سلسلة الدراسات الإعلامية (1)

الإعـــلام
وانعكاساته على العلاقات السودانية الأثيوبية
(2009-2020م)

د. مزمل سليمان حمد

الطبعة الأولى 2025م

سلسلة الدراسات الإعلامية (1)

الإعــلام

وانعكاساته على العلاقات السودانية الأثيوبية

(2009-2020م)

د. مزمل سليمان حمد

الطبعة الأولى
2025م

الإعـــلام
وانعكاساته على العلاقات السودانية الأثيوبية
(2009-2020م)

د. مزمل سليمان حمد

الإيداع القانوني

...../2025م

الناشر
دار آريثيريا للنشر والتوزيع – الخرطوم – السـودان
جوال: 121566207 - 00249122094856
البريد إلكتروني: arithriaforpublishing@gmail.com

تاريخ النشر:
الطبعة الأولى – 2025م
جميع حقوق الطبع محفوظة للناشر والمؤلف

لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو أي جزء منه أو تخزينه كنسخة إلكترونية أو نقله بأي شكل من الأشكال دون إذن خطي مسبق من المؤلف والناشر

الاستهلال

قال تعالى:

﴿ فَمَكَثَ غَيْرَ بَعِيدٍ فَقَالَ أَحَطتُ بِمَا لَمْ تُحِطْ بِهِۦ وَجِئْتُكَ مِن سَبَإٍۭ بِنَبَإٍ يَقِينٍ إِنِّي وَجَدتُّ ٱمْرَأَةً تَمْلِكُهُمْ وَأُوتِيَتْ مِن كُلِّ شَيْءٍ وَلَهَا عَرْشٌ عَظِيمٌ ﴾[1]

وقال تعالى:

﴿ يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَٰكُم مِّن ذَكَرٍ وَأُنثَىٰ وَجَعَلْنَٰكُمْ شُعُوبًا وَقَبَآئِلَ لِتَعَارَفُوٓا۟ ۚ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِندَ ٱللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴾[2]

قال رسول الله -صلى الله عليه وسلم:

[عن أبي هريرة رضي الله عنه قال: قال رسول الله ﷺ:

[إنّ اللّه لا ينظُرُ إلى صُوركُم وأموَالكم، ولكن ينظُر إلى قُلوبكم وأعمَالكم.][3]

(1) سورة النمل – الآيات 22 – 23

(2) سورة الحجرات – الآية 13.

(3) صحيح مسلم (حديث رقم: 2564).

إهـــداء

إلى أســاتذتي الكـرام ... **الذيـن سـخروا كل جهدهـم لأجـل أن أبلـغ هـذه الدرجـة وإلى العلمـاء والأسـاتذة بكليـات الإعـلام في الكليـات السـودانية وكل العاملـين في مجـال العمـل الإعلامـي .**

وأخـص بإهدائـي والـدي الأعـزاء **المرحـوم/ سـليمان حمـد الـذي أحسـن تربيتـي فنلـت هـذه المرتبـة والمرحومـة الوالـدة/ نـور الشـام حـاج قاسـم التـي أعطتنـي كل القيـم والمبـادئ والمثـل وربتنـي وأحسـنت تربيتـي.**

إلى أسرتـي الصغـيرة، **الأسـتاذة/ منـال يونـس حمـد العجـب زوجتـي العزيـزة التـي قاسـمتني هـم المعرفـة فيسرتـه لي، وكانـت خـير معـين..**

وإلى أبنائـي **(المهنـدس/ أحمـد، والمهندس/عبـد الرحمـن، والدكتـورة/آلاء، والدكتـورة/ نـوران ومنـذر وسراء) أهديهـم هـذا القبـس وهـذا العطـاء..**

فلهم مني كل التجلة والتقدير.

إلى كل الزملاء **في حقلي الإذاعة (الراديو والتلفزيون) بالسودان وأثيوبيا ...**

المؤلف

شكر وعرفان

قال تعالى: {فَتَبَسَّمَ ضَاحِكًا مِّن قَوْلِهَا وَقَالَ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ}[1]

الحمد لله رب العالمين، أحمده حمداً كثيراً طيباً مباركاً، يليق بعظمته وجلاله، وأصلي وأسلم على خير البشر حبيبنا ونبينا سيدنا محمد بن عبد الله عليه أفضل الصلاة وأتم التسليم. الشكر والمنة لله سبحانه وتعالى الذي وفقني لإنجاز هذا الكتاب وهو في الأصل عبارة عن رسالة لنيل الدكتوراة من جامعة أفريقيا العالمية، ولذلك أتقدم بخالص الشكر والتقدير للسيد مدير الجامعة، وهيئة التدريس، وعميد وأعضاء كلية الإعلام (قسم الإذاعة والتلفزيون)، وإلى أسرة الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون و زملائي في الإدارة العامة للأخبار والبرامج السياسية بالهيئة وإلى سفارة السودان باديس أبابا وسفارة أثيوبيا بالخرطوم، والأعزاء الطيب صديق الذي ساعدني في أن أصل إلى أديس أبابا وفتح لي آفاقاً كانت خير معين لي في إنجاز الدراسة الميدانية وكذلك الأستاذ/محي الدين جبريل صاحب المواقف المشرفة التي كانت خير مساعد ودافع وداعم في الوصول إلى أثيوبيا، وإلى مديري المكتبات بجامعات إفريقيا العالمية وأديس أبابا والسودان للعلوم والتكنولوجيا وأم درمان الإسلامية، والخرطوم، ومكتبة السودان. وإلى الأستاذ **الدكتور/ بدر الدين أحمد إبراهيم** الذي وقف بجانبي في اختيار موضوع هذا الكتاب ودعمه وصبره وتوجيهه لي بالآراء القيمة والسديدة. والأساتذة الأعزاء الذين قاموا بتحكيم الاستبانة وهم **الدكتور/ عبد المولى موسى**، عميد كلية الإعلام بجامعة إفريقيا العالمية المكلف الذي شجعني ووقف بجانبي وإلى **الأستاذ الدكتور/ مجذوب بخيت محمد توم**، عميد كلية علوم الاتصال بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا سابقاً، أستاذ الإعلام بالجامعات السودانية، **الدكتورة/ ليلى الضو سليمان الضو**، أستاذ العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام بجامعة إفريقيا. وكامل الشكر والتقدير والامتنان للبروفيسور موسى طه تاي الله الحداد الذي أشرف على هذا الكتاب عندما كان في مرحلة البحث وقام بمراجعته مراجعةً دقيقة وقومه تقويماً علمياً صائباً حتى خرج بهذه الصورة المشرفة. **والدكتور/**

(1) سورة النمل: الآية 19.

يـس قـرشي أسـتاذ الإعـلام والبحـث العلمـي الـذي أعطانـي الكثـير **ومحمـد الأمـين النحـاس وعبـاس محمـد صالـح وأنـور إبراهيـم، وإبراهيـم صالـح** وكل الذيـن سـاهموا بفكرهـم ودعمهـم حتـى اكتمـل هـذا العمـل، **والدكتـور/ محمـد إبراهيم** أسـتاذ الإحصـاء بكليـة الإعـلام جامعـة أفريقيـا العالميـة **والدكتـور/ أنـور الزيـن** أسـتاذ علـم الإحصـاء بجامعـة أم درمـان الإسـلامية، وإلى الأعـزاء **دكتـور/ صـلاح محمـد عـلي** أسـتاذ علـم الإحصـاء بالجامعـات السـودانية وأخـي محمـد عبدالمنعـم خفاجـة والأخـوة في مركـز شـبكة دوت كـوم **والي الديـن حسـن علـوان ، ورشـاد جـودة آدم، والأخ / يـس محمـد** الذيـن أسـهموا في إعـداد وكتابـة مـادة الكتـاب...

المؤلف

فهرس الموضوعات

الموضوع	الصفحة
الفصل الأول: الإطار المنهجي	17
مقدمة	19
الدراسات السابقة	26
النظريات الداعمة	47
الفصل الثاني: العلاقات الثنائية السودانية الأثيوبية والإعلام	63
المبحث الأول: تحليل طبيعة العلاقات التاريخية السودانية الأثيوبية	65
المبحث الثاني: إنتاج الرسالة الإعلامية وانعكاساتها على علاقات السودان وأثيوبيا الثنائية	105
المبحث الثالث: السياسات الإعلامية في السودان وأثيوبيا	119
الفصل الثالث: التخطيط الإعلامي والسياسات التحريرية	131
المبحث الأول: مفهوم التخطيط الإعلامي وأهدافه ومستوياته	133
المبحث الثاني: مفهوم السياسات الإعلامية وتطورها وتأثيرها في الإنتاج الإعلامي	157
المبحث الثالث: نماذج دولية في وضع السياسات التحريرية	183
الفصل الرابع: هيئتا الإذاعة والتلفزيون بالسودان وأثيوبيا والسياسات الإعلامية	205
المبحث الأول: الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان	207
المبحث الثاني: الهيئة العامة للإذاعة (الراديو والتلفزيون) بأثيوبيا	235
المبحث الثالث: صناعة السياسة التحريرية واتخاذ القرار في هيئتي الإذاعة والتلفزيون بالبلدين	263
الفصل الخامس: الدراسة الميدانية	299
أولاً: الإجراءات المنهجية للكتاب	301
ثانياً: عرض وتحليل وتفسير البيانات	311
ثالثاً: اختبار الفروض	415

الخاتمة: (النتائج والتوصيات)	425
أولاً: النتائج	425
ثانياً: التوصيات	427
قائمة المصادر والمراجع	433
قائمة الملاحق	443

قائمة الجداول

الرقم	الموضوع	الصفحة
1	توزيع عبارات الاستبانة	312
2	معاملات الثبات لعبارات المقياس بطريقة ألفا كرونباخ	313
3	الاستبانات الموزعة والمعادة	314
4	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير النوع	315
5	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير العمر	316
6	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير المؤهل العلمي	317
7	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير النوع	318
8	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير العمر	319
9	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير المؤهل العلمي	320
10	التوزيع التكراري لعبارات الدراسة من وجهة نظر الجمهور السوداني	322
11	الإحصاءات الوصفية لعبارات محور راي الجمهور السوداني	332
12	اختبار الفروق لعبارات محور قياس راي الجمهور السوداني	335
13	التوزيع التكراري لعبارات الدراسة من وجهة نظر الجمهور الاثيوبي	342
14	الإحصاءات الوصفية لعبارات محور راي الجمهور الاثيوبي	350
15	اختبار الفروق لعبارات محور قياس راي الجمهور الاثيوبي	353
16	التوزيع التكراري لعبارات الدراسة من وجهة نظر الخبراء السودانيين	361
17	الإحصاءات الوصفية لعبارات محور راي الخبراء السودانيين	374
18	اختبار الفروق لعبارات محور قياس راي الخبراء السودانيين	377
19	التوزيع التكراري لعبارات الدراسة من وجهة نظر الخبراء الاثيوبيين	385

20	الإحصاءات الوصفية لعبارات محور راي الخبراء الاثيوبيين	397
21	اختبار الفروق لعبارات محور قياس راي الخبراء الاثيوبيين	400
22	اختبار الفروق في متوسط الاستجابة في محور قياس راي الخبراء السودانيين والاثيوبيين	408
23	متوسط الاستجابة للخبراء الخاصة بالفرضية الأولى	413
24	متوسط الاستجابة للخبراء الخاصة بالفرضية الثانية	416
25	متوسط الاستجابة للخبراء الخاصة بالفرضية الثالثة	417
26	متوسط الاستجابة للخبراء الخاصة بالفرضية الرابعة	418
27	متوسط الاستجابة للخبراء الخاصة بالفرضية الخامسة	419
28	متوسط الاستجابة للخبراء الخاصة بالفرضية السادسة	420
29	متوسط الاستجابة للخبراء الخاصة بالفرضية السابعة	421
30	متوسط الاستجابة للخبراء الخاصة بالفرضية الثامنة	422
31	متوسط الاستجابة للخبراء الخاصة بالفرضية الثامنة	423

قائمة الأشكال

الرقم	الموضوع	الصفحة
1	التوزيع التكراري لأفراد العينة من حيث النوع – للجانب السوداني	315
2	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير العمر– للجانب السوداني	316
3	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق المؤهل العلمي– للجانب السوداني	317
4	التوزيع التكراري لأفراد العينة من حيث النوع – للجانب الأثيوبي	318
5	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير العمر– للجانب الأثيوبي	319
6	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق المؤهل العلمي– للجانب الأثيوبي	320

تمهيد

هـدف هـذا الكتـاب إلى الوقـوف عـلى السياسـات التحريريـة المتبعـة في كل من وسـائل الإعـلام بدولتـي السـودان وأثيوبيـا والمعوقـات التـي تحـد مـن فاعليـة السياسـة التحريريـة للبرامـج الإذاعيـة الموجهـة لشـعبي البلديـن والوقـوف عـلى اتجاهـات الجمهـور المُسـتقبِل لبرامـج الإذاعـة والتلفزيـون في البلديـن، عـلاوة عـلى التعـرف عـلى الضوابـط التـي تتبعهـا الدولتـان في وضـع السياسـات العامـة وإبـراز دور الإعـلام في تعزيـز علاقـات الشـعوب خاصـة بـين السـودان وأثيوبيـا اسـتناداً عـلى السياسـات التحريريـة. واتبـع المنهـج الوصفـي التحليـلي، ومنهـج دراسـة الحالـة والمنهـج التاريخـي والمقـارن بالإضافـة للمنهـج الاسـتقرائي بمـا يخـدم تحقيـق الأهـداف والإجابـة عـن التسـاؤلات واختبـار الفرضيـات، بالإضافـة لذلـك وظـف الكاتـب عـدداً مـن أدوات جمـع المعلومـات والبيانـات كالاسـتبانة والتـي مثّـل عينتهـا الخـبراء وجمهـور المسـتمعين للراديـو والمشـاهدين للتلفزيـون في كل مـن السـودان وأثيوبيـا، بجانـب اسـتخدام الملاحظـة العلميـة بـكل أنواعهـا إضافـة لاسـتخدام المقابلـة.

وتوصـل إلى نتائـج أهمهـا: أن أثيوبيـا لديهـا سياسـة تحريريـة صارمـة مكتوبـة وتم تطبيقهـا منـذ العـام 2014م، رغـم أنـه لـم يتـم تقويمهـا حسـب ما نـص عليـه قرار إجازتهـا مـن البرلمـان الأثيوبـي كل خمـس سـنوات، كمـا كشـف الكتـاب أن السـودان لديـه سياسـة تحريريـة شـفهية فقـط رغـم صـدور قانـون وأمـر تأسـيس للهيئـة العامـة للإذاعـة والتلفزيـون لسـنة 2014م، ووجـود ضعـف في الإلمـام بالتخطيـط والتخطيـط الاسـتراتيجي للسياسـة الإعلاميـة والتحريريـة بـين الهيئتـين العامتـين للإذاعـة (الراديـو والتلفزيـون) ممـا أدى لضعـف الإنتـاج الإخبـاري والبرنامجـي بـين البلديـن، هـذا بجانـب عـدد مـن النتائـج ذات علاقـة بالجوانـب الهيكليـة والإداريـة والماليـة والسياسـية والتقنيـة وغيرهـا.

بنـاءً عـلى ذلـك قـدم عـدداً مـن التوصيـات أهمهـا: ضرورة أن يقـوم السـودان بتصميـم سياسـات تحريريـة مكتوبـة و منشـورة يكـون مصدرهـا الدسـتور الـذي لا يخـرج عـن ثوابـت ومرتكـزات المجتمـع السـوداني وذلـك حتـى يتسـنى لوسـائل الإعـلام القيـام بمهامهـا وواجباتهـا عـلى الوجـه الأكمـل، وأن تعمـل أثيوبيـا عـلى تقويـم سياسـاتها التحريريـة التـي أجازهـا البرلمـان وتعمـل بهـا وسـائل الإعـلام وهيئـة الإذاعـة الأثيوبيـة (الراديـو والتلفزيـون) بصـورة دوريـة تجويـداً لـلأداء

ودعمـا لعلاقاتهـا الخارجيـة ، كمـا أوصى بـضرورة أن تقـوم هيئتـي الإذاعـة (الراديـو والتلفزيـون) بالسـودان وأثيوبيـا بعمـل سياسـات تحريريـة مشـتركة وإنشـاء إذاعات وقنـوات مشـتركة تتوافـق وطبيعـة وخصوصيـة العلاقـة بـين البلديـن أسـوةً بقـرار الإذاعـات والقنـوات المشـتركة مثـل (إذاعـة وادي النيـل مـن الخرطـوم والقاهـرة)، هذا بجانـب عـدد مـن التوصيـات التـي تتصـل بمحـاور السياسـة الإعلاميـة المختلفـة والتـي تدعـم توطيـد العلاقـات بـين البلديـن بتوظيـف الإعـلام والتغلـب عـلى التحديـات الماثلـة في الوصـول للأهـداف.

الفصل الأول

الإطار المنهجي

مقدمة

شـهد العالـم تطـوراً كبـيراً في مجـال المعلومـات والإعـلام فمنـذ اخـتراع (جوتنـبرج) للطباعـة والمطبعـة مـروراً باخـتراع اللاسـلكي الـذي طـور لاخـتراع الراديـو والتلفزيـون، ثـم الأقمـار الاصطناعيـة والانترنـت والألياف الضوئيـة والتـزاوج بـين الشـبكة العالميـة للمعلومات(الانترنـت) كوسـيلة اتصـال حديثـة وبـين الوسـائل التقليديـة، حيـث يتـم نقـل ملايـين الكلمـات يوميـاً عـبر الراديـو والتلفزيـون وعشرات الألـوف مـن السـاعات في بـث البرامـج التلفزيونيـة مـن المحطـات المختلفـة في العالـم، كمـا تنتـشر آلاف العناويـن مـن المجـلات والصحـف والكتـب. وتجـدر الإشـارة إلى أن المعلومـات التـي يحصـل عليهـا الإنسـان حاليـاً خـلال عقـد واحـد تعـادل المعلومـات التـي حصـل عليهـا خـلال مئـات السـنين مـن القـرون الماضيـة.

لقـد تضاعفـت معلومـات الإنسـان العلميـة وليـس مـن الممكـن تصـور وجـود مجتمـع مـا وفاعليـة اجتماعيـة دون علاقـات اتصاليـة، ولا يمكـن أن يتـم ذلـك دون الاتصـال وأن تتكـون أو تنمـو المعايـير والقيـم والمضامـين الثقافيـة وعلميـات التعليـم الاجتماعيـة والعلاقـات التـي تكـون مجتمعـةً عنـاصر أسـاس وحيويـة في وجـود وحيـاة أي مجتمـع. ومـن هنـا جـاء الاهتمـام بـدور العلاقـات الإقليميـة والثنائيـة كتكتـلات وأواصر لخدمـة علاقـات الشـعوب، وذلـك عـبر دور الإعـلام في العلاقـات الثنائيـة.

وبمـا أن الحضارتـين (السـودانية والأثيوبيـة) عرفـت منـذ القـدم أشـكالاً مـن التواصـل والاتصـال، أولـت الدولتـان هـذا النشـاط اهتمامـاً كبـيراً، ممـا أثـر بـدوره عـلى تماسـك تلـك الحضـارات، وإن هـذا الاتصـال وأشـكاله كان لـه تأثـيره عـلى الحيـاة اليوميـة للنـاس في شـكل طقـوس دينيـة، واحتفـالات، ومناسـبات، ورسـوم ونقـوش ورقـص وفنـون وغيرهـا مـن أشـكال الاتصـال. مثلـت دوراً إتصاليـاً وإعلامياً مهمـاً بـين شـعبي البلديـن وتميـزت العلاقـات بينهمـا مـن خـلال العلاقـات الثنائيـة المشـتركة.

ويطلـع الإعـلام بـدور مهـم تشـكل المعلومـات فيـه أساسـاً للتنويـر والتطويـر، ومـن يملـك المعلومـات الصحيحـة في الوقـت المناسـب فإنـه يمتلـك عنـاصر القـوة والسـيطرة في عالـم متغـير يعتمـد عـلى العلـم في كل شيء.

مـن هنـا جـاء دوره في دعـم العلاقـات الثنائيـة بـين السـودان وأثيوبيـا مـن خـلال إنتـاج البرامـج الموجهـة في الإذاعـة (الراديـو والتلفزيـون) اسـتناداً عـلى التخطيـط الإعلامـي القائـم عـلى الاسـتراتيجيات لإنتـاج الرسـائل الإذاعيـة عـبر الراديـو والتلفزيـون اسـتناداً عـلى المهنيـة التـي تقـوم عـلى السياسـة التحريريـة وأهميتهـا في ترقيـة نشـاط الـدول إعلامياً مـن خـلال عمليـات تنظيـم وإدارة ورقابـة وتقويـم تلك الأشـكال البرامجيـة والإعلاميـة في سـبيل تحقيـق أفضـل النتائـج الممكنـة في الخريطـة البرامجيـة، وتقـوم الإذاعـة (الراديـو والتلفزيـون) دوراً مهمـاً في ذلـك، ومـن هنـا جـاء الاهتمـام في هـذا البحـث لدراسـة العلاقـات الثنائيـة بـين السـودان وأثيوبيـا مـن خـلال دراسـة السياسـة التحريريـة المتبعـة في كل دولـة ومـدى فاعليتهـا في إنتـاج الرسـالة الإعلاميـة وانعكاسـاتها عـلى العلاقـات الثنائيـة بـين السـودان وأثيوبيـا وبحـث أسـباب القصـور والتحديـات التـي تواجـه مسـيرة الهيئتـين العامتـين للإذاعـة (الراديـو والتلفزيـون) بـكل مـن السـودان وأثيوبيـا والاسـتفادة مـن تاريـخ العلاقـات الثنائيـة بـين البلديـن وتوظيفهـا في الإنتـاج الإعلامـي الـذي يدعـم روابـط العلاقـات في كافـة المجـالات.

مصطلحات الكتاب:

فاعلية:

لغـةً: مـن مـادة (فِعـل) قـال الفـيروز آبـادي: الفعـل: حركـة الإنسـان، أو كنايـة عـن كل عمـل متعـدد [1]. وفي المعجـم الوسـيط، وصـف في كل مـا هـو فاعـل [2].

الفاعليـة: هـي حركـة الإنسـان في صناعـة التاريـخ (إذا تحرك الإنسـان تحـرك المجتمع والتاريـخ) [3]، وقيـل إنهـا في المفهـوم العـام: العمـل عـلى بلـوغ أعـلى درجـات الإنجـاز وتحقيـق أفضـل النتائـج بأقـل تكاليـف [4]. ويقابـل كلمـة الفاعليـة العربيـة (كفـاءة) كلمـة (Efficiency) في المعاجـم الغربيـة وهـي تتحـدد عندهـم كونهـا وصفـاً لـكل شيء فعـال، وجـاء في كتـاب (البحـث التحليـلي لأوروبـا) أن الـروح – ويقصـد بهـا الفاعليـة – وهـي ذلـك الشـعور القـوي في الإنسـان الـذي تصـدر عنـه مخترعاتـه وتصوراتـه، وتبليغـه لرسـالته، وقدرتـه الخفيـة عـلى إدراك الأشـياء.

وارتبـاط الفاعليـة بالثقافـة هـي حقيقـة نشـاهدها اليـوم في البـلاد المتحـضرة حيـث يوجـه الفـرد منـذ نشـأته الأولى إلى الاسـتفادة مـن وقتـه، واسـتثمار جميـع الوسـائل لاسـتخلاص الفائـدة مـن الأشـياء التـي لهـا قيمـة حتـى أصبـح ذلـك سـلوكاً اجتماعيـاً يرتبـط بجميـع أنشـطة الحيـاة [5]. فعـل الرجـل يفعـل فعـلاً عَمِـل: اسـم الفاعـل عنـد الصرفيـين مـا أشـتق مـن فعـل لمـا قـام بـه الفعـل عـلى معنـى الحدوث كجالـس وضـارب، والفاعـل المختـار هـو الـذي يصـح أن يصـدر عنـه الفعـل، مـع قصـد وإرادة، كذهـب زيـد بخـلاف مـا ليـس كذلـك نحـو مـرض زيـدٌ ونـزل المطـر، والفاعـل عنـد العامـة مـن يسـتأجر يوميـاً للعمـل في الأرض [6].

فاعلية:

هـي النشـاط التلقائـي المتوافـر، وهـي النـزوع الطبيعـي لإتيـان الأفعـال. نقـول فاعليـه شـخص مـا أي مـا يبديـه مـن النشـاط. والفاعليـة في علـم النفـس هـي

---

(1) الفيروزآبادي، القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1987م، ص 1043.

(2) المعجـم الوسـيط، مجمـع اللغـة العربيـة، القاهـرة، الطبعـة الخامسـة (منقحـة)، 1432هـ، ينايـر 2011م، مطبعـة الـشروق الدوليـة ، القاهـرة

(3) محمد النادي، الإيجابية حياة الأفراد والمجتمعات، ط1، دار القلم، دبي، 2008م، ص60.

(4) ماجد الكيلاني، التربية والتجديد وتنمية الفاعلية عند العربي المعاصر، ط1، دار القلم، دبي،2013م، ص39.

(5) ابن عيسى بالطاهر، فاعلية المسلم المعاصر، رواية في الواقع والطموح» دار البيارق بيروت، 1417 هـ - 2013م ، ص 47.

(6) المعلم بطرس البستاني، محيط المحيط، قاموس مطول للغة العربية، ط2، لبنان – مكتبة لبنان، ص 696.

جملة الظواهر النفسية المتصلة بالعواطف والنزوع والإرادة وفاعليه الكائن الحي جملة سلوكياته أو عملياته العقلية وما يتصل بها من نشاط حركي بيولوجي [1].

تفاعلية:

الفعل كناية عن عمل متعمد أو غير متعمد، فعل يفعل فعلاً ويقصد بها القدرة على تحقيق الأهداف المرسومة مسبقاً [2].

اصطلاحاً: هي تتسق مع الإيجابية في معانٍ مهمة أولاها حمل الهم والشعور بالمسؤولية الإيجابية حالة في النفس تجعل صاحبها مهموماً بأمر شرعي، ويرى أنه مسؤول عنه مسؤولية أدبية نابعة من ذاته ولا يوألو جهداً في العمل والسعي من أجله.

إجرائياً: يقصد بها الباحث المبادئ والمعايير والقواعد التي تحكم سلوك الأنظمة الإعلامية خاصةً الإذاعة (الراديو والتلفزيون) وتأثيرها على إنتاج الرسالة الإعلامية والبرامجية وانعكاساتها على العلاقات الدولية بين السودان وأثيوبيا.

السياسات:

لغةً: مصدر ساس يسوس سياسة. فيقال: ساس الدابة أو الفرس إذا قام على أمرها من العلف والسقي، والترويض والتنظيف وغير ذلك. وأحسب أن هذا المعنى هو الأصل الذي أخذ منه سياسة البشر، فكأن الإنسان بعد أن تمرس في سياسة الدواب ارتقى إلى سياسة الناس [3].

اصطلاحاً: عرفتها اليونسكو بانها: مجموعة المبادئ والمعايير والقواعد التي تحكم وتوجه سلوك الأنظمة الإعلامية، والتي عادة تستنبط من شروط الأيدولوجيا السياسية والقيم التي ترتكز إليها في بلد ما [4]. وهي: مجموعة المبادئ والقواعد والخطوط العريضة التي تتحكم في أسلوب الكتابة وتكون في الغالب مكتوبة ومفهومة لدى فريق العمل.

---

(1) محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، م5، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003م، ص 1799.

(2) محمد السعدي، القاموس الجديد، دمشق، د ن، 1973م، ص 170.

(3) الفيروز آبادي، القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1987م، 2/238.

(4) حميد جاعد الدليمي، التخطيط الإعلامي (المفاهيم، والإطار العام)، دار الشروق، ج1، عمان، 1998م، ص73.

إجرائيـــاً: هـــي السياســـة التحريريـــة وفاعليتهـــا في إنتـــاج الرســـالة الإعلاميـــة وانعكاســاتها عــلى العلاقــات الدوليــة بالتطبيــق عــلى الإذاعــة (الراديــو والتلفزيــون) في الســـودان وأثيوبيـــا مـــن ينايـــر 2017م إلى ديســـمبر 2020م.

إنتـــاج: لغـــةً: كلمـــة أصلهـــا الاســـم (إنتـــاج) في صـــورة مفـــرد مذكـــر وجذرهـــا (نتـــج) وجذعهـــا (نتـــاج).. إنتاج(ســـام)، مصـــدر أنتـــج.

إجرائيـــاً: هـــو إنتـــاج البرامـــج عـــبر الإذاعـــة (الراديـــو والتلفزيون) مـــن تحريـــر للأخبار ونشراتهـــا المتنوعـــة (سياســـية، اقتصاديـــة، اجتماعيـــة، رياضيـــة، ثقافيـــة، وغيرهـــا) بجانـــب إنتـــاج البرامـــج المتنوعـــة عـــبر الإذاعـــة.

الرسالة:

لغـــةً: كلمـــة أصلهـــا الاســـم (رســـالة) في صـــورة مفـــردة مؤنـــث وجذرهـــا (رســـل). والرســـالة في معجـــم المعانـــي الجامـــع أرســـل الـــشيء أطلقـــه، وأرســـل رســـالة إلى أهلـــه بعـــث بهـــا، وأرســـل اللـــه الرســـل بعثهـــم بـــشرع لتبليغـــه والعمـــل بـــه، وأرســـل الـــكلام أطلقـــه مـــن غـــير تقييـــد، وأرســـل إليـــه رســـالة وجهـــه. أرســـل الرســـول، بعثه برســـالة.

اصطلاحـــاً: الرســـالة اصطلاحـــاً مـــا يكتبـــه المرســـل عـــلى الورقـــة مـــن أخبـــار ومعلومـــات عـــلى شـــكل خطـــاب لإرســـالها إلى المســـتقبل. وتعنـــي نقـــل معلومـــة معينـــة بأســـلوب معـــين.

إجرائيـــاً: هـــي البرامـــج التـــي تبـــث عـــبر الإذاعـــة (الراديـــو والتلفزيـــون) والتـــي تصـــل الجمهـــور في شـــكل رســـائل صوتيـــة ومرئيـــة ومقـــروءة.

الإعلام:

لغـــةً: إعـــلام مصدر أعلـــم وتعني إبـــلاغ، أخبار، إشـــعار، إطـــلاع، إعلان أنبـــاء، تبليغ شيء أو نقلـــه [1]. كلمـــة إعـــلام هـــي المصـــدر لـــكل «علـــم» أعلـــم، يعلـــم، إعـــلام اً، وأعلمـــه بالأمـــر أمـــا تصريـــف هـــذه الكلمـــات عِلْـــمَ – يَعْلَـــم، عِلْمـــاً، علَـــم، يُعلـــمّ، تعليمـــاً، أعلـــم، يُعلـــم، إعلامـــاً [2].

(1) القامـوس المحيـط ، مجـد الديـن أبـي طاهـر بـن يعقـوب الفـيروز آبـادي، المتـوفي سـنة (817هـــ)، المطبعـة الحسـنية، القاهـرة 1311هـ ، ج 1 ، ص 1-4.

(2) حديد الطيب السراج، الإعلام الإذاعي ودوره، في الوعي القومي في السودان، الخرطوم، السودان2011م، ص 24.

اصطلاحاً: وضع علامة الأخبار بالشيء (فهمه) [1].

يعرف العالم الألماني (اتوجروت) الإعلام باعتباره نشاطاً اجتماعيا. هو التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها واتجاهاتها، في نفس الوقت [2].

التعريف الاصطلاحي للمؤسسات الإعلامية:

هو مجموعة من النشاطات المميزة التي يقوم بها أشخاص يؤدون بعض الأدوار وفقاً لبعض القواعد وتتميز المؤسسة الإعلامية بأنها تهتم بجمع المعلومات والمعالجة والتقويم والنشر وتقديم النشر وإعادة النشر والتحرير، وإنتاج وتوزيع المعرفة، (كالإعلان والثقافة) وتعتبر المؤسسة الإعلامية أنها همزة وصل بين أفراد المجتمع حيث توفر قنوات تربط فيها بين الناس، وتربط كل فرد بمجتمعه وكذلك تقتصر المؤسسة الإعلامية على المجال العام لأن القضايا التي تعالجها هي قضايا عمومية [3].

انعكاسات:

الجمع: انعكاسات، مصدر انعكس على الطبيعة والفيزياء، صورة جسم تكونها المرآة. انعكاس الضوء: ارتداده على سطح صقيل بحيث تساوي زاوية الانعكاس زاوية السقوط. زاوية الانعكاس: حدث انعكاس خطير على حياته: ارتداد، أثر، انقلاب ستحدث هذه الواقعة انعكاسات مهمة على حياته.

انعكس: فعل: على ينعكس انعكاساً فهو منعكس، والمفعول منعكَس. انعكس الشيء عليه: ظهر أثره عليه. كان للحادث انعكاسات خطيرة على المنطقة.

انعكاسية: اسم، اسم مؤنث منسوب إلى انعكاس. الحركة الانعكاسية: حركة لا إرادية، حركة مفاجئة يقوم بها الشخص عن غير قصد اتقاءً لخطر أو إيقافاً لأ لهم .

(1) حديد الطيب، نفس المرجع ص34.

(2) محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مصر، مكتبة الخانجي، القاهرة، دار الرفاعي بالرياض، 1983م، ص27.

(3) القاموس المحيط، مرجع سابق .

عكس: عكس الشيء يعكسه عكساً فانعكس: رد آخره على أوله.

اصطلاحـاً: يعنـي التـلازم في الانتفـاء، أي كلمـا لـم يصـدق عليـه الحـد لـم يصـدق عليـه المحـدود. وقيـل العكـس هـو عـدم الحكـم لعـدم العلـة.

إجرائيـاً: هـي انعكاسـات فاعليـة السياسـة التحريريـة في إنتـاج الرسـالة الإعلاميـة وانعكاسـاتها عـلى العلاقـات الدوليـة، خاصـةً بـين السـودان وأثيوبيـا عـبر الإذاعـة (الراديـو والتلفزيـون).و يطلـق الإعلاميـون عـلى انعـكاس البرامـج برجـع الصـدى ويهـدف الباحـث مـن خـلال هـذا البحـث لمعرفـة انعكاسـات فاعليـة السياسـة التحريريـة في إنتـاج الرسـالة الإعلاميـة وانعكاسـاتها عـلى العلاقـات الدوليـة خاصـة بـين السـودان وأثيوبيـا.

العلاقات:

العلاقـات لغـة: جمـع علاقـة مـن الفعـل المـاضي علـق يعلـق علوقـاً، والعلـوق هـو تـدلي شيء مـن شيء أعـلى منـه، تقـول: (علقـت الـشيء إذا جعلتـه يتـدلى مـن شيء هـو أعـلى منـه) وكل شيء التـزم شـيئاً فقـد علـق بـه. وعـلى ذلـك فالعلاقـات هـي صـلات تتصـل الأشـياء بهـا بعضهـا مـع بعـض.

اصطلاحـاً: هـي الروابـط والآثـار المتبادلـة بـين الأفـراد في المجتمـع والتـي تنشـأ نتيجـة اجتماعهـم وتبـادل مشـاعرهم واحتكاكهـم ببعضهـم البعـض وتفاعلهـم في بوتقـة المجتمـع. وأيضـاً هـي وصـل الآخريـن مـع بعضهـم البعـض.

العلاقـات إجرائيـاً: هـي العلاقـات التاريخيـة بـين دولتـي السـودان وأثيوبيـا والتـي ترتبـط بأطـول حـدود للسـودان مـع أثيوبيـا تمتـد لحـوالي 1500 كلـم وهـي ثانـي أطـول حـدود للسـودان في أفريقيـا بعـد حـدوده مـع دولـة جنـوب السـودان وتمثـل هـذه العلاقـة التـي تقـوم عـلى التداخـل في المناطـق الحدوديـة مسـاحات واسـعة بالإضافـة إلى تواصـل سـكاني ممتـد عـبر الحقـب والأزمنـة وعلاقـات ممتـدة.

الدولية:

لغـةً: مؤنـث دولي، والـدولي نسـبة إلى الدولـة، كالغـزي تقـال لمـن هـو مـن غـزة. والـدولي مـن الفعـل (دول) ومصـدره دولـة بالفتـح أو دولـة بالضـم والفعـل دول لـه معنيـان: أ- التحـول مـن مـكان لمـكان آخـر: تقـول (انـدال القـوم) إذا تحولـوا مـن مـكان إلى مـكان آخـر، (وتـداول القـوم الـشيء) إذا انتقـل بـين أيديهـم.

الدوليــة اصطلاحــاً: هــي مجموعــة الســلوك والتصرفــات المتبادلــة بــين دولــة وغيرهــا مــن الــدول والجماعــات وفقــاً لأحــكام الــشرع والقانــون. وأيضــاً هــي القــوة والســلطان والغلبــة، أمــا الدولــة في الاصطــلاح القانونــي هــي مــا تكــون مــن مجموعة متجانســة مــن الأفــراد تمــارس نشــاطها عــلى إقليــم جغــرافي محــدد، وتخضــع لتنظيم معــين، فهــي مــا تكــون مــن عنــاصر ثلاثــة: (الشــعب، الإقليــم والســلطة). الدوليــة إجرائيــاً: هــي مجموعــة يــرى الباحــث أنهــا التــي تعنــى بتعزيــز وتحســين لغــة الحــوار خاصــة لحالــة البحــث التــي نحــن بصددهــا (الســودان وأثيوبيــا).

العلاقات الدولية اصطلاحاً:

أنصــار المدرســة الواقعيــة يعرفــون العلاقــات الدوليــة مــن خــلال المتغــير الرئيــسي الــذي يعتمــدون عليــه في تحليلهــم للعلاقــات الدوليــة ألا وهــو متغــير القــوة، فمنهــم مــن يعــرف العلاقــات الدوليــة عــلى انهــا: « علاقــات صراع قــوة مــن أجــل القــوة «

أمــا أنصــار نظريــة التكامــل الــدولي، فإنهــم يعرفــون العلاقــات الدوليــة مــن خــلال الموضــوع الرئيــسي للنظريــة والمتمثــل في التكامــل الــدولي، حيــث ينظــرون إلى هــذه العلاقــات عــلى أنهــا: «علاقــات تكامليــة «، في حــين أن أنصــار نظريــة التبعيــة يفسرون العلاقــات الدوليــة عــلى أنهــا: «علاقــات ســيطرة وتبعيــة ســيطرة دول المركــز عــلى دول المحيــط، وتبعيــة هــذه الأخــيرة لــدول المركــز «.

إجرائيــاً تعنــي: تعزيــز وتحســين لغــة الجــوار خاصــة لحالــة الدراســة (الســودان وأثيوبيــا).

الدراسات السابقة:

الطلــع الكاتــب عــلى عــدد مــن الدراســات التــي تطرقــت لمواضيــع مرتبطــة بمتغــيرات دراســته، ولــم يجــد دراســة بنفــس العنــوان، ولكــن هنــاك عــدداً مــن الدراســات التــي دارت في إطــار الموضــوع منهــا:

الدراسة الأولى: الإذاعات الدولية وتأثيرها في تشكيل الرأي العام [1]:

هدفــت الدراســة إلى معرفــة الأبعــاد التأثيريــة للإذاعــات الدوليــة عــلى الــرأي العــام الســوداني، والتعــرف عــلى الوســائل والأســاليب التــي تســتخدمها الإذاعــات الدوليــة في

(1) معتصــم بابكــر مصطفــى، الإذاعــات الدوليــة وتأثيرهــا في تشــكيل الــرأي العــام، دراســة وصفيــة تحليليــة عــلى اتجاهــات الــرأي العــام الســوداني، رســالة دكتــوراه غــير منشــورة، كليــة الإعــلام، جامعــة أم درمــان الإســلامية، 1997م.

التأثير على الرأي العام السوداني، والوقوف على الأساليب التي تجعل الجمهور السوداني يقبل على متابعة برامجها. وتكمن مشكلة الدراسة في سؤالها الرئيس: هل الإذاعات الدولية لها تأثير في تشكيل الرأي العام السوداني؟ استخدم الباحث ثلاث مناهج في دراسته هي الوصفي، المسحي، تحليل المضمون. ومن أهم النتائج التي خرجت بها الدراسة: يفضل الرأي العام السوداني الاستماع إلى الإذاعات الدولية حيث أوضحت الدراسة أن نسبة 94.6% من أفراد العينة يتابعون بصورة دائمة، ويقبل الرأي العام السوداني على هذه الإذاعات لأسباب أهمها: سرعتها في متابعة وتغطية الأحداث وتناولها لها وأنها تشكل مصدراً للثقة وتمييز الحقائق من غيرها باعتبارها مصدراً من مصادر المعلومات، فضلاً عن كفاءة العاملين بها وإمكانياتها التقنية العالية وأن تلك الإذاعات تهتم بآراء المواطنين خاصةً في المادة الإخبارية التي تنال اهتمام المستمعين والمشاهدين، تليها الأخبار الداخلية والعالمية ثم التقارير الإخبارية المصورة والبرامج السياسية.

اتفقت الدراسة مع الدراسة الحالية في الدور الذي تقوم به الإذاعة (الراديو والتلفزيون) من خلال سياساتها التحريرية في تأثيرها على تشكيل الرأي العام، واتفقت الدراستان في المناهج التي استخدمها كلا الباحثين، بيد أن الدراسة ركزت على الإذاعات الدولية، بينما تخصصت الدراسة الحالية في السياسات التحريرية وانعكاساتها في إنتاج الرسالة الإعلامية على العلاقات الثنائية بين السودان وأثيوبيا.

الدراسة الثانية: نظم وسياسات الاتصال – دراسة تحليلية لسياسات وبنيات الاتصال في السودان [1]:

فقد تناولت نظم وسياسات الاتصال في السودان خاصةً السياسات الإعلامية وواقع مؤسسات وبنيات الاتصال في السودان، وهدفت لتحديد العوامل التي تؤثر في بناء السياسة الاتصالية وبيان الأثر المتبادل بين السلطة والاتصال وأثر ذلك على وضع السياسات الاتصالية وتحليل العوامل التي أدت إلى عدم رسوخ لسياسات الاتصال في السودان وتحديد عناصر الثبات والقوة للسياسات الاتصالية السودانية، واعتمد الباحث على جمع البيانات والمعلومات من مصادرها الحية والموثقة وذلك بالوصول إلى الوثائق والمصادر الأصلية

(1) هاشم محمد محمد صالح – بحث بعنوان (نظم وسياسات الاتصال – دراسة تحليلية لسياسات وبنيات الاتصال في السودان – رسالة دكتوراه منشورة – جامعة أم درمان الإسلامية – كلية الإعلام – 1999م.

والسجلات التاريخية والمذكرات الشخصية وإثبات صحتها وتحليلها التحليل العلمي. واستخدم الباحث المنهج الوصفي أيضاً وكذلك منهج دراسة الحالة عند التطبيق على حالة السودان. ومن أبرز نتائجها: أهمية وضع سياسة إعلامية للمؤسسات الإعلامية في السودان، ومن توصياتها: أن تبني سياسات الاتصال بالارتكاز على إطار فكري وقيمي نابع من مبادئ الإسلام وتقاليد المجتمع السوداني الحميدة، وألا يقتصر وضع السياسات الاتصالية على وزارة الإعلام وإنما يجب إشراك القطاعات التشريعية والقانونية ومؤسسات التخطيط الاجتماعي والاقتصادي ومؤسسات الخدمات والبحث العلمي والقطاع العسكري والأمني والعلاقات الخارجية في وضع هذه السياسات لتأثيرها وتأثرها بهذه السياسات، وأن تقوم العلاقات بين السلطة والاتصال والمجتمع على ما يحقق مصالح الناس. واتفقت هذه الدراسة مع موضوع البحث وفصلت في ضرورة وأهمية وضع السياسات الإعلامية والالتزام بها لما لها من تأثير وتأثر بواقع الحياة العامة التي تنعكس على العلاقات الدولية بين الدول، رغم أنها لم تتعرض بشكل مباشر لفاعلية السياسة التحريرية في إنتاج الرسالة الإعلامية وانعكاساتها على العلاقات الدولية حالة الهيئة العامة للإذاعة (الراديو والتلفزيون) بالسودان وأثيوبيا موضوع هذا البحث.

الدراسة الثالثة: تكنولوجيا البث الفضائي وتطور الإنتاج التلفزيوني [1]:

هدفت الدراسة إلى تقديم رؤية منهجية وعلمية تراعي أسس تحليل وتقويم أنظمة وبرامج الفضائيات العربية، والوقوف على مدى استفادة الفضائيات العربية من توظيف تكنولوجيا البث الفضائي، وانعكاس ذلك على البرامج التلفزيونية، كما هدفت إلى بحث الأساليب المناسبة للخطاب العربي عبر الفضائيات بغرض الوصول إلى إعلام قوي ومواكب للتطورات التكنولوجية الحديثة، وقادر على مواجهة وتخفيف آثار البث المباشر، بجانب بحث آراء وتوجهات الجماهير تجاه البث الفضائي ورفع مشاركاتها الإيجابية بغرض التطور والنماء دعماً للتواصل العربي عبر تبادل الخدمات والخبرات والتجارب الفنية للإسهام في تنشيط البحث العلمي المتخصص في مجال التلفزيون وإثراء المكتبة العربية. اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي. وجاءت نتائج الدراسة مؤكدة على أهمية التكنولوجيا في تطوير الإنتاج التلفزيوني، وأن تكنولوجيا

(1) بدر الدين أحمد إبراهيم، تكنولوجيا البث الفضائي وتطور الإنتاج التلفزيوني، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ديسمبر 2000م.

البث الفضائي تتمثل في تطوير الأجهزة والثقافية بنسبة 30% وتطور الأسلوب الخطابي وطرح العرض بنسبة 40% وتطور الإمكانيات الفنية بنسبة 30%، وتطور مضمون الرسالة الإعلامية بنسبة 24%، وأن إشكاليات الفضائيات العربية تتمثل في انعدام الحرية، وارتباط القنوات بالنظام السياسي للدولة، وأن نمط الحوار والتشابه الشكلي للبرامج والتخصصية في مجال معين يكسب القناة جمهوراً نوعياً متميزاً ولا يؤثر عليها إذا تنوعت الموضوعات واختلفت زوايا التبادل.

اتفقت الدراسة مع دراسة الباحث في أهمية السياسات التحريرية وانعكاساتها في إنتاج الرسالة الإعلامية، وإن لم تسمي ذلك بـ (السياسات التحريرية) لكنها التقت مع دراسة الباحث في أهمية أن تكون هناك سياسات إعلامية وتحريرية واضحة لكل مؤسسة، الدراسة كشفت ضرورة التكنولوجيا في تطور البرامج التي لابد أن تقوم على سياسات تحريرية تخاطب رغباته وتطلعاته. تسعى أهداف هذه الدراسة لوضع نظام بث فضائي إقليمي عربي بعد الوقوف على استخدامات التكنولوجيا في هذا المجال، ومن نتائجها وجود اهتمام من المشاهد العربي، وارتفاع نسبة المشاهدة، فيما تبحث الدراسة الحالية في انعكاسات السياسات التحريرية في إنتاج الرسالة الإعلامية.

الدراسة الرابعة: تخطيط البرامج في التلفزيون السوداني [1]:

هدفت الدراسة لإظهار فاعلية التخطيط وصنع السياسات والاستراتيجيات والتخطي البرامجي للتلفزيون حتى يحقق أغراضه وأهدافه الإعلامية والثقافية والترفيهية دون إغفال الموارد المادية والبشرية المتاحة واستغلالها الاستغلال الأمثل، والتعرف على مدى تأثير برامج التلفزيون السوداني في أذواق وميول واتجاهات المشاهدين في ظل تخطيط علمي سليم، ومواكبة التطور الهائل الذي حدث في وسائل الاتصال، ومدى تأثيرها على المجال البرامجي والتقني والإداري والمالي بالتلفزيون. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لما يمتاز به من مقدرة على تحديد علاقة المتغيرات والحصول على البيانات وتصنيفها وتبويبها ومحاولة تفسيرها وتحليلها من أجل قياس ومعرفة أثر وتأثير العوامل على أحداث الظاهرة محل الدراسة، كما استخدم الباحث المنهج التاريخي في بعض فصول دراسته. خرج الباحث بجملة من النتائج حصرها في خمسة

(1) عثمان عوض الكريم محمدين، تخطيط البرامج في تلفزيون السودان (1995م – 1998م)، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية، 2000م.

وثلاثين نتيجة أهمها: أنه لا توجد سياسات تحريرية ثابتة، وأن إنتاج البرامج يقوم على التخطيط السليم إضافة إلى أن البرامج لا تخضع لقياس وتقويم من خلال الدراسات والبحوث واتجاهات المشاهدين، والعمل على تطبيقها. وأوصت الدراسة بعدد من التوصيات أهمها: أن تتبع إدارة التلفزيون نظم التخطيط البرامجي القائم على وضع سياسات تحريرية واضحة وثابتة، والاهتمام بغياب البرامج والعمل على تقويمها من خلال رجع الصدى، والاستفادة منه في تطوير البرامج. اتفقت الدراسة مع البحث في أهمية وضرورة وفاعلية التخطيط في وضع السياسات التحريرية، وضرورة العمل على قياس البرامج وتقويمها ورجع السدى، غير أن الدراسة الحالية ركزت بشكل أوسع في مجال السياسات التحريرية لإنتاج البرامج في الإذاعة (الراديو والتلفزيون) وخاصة انعكاسات ذلك على إنتاج البرامج في الإذاعة (الراديو والتلفزيون) بالسودان وأثيوبيا.

الدراسة الخامسة: واقع الممارسة الإعلامية للقائم بالاتصال في الإعلام السوداني [1]:

هدفت الدراسة إلى إيجاد ربط علمي في واقع الإعلام السوداني بين النظريات الأكاديمية لممارسة القائم بالاتصال في وسائل الاتصال الجماهيري السودانية والعوامل التي تؤثر في انسياب المضامين الإعلامية المنتجة، والتشريعات الإعلامية السودانية ومدى انعكاسها على عمل القائم بالاتصال والشكل التنظيمي المهني للإعلاميين في السودان، وأثر ذلك على أدائهم. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المسحي، وتوصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها: ضرورة الاهتمام بوضع السياسات التحريرية لإنتاج البرامج، وركزت على الاهتمام بالتشريعات الإعلامية وأن تكون نابعة من روح الدستور السوداني وحرية الممارسة الإعلامية والعوامل التي تتصل بالرقابة الذاتية عند القائم بالاتصال، وفهم ومضامين التشريعات الإعلامية وأوصت بمعالجة مظاهر القصور في التشريعات الإعلامية. اتفقت الدراسة مع البحث في التأكيد على المهنية والتقيد بها في أداء وإنتاج الرسالة الإعلامية، واستفاد الباحث من هذه الدراسة في معرفة واقع التشريعات الإعلامية والتي لها أثر مباشر في وضع السياسات التحريرية، كما وفرت الدراسة للباحث معلومات مهمة تجاه القائم بالاتصال والرسائل الاتصالية لدى القائم بالاتصال في السودان، والتشريعات الإعلامية السودانية، ومدى انعكاساتها على عمل القائم بالاتصال. غير أن رسالة الباحث ركزت بشكل مباشر حول السياسة

(1) هشام محمد عباس، الممارسة الإعلامية للقائم بالاتصال في الإعلام السوداني، دراسة تطبيقية على عينة من القيادات الإعلامية في الفترة 1995م- 2002م، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية، 2003م.

التحريرية وانعكاساتها على إنتاج الرسالة الإعلامية بالتطبيق على حالة السودان وأثيوبيا خاصة في مجال الإذاعة (الراديو والتلفزيون).

الدراسة السادسة: التطور التقني وأثره في إدارة المؤسسات الإعلامية [1]:

هدفت الدراسة لمعرفة التطور التقني وأثره في إدارة المؤسسات الإعلامية بالتطبيق على تلفزيون السودان، والتقنية الحديثة التي استجلبها التلفزيون. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي. تمثلت مشكلة البحث في أن هناك تقنية حديثة استجلبت للتلفزيون غير انه لا يوجد تحسن متكامل في إنتاج البرامج عموماً والصورة والإخراج وأدوات المشاهدة الجاذبة ومعرفة الأسباب التي تحول دون الاستفادة من التقنية الحديثة بالصورة المطلوبة. خلصت الدراسة إلى نتائج من أهمها: عدم مواكبة الكادر البشري للتطور التقنية بالتلفزيون مع عدم وجود الاهتمام بالرضا الوظيفي للعاملين، وأكدت الدراسة أن الشباب يشكل أكبر فئة عمرية من مجموعة العاملين بالتلفزيون إذ بلغت نسبتهم 58% مع عدم وجود فنيين تتجاوز أعمارهم الخمسين عاماً في كافة المجالات، وشكلت نسبة المنتجين في الوصف الوظيفي أعلى نسبة من بين الوظائف الفنية والبرامجية حيث بلغت 16%. أوصت الدراسة بالآتي: ضرورة تحفيز الكفاءات الوطنية المغتربة عن العمل في الهيئة السودانية للإذاعة والتلفزيون والعمل على الربط الشبكي بين مختلف الإدارات والاستفادة من الإمكانيات التقنية التي يتمتع بها التلفزيون وتوظيف العلاقات الرسمية والشخصية مع المؤسسات النظيرة (عربية، أجنبية) لتطوير الجوانب الفنية والتقنية والاستفادة من التقانة والمعدات الحديثة التي استجلبت للتلفزيون. اتفقت الدراسة مع البحث في أهمية التقانة وأثرها في إدارة المؤسسات الإعلامية خاصةً الإذاعة (الراديو والتلفزيون)، ورغم أن الدراسة ركزت على الجوانب التقنية وأثرها في إدارة المؤسسات الإعلامية إلا أن دراسة الباحث تركز بشكل أساسي على السياسات التحريرية والتي تحتاج في تنفيذها إلى التقانة خاصة من خلال الإذاعة (الراديو والتلفزيون). استفاد الباحث من الدراسة في معرفة التقانة وأثرها في إدارة المؤسسات الإعلامية، غير أن دراسته ركزت بشكل مباشر على السياسة التحريرية وانعكاساتها في إنتاج الرسالة الإعلامية.

---

(1) الطيب إمام الشيخ، التطور التقني وأثره في إدارة المؤسسات الإعلامية، دراسة وصفية تحليلة على الهيئة السودانية للإذاعة والتلفزيون، قطاع التلفزيون، رسالة ماجستير غير منشورة في الفترة من 2001م – 2003م، كلية الإعلام جامعة أم درمان الإسلامية، 2003م.

الدراسة السابعة: تخطيط وإنتاج البرامج في تلفزيون السودان [1]:

هدفت الدراسة لمناقشة القضايا والمشاكل التي تواجه تخطيط البرامج وإنتاجها بتلفزيون السودان، وطرحت الدراسة سؤالها الرئيس: كيف يتم التخطيط وإنتاج البرامج في تلفزيون السودان. استخدم الباحث المنهج المسحي بجانب المنهج التاريخي بجانب المنهج التكاملي. ومن أهم النتائج التي خرجت بها الدراسة: أثبتت أن أنواع البرامج التلفزيونية المفضلة لدى المشاهدين هي الأخبار، والبرامج السياسية، وهي في المقدمة وبنسبة 6.26%، وإبداء الرأي والتقييم ودرجة رضا المشاهدين على العرض الإخباري، ودلت البيانات على أن رضا المشاهدين المبحوثين عن عناصر العرض الإخباري اليومي تأتي بالترتيب التالي: المادة الإخبارية، حيث اتضح من الدراسة أن عناصر العرض الإخباري تنال اهتمام المشاهدين، ثم الأخبار الداخلية والعالمية والتقارير الإخبارية المصورة والبرامج الإخبارية والسياسية.

اتفقت الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث مناقشة موضوع الأخبار وأهمية وضع السياسات التحريرية لها، وأن علاقة هذه الدراسة مع دراسة الباحث علاقة استراتيجية من حيث الإذاعة (الراديو والتلفزيون) وتأثيرهم على الجمهور مما يلقي بالمسئوليات على القائمين بالاتصال في ضرورة وضع السياسات الإعلامية والتحريرية لإنتاج البرامج تحقيقاً لأهداف المؤسسة. واستفاد الباحث من هذه الدراسة في معرفة الأخبار والبرامج التي تقدم من خلال تلفزيون السودان كأحد أضلاع الإذاعة (الراديو والتلفزيون). بيد أن هذه الدراسة ركزت بشكل أساسي على تخطيط وإنتاج البرامج في تلفزيون السودان، بينما ميزت الدراسة الحالية عنها في أنها بحثت بشكل تركيزي وأساسي فاعلية السياسة التحريرية في إنتاج الرسالة الإعلامية وانعكاساتها على العلاقات الثنائية بين الدول حالة السودان وأثيوبيا.

(1) حديد الطيب السراج، تخطيط وإنتاج البرامج في تلفزيون السودان، دراسة وصفية تحليلية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، 2005م.

الدراسة الثامنة: دور الإدارة الإستراتيجية في تطوير المؤسسات الإعلامية بالتطبيق على الهيئة السودانية للإذاعة والتلفزيون [1]:

وهدفت الدراسة إلى إبراز وإظهار دور التخطيط الإستراتيجي في إدارة المؤسسات الإعلامية واعتمد الباحث على المنهج التكاملي والذي أتاح له فرصة المتابعة التاريخية والتحليل والمقارنة وتوصل إلى نتائج علمية من أهمها: أهمية الاتجاه نحو الإدارة الاستراتيجية ببعدها العلمي المدروس والأثر البالغ لها، والاهتمام بالإدارة التشغيلية والإدارة الاستراتيجية من الناحية التنافسية للوصول إلى الإدارة الاستراتيجية وتوصل الباحث إلى حداثة هذا الاتجاه بالهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان من حيث واقع عدم وضوح الرؤية وتقلباتها في الدمج والفصل والربط بينهما وضرورة الالتزام بمنهج الاستراتيجية ووضع خططها وتنفيذها لاستقرار هذه الأجهزة، وأوصى الباحث بأهمية تحرير الإعلام إدارياً وسياسياً ومالياً من التغيير النمطي في الدولة، واتخاذ سياسة واضحة إزاء خصخصة المؤسسات الإعلامية وتنظيمها بقانون يتفق مع المؤسسات الرسمية وأدائها، والإعلاء من مبدأ المنافسة وتفعيل الهياكل الإدارية والمجالس الرقابية والإعلاء لمنهج المهنية والكفاءة والمؤسسية في اختيار وأداء العناصر المختلفة بجانب الإعلاء للفكر الاستراتيجي ومفاهيمه المرتبطة به في مجال الإعلام والاتصالات وفق المدارس الإعلامية العالمية المعروفة. واتفقت هذه الدراسة مع البحث في أهمية وضع الإستراتيجيات الإعلامية لإدارة المؤسسات خاصةً الإذاعة (الراديو والتلفزيون)، وإن لم تتطرق إلى فاعلية السياسة التحريرية في إنتاج الرسالة الإعلامية وانعكاساتها على العلاقات الدولية.

الدراسة التاسعة: دور الفضائيات العربية في تشكيل الرأي العام الإقليمي [2]:

هدفت الدراسة لمعرفة الأبعاد التأثيرية لفضائيتي الجزيرة والمنار على الرأي العام العربي، والتعرف على الوسائل والأساليب التي تستخدمهما الفضائيتين موضوع الدراسة في التأثير على الرأي العام الإقليمية، ومعرفة مدى إمكانية الفضائيات العربية في تقديم بديل لمواجهة التشويه والتضليل الذي يعاني

(1) موسى طه تاي الله، دور الإدارة الإستراتيجية في تطوير المؤسسات الإعلامية بالتطبيق على الهيئة السودانية للإذاعة والتلفزيون، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في الإدارة العامة، في الفترة 2001م-2005م غير منشور-جامعة الخرطوم، كلية الدراسات العليا، معهد دراسات الإدارة العامة والحكم الإتحادي، ربيع الأول 1427هـ- الموافق ابريل 2006م.

(2) ياسر محجوب الحسين، دور الفضائيات العربية في تشكيل الرأي العام، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، فبراير 2008م.

منهمـا المشـاهد العربـي، والتعـرف عـلى المـدى الـذي وصلـت إليـه الفضائيـات العربيـة في محاولاتهـا لكـسر احتـكار الإعـلام الغربـي للمعلومـات. وتوصلـت الدراسـة إلى عـدة نتائـج منهـا: أن الفضائيـات العربيـة اسـتطابت إنتـاج وصناعـة رسـالة إعلاميـة عـبرت عـن الهويـة العربيـة والإسـلامية، وأكـدت عـلى أهميـة وسـائل الإعـلام الجماهيريـة (الراديـو والتلفزيـون) وأن السياسـات التحريريـة التـي اتبعتهـا قناتـي الجزيـرة والمنـار أسـهم في كـسر احتـكار الإعـلام الغربـي للمعلومـات، وإن لـم تسـمي ذلـك بالسياسـات التحريريـة، وإنمـا فصلـت لـه مـن خـلال التخطيـط الجيـد للبرامـج والأخبـار وهـو مـا سـمته دراسـة الباحـث بالسياسـات التحريريـة واعتبرتـه أسـاس لقيـاس ونجـاح الرسـالة الإعلاميـة وإيصالهـا للجمهـور المسـتهدف. الدراسـة اتفقـت مـع دراسـة الباحـث أن الـرأي العـام لـن يتـم تشـكيله إلا بوضـع سياسـات إعلاميـة تحريريـة مكتوبـة وبصـورة علميـة، عندئـذ تضمـن تحقيـق الرسـالة الإعلاميـة ولأهدافهـا ومقاصدهـا التـي خطـط لهـا.

اسـتفاد الباحـث مـن هـذه الدراسـة في أنهـا وضعـت لـه إطـار علمـي لـدور الفضائيـات (الإذاعـة) بشـقيها (الراديـو والتلفزيـون) لتشـكيل الـرأي العـام، وهـو مـا سـمته دراسـة الباحـث بالسياسـات التحريريـة وانعكاسـاتها عـلى إنتـاج الرسـالة الإعلاميـة، وذلـك بالاسـتفادة مـن نتائـج الدراسـة.

الدراسة العاشرة: العوامل المؤثرة في إنتاج برامج الأخبار الإذاعية[1]:

هدفـت الدراسـة إلى تحليـل العوامـل المؤثـرة في أداء القائـم بالاتصـال وتناولـت منتـج ومعـد النـشرة الإخباريـة ومضمـون النـشرة الإخباريـة في الإذاعـة السـودانية، ومعرفـة العلاقـة التـي تجمـع بـين منتـج ومعـد المـادة الإخباريـة ومضمـون النـشرة الإخبارية والعوامـل التـي تؤثـر عـلى أداء منتـج الأخبـار. وتكمـن مشـكلة الدراسـة في تكويـن رأي عـام إيجابـي مـن خـلال العوامـل المؤثـرة في إنتـاج البرامـج الإخباريـة بالإذاعـة. اتبعـت الدراسـة المنهـج الوصفـي التحليـلي، وتوصلـت الدراسـة إلى النتائـج التاليـة: أكـدت النتائـج أن العامـل السـياسي مـن العوامـل المؤثـرة في عمليـة إنتـاج وإعـداد البرامـج الإخباريـة وفي السياسـة التحريريـة وصياغـة الأخبـار والحالـة الصحيـة والنفسـية تؤثـر عـلى أداء المنتـج في قسـم الأخبـار، كمـا أكـدت عـلى العلاقـة الوثيقـة بـين معايـير انتقـاء الأخبـار والسياسـة العامـة للدولـة وسياسـة المحطـة الإذاعيـة واعتبرتهـا مـن العوامـل المؤثـرة، وخرجـت الدراسـة بتوصيـات أهمهـا: ضرورة تهيئـة

(1) خالـد محمـد عربـي، العوامـل المؤثـرة في إنتـاج برامـج الأخبـار الإذاعيـة، دراسـة حالـة لإدارة البرامـج الإخباريـة في الإذاعـة السـودانية، رسـالة ماجسـتير غـير منشـورة، 2008-2009م، جامعـة السـودان للعلـوم والتكنولوجيـا، 2009م.

بيئة العمل لمعدي البرامج الإخبارية في الإذاعة السودانية، وفتح فرص التدريب والتأهيل الأكاديمي لمنتجي الأخبار والاهتمام باللوائح والقوانين والتشريعات المنظمة للعمل، وأوصت بمراجعة السياسة البرامجية بعد مراجعة المضامين البرامجية في الإذاعة. اتفقت الدراسة مع موضوع البحث في العوامل المؤثرة في إنتاج البرامج خاصةً الإخبارية وبصفة خاصة في مجال الإذاعة (الراديو)، غير أن دراسة الباحث تركز بشكل مباشر على السياسة التحريرية وانعكاساتها في إنتاج الرسالة الإعلامية. استفاد الباحث في معرفة العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في مجال إنتاج الأخبار بالإذاعة السودانية، ورغم أن الإذاعة (الراديو) تشكل أحد أضلاع رسالة الباحث التي جاءت مشتملة على الإذاعة (الراديو والتلفزيون) بكل من السودان وأثيوبيا. واتفقت الرسالة مع البحث في التأكيد على أهمية السياسة التحريرية رغم أنها ركزت على الأخبار في الإذاعة إلا أن رسالة الباحث تركز على السياسة التحريرية على مستوى الإذاعة (الراديو والتلفزيون) وإنتاج الرسالة الإعلامية لكليهما.

الدراسة الحادية عشرة: السياسات الإعلامية العربية ودورها في تطوير الفضائيات الوطنية [1]:

هدفت الدراسة للوقوف على الدور الذي يمكن أن تلعبه السياسة الإعلامية في تطوير الفضائية السودانية، وتحديد العوامل التي تؤثر في بناء السياسة الإعلامية في السودان، وبحث الكيفية المناسبة للخطاب التلفزيوني السوداني بغرض الوصول إلى خطاب عالمي ومواكب للطفرة التكنولوجية وقادر على المواجهة، وطرحت الدراسة سؤالها الرئيسي: هل السياسات الإعلامية العربية لها دور في تطوير الفضائية السودانية، وطرحت ثمانية أسئلة فرعية أهمها: ما هي الرسالة الإعلامية لاتي بناء عليها تحول تلفزيون السودان بثه المحلي لبثه الفضائي، وهل تتعارض الممارسة الإعلامية للفضائية السودانية مع ما وضعته النصوص والقوانين المنظمة لعملها من حقوق وواجبات عند التطبيق، وهل تقف السياسة الإعلامية داخل الفضائية السودانية عائقاً أمام الإبداع واطلاع الأفكار، وهل يتدخل الوزير المختص في السياسة البرامجية للتلفزيون، وما هي العوامل الأخرى غير السياسات الإعلامية المؤثرة في تطوير الفضائية

(1) كوثر أحمد عبدالقادر، السياسات الإعلامية العربية ودورها في تطوير الفضائيات الوطنية، دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على الفضائية السودانية في الفترة من 2006م- 2008م، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية، 2009م.

السودانية. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، كما استخدمت الاستبانة والمقابلة والملاحظة كأدوات لجمع البيانات. توصلت الدراسة لنتائج من أهمها: أن المهنيين يشتركون في رسم السياسة الإعلامية للفضائية السودانية، وبينت الدراسة أن الوزير المختص لا يتدخل في السياسة البرامجية للفضائية السودانية، وأبانت الدراسة أن العوامل الأخرى غير السياسة الإعلامية التي تؤثر على تطوير الفضائية السودانية هي الإمكانيات المالية والإمكانيات البشرية، وأن القائم بالاتصال بالفضائية السودانية هو من يلزم نفسه بالخطوط الحمراء أحياناً دون محاولة المبادرة وإطلاق الأفكار، كما استنتجت الدراسة أن السياسة الإعلامية غير المكتوبة المتبعة في الفضائية السودانية تشكل عائقاً أمام الإبداع وإطلاق الأفكار إلى حد ما بنسبة 46% وتشكل عائقاً بشكل كامل، وأن الظروف السياسية تؤثر على السياسة الإعلامية للفضائية السودانية وجاءت بنسبة 100%. وأوصت الدراسة بعدد من التوصيات أهمها: ضرورة رسم سياسات إعلامية مكتوبة لا تتجاذبها الظروف السياسية وانتهاج سياسة إعلامية مرنة ومواكبة للتطورات التكنولوجية والمتغيرات العالمية تسمح للعاملين بإبراز مواهبهم وإبداعاتهم. اتفقت الدراسة مع البحث في موضوع السياسات الإعلامية ودورها في إنتاج وتطوير البرامج. غير أن البحث كان موضوعه متخصص في السياسات التحريرية وانعكاساتها في إنتاج الرسالة الإعلامية.

الدراسة الثانية عشرة: دور التلفزيون في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا السياسية[1]:

هدفت الدراسة للوقوف على الدور الذي يلعبه تلفزيون السودان في تشكيل الرأي العام السوداني، وتحديد مدى الموضوعية والصدقية التي يسمح بها التلفزيون السوداني، ومعرفة الصعوبات التي تواجه عملية قياس رأي الجمهور وبالتالي تلبية متطلباته وإشباع رغباته. وجاءت مشكلة البحث في السؤال الرئيسي: ما دور تلفزيون السودان في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا السياسية. واتبع الباحث المنهج الوصفي التاريخي. وأهم النتائج التي خرجت بها الدراسة: أثبتت أن أهم العوامل الجاذبة لمشاهدة تلفزيون السودان هي الموضوعات، كما أثبتت الدراسة أن تلفزيون السودان يهتم بتناول القضايا السياسية. اتفقت الدراسة مع الدراسة الحالية في أنها تناولت دور الإذاعة (الراديو والتلفزيون) خاصةً

(1) كوثر إبراهيم الضو، دور التلفزيون في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا السياسية، دراسة تطبيقية على مشاهدي تلفزيون السودان، كلية الإعلام، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2010م.

التلفزيون والتأثير الذي يحدثه من خلال تناول القضايا السياسية وإنتاج الرسالة الإعلامية بصفة عامة. واتفقت الدراسة مع الدراسة الحالية في إنتاج الرسالة الإعلامية والضوابط التي ينبغي أن توضع لها (السياسات التحريرية)، وركزت على تأثير تلك البرامج وجمهور التلفزيون، بينما تناولت دراسة الباحث فاعلية السياسة التحريرية في إنتاج الرسالة الإعلامية وانعكاساتها على العلاقات الثنائية حالة السودان وأثيوبيا وهذا ما يميز الدراسة الراهنة في أنها تبحث الفاعلية المطلوبة للسياسات التحريرية في إنتاج الرسالة الإعلامية.

الدراسة الثالثة عشر: العوامل المؤثرة في انتقاء المادة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية [1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل التي تؤثر في انتقاء الأخبار في تلفزيون السودان، وقناة الجزيرة، ودراسة الارتباط بين عناصر القيمة الخبرية في كل قناة وبين توجهها، وتفسير العوامل المؤثرة فيها والتعرف على القيم الإخبارية في الأنظمة الإعلامية المتعددة والجوانب الإيجابية والسلبية التي تميزها. وتمثلت مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي: ما العوامل المؤثرة في انتقاء المادة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية. واتبع الباحث المنهج الوصفي والمنهج التاريخي. ومن أهم نتائج هذه الدراسة: أكدت الدراسة أن السياسة التحريرية تؤثر في انتقاء الأخبار في التلفزيون السوداني من خلال القيود التي تفرضها السياسة التحريرية على المحررين أثناء عملهم في الرجوع إلى مدير الأخبار في كل صغيرة وكبيرة. وأثبتت الدراسة أن السياسة التحريرية لتلفزيون السودان لا تسعى وراء الإثارة الأمر الذي يؤكد تزايد مسئولية الإعلام في المحافظة على سلامة المجتمع وتماسكه، وأبانت أن تلفزيون السودان يبالغ في تقديم الإنجازات السياسية للحكومة السودانية وهذا يعود إلى أن التلفزيون جهاز مملوك للحكومة.

علاقة الدراسة بموضوع البحث: في كونها أنها التقت مع دراسة البحث حول السياسات التحريرية، واتفقت حول أهميتها وضرورتها رغم أنها كشفت عن طبيعة السياسة التحريرية للأخبار في تلفزيون السودان بأنها سياسة فردية ترتكز في كل كبيرة أو صغيرة على مدير الأخبار، إلا أن هذه الدراسة كان مهمة حيث استفاد منها الباحث في معرفة كيفية وضع وطريقة عمل إدارة الأخبار بتلفزيون السودان وكشفت الطرق التي يتبعها القائم بالاتصال من محررين

(1) أحمد عمر عبدالرسول، العوامل المؤثرة في انتقاء المادة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2010م.

ومراسلين، بيد أن هذه الدراسة ركزت حول الأخبار كمضمون ومحتوى في تلفزيون السودان والقيم الخبرية في كل من تلفزيون السودان وقناة الجزيرة، إلا أن دراسة الباحث تتميز عنها بأنها ركزت على فاعلية السياسة التحريرية في إنتاج الرسالة الإعلامية وانعكاساتها على العلاقات الثنائية حالة السودان وأثيوبيا.

الدراسة الرابعة عشر: إدارة المؤسسات الإعلامية وانعكاساتها على إنتاج الرسالة التلفزيونية[1]:

هدفت الدراسة الإلمام باستراتيجية تلفزيون السودان وأبعادها على إنتاج الرسالة الإعلامية والوقوف على تأثير النظام السياسي على إدارة المؤسسات الإعلامية والتعرف على انعكاسات إدارة المؤسسات الإعلامية على إنتاج الرسالة التلفزيونية، ومعرفة الرضا الوظيفي على إنتاج الرسالة الإعلامية في تلفزيون السودان، والإلمام بتأثير السياسة التحريرية على إنتاج الرسالة الإعلامية. وكمنت مشكلة البحث في سؤالها الرئيس: ما هي انعكاسات إدارة المؤسسات الإعلامية على إنتاج الرسالة الإعلامية لتلفزيون السودان؟ وتفرعت منه أسئلة فرعية منها: ما تأثير السياسة التحريرية على إنتاج الرسالة الإعلامية لتلفزيون السودان، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي المسحي باعتباره من أهم المناهج الوصفية التي تهتم بحالة الأفراد والظواهر وتصفها وصفاً دقيقاً تغطي مناطق كثيرة أو قد تقتصر في دراستها على منطقة واحدة واعتمدت على الاستبانة كأداة أساسية لجمع البيانات المسحية، بالإضافة إلى المقابلة والملاحظة. خلصت الدراسة لعدة نتائج من أهمها: أن إدارة التلفزيون القومي لا تعمل على تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين بالتلفزيون وذلك بنسبة بلغت 84% من عينة المبحوثين، وأن السياسة التحريرية أثرت سلباً في إنتاج البرامج التلفزيونية وذلك من خلال نتائج الدراسة التي أكدت أن سوء الإدارة انعكس سلباً على إنتاج الرسالة الإعلامية وأن إدارة التلفزيون لا تضع الخطط الإعلامية والبرامجية لتحقيق أهداف الدولة، وغيرها من النتائج. وأوصت الدراسة بالآتي: العمل على إيجاد إدارة تلفزيونية رشيدة تعمل على تحسين الصورة بتلفزيون السودان، وتوفير حرية التعبير للعاملين بتطوير الخطط البرامجية، ووضع الخطط الإعلامية وتحقيق أهداف الدولة والعمل على حرية السياسة التحريرية في إنتاج البرامج.

(1) صباح حسن عثمان، إدارة المؤسسات الإعلامية وانعكاساتها على إنتاج الرسالة التلفزيونية بالتطبيق على تلفزيون السودان في الفترة من 2017م-2019م، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان، 2019م.

اتفقت هذه الدراسة مع موضوع البحث من حيث أهمية السياسة التحريرية وأهميتها في إنتاج الرسالة الإعلامية وانعكاساتها على إدارة المؤسسات الإعلامية. بيد أن هذه الدراسة ركزت بشكل أساسي على إدارة المؤسسات الإعلامية بينما ركزت دراسة الباحث على السياسات التحريرية وانعكاساتها في إنتاج الرسالة الإعلامية. استفاد الباحث من هذه الدراسة من حيث الإلمام باستراتيجية تلفزيون السودان غير أن بحثه ركز على الاستراتيجية الكلية لكل من الهيئة العامة للإذاعة (الراديو والتلفزيون) بكل من السودان وأثيوبيا.

الدراسة الخامسة عشر: الإشكاليات التي تواجه الإعلام البديل[1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم الإعلام البديل عبر أربعة مداخل: هويته المستقلة كوسيلة في خدمة المجتمع، وعن كونه بديلاً عن الإعلام السائد التقليدي، وكونه جزءً من المجتمع، وعن كونه متجذراً في المجتمع ومتشعباً في مؤسساته ومتعدداً في أشكاله وأساليبه من صحيفة مغرقة في المحلية إلى مدونة أو موقع إلكتروني أو محطة إذاعية عبر الانترنت، أو إذاعة خاصة أو إعلام الشتات في المهجر، أو إعلام تفاعلي متعدد الاتجاهات يلتف حوله المثقفون والمختلفون بعيداً عن السياق الرقابي النمطي، وتمثلت مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس: ما الإشكالات التي توجه الإعلام البديل. اتبع الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي والمنهج المسحي وتحليل المضمون. خرجت هذه الدراسة بعدد من النتائج: التفاعلية أصبحت هي السمة الرئيسية للإعلام البديل لكونها المطلب الرئيس الذي يبحث عنه الكثيرون من مستخدمي وسائل الإعلام على مختلف أشكالها وهو ما جعلها أحد إمكانات القوى الدافعة نحو انتشار استخدام وسائل الإعلام الجديدة، كما توصلت الدراسة إلى أن عدم التوازن بين نوعية وحجم الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لها من أهم العيوب التي يتسم بها الإعلام البديل وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، يضاف إليها انتهاك الخصوصية، الابتزاز والتهديد بتسريب المعلومات وحقوق النشر والملكية الفكرية، وارتكاب الجرائم الإلكترونية.

علاقة الدراسة بموضوع البحث أنها اتفقت معها حول الإشكالات التي تواجه الرسالة الإعلامية وإن كانت تخصصت في الإعلام البديل، إلا أن الدراسة استفادت منها في كونها اتفقت مع المنهج الذي اتبعته تلك الدراسة بجانب أن من أهم

(1) محمد عبدالهادي علام، الإشكاليات التي تواجه الإعلام البديل، دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، جامعة عين شمس، 2016م.

الإشكالات التي تواجه الإعلام بصفة عامة هو وضع السياسات الإعلامية بما فيها السياسات التحريرية، واتفقت الدراسة مع موضوع البحث في ضرورة وضع سياسات تحريرية للإعلام البديل بجانب موضوع الدراسة في وضع السياسات التحريرية للإذاعة (الراديو والتلفزيون). استفاد الباحث من هذه الدراسة في الإطار الكلي والنظري للقضايا والتحديات التي تواجه الإعلام. غير أن دراسة الباحث تميزت بموضوعها في تناولها وتركيزها على فاعلية السياسة التحريرية في إنتاج الرسالة الإعلامية وانعكاساتها على العلاقات الثنائية حالة السودان وأثيوبيا.

الدراسة السادسة عشر: السياسات الإخبارية وانعكاساتها على الأداء المهني بالفضائيات العربية[1]:

هدفت الدراسة إلى معرفة منطلقات السياسات الإخبارية في الفضائيات العربية والسياسات الداخلية والخارجية للدول العربية، وانعكاسات السياسات الإخبارية على الفضائيات العربية، وأثرها على الإنتاج الإخباري ودراسات العلاقات الارتباطية بين الأداء المهني والسياسات الإخبارية في الفضائيات الإخبارية العربية، ومدى انعكاس السياسات الإخبارية على الأداء المهني، وأبعاد السياسات الإخبارية الحديثة من النواحي السياسية والاقتصادية. تمثلت مشكلة الدراسة في تساؤلين: لماذا يتعرض العاملين في الفضائيات العربية للكثير من المعاناة بسبب تغطياتهم الإخبارية للموضوعات المختلفة في المنطقة العربية، وكيف يخالف الأداء المهني الإخباري السياسات الداخلية والخارجية في بعض الدول العربية حتى تكون مهدداً تخشاه. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وأساليبه ومنها أسلوب دراسة الحالة، وتوصل إلى نتائج عدة منها: أن مخالفة السياسات الإخبارية لتوجهات الدول داخلياً وخارجياً، يتعرض المذيعين والمقدمين لإشكالات بسبب أدائهم المهني خاصة المراسلين والمناديب الذين يوفدون إلى مناطق النزاعات والأزمات لما يقدموه من معلومات وإفادات، وأن تكنولوجيا تسهم في كل مراحل صناعة الأخبار فإن مواكبتها واحدة من السياسات التي تهتم بها الفضائيات العربية في متابعة العمل الإخباري، وأكدت دراسة الباحث على أهمية السياسات التحريرية وأوصت إلى أهمية تلك السياسات بجانب الحريات والحقوق الخاصة

(1) عبدالله حسن تامون، السياسات الإخبارية وانعكاساتها على الأداء المهني بالفضائيات العربية، دراسة حالة بقناتي الجزيرة والعربية، في الفترة من يناير 2010م – 2015م، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة أفريقيا العالمية، 1439هـ - 2017م

بالجمهـور ورغباتـه في المجـالات المختلفـة، وبنـاء نظـام إعلامـي عربـي حـر وأن تكـون مفاهيـم الأخبـار في الـدول العربيـة هـي المعيـار لبنـاء الأخبـار، بـل ينبـع المعيـار للأخبـار مـن ثقافـة المجتمعـات العربيـة وحاجاتهـا.

اتفقـت هـذه الدراسـة مـع البحـث في أهميـة السياسـات التحريريـة وإن ركـزت عـلى السياسـات الإخباريـة دون السياسـات التحريريـة للبرامـج الأخـرى، غـير أنهـا لـم تركـز بشـكل مبـاشر عـلى السياسـات التحريريـة ككل باعتبارهـا جوهـر المحتـوى والمضمـون للبرامـج بمـا فيهـا الأخبـار، اسـتفاد الباحـث مـن هـذه الدراسـة في التعـرف عـلى السياسـات التحريريـة لقناتـي الجزيـرة والعربيـة.

الدراسـة السـابعة عـشر: السياسـات التحريريـة وانعكاسـاتها عـلى إنتـاج البرامـج الإخباريـة[1]:

هدفـت الدراسـة لمعرفـة الأثـر المبـاشر للسياسـة التحريريـة عـلى الإنتـاج الإخبـاري بإذاعـة أم درمـان (تحريـر الأخبـار، إنتـاج البرامـج الإخباريـة بأشـكالها المختلفـة) ومـا يواجـه القائـم بالاتصـال مـن إشـكالات، والتعـارض بـين الإيديولوجيـا الإعلاميـة العليـا، وايديولوجيـا المؤسسـات الإعلاميـة ومـا يواجههـا مـن صعوبـات في التوفيـق بينهـا وبـين الـرؤى التحريريـة الداخليـة للمؤسسـة، كمـا هدفـت لمعرفـة الأثـر الإيجابـي، أو السـالب لأيدولوجيـا الإعـلام عـلى السياسـة التحريريـة بالمؤسسـات الإعلاميـة. و كشـف الغمـوض الـذى يكشـف السياسـة التحريريـة بإذاعـة أم درمـان، ومـدى تأثـيره عـلى الإنتـاج الإخبـاري. والتعرف عـلى مـدى تأثـير المعتقـدات، والأفكار الخاصـة بالقائـم بالاتصـال عـلى الإنتـاج الإخبـاري. وتمثلـت مشـكلة الدراسـة في السياسـة التحريريـة لـدى المؤسسـات الإعلاميـة والغمـوض الـذي يكتنفهـا وطرحـت الدراسـة سـؤالها الرئيـس: مـا هـو أثـر السياسـات التحريريـة عـلى الإنتـاج الإخباري في إذاعـة أم درمـان، وتفرعـت منـه أسـئلة عـدة منهـا: هـل الأيديولوجيـة الإعلاميـة العليـا تؤثـر عـلى السياسـة التحريريـة بالمؤسسـة الإعلامـي؟ ومـا مـدى الغمـوض الـذي يكتنـف السياسـات التحريريـة بإذاعـة أم درمـان؟ وهـل السياسـة التحريريـة غـير المكتوبـة تـؤدي لإربـاك القائـم بالاتصـال ممـا يـؤدي لضعـف الإنتـاج؟ ومـا مـدى تأثـير المعتقـدات والأفـكار الخاصـة بالقائـم بالاتصـال عـلى الإنتـاج الإخبـاري للمؤسسـة الإعلاميـة؟ ومـا مـدى تأثـير السياسـة التحريريـة الشـفهية للمؤسسـة الإعلاميـة عـلى الإنتـاج الإخبـاري؟ اسـتخدمت الدراسـة المنهـج الوصفـي مـن خـلال

(1) إكـرام الصـادق بـشرى، السياسـات التحريريـة وانعكاسـاتها عـلى إنتـاج البرامـج الإخباريـة، بالتطبيـق عـلى إذاعـة أم درمـان القوميـة، 2013 – 2016م، كليـة الدراسـات الإعـلام، جامعـة السـودان للعلـوم والتكنولوجيـا، 1438هـ – 2017م.

أخذ الرأي عن طريق المقابلة لمعرفة وجهة نظر العاملين بإذاعة أم درمان حول السياسة التحريرية التي تنتجها أدوات الدراسة، وتم تحديد حجم العينة بـ (40) من العاملين بالإذاعة السودانية (إذاعة أم درمان) ومن أهم نتائج الدارسة: الأيديولوجية الإعلامية العليا تؤثر تأثيراً مباشراُ وإلى حد كبير في السياسة التحريرية بإذاعة أم درمان. السياسة التحريرية يكتنفها نوع من الغموض نسبة لغياب الموجهات المكتوبة. السياسة التحريرية الشفهية لها تأثير مباشر على الإنتاج الإخباري واستمراريته. والمعتقدات والأفكار الخاصة بالقائم بالاتصال لها تأثير كبير على السياسة التحريرية. وأوصت الدراسة المؤسسات الإعلامية خاصة إذاعة أم درمان بكتابة الموجهات (الأساسية)، لتكون مرشداً للمحررين للسير على ضوئها، إبراز حدود (قيمة) المسئولية الاجتماعية بحيث لا تؤثر على المصداقية المطلوبة في الإنتاج الإخباري، وتقصير المراحل التي تمر بها المادة الإخبارية حتى لا يكون الإنتاج ضعيفاً أو رتيباً، ووضع مساحة من الحرية للقائم بالاتصال لإبراز إمكانياته ووجهة نظره دعماً للابتكار وذلك من خلال اجتماعات التحرير، بحيث تتم الموافقة عليها بعد مناقشتها، والاستعانة بالمختصين والمخططين في وضع الموجهات الأساسية للسياسة التحريرية دون الموجهات الجانبية التي تمثل هامش الحرية المطلوبة لتنمية المواهب وإبراز القدرات للعاملين وعدم التوسع في كتابة الموجهات الخاصة بالسياسة الإعلامية العليا حتى لا تحد من الإبداع وتؤثر على المصداقية والسبق الصحفي المطلوب.

اتفقت الدراسة مع البحث في مفهوم وأهداف السياسات التحريرية ووفرت للباحث خليفة ممتازة بشأن تحرير الأخبار وعلاقته بالسياسة التحريرية، واتفقت الدراسة مع البحث في ضرورة السياسة التحريرية (المكتوبة)، واختلفت الدراسة في انعكاسات الرسالة الإعلامية بشأن العلاقات الثنائية إذ أن الدراسة ناقشت قضية السياسة التحريرية للأخبار بالإذاعة السودانية، بينما ركزت دراسة الباحث على فاعلية السياسة التحريرية في إنتاج الرسالة الإعلامية وانعكاساتها على العلاقات الثنائية حالة السودان وأثيوبيا.

الدراسة الثامنة عشر: فاعلية الإعلام الجديد في تشكيل الوعي السياسي بالسودان[1]:

هدفت الدراسة لتقويم فاعلية وسائل الإعلام الجديد بمفهومها المتداول في تشكيل وصياغة الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع، اعتمد الباحث فيها على المجتمع. اعتمد الباحث فيها على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المسحي وتوصل إلى نتائج علمية من أهمها: إثبات وجود علاقة بين مستوى الوعي السياسي ودرجة التعرض لوسائل الإعلام الجديدة وتفوقها وسرعة ودرجة التأثير على الرأي العام في السودان. وأوصى الباحث على أهمية تعزيز مؤسسات التنشئة الأولية وتطوير برامج المؤسسات الوطنية الرسمية والشعبية (وسائل الإعلام) المعنية بتشكيل الوعي للمجتمع السوداني، وإتاحة المجال للأجيال الجديدة (الشباب) في التعبير ن رؤيتها تجاه قضاياها واهتماماتها.

اتفقت هذه الدراسة مع البحث في أهمية الإعلام في تشكيل الوعي، وذلك بوضع سياساته التحريرية والإعلامية حتى يصبح فاعلاً، وإن لم تتطرق بشكل مباشر للإذاعة (الراديو والتلفزيون).

الدراسة التاسعة عشر: العوامل المؤثرة على السياسات التحريرية للمواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء العربية[2]:

هدفت الدراسة للتعرف على العوامل المؤثرة على السياسات التحريرية للمواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء العربية وتأثيرها على القائم بالاتصال، والكشف عن أهم العوامل المؤثرة على صياغة السياسات التحريرية للمواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء العربية محل الدراسة، ورصد أهداف السياسات التحريرية للمواقع الإلكترونية ومدى تأثير نمط الملكية على السياسة التحريرية للمواقع الإلكترونية وأسلوب الإدارة وتنظيم العمل المتبع في إدارة المواقع الإلكترونية، والتعرف على مدى إدراك القائمين بالاتصال بأيديولوجية العمل وأهداف السياسة التحريرية المتبعة للمواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء التي يعمل بها، والعوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال الإلكتروني، والمتغيرات

(1) أسامة ميرغني راشد، فاعلية الإعلام الجديد في تشكيل الوعي السياسي بالسودان، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة أفريقيا العالمية، 1439هـ - 2018م.

(2) هند حسانين أحمد، العوامل المؤثرة على السياسات التحريرية للمواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء العربية، رسالة دكتوراه منشورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة أسيوط، يوليو- ديسمبر 2018م

المؤثـرة عـلى بيئـة النظـام الإعلامـي الداخليـة والخارجيـة، والمؤثـرة عـلى صياغـة السياسـات التحريريـة لتلـك المواقـع. تركـزت مشـكلة الدراسـة عـلى العوامـل والمتغـيرات المؤثـرة عـلى السياسـات التحريريـة للمواقـع الإلكترونيـة لـوكالات الأنبـاء العربيـة، ومـا هـي أهـم أهـداف السياسـات التحريريـة لتلـك المواقـع الإلكترونيـة. اسـتخدم الباحـث منهـج المسـح الإعلامـي باعتبـاره أنسـب المناهـج العلميـة الملائمـة للدراسـات الوصفيـة بصفـة عامـة وتسـجيل وتحليـل وتفسـير الظاهـرة في وضعهـا الراهـن بعـد جمـع البيانـات اللازمـة والكافيـة عنهـا وعـن عناصرهـا ومـن خـلال مجموعـة مـن الإجـراءات المنظمـة التـي تحـدد نـوع البيانـات ومصادرهـا وطـرق الحصـول عليهـا واسـتخدم أسـلوب المقارنـة المنهجيـة في مقارنـة نتائـج الدراسـة الميدانيـة والوقـوف عـلى أوجـه الشـبه والاختـلاف بـين هـذه المواقـع وسياسـاتها التحريريـة، خلصـت الدراسـة إلى نتائـج: أشـارت النتائـج إلى أن أهـم العوامـل التـي تؤثـر عـلى السياسـة التحريريـة للمواقـع الإلكترونيـة موضـوع الدراسـة هـي درجـة الحريـة التـي يسـمح بهـا النظـام السـياسي بالمجتمـع، يليهـا كل مـن نمـط الملكيـة وأيدولوجيـات مالـك الوكالـة عمومـاً، وأسـلوب إدارة الموقـع الإلكترونـي، ثـم طبيعـة الأحـداث ذاتهـا، يليهـا التشريعـات والقوانـين الصحفيـة بالمجتمـع، ممـا يـدل عـلى ارتبـاط السياسـات التحريريـة لـوكالات الأنبـاء العربيـة بالأوضـاع السياسـية بالمجتمـع، ونمـط ملكيـة الـوكالات، وأن السياسـة التحريريـة تبنـى عـلى الموقـف الرسـمي إزاء الأحـداث والقضايـا المحليـة والخارجيـة. وأن نمـط الملكيـة لـه أثـر كبـير عـلى السياسـة التحريريـة ونمـط الإدارة بالموقـع.

اتفقـت الدراسـة مـع الدراسـة الحاليـة في التأكيـد عـلى السياسـات التحريريـة وأهميتهـا، واتفقـت حـول الطريقـة التـي يمكـن بهـا وضـع السياسـات التحريريـة ومعاييرهـا، بيـد أن هـذه الدراسـة تخصصـت في السياسـات التحريريـة الخاصـة بالعمليـة التحريريـة والنـشر الإلكترونـي، بينمـا ركـزت الدراسـة الحاليـة عـلى فاعليـة السياسـة التحريريـة في إنتـاج الرسـالة الإعلاميـة وانعكاسـاتها عـلى العلاقـات الثنائيـة حالـة السـودان وأثيوبيـا.

الدراسة العشرون: مستقبل العلاقات السودانية الأثيوبية على ضوء المصالح المائية المشتركة[1]:

هدفت الدراسة لمعرفة ودراسة مستقبل العلاقات السودانية الأثيوبية على ضوء المصالح المشتركة في الفترة من 1989م – 2019م ورسم مسار لمستقبل العلاقات بين البلدين اعتماداً على طبيعة المصالح وتبادل الرؤية الاستراتيجية للعلاقات بين البلدين، وحاولت الدراسة الإجابة على السؤال المحوري: هل هناك رؤية استراتيجية تتبناها النظم السياسية الحاكمة في إدارة العلاقات بين البلدين، واستندت الدراسة على فرضية غياب الرؤية الاستراتيجية لإدارة المصالح بين السودان وأثيوبيا أدت إلى توتر العلاقات بين البلدين التاريخية واتخذت الدراسة المنهج التحليلي لتحليل القضايا العالقة بالإضافة إلى المنهج الوصفي لتتبع تطور العلاقات بين البلدين وذلك من خلال الحقب التاريخية المختلفة، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: وضع الأهمية الاستراتيجية لموقع نهر النيل لبناء علاقة خاصة ومتميزة بين دول المنبع والمصب، وذلك لتحييد المخاطر والأطماع من الدول الأخرى، ودعم التكامل بين البلدين.

اتفقت الدراسة مع دراسة الباحث في دراسة العلاقات السودانية الأثيوبية على ضوء المصالح رغم أنها ركزت على المصالح المائية المشتركة إلا أنها وفرت للباحث خلفية لدراسة طبيعة المصالح وفق بلورة رؤية استراتيجية للعلاقات بين البلدين، رغم أنها لم تتناول فاعلية السياسة التحريرية في إنتاج الرسالة الإعلامية وانعكاساتها على العلاقات الدولية، لكنها وفرت خلفية تاريخية لطبيعة علاقات السودان وأثيوبيا ودور المصالح المشتركة في تدعيم تلك العلاقات.

الدراسة الحادية والعشرون: الثابت والمتغير في سياسة السودان الخارجية تجاه أثيوبيا[2]:

هدفت الدراسة إلى فهم الاسباب التي أثرت في علاقات السودان وأثيوبيا وجعلتها تشهد حالة من المد والجذب وتردد في منحنيات الصعود والهبوط في هذه العلاقات. كما هدفت الدراسة إلى فهم طريقة وصنع السياسة الخارجية السودانية

(1) أميمة الخير عوض إبراهيم، مستقبل العلاقات السودانية الأثيوبية على ضوء المصالح المائية المشتركة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات الاقتصادية والاجتماعية، جامعة النيلين، 2019م.

(2) حمدي حسب الرسول سليمان الثابت والمتغير في سياسة السودان الخارجية تجاه أثيوبيا دراسة دكتوراه غير منشوره، جامعة افريقيا العالمية 1434 -2013 م

ومعرفة مضمونها أولاً ومدى فاعليتها، ثانياً والعوامل التي تأثرت بها، ثالثاً مع التركيز على الثوابت والمتغيرات اتساقاً مع المدخل المنهجي للدراسة كما ان الدراسة هدفت كذلك إلى فهم وصنع السياسة الخارجية الأثيوبية ودراسة العوامل التي تأثرت بها مع التركيز على دور العامل الدولي في صناعتها. واتبع الباحث المنهج التاريخي في رصد الأحداث التاريخية بالإضافة إلى إتباعه للمنهج الوصفي واستخدم المنهج المقارن لمقارنة المواقف المختلفة لدولتي السودان وأثيوبيا فضلاً عن أن الباحث استخدم منهج دراسة الحالة. وأظهرت الدراسة أنه ورغم العلاقات الأزلية التي ظلت تربط بين السودان وأثيوبيا خلال القرون الماضية إلا أن هذه العلاقات لم تشهد حالة من الاستقرار خلال عقود من الزمان بسبب عوامل عدة تقاطعت فيها عوامل محلية وإقليمية ودولية وحاولت الدراسة التعرف على أسباب عدم الاستقرار وكشف بؤر التوتر التي تسبب التوتر بين البلدين وكذلك تحديد الثوابت والمتغيرات في سياسة السودان الخارجية تجاه أثيوبيا. ومن أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة أن الأصل والثابت في سياسة السودان الخارجية أنها تقوم في عالم اليوم على التأثير والتأثر بالتركيز على الثوابت والمتغيرات بالإضافة إلى دور العامل الدولي تجاهها. اتفقت الدراسة مع دراسة الباحث في الحديث عن علاقات السودان وأثيوبيا واتفقت معها في الجوانب التاريخية لعلاقات البلدين إضافة إلى أنها اتفقت الدراسة مع دراسة الباحث أيضاً في إتباع المنهج الوصفي والمقارن لمواقف البلدين ورغم أنها لم تركز على فاعلية السياسة التحريرية في إنتاج الرسالة الإعلامية وانعكاساتها على العلاقات الدولية، إلا أن الباحث استفاد منها في قراءة العلاقات بين السودان وأثيوبيا من حيث حركة المد والجزر والصعود والهبوط تجاه هذه العلاقات وما يمكن أن يبنى عليه البحث في تطوير العلاقات بين البلدين.

اتفقت جميع تلك الدراسات مع المنهج المستخدم في البحث بإتباع المنهج الوصفي وهي الدراسات التي تستهدف تقرير خصائص ظاهرة أو موقف تغلب عليه صفة التحديد وتعتمد على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها، وتعمل عن طريق ذلك إلى إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بفحصها[1]. واتفقت تلك الدراسات مع البحث في إتباع المنهج الوصفي التحليلي وذلك بجمع البيانات وتصنيفها وتحليلها والمنهج

(1) محمد الصاوي محمد المبارك، البحث العلمي، ط1، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1992م، ص47.

المسحي باعتباره أحد طرق المنهج الوصفي، والذي يمكن من دراسة الظاهرة بشكل عام، ويحيط بكافة عواملها وأسبابها. علاوة على إتباعها المنهج التاريخي الذي يعتبر ركيزة أساسية في معظم البحوث لأنه يستخدم لدراسة الأحداث والوقائع التي أصبحت في جزء من التاريخ بالعرض والتحليل[1]، ولأن دراسة التاريخ تلقي على الحاضر ضوءً أوفى وتوفر لنا فهماً أكثر دقة ووضوحاً للحاضر.

النظريات الداعمة للدراسة:

1- النظرية السلطوية:

يخضع منهج بناء الدراسة على الفكر والفلسفة في العلوم الإنسانية عموماً، وبالأخص علوم الاتصال من خلال موضوع البحث حيث أنها أسست على نظريات: النظرية السلطوية (المذهب الاستبدادي)، نظرية الحرية أو النظرية الليبرالية، نظرية المسئولية الاجتماعية، نظرية الإعلام في الإطار الاجتماعي حسب المنظور الوظيفي[2].

ارتبط ظهور نظرية السلطة بالنشأة الأولى للصحف في نهاية بالنشأة الأولى للصحف في نهاية القرن السادس عشر وبداية القرن السابع عشر في أوروبا الغربية، وهي تعتبر أقدم نظريات الإعلام ظهوراً، وظلت هي الفلسفة التي تحكم وضع الإعلام في أوروبا طوال قرنين من الزمان[3].

لقد ارتكزت هذه النظرية في جذورها الفكرية على أفكار (أفلاطون وأرسطو وميكافيلي، وهيجل) وغرضها الرئيسي هو حماية وتوطيد سياسة الحكومة القابضة على زمام الحكم، وخدمة الدولة أي كان حكم استبدادي أو حكم مطلق، ففي الحكم الاستبدادي لا يخضع الحاكم فرداً كان أو جماعة لحكم وضعي، ولا يعرف لسلطانه حد، فهو يستعمل سلطته مطلقة، كما يريد، وكيفما يريد وإرادته هي القانون كما عبر عن ذلك (لويس الرابع عشر) في فرنسا حين قال: (أنا الدولة). وفي الحكم المطلق تكون السلطة كلها مركزة في شخص واحد أو هيئة واحدة بدون أن يكون بجانب هذا الشخص أو هذه

(1) عبدالحليم موسى يعقوب، حرية التعبير في ظل الأنظمة السياسية العربية، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2003م، ص17.

(2) عبدالنبي عبدالله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2014م، القاهرة، مصر،ص15.

(3) عبدالنبي عبدالله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، مرجع سابق، ص15.

الهيئة سلطة أخرى تشترك معه أو معها في الحكم. ويقوم البناء النظري للنظام السلطوي على أساس جعل الإعلام في خدمة السلطة الحاكمة سواءً كان يقوم على حكم استبدادي أو حكم مطلق، وتدور هذه النظرية حول أ، فكرة العمل بالصحافة بمثابة امتياز خاص يمنح بواسطة الإمبراطورية، لذلك فإن الصحف مدينة بالالتزام للقائد وحكومته)

أهداف النظرية:

1. الالتزام بتأييد كل ما يصدر من الحكومة أو ما يتعلق بها، والدفاع عن سياسات الحكم والدعاية للنظام الحاكم.
2. العمل في ظل نظرية السلطة هو منحة من الحكم وامتياز يحتص به من يشاء من رعيته، وهذا الامتياز الممنوح للفرد يترتب عليه الالتزام بتأييد النظام الحاكم وسياسته، فإذا ما أخل الفرد بهذا الالتزام سحب منه الامتياز، فلا يعود له حق العمل في (الصحافة).
3. ليس من الضروري أن تقتصر ملكية الصحف على الحكام أو الحكومة، فقد سمحت نظرية السلطة للأفراد بملكية الصحف التي يصدرونها ولكي يظل قيام هذه الصحف واستمرارها رهيناً برغبة السلطة.
4. إن درجة الحرية المسموح بها في نظرية السلطة يجب أن تكون مناسبة للحالة السياسية التي توجد بالمجتمع الذي تصدر به هذه الصحف، أما تطوير هذه الدرجة من الحريات الصحفية فهو متروك للسلطة الحاكمة ونسميه حالياً بـ (هامش الحريات) [1].

إن أهم القيود التي وضعتها نظرية السلطة على الصحافة تتمثل في (التراخيص، الرقابة، المحاكم الخاصة، قيد الضرائب).

فروض النظرية:

تلخص عملها بإعلام الشعب واطلاعه على السياسات والقرارات المختلفة وتأييدها دون إقامة الفرصة لمناقشتها أو إبداء الرأي فيها أو سماع صوت الشعب للمسئولين، وقد جردت ممارسات الرقابة والقيود الأخرى وسائل الإعلام من القدرة على توجيه النقد للحكومات، ناهيك عن ممارسة الرقابة عليها.

(1) عبدالنبي عبدالله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، مرجع سابق، ص16.

أهمية نظرية السلطة:

تكمن أهمية نظرية السلطة أو الحزب الحاكم تشكل رئتيه السياسية ومصالحه ومحظوراته ومصطلحاته السياسة التحريرية لوسائل الإعلام التابعة له، بحيث يبدو التطابق كبيراً بين الحزب أو الحركة السياسية ووسائل الإعلام التابعة له. وتكون التراخيص بيد الحزب أو السلطة الحاكمة، ولا تعتبر الاشتراطات المهنية لنشوء وسيلة الإعلام أمراً حاسماً، بل إن عدم الحصول على موافقة أمنية من الأجهزة الأمنية يعد سبباً وجيهاً لعدم منح الترخيص في تناقض واضح مع الدستور السوداني والدستور الأثيوبي على السواء. ويشترطان موافقة أمنية مبنية على الانتماء السياسي للشخص الذي يتقدم للحصول على ترخيص لمركز أو مكتب إعلامي أو وسيلة إعلامية[1].

خصائص النظرية السلطوية:

1. ملكية الصحف: السماح للأفراد بتملك الصحف إلى جانب الحكومة أي الأخذ بنظام الملكية المختلطة.
2. طرق إصدار الصحف: اشتراط الحصول على ترخيص من الحكومة.
3. التأمين المالي: اشتراط وضع تأمين مالي قبل إصدار الصحف.
4. حق ممارسة العمل الصحفي: اشتراط حصول المواطن على ترخيص من السلطة للعمل في الصحافة أو اشتراط القيد المسبق.
5. الجزاءات والعقوبات الصحفية: منح السلطات الإدارية (السلطوية) حق تعطيل الصحف أو إلغائها.
6. الرقابة على الصحف: للسلطة الحق في فرض الرقابة على الصحف.

وتعتبر هذه النظرية نظرية هيمنة الحكومة الحاكمة وحزبها أو تيارها على الحياة السياسية وأنها تمكنها من أن تكون ممسكة بمفاصل ومناحي الحياة عبر السيطرة على السياسة التحريرية من خلال السيطرة على المؤسسات الإعلامية والسيادية، الأمر الذي ينعكس بشكل مباشر في أداء الإذاعة (الراديو والتلفزيون) في السودان وأثيوبيا.

(1) عبدالنبي عبدالله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، مرجع سابق، ص15.

وتكمن أهمية نظرية السلطة بأن الحكومة الحاكمة تشكل الرؤية للسياسة الإعلامية بما فيها السياسات التحريرية وفق ما تراه مصالح ومحظورات ومصطلحات السلطة أو الحزب الحاكم. ويبدو التطابق الكبير بين الحكومة الحاكمة ومؤسسات الإعلام في كلا البلدين. وتكون سلطة التصديق (الترخيص) بيد السلطة الحاكمة، ولا تعتبر القيم المهنية واشتراطاتها سبباً لقيام وسيلة إعلام أمراً حاسماً، بل إن عدم الحصول على موافقة أمنية من الأجهزة الأمنية يعد سبباً وجيهاً لعدم إعطاء التصديق (الترخيص) وهذا يتناقض وفق القانون والدستور لكلا البلدين خاصةً قانوني الصحافة والمطبوعات الصحفية في السودان وأثيوبيا واللذان يشترطان الحصول على شهادة من المجلس القومي للصحافة والمطبوعات الصحفية ووزارة الإعلام والهيئة العامة للبث الإذاعي والتلفزيوني. ولاحظ الباحث أن التصديقات التي تمنح لوسائل الإعلام في كل من السودان وأثيوبيا يشترط الموافقة الأمنية المبنية على الانتماء السياسي للشخص الذي يتقدم للحصول على ترخيص للوسيلة الإعلامية أو المركز الإعلامي الذي يسعى لقيامه، ولاحظ الباحث أن تأثير السلطة على السياسة التحريرية لوسائل الإعلام وبشكل كبير يكمن في تعيين مدير المؤسسة الإعلامية ورئيس التحرير الذي يأتي في أعلى الهرم سواءً في السلطة الحاكمة أو وسائل إعلامه في كل من السودان وأثيوبيا[1].

علاقة النظرية بالدراسة:

مما تقدم يرى الباحث أن نظرية السلطة هي الأقرب للواقع السوداني والأثيوبي ولكنها وحدها لا تعطي التصور الكامل عن حقيقة الواقع والمشهد الإعلامي السوداني والأثيوبي فهي تركز في الدفاع عن السلطة وعبرها يتم احتكار وسائل الإعلام وبالتالي السيطرة على السياسة التحريرية وتقوم الحكومة بمراقبة ما ينشر كما يحظر على وسائل الإعلام أن تمارس دورها في تقويم السلطة الحاكمة ويحظر عليها نقد السلطة (من وزراء وموظفي حكومة وغيرهم من أجهزة السلطة) وعلى الرغم من أنها نظرية تسمح للقطاع الخاص بإنشاء المؤسسات الإعلامية (محطات الراديو والتلفزيون، وإصدار المجلات والدوريات) إلا أن هذه المؤسسات ينبغي أن تكون خاضعة لنظرية السلطة وسياساتها التحريرية التي تنتج البرامج التي تبث عبر الإذاعة (الراديو والتلفزيون)، وبالتالي فإن نظرية السلطة تتحكم في القائم بالاتصال أو الذي يعمل في هذه المؤسسات الإعلامية

(1) عبدالنبي عبدالله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، مرجع سابق، ص15.

وعليه التقيد بأهداف النظرية وتمنح نظرية السلطة امتياز للحكومة الحاكمة ويتعين أن تقوم وسائل الإعلام وعبر سياساتها التحريرية بالدور الذي يدعم الحكومة الحاكمة ويلتزم بموجهاتها وسياساتها.

يرى الباحث أن تأثير السلطة على السياسة التحريرية لوسائل الإعلام في هذا الجانب أمر مفروغ منه، ومن هذه النقطة فإن أي حديث عن السياسة التحريرية المكتوبة سيعتبر إما غريباً أو كلاماً شاذاً على اعتبار أن السياسة التحريرية مفهومة ضمنياً حسب السلطة المسيطرة على وسائل الإعلام أو المالكة لها ومدى قربها ورئاسة تحريرها من السلطة الحاكمة، أو تعتبر نوعاً من التدخل في وسيلة الإعلام على أساس أن السؤال يأتي من باب التشكيك في مهنية وانتماء رئيس التحرير ووسيلة الإعلام التي يرأسها. ولاحظ الباحث الصعوبات التي تواجه إيجاد تعريف جامع مانع حول ماهية السياسة التحريرية كما سيتبين لنا ذلك من خلال الاستبانة والمقابلات والملاحظات التي قام بها الباحث.

نظرية الحرية:

هناك مفهومان للحرية، مفهوم يرى أنها قدرة الإنسان أو سلطته في التصرف، بينما المفهوم الآخر يرى أنها حكم العقل، فالحرية إذاً أداة خاضعة للعقل. إن حرية الفرد أصل من الأصول الكونية الأزلية، فالإنسان في بدء الخليقة كان حراً يأتي ما يشاء ويدع ما يشاء لا يتقيد في ذلك إلا طوعاً لما تمليه عليه غريزة حب البقاء. ومع نشوء الأسرة وشعور أفرادها بضرورة التعاون لتلبية احتياجاتهم والدفاع عن أنفسهم ونمو هذا الشعور مع تكوين العشائر والقبائل والجماعات البشرية اقتضت ظروف هذه الجماعات وحرصها على كيانها أن يكون بينهما التعاون وتبادل المنافع، لذا كان من الضروري أن يلتزم كل فرد تجاه جماعته وأن تلتزم كل جماعة قبل الأخرى ببعض الحدود على قدر ما يسمح به حالتهم البدائية، وأصبح بالتالي تقييد حرية الفرد هو من مقتضيات قيام مجتمع متشابك المصالح ومختلف الأهواء[1].

ظهرت هذه النظرية في بريطانيا عام 1688م ثم انتشرت إلى أوروبا وأمريكا وترى النظرية أن الفرد يجب أن يكون حراً في نشر ما يعتقد أنه صحيح عبر وسائل الإعلام، وترفض النظرية الرقابة أو مصادرة الفكر. ومن أهداف

(1) عبدالنبي عبدالله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 20.

نظرية الحرية تحقيق أكبر قدر من الربح المادي من خلال الإعلان والترفيه والدعاية، لكن الهدف الأساس لوجودها هو مراقبة الحكومة وأنشطتها المختلفة من أجل كشف العيوب والفساد وغيرها من الأمور، كما أنه لا يمكن بأي حال أن تمتلك الحكومة وسائل الإعلام، أما كيفية إشراف وسائل الإعلام في ظل نظرية الحرية، فيتم من خلال عملية التصحيح الذاتي للحقيقة في سوق حرة بوساطة المحاكم.

ميزات نظرية الحرية:

إن وسائل الإعلام وسيلة تراقب أعمال وممارسات أصحاب النفوذ والقوة في المجتمع، وتدعو النظرية إلى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس بدون قيود من خلال جمع ونشر وإذاعة هذه المعلومات عبر وسائل الإعلام كحق مشروع للجميع.

إن من أبرز ما يميز النظرية التركيز على الإنسان ومنحه أكبر قدر من الحرية، وإطلاق العنان لأفكاره وإبداعاته وتصوراته وإمكاناته، ورفض القيود المفروضة من الحكومات على الأنشطة الاقتصادية والثقافية والاجتماعية وبروز الجانب الاقتصادي بشكل لافت للنظر، مع الحرص على تحقيق الأرباح المادية من خلال العمل الحر في هذا المجال[1]. وتتمتع الصحافة فيها بقاعدة كبيرة من الحرية لمساعدة الناس في بحثهم عن الحقيقة، انطلاقاً من فكرة أن الإنسان يعرف الحقيقة بعقله وهو بغير حاجة إلى وصاية أو إلى من يقوده إليها. ويؤكد النظام الليبرالي للصحافة على حق أي فرد أو جماعة في أن يصدر ما يشاء من الصحف مادام قادراً على ذلك ودونما حاجة إلى ربط هذا الحق بتصريح من السلطة الحاكمة[2]. وتقوم نظرية الحرية على أن الحرية حق للجميع وممارسة الأشخاص لحريتهم لا يعيق المصلحة العامة للمجتمع، ولقيت هذه النظرية رواجاً في أوروبا وأمريكا في القرن الثامن عشر. ولكنها ظلت شعاراً بعيداً عن واقع الحياة العلمية، رغم أن الفلسفة الإعلامية الليبرالية لهذه النظرية وضعت معايير مهنية تحكم عملها وتضبطه، وتحدد الأسس العريضة التي ينبغي على الإعلاميين إتباعها والاهتداء بها[3].

(1) عبدالله بدران، الخبر الصحفي في منهج الإعلام الإسلامي، ط1، سوريا، دار المكتبي، 2002م، ص 58.

(2) فاروق أبو زيد مدخل إلى علم الصحافة، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1986م، ص 92.

(3) عبدالله بدران، الخبر الصحفي في منهج الإعلام الإسلامي، مرجع سبق، ص 60.

الانتقادات التي وجهت النظرية:

تعرضت نظرية الحرية للكثير من الملحوظات والانتقادات، حيث أصبحت وسائل الإعلام تحت شعار الحرية تعرض الأخلاق العامة للخطر، وتقحم نفسها في حياة الأفراد الخاصة دون مبرر، وتبالغ في الأمور من أجل الإثارة وتسويق المادة الإعلامية الرخيصة، كما أن الإعلام أصبح يحقق أهداف الأشخاص الذين يملكون على حساب مصالح المجتمع وذلك من خلال توجيه الإعلام لأهداف سياسة أو اقتصادية، كذلك من خلال تدخل المعلنين في السياسة التحريرية، وهنا يجب أن ادراك أن الحرية مطلوبة شريطة أن تكون في إطار الذوق العام، فالحرية المطلقة تعني الفوضى وهذا يسيء إلى المجتمع ويمزقه[1].

فروض النظرية:

تتلخص في ثلاثة فروض أساس يجب توفرها لتحقيق المعنى الأسمى والمقصود من حرية الإعلام، وقد حددها الأستاذ (فرانسيس بال) فيما يلي:

1. أن حرية الإعلام حرية شرعية يحددها القانون، ولا يمكن لأي مؤسسة إعلامية أن تتجاوز القانون ولا نشاط لها إلا داخل الإطار القانوني.
2. حرية الإعلام تقتضي بأن يكون لكل مواطن الحق في إنشاء صحيفة وإنشاء مؤسسة إعلامية وهذه المؤسسة تخضع للقانون العام والنظام الشرعي.
3. إن الدولة لا تتدخل مباشرة في شئون الصحافة وأن الإعانة التي تقدمها الدولة لهذا القطاع يجب أن توزع بكيفية تضمن للصحف في المؤسسات البقاء والاستمرار نظراً لكون المؤسسة الإعلامية عنصر نشط يعمل للمصلحة العامة، وبهذا يصبح الحكم القائم عوناً للمؤسسة الإعلامية لا عدواً لها كما كان من قبل.

علاقة النظرية بالدراسة:

إن مصطلح السياسة التحريرية يبدو مصطلحاً متحركاً ومختلفاً عليه وهنالك الكثير من المصطلحات التي تعني من حيث الفهم المضمون سياسة تحريرية، ففي كل مرة يتم الحديث عن السياسة التحريرية يلجأ القائمون بالاتصال

(1) هشام رشدي خير الله، نظريات الإعلام، منشورات كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، مصر، ط1، 2019م، ص 115.

بالحديث عن نظرية الحرية والذي يفسر مفهوم السياسة التحريرية وأن نظرية الحرية تشكل أنماط السلوكيات الأساسية التي يستخدمها القائمون بالاتصال داخل المؤسسة الإعلامية ولأنها الطريقة المثلى التي تساعدهم في حل مشاكلهم المتعلقة بكتابة الأخبار وإنتاج البرامج، ويتصرفون وفق المعايير والقواعد والسلوك خاصةً حينما تكون السياسة التحريرية مكتوبة، وقد دعت نظرية الحرية إلى أن يعمل القائم بالاتصال في ظل مهنية تقوم على حق حرية التعبير ليشمل حق حرية النشر والعمل في وسائل الاتصال وينظر للصحفي على أنه في الأصل صاحب رأي وضمير، وأن يتم التعاقد معه على هذه الصفة فلا يجوز أن يعامل على أنه مجرد عامل خاضع لصاحب العمل أو على أنه موظف يتدرج في السلم الإداري وهذا ما يسمى بـ (شرط الضمير) في ضوئه يحق للصحفي أن يطالب بإعلامه بأي تغيرات تحدث في المؤسسة الإعلامية خاصةً من مديره ورؤسائه.

يرى الباحث أن النظرية تتفق مع هدف البحث في إيجاد سياسة تحريرية مكتوبة تضمن حقوق القائم بالاتصال في مجال حرية الإعلام والمتمثلة في (الضمانات الاقتصادية) وممارسات المهنة.

النظرية السوفيتية، الاشتراكية، (الماركسية):

الفلسفة الماركسية للإعلام هي تجسيد لفهم الشيوعيون وتعاملهم مع الإعلام، فالفلسفة الماركسية للإعلام تعني دراسة وضع الإعلام في ظل الحكم الشيوعي الماركسي في الاتحاد السوفيتي وباقي دول أوروبا الشرقية في الفترة من انتصار الثورة البلشفية في العام 1917م وحتى انهيار النظام السوفيتي في العام 1990م[1].

أهداف النظرية:

تتمثل أهداف الإعلام في ظل الفلسفة السوفيتية في التالي:

1. تحقيق ملكية الشعب لوسائل الإعلام، فالدولة تدير وتسيطر على وسائل الإعلام – باسم الشعب- وتتم هذه السيطرة عن طريق التحكم في مصادر أخبارها ومواردها الطباعية والمادية، ولم يعد منذ قيام الثورة البلشفية في عام 1917م أي وسائل إعلام يملكها الأفراد، ويبرر (خروتشوف) هذه

(1) عبد النبي عبد الله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 52.

السيطرة بقوله: (كما أن الجيش لا يستطيع أن يحارب بدون أسلحة، كذلك الحزب لا يستطيع أن يقوم بعمله الأيدلوجي بنجاح بدون سلاح الصحافة القوي الحاد، لهذا فإننا لا نستطيع أن نترك الصحافة في أيدي غير أمينة، يجب أن تبقى الصحافة في أيدي المخلصين الموثوق بهم والمؤمنين سياسياً بقضيتهم). وبهذا فإن وسائل الإعلام في ظل الفلسفة الشيوعية ليست محايدة، والمعالجة المقبولة هي المعالجة التي تعاون قضية الثورة ومصالح الحزب والطبقة العاملة التي يمثلها الحزب[1].

2. قيام الإعلام بدور فعال في المجتمع الشيوعي، والإعلام في ظل هذه النظرية ينظر له على أنه جهاز رسمي من أجهزة الدولة، ووسائل الإعلام تعاون المروجين على تنظيم الجماهير، كما تعاون قادة الحزب المحليين في نشر النظرية الشيوعية بالإضافة إلى أن أجهزة الإعلام ووسائله تعتبر مصدراً أساسياً لثقافة العمل والقطاعات المختلفة. ويعبر (لينين) عن ذلك بقوله: (لابد للجريدة أ، تكون جهازاً من أجهزة الجهاد والكفاح بحيث لا تمد القارئ بأخبار دقيقة وصادقة عن اقتصادنا وحسب، بل يقصد الإعلام كذلك تحليل هذه الأخبار ودراستها دراسة عقلية لكي تصل في النهاية إلى نتائج صحيحة فيما يختص بالحركة العمالية). وفي ذات السياق يورد (لينين) مفهوماً آخر للدور الذي يقوم به الإعلام في ظل النظرية الشيوعية بقوله: (إن الجريدة ليست داعياً اجتماعياً فحسب ولكنها أيضاً محرك جماعي ومنظم). كما يعبر (ستالين) عن نفس المعاني السابقة بقوله (الصحافة هي الأداة الرئيسية التي يتحدث الحزب بواسطتها يومياً وكل ساعة إلى الطبقة العاملة بلغته الخاصة، وما من وسيلة أخرى تستطيع أن توثق الروابط الروحية بين الحزب والطبقة العاملة. كما أنه ما من وسيلة أخرى لها نفس المقدرة على التكييف والمرونة التي تتميز بها الصحافة، والصحافة بذلك هي الوسيلة الأساسية في كفاح الحزب للقضاء على البقايا الرأسمالية وفي وعي الجماهير وتحويلهم لمؤيدين للحزب الشيوعي). والعبارات الواردة في حق الصحافة هنا تعكس المعنى لجميع وسائل الإعلام لأن الصحافة كانت هي الوسيلة المعروفة في ذلك الوقت والأكثر فاعلية.

(1) عبد النبي عبدالله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 59.

فروض النظرية:

1. أن يكون الإعلام جهازاً من أجهزة الكفاح والنضال.
2. أن يمد الإعلام (الصحافة) القارئ بأخبار منظمة صادقة عن الاقتصاد القومي مع تحليل الأخبار.
3. حث العمال على العمل ونشر تقارير دقيقة عن ذلك وعليها أن تقدر العامل الجيد وتفضح أمام الرأي العام العمال المهملين والمعوقين للعمل.
4. أن تربي الأمة تربية سليمة على المنهج الاشتراكي.
5. أن تستمر على رعاية المبادئ الاشتراكية في مجال العلوم والفنون والآداب.

ظلت النظرية الاشتراكية هي التي تحكم وضع الإعلام في الاتحاد السوفيتي وقطاع كبير من دول أوروبا الشرقية والصين ودول متفرقة في باقي أنحاء العالم مثل كوبا وأثيوبيا في عهد (منقستو هايلي مريام) وقد تأثرت بأفكارها العديد من الدول العربية والأفريقية والآسيوية في عهد التحول من الاستعمار للتحرير [1].

الانتقادات التي وجهت للنظرية:

يرى (ولبروم شرام) أن النظرية الاشتراكية لا تنظر إلى وسائل الإعلام الجماهيري على أنها سلطة رابعة تراقب السلطات التشريعية والتنفيذية والقضائية فتنشر أخبار هذه السلطات وتنتقدها كما تفعل أجهزة الإعلام في الغرب، ولكن وسائل الإعلام الجماهيري تعتبر ومنذ قيام الثورة البلشفية في عام 1917م أداة جماعية للدعاية والترويج للأيدولوجية الشيوعية، فهي أداة لنقل الأفكار الشيوعية والأيدولوجية الفكرية الشيوعية والدعاية الحزبية، وتفسير الأخبار والأحداث الداخلية والخارجية من وجهة نظر الحزب لجماهيره، ولهذا فإن وسائل الإعلام المختلفة ينظر إليها على أنها أداة لنقل (الكلمة) أو (الصورة) أو (الصوت) كما تراه (القيادة السياسية) وتفسره، ووسائل الإعلام كذلك هي أداة للتحول الاشتراكي والرقابة الاشتراكية أي أنها أداة لتحقيق أغراض إيجابية من وجهة نظر الحزب[2].

(1) عبدالنبي عبدالله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 65-66.

(2) عبدالنبي عبدالله الطيب، مرجع سابق، ص 57.

علاقة النظرية بالبحث:

بمـا أن النظريـة الاشـتراكية تقـوم عـلى الدفـاع عـن الحكومـة (السـلطة) وتحتكـر التراخيـص وتقـوم بمراقبـة مـا ينـشر، وأنهـا طبقـت وفـق قيـادة الحـزب الشـيوعي الأثيوبـي، إضافـةً إلى أن دراسـتها مـن حيـث الواقـع المهنـي يجعـل الدراسـة أكثـر فائـدة. ويـرى الباحـث أن السياسـة التحريريـة تهـدف للقيـام بالمسـئوليات المهنيـة في الدفـاع عـن الحكومـة والمجتمـع وأن السياسـة التحريريـة تقـوم عـلى أسـاس التعبـير عـن مصالـح الأمـة وأنهـا تلتقـي مـع النظريـة الاشـتراكية في أنهـا تخضـع للسـلطة الحاكمـة والتـي لهـا حـق امتـلاك وإدارة وسـائل الإعـلام، وتختلـف مـع النظريـة الاشـتراكية في أن السياسـة التحريريـة يحكمهـا الدسـتور والقانـون والمبـادئ.

نظرية المسؤولية الاجتماعية:

تعتـبر نظريـة المسـئولية الاجتماعيـة نتـاج لمحـاولات الإصلاحيـين الأمريكيـين القائمين عـلى إصـلاح النظـام الديمقراطـي الـذي يقتـضي إصـلاح النظـام الإعلامـي والصحف، وعـلى الرغـم مـن أن النظريـة قـد تبلـورت بشـكلها النهائـي في أوائـل القـرن العشرين بعـد ظهـور مـا عـرف وقتهـا بتقريـر لجنـة (هتشـنز) الـذي صـدر تحـت عنـوان (حريـة الصحافـة الإطـار والمبـدأ) إلا أن الحقيقـة تقـول إن جـذور النظريـة تمتـد بمـا هـو أعمـق مـن ذلـك.

أهداف النظرية:

1. تهـدف إلى رفـع مسـتوى التصـادم إلى مسـتوى النقـاش الموضوعـي البعيـد عـن الانفعـال.
2. الإعلام والترفيه والحصول على الربح إلى جانب الأهداف الاجتماعية الأخرى.

فروض النظرية:

تتلخص فروضها الأساس على الآتي:

1. قيـام وسـائل الإعـلام بالتزاماتهـا الاجتماعيـة في خدمـة المجتمـع وأفـراده، وإتاحة الفرصـة أمـام مختلـف اراء للتعبـير عـن نفسـها، ووضـع مقاييـس مهنيـة لنقـل المعلومـات مـن الصـدق والدقـة والتـوازن حتـى تحصـل عـلى ثقـة الجمهـور.

2. أن وسائل الإعلام لديها التزامات تجاه المجتمع يجب أن تضطلع بها لتحصل على ثقة الجمهور.

3. تعدد الوسائل الإعلامية بما يعكس تنوع الآراء في المجتمع، وحق الأفراد في الرد والتعليق في مختلف وجهات النظر، مما يجعل الجمهور يتوقع إنجازاً راقياً لوسائل الإعلام، حيث أنها تتيح الفرصة الكاملة لكافة المواطنين للاطلاع على المعلومات اللازمة، وبالتالي فإن تدخله في هذه الحالة يستهدف تحقيق النفع العام.

4. يجب ألا تقل مسئولية الإعلاميين والمهنيين في وسائل الإعلام أمام المجتمع عن مسئولياتهم أمام الملاك.

5. التزام الوسائل الإعلامية بمجموعة من القوانين ومواثيق الشرف الأخلاقية والمعايير المهنية بحيث تتجنب ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى.

6. أن للحكومة حق التدخل لحماية ورعاية المصلحة العامة.

7. ضرورة الالتزام من جانب وسائل الإعلام بتقديم صورة ممثلة للمجتمع وفئاته وأن تتجنب الصور النمطية خاصة السلبية منها تجاه فئات المجتمع المختلفة.

8. أن تقوم وسائل الإعلام بتعيين نقاد داخليين لتقييم المضمون الذي تقدمه للجمهور.

9. يجب على وسائل الإعلام أن تعبر عن وجهات النظر وأن تطرح القضايا الخلافية للنقاش، وعلى الجهات الحكومية المختصة أن تراقب قيامها بهذا الدور [1].

الانتقادات التي وجهت للنظرية:

تعددت أوجه الانتقادات الموجهة لنظرية المسؤولية الاجتماعية وذلك على النحو التالي:

(1) هشام رشدي خير الله، نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 140- 141.

أولاً: انتقادات موجهة للجنة حرية الصحافة: ومفاد هذه الانتقادات أن أعضاء اللجنة وهم 12 أكاديمياً لا يملكون حق نقد الصحافة وتحديد ما يتوجب عليها القيام به لأنهم من خارج الجسم الصحفي. وقد وجه المنتقدون لأعضاء اللجنة اتهامات بالتحيز على اعتبار أن أداء الصحافة ليس بذلك السوء، كما انتقدوهم لاستخدامهم عبارات مطاطة وغير محددة المفهوم في تقريرهم مثل «القيم» و«التقاليد»[1].

ثانياً: انتقادات ترى في المسؤولية انتقاصاً لحرية الصحافة: اعتبر بعض النقاد أن نظرية المسؤولية الاجتماعية هي بداية التدخل الحكومي في عمل الصحافة ورأى هؤلاء أن النظرية تنتقص من حرية الصحافة وتتيح للحكومة فرصة التدخل في عملها.

ثالثاً: انتقادات دللت على عجز النظرية عن إصلاح الأداء الإعلامي في الغرب: ومفاد هذه الانتقادات أن النظرية لم تنجح في إصلاح الأداء الإعلامي في الغرب، فعلى مستوى الإعلام الأمريكي، باتت وسائل الإعلام الأمريكية أكثر تغلغلاً في الحياة الأمريكية ووجهت لهذه الوسائل انتقادات أهمها: انخفاض مصداقية الخبر، انتشار الثقافة الإباحية، ضعف الثقة في وسائل الإعلام، زيادة التدخل في الحياة الخاصة للمواطنين.

وفي بريطانيا وجهت للصحافة انتقادات أهمها: ضعف الاهتمام بالشؤون السياسية، الاهتمام الكبير بمواد التسلية، التركيز على أخبار الحوادث والجرائم والقصص التافهة، انتشار ظاهرة الاحتكار في صناعة الثقافة والإعلام.

علاقة النظرية بالدراسة:

يرى الكاتب أن وسائل الإعلام في السودان وأثيوبيا عملت على فترات متعددة وفق نظرية المسئولية الاجتماعية وأن قيامهما بوضع سياسة تحريرية على فترات حكومات متعاقبة جعل منها محط الدراسة للباحث في الوقوف على أهداف هذه النظرية وفروضها والانتقادات التي وجهت لها. والواقع الذي تعيشه السياسة التحريرية بالبلدين.

---

(1) أمين منصور وافي، المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال في الإذاعات الفلسطينية نحو الحفاظ على الثوابت الوطنية.
http://site.iugaza.edu.ps/awafi/files/201702//%D8%A7%D984%%D985%%D8%B3%D8%A6%D988%%D984%%D98%A%D8%A9-%D8%A7%D984%%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D985%%D8%A7%D8%B9%D98%A%D8%A9-%D984%%D984%%D982%%D8%A7%D8%A6%D985-%%D8%A8%D8%A7%D984%%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D984-%%D

نظرية ترتيب الأولويات:

مفهوم النظرية هو: أن القائم بالاتصال يرتب اهتمامات الجمهور وفق القضايا التي تتناسب وتوجهاته الفردية أو بما يوافق أيديولوجيا المؤسسة الإعلامية، ويتلخص المعنى الكلي للنظرية في أن وسائل الإعلام هي التي تحدد اهتمامات الجمهور، بمعنى أن هذه الوسائل عندما تهتم بموضوع معين أو قضية معينة فإن الجمهور يصبح أكثر اهتماماً بهذا الموضوع أو تلك القضية [1]. يعني ذلك أن وسائل الإعلام إذا ركزت في موادها الإعلامية على موضوع الأمن في المجتمع على حساب قضايا أخرى مهمة مثل: الإصلاح المالي والإداري، أو الفقر، أو البطالة فإن ذلك يعني أن وسائل الإعلام توجه اهتمام الجمهور إلى القضايا الأمنية وتهمل قضايا مثلها في الأهمية [2].

إن ترتيب أولويات الجمهور في القضايا التي تطرحها وسائل الإعلام هي عملية أيديولوجية لا تنطلق من فراغ، بل من مرجعيات ومحددات سياسية أو ثقافية توجه عمل القائم بالاتصال، وتجعله يختار موضوعات أو قضايا معينة يحاول من خلالها إيصال رسالة أو رؤية تؤثر في وعي الجمهور أو في مواقفه واتجاهاته وسلوكه.

هذه الأهمية التي تمنحها وسائل الإعلام لموضوعات دون أخرى لا يؤدي فقط إلى تضخيم تلك القضايا على حساب قضايا هي أهم من تلك التي تعرضها وسائل الإعلام، بل يؤثر بشكل مباشر على الوعي العام بقضايا المجتمع، وهذه هي الأيديولوجيا التي يمارسها القائم بالاتصال من خلال نظرية ترتيب الأولويات [3].

فرضيات النظرية:

تفترض النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي تقع في المجتمع، ويتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها. هذه الموضوعات تثير اهتمام الناس تدريجياً، وتجعلهم يدركونها

(1) محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، ط1، العبيكان للنشر، الرياض، 2014م، ص103.

(2) حسن إبراهيم مكي، بركات عبدالعزيز محمد، المدخل إلى علم الاتصال، ط1، منشورات ذات السلاسل، الكويت، 1995م، ص115.

(3) محمد بن سعود البشر، مرجع سابق، ص 107.

ويفكـرون فيهـا ويقلقـون بشـأنها، وبالتـالي تمثـل هـذه الموضوعـات لـدى الجماهـير أهميـة أكـبر نسـبياً مـن الموضوعـات الأخـرى [1].

الانتقادات الموجهة للنظرية:

1. تعدد الأساليب المنهجية المستخدمة في إجراء البحوث.
2. ضيق المجال الذي تتحرك فيه هذه البحوث.
3. إغفـال الطريقـة التراكميـة التـي تبثهـا وسـائل الإعـلام والتركيـز عـلى الآثـار قصـيرة المـدى.
4. غياب الأسس النظرية التي ترتكز عليها هذه البحوث [2].

نظرية حارس البوابة:

تعنـي في أبسـط تعريفاتهـا أن الرسـالة تمـر قبـل نشرهـا في وسـائل الإعـلام بمراحـل متعـددة حتـى تنتـشر وتصـل إلى الجمهـور، وفي كل مرحلـة يوجـد شـخص أو مجموعـة أشـخاص يقـررون مـا الـذي ينـشر ومـا الـذي لا ينـشر، هـؤلاء الأشـخاص يسـمون (حـراس البوابـة)، بوصفهـم أن كل مرحلـة تمثـل بوابة تمـر خلالها الرسـالة، وتخضـع لتعديـلات قبـل نشرهـا، سـواء بالحـذف أو التغيـير أو الإضافـة.

هـذه العمليـة – حراسـة البوابـة الإعلاميـة – تنطلـق مـن تصـورات ذهنيـة ومرجعيـات أيديولوجيـة تمثـل رؤيـة القائـم بالاتصـال لمـا ينبغـي أن ينـشر، ومـا لا يجـوز أن يقـدم إلى الجمهـور. هـذه المرجعيـات تشـكل أيضـاً أسـلوباً للتحكـم في مـرور المـادة الإعلاميـة إلى الجمهـور، وهـي مـا عـبر عـدد مـن الباحثـين بالمعايـير الذاتيـة التـي تؤثـر عـلى عمـل حـارس البوابـة الإعلاميـة مثـل: الاتجاهـات، الميـول والجماعـات المرجعيـة. ذلـك يعنـي أن الانتمـاء يعـد عنـصراً محـدداً مـن محـددات القائـم بالاتصـال لأنـه يؤثـر في طريقـة التفكـير والتفاعـل مـع العالـم المحيـط بـه.

إن المضامـين التـي تنشرهـا وسـائل الإعـلام المختلفـة وتخضـع لرقابـة حـارس البوابة لا تخـرج عـن ثلاثـة أنـواع مـن الأيديولوجيات:

---

(1) عبدالنبي عبدالله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2014م، القاهرة، مصر، ص 138.

(2) عبدالنبي عبدالله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، مرجع سابق، ص143.

1. أن تكـون معـبرة عـن أيديولوجيـا سياسـية تتكـون مـن مرجعيـات دينيـة أو ثقافيـة أو حزبيـة فكريـة تفـرض سـيطرتها عـلى المؤسسـات الإعلاميـة التـي تلتـزم بهـا المؤسسـة الإعلاميـة وتعمـل وفقهـا(1).

2. أن تكـون معـبرة عـن أيديولوجيـا المؤسسـة الإعلاميـة نفسـها، وهـذه الأيديولوجيا قـد تكـون مخالفـة لأيديولوجيـا النظـام السـياسي للدولـة، وتخضـع لرؤيـة المالكـين لهـا أو القائمـين عليهـا، ومـن ثـم يوجهـون سياسـتها التحريريـة وفـق مرجعياتهـم الأيديولوجيـة وانتماءاتهـم الثقافيـة أو توجهاتهـم السياسـية.

3. أن تكـون انعكاسـاً لأيديولوجيـا الإعلامـي نفسـه الـذي يختـار لـه مرجعيـات فكريـة ومحـددات ثقافيـة تختلـف عـن أيديولوجيـا الدولـة والمؤسسـة الإعلاميـة التـي يعمـل بهـا.

إن المـادة الإعلاميـة تمـر عـبر حـارس للبوابـة يحـدد فيهـا مـا ينـشر ومـا لا ينـشر، ومـا ينـشر كيـف يكـون وفقـاً للأيديولوجيـا التـي تضبـط ممارسـته الإعلاميـة لتحقيـق الهـدف الـذي يخـدم هـذه الممارسـة، وهـو التأثـير في الجمهـور بمـا يخـدم أيديولوجيـا معينـة، وليـس وفـق المحـددات القيميـة لجمهـور الوسـيلة الإعلاميـة.

علاقة النظرية بالدراسة:

حـارس البوابـة تسـتخدم في الرسـالة الإعلاميـة، والدراسـة تتحـدث عـن السياسـة التحريريـة وانعكاسـاتها في إنتـاج الرسـالة الإعلاميـة بالتطبيـق عـلى الإذاعـة (الراديـو والتلفزيـون) بـكل مـن السـودان وأثيوبيـا، وتسـتخدم هـذه النظريـة في كلا البلديـن.

(1) محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، مرجع سابق، ص 108-109.

الفصل الثاني

العلاقات الثنائية السودانية الأثيوبية والإعلام

المبحث الأول
تحليل طبيعة العلاقات التاريخية السودانية الأثيوبية

المبحث الثاني
إنتاج الرسالة الإعلامية وانعكاساتها على العلاقات الثنائية

المبحث الثالث
السياسات الإعلامية في السودان وأثيوبيا

المبحث الأول

تحليل طبيعة العلاقات التاريخية السودانية الأثيوبية

يرتبط السودان بأطول حدود له مع أثيوبيا، والتي تمتد إلى حوالي 1500 كيلومتر، وهي ثاني أطول حدود للسودان في أفريقيا بعد حدوده مع جمهورية جنوب السودان، ويمثل هذا التداخل في المناطق الحدودية مساحات واسعة تقطنها قبائل حامية مشتركة (الأنواك، الباريا، القمر، البرتا، البرون، الوطاويط وغيرها)[1].

وتنحدر عبر هذه الحدود المشتركة عدد من الأنهار الدائمة والموسمية مثل نهر كوبر، وباروا ويابوس، ونمت وآفان والعاديك، وعلى رأس هذه الأنهار يوجد نهر النيل الأزرق والذي يشكل مصدر للحياة والإنتاج الزراعي، كما أنه أيضاً مصدراً مهم للطاقة الكهربائية والري والزراعة والثروة الغابية والثروة السمكية والحيوانات البرية للسودان منذ القدم. يقول المؤرخ (هيرودتس): «إن بلاد أثيوبيا تبدأ عند بحيرة ناصر» وانطلاقاً من ذلك تحدث البروفسير عبد الله الطيب عن وحدة السلالات التي سادت في هذه المنطقة منذ القدم[2].

ذكر مصطلح أثيوبيا في كثير من الكتابات الإغريقية القديمة، وغيرها من المراجع التاريخية، وأطلق اليونانيون اسم الحبشة على الشعوب التي تسكن جنوب أسوان بجمهورية مصر العربية وحتى حدود الصومال وتعني السود أو ذوي البشرة السوداء أو «المحروقة»[3]. أما بالنسبة لبلاد كوش، فقد ظهر هذا الاسم في الكتاب المقدس «التوراة» وفي الآثار المصرية القديمة، وكان قدماء المصريين يطلقون هذا الاسم للدلالة على السكان الذين يعتقد أنهم من سلالة أبناء

---

(1) عبد الجبار خضر، (العلاقات السودانية الأثيوبية، الماضي والحاضر والمستقبل)، مركز الراصد للدراسات السياسية والإستراتيجية، شركة السودان للعملة، الخرطوم، 2008م، ص 32 .

(2) أكرام محمد صالح حامد، (العلاقات السودانية الأثيوبية، الماضي والحاضر والمستقبل)، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراة في الدراسات الأفريقية والآسيوية، جامعة الخرطوم، كلية الدراسات العليا، معهد الدراسات الأفريقية والآسيوية، 2004م، ص 26 .

(3) إكرام محمد صالح حامد، (العلاقات السودانية الأثيوبية، الماضي، الحاضر، والمستقبل)، مرجع سابق، ص26.

نـوح عليـه السـلام، وقيـل أن نـوح عليـه السـلام دعـا أبنـه فأسـود لونـه[1]. وهـم اسـتوطنوا البلـدان الواقعـة جنـوب مـصر حتـى الصومـال بعـد أن نزحـوا إليهـا في فـترات تاريخيـة قديمـة يطلـق عـلى بلادهـم اسـم بـلاد كـوش، وهـي تشـمل أثيوبيـا الحاليـة وأرتيريـا والصومـال، حيـث كان العنـصر الكـوشي سـائداً في المنطقـة قبـل مجـيء السـاميين مـن جنـوب الجزيـرة العربيـة. أمـا عـن كلمـة الحبشـة فهنالـك فرضـان فيهـا:

1. وهـو مـا عـرف عـن أهـالي الحبشـة الأولـين مـن سـاكني المقـرات والكهـوف التـي تعنـي بالحبشـة (واشـا Washa) ومـن ثـم حـرف وصـار الحبشـة.

2. وهـو تسـمية البـلاد باسـم القبائـل والشـعوب التـي نزحـت مـن جزيـرة العـرب إلى بـلاد أثيوبيـا وهـذه القبائـل كانـت خليطـاً مـن شـعوب مختلفـة، ولذلـك سـميت حبشـان وقـد فتحـت بـلاد الحبشـة وأزل أهلهـا، ولذلـك فـإن سـكان أثيوبيـا يكرهـون التسـمية بالحبشـة لأنهـم يعتقـدون بأنهـا في نظرهـم مصـدراً للمهانـة والذلـة [2].

كمـا أطلـق المؤرخـون العـرب في القـرون الوسـطى كلمـة «السـودان» المشـتقة مـن تعبـير بـلاد (السـودان – أسـود Black) عـلى كافـة الأقاليـم الممتـدة جنـوب الصحـراء الكـبرى مـن البحـر الأحمـر والمحيـط الهنـدي إلى المحيـط الأطلـسي [3]. ويقـول القزوينـي: «وجميـع السـودان مـن ولـد كـوش ابـن عثمـان بـن حـام بـن نـوح عليـه السـلام، وحكمـة سـوادهم واحتراقهـم بالشـمس، وكذلـك فـإن اسـتعمال العـرب لكلمـة السـودان كان بنفـس المعنـى الإفريقـي أي الوجـه الـذي أحرقتـه الشـمس»[4]. وبعـد قرنـين مـن انتهـاء الدولـة الكوشـية – المرويـة دخلـت الديانـة المسـيحية السـودان واسـتمرت لحـوالي ألـف عـام، وشـهدت الفـترة بـين أعـوام (543 – 580م) دخـول ممالـك النوبـة الثـلاث: نوباتيـا، المقـرة، علـوة في هـذه الديانـة [5].

وتعـرض دكتـورة إكـرام محمـد صالـح حامـد: إنه وفي تطـور تاريخـي لاحـق، وعندما أمـر محمـد عـلي باشـا ابنـه اسـماعيل باشـا لفتـح سـنار لـم يذكـر اسـم السـودان،

(1) محمد إبراهيم أبو سليم، (تاريخ السودان)، ط3، دار الجيل، بيروت، 1981م، ص 29 .

(2) محمد سعيد ناود، (العروبة والإسلام بالقرن الأفريقي)، بدون تاريخ، ص 71 .

(3) قائـد محمـد قائـد الفـرسي، (التداخـل السـكاني وأثـره في العلاقـات اليمنيـة 1900- 2000م)، دار الأمـين، القاهـرة، 2004م، ص 75.

(4) محمد سعيد ناود، (العروبة والإسلام بالقرن الأفريقي)، مرجع سابق، ص 96 -97 .

(5) عبد الجبار خضر، العلاقات السودانية الأثيوبية، الماحي، (الماضي والحاضر والمستقبل)، مرجع سابق، ص 41.

ولكـن الفتـح المـصري ومـا سـبقه مـن فتوحـات كان يشـمل سـنار، ففتحـت النوبـة وكردفـان وفتـح الزبـير باشـا دارفـور، وكذلـك ضمنـت مناطـق (هـور) في أثيوبيـا ومنطقـة بحـيرة فكتوريـا في أوغنـدا، ومصـوع، وزيلـع، وبسـبب ذلك أطلـق المصريون تعبـير السـودان عـلى تلـك البـلاد جميعـاً، ولكـي يفرقـوا بينهـا وبـين السـودان في غـرب أفريقيـا أضافـوا كلمـة المـصري، فأصبـح (السـودان - المـصري) [1]. وفي فـترة الحكـم المهـدي (1844 – 1898م) ظـل اسـم السـودان يطلـق ولكـن حذفـت منـه كلمـة (المـصري)، ثـم أنـه في تلـك الفـترة فقـد بعـض مناطقـه مثـل بربـره ومصـوع التـي سـلمت عـلى الترتيـب للهضبـة وإنجلـترا وإيطاليـا وبهـذا نجـد أثـر الاسـتعمار الأوربـي في تقليـص مسـاحة السـودان المـصري واضحـاً[2].

لقـد شـكل مؤتمـر منروفيـا الـذي أجتمعـت فيـه الـدول الأفريقيـة والـذي أصـدرت مـن خـلال بعـض المبـادئ الأساسـية للـدول الأفريقيـة حيـث اختتمـت هـذه المبـادئ بعلاقـات الـدول الأفريقيـة ببعضهـا البعـض. واعتـبرت المبـادئ الأساسـية التـي أقـرت مـن الـدول الأفريقيـة ممثلـة في عـدم التدخـل في شـؤون الدولـة الداخليـة، واحـترام سـيادة كل دولـة واسـتنكار الحـركات الانفصاليـة وذلـك لإقامـة تعـاون عـلى نمـط أفريقـي.

لـن تكـن الوحـدة المنشـودة هـي الوحـدة السياسـية للـدول الأفريقيـة ذاتهـا، وذلـك لتحقيـق الهـدف الاجتماعـي والسـياسي الأفريقـي تقدمـت أثيوبيـا بمـشروع أكـد تعـاون الـدول الافريقيـة إنشـاء مجالـس بـين الـدول الأفريقيـة لتنسـيق الشـأن الخارجـي والخضـوع لمبـدأ عـدم التدخـل في الشـأن الداخـلي، فمـن خـلال هـذا الموضـوع تـم تنـاول العلاقـات بـين الـدول الأفريقيـة [3].

إن التعـاون بـين الـدول الأفريقيـة في الناحيـة الاقتصاديـة لابـد منـه لتنميـة وتطويـر التجـارة بـين الـدول الأفريقيـة، وإنشـاء اتحـاد لتطويـر التنميـة بـين دول أفريقيـا حيـث نصـت المـادة (205) مـن الميثـاق الأفريقـي باللجنـة المتخصصـة عـلى أن العلاقـات بـين الـدول الأفريقيـة منظمـة وفـق الآتـي:

---

(1) (العلاقـات السـودانية الأثيوبيـة، المـاضي والحـاضر والمسـتقبل) رسـالة دكتـوراه مـن جامعـة الخرطـوم، غـير منشـورة، مرجـع سـابق، ص 9 – 10 .

(2) عبـد الحليـم محمـد خـير، (نشـو الدولـة السـودانية) مجلـة الدراسـات الأفريقيـة، جامعـة أفريقيـا العالميـة، الخرطـوم، العـدد 28، 2008م، ص21 .

(3) مؤتمـر منروفيـا، مؤتمـر الشـعوب الأفريقيـة، الموسـوعة العربيـة الميسرة، أغسـطس 1959م، القاهـرة (هـو مؤتمـر الشـعوب الأفريقيـة والـذي عقـد في أواخـر الخمسـينات وأوائـل السـتينات مـن القـرن المـاضي، كان الهـدف مـن وراءه دعـم اسـتقلال الـدول الأفريقيـة) .

1. عدم التدخل في الشأن الداخلي بين الدول الأعضاء.
2. احترام سيادة كل دولة وسلامة أراضيها.
3. فصل النزاعات الموجودة بالطرق السليمة.

وأن احترام سيادة كل دولة وسلامة أراضيها جاء مرتبطاً بمشكلة الحدود السياسية التي تفصل بين الدول الأفريقية حيث تم الإبقاء على الحدود، وأتت هذه المبادئ متحكمة في العلاقات بين الدول الأفريقية وذلك بقيام تنظيم يرعى فكرة الوحدة الأفريقية بصورة مشرفة بالنسبة للتضامن الأفريقي.

انتهجت الدول الأفريقية في سياستها الخارجية الحياد الإيجابي بين جميع الدول الجديدة، وهذا مرتبط بتاريخها، ومشاكلها الداخلية، فهي سياسة داخلية بالنسبة لأي دولة جديدة منبثقة عن وسائل خارج حدود الدولة. وقامت سياسة الحياد في قارتي آسيا وأفريقيا، كرد فعل لسياسة الاستعمار واقع لهذه السياسة وذلك لتنظيم السياسة الخارجية لدول تلك القارات، بؤرة مؤتمر (باندونغ) وتطور مبادئ هذا المؤتمر حتى تحقيق الأهداف التي قامت من أجلها هذا المؤتمر، فهي ممثلة في الآتي من خلال الأهداف الآتية [1]:

(احترام حقوق الإنسان، وسيادة الأمم وسلامة أراضيها، وعدم التدخل في الشأن الداخلي، والمساواة بين الأجناس، احترام حق الدفاع لكل أمة عن حقها، والامتناع عن استخدام القوات الدفاعية لخدمة المصالح الذاتية، وتجنب التهديد، وتسوية النزاع.)

نالت الدول الأفريقية استقلالها، وبذلك أوضحت كل الأهداف والمبادئ الخاصة بدول أفريقيا، وظهر منهج سياستها الخارجية، وذلك بانتهاج الحياد الإيجابي، وعلى هذا النهج انطلقت العلاقات الأفريقية في كافة المجالات [2]. وارتبطت القارة في عهد الاستقلال بالعالم الأوروبي، ودارت علاقات القارة الأفريقية الأجنبية وفق المسائل الكبرى ونسبة لحداثة الدول الأفريقية وحاجتها لمواجهة التناقضات الخارجية والحاجة للخبرة والتأهيل كانت دبلوماسية القمة عن طريق المؤتمرات، وهذا الأمر الجوهري الذي رأته للارتقاء إلى مستويات أعمق،

(1) مؤتمر باندونق، انعقد في 21 أبريل 1955م، (29 شعبان 1374هـ) والذي حضرته وفود 29 دولة أفريقية وآسيوية، واستمر لمدة 6 أيام وكان نواة لقيام حركة عدم الانحياز، وانعقد بمدينة باندونق الأندنوسية، موسوعة المورد، لمنير البعلبكي، 1991م.

(2) محمد خوجلي الأمين، العلاقات السودانية الأثيوبية، مايو 1969م -2000م، مرجع سابق، ص 13 .

ومدى انعكاسه على العمل السياسي الدولي، وتناولت هذه المؤتمرات أهم الأمور منذ أن أشرقت شمس الاستقلال في دول أفريقيا [1].

ولعل من أهم القضايا التي واجهت الدول الأفريقية الحديثة قضية الحدود بين بعضها البعض، وأن كانت هذه القضية من مخلفات الاستعمار وأرثه الذي سعى لتقسيم دول القارة الأفريقية ليسهل الاستفادة من قدراتها وإمكاناتها واكتسبت هذه الحدود حدوداً استعمارية من حيث البعد الاقتصادي والجمركي، وذلك عبر القانون الجمركي الدولي، أضف إلى ذلك أظهرت مشكلة لغوية، وعسكرية كان لهما أثراً واضحاً في النزاع المرفوع لمنظمة الوحدة الأفريقية (الاتحاد الأفريقي الآن).

إن لفظ أثيوبيا المسمى عليه دولة أثيوبيا الحالية يوناني ومعناه الوجه الداكن، وأطلقت على البلاد الواقعة بين الشلال الأول جنوب أسوان أي الأراضي الحبشية، ومن صحراء ليبيا إلى مينا مصوع، وكانت مملكة أثيوبيا تضم خمسة وأربعين مملكة كان السودان منها، وأن هذه البلاد ورد اسمها في التوراة باسم كوش [2]. ونجد تشابهاً بين اسم مملكة أثيوبيا القديمة وأثيوبيا الحالية، وعليه لا توجد علاقة بينهما، فبلاد الحبشة أي أثيوبيا الحالية من الناحية النظرية جزء من بلاد أثيوبيا الكبرى، وذلك حسب وجهة نظر الرومان واليونان، أما بالنسبة للنواحي فنعني بهذه الصفة مقاطعة مملكة مروي في عهد الإمبراطورية الرومانية بينما تعرف المملكة التي قامت في الهضبة الحبشية بمملكة أكسوم. إن دولة أثيوبيا الحالية التي سماها هيلاسلاي في بداية الأربعينيات بعد أن غير اسم الدولة من الحبشة إلى أثيوبيا نجدها قد ثبتت النظام الملكي ثم النظام الإمبراطوري، وانتهي شكل هذا النظام بنهاية الإمبراطور هيلا سيلاسي في عام 1974م [3].

تعتبر أثيوبيا من أهم دول الجوار بالنسبة للسودان، وذلك لاشتراكها معهم في خط مائي وأحد يشكل عصب الحياة بالنسبة للسودان، منذ القدم وقبل

(1) نشأة منطقة الوحدة الأفريقية، مؤتمر أكرا، (عاصمة غانا) في الفترة بين (15 – 24 أبريل عام 1958م)، وحضرته الدول المستقلة حينئذ وفد ضم هذا المؤتمر ما يزيد عن (200) عضو يمثلون مختلف الأحزاب الاتحادات الطلابية والنقابات العمالية من مختلف القادة الأفريقية في 22 مايو، 1963م انعقد مؤتمر أديس أبابا الذي أقر ميثاق منظمة الوحدة الأفريقية بحضور (30) رئيس دولة، وتعرف لاختصار ب (OUA) ونعني بالوحدة الأفريقية، وتم الاستعاضة عنها في يوم 9 يوليو، 2000م، بقيام الاتحاد الأفريقي، ومقره أديس أبابا.

(2) محمد إبراهيم بكر، تاريخ السودان القديم، مكتبة الأنجلو المصرية – القاهرة، دون تاريخ، ص 45 .

(3) علي عبد الله الخاتم، أثيوبيا والأثيوبيون بين المصادر الأفريقية والرومانية، جامعة القاهرة، كلية الآداب، رسالة ماجستير، 1976م، ص 1.

ظهور اسم أثيوبيا كان يطلق اصطلاحاً على كل المناطق التي من ضمنها السودان (الحبشة) وذلك للارتباط الوثيق في بعض السمات، فإن الحبشة ومنذ القدم وفي أمر الدعوة الإسلامية وصلت إليها الهجرة والدعوة قبل أن تهاجر تعاليم الإسلام إلى المدينة المنورة، أما السودان فهو القطر الوحيد الذي يعتبر بوابة العالم العربي إلى أفريقيا وهو الرابط بين هاتين الثقافتين العربية والأفريقية ويشكل درجة كبيرة من الأهمية.

إن العلاقات بين السودان وأثيوبيا أزلية متشابكة في الحدود والمياه والمصالح والاهتمامات المشتركة، وذلك منذ المهدية حيث جلبت التجارة فوائد لدي الدولة المهدية، وكانت صلة لنشر الدعوة المهدية، والدين في الحبشة، وأقر بذلك حمدان أبو عنجة (عامل المهدية) في منطقة القلابات، وعندما وقع هجوم الفاشيين على أثيوبيا في الحرب العالمية الثانية في الأربعينيات لم يجد الأثيوبيون والإمبراطور هيلا سلاسي وحكومته سوى السودانيين لاستقبالهم ومنحهم المأوى والرعاية والأمان، وظلوا في ضيافة لسودان حتى نهزم الجيش الغاشي، وتم ذلك بمشاركة القوات البريطانية المكونة من الجنود السودانيين[1].

بعد أن نال السودان استقلاله مباشرة كانت معظم البلدان الأفريقية علاقاتها مع بعضها علاقات هشة قابلة للضعف وعدم الترابط، وذلك نتيجة لما كدسه الاستعمار من مشكلات عرقية واجتماعية واقتصادية، وأن الصلة بين السودان وأثيوبيا لم تكن ذات طابع يذكر وغير نشطة[2]. وفي تلك الفترة حدثت أزمة حلايب بين السودان ومصرفي فبراير 1958م حيث بادر الإمبراطور هيلا سلاسي إلى إرسال برقية إلى كل من جمال عبد الناصر وعبد الله خليل، حيث عوض وساطته، واستعداده لبذل الجهد لإخماد الأزمة مع العلم أن أزمة حلايب رغم حدوثها بين بلدي وادي النيل إلا أن الإمبراطور هيلا سلاسي اعتبر أن العلاقة بين أثيوبيا والدولتين وبحكم الجبرة والمصالح التي تربطه بالدولتين تحتم عليه القيام بدور فعال تجاه الأزمة بين الدولتين.

انتهت أزمة حلايب من تلقاء نفسها بتراجع الطرفين وتقديراً لجهد أثيوبيا وكذلك المملكة العربية السعودية إذ أنهما أول دولتين بادرتا بالمناشدة لضبط النفس والتوسط حتى لا يتفاقم النزاع بين البلدين، ومن هنا حرص السودان

(1) بشير محمد سعيد، (الدبلوماسية السودانية)، جامعة أفريقيا العالمية، الخرطوم، دون تاريخ، ص115 .

(2) رحاب حسن أحمد مكي، (العلاقات السودانية الأرترية)،مركز الدراسات الدبلوماسية،1997م،بحث دبلوم عالي، ص88.

على أن يجعل تمثيله الدبلوماسي في أديس أبابا على درجة تتماثل ومستوى العلاقة بين البلدين [1].

إن تبادل الزيارات أحد مقومات تقوية العلاقات السودانية بين أي بلدين، فإن الإمبراطور هيلا سلاسي قام بزيارة للسودان في يوم 1959/2/13م واستغرقت الزيارة فترة زمنية كافية التقى فيها الإمبراطور بالفريق عبود وعقد الجانبان مباحثات رسمية اتفقا فيها على تطوير العلاقات الدبلوماسية وهنا يتضح العمل في المباحثات الرسمية كواحدة من مقومات تقوية وتحسين العلاقات بين البلدين، والاتفاق على أسس منهجية لتدعيم الصلة. وأضاف أحمد خير وزير الخارجية (العلاقات متميزة ولذلك لتوفير الثقة بين البلدين للمواقف المستقبلية للدولتين في القضايا الدولية).

توطدت صلة الإمبراطور هيلا سلاسي بالرئيس عبود، وحرص على تذليل الصعاب بين البلدين في مجال التعاون[2]. مثلما ظلت علاقته وطيدة مع قيادة حكم 17 نوفمبر خاصة، وقد ساعدته الخرطوم عبر دبلوماسيتها المؤثرة في اقناع الدول الأفريقية على جعل أديس أبابا مقراً لمنظمة الوحدة الأفريقية[3].

وفي يوم 1960/10/29م قام الفريق عبود بزيارة إلى أثيوبيا التقى من خلالها بالإمبراطور هيلا سلاسي أي بعد عام وثمانية أشهر فقط مما يعكس أهمية الزيارة وتسارع الخطى لترجمتها للمصالح التي تهم البلدين ويرى الباحث أن ذلك يعكس الرغبة السودانية في مكافأة الجانب الأثيوبي الذي حرص على إخماد بذور الحرب بين السودان ومصر وأيضاً التأكيد على تعزيز وتقوية ترشيح السودان وإقناع الدول الأفريقية بأن تكون أديس أبابا مقراً لاجتماعات الأفارقة عبر منظمة الوحدة الأفريقية، وبالفعل أسهمت زيارة الفريق عبود واجتماعاته بالإمبراطور هيلا سلاسي على التنسيق والدعم لاستقرار وصيانة السلام في أفريقيا والقضاء على الاستعمار في تأييد حركات التحرر[4].

إن رحلة الإمبراطور هيلا سلاسي للأرجنتين في ديسمبر 1960م كانت مؤشراً لقيام أشهر حركة مسلحة وهي انقلاب أو ثورة الحرس الإمبراطوري عام

(1) بشير محمد سعيد، (الدبلوماسية السودانية)، مرجع سابق، ص 115.

(2) أيمن كمال أمين السيد، (الحكومة العسكرية الأولى، 1958 – 1964م) جامعة النيلية، كلية الآداب، 2000م، رسالة دكتوراة، ص 178.

(3) وكالة السودان للأنباء، العلاقات السودانية الأثيوبية، ملف رقم (1) .

(4) أيمن كمال أمين السيد، (الحكومة العسكرية الأولى)، 1958-1964م، مرجع سابق، ص 179.

1960م بقيادة جيرا هام نيواي ومنغستو نيواي، وهما أخوان أولهما مدني تعلم بأمريكا، والثاني عسكري يقود الحرس الإمبراطوري. وعلى الرغم من أنهما رفضا البناء الفكري والاقتصادي والسياسي لهذه الطبقات الممتازة اجتماعياً وثارا عليها [1].

وبعد قيام الانقلاب في ديسمبر اختفى الإمبراطور عن الأنظار لحظة وصول خبر الانقلاب وظل العالم يتساءل عن مصيره [2].

وفي أحداث انقلاب 1960م، وأثناء غياب الإمبراطور هيلا سلاسي ومصيره المجهول، قدر الدبلوماسيون السودانيون الأوضاع الحادثة في أثيوبيا تستدعي الوقوف مع الإمبراطور ذلك بحكم مواقفه تجاه السودان وعلاقات الجوار، واعتبروا أن الوقوف مع الإمبراطور هيلا سلاسي ضرورة للسودان وأثيوبيا والمنطقة عموماً [3]. وأن هذه الرؤية خرجت بعد دراسة من الدبلوماسيين وأن المعلومات الخاصة بهذا الأمر تم الحصول عليها من الرعاية الأثيوبيين ممن لهم صلات وطيدة بالسودان والاستفادة من التقارير التي جمعها سفير السودان بأديس أبيا وإرسالها تباعاً إلى الخرطوم في الوقت الذي انقطعت فيه أثيوبيا عن العالم كله.

كانت الخرطوم في الوقت الذي وقع فيه الانقلاب في ديسمبر 1960م هي الموقع الذي ينقل أخبار الأحداث الجارية في أديس أبابا لجميع وكالات الأنباء العربية والشرقية والصحف العالمية ومناديبها في السودان واعتبرت الخرطوم العاصمة ذات الوزن وصانعة الأحداث آنذاك، ويرى الباحث أن العلاقة التي توجت بين السودان وأثيوبيا ممثلة في الرئيس عبود والإمبراطور هيلا سلاسي منذ 1958م وحتى وقوع انقلاب ديسمبر 1960م شكل أولى منصات السياسات الإعلامية بين السودان وأثيوبيا وهو أمر بالغ الأهمية إذا أن ما نتج عن تلك السياسات التي انبثقت من النظامين الحاكمين في السودان وأثيوبيا انبثق عنهما تخطيط إعلام ي انعكس على السياسة التحريرية التي على ضوءها كانت تساق الأخبار وتقدم البرامج في الصحافة السودانية والإذاعة السودانية بالإضافة إلى وسائل الإعلام في أثيوبيا آنذاك. واعتبرت التقارير التي كان يجمعها سفير السودان بأديس أبيا أحدى مؤشرات السياسات الإعلامية بين البلدين، وقد اتخذت الخرطوم

(1) عبد الملك عودة، (نهاية النظام الإمبراطوري في أثيوبيا)، السياسة الدولية، العدد 33، 1983م، ص 149.

(2) بشير محمد سعيد، الدبلوماسية السودانية، جامعة أفريقيا العالمية، مرجع سابق، ص 12 .

(3) وزارة الخارجية السودانية، (العلاقات السودانية الأثيوبية)، ملف عهد عبود.

مـا وصـف بأنهـا أخطـر القـرارات عـلى مسـتوى رفيـع مـن الدرايـة والدراسـة وأن ذلـك القـرار عـلى مسـتوى الـدول المجـاورة ومسـتوى العلاقـات الإقليميـة والدوليـة في إطـار سياسـة السـودان المعلنـة الـذي كان يمثـل أحـد الجوانـب المهمـة لعمـل وزارة الخارجيـة السـودانية [1]. وقـام الدبلوماسـيون بنقـل تويـه إلى الفريـق عبـود بخصـوص الإمبراطـور هيـلا سـلاسي ومسـاندته لإيقـاف الانقـلاب وعـودة الإمبراطـور للحكـم حيـث قـام الرئيـس عبـود بالفعـل بإجـراء الترتيبـات اللازمـة لاسـتقبال الإمبراطـور كرئيـس دولـة شرعـي وتـم ذلـك وجهـز لـه طائـرة بغـرض السـفر إلى بـلاده، وسـافر الإمبراطـور هيـلا سـلاسي إلى أديـس أبابـا، وبمجـرد وصولـه إلى أديس أبابـا أوقـف الانقـلاب وهـذه دلالـة عـلى حسـن العلاقـات والتعـاون بـين البلديـن[2].

ويلاحـظ الباحـث أن وسـائل الإعـلام السـودانية في ذلـك الوقـت كانـت تبـث وتنـشر الأخبـار المسـاندة والمؤيـدة لعلاقـات البلديـن وأهميـة أن تحافـظ أثيوبيـا عـلى حكـم الإمبراطـور هيـلا سـلاسي.

أن الحكومـة السـودانية كانـت دائمـة التشـاور مـع أثيوبيـا في كثـير مـن المسـائل الدوليـة وذلـك دلالـة عـلى الاتفـاق في وجهـات النظـر تجـاه القضايـا الدوليـة، ولكـن بمجـرد اعـتراف أثيوبيـا بإسرائيـل كدولـة مـع إقرارهـا بمقـررات منظمـة الوحـدة الأفريقيـة القاضيـة بعـدم مسـاندة إسرائيـل إلا أنهـا اعترفـت بهـا كدولـة[3]. مـع إقرارهـا مـن ضمـن مقـدرات منظمـة الوحـدة الأفريقيـة، واثـر ذلـك عـلى صفـوة العلاقـات بـين البلديـن، وفي ذلـك الحـين نـزح عـدد كبـير مـن السـودانيين (الجنوبيـين) إلى داخـل الحـدود الأثيوبيـة وسُـمح لهـم بالعمـل في النقطـة الرابعـة التابعـة للمعونـة الأمريكيـة ورحـب بهـم الإمبراطـور هيـلا سـلاسي، وازدادت أعـداد النازحـين، ومـن هنـا بـرز دعـم أثيوبيـا في دعـم أولئـك السـودانيين والذيـن شـكلوا وعرفـوا بـــ (حركـة التمـرد) التـي بـدأت منـذ عـام 1955م وأصبـح عطـف الحكومة الأثيوبيـة عـلى المتمرديـن واضحـاً لـدى الحكومـة السـودانية وعـلى الرغـم مـن كل هـذه الدلائـل لـم تعـترف الحكومـة الأثيوبيـة بدعمهـا للمتمرديـن ومسـاندتهم. وأوضـح السـفير السـوداني بأثيوبيـا أن صفـة التعصـب الدينـي بـدأت تـبرز في مسـألة العلاقـات السـودانية الأثيوبيـة مـن جانـب الإمبراطـور، وأن الإمبراطـور هيـلا سـلاسي مـع الجانـب المسـيحي وذلـك دعمـاً لموقفـه ولإرسـاء دعائـم كثـيرة تجـاه

(1) وزارة الخارجية، (العلاقات السودانية الأثيوبية)، ملف عهد عبود، مرجع سابق، .

(2) بشير محمد سعيد، مرجع سابق، ص 78.

(3) وكالة السودان للأنباء، العلاقات السودانية الأثيوبية، مرجع سابق، ملف رقم (1) سونا.

المسلمين والعرب، وما أصبح يؤكده لدي الأثيوