



فاعلية وسائل الاتصال الأجنبية في نقل الأخبار  
دراسة تحليلية لأخبار السودان الواردة في وسائل الاتصال

د. إباء احمد التجاني عمر عوض \*

مستخلص الدراسة:

تلعب وسائل الاتصال دوراً مهماً في عملية تغيير المجتمعات في جميع المجالات؛ وتهدف هذه الدراسة لإبراز كيفية عمل وسائل الاتصال بكافة أنواعها من نقل المعلومات بمختلف أشكالها الصحفية وكيف تكن للسودان الاستفادة منها في نشر أخباره خارج نطاق الوطن بموجب الاتفاقيات الثنائية مع وسائل الإتصال العالمية ذات الوزن.

استخدمت هذه الدراسة المنهج التاريخي - الوصفي وأداة تحليل المضمون لجمع البيانات للوصول للنتائج المرجوة بتحليل الاخبار الواردة في تقرير المجلس القومي للإعلام الخارجي في الفترة بين يناير - يونيو 2009م، ومن خلال هذه الدراسة يمكن القول أن من أهم وسائل الاتصال التي يمكن الإستفادة منها في عكس وجه السودان في الخارج، هي القنوات الفضائية ومحطات الراديو والصحف سواء كانت تقليدية أو الكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي ووكالات الأنباء التي تعد من أهم مصادر المعلومات.

\*استاذ مساعد جامعة الملك عبد العزيز - كلية الإعلام والاتصال جدة .

## **Abstract**

The media has a prominent impact on the society. It is effective ,as it paves the way for the change in all fields. This study aims at showing how the media conveys the information in all journalistic types; thus, Sudan can benefit from the media in publishing its news and information through bilateral agreements with effective world media.

This study used the historical-descriptive approach and the content analysis tool to collect data to reach results by analyzing the news contained in the report of the National Council for External Information between January and June 2009. Through this study, it can be said that one of the most important means of communication can be used to reflect the face of Sudan, are the that TV channels, radio stations, newspapers whether traditional or electronic social networking sites and the news agencies, which are among the most important sources of information.

## المقدمة:

تمتاز وسائل الاتصال الجماهيرية المختلفة بأهمية قصوى في المجتمعات، لما لها من تأثير مباشر على الجمهور في جميع مجالات الحياة، وهي أيضا تحدث الدهشة و الابهار لديه و تحتل الصحافة بشتى انواعها المرتبة الرابعة بعد السلطات القضائية والتشريعية والتنفيذية حتى اصبحت توصف بانها (السلطة الرابعة) و (صاحبة الجلالة) و(مهنة المتاعب).

وأصبح الإعلام في عالم اليوم أداة قوية للتأثير على عقول وسلوك واتجاهات الناس باختلاف صفاتهم باعتبارهم أفراد أو مجموعات لإحداث التغيير الاجتماعي، كذلك أصبح أداة للتغيير السياسي في الدول، مثلما حدث بالدول العربية أو ما يعرف بثورات (الربيع العربي) Arab (Spring) التي انتظمت عدد من البلاد العربية منها تونس ومصر واليمن و مازالت مشتعلة في بعض منها.

وتدار وسائل الاتصال فق سياسات دول أو شركات وتمولها مؤسسات متخصصة، توجهها نحو سياسة معينة، تستهدف الدول الأخرى تارة والمؤسسات الاجتماعية تارة أخرى، فهي ليست محايدة، فالنقد الموجه لسياسة دولة ما، إنما ينطوي على أبعاد ليست ماثلة للعيان، أو بالإمكان ملاحظة تلك الأبعاد بشكل مباشر، فان السياسة الموجهة نحو بلد ما من خلال تناول ظاهرة ما وتحليلها إنما المقصود منه بعداً استراتيجياً في السياسة الخاصة بذلك البلد.

هنالك أربع وكالات أنباء عالمية التي تؤثر في النشاط الاعلامي في العالم (رويترز - ووكالة الصحافة الفرنسية و اسوشيتد برس وبيونايتد برس - بعد ان كانت خمس بإضافة وكالة تاس السوفيتية (سابقاً) - تهيمن علي نشر الأخبار، معظمها أمريكية، مجموعات إعلامية كبرى مؤثرة أمريكية الملكية والمنشأ.<sup>(1)</sup>

وظهر الإعلام الجديد وتطبيقاته في العالم، وأصبح يلعب دور مهم في تطور الاعلام التقليدي ليواكب العصر الحديث، حيث كان الظن أن الاعلام الحديث يلغي دور الاعلام التقليدي.

تناولت هذه الدراسة أهم وسائل الاتصال المؤثرة علي نطاق العالم، ملكيتها واتجاهاتها نحو السودان من خلال تغطيتها للشأن السوداني في فترة الدراسة، وهي عام 2009م بجانب وطبيعة العلاقة التي تربطها بالسودان، والجهات الوطنية المسؤولة عن الرصد والمتابعة الإعلامية.

### هيكل البحث

يتكون البحث من ثلاثة أجزاء، وهي :

1- الجانب المنهجي الذي يركز على الخطوات المنهجية للبحث، بما في ذلك البناء الهيكلي للبحث

2- الجانب النظري للبحث، والذي يشتمل على ادبيات الدراسة وكل ما كتب في هذا الجانب

3- الجانب التطبيقي الذي يربط بين الجانب المنهجي والنظري والوصول الى النتائج البحثية والتوصيات، والخاتمة

### الدراسة المنهجية:

#### أولاً : مشكلة البحث:

جاءت مشكلة هذه الدراسة من وجود غموض حول تحديد أهم وسائل الاتصال الخارجية ذات التأثير الواضح علي المستويات الإقليمية والدولية والعالمية، والتي يمكن توظيفها لخدمة مصالح السودان بغض النظر عن ملكيتها، وكذلك استجلاء طبيعة علاقات وسائل الاتصال السودانية مع تلك الوسائل، وشكلها وكيفية الإجراءات والتدابير المطلوبة لإقامة علاقات معها في المستقبل لتخدم مصالح السودان نسبة لتأثيرها .

### ثانياً : أهداف الدراسة:

من أهداف هذه الدراسة الآتي :

1. التعرف علي وسائل الإعلام النافذة التي يمكن توظيفها في خدمة مصالح السودان بغض النظر عن ملكيتها.
2. التعرف علي طبيعة العلاقة التي تربط مالكي هذه بوسائل الاتصال بالسودان.
3. التعرف علي نوعية وسائل الاتصال والرسائل المناسبة لكل وسيلة حسب نوعها ومنطقة تأثيرها.
4. تحديد الجهة أو الجهات الوطنية المنوط بها رصد ومتابعة تأثير هذه الوسائل علي السودان.
5. تحديد الجهة أو الجهات الوطنية التي يمكن أن تلعب دورا في تحسين العلاقة مع هذه المؤسسات الإعلامية لجهة تحسين أدائها في خدمة مصالح السودان.

### ثالثاً: تساؤلات الدراسة:

- 1- ما أهم وسائل الاتصال الخارجية المؤثرة التي تركز علي تناول الشأن السوداني؟
- 2- ما اتجاهات وسائل الاتصال المؤثرة في العالم ؟
- 4- نوع تغطية وسائل الاتصال المؤثرة لقضايا السودان؟
- 5- ما نوع تأثير تغطية وسائل الاتصال المؤثرة على السودان؟
- 6- ما هي الجهات التي تملك المؤسسات الإعلامية التي تصدر عنها هذه الوسائل؟
- 7- ما طبيعة العلاقة التي تربطها بالسودان؟
- 8- إلي أي مدي يمكن الاستفادة من هذه الوسائل لخدمة قضايا السودان ؟

9- ما هي الجهات الوطنية المسؤولة عن رصد ومتابعة تأثير وسائل الإعلام الخارجية؟

**رابعاً: منهج الدراسة:**

تعد هذه الدراسة من البحوث الكمية التي يقوم الباحث فيها بعمل القياسات الضرورية للمتغيرات ذات العلاقة بالمشكلة، والتي تعتمد منهجين الوصفي والتحليلي بهدف الوصول إلي نتائج علمية، من خلال جمع معلومات تصور الواقع المعين والقيام بتحليله والخروج بالنتائج، لذلك نستخدم منهج المسح الإعلامي بهدف الحصول علي البيانات والمعلومات المطلوبة عن وسائل الاتصال المؤثرة<sup>(2)</sup>.

**خامساً: أدوات الدراسة:**

أ- مصادر ثانوية وتشمل مراجع، بحوث و إصدارات و أوراق علمية و تقارير.

ب- مصادر ميدانية وتشمل تحليل المضمون

**سادساً: عينة الدراسة ومجتمع الدراسة :**

استخدمت الدراسة عينة من الأشكال التحريرية عن السودان الواردة في وسائل الاتصال الأجنبية خلال شهري يناير و يونيو من عام 2009م، و التي تم رصدها بواسطة المجلس الأعلى للإعلام الخارجي، لصعوبة تمثيل كل أفراد مجتمع الدراسة، خاصة وأن من الصعوبة أن تمثل كل مفردات مجتمع الدراسة في البحث نسبة لكثرة أعدادها ومفرداتها<sup>(3)</sup>.

