



مجموعة الإعلام و الإنتخابات بالسودان

الإعلام و الإنتخابات في السودان

رصد تغطية وسائل الإعلام للإنتخابات السودانية لعام ٢٠١٠

التقرير التمهيدي

للفترة من ١٣ فبراير - ١٠ أبريل ٢٠١٠م

أصدرت في ١٨ أبريل ٢٠١٠م



## محتويات التقرير

١. الملخص التنفيذي: ..... ٣
٢. المقدمة: ..... ٥
٣. رصد تغطية وسائل الإعلام للانتخابات بالسودان: النتائج و الخلاصة ..... ٥
- (أ) التحليل الكمي لتغطية الراديو و التلفزيون للحملة الإنتخابية: ..... ٥
- (ب) التحليل الكمي لتغطية الصحافة في الصحافة الورقية للحملة الإنتخابية: ..... ١١
- (ج) تغطية المرشحات و قضايا المرأة: ..... ١٥
- (د) التحليل الكيفي لتغطية وسائل الإعلام للحملات الإنتخابية: ..... ١٧
- (هـ) يوم الصمت في الإنتخابات (١٠ أبريل ٢٠١٠): ..... ١٩
- الراديو: ..... ٢٠
- التلفزيون: ..... ٢٠
- الصحف: ..... ٢١
- (و) خطاب الكراهية في تغطية الإنتخابات: ..... ٢٢
٤. خلفية حول رصد مجموعة الإعلام و الإنتخابات بالسودان لوسائل الإعلام: ..... ٢٧

## ١. الملخص التنفيذي:

تمت بكثافة تغطية الحملة (١٣ فبراير الى ٩ أبريل) لانتخابات التعددية الحزبية بالسودان بواسطة وسائل الإعلام السودانية. و زادت التغطية بصورة كبيرة حينما قاربت فترة الحملة على الإنتهاء. و كان ذلك جزئياً لتطورات لحقت بالانتخابات و هي إنسحاب عدد من المرشحين الرئاسيين و المقاطعة أو التمهيد بمقاطعة الانتخابات من جانب عدد من الأحزاب. لكن الزيادة كانت أيضاً فيما يتعلق بتثقيف الناخبين بالبرامج و المقالات حينما إقترب الإقتراع.

كانت الانتخابات البند الرئيسي و أحياناً الوحيد في نشرات الأخبار و وسائل الإعلام خلال الشهرين الماضيين. و تكونت التغطية الواسعة للحملة الانتخابية في وسائل الإعلام بصورة رئيسية من الإعلانات المجانية للفعاليات السياسية و الأخبار و الرأي و التحليل. حيث هيمن على الأخبار السباق الرئاسي على المستوى القومي و المجلس الوطني و رئاسة حكومة الجنوب. و تركزت التغطية التحريرية للصحافة الورقية على الحزبين الرئيسيين المؤتمر الوطني و الحركة الشعبية لتحرير السودان الذين نالا بالتتابع ٤١% و ٢٤% من المساحة الكلية المخصصة للانتخابات في الصحف. و حصل المؤتمر الوطني و الحركة الشعبية مجتمعين بالراديو على ٣٨,١% من زمن البث الكلي أما بالتلفزة فقد حصلا بالتتابع على ٣٧,٩% و ٤٧,٩%. و خلال الأسابيع الأخيرة بالحملة نالت الحركة الشعبية إهتماماً أكبر بوسائل الإعلام بينما كان المؤتمر الوطني قائداً للسباق في إهتمام وسائل الإعلام خلال الفترة الأولى من الحملة. و يرتبط هذا الإتجاه بأحداث الانتخابات و الأخبار التي تمت تغطيتها خلال الأسابيع القليلة الأخيرة من الحملة.

كانت نعمة التغطية عموماً خلال الحملة الانتخابية محايدة أو إيجابية بما يشير الى أن الفعاليات السياسية و جهة الحملة لصالح مرشحيها و برامجها و أحزابها و نقلت وسائل الإعلام هذه المعلومات بحياد. و تغير هذا الإتجاه خلال الشهر الماضي حيث أصبحت النغمات أكثر شراسة و عدائية أحياناً. و كان كل من وسائل الإعلام (الصحفيين) و الفعاليات السياسية هدفاً أو مصدرراً لتلك التطورات. و مالت وسائل الإعلام لخط الأخبار بأراء الصحفيين خاصة في الصحافة الورقية.

و زادت حالات خطاب الكراهية خلال حملات الشهر الماضي. فبالمقارنة مع الأسابيع الثلاثة الأولى لفترة الحملة وصل عدد الحالات من ١٢١ (تم تسجيلها ما بين ١٣ فبراير الى ٧ مارس) الى ١٦٨ (حالة تم تسجيلها ما بين ١٣ فبراير الى ٢١ مارس). و خلال الأسابيع الثلاثة الأخيرة من فترة الحملة زادت بصورة درامية بحوالى ٣٠% الى ٢٥٩ حالة.

إنتهت فترة الحملة في ٩ أبريل و تبعها يوم الصمت الانتخابي في ١٠ أبريل، إذ لا يسمح بنشاطات الحملات الانتخابية. و قد خرقت الفعاليات السياسية و الأحزاب يوم الصمت و إستمرت وسائل الإعلام تغطي نشاط الحملة و تنشر و تبث تصريحات مردها في الغالب الأحزاب الحاكمة.

تم تمويل مشروع وسائل الإعلام و الانتخابات بواسطة صندوق الأمم المتحدة للإنماء (UNDP) و يجري تنفيذه بواسطة مجموعة وسائل الإعلام و الانتخابات بالسودان، و هي مكونة من منظمات محلية و دولية متخصصة في دعم

وسائل الإعلام و هي : "المبادرة السّودانيّة للتّمية (سوديا)" ، "الدّعم الإعلامى الدّولى" ، "المجموعة العربيّة لرصد وسائل الإعلام" ، "جمعيّة المساعدات الشّعبيّة النّروجيّة" ، "هيئة المراقبة دي بافيا" ، و "معهد فوجو للإعلام".

لمزيد من المعلومات حول مشروع الاعلام والانتخابات الرجاء الاتصال بـ بيرجيت سنس- مديرة المشروع تلفون: ٠٠٢٤٩٩٠٧٢٠٦٨١٢ ، ٠٠٤٥٨٨٣٢٧٠٠٥ ، بريد الكتروني: [bs@i-m-s.dk](mailto:bs@i-m-s.dk) ، [britsins@hotmail.com](mailto:britsins@hotmail.com) .

لتفاصيل عن العمليه التنفيذيه الرجاء الاتصال بـ : منظمة المبادرة السّودانية للتّمية (سوديا) – الخرطوم، عباس التجاني - تلفون: +٢٤٩٩٠٧٩٧٩٣٧٢ ، بريد الكتروني: [abbastigani@sudia.org](mailto:abbastigani@sudia.org)

## ٢. المقدمة:

في الفترة من ١١ الى ١٥ أبريل ٢٠١٠ أدلى الناخبون السودانيون بأصواتهم للإنتخابات الأولى في ظل التعددية الحزبية منذ ٢٤ عاماً. و كان لدور وسائل الإعلام في هذه العملية أهمية قصوى حيث أن الصحفيين و مؤسسات الإعلام قد دعيت لمساندة و تسهيل ما يمثل لحظة تاريخية للسودان. و كانت مسؤولياتهم و مساهمتهم ضرورية للتأكد من أن الناخبين تلقوا معلومات صحيحة و كاملة بما يمكنهم من الإختيار القائم على المعرفة يوم الإقتراع.

يوضح هذا التقرير ما توصلت اليه مجموعة الإعلام و الإنتخابات بالسودان SMEC حول الكيفية التي تمت بها تغطية الإنتخابات، في الفترة السابقة لهذين التاريخين و في فترة الصمت، الفترة المبدئية من ١٣ فبراير و تأريخ إنطلاق الحملات حتى ١٠ أبريل ٢٠١٠. و إرتكزت النتائج على التحليل الكمي و الكيفي بهدف ملاحظة و تقويم مدى توفير وسائل الإعلام لتغطية منصفة و متوازنة بالنسبة للسياسيين و للآخرين ممن يعينهم الأمر و يشمل ذلك قضايا المرأة و إستخدام خطاب الكراهية.

و الغرض من رصد وسائل الإعلام له جانبان. الأول أن رصد التغطية الإعلامية للإنتخابات يوفر معلومات قيمة حول اداء وسائل الإعلام للإنتخابات خلال فترة الحملة الإنتخابية و فترة الإقتراع و بذلك تسهم أيضاً في التقويم الكلي للعملية الإنتخابية بالسودان. و الثاني أن الرصد يتيح تغذية راجعة لوسائل الإعلام نفسها في ما يتعلق بعملها و تطوير مهاراتها التحريرية في الإنتخابات الحالية و المستقبلية و في أي شأن آخر له أهمية قومية. و يتم ذلك الرصد بموازة برامج تدريب و تعليم مكثف للصحفيين و وسائل الإعلام. إن الرصد و التدريب مناشط منفصلة من حيث المكونات لكنها ترتبط ببعضها داخل مشروع واحد.

يستمر رصد وسائل الإعلام حتى نهاية مايو ٢٠١٠. و سيصدر تقرير ختامي في يونيو الى جانب التقارير المرحلية التي تصدر نهاية أبريل و في مايو.

## ٣. رصد تغطية وسائل الإعلام للإنتخابات بالسودان: النتائج و الخلاصة

### (أ) التحليل الكمي لتغطية الراديو و التلفزيون للحملة الإنتخابية:

تظهر البيانات التراكمية للتقارير السابقة أن الأخبار شكلت الصيغة الرئيسية خلال فترة الحملات التي إستخدمتها محطات الراديو و التلفزة لنقل المعلومات حول الإنتخابات و السياسة (٥٣% و ٥١% بالتتابع).

و إحتلت فئة "الوقت المجاني و مدفوع الأجر" للبحث بما لا يقع تحت السيطرة التحريرية لوسائل الإعلام موقعاً مركزياً في الحملات الإنتخابية للأحزاب و مثلت ما يقارب ٢٢% من البث المخصص للسياسة. كما شكلت صيغ مثل "الايضاح الراهنة" ٢,٦% و فئة "المناظرة السياسية" قدراً أقل من ذلك من مجمل البث المخصص للسياسة ١%.



|      |  |       |  |
|------|--|-------|--|
| 1.6% | الحركة الشعبية لتحرير السودان-<br>التغيير الديمقراطي | 2.1%  | حزب الامة القومي                                     |
| 1.4% | حزب الاتحادي الديمقراطي                              | 1.6%  | حزب الامة – الاصلاح والتجديد                         |
| 1.4% | حزب الاتحادي الاشتراكي<br>السوداني                   | 1.5%  | حزب الاتحاد اليمقراطي المسجل                         |
| 1.2% | الحزب القومي الديمقراطي الجديد                       | 1.3%  | المؤتمر الشعبي                                       |
| 1.0% | المؤتمر الشعبي                                       | 1.3%  | مستقلين  |
| 4.2% | أخرى <sup>٢</sup>                                    | 1.2%  | الحركة الشعبية لتحرير السودان-<br>التغيير الديمقراطي |
| ١٠٠% | المجموع  | 9.16% | أخرى <sup>٣</sup>                                    |
|      | عدد الدقائق الكلية ٦٦٢١ دقيقة                        | ١٠٠%  | المجموع  |
|      |  |       | عدد الدقائق الكلية ٦٨٥٩ دقيقة                        |

مقارنة بفترة الرصد السابقة (١٣ فبراير الى ٢١ مارس) فهناك إختلاف ملموس: حصل المؤتمر الوطني على قدر أقل بكثير من التغطية الإعلامية خلال الإسبوعين الأخيرين (في التقرير رقم ٣ حصل المؤتمر الوطني على ٤٦% بالتلفزيون و ٥٣% بالراديو) بينما حصلت الحركة الشعبية لتحرير السودان على إهتمام أكثر بوسائل الإعلام في فترة الرصد الحالية (في التقرير رقم ٣ حصلت على ٣٢% بالتلفزيون و ٢١% بالراديو). و حدث تحول خلال فترة الحملة حيث حصلت الحركة الشعبية على تغطية أكبر حينما إقتربت الإنتخابات و المؤتمر الوطني على تغطية أقل.

#### التغطية التحريرية للأحزاب الرئيسية (التلفزة و الراديو) ١٣ فبراير الى ٢١ مارس

| التلفزيون |                                  | الراديو |                               |
|-----------|----------------------------------|---------|-------------------------------|
| 46%       | حزب المؤتمر الوطني               | 53 %    | حزب المؤتمر الوطني            |
| 32%       | الحركة الشعبية لتحرير<br>السودان | 21%     | الحركة الشعبية لتحرير السودان |
| 4%        | حزب الامة القومي                 | 7%      | أخرى                          |
| 3%        | أخرى                             | 3%      | حزب الامة القومي              |

<sup>٢</sup> This category includes all parties that received less than 1% coverage: NJP,USAP,SNFGUP,UPRD, MBO, NLP, SSDF, NUP, SAP,NDA, SANU,SSUDF, UDUP,EPJD, USDF, UDSF,JNA, LDP, BC, UFP,UDF, NSP, NPAP, FWP, SConP, HDP, SBP, SNFO,EDP.

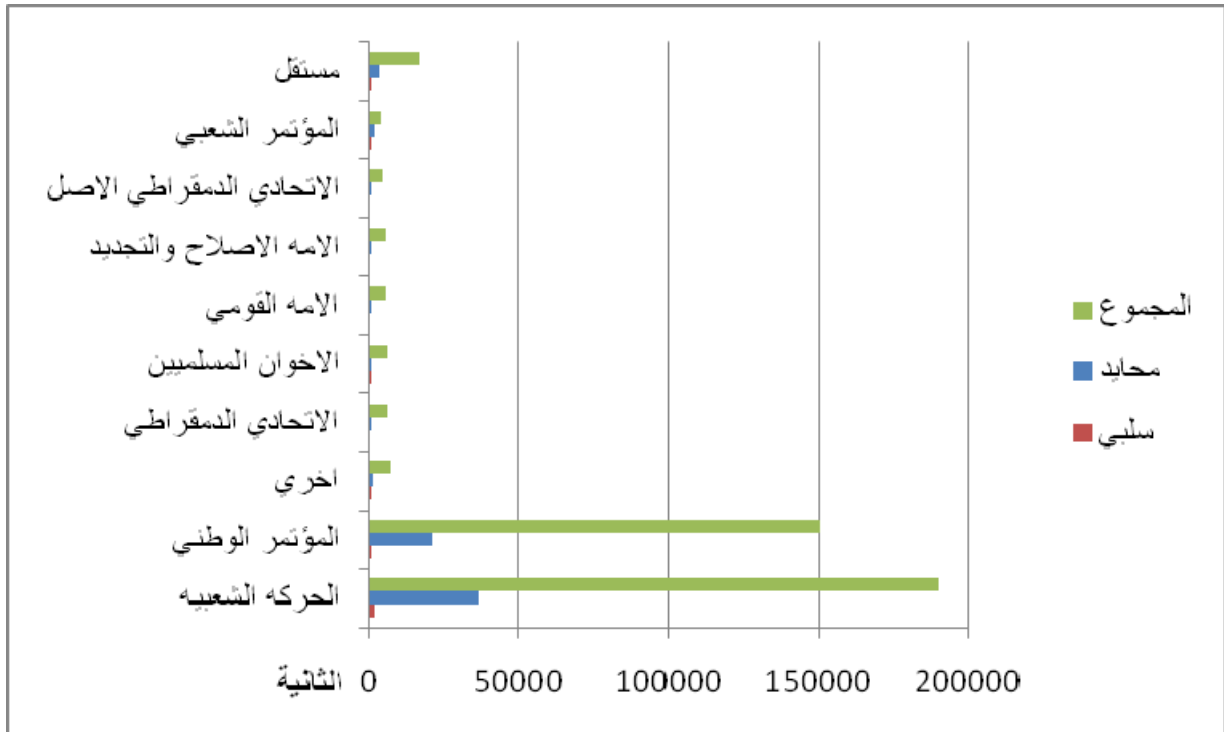
<sup>٣</sup> This category includes all parties that received less than 1% coverage: SSSD,SAP,SSDF,SCP,UDF,ANCP,USAP,NDA,JNA,SNFGUP,UDSF,PFDR,SANU,EPJD,UDUP,NDUF,PSJP,NDFP,NLP,LDP,MSUP,BCP,USDF,UP-C,SA,NJP,SBP,EDP,UPRD,RCP,NUP,SConP,SNLP,FWP,BC,NUDP,SDPCES,NRP,AA,UDPO,ADP,SLFOP,NSP,WBP,MP,NIF,SFLP,SUNP,UFP,UDP,SUFP,NPAP,HDP,MSOP,NASP,NRnEP,SFNP,SANP,IMP,SNFO,USNP

التغطية التحريرية للأحزاب الرئيسية (التلفزة و الراديو) ١٣ فبراير الى ٧ مارس

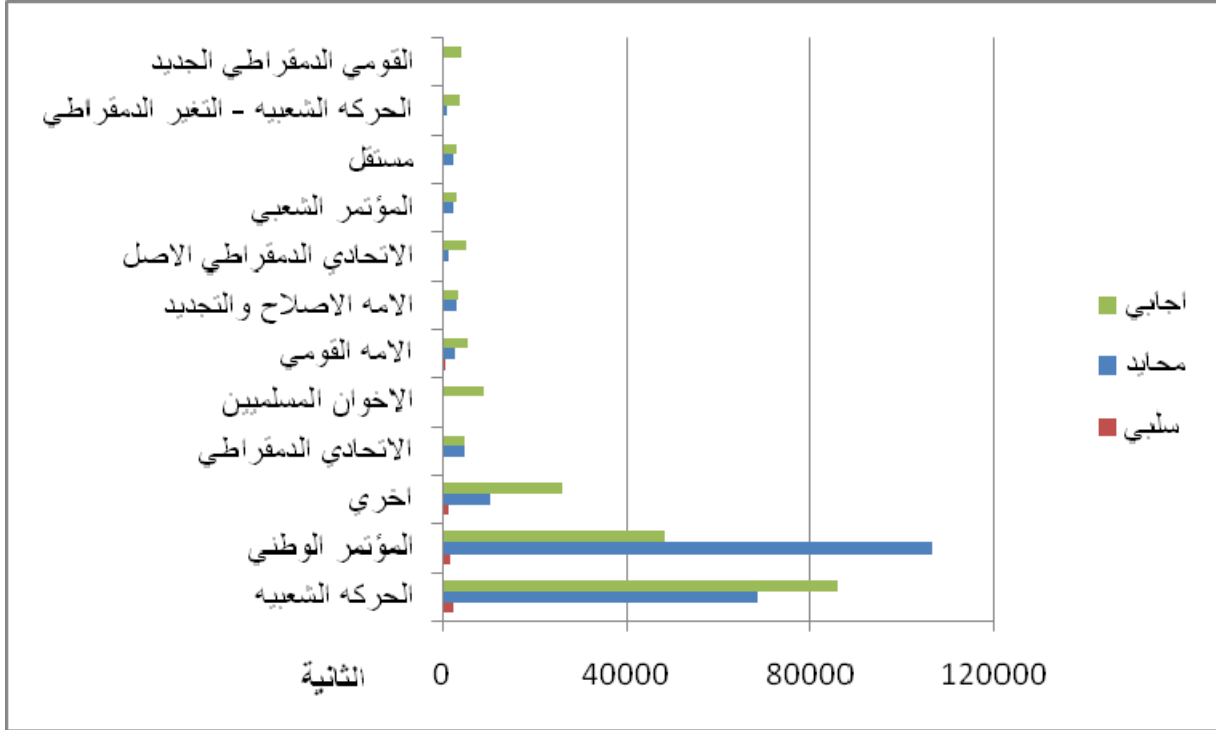
| التلفزيون |                               | الراديو |                               |
|-----------|-------------------------------|---------|-------------------------------|
| 54%       | حزب المؤتمر الوطني            | 49 %    | حزب المؤتمر الوطني            |
| 28%       | الحركة الشعبية لتحرير السودان | 21%     | الحركة الشعبية لتحرير السودان |
| 4%        | المؤتمر الشعبي                | 8%      | أخرى                          |
| 4%        | مستقلين                       | 3%      | حزب الامة القومي              |

كانت نغمة التغطية خلال الحملة الانتخابية على وجه العموم إما إيجابية او محايدة. و كانت التغطية السلبية قليلة جداً. و قد حظى المؤتمر الوطني و الحركة الشعبية بقدر كبير على إبراز إيجابي مما يعزز الميزة الكمية التي حصلوا عليها في التغطية. كما تمت ملاحظة الميل لتغطية الحزبين الرئيسيين لصالحهما في قنوات الراديو رغم أن النغمة بالتلفزيون كانت أقل إيجابية. أما الأحزاب السياسية الأخرى غير المؤتمر الوطني و الحركة الشعبية فتمت تغطيتها إما بحياد أو بإيجابية ما عدا حزب المؤتمر الشعبي و حزب الحركة الشعبية – التغيير الديمقراطي و الحزب الإتحادي الديمقراطي فصاحب التغطية نغمة سلبية طفيفة.

نغمة التغطية للفعاليات السياسية بالتلفزة. الإجمالي لكل حزب



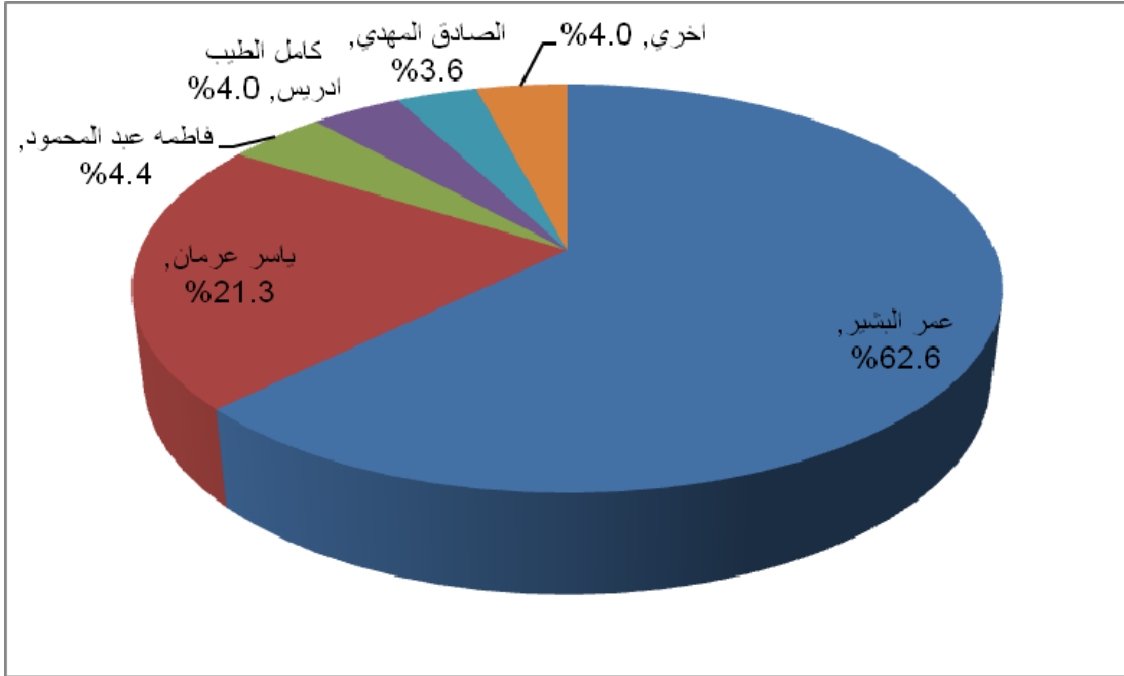
نغمة التغطية للفعاليات السياسية بالراديو. الإجمالي لكل حزب



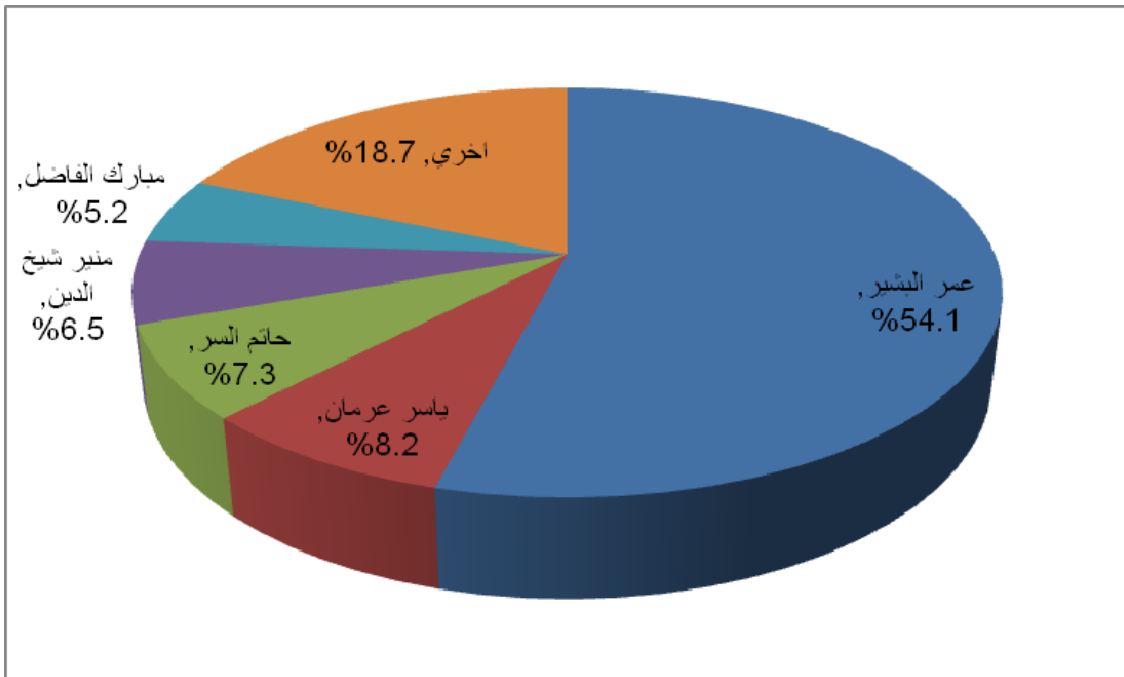
تم التركيز على إمتداد شمال السودان إعلامياً بالتلفزة و الراديو على الإنتخابات الرئاسية و إنتخابات المجلس الوطني كما يشير التقرير رقم ٣ حيث حصل بالتتابع على معدل ٣٠,١% و ٤٤,٤% من زمن البث الكلي بالتلفزيون و الراديو. و سجلت وسائل الإعلام بالجنوب تغطية لرئاسة حكومة الجنوب بمعدل ٨,٩% فقط.

حصل الرئيس البشير كمنافس على أعلى تغطية تلفزة بشمال السودان (معدل ٦٢,٦ من الزمن الكلي للإنتخابات الرئاسية) بينما حصل ياسر عرفان على معدل ٢١,٣ من الزمن الكلي.

الوقت المخصص للمرشحين للرئاسة بالتلفزيون القومي



الوقت المخصص للمرشحين للرئاسة بالراديو القومي



بالنسبة للراديو تم تخصيص أغلب زمن البث للرئيس فحصل على ٥٤,١ من بين المرشحين للرئاسة بينما حصل المرشحون الآخرون على زمن أكثر توازناً في ما بينهم: ياسر عرمان ٨,٢% وحاتم السر ٧,٣% و منير شيخ الدين ٦,٥% و مبارك الفاضل ٥,٢%.

إتسمت الوسائل المسموعة و المرئية بالجنوب بعدم توازن أكثر في زمن بث الحملة الرئاسية لحكومة الجنوب إذ تلقى الرئيس سلفاكير من زمن البث التغطية الأكبر بمعدل يزيد عن ٩٠% للتلفزيون و ٨٨% بالنسبة للراديو.

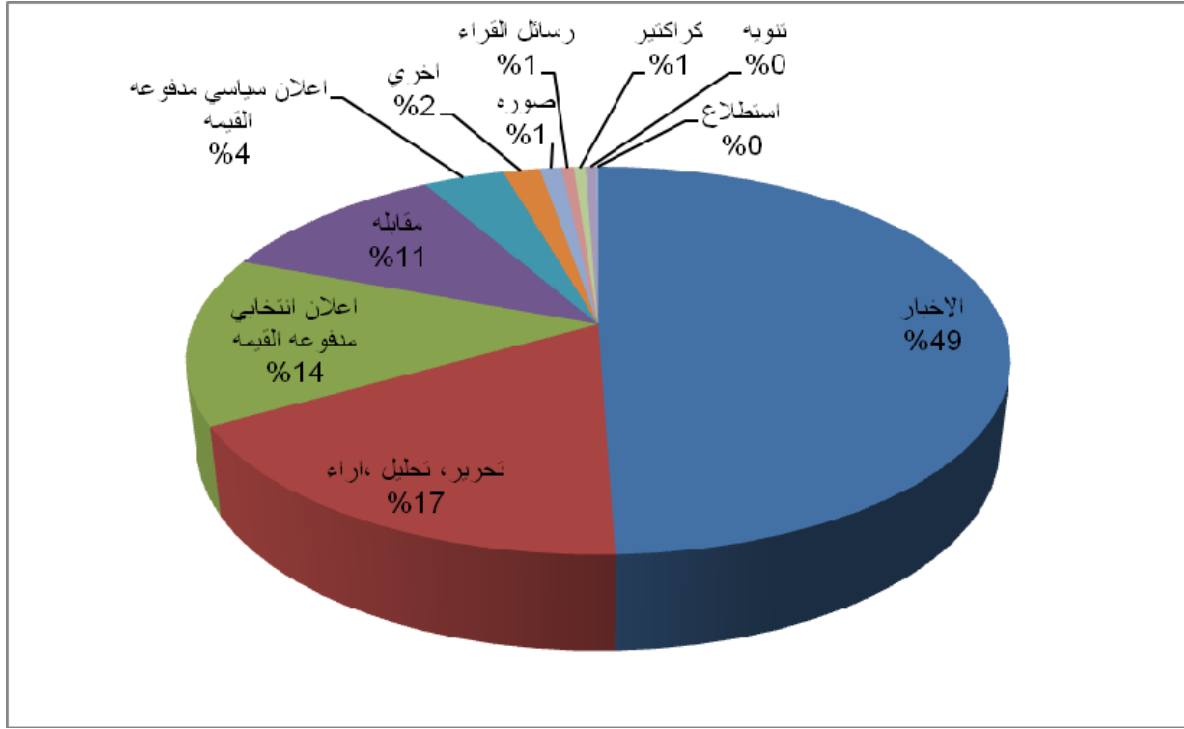
| التلفزيون                     |                         | الراديو                      |                         |
|-------------------------------|-------------------------|------------------------------|-------------------------|
| المجموع                       | مرشح رئاسة حكومة الجنوب | المجموع                      | مرشح رئاسة حكومة الجنوب |
| 9.4%                          | لام كول                 | 11.4%                        | لام كول                 |
| 90.6%                         | سلفاكير ميارديت         | 88.6%                        | سلفاكير ميارديت         |
| 100.0%                        | المجموع                 | 100.0%                       | المجموع                 |
| عدد الدقائق الكلية ١٠٤٣ دقيقة |                         | عدد الدقائق الكلية ٦٠٠ دقيقة |                         |

#### (ب) التحليل الكمي لتغطية الصحافة في الصحافة الورقية للحملة الإنتخابية:

كانت صيغة الأخبار التي تشكل ٤٩,٥% من جملة المساحة الرئيسية بالصحيفة الصيغة الرئيسية التي عالجتها الصحف المعلومات الخاصة بالإنتخابات خلال الحملة.

و لعبت أيضاً الصيغ الأخرى، من حوارات و إفتتاحيات و تحليل و إعلانات إنتخابية و سياسية مدفوعة القيمة، دوراً مرموقاً في نقل المعلومات حول الحملة الإنتخابية كما أظهرت التقارير السابقة.

### المساحة المخصصة في ما بين أنواع التغطية



و تركز التغطية التحريرية؛ للصحف على الحزبين الرئيسيين: المؤتمر الوطني و الحركة الشعبية لتحرير السودان حيث حصل بالنتابع على ٤١% و ٢٤% من المساحة الكلية. و يعزز توزيع المساحة إستقطاب التغطية على الأساس الجغرافي الذي يمثل قدرة الوسيلة على النفاذ و الوصول. و تركز الصحافة الورقية التي تستهدف القراء الشماليين في تقاريرها بوجه العموم بصورة أكبر على المؤتمر الوطني (٤٥%) من المساحة الكلية بينما تخصص الصحافة الورقية التي تستهدف جمهور الجنوب قدراً أكبر من المساحة للحركة الشعبية لتحرير السودان (٤٤%).

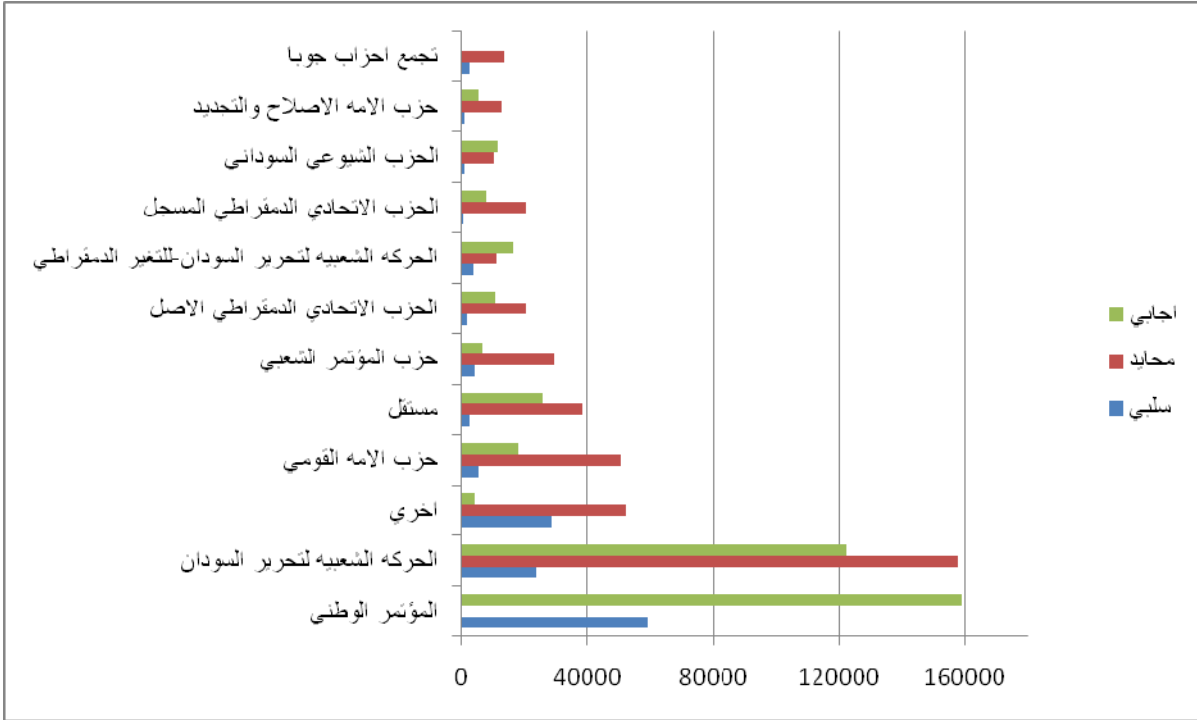
<sup>٤</sup> تضم هذه الطائفة أي تغطية تتم بإشراف المسؤولين التحريرية للوسيط الإعلامي: الموضوعات الإخبارية و الإفتتاحية و التحليل و الرأي و الحوارات و الصور و الكاريكاتير و الإستطلاعات. و لا يشمل ذلك الإعلانات مدفوعة القيمة للموضوعات السياسية و الإنتخابية و لا زمن البث المجاني الذي أسسته المفوضية القومية للإنتخابات و رسائل القراء.

تخصيص المساحة ما بين الفعاليات السياسية (الإجمالي لكل حزب)

| المساحة     | الحزب   |
|-------------|---|
| 41.66%      | حزب المؤتمر الوطني                                |
| 24.55%      | الحركة الشعبية لتحرير السودان                     |
| 5.98%       | حزب الامة القومي                                  |
| 5.42%       | مستقلين   |
| 3.25%       | المؤتمر الشعبي                                    |
| 2.63%       | حزب الاتحاد الديمقراطي المسجل                     |
| 2.56%       | الحركة الشعبية لتحرير السودان- التغيير الديمقراطي |
| 2.32%       | حزب الاتحادي الديمقراطي                           |
| 1.87%       | الحزب الشيوعي السوداني                            |
| 1.55%       | حزب الامة - الاصلاح والتجديد                      |
| 1.34%       | تحلف احزاب جوبا                                   |
| 6.88%       | أخرى  |
| cm2 1236483 | المساحات المتحصل عليه بالسهم ٢                    |

و تغلب النغمة المحايدة أو الإيجابية تجاه كل المتنافسين السياسيين خاصة في ما يتعلق بالمؤتمر الوطني و الحركة الشعبية، إلا أن تحليل البيانات يظهر زيادة طفيفة في النغمة السلبية للتغطية تجاه كل الفعاليات السياسية.

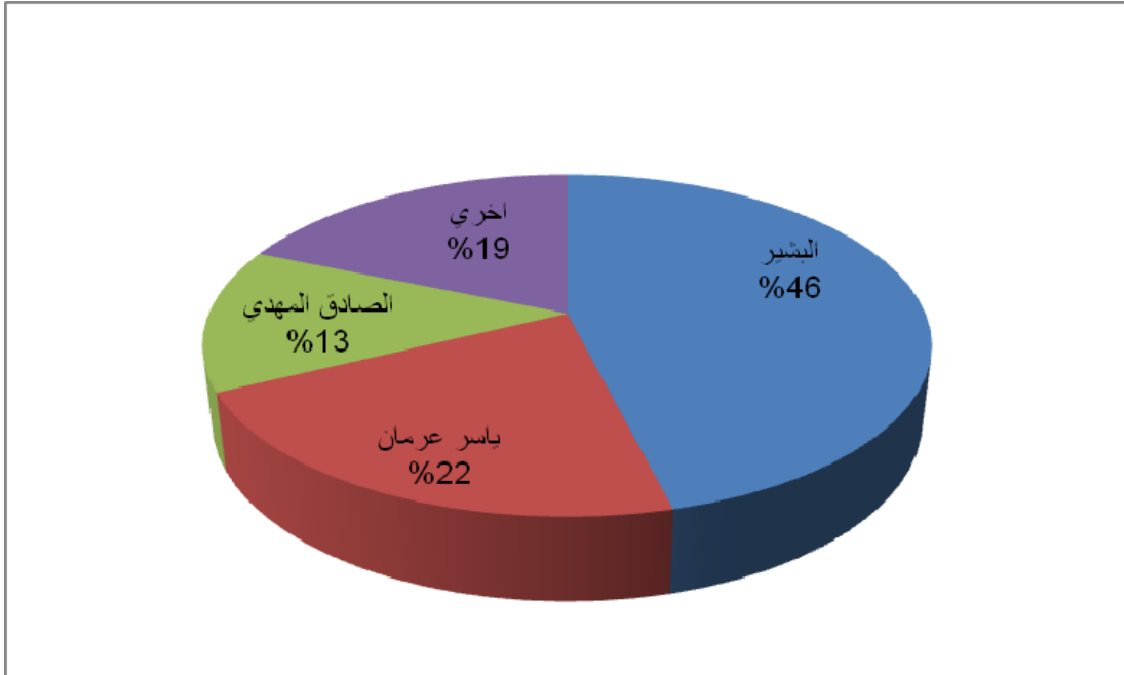
### نغمة التغطية تجاه الفعاليات السياسية – الإجمالي لكل حزب



و نال القدر الأكبر في المساحة من المرشحين للرئاسة القومية الرئيس البشير بحصوله على ٤٦% يليه ياسر عرمان بحصوله على ٢١% و الصادق المهدي بحصوله على ١٣%. و لم يحصل بقية مرشحين الرئاسة القومية إلا على مساحة طفيفة جداً

° تشمل هذه الفئة (بقية المرشحين) الذين نالوا أقل من ٤% من التغطية و هم عبد العزيز خالد و دينق نيال و فاطمه عبد المحمود و حاتم السر و كامل الطيب إدريس و محمود أحمد جحا و محمد إبراهيم نقد و مبارك الفاضل و منير شيخ الدين.

### المساحة المخصصة في ما بين المرشحين الرئاسيين

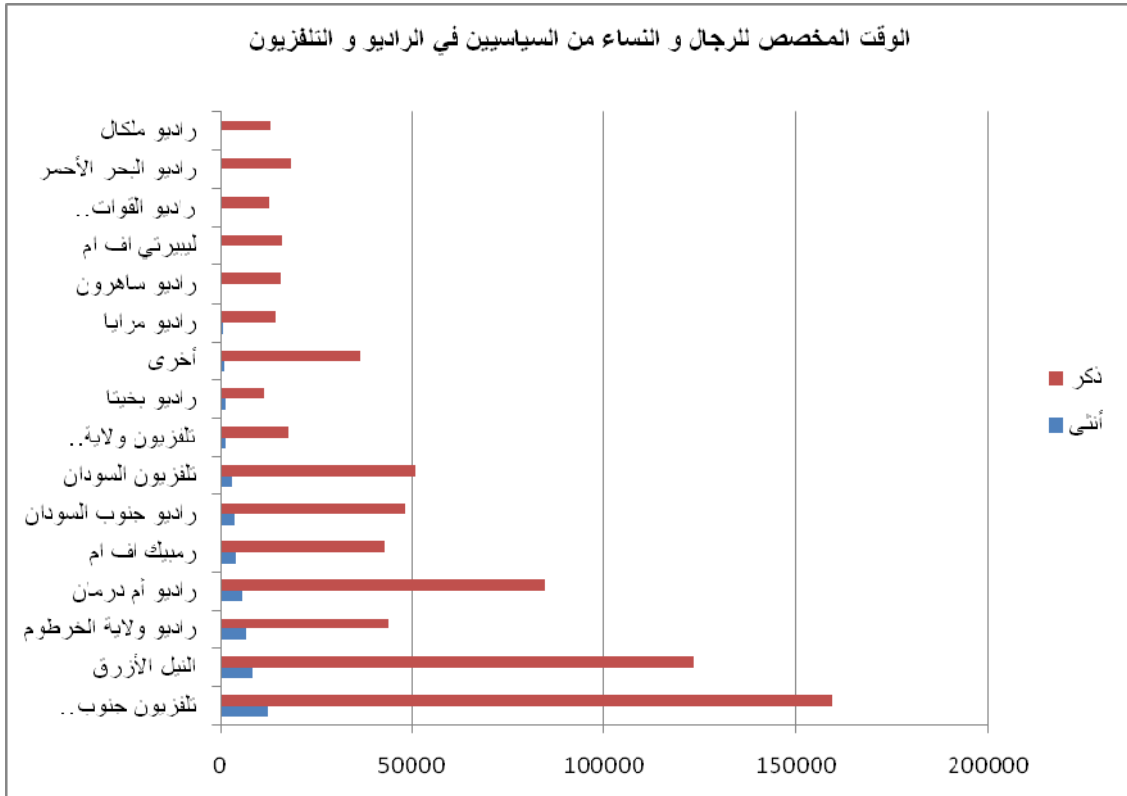


و ما بين المتنافسين الإثنيين لرئاسة حكومة جنوب السودان كان الرئيس كير هو الأكثر بروزاً بالصحافة الورقية خلال فترة الحملة فنال ٦٨% من المساحة الكلية بينما حصل منافسه لام اكول على ٣٤%. و قد أظهرت التقارير السابقة إيجاباً مماثلاً.

#### (ج) تغطية المرشحات و قضايا المرأة:

تظهر التغطية في وسائل الإعلام المسموعة و المرئية أن النساء (المرشحات أو مرشحين حول قضايا المرأة) إستمرروا في تلقي إبراز محدود للغاية بمعدل ٦% لكل من الراديو و التلفزيون بزيادة طفيفة بلغت ٢% في التلفزيون مقارنة بفترة الرصد السابقة.

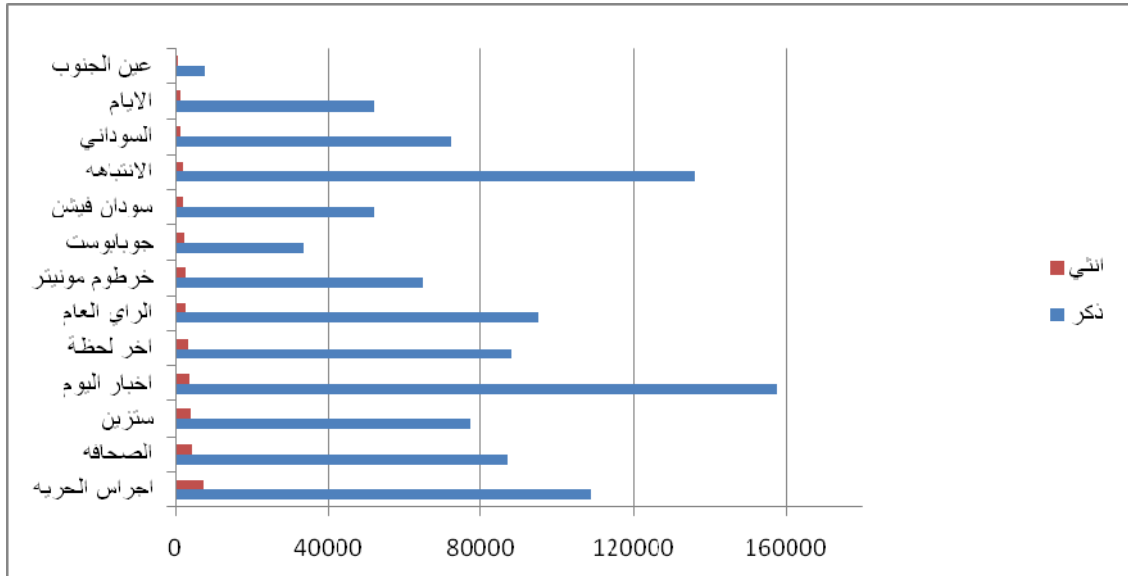
و تم تمثيل النساء كقيادات حزبية أو حكام ولايات أو ممثلات حكومات محلية الى جانب عضوية الحكومة القومية. و كانت القنوات المتاحة لذلك تلفزيون جنوب السودان و تلفزيون النيل الأزرق و راديو الخرطوم الحكومي و إذاعة أم درمان و إذاعة رمبيك و راديو جنوب السودان و تلفزيون السودان، إذ أظهرت معدلاً أعلى في تغطية قضايا المرأة.



و في الصحافة الورقية حصلت النساء على معدل ٣,٥% من المساحة التحريرية الكلية المخصصة للسياسة و الانتخابات بينما تلقى الرجال في موازاتهم ٩٦,٥%.

و خصصت كل من صحيفة أجراس الحرية و الصحافة و سيتزن و أخبار اليوم و آخر لحظة مساحة أكبر من المعدل الإجمالي في تغطية قضايا المرأة. و يرتبط إبراز النساء غالباً بالأدوار و المواقع البارزة في المجال السياسي مثل الحكومة القومية أو على مستوى الكوادر الحزبية.

### المساحة المخصصة للرجال و النساء من السياسيين - الصحف



### (د) التحليل الكيفي لتغطية وسائل الإعلام للحملات الانتخابية:

وفرت وسائل الإعلام معلومات كافية حول المتنافسين و الأحزاب في فترة الحملة الانتخابية في الفترة من ١٣ فبراير الى ٩ أبريل مستخدمة في ذلك مختلف الصيغ و البرامج. و كانت التغطية الرئيسية لحملات الانتخابات و الرأي و التحليل في الصحافة الورقية. كذلك خصصت الوسائل المسموعة و المرئية قدراً ضخماً من المعلومات للمرشحين و الأحزاب في فترة الحملة الانتخابية مستخدمة صيغاً و برامج متنوعة للتغطية. و قد استخدمت وسائل الإعلام الإذاعي الأخبار و وقت البث المجاني كصيغة رئيسية.

تظهر البيانات الكمية أن ٧٦% من جملة مساحة الإعلانات مدفوعة القيمة خصصت فقط لثلاثة من المرشحين: عمر البشير ٤٨% و سلفا كير ١٤% و لام أكول ١٤%. و قد أعطت بعض الصحف أحياناً مساحة صفحة كاملة من الإعلان لهؤلاء المرشحين.

يؤكد ذلك إستقطاب التغطية على أساس الموقع الجغرافي للصحافة الورقية. فالصحافة الموجهة للقراء الشماليين ركزت كثيراً في تغطيتها على المؤتمر الوطني بينما خصصت تلك الموجهة لجنوب السودان أغلب مساحة تغطيتها على الحركة الشعبية لتحرير السودان. و في كلا المنطقتين الجغرافيتين نالت الأحزاب السياسية الأخرى إهتماماً محدوداً مقارنة بالحزبين الرئيسيين. و تظهر أيضاً نتائج رصد الصحافة الورقية أن مسؤولين في كلاً من الحكومة القومية و حكومة الجنوب إستفادوا من دورهم الرسمي للحصول على إبراز إضافي عن طريق المناسبات التي جرى ترتيبها.

زادت كثافة الأخبار ذات الصلة بالانتخابات عند نهاية فترة الحملة بعد انسحاب المرشح للرئاسة ياسر عرمان (الحركة الشعبية لتحرير السودان) و مقاطعة عدد من الأحزاب للانتخابات و انسحاب مرشحين آخرين للرئاسة على

صعيد الأحزاب الشمالية<sup>٦</sup>. و أصبح ذلك الموضوع الخبر الرئيسي في أخبار وسائل الإعلام في شمال و جنوب السودان. و شملت الموضوعات الأخرى: الإنجازات و الأهداف و المشاكل و التحديات التي تواجه عملية إنتخابات منصفة و عودة بعض الأحزاب للسباق الإنتخابي و (مقاطعة) الإنتخابات في دارفور و التهديد بالإسحاب من جانب بعض الأحزاب و المرشحين و تهديد الرئيس البشير بتأجيل الإستفتاء إذا تم تأجيل الإنتخابات و عدة مركز كارتر للتأجيل و ما تبعها من أخبار و أخيراً ترتيبات العملية الإنتخابية بولايات السودان و نشر المراقبين الدوليين بالولايات.

خصص تلفزيون جنوب السودان أغلب زمن بثه لمرشحي الحركة الشعبية لتحرير السودان. و لم تظهر إلا لماماً حملات أحزاب المعارضة و المرشحين المستقلين ضمن التغطية. و قد ظهر مزيج من الإتجاه للمحابة و نقص في المهنية بنشرات أخبار تلفزيون جنوب السودان التي يقدم فيها مذيعو الأخبار عناوينها ثم يتبعون ذلك بحملة إنتخابية دون توقف لصالح مرشحي الحركة الشعبية لتحرير السودان.

و في محطات التلفزة التي تبث من الخرطوم – و أيضاً في وسائل الإعلام الأخرى – إستفاد أعضاء الحكومة المرشحين من مواقعهم بتلقي قدرأ كبيراً من زمن البث. و تم إستخدام إطلاق مشروعات عديدة في سياق إختصاصهم كمسؤولين حكوميين للترويج لترشيحهم و إنجازاتهم. و من ذلك ما تم من إفتتاح مراكز صحية و سد مروي.

و هناك أيضاً حالات أخرى غير مهنية كشفت عنها تغطية الحملات الإنتخابية في الصحافة الورقية. فقد غطى عدد من الصحفيين دون ذكر أسمائهم مهرجانات مرشحين. و في حالات أخرى تمت ملاحظة أخطاء في اللغة و الأسماء المصاحبة لصور المرشحين. كما أن القصور المهني تمت ملاحظته في الموضوعات التي يتم تقديمها كقصص إخبارية لكنها في حقيقة الأمر مقالات رأي من جانب الصحفيين و هو ما تكرر حدوثه من جانب الإعلاميين في السودان. و في جنوب السودان فإن نظام توزيع الصحف أظهر أيضاً إخفاقاته. ففي يوم ٤ أبريل لم تتوفر بالشارع صحف رئيسية مثل سيترن و خرطوم مونيتور و سودان فيشن.

لعبت الموسيقى و الدراما دوراً مهماً في الحملة و تثقيف الناخبين عبر وسائل الإعلام. و قد إستخدم بعض المرشحين الموسيقى و الدراما لجذب إنتباه الناخبين. على سبيل المثال أغنية عن الحركة الشعبية كنعمة في تلفزيون جنوب السودان. و كجزء من تثقيف الناخبين بث أغنية حول مجئ الإنتخابات و أن على الناس أن يخرجوا للتصويت. و يشمل ذلك موضوعات مثل عملية الإقتراع لفاقدي البصر و ضمان خصوصية الإدلاء بالأصوات.

كانت تغطية تثقيف الناخبين محدودة بوسائل الإعلام خلال أغلب الحملات الإنتخابية و لم ترد بصورة كبيرة إلا خلال الأسابيع السابقة للإقتراع. و كانت المساحة المخصصة لتثقيف الناخبين تأتي بصورة رئيسية في شكل إعلانات مدفوعة القيمة تقوم بنشرها المفوضية القومية للإنتخابات. كذلك تمت تغطية ما قامت به المفوضية من تدريب حول إجراءات الإنتخابات. و تم بث ذلك في تلفزيون جنوب السودان. كذلك وفرت الصحافة الورقية مساحة للمفوضية لشرح إجراءات الإقتراع و إستخدام الراديو صيغاً مختلفة لتثقيف الناخبين مثل البرامج الكلامية و المناظرات و الموسيقى و الدراما. و كانت بعض البرامج برعاية المفوضية القومية للإنتخابات. و قد أظهرت نتائج رصد وسائل

<sup>٦</sup> الصادق المهدي (إنسحب في ١ أبريل) و محمد إبراهيم نقد (١ أبريل) و مبارك الفاضل (١ أبريل) و ياسر عرمان (٣١ مارس)

الإعلام أن بعض الموضوعات الإخبارية أظهرت المفوضية بصورة سلبية، إذ ظل تحالف أحزاب جوبا JNA يهاجم المفوضية خلال فترة الحملة و إتهمها بأنها كيان للمؤتمر الوطني و وصمها بالفساد.

كان عنصر النساء واحداً من المستهدفين الرئيسيين في تثقيف الناخبين و ذلك بحثهن على ممارسة حقهن و المشاركة في العملية السياسية عن طريق التصويت. و ظهرت النساء في وسائل الإعلام كصانعات رأي في ما يتعلق بالانتخابات. و تمت أيضاً دعوتهن للبرامج الكلامية بالراديو كما كتبت بعضهن أعمدة رأي بالصحافة الورقية. و تم طرح قضايا المرأة بصورة رئيسية بموازاة حملة المرشحات من النساء بالنظر الى التحديات التي يواجهنها.

و بينما أظهرت البيانات الكمية حول التغطية أن النساء السياسيات و برامج قضايا المرأة لدى المرشحين نالت إبرازاً قليلاً، فإن البيانات النوعية حول تغطية قضايا ترتبط بالمرأة – كالصحة الإنجابية و دور النساء في نظام ديمقراطي و الحاجة لزيادة دور النساء في السياسة و قضايا التمكين – كانت أكثر إيجابية. لم تتول وسائل الإعلام قضايا المرأة بالرعاية. و عن طريق وسائل الإعلام دعا الصندوق الإنمائي للأمم المتحدة من أجل النساء الى مساندة المرشحات من النساء في الانتخابات تحت شعار: ساندها و صوت لها و إنتخبها. و شددت بعض وسائل الإعلام على عناصر القوة لدى المرشحات: إذ تم تشجيع الناخبين للتصويت للنساء لأنهن "لسن مشرعات و إنما صانعات سلام بالمجتمع" (راديو بخيتا، ٦ أبريل).

و كما أظهر التقرير السابق لرصد وسائل الإعلام، كانت هناك زيادة واضحة في عدد حالات خطاب الكراهية عندما إقترب موعد الإقتراع و إحتدت لغة و نغمة الحملة. و شملت اللغة التحريضية بشكل عام الأحزاب السياسية و المرشحين حيث كانوا المصادر الرئيسية و الهدف الرئيسي لذلك<sup>٧</sup> و في حالات عديدة فإن العديد من التصريحات لا تقع تحت فئة خطاب الكراهية لكن نغمة السياسيين و المرشحين تكون عدائية. مثال لذلك حينما هدد مرشحون بولاية البحيرات بإطلاق النار على المواطنين و فصل زعمائهم إن لم يصوتوا لصالحهم (راديو بخيتا، الأخبار).

من الأمثلة التي تقع تحت فئة خطاب الكراهية الرأي أو التحليل الموجه لأحزاب أو فعاليات سياسية و إتهمهم بقتل القبائل الجنوبية و بأنهم خونة و بأنهم سياسيون ذوي تفكير قذر. و تشمل فئة الدعوة للعنف أو التوتر تصريحات للفعاليات السياسية و الصحفيين مثل سنقوم بقطع أصابعهم (للمراقبين) و سندوس عليهم بأحذيتنا و نطردهم و نمزق علم السودان و كذلك مثل الدعوات العامة مع أو ضد الدولة الإسلامية.

### (هـ) يوم الصمت في الانتخابات (١٠ أبريل ٢٠١٠):

من المقرر أن تحترم الأحزاب السياسية و وسائل الإعلام فترة الصمت الانتخابي فيما يختص الحملات الانتخابية. و هذه الفترة هي ٢٤ ساعة قبل الإقتراع.

تم خرق تلك القاعدة على نطاق واسع بواسطة وسائل الإعلام و الأحزاب السياسية و بخاصة الصحافة الورقية و محطات التلفزة. و خلال يوم الصمت نشرت الوسائل المسموعة و المرئية و الصحافة المطبوعة حملات العديد من الأحزاب و الفعاليات السياسية. و ركزت بصورة رئيسية على نشر تصريحات لأعضاء الأحزاب السياسية مثل المؤتمر الوطني و الحركة الشعبية و الإتحادي الديمقراطي.

<sup>٧</sup> الهدف هو الفرد أو الجماعة الذي يوجه ضده/ضدها خطاب الكراهية كما تنشره وسائل الإعلام.

و تم رصد إستمرار الصحف في تغطية الحملات الإنتخابية لعدد من المرشحين. كذلك كانت هناك إعلانات إنتخابية مدفوعة القيمة و تلقى عدد من المرشحين مساحة واسعة من التغطية. كما تم رصد أن الإعلام الإذاعي بث يوم الصمت إنتقادات كثيرة لأحزاب المعارضة التي قاطعت الإنتخابات.

و بينما إلتزم تلفزيون الخرطوم الحكومي بيوم الصمت في الإنتخابات و إستمر بتثقيف الناخبين، خرقت محطات التلفزة الأخرى فترة الصمت. و تم رصد حملات و إعلانات الإنتخابات الرئيسية في تلك الفترة.

إحترم أغلب محطات الراديو بشمال السودان قواعد يوم الصمت و تم رصد حالات محدودة من الخروقات خلال يوم ١٠ أبريل. و إستمر بث تثقيف الناخبين و أخبار المفوضية القومية للإنتخابات عبر كل وسائل الإعلام.

كذلك تمت ملاحظة أن رسميين كبار قاموا بأنشطة ذات صلة بالحملات (كان يمكن تأجيلها لما بعد الإنتخابات) قامت وسائل الإعلام المختلفة بتغطيتها.

#### الراديو:

| الاذاعة                  | اختراقات رصدت  |
|--------------------------|--|
| اذاعة القوات المسلحة     | اذاعة القوات المسلحة بثت عبارات وحديث للرئيس عمر البشير  |
| اذاعة بخيئة              | اذاعة بخيئة بثت عبارات لعضو في الحركة الشعبية لتحرير السودان                                   |
| راديو حكومة جنوب السودان | هنالك وضوح في دعم راديو حكومة جنوب السودان لحكومة جنوب السودان وخصوصا سلفاكير                  |
| راديو مرايا              | راديو مرايا ركز تغطيته في الاخبار المتعلقة بالرئيس عمر البشير ورئيس حكومة جنوب السودان سلفاكير |

#### التلفزيون:

| محطة التلفزيون       | اختراقات رصدت  |
|----------------------|--|
| تلفزيون السودان      | تلفزيون السودان القومي قام ببث اعلانات مدفوعة القيمة لكل مرشحي رئاسة الجمهورية   |
| تلفزيون النيل الازرق | تلفزيون النيل الازرق قام ببث اعلان مدفوع القيمة لصالح قيادي بحزب الاتحادي الديمقراطي وكما خصص مساحة زمنية لحزب الحركة الشعبية لتحرير السودان |

الصحف:

| الصحف                   | اختراقات رصدت   |
|-------------------------|---|
| الانتباهة               | صحيفة الانتباهة غطت الحملة الانتخابية للرئيس عمر البشير وعلي كرتي   |
| الراي العام             | الراي العام غطت الحملة المتعلقة بالرئيس عمر البشير  |
| الصحافة                 | الصحافة غطت الحملة الانتخابية لحزب الاتحادي الديمقراطي الاصل - حملة محمد عثمان الميرغني   |
| اخر لحظة                | - قامت بتغطية الحملة الانتخابية لحزب المؤتمر الوطني و حزب الاتحادي الديمقراطي .<br>- غطت الحملة الانتخابية للرئيس عمر البشير<br>- غطت الحملة الانتخابية لمرشح حزب المؤتمر الوطني لولاية الخرطوم |
| السوداني                | قامت بنشر اعلان مدفوع القيمة للمرشح محبوب عروة  |
| الايام                  | - قامت بالتغطية الاعلامية لحزب المؤتمر الوطني والحزب الاتحادي الديمقراطي<br>- نشرت عبارات واحاديث لمبارك الفاضل وانسحابه كمرشح لرئاسة الجمهورية   |
| اجراس الحرية            | نشرت اعلان مدفوع القيمة لصالح الحركة الشعبية لتحرير السودان   |
| اخبار اليوم             | - غطت الحملة الانتخابية للرئيس عمر البشير<br>- نشرت عبارات لسلفاكير وياسر عرمان وايضا مبارك الفاضل<br>- غطت الحملة الانتخابية لحزب الاتحادي الديمقراطي الاصل                                    |
| The Citizen<br>ذا سيتزن | - قامت بنشر تقارير بصورة واسعة عن رئيس حكومة جنوب السودان و هنالك وضوح في الدعم للحركة الشعبية لتحرير السودان تم ملاحظته.<br>- نقلت وغطت عبارات لياسر عرمان.                                    |

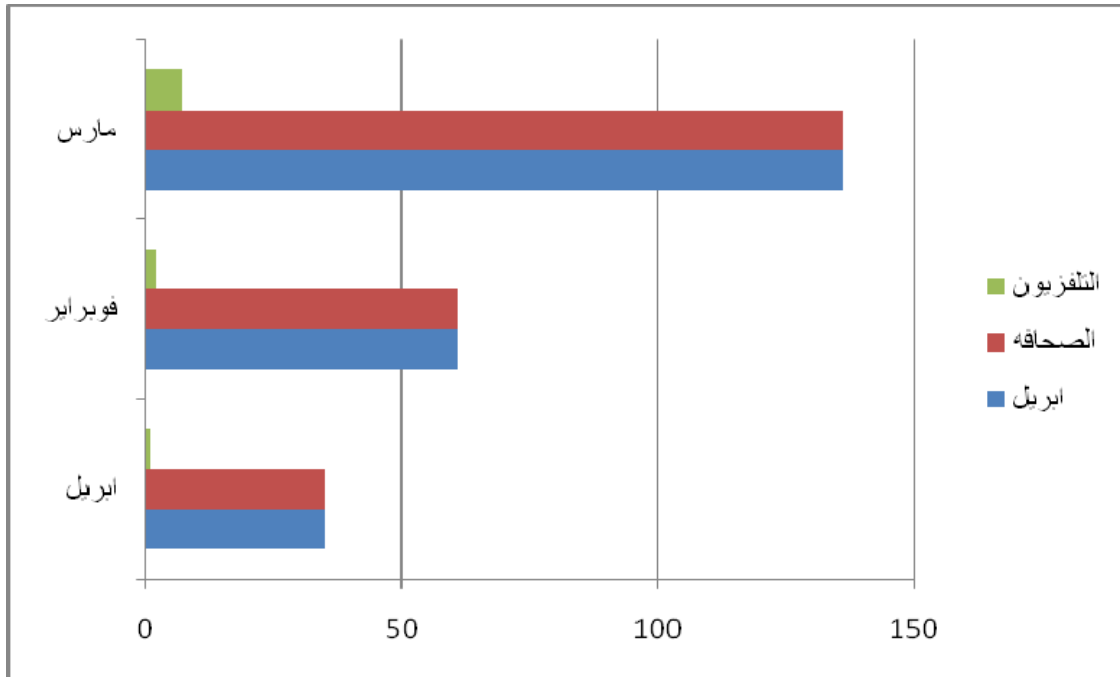
|  |   |
|--|---|
| . قامت بنشر تصريحات وتقارير للرئيس عمر البشير اضافة الى تقارير<br>وتصريحات لام كول | Sudan Vision<br>رؤية السودان (سودان فيشن) |
|--|---|

### (و) خطاب الكراهية في تغطية الانتخابات:

خلال فترة الرصد من ١٣ فبراير الى ٩ أبريل تم تسجيل ٢٥٩ حالة خطاب كراهية و ذلك بما يزيد عن فترة الرصد السابقة (١٣ فبراير الى ٢١ مارس) بعدد ٩١ حالة (٣٥,١%).

و تستمر الصحافة الورقية كمصدر رئيسي بالنسبة لوسائل الإعلام يتم خلاله توجيه رسائل خطاب الكراهية بما يظهر تسجيل ٢٣٢ بالصحف من ٢٥٩ و هو ما يوازي ٨٩,٥% من جملة الحالات التي تم تسجيلها بينما لا توجد زيادة ملحوظة لخطاب الكراهية في التلفزيون و الراديو التي تمت ملاحظتها في الفترة السابقة.

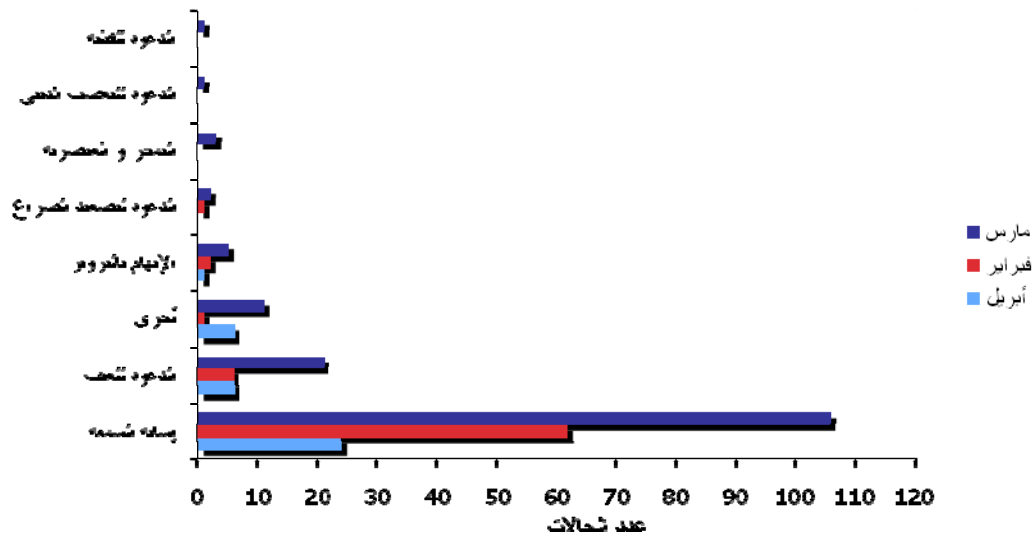
توزيع حالات خطاب الكراهية وفقاً للشهر و لقطاع الإعلام



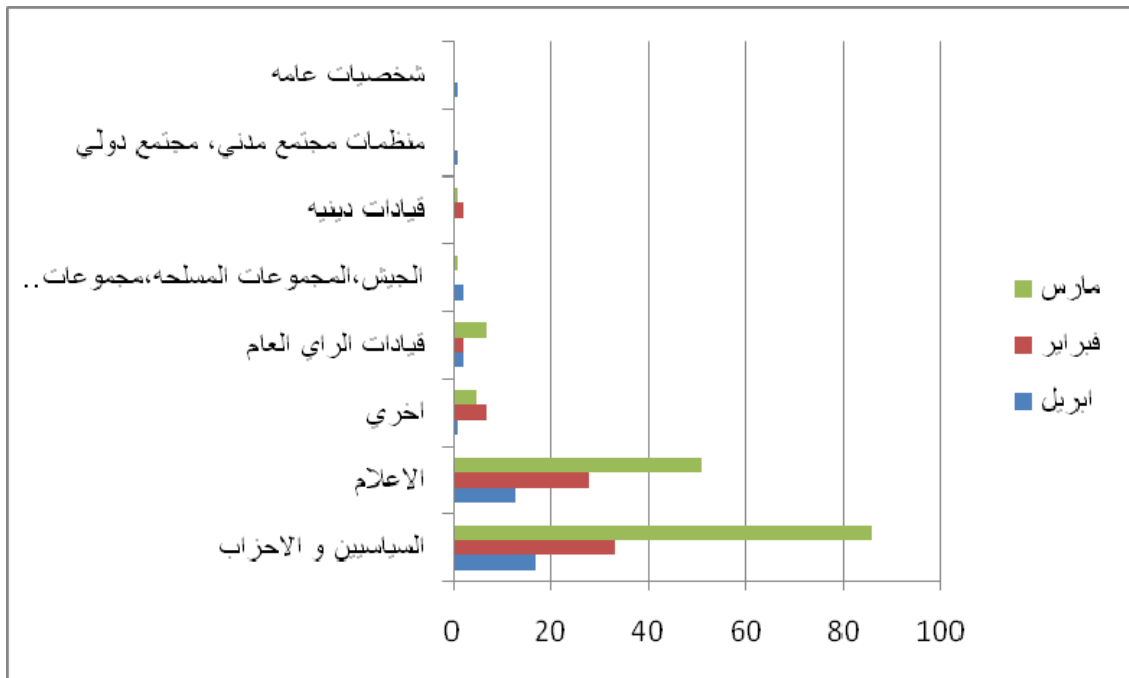
و مع إقتراب الإقتراع إزدادت بصورة ملموسة قضايا إهانة السمعة لتقفز الى ١٩٢ حادثة بزيادة ٦٤ حالة عن الفترة السابقة.

و رغم أنها لم تصل الى ما وصلت اليه زيادة حالات إهانة السمعة، إلا أن فئات الدعوة للعنف و الإتهامات بالتزوير و غير ذلك أظهرت زيادة ملحوظة. و تمت ملاحظة حوادث للفئات الأخرى من خطاب الكراهية خلال الرصد الحالي كالدعوة للقبليّة و لعدم التسامح الديني، و هو ما لم تتم ملاحظته خلال فترة الرصد السابقة.

### توزيع حالات خطاب الكراهية وفقاً لثغفة و الشهر



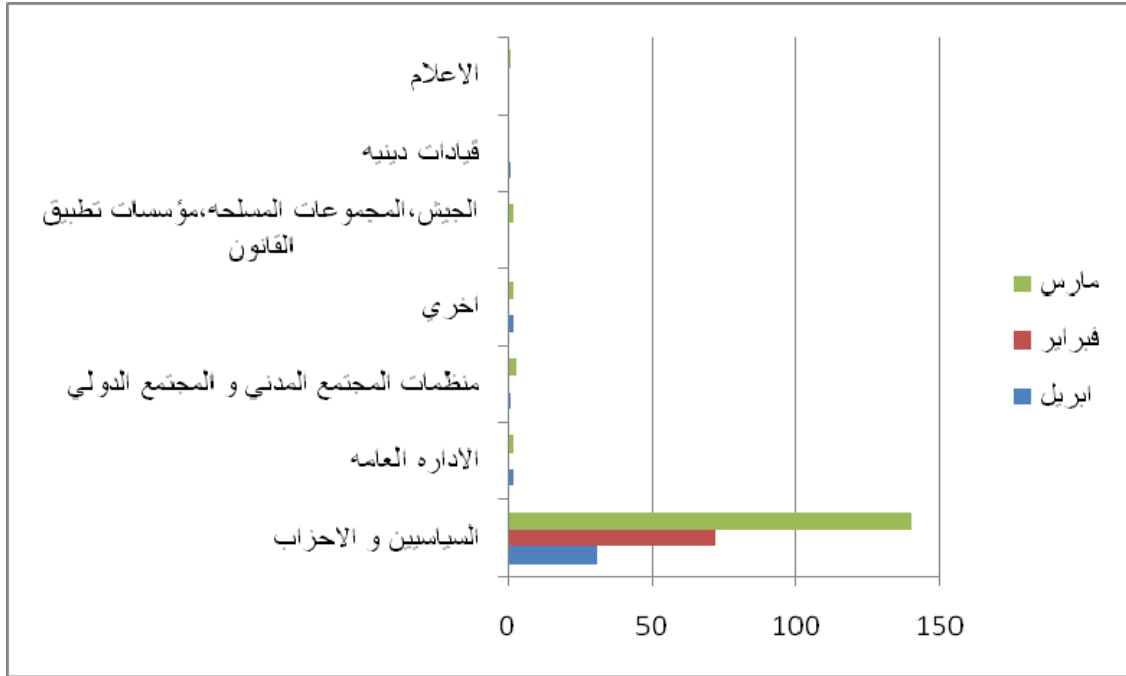
### توزيع حالات خطاب الكراهية وفقاً للمستهدف به و الشهر



كان السياسيون و الأحزاب السياسية المصدر الرئيسي لخطاب الكراهية و أسهموا بالقدر الأكبر من حالاته خلال فترة الرصد و بلغ إسهامهم كمصدر ١٣٦ حالة من جملة ٢٦٠ حالة تمت ملاحظتها.

و الى جانب السياسيين و الأحزاب السياسية كمصدر كانت وسائل الإعلام مصدراً لخطاب الكراهية بزيادة كبيرة بلغت ٩٢ حالة من ٢٦٠ حالة و هي جملة الحالات.

#### توزيع حالات خطاب الكراهية وفقاً للمصدر و الشهر



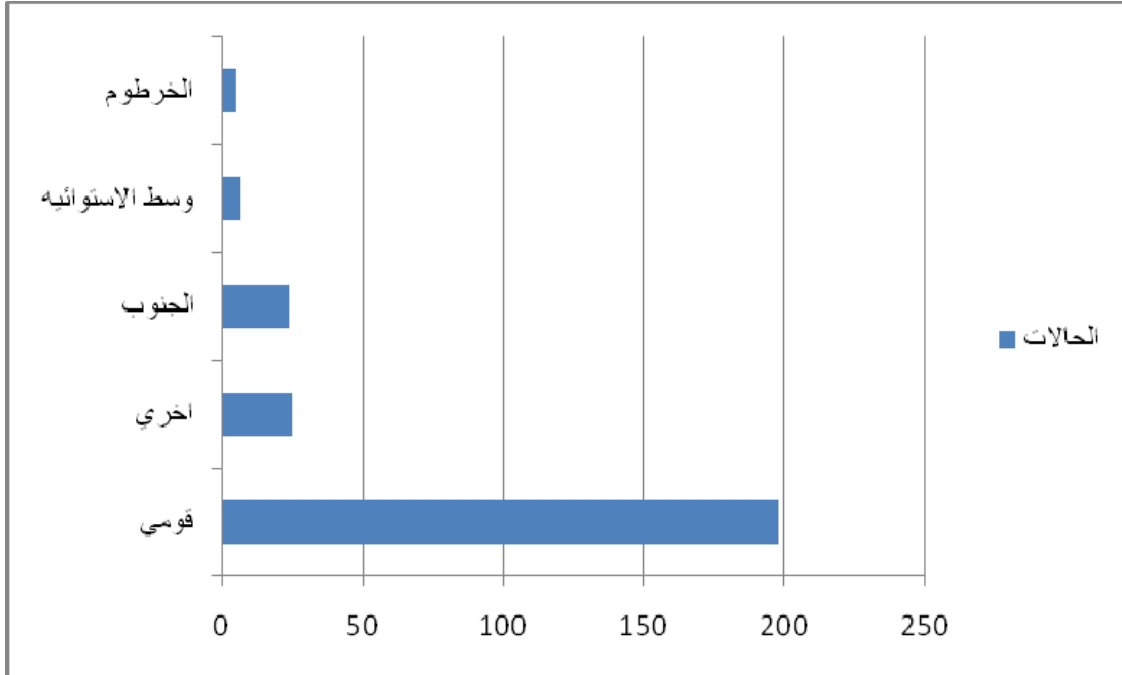
أظهر تحليل خطاب الكراهية وفقاً للمستهدف به أن السياسيين و الأحزاب السياسية كانا أيضاً الهدف الرئيسي إذ نالهم من خطاب الكراهية ٢٤٣ من جملة ٢٥٩ (٩٣,٨% من الإجمالي).

أظهر تحليل البيانات أن الفئة "قومي" بما نالته من ١٩٨ حالة خطاب كراهية تعتبر المنطقة الجغرافية الرئيسية المتأثرة بذلك. و يعني ذلك أن أغلب خطاب الكراهية يمس قضايا قومية تتعلق بكل أهل السودان و ليس منطقة جغرافية بعينها. المنطقة الثانية التي تركز فيها خطاب الكراهية و فنئها "أخرى" نالت ٢٥ حادثة أي أقل بمقدار ١٧٣ من حالات "قومي". أما الفئة "جنوبي" فكانت المنطقة الجغرافية الثالثة المتأثرة و نالت ٢٤ حالة.

و قد نالت المناطق الجغرافية "الإستوائية الوسطى" و "الخرطوم" ٧ حالات و ٥ حالات بالتتابع من خطاب الكراهية.

<sup>٨</sup> فئة أخرى تشمل دارفور و النيل الأبيض و الجزيرة و شرق الإستوائية و الوحدة و الشمالية و غرب الإستوائية و وارب و جونقلي و البحيرات.

#### توزيع حالات خطاب الكراهية وفقاً للمناطق



#### ٤. خلفية حول رصد مجموعة الإعلام و الإنتخابات بالسودان لوسائل الإعلام:

البناء:

من الأهداف المهمة لهذا المشروع بناء القدرة السودانية على رصد وسائل الإعلام لذلك وقع الإختيار على تأسيس مراكز للرصد بالسودان. و تقع الوجدتان الرئيسيتان للرصد الموحد لوسائل الإعلام بكل من الخرطوم حيث تتولاها المبادرة السودانية للتنمية SUDIA و جوبا بمقر جمعية تنمية وسائل الإعلام بجنوب السودان<sup>١</sup> AMDISS و هناك سبع وحدات لرصد وسائل الإعلام على مستوى الولايات بشمال كردفان و شمال دارفور و البحر الأحمر و البحيرات و شرق الإستوائية و أعالي النيل و الإستوائية الوسطى. و تقوم بكل تلك الوحدات من حيث الإدارة و الرصد كوادرس وطنية بدعم من خبراء دوليين. و من خلال مجموعة الإعلام و الإنتخابات SMEC تتولى كل من "هيئة المراقبة دي باقيا" و "المجموعة العربية لرصد وسائل الإعلام" تقديم النصح حول عمليات الرصد في ما يتعلق بالتنفيذ و بالمنهجية. كذلك يقوم كل منهما بضبط الجودة لعملية الرصد و نقل تجربتهما للفرق الوطنية حتى يتم الإسهام في بناء القدرات و الإستدامة بالنسبة للوحدات السودانية لرصد وسائل الإعلام. و تتولى "المبادرة السودانية للتنمية" SUDIA بالخرطوم و "جمعية المساعدات الشعبية النرويجية" NPA بجوبا ما يتعلق بالشؤون اللوجستية و التنظيمية للوحدات بينما تقوم "الدعم الإعلامي الدولي" IMS برصد توجيه المشروع بكامله.

<sup>١</sup> AMDISS: Association for Media Development in Southern Sudan

## المنهجية:

يتم رصد كل الوسائل الإعلامية وفقاً لمنهجية تبلورت عام ١٩٩٥ تركز على تحليل المضمون. و قد تم إختيار و تبني هذا المنهج في عدة إنتخابات بواسطة مجموعات من منظمات دولية و منظمات مجتمع مدني على إمتداد العالم.

و تتضمن المنهجية مكونين رئيسيين: رصد الإنتخابات و التغطية السياسية و رصد خطاب الكراهية. يتركز رصد التغطية الإنتخابية و السياسية على التحليل الكمي و الكيفي بهدف ملاحظة و تقويم المدى الذي توفر فيه وسائل الإعلام تغطية منصفة و متوازنة للسياسيين و لغيرهم من المهتمين من خلال العملية الإنتخابية وفقاً للقوانين الوطنية و اللوائح المحلية و موثيق السلوك المهني الى جانب الأفضل من الممارسات الدولية. و يتضمن التحليل الكمي إختيار عناصر من مضمون مخرجات وسائل الإعلام يمكن حسابها و يركز على الوقت و المساحة الذين خصصا لمختلف الأحزاب و المرشحين. و يتم رصد كل عنصر من تلك بصورة منفصلة مع تسجيل قدر ما تم تخصيصه من زمن بث أو مساحة. كما يتم تصنيف كل عنصر وفقاً للغممة التي صدر بها عند تغطية السياسيين. ثم يصنف الفائزون على الرصد تقويمهم لذلك على مقياس ثلاثي القيمة: إيجابي و محايد و سلبي.

و يقوم التحليل الكيفي على ملاحظة منهجية لأفكار و قضايا محددة تتعلق بتثقيف الناخبين و التوازن حيال قضايا المرأة و النوع و تغطية سلطات الإنتخابات و العملية الإنتخابية و إطار و معايير العمل الإعلامي بالسودان.

أما المكون الثاني الخاص برصد خطاب الكراهية أو اللغة التحريضية – سواء كانت بإسناد لمصدرها أو كان مردها لوسائل الإعلام نفسها – فيهدف لتقويم ما إذا كانت وسائل الإعلام قد قامت بدور المهدئ أو جنحت للمساهمة في زيادة أي توترات كامنة تتعلق بالإنتخابات. و هذا الإختبار سيؤدي الى ما إذا نشرت أو إذاعت وسائل الإعلام من خلال أو بواسطة أي من المتحدثين السياسيين أو إذا ما كانت تلك الوسائل قد قامت من نفسها بالترويج للعنف. إذ أن المتحدثين السياسيين و وسائل الإعلام هما المصدر الرئيسي لخطاب العنف كذلك يؤدي الإختبار الى تبيان المجموعات المستهدفة و المتأثرة بذلك.<sup>١٠</sup>

يتم تأمين نوعية و صحة الأداء عن طريق مواصفات للجودة و الإرشاد المتواصل من جانب الخبراء في الموقع. و قد تدريب ٣٧ من السودانيين القائمين بالرصد على منهجية الرصد بجوبا و الخرطوم لبدءوا العمل مباشرة بعد التدريب بالوحدات و الولايات. يقوم الرصدون بقياس الزمن و المساحة و الفئات الخاصة بأداء وسائل الإعلام في الإستثمارات المخصصة لذلك. و يتولى مستشارو المجموعة العربية لرصد وسائل الإعلام في الخرطوم و جوبا إرشاد المعلمين خلال العملية و يراجعون عملية ضبط الجودة. و بعد إدخال البيانات في قاعدتها تقوم الفرق بتحليل كيفي لوسائل الإعلام حيث تقوم هيئة المراقبة دي بافيا تحليل البيانات الواردة كمدخلات في القاعدة. و تقوم المجموعة كل إسبوعين بنشر تقرير للنتائج (الأولية) و تقرير ختامي يتوقع في يونيو. و تصدر تقارير رصد وسائل الإعلام بالإنجليزية و العربية.

<sup>١٠</sup> يمكن تعريف خطاب الكراهية بما يقصد منه إثارة الكراهية ضد افراد أو مجموعات تأسيساً على العرق أو الدين أو النوع أو الميول الجنسية أو الجهة أو الوطن الأصل أو أي تصنيف آخر غير ملائم. و يتضمن ذلك اللغة التحريضية و الدعوة للعنف و الصدام (الدعوات للقيام بفعل ذي طبيعة عنيفة ضد البشر و الأشياء) و التمييز (الدعوة لسلب حقوق مجموعات على أساس السن أو الإثنية القبلية أو القدرة أو الوضع الزوجي أو الميول الجنسية أو المستوى الإقتصادي أو الدين) و الإتهام بالتزوير (الدعوة أو الإفادة بتزوير مزعوم و ممارسات خاطئة في مجمل العملية الإنتخابية) و الدعوة للقبليّة و إهانة السمعة (إسناد عن طريق الإعلام يتسبب في إلحاق العار أو السخرية أو الإحتقار أو الحط من الشأن في نظر الآخرين بالمجتمع أو فقدان العمل أو المستحقات أو غير ذلك مما يشين السمعة.

## إختيار البرامج التي يتم رصدها:

تقوم مجموعة الإعلام و الانتخابات بالسودان SMEC برصد يومي لأربعة محطات تلفزة و ١٧ قناة راديو و ١٣ صحيفة<sup>١١</sup>. و يتم الرصد و التسجيل لمحطات الراديو أربع ساعات صباحاً و أربع ساعات مساءً. و يختلف ذلك من محطة لأخرى وفقاً لساعات الإذاعة. كما يتم التسجيل للتلفزة في المساء. و يتركز إختيار الساعات المرصودة على أوقات ذروة الإستماع و المشاهدة. و يعني هذا أن البرامج التي تبث خارج تلك الساعات لا يتم رصدها و بالتالي لا تشملها النتائج. و البرامج التي تبث خارج تلك الساعات غالباً ما تكون برامج موسيقية أو إعادة لحقات أو ترعاها جهة ما. و أغلب محطات الراديو توقف بثها على الهواء خلال ساعات منتصف النهار.

تم إختيار وسائل الإعلام للرصد وفقاً لمعايير عدة تشمل مدى وصولها للمواقع المختلفة و تقدير عددية المتلقين و المستهدفين بواسطة وسائل الإعلام و تنوع وسائل الإعلام المختارة و التوازن بين الوسائل الحكومية و الخاصة و التوزيع. كذلك كان ضمن المعايير الموازنة بين التلفزة و الراديو و الصحافة الورقية في مجمل حماية الإختيار. و تم إستبعاد النشر عبر الشبكة العنكبوتية من الرصد لمحدودية وصولها بالسودان و حقيقة أن النشر عبر الشبكة يستخدم كإمتداد للوسائل التقليدية لنقل الأخبار و المعلومات. معيار أخير تم إستخدامه في إختيار وسائل الإعلام هو أن الإعلام الإذاعي يعمل من داخل و خارج السودان. نتيجة لذلك لم يشمل الإختيار بعض محطات الراديو العاملة بالموجة القصيرة. و تم رصد محطات الراديو بعواصم الولايات و جوبا و الخرطوم أينما كان ممكناً تلقي إشارات البث. و يعني ذلك أن بعض الخدمات الموجهة مثل خدمة دارفور و الخرطوم لراديو مرايا تم إستبعادها من العينة.

## الإطار القانوني لتغطية الانتخابات:

وضع قانون الانتخابات الإطار التنظيمي لتغطية الانتخابات. و ينص القانون على أن المرشحين و الأحزاب السياسيين "لهم الحق في الوصول الى و إستخدام كل وسائل الإتصال الجماهيري" و ينطبق هذا النص على كافة وسائل الإعلام.

وضعت المفوضية القومية للانتخابات الأحكام التي تحدد الإجراءات الضرورية لضمان حقوق كل المرشحين و الأحزاب السياسية للوصول لوسائل الإعلام العامة على أسس من المساواة و الفرص المتكافئة. و أعدت المفوضية بالتزامن مع وسائل الإعلام الحكومية برنامجاً شاملاً لضمان الإستخدام المتساوي لوسائل الإعلام العامة لكل المتنافسين. و تم تخصيص عشرين دقيقة من الوقت في قنوات مختارة للراديو و التلفزيون للمتنافسين للرئاسة كما سمح للمتنافسين لرئاسة حكومة الجنوب بثلاثة عشر دقيقة. إضافة لذلك أصدرت المفوضية قائمة مفصلة بالقواعد و الإجراءات التي يتعين على كافة الأحزاب السياسية و المتنافسين المستقلين الإلتزام بها و ذلك فرص متساوية في الحملات لمرشحي الانتخابات.

كذلك أصدرت المفوضية موجهات مهنية لوسائل الإعلام في التغطية الإعلامية و قامت بإجراء ورش لذلك الغرض بالنسبة لوسائل الإعلام و المعنيين الآخرين بكل من الخرطوم و جوبا. و بموجب توجيهات المفوضية فإن لأي مرشح أو حزب يدعي أنه تعرض لإشانة السمعة أو الضرر من قبل أي مؤسسة إعلامية مطبوعة أو إلكترونية أن يحصل إما على فرصة للرد أو التصويب أو النفي من جانب المؤسسة الإعلامية التي صدرت عنها المادة مشينة

<sup>١١</sup> مجموعة الإعلام و الانتخابات - رصد وسائل الإعلام السودانية في تغطية الانتخابات السودانية لعام ٢٠١٠.

السمعة. و يتعين أن يتم الرد أو التصويب في نفس زمن البث أو المكان الذين تم فيهما نشر المادة المشينة للسمعة. و تتطلب تلك الجهات أيضاً من الصحفيين أن يعملوا بالكيفية التي تحافظ على أعلى المعايير المهنية و الأخلاقية خلال أدائهم لحقهم الدستوري في حرية التعبير و إعطاء الإعتبار لمسؤوليتهم الإجتماعية.

إطار و تشريعات الإعلام بالسودان:

لا يزال التشريع الإعلامي السوداني متأخراً عن المعايير الدولية. فالقانون السابق للصحافة و المطبوعات جعل من الصعب وجود صحافة حرة و ناقدة من خلال محددات و محظورات صارمة و سيطرة حكومية. و يراقب مجلس الصحافة ما يتعلق بأعمالها و على كل صحيفة أن تسجل نفسها سنوياً بما يوفر أداة للضبط بواسطة السلطات.

و على الصعيد القومي أجاز المجلس الوطني قانوناً للصحافة و المطبوعات عام ٢٠٠٩ إشمئ على تحسينات كخفض عدد أعضاء المجلس الوطني الذي يعينهم الرئيس في المجلس. لكن لا زالت هناك رؤية بأن خطوة كبيرة لا تزال قائمة لتنمية حرية الصحافة و ذلك يمهد السبيل لمحددات تقف على طريق الصحافة في ظروف معينة.

و في جنوب السودان قامت مجموعة من المنظمات الوطنية و الدولية<sup>١٢</sup> خلال الأعوام القليلة السابقة بالعمل لإصدار قوانين إعلامية جديدة تتماشى مع المعايير الدولية لحقوق الإنسان. و قد شملت هذه العملية التشاور مع المجتمع المدني العريض و الإعلاميين. و تم رفع تلك المقترحات للبرلمان. و لا زالت العملية في أطوارها الأخيرة.

يعتبر الراديو الوسيط الأكبر إنتشاراً بالسودان. و قد تم دمج كل من راديو إذاعة أم درمان و تلفزيون السودان المملوكان بواسطة الحكومة في هيئة واحدة للراديو و التلفزيون عام ٢٠٠٢. أما المحطات الإقليمية فقد بدأت في الظهور مع بداية عقد الثمانينات من القرن الماضي حيث بلغ عددها الآن ١٨ محطة في ٢٦ ولاية و هي تعيد البث الصادر من أم درمان. و تعيش تلك المحطات في ظل محدودية البيئة المتاحة لوسائل الإعلام. و قد ورثت حكومة جنوب السودان من الخرطوم ثلاث محطات راديو بالموجة المتوسطة. و تعمل المحطات بمعدات قديمة و قدرات معاقة لتلقي و نشر المعلومات. و منذ عام ٢٠٠٦ تم إطلاق محطات جديدة للراديو تعمل بنظام FM في جنوب السودان خاصة بمدينة جوبا و هي تعمل في ظل ظروف صعبة من نقص المعدات و القدرات و شح الإنتاج. و قد عمل راديو الأمم المتحدة مرايا بجوبا منذ يونيو ٢٠٠٦ و تتوفر لديه معدات جيدة تشمل تسهيلات على شبكة إنترنت.

و بالنظر الى تكلفته فإن التلفزيون يأتي في المقام خلف الراديو. و تعمل الحكومة في الخرطوم على إعادة بث البرامج التلفزيونية من أم درمان لأنحاء السودان المختلفة و عبر تلفزيون جنوب السودان. و في ما عدا تلفزيون جنوب السودان لا توجد خدمة تلفزة ذات أثر كبير في الجنوب.

تطور بصورة جيدة قطاع الصحافة الورقية بشمال السودان إذ تتوفر العديد من المطبوعات بالخرطوم بصورة فنية محترفة. و تعمل الصحف العربية في إطار سياسي رغم أنها قنوات تتعدد بها الأصوات. أما الصحف المتاحة بالجنوب (بالإنجليزية) فلا تزال تطبع بالخرطوم أو الخارج و هي متوسطة من حيث النوعية و تعاني من نقص في القدرات و التدريب. و هناك رغبة و هدف لتلك الصحافة في خدمة الأغراض الإتصالية لمواطني جنوب السودان

<sup>١٢</sup> تتكون هذه المجموعة من "الدعم الإعلامي الدولي" و "المعونة الشعبية النرويجية" و جمعية تنمية وسائل الإعلام بجنوب السودان AMDISS و "المادة ١٩" و "معهد أولوف بالم".

إلا أن هناك حالات من إعتقالات صحفيين لعدم الدراية بالقوانين التي تحكم العمل الإعلامي و التي تجعل وسائل الإعلام تعمل في ظل قيود على حرية الصحافة.

عند تحليل نتائج رصد وسائل الإعلام، لا بد من أن يوضع في الحسبان الإطار العام للمشهد الإعلامي السوداني. إذ يترتب عن القصور في المعدات و البنيات الأساسية و القدرات و المهارات وضع يجعل محطات التلفزة تستخدم مواد التلفزيون القومي و يجعل محطات الراديو تعيد بث برامج الإذاعة القومية و يجعل صحف الجنوب تنقل مقالات بعضها البعض. كذلك يعمل العديد من الصحفيين كمتعاونين مع عدة صحف في ذات الوقت فينشروا ما يكتبون في أكثر من صحيفة. و هو ما يحدث بالخرطوم كما في الجنوب. إن المناخ المحدود لوسائل الإعلام و تأريخ الثقافة الإعلامية أدى الى تسييس وسائل الإعلام خاصة في شمال السودان حيث اصبحت تلك الوسائل قناة سياسية أكثر من أن تكون حارساً للمجتمع. و أخيراً لا بد أن يوضع في الحسبان أن رصد وسائل الإعلام يتم على المستوى القومي لكنه يعبر عن حجم تلك الوسائل كقطاع في الشمال بمواجهة ذلك القطاع في الجنوب. و خلال فترة الأشهر القليلة الماضية بلغت السجلات التي تم إدخالها في قاعدة بيانات وحدة رصد التغطية الإعلامية بالخرطوم أكثر من ١١,٠٠٠ (تشمل دارفور و كردفان و البحر الأحمر). أما في جوبا (و تشمل الإستوائية الوسطى و شرق الإستوائية و البحيرات و أعالي النيل) فبلغت ٦,٥٠٠.