**سابعاً: الإطار الزمني والمكاني للدراسة:**

حدد عام 2009م ليصبح اطار زمني للدراسة، لأن هذا العام شهد تطورات سياسية في العلاقات السودانية الخارجية، مع اختيار عينة من المواد التحريرية الواردة في وسائل الاتصال في الفترة الزمنية للدراسة .

## ثامناً: مصطلحات الدراسة

### 1. وسائل الاتصال

(يشير مصطلح "وسائل الاتصال الجماهيري" إلى كل الوسائط والأدوات والتقنيات غير الشخصية للاتصال؛ التي عن طريقها تنقل المعلومات السمعية أو البصرية أو كلاهما معاً أو تنقل الرموز النصوص بشكل مباشر إلى الجماهير، وتشمل وسائل الاتصال الجماهيري بين ما تشمل: السينما والتلفزيون والراديو والصور والصحف

والمجلات والكتب والوسائط المدمجة كالأشرطة والأقراص والشرائح الفيلمية، وكذلك شبكة الانترنت التي جاءت لتضم كل ما سبق من خلال قدراتها الضخمة في الاستيعاب والتوصيل)<sup>(4)</sup>.

وتختص هذه الوسائل التي تتم بها عملية الاتصال الجماهيري بالقدرة على إيصال الرسائل، في ذات اللحظة وبسرعة، إلى جمهور كبير متباين الاتجاهات والمستويات، مع قدرتها على نقل الأخبار والمعلومات والترفيه والآراء والقيم، بجانب أنها تشكل رأي عام وتنمية اتجاهات وأنماط من سلوك غير موجودة لدى الجمهور وهذه الوسائل هي الصحافة والراديو والتلفزيون والسينما والكتاب والتسجيلات المسموعة والمرئية والانترنت.

وتعريف آخر لوسائل الاتصال الجماهيري يركز صراحة على البعد الإنساني في وسائل الاتصال بخلاف الكثير من المعالجات التي تركز على الإجراءات التقنية لعمليات الاتصال والإعلام، وهو من أكثر التعريفات تركيزاً على كون الإعلام أو الاتصال الجماهيري ما هو إلا عمل منظم تقوم به هيئات أو منظمات أو جماعات أو سلطات سواء ابتغت الريح المادي المباشر أو غير ذلك من الأهداف<sup>(5)</sup>.

### 2. الخبر

لا يوجد تعريف موحد للخبر الصحفي في العالم، ذلك لأن مفهوم الخبر يختلف من عصر إلى آخر ومن مكان إلى آخر ومن سياسة إلى أخرى ومن دولة إلى أخرى. (يرتكز الخبر في النظام الليبرالي على عنصر الإثارة، أما مفهوم الخبر في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية فقد قدمه لنا ( ادجار ديل ) الذي عمل فترة طويلة مستشارا وخبيرا في الصحافة بهيئة اليونسكو، فهو يعرف الأخبار بمدى تأثيرها علينا حيث هي أحيانا تلبي رغبتنا في العلم بالشيء، وتذكرنا في الماضي أو تفرض علينا مشكلة أو سرا أو حالة مضطربة وهي تمكننا من معرفة حقيقة مشاعرنا الداخلية نحو أهداف الآخرين<sup>(6)</sup>).

أما في الفكر الاشتراكي، فإن مفهوم الخبر مرتبط بمفهوم الصحافة الماركسية وهي تعني عملية التقاط المعلومات الاجتماعية وتلقيحها ونشرها. أما المفهوم العربي للخبر فهو الكلام الذي يحتمل الصدق والكذب.

ويمكن التعريف للخبر بأنه : وصف الحدث بشكل لا يحتمل إلا الصواب وبطريقة واضحة ودقيقة وموجزة.

3. المادة الإخبارية : - جوهر الوظيفة الإعلامية لأنها تتضمن معلومات تمكن الناس من فهم الظروف الشخصية والبيئية والتصرف تجاهها عن علم ومعرفة.

الخبر هو كافة أوجه النشاط الإنساني التي تهتم الرأي العام ويسليه ، وبضيف إلى معلوماته جديدا إذا قرأ عنه.<sup>(7)</sup>

## المبحث الاول

### عوامل تأثير وسائل الإعلام

يرتبط تأثير وسائل الإعلام بعوامل داخلية وخارجية, فالإنسان ليس كائناً سلبياً

يلتقط كل ما يصل إليه ويتشرب كل ما يلقي عليه. ويمكن تلخيصها فيما يلي:

(1) المرسل (للمرسلة الإعلامية): ويعبر عن أثرها من خلال ثلاثة عوامل

أ- خبرة ومقدرة المرسل على ارسال الرسالة.

ب- صدق المرسل.

ج- تفرد واحتكار صاحب الرسالة الإعلامية.

(2) الرسالة الإعلامية نفسها (مضمون الرسالة): من خلال أربعة عوامل:

1- طريقة عرض الرسالة

أ- طريقة صياغة الرسالة الإعلامية.

ب- تكرار عرض الرسالة الإعلامية.

ج- ارتباط مضمون الرسالة بقضايا عامة للجماهير.

(3) المستقبل للرسالة وبيئته: من خلال ستة عوامل

أ- نوع الجمهور المستهدف.

ب- مستوى الفرد الاجتماعي .

ج- مستوى الفرد الثقافي وخلفيته الاجتماعية .

د- معتقدات الجمهور .

هـ- واقع المجتمع .

و- وجود أصحاب الرأي ودورهم في المجتمع.

**الإعلام وبناء استراتيجيات جديدة:**

يلعب الإعلام دوراً رائداً في ترقية مختلف مجالات الحياة , على النحو التالي:

1. توعية الجمهور وتوجيهه، بإعطائه الأفكار المعدة سلفا والمعلنة، مرتبطة بأساليب الإقناع.
2. كشف أخطاء الحكام وتسليط الضوء عليها.
3. يعد الاعلام من الوسائل ذات الاهمية في الدعاية الانتخابية. وعليه لكي ينجح الإعلام، لا بد له من وضع استراتيجيات واضحة المعالم ومساقات مبنية على أسس علمية وتقوم هذه المساقات على أهداف وهي:
  1. دعاية الدول للإعلام بكل وسائله ودعمه.
  2. العمل تدفق المعلومات بقدر من الجدية.
  3. الاستفادة من بعض الوسائل الإعلامية كالمسرح والصحافة والتلفزيون وبرامج التنمية الأخرى، دون توجيهها على وفق سياسة الدولة المعنية.
  4. الاستعاضة عن السياقات القديمة بأخرى تماشى مع التطور التكنولوجي في الاتصالات.<sup>(8)</sup>

#### وظائف وسائل الاتصال

- تقوم وسائل الإعلام بأنواعها المختلفة بوظائف رئيسة وهي:
1. وظيفة الإخبار والتزويد بالمعلومات و مراقبة البيئة.
  2. الربط و التفسير بهدف تجويد نوعية المعلومات وتوجيه الجمهور لما يفكرون فيه.
  3. زيادة الثقافة والمعلومات.
  4. تنمية العلاقات الإنسانية وزيادة التماسك الاجتماعي.
  5. الترفيه وتوفير سبل التسلية وقضاء أوقات الفراغ.
  6. الإعلان والدعاية.<sup>(9)</sup>

#### خصائص وسائل الاتصال

1. وسائل الاتصال المقرورة: وتضم: (الصحيفة والمجلة والكتاب والمجلد و المطوية). وتمتاز هذه الوسائل بإمكانية حفظها و نقلها بسهولة و يمكن للقارئ

أن يختار المقال الذي يعجبه ليقراه من مجلة ما, كما يمكنه أن يعيد قراءة مقال أو فقرة منه.

2. وسائل الاتصال المسموعة: تتمثل في الراديو والتسجيلات الصوتية و يمتاز الراديو بمخاطبته لحاسة السمع و هو غير مكلف، وللإعلام المسموع تأثير فعال، بل والأسرع زمنياً وأقوى معلوماتياً من الصحف والمجلات، إذ يستطيع الوصول إلى مساحة أوسع ليشمل الدولة التي يتم البث من أراضيها والدول المجاورة وبهذا فان له السبق والأولوية في النشر والأخبار.

3. وسائل الاتصال المرئية المسموعة : وتشمل السينما والتلفزيون والتسجيلات المرئية الصوتية وتتميز هذه الوسائل بإشراكها في نقل الصورة المتحركة والصوت المباشر إلى المتلقي ومن ثمة فإنهما يخاطبان حاستي السمع والبصر<sup>(10)</sup>.

وللإعلام المسموع المرئي (التلفزيوني) قوة تأثير أقوى من كافة وسائل الإعلام الأخرى في هذا العصر وخاصة بعد ظهور القنوات الفضائية التي تتجاوز حدود المكان و الزمان دون رقيب.<sup>(11)</sup>

4. وكالات الأنباء: (وهي مؤسسات إعلامية تقدم خدمة إخبارية وتعني بتجميع الأخبار وتغطية الأحداث بالصورة والكلمة والصوت، وتقوم بتوفير خدماتها الإخبارية إلى مختلف المؤسسات الإعلامية. وقد أسهمت وكالات الأنباء منذ انطلاقتها في تعزيز نفوذ الدول (الاستعمارية)، وفي التأثير على الرأي العام العالمي، وتوجيهه وجهات تتناسب مع سياساتها، وأهداف القائمين عليها والممولين لها)<sup>(12)</sup>

وتعتبر وكالات الأنباء أهم المصادر للمواد الاعلامية, إذ أنها تزود وسائل الإعلام المختلفة بالمواد الإخبارية، حيث ظلت على مر التاريخ ذات النفوذ الأكبر، إذ بلغت حصتها من سوق وسائل الإعلام 90% بين مصادر الاخبار الاخرى.

وقد استفادت وكالات الأنباء من تكنولوجيا الاتصال الحديثة بإنشاء مواقع على الإنترنت، بجانب مواقع في وسائل الإعلام الجديد، مما مكنها من أن تظل صاحبة السلطة الأقوى في النفوذ الإعلامي

## 5. الإعلام الجديد

يدور مفهوم الإعلام الجديد حول الإعلام الديناميكي التفاعلي الذي يجمع بين (النص والصورة والصوت والفيديو والجرافيك) في ملف واحد، باستخدام الانترنت كمنصة انطلاق، وبالتالي تعد المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية إحدى أدوات الإعلام الجديد، وهي تتيح للقارئ التفاعل مع النص وطرح الآراء حوله والخروج بمجموعة من الرؤى والأفكار حول الموضوع الواحد. ومن أهم أدوات الإعلام الجديد الآتي: -

ويمكن استخدام الاعلام الجديد في تجديد الخطاب الديني, لما له من إمكانيات تفوق الاعلام التقليدي الذي يتيح فرصة للنقاش وطرح الآراء والافكار عبر التفاعل والمشاركة, التي لم تكن متاحة من قبل في وسائل الاتصال التقليدية, ويمكن ايراد بعض النماذج المهمة لتطبيقات الانترنت وهي:

**1- البريد الالكتروني :** يعد البريد الالكتروني شبكة تواصل اجتماعي تشمل افراد خارج نطاق الاقارب, و شبكة تواصل جماهيري يقوم بتوزيع الرسائل لمئات الاف من المتلقين, وهو مصدر للمعلومات الشخصية والاجتماعية.

ويمكن استخدام البريد الالكتروني في نقل وتبادل المعلومات بجانب المراسلات, ويضمن البريد الالكتروني الخصوصية في الاستخدام, ويمكن الاستفادة منه في ارسال محتوى الرسائل الي عدد كبير من المتلقين

**2- المجموعات البريدية :** تقدم بعض المواقع خدمة استضافة المجموعات لاستقبال الأخبار وتوزيعها على المشتركين في نفس المجموعة، وبالتالي يمكن

للمشتركين فقط تصفح الرسائل والتعليق عليها، وتتفرد المجموعة البريدية بالاتي:

أ- خصوصية تداول الأخبار والمعلومات للمشاركين.  
ب- التخصص في نوعية الأخبار والمعلومات وهي شبكة تواصل اجتماعي محدودة بين المشتركين.

ج- تأسيس صفحة انترنت للمجموعة تتضمن تبادل المواد وعرض المواضيع من وظائف مجموعة الأخبار, أنها :

- تدعم شبكة التواصل الاجتماعي المحدودة داخل المجموعة .
- مصدر للمعلومات .
- مشاركة اجتماعية وثقافية ومناقشة قضايا المجتمع

يمكن استخدام المجموعات البريدية للذين يشتركون في هذه المجموعات في مجال تبادل المعلومات في ارسال الخطاب الديني داخل المجموعة المعدة لذلك

**3- الفيس بوك :** الفيس بوك هو موقع اجتماعي, تم اطلاقه في عام 2004م, ويسمح هذا الموقع للمستخدمين بالانضمام إلى عدة شبكات فرعية من نفس الموقع تصب في فئة معينة مثل منطقة جغرافية معينة - مدرسة معينة وغيرها من الأماكن التي تساعدك على اكتشاف المزيد من الأشخاص الذين يشاركون في نفس فئة الشبكة. والذي ينفرد بالاتي:

- أ- إنشاء صفحة خاصة بالمستخدم يضع فيها ما يريد.
- ب- التحكم في إتاحة الصفحة أو حجبها عن الزوار.
- ج- استقبال رسائل من الموقع عن المشاركات الجديدة.
- د- إمكانية إضافة صفحة للمشاركة في الحملات الاجتماعية<sup>(13)</sup>.

ويستفاد من تطبيق الفيس بوك في نشر المعلومات والتواصل بين المشاركين ذوي الاهتمام بالأخبار الالكترونية, على المستوى الفردي أو الجماعي.

**4- اليوتيوب :** يتيح المشاركة بالفيديو على الهواء مباشرة، ويرفع الزائر المشاهد الذي يريد عرضه ويصبح متاحا للجميع، ومن مهامه انه جعل من الفرد العادي صحفيا يعرض معلومات يدعمها بالصوت والصورة .

هذا التطبيق يمكن أن يفيد في تبادل ونشر مقاطع الفيديو بين الافراد والجماعات في تفعيل النشاط الاخباري في مجال الدعوة، وتبادل الخبرات، سواء من داخل حدود الوطن أو من خارجه.

**5- سكايب :** عبارة عن إجراء لقاء مباشر بالفيديو، تم ابتكاره عام 2003م وأفادت هذه الخدمة الأفراد من الناحية الاجتماعية، وكذلك من الناحية التجارية يسهم هذا التطبيق في عقد اجتماعات ولقاءات بين أفراد قد يتعذر بينهم اللقاء المباشر، ويمكن أن يشارك الأفراد في نقاشات عن بعد و إقامة نقاشات تهدف الى نشر الاخبار عبر الانترنت.

**6- المقابلة :** على موقع هذه الصفحة نجد أربع كلمات افعل - تعلم - شارك - غير، ويجعل الموقع الأفراد المتجانسين في الأفكار والميول يشكلون مجموعة اتصالية خاصة بهم تتناقش المواضيع والهوايات الخاصة بهم . وهذا التطبيق في توفير المعلومات في مجال الأنشطة الاخبارية، لكافة المشتركين في الخدمة.

**7- اختيار المواد الجديدة:** يقدم هذه الخدمة أكثر من موقع من المواقع الإخبارية، فتجمع الأخبار وتوزعها على المشتركين فيها حسب الطلب، وهي اختصار

#### للمصطلح Rich Site Summary RSS

صيغة بيانات لنشر التلقيمات وهي خدمة لتمكين البرمجيات والنظم المختلفة من استخدام المحتوى الذي تنشره غيرها من النظم، ومن التطبيقات لتمكين المستخدم من متابعة آخر أخبار المواقع، دون الحاجة إلى زيارة كل موقع منها على حدة، أو عبارته عن تقنيه لكتابه المحتوى بحيث نستطيع نقله إلى موقع آخر.

وتسهم هذه الخدمة في توفير المتابعة لأخر ما توصلت اليه المتابعات الاعلامية في المجالات كافة, منها نشر الاخبار الالكترونية.<sup>(14)</sup>

**8- ماي سبيس :** بدأ استخدامه بأمريكا و بريطانيا ثم انتشر بآسيا و افريقيا و كل قارات العالم. وهو موقع يستطيع من خلاله الفرد انشاء ملف شخصي خاص به, يحتوي على معلومات خاصة عنه, لا يمكن لأي شخص آخر تغييرها أو تعديلها. ويمكن استخدام هذا التطبيق نشر الأخبار في المشاركة في الصور والملفات.<sup>(15)</sup>

**9- التويتر:** يقدم تقنية التواصل عبر الرسائل القصيرة, تأسست هذه الخدمة عام 2006م, يمكن إرسالها عن طريق الجوال. وهو تطبيق يسمح بإرسال رسالة نصبة لا تتعدى 140 كلمة. لا يوجد قيود على عدد من تتابع أو من يتابع غيره أو عدد الرسائل التي ترسل. يستخدم هذا التطبيق في تسهيل الخدمة للمتابعين, مع امكانية متابعة المشاركين لصاحب الحساب وتبادل المعلومات المحدودة في نشر الاخبار.

**10- المنتديات:** عبارة عن مواقع مخصصة للحوار والنقاش بين المشتركين المسجلين فيها, وتتمثل مشاركتهم في طرح الأفكار وكتابة التعليقات وطرح الأسئلة وإرسال مادة منقولة, وقد تكون منتديات عامة ولكن لا يسمح فيها بالرد أو الكتابة إلا للمسجلين فيها وتنبه أهميتها من أنها تفتح باب الحوار والنقاش والمشاركة في الآراء, كما أنها توفر لمجموعات ذات اهتمامات مشتركة تبادل الأفكار والتجارب بينهم, مثل الحوارات والنقاشات حول الجوانب الاخبارية

**11- راديو الانترنت :** بانتشار الانترنت دخل راديو الانترنت, منافسا لمحطات الراديو التقليدية, وأصبح هناك نوعان لراديو الانترنت, هما راديو ممتد من الراديو التقليدي للإنترنت و آخر و راديو انترنت, أي أنشئت محطات للبث عبر الانترنت. وينفرد راديو الانترنت بالاتي:

أ- إتاحة الحوار والتعليق

- ب- السرعة والتجاوب مع مقدمي البرامج
- ج- يتلاءم مع مفهوم الإعلام الجديد لمشاركة المستمع في المحتوى
- د - يضيف للصوت خدمة النص والفيديو، وهذا مفيد في الجانب الاخباري.
- 12- تليفزيون الانترنت :** هناك نوعان من قنوات تلفزيون الانترنت، وهي الأول القنوات التليفزيونية التقليدية و القنوات التي انشأت لنفسها امتدادا على الانترنت والثاني قنوات أسست للبث عبر للإنترنت.
- راديو وتلفزيون الانترنت في بث البرامج الاخبارية، لتصل البرامج الى أكبر عدد من الجمهور المستهدف.
- 13- الهاتف عبر الانترنت:** يقصد به الخدمة الهاتفية عن طريق الانترنت، وبهذه الخدمة تتخفض قيمة المكالمات الدولية. تعتبر خدمة الاتصال المجاني عبر الإنترنت من الخدمات المميزة، والتي كان لها الأثر الأكبر في تنامي أعداد مستخدمي الإنترنت حيث أسهم وجود هذه الخدمة في ابتكار مذاق خاص لعالم الإنترنت وإبراز مدى أهمية الإنترنت في العصر الحاضر، وتقدم هذه الخدمة عبر مواقع عبر الانترنت بلا مقابل مادي. ويمكن ان يستفاد من هذه الخدمة لتيسير الاتصالات بين الجهات التي تخدم للتنسيق والاعداد.
- 14- الكتاب الالكتروني:** نسخة ضمن نظام رقمي سواء كانت من نسخة كتاب مطبوع أو من نص الكتروني .
- ومن الأسباب التي سوف تساعد على انتشاره:
- أ- خفة وزن الجهاز القارئ وقدرته على حمل مئات الكتب .
- ب- سهولة التجول بين المكتبات ودور النشر .
- ج- سرعة وصوله من أي مكان في العالم خلال ثوان .
- د- أسهم الحاسوب المحمول متناهي في الصغر في انتشار استخدام الكتاب الالكتروني.

وبناء على ما تقدم وعند التعامل مع تطبيقات الانترنت, تظهر عناصر أساسية, وهي كالآتي :

حرية تداول المعلومات, يتم تداول المعلومات بين الافراد والجماعات بطريقة سلسلة, ويقدر عال من الحرية. يساعد الكتاب الالكتروني لما له من ميزات في خدمة الجانب الاخباري من مهارة القراء.<sup>(16)</sup>

## المبحث الثاني

### وسائل الاتصال المؤثرة وملكيته

#### المجموعات العربية والإفريقية والآسيوية:

فيما يلي نستعرض بعض أهم وسائل الإعلام علي مستوي العالم العربي والإفريقي والآسيوي، وهي الوسائل الإعلامية ذات الاهتمام بالشأن السوداني، وذلك وفقاً لتقارير مجلس الإعلام الخارجي.

#### أولاً: المجموعة العربية:

1- وكالات الأنباء العربية: نشير إلي أن اغلب وكالات الأنباء العربية تعتمد في أخبارها علي وكالات الأنباء العالمية ثم تقوم بإعادة نشرها، وهناك أكثر من 20 وكالة أنباء عربية رسمية تدرج تحت عضوية اتحاد وكالات الأنباء العربية<sup>(17)</sup>. أبرمت وكالة السودان للأنباء اتفاقاً مع اتحاد الوكالات العربية عام 1999م لبث أخبارها عبر الوكالات العربية وتدريب العاملين بها في مقر الاتحاد ببيروت.

#### 2/ القنوات الفضائية العربية

بلغ عدد القنوات الفضائية العربية (538) قناة خلال الفترة ما بين أبريل 2010 وأبريل 2011، وهي تبث على أنظمة "عربسات" و"نايل سات" و"نورسات" بما فيها القنوات تحت البث التجريبي التي تقدر بنحو 37 قناة، في حين يبلغ عدد القنوات العاملة كلياً 501 قناة مقارنة بأربعمئة وثمانية وأربعين قناة عاملة كلياً في أبريل 2010.<sup>(18)</sup>

وتعد مصر المقر الرئيس لسبعة عشر وستة من عشرة بالمائة من نسبة قنوات التلفزيون الفضائية المجانية منها 501 العاملة كلياً في حين جاءت المملكة العربية السعودية المقر الرئيس لحوالي 17% والإمارات العربية المتحدة المقر الرئيس لحوالي 14.4% من تلك القنوات.

وتستخدم القنوات الفضائية العربية لغات عدة منها العربية، بنسبة 74% وتمثل 515 قناة، والانجليزية بنسبة 20 % وتمثل 142 قناة. وتتصدر ملكية القنوات الفضائية العربية بين 4 هيئات خاصة من عمالقة للبث الفضائي العربي، هي "شبكة راديو تلفزيون العرب" "88 قناة"، شبكة "شو تايم" 48 قناة"، شبكة أوربيت التي تمتلك 33 قناة"، وشركة "المجد" للبث الفضائي "13 قناة".

3/ أهم الصحف والمواقع الإخبارية العربية:

1/ الشرق الأوسط/2/القدس العربي 3/الحياة اللندنية/4/البيان الإماراتية 5/ الخليج الإماراتية 6/الرياض السعودية 7/تشرين السورية 8/الأهرام المصرية/10/الدستور الأردنية/11/ النهار اللبنانية/12/ الراية القطرية/13/ الوطن الكويتية/14/ القدس برس 15/موقع إيلاف/16/موقع الجزيرة نت/17/البوابة/18/ نسيج/19/عرب نت/20/موقع باب 21 / مفكرة الإسلام/22/ إسلام أون لاين/23/ موقع القناة نت.

ثانياً: أهم المؤسسات الإعلامية الأفريقية:

أ/اتحاد وكالة الأنباء الأفريقية (بانا):

تضم في عضويتها كافة وكالات الأنباء الوطنية في الدول الأفريقية، و جاءت فكرة إنشاء الوكالة عام 1963 في المؤتمر التأسيسي لمنظمة الوحدة الإفريقية، وقد أقر المؤتمر الثاني لوزراء الإعلام الأفارقة في أديس أبابا عام 1979 معاهدة إنشاء الوكالة الإفريقية للأنباء، وتعد وكالة السودان للأنباء أحد مؤسسيها.

ب/ أهم الصحف والمواقع الإخبارية الأفريقية:

1/بانا برس 2/ صحيفة نيو فيشن يوغندية/3/صحيفة ديللي نيشن الكينية 4/صحيفة زيس دي النيجيرية 5/ موقع إثيوبيا ريفيو صحيفة هيرالد الزمبابوية/10/أفريك البور ندي/11/صحيفة نبض أوغندا/12/صحيفة ناميبيا

الناميبيّة 13/ إذاعة سوان ريديو سيرفس 14/ است أفريقيا 15/ وكالة الصحافة /16/  
الغارديان<sup>(19)</sup>.

### ثالثاً: أهم الصحف والمواقع الإخبارية الآسيوية:

1/ شبكة أنباء الصين 2/ الشعب الصينية 3/ ديلي تلغراف الاسترالية 4/ شينخوا  
نت الصينية 5/ قناة روسيا اليوم 6/ وكالة انتر تاس الروسية 7/ صوت  
روسيا 8/ سنغافورة 9/ وكالة ماي سينشيو الماليزية الآسيوية 10/ شبكة الأنباء  
الروسية والتحليل الآسيوية 11/ موقع جاينا فيو الصينية 12/ ديللي تايمز  
الباكستانية 13/ العصر الاسترالية 14/ إذاعة الصين.

### رابعاً: المجموعتان الأوروبية والأمريكية

فيما يلي أهم وسائل الاتصال الأوروبية والأمريكية المؤثرة ذات الاهتمام بالشأن  
السوداني، بحسب تقارير مجلس الإعلام الخارجي السوداني.

### 1. أهم الصحف والمواقع الإخبارية الأوروبية:

1/ موقع العربي لهيئة الإذاعة البريطانية 2/ موقع رويترز 3/ صحيفة  
الغارديان 4/ صحيفة ميل اند غارديان 5/ صحيفة صن دي هيرالد  
البريطانية 6/ صحيفة فينانشيل تايمز 7/ صحيفة الاندبندنت البريطانية 8/ راديو  
مونت كارلو الفرنسي 9/ وكالة الصحافة الفرنسية 10/ فرنسا 24 ساعة 11/ موقع  
سويس انفو السويسرية 12/ إذاعة هولندا 13/ وكالة الأنباء الإيطالية 14/ صحيفة  
النرويج بوست 15/ دوتش فليلة الألمانية 16/ صحيفة إيرش تايمز الإيرلندية<sup>(20)</sup>

### 2. أهم الصحف والمواقع الإخبارية الأمريكية:

1/ صحيفة واشنطن بوست 2/ صحيفة نيويورك تايمز 3/ لوس انجلوس تايمز 4/ موقع  
أمريكان كرونكل 8/ وريلد تريبون 6/ سن ستار 7/ التايمز الأمريكية 8/ الولايات  
المتحدة اليوم US Today مجلة ويكلي ستاندر الأمريكية 10/ بوسطن  
هيراند 11/ شبكة الأخبار العالمية 12/ موقع نيو ليدجار الالكتروني للأخبار

الأمريكي 13/موقع ياهو14/شبكة إيويان ريفيو15/ وكالة الصحافة الدولية الأمريكية16/موقع الرأي العام العالمي17/شبكة الاتجاهات الدولية الأمريكي 18/صحيفة فانكوفر سن الأمريكية19/راديو سوا20/ صوت أمريكا21//قناة الحرة23/موقع مرايا FM/ 24/ ايرين نيوز

### أهم الشبكات الإعلامية الكبرى

### أولاً: وكالات الأنباء العالمية:

تؤثر هذه الوكالات تأثيراً كبيراً على حركة التدفق الدولي للأخبار, إذ أنها تسيطر على نشر حوالي 90% من أنباء العالم:

#### 1. رويترز

تم تأسيسها عام (1851) في لندن، وهي وكالة بريطانية وتعد من اكبر الوكالات العالمية في مجال الأخبار والمعلومات، وتشرف على إدارتها أربع جمعيات للاتحادات الصحفية وهي: جمعية مالكي الصحف البريطانية ووكالة الصحافة المتحدة الاسترالية ووكالة الصحافة النيوزيلاندية ووكالة برس اسوشيشن.

وتزود رويترز أكثر من (120) بلدا بالمواد الصحفية ولديها (4100) مشتركا و(163) مكتبا في العديد من دول العالم، ويبلغ بثها اليومي (5) ملايين كلمة.<sup>(21)</sup>

#### 2. وكالة الصحافة الفرنسية

أسست عام 1835 كامتداد لوكالة هافاس وكانت مدعومة بواسطة الحكومة الفرنسية إلا أنها استقلت كلياً عام 1957. يشرف على إدارتها مجلس يمثل الصحف والإذاعة والشعب إضافة إلى ممثل عن الوكالة نفسها.

تستخدم ست لغات هي: الفرنسية والألمانية والعربية والإسبانية والانكليزية والبرتغالية، وهي أول وكالة أنباء عالمية تقدم أخبارها باللغة العربية، ولها 12.500 ألف مشتركا و187 مكتب منتشرة في العديد من دول العالم. يبلغ معدل

بثها اليومي (2) مليوني كلمة. تعتمد الوكالة على الدعم الحكومي رغم أنها تتمتع بالاستقلال حيث تعمل كعمل تجاري مستقل.

3. وكالة اسيوشيتد برس

أسست عام 1848، قدمت نفسها لأوروبا باسم الجمعية التعاونية لأصحاب الصحف، احتكرت فيما بعد العمل الإعلامي والإخباري في جميع أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية.<sup>(22)</sup>

تقدم خدماتها إلى أكثر من (15) ألف جريدة ومحطات الإذاعة والتلفزيون في أكثر من (115) -بلدا ولديها أكثر من (1100) مكتبا داخل الولايات المتحدة و(70) مكتب خارجها، أصبحت منافساً لرويترز في مجال البث التلفزيوني وتقدم خدماتها إلى 300 مؤسسة إعلامية منها CBS - CNN - NBC ABC تستخدم ست لغات كما تصدر صفحة مع (داو جونز سوق الأسهم الأمريكي) وتوزع لمشتركها في 43 دولة حول العالم. معدل حجم أخبارها 24 ساعة ما يعادل (20) مليون كلمة.

4. وكالة اليوناييتد برس انترناشنال

تأسست في عام 1958 نتيجة دمج وكالة اليوناييتد برس UPI مع وكالة الأنباء الدولية وتعد من أهم الوكالات في أمريكا ولها (100) مكتبا داخل الولايات المتحدة و(528) مكتبا في دول العالم ومعدل البث اليومي لها (14) مليون كلمة وتبث أخبارها بخمسين لغة علي مدار (24) ساعة.

و تشكل وكالات الأنباء الأربع مصدرا رئيسيا للإخبار لمعظم وسائل الإعلام في دول العالم بالأخص العالم الثالث، إذ تهيمن علي نشر حوالي 80% من الأخبار.<sup>(23)</sup>

5. وكالة الأنباء الألمانية

أنشئت عام 1949 م من خلال دمج عدد من الوكالات الألمانية، وتعد أهم وكالة أنباء في ألمانيا. تبت خدماتها الإخبارية بأربع لغات وهي الألمانية، والإنجليزية، والإسبانية والعربية.

نقلت مراكز خدماتها باللغة الإنجليزية من هامبورغ إلى واشنطن وكورك وبانكوك والخدمة الإسبانية إلى مدريد وبيونس أيرس والخدمة العربية إلى نيقوسيا ولاحقاً إلى القاهرة.

#### 6. وكالة أنباء الصين (شينخوا)

أسست عام 1931 ومركزها بكين ويعمل فيها 7000 موظف تسيطر عليها الحكومة الصينية وتحولت إلى نشاط عبر الإنترنت إلا أن مضمون موادها الإخبارية لا يزال يخضع للرقابة. (24)

#### ثانياً: المجموعات الإعلامية الدولية الكبرى:

هناك ست مجموعات رئيسة كبرى تعمل في الأنشطة الإعلامية على مستوى العالم، أربعة منها أمريكية، وواحدة أوروبية، وواحدة أسترالية أمريكية، وهي كالاتي:

#### 1. تايم ورنر

أكبر مؤسسة إعلامية في العالم؛ إذ تفوق مبيعاتها 25 بليون دولار، تلتها من أمريكا والباقي من العالم، وتملك العديد من الأنشطة الإعلامية المتنوعة ومنها: 24 مجلة (منها تايم)/ثاني أكبر دار للنشر في أمريكا/ شبكة تلفزيون ضخمة واستديو هات برامج وأفلام، ودور عرض للسينما (أكثر من 1000 شاشة)، وأكبر شبكة كيبل تلفزيوني مدفوع في العالم/ شركات أفلام في أوروبا، والعديد من محلات البيع بالتجزئة/مكتبة ضخمة من الأفلام (6000 فلم) والبرامج التلفزيونية (25000 برنامج)/ بعض القنوات الدولية التلفزيونية مثل TNTCNN, HBO/ مساهمات رئيسة في قنوات وشبكات تلفزيونية أو مرئية. علماً أن عدد مشاهدي

قناة CNN الإخبارية يفوق 90 مليوناً في 200 دولة، ولدى HBO (1.2) مليون مشترك حول العالم.

2. مجموعة برتلزمان:

أكبر مجموعة إعلامية في أوروبا وثالث أكبر مجموعة في العالم. دخلها السنوي يجاوز 15 بليون دولار، وتتميز بأن لها تحالفات وتعاوناً مع العديد من المجموعات الإعلامية الدولية في أوروبا واليابان، ولها العديد من الأنشطة الإعلامية ومنها:

قنوات تلفزيون في ألمانيا وفرنسا وبريطانيا؛ إضافة إلى استوديوهات سينمائية متعددة/ مجموعة من الإذاعات الأوروبية/45 شركة نشر للكتب بلغات أوروبا المختلفة/ أكثر من 100 مجلة في أوروبا وأمريكا.

3. مجموعة فياكام:

مجموعة إعلامية قوية في أمريكا؛ يبلغ ربع دخلها السنوي (13) بليون دولار من خارج أمريكا، ولها نشاط محموم للتوسع الدولي، ولها تحالفات مع العديد من المجموعات الإعلامية ونشاطها متنوع ومنه: 13 محطة تلفزيون في أمريكا بجانب شبكات بث فضائي دولي منها (شوتايم)/ شركات إنتاج تلفزيوني وسينمائي وفيديوي وموسيقي/ شركات نشر كتب.

4. ديزني:

أكبر متحد لمجموعة تايم ورنر، يفوق دخلها 24 بليون دولار ولها حضور قوي في مجال الأطفال بل تعتبر أكبر منتج لمواد الأطفال في العالم، ولها حضور من أقصى الشرق (الصين) إلى أوروبا والشرق الأوسط حتى أمريكا اللاتينية. ولها أنشطة متنوعة منها: استوديوهات أفلام وفيديو وبرامج تلفزيونية، وشبكة ABC التلفزيونية الضخمة في أمريكا ومحطات تلفزيون ورايو متعددة/ قنوات تلفزيونية

دولية متعددة بالأقمار الصناعية والكيل مثل ديزني ,Disney ,Espn الرياضية/دور نشر للكتب/ 7 صحف يومية/ 3 شركات لإصدار المجلات. وللمجموعة تحالفات ومشاركات مع مؤسسات إعلامية في أوروبا وآسيا وأمريكا اللاتينية وكذلك مع شركات بث واتصالات متعددة الجنسيات. (25)

5. نيوز كوريريشن:

خامس أكبر مجموعة إعلامية، دخلها (10 بليون دولار) وتعد أكبر لاعب دولي في مجال الإعلام حول العالم. أسس المجموعة روبرت مردوخ ويملك حالياً ثلثها، ولها وجود في جميع أنحاء العالم من خلال أنشطتها الإعلامية منها: 132 صحيفة و25 مجلة في أستراليا وبريطانيا وأمريكا (تعتبر واحدة من أكبر ثلاث مجموعات صحفية حول العالم)/ شركة فوكس للإنتاج السينمائي والتلفزيوني وشبكة فوكس للبث التلفزيوني إضافة إلى 22 محطة تلفزيون/شبكة ستار للبث الفضائي حول العالم وشبكة سكاى (بريطانيا خصوصاً)/ دور نشر للكتب (26).

لها تحالفات مع مجموعات إعلامية حول الإعلام، وقاعدتها 6 دول رئيسة بالأخص (أستراليا بريطانيا أمريكا). ولها نفوذ قوي في الصين والهند فضلاً عن (أوروبا وأمريكا)، وأسلوبها الناجح هو الشراكة مع جهات نافذة محلية مع عدم مصادمة التوجهات السياسية المحلية لهذه البلدان.

6. مجموعة إعلامية متخصصة بالبث التلفزيوني

وهي مجموعة إعلامية متخصصة بالبث التلفزيوني عبر الكابل وكذلك عبر الأقمار الصناعية خلال نظام الاشتراكات ولها وجود دولي في هذا الميدان، حيث تمتلك قمرين صناعيين للبث حول العالم قيمتهما 600 مليون دولار و يفوق الدخل السنوي للمجموعة 7 بليون دولار. (27)

### المبحث الثالث

#### علاقات السودان مع وسائل الاتصال العالمية

##### دور وكالة السودان للأنباء

أسست وكالة السودان للأنباء (سونا) في العام 1970 وهي احدي أهم دعومات الدولة في مجال الإعلام، ووكالة وطنية للأنباء ظلت سونا تقوم بدور متعاضم في جمع الأخبار والمعلومات وبتثها، بل تعد المصدر الرئيس للأخبار في البلاد، في مقابل التدفق الإخباري الذي تبثه وسائل الإعلام الخارجية و (سونا) من مؤسسي وكالة الأنباء الأفريقية (باننا) التي بدأت عملها في مكتب بشارع النيل بالخرطوم، ثم انتقلت إلي نيروبي، ثم الجماهيرية العربية الليبية. كما شاركت (سونا) في اجتماع بغداد ابريل 1974 حول إنشاء اتحاد وكالات الأنباء العربية (فانا) والذي بدأ عمله ببيروت في بداية عام 1975، كما شاركت (سونا) في إنشاء عدد من وكالات الأنباء العربية منها وكالة الأنباء القطرية (قنا).<sup>(28)</sup>

أقامت (سونا) علاقات تعاون مع عدد من وكالات الأنباء في المحيط الإقليمي والدولي لخدمة مصالح السودان، شملت اتفاقيات للتبادل الثنائي مع وكالات الأنباء: (العربية، الأفريقية، الآسيوية، الأوربية أمريكا اللاتينية)، فضلاً عن اتفاقيات تجارية مع وكالات، منها رويترز ووكالة الصحافة الفرنسية و الألمانية، للاستفادة من خدماتها الإخبارية وإعادة بثها لوسائل الإعلام المحلية.

في العام 1998م وقعت (سونا) اتفاقية مع وكالة يونيتد برس لنشر الأخبار وتبادلها عبر البريد الالكتروني وتخصيص حيز لبث أخبار (سونا) في النشرة العامة ليونيتد برس مصحوبة بشعار سونا وعلم السودان، وكانت سونا تستقبل الاخبار عبر حزمة علي فترتين صباحية ومساءلية ترسل عبر البريد الالكتروني، فيما تم استحداث الطريقة لترسل عبر برنامج الملفات تبث مباشرة في الموقع بمجرد إرسالها وعلي مدار الساعة.<sup>(29)</sup>

ولبث اخبار سونا عبر موقع اتحاد الوكالات العربية على الانترنت عام 1999م، و تم تبادل الأخبار مع وكالة الأنباء اليمنية و"توفوستي" الروسية، بجانب نشر أخبار(سونا) باللغة الانجليزية على موقعها باللغة الانجليزية كما وقعت (سونا) في عام 2010م في ماليزيا اتفاقية لتبادل الأخبار ونشرها علي شبكة وهي بوابة تبادل المعلومات بين دول الجنوب التي تغذي أكثر من 150 دولة من دول العالم، كما تمكنت (سونا) من الإبقاء على شبكة تغطي دول أمريكا الشمالية والجنوبية لتوفير خدماتها علي نطاق العالم وإيصال صوت السودان إلي تلك الأنحاء.

وبلغت اتفاقيات(سونا) مع وكالات الأنباء العربية والأجنبية (36) اتفاقية ووثيقة تعاون ومذكرات تفاهم مشتركة مع عدد من وكالات الأنباء لتبادل الخبرات والمواد الصحفية، تضمنت هذه الاتفاقيات وتوفير التدريب للعاملين، وفيما يلي أهم الاتفاقيات:

#### أولاً: اتفاقيات سونا مع وكالات الأنباء العربية:

1/ اتفاق مبدئي للتعاون في مجال تبادل الاخبار مع الوكالة السعودية 1981م/2/اتفاقية مع الوكالة الجيبوتية 1983م/3/ اتفاقية التعاون مع وكالة الأنباء القطرية 1990م/4/ اتفاقية التعاون والتبادل الإخباري مع الوكالة السورية 1992م/5/ اتفاق جديد للتعاون والتبادل الإخباري مع الوكالة السورية في عام 1999م ليحل محل إنفاق 1992م/6/ اتفاقية مع الوكالة الأردنية 1993م/7/ اتفاقية التعاون مع وكالة الجماهيرية للأنباء 1996م/8/ اتفاقية التعاون مع وكالة أنباء المغرب العربي 1998م/9/ اتفاقية التعاون مع الوكالة الجزائرية 2002م/10/ مذكرة تفاهم وكالة أنباء الشرق الأوسط 2003م/11/ اتفاقية التعاون مع الوكالة الموريتانية للأنباء 2003م/12/ البرنامج التنفيذي مع وكالة الأنباء السعودية 2004م/13/ اتفاقية التعاون والتبادل الإخباري المشترك مع وكالة

الأنباء القطرية /14/ اتفاقية مع الوكالة اليمنية 2004م/15/ اتفاق التعاون مع  
الوكالة السورية 2006م/16/ اتفاقية التعاون الإعلامي مع الوكالة الموريتانية  
2007م/17/ اتفاق تبادل الأخبار مع وكالة الأنباء اليمنية(27).

#### ثانياً: اتفاقيات سونا مع وكالات الأنباء الأجنبية

1/ اتفاقية مع وكالة رويترز للأنباء البريطانية 1973م/2/ اتفاقية تعاون مع وكالة  
يوناييتدبرس إنترناشيونال الأمريكية 1998م/3/ اتفاقية مع وكالة نوفوستي الروسية  
2002م/4/ اتفاقية تعاون مع وكالة الصحافة الفرنسية /5/ اتفاقية مع الوكالة  
الكينية 1981م/6/ اتفاقية التعاون المهني مع وكالة الجمهورية الإسلامية الإيرانية  
للأنباء 1991م/7/ اتفاقية التعاون مع وكالة شينخوا الصينية 1992م/8/ اتفاقية  
التبادل الإخباري والتعاون المهني مع الوكالة الأثيوبية 1992م، تم تجديدها في  
عام 2009م و/9/ اتفاقية مع وكالة أنباء زيمبابوي 1993م/10/ اتفاق التعاون  
المهني مع وكالة الأناضول التركية 1993م، /11/ اتفاقية التعاون مع الوكالة  
الاندونيسية 1998م/12/ اتفاقية التعاون المهني المشترك مع وكالة PTI الهندية  
2000م/13/ اتفاقية تعاون مع وكالة الأنباء الكويتية 2002م/14/ اتفاقية للتبادل  
الإخباري مع وكالة الأنباء الهندية /15/ اتفاقية للتعاون مع الوكالة النيجيرية/16/  
اتفاق مع وكالة جيهان التركية 2003م/17/ اتفاقية تعاون مع وكالة زامبيا للأنباء  
والخدمات 2007م/18/ بروتوكول التعاون مع وكالة الأناضول التركية  
2008م/19/ اتفاق تعاون مع ماليزيا لتبادل الأخبار ونشرها علي شبكة . وجميع  
هذه الاتفاقيات تصب في معين التبادل الاخباري بين وكالة السودان للأنباء  
ووكالات الانباء العالمية.

و يلاحظ أن تلك الاتفاقيات شملت العديد من الوكالات ذات الخبرة والقوة والنفوذ،  
بينما يحتاج بعضها إلي دعم من خلال التنسيق في المواقف، وتفعيل تنفيذ

الاتفاقيات، لضمان توظيفها لصالح مصلحة السودان أو حيدتها في المحافل الدولية والإقليمية.<sup>(30)</sup>

ومن أهم الوكالات التي ينبغي تمتين العلاقات معها لخدمة مصالح السودان كما يلي: وكالة الاسوشيتدبرس، الصحافة الفرنسية، رويترز، نوفوستي الروسية، شينخوا الصينية، أنباء الشرق الأوسط و الأناضول التركية، يوناييتدبرس انترناشونال، الأنباء السعودية، الكويتية، القطرية، السورية.

### دور مجلس الإعلام الخارجي

تأسس مجلس الإعلام الخارجي في ابريل 1993م، بقرار من رئيس مجلس قيادة الثورة، بناءً علي توصيات الاجتماع الدوري للجنة الشؤون الخارجية، ودعمًا لمواقف السودان تجاه القضايا الدولية والإقليمية والمحلية. ويعد المجلس أهم جهة رسمية مسئولة عن الرصد والمتابعة الإعلامية للشأن السوداني في وسائل الإعلام الخارجية.

وظل مجلس الإعلام الخارجي بحكم مسئوليته عن الرصد والمتابعة الإعلامية يطلع بدور كبير في رصد المواد الصحفية المتعلقة بالسودان كما يتضح ذلك من خلال التقارير الشهرية للأمانة العامة للمجلس.<sup>(31)</sup>

### نتائج الدراسة

تم استعراض نموذجي تحليل مضمون المواد الإعلامية الواردة في وسائل الاتصال العالمية المؤثرة المتعلقة بالشأن السوداني، بحسب تقرير الأمانة العامة للمجلس عن شهري يناير ويونيو 2009م على النحو التالي:

أولاً: تناولوسائل الاتصال العالمية للشأن السوداني في يناير 2009م

ركزت وسائل الاتصال العالمية على أخبار السودان في شهر يناير العام 2009م على الموضوعات ذات الطابع السياسي،ومن الملاحظ أن المواقع الاخبارية

الأمريكية اتجهت نحو السلبية في تناولها وكذلك المواقع الاخبارية الأوربية، بينما نحت المواقع العربية الاخبارية والإفريقية والآسيوية منحى إيجابياً ومحايداً. وبلغت المواقع الاخبارية لوسائل الإعلام الخارجية التي تناولت الشأن السوداني في شهر يناير (109) مواقعاً للصحف ومحطات الراديو والقنوات الفضائية التلفزيونية، وهي كالاتي:

(52) موقعاً عربياً، (28) موقعاً أمريكياً، (10) مواقع أوروبية، (19) موقعاً إفريقيًا. وقد بلغ مجمل الحصر الشهري لتكرارات تناول اخبار السودان (773) تكراراً توزعت كالاتي: (310) تكراراً سالبا، (158) تكراراً موجياً، (305) تكراراً محايداً. وفيما يلي نستعرض أهم المجموعات الدولية واتجاهاتها ونوع التغطية الصحفية للشان السوداني وهي كالاتي:-

#### 1/ اتجاه ونوع التغطية في المجموعات الإقليمية

بلغت المواد الإخبارية السالبة 310 مادة، والايجابية 158 مادة، والمحايدة 305 مادة. أما من حيث نوع التغطية، فقد بلغت السياسية 644 مادة والعسكرية 58 مادة، والإنسانية 60 مادة والاقتصادية 11 مادة فقط. ويلاحظ أن وسائل الإعلام الإقليمية قد اتجهت في تغطيتها لأخبار السودان نحو الحياد وركزت بشكل أكثر علي الأخبار السياسية.

#### 2/ اتجاه ونوع التغطية في المجموعات الأمريكية والمنظمات الأممية والطوعية

بلغت المواد الايجابية 152 مادة، والسالبة 19 مادة، والمحايدة 170 مادة، أما من حيث نوع التغطية فقد ركزت علي المواد السياسية وبلغت 264 مادة، والعسكرية 23 مادة، والإنسانية 54 مادة.

ويلاحظ أن تناول المجموعة الأمريكية والمنظمات الأممية كان ايجابياً، بينما ركزت في تغطيتها علي الإخبار السياسية .

#### 3/ اتجاه ونوع التغطية في المجموعة الأوربية

بلغت المواد السالبة التي أوردتها هذه المجموع 82 مادة، والايجابية 5 مواد فقط والمحايدة 53 مادة .

أما من حيث نوع التغطية فقد بلغت السياسية 128 مادة والعسكرية 9 مواد والإنسانية واحدة فقط والاقتصادية مادتان.

ويلاحظ أن تناول المجموعة الأوربية كان سالباً، بينما ركزت علي الأخبار السياسية، في حين أغفلت الأخبار الإنسانية ولم تورد إلا خبراً واحداً.

#### 4/اتجاه ونوع التغطية في المجموعة الإفريقية

بلغت المواد الايجابية 25 مادة، والمحايدة 27 مادة، والسالبة 17 مادة.أما من حيث نوع التغطية فقد بلغت المواد السياسية 63 مادة والعسكرية 4 مواد والإنسانية مادتان.

ويلاحظ أن تناول المجموعة الأفريقية للشأن السوداني كان ايجابياً، بينما ركزت في تغطيتها علي الأخبار السياسية.

#### 5/اتجاه ونوع التغطية في المجموعة الآسيوية

بلغت المواد السالبة 13 مادة والايجابية 12 مادة والمحايدة (لا شيء).

أما من حيث نوع التغطية فقد بلغت السياسية 11 مادة، والعسكرية مادتان والإنسانية (لا شيء) والاقتصادية (لا شيء).

يلاحظ أن تناول المجموعة الآسيوية للشأن السوداني (ضعيف) بالتركيز علي المواد السالبة والأخبار السياسية.

#### 6/اتجاه ونوع التغطية في المجموعة العربية

بلغت المواد الايجابية 97 مادة، والسالبة 58 مادة، والمحايدة 55 مادة. أما من حيث نوع التغطية فقد بلغت السياسية 178 مادة والعسكرية 20 مادة والإنسانية 9 مواد والاقتصادية مادتان.

ويلاحظ أن تناول وسائل الإعلام العربية للشأن السوداني كان ايجابياً، بينما ركزت علي الأخبار السياسية.

ثانياً: تناول وسائل الاتصال العالمية للشأن السوداني (يونيو 2009م) بلغت المواقع الاخبارية التي تناولت الشأن السوداني (117) موقعاً للصحف ومحطات الراديو والقنوات الفضائية التلفزيونية علي نطاق العالم كالاتي: (76) موقعاً عربياً، (17) موقعاً أمريكياً، (15) موقعاً اوروبياً، (4) مواقع آسيوية، (5) مواقع افريقية.

أما المواد الصحفية فقد بلغت (988) تكراراً كالاتي: (281) مادة سالبة، و(386) مادة ايجابية، و(321) مادة محايدة. وفيما يلي نستعرض أهم المجموعات واتجاهاتها ونوع التغطية للشأن السوداني وهي كالاتي:

1/ اتجاه ونوع التغطية في المجموعتان الأمريكية والمنظمات الأممية والطوعية بلغت المواد السالبة 86 مادة، والايجابية 4 مواد، والمحايدة 11 مادة. أما من حيث نوع التغطية فقد بلغت الساسية 97 مادة، والعسكرية مادة واحدة فقط، والإنسانية 3 مواد .

مما سبق، يلاحظ أن تناول وسائل الإعلام الأمريكية والأممية والطوعية كان سالباً، بينما ركزت في تغطيتها علي المواد السياسية.

2/ اتجاه ونوع التغطية في المجموعة الأوربية بلغت المواد السالبة 114 مادة، والايجابية 16 مادة، والمحايدة 45 مادة. أما من حيث التغطية فقد بلغت السياسية 158 مادة والعسكرية 8 مواد والإنسانية 4 مواد الاقتصادية 5 مواد .

ويلاحظ أيضا أن تناول وسائل الاتصال الأوربية كان سالباً، بينما ركزت علي الأخبار السياسية.

### 3/ اتجاه ونوع التغطية في المجموعة الآسيوية

بلغت الايجابية 18 مادة والمحايدة 7 مواد، والسالب (لا شيء). أما من حيث التغطية فقد بلغت السياسية 18 مادة، والعسكرية مادة واحدة فقط، والإنسانية (لا شيء) والاقتصاد 6 مواد.

ويلاحظ أن تناول وسائل الإعلام الآسيوية كان ايجابياً، ولم تتناول أية مادة سالبة، بينما ركزت علي الأخبار السياسية وتجاهلت الأخبار ذات الطابع الإنساني.

### 4/ اتجاه ونوع التغطية في المجموعة الأفريقية

بلغت المواد الايجابية 4 مواد والسالبة 3 مواد والمحايدة (لا شيء). أما من حيث التغطية فقد بلغت السياسية 6 مواد والعسكرية (لا شيء) والإنسانية مادة واحدة فقط.

ويلاحظ أن تناول وسائل الاتصال الأفريقية كان ايجابياً، بينما ركزت في تغطيتها علي الأخبار السياسية، في حين تجاهلت الأخبار العسكرية تماماً.

### 5/ اتجاه ونوع التغطية في المجموعة العربية

بلغت المواد الايجابية 344 مادة، والمحايدة 25 مادة، والسالبة 78 مادة . أما من حيث نوع التغطية فقد بلغت السياسية 557 مادة والعسكرية 27 مادة والإنسانية 47 مادة والاقتصادية 49 مادة.

يلاحظ أن تناول وسائل الاتصال العربية كان ايجابياً، بينما ركزت في تغطيتها علي الأخبار السياسية والاقتصادية.

أهم الموضوعات التي تناولتها وسائل الاتصال الخارجية خلال (يناير ويونيو 2009م) ما يلي:

المحكمة الجنائية الدولية، الأوضاع في دارفور، موضوع الجنوب، جهود الدبلوماسية السودانية في الأمم المتحدة، جهود دول «الكوميسا» بشأن تعليق مذكرة

التوقيف بحق البشير، الدول الإفريقية والمحكمة الجنائية، العلاقات السودانية الأمريكية، الحكومة السودانية والمنظمات الأممية: الأمن وحقوق الإنسان، الانتخابات السودانية التي جرت في ابريل 2010.

### تحليل البيانات ومناقشة النتائج

توصلت الدراسة من خلال الإجابة علي التساؤلات المطروحة إلي عدد من النتائج أهمها ما يلي:-

أولاً: أهم وسائل الإعلام العالمية المؤثرة وملكيته

1- هنالك أربع وكالات أنباء عالمية كبرى تؤثر تأثيراً كبيراً علي التدفق الإخباري الدولي بحيث تهيمن علي نشر حوالي 80% من الأخبار، اثنان منها أمريكية، وواحدة بريطانية، وواحدة فرنسية.

2- توجد ست مجموعات رئيسية كبرى تعمل في الأنشطة الإعلامية علي مستوي العالم أربع منها أمريكية وواحدة أوربية وواحدة استرالية .

3- هنالك وسائل اتصال جديدة مؤثرة وسهلة الاستخدام والتكلفة (الإعلام الجديد) ومن أهمها تطبيقاتها الفيس بوك وتويتر الأخبار العاجلة، ويوتيوب ملفات الفيديو واشتره جوجل

4- علي مستوي العالم العربي توجد أكثر من 20 وكالة أنباء رسمية وأكثر من 600 قناة فضائية، وتمثل مصر المقر الرئيس لسبعة عشر وستة من عشرة % والسعودية 17% والإمارات العربية المتحدة 14.4%.

5- تتحصر ملكية القنوات الفضائية العربية بين أربع هيئات خاصة تمثل عمالقة البث الفضائي العربي وهي شبكة راديو وتلفزيون العرب (88) قناة وشوتايم (48) قناة واوربت (33) قناة والمجد (13) قناة.

ثانياً: تناول وسائل الاتصال للشأن السوداني: (نموذج شهري يناير ويونيو 2009):

1- إن تناول وسائل الإعلام العربية للشأن السوداني في شهر يناير كان ايجابياً، بالتركيز علي الأخبار السياسية، وكذا في شهر يونيو بالتركيز علي الأخبار السياسية والاقتصادية.

2- إن تناول المجموعة الإفريقية في يناير كان ايجابياً، بالتركيز علي الأخبار السياسية، وكذا في شهر يونيو، بالتركيز علي الأخبار السياسية وتجاهل الأخبار العسكرية تماماً.

3- إن تناول المجموعة الآسيوية في يناير كان ضعيفاً وسالباً، بالتركيز علي الأخبار السياسية، أما في شهر يونيو فكان ايجابياً بالتركيز علي الأخبار السياسية متجاهلة الأخبار الإنسانية.

4- إن تناول المجموعة الأوروبية في يناير كان سالباً، بالتركيز علي الأخبار السياسية، وكذا في شهر يونيو.

5- إن تناول المجموعة الأمريكية والمنظمات الأممية في يناير كان ايجابياً، بالتركيز علي الإخبار السياسية، بينما كان سالباً في يونيو، بالتركيز علي الأخبار السياسية.

ثالثاً: أهم الجهات المسؤولة عن الرصد الإعلامي في السودان:

1- يعد مجلس الإعلام الخارجي الجهة المسؤولة عن متابعة ورصد تأثير وسائل الإعلام الخارجية، كما يقوم بتنظيم عمل المراسلين الأجانب بالسودان وتسهيل مهمتهم الإعلامية.

رابعاً: طبيعة العلاقة مع وسائل الاتصال الخارجية:

1- تعد وكالة السودان للأنباء(سونا) من أهم الجهات المسؤولة عن رعاية وتحسين العلاقة مع وسائل الإعلام الخارجية، وعقدت 36 اتفاقية مشتركة مع عدد

من وكالات الأنباء علي النطاق العالمي لتبادل الخبرات والمواد الصحفية وتوفير التدريب للعاملين.

2- كما تعد (سوننا) مصدراً رئيساً للأخبار والمعلومات، فيما تطلع الوكالة بدور متعاظم في مجال توثيق المعلومات وتعد مرجعاً للباحثين والإعلاميين.

#### التوصيات:

1- أن تسعى الجهات المسؤولة إلي تقوية دور وسائل الإعلام الوطنية حتى تطلع بدورها في مواجهة التحديات التي تشكلها وسائل الإعلام الخارجية المؤثرة من خلال تدفق المعلومات الهائل الذي تبثه هذه الوسائل .

2- أن تسعى الجهات المسؤولة إلى إقامة علاقات تعاون مشتركة خاصة مع بعض وكالات الأنباء العالمية التي لم تشملها الاتفاقيات المشتركة والمجموعات الإعلامية الكبرى التي تسيطر علي الأنشطة الإعلامية عالمياً.

3- الاهتمام بتطوير وتحديث وكالة السودان للإبناء(سوننا) وذلك للدور الكبير الذي تطلع به في تحسين وتمتين علاقات السودان مع وسائل الإعلام المؤثرة وتحسين صورة البلاد لدي العالم الخارجي.

### الهوامش:

1. Thomas L. Mc Phil. ترجمة : نصر حسني و الكندي عبد الله الكندي, الاعلام الدولي النظريات -الاتجاهات والملكية, العين, دار الكتاب الجامعي, (1431 هـ - 2011م), ط2
2. محمد عبد العزيز الحيزان, البحوث الإعلامية أسسها و أساليبها مجالاتها, الرياض, مطبعة سفير, ط1, 143-2010), ص19
3. محمد عثمان الامين نوري, تصميم البحوث في العلوم الاجتماعية والسلوكية, جدة, مكتبة خوارزم العلمية, ج1 خطوات البحث العلمي, ط2, 1434 هـ - 2013م, ص189
4. فلحوط صابر والبخاري محمد, التبادل الإعلامي - دمشق, العدد4, 1999, ص23.
5. عبدا لعزيز شرف, المدخل إلى وسائل الإعلام, الصحافة, الإذاعة, التلفزيون, السينما, المسرح وأقمار الاتصالات, القاهرة, بيروت دار الكتاب المصري,
6. فاروق أبو زيد, فن الخبر الصحفي, جدة, دار الشروق, ط2, 1984م, ص6
7. عبدالعزیز شرف, المدخل إلى وسائل الإعلام, الصحافة, الإذاعة, التلفزيون, السينما, المسرح وأقمار الاتصالات, مصدر سابق, ص 123
8. حسن عماد مكاوي و لیلی حسین السید, الاتصال و نظرياته المعاصرة, الدار اللبنانية المصرية, القاهرة, 1431 هـ - 2010, ط9, ص22.
9. حسن عماد مكاوي و لیلی حسین السید, الاتصال و - نظرياته , مرجع سابق, ص65.

10. الاعلام الدولي النظريات- الاتجاهات والملكية, ترجمة : نصر حسني والكندي عبد الله الكندي, العين, دار الكتاب الجامعي, ( 1431 هـ - 2011م), ط2
11. الاعلام الدولي النظريات- الاتجاهات والملكية, ترجمة :نصر حسني والكندي, المرجع السابق, ص 182
12. Foust. J.C, Online Journalism- principles and practices of news for web, Scottsdale, Arizona, 2nd edition, Holcomb Hathaway, Publisher, Inc, 2009, Page, 20.
13. راكان عبد الكريم حبيب, وسائل الاتصال والاعلام الجديد, جدة, مكتبة زهران, 2010, 1431, 198
14. بسنت عبد المحسن العقبابوي, الصحافة الالكترونية وبنيتها على شبكة الانترنت, جدة, الخوارزمي, 2010-1431, 324
15. Fouster. J.C, Online Journalism- principles and practices of news for web ,Opcit,, Page, 11
16. عبد الرحمن الحبيب, في راكان حبيب, مهارات ووسائل الاتصال, جدة, مكتبة دار جدة, ص233
17. <http://www.anaonline.net>
18. Thomas L , Mc Phil , ترجمة :نصر حسني و الكندي عبد الله الكندي, الاعلام الدولي النظريات- الاتجاهات والملكية, مصدر سابق, 310
19. <http://arabe.apanews.net>
20. Thomas L , Mc Phil , ترجمة :نصر حسني و الكندي عبد الله الكندي, الاعلام الدولي النظريات- الاتجاهات والملكية, مصدر سابق, 310
21. Donald Read, The power of news, The History of Reuters Oxford, UK, Oxford University Press, 1992, page 1
22. Oliver Boyd, The International News Agencies London, Constable), University Press 1980,Page 34.

23. Donald Read, The power of news, The History of Reuters, Opcit, page 3.

24. Oliver Boyd, The International News Agencies, Opcit, 4

25. Oliver Boyd, The International News Agencies, Opcit, 6-8

26. فلهوط صابر و البءارى محمد, الالبابل الإءلامى , مصدر سابق,

ص23-25

27. Oliver Boyd, The International News Agencies, Opcit, 10-12

28. Donald Read, The power of news, The History of Reuters, Opict, page 5.

29. suna-sd.net

30. suna-sd.net

31. <http://mininfo.gov.sd>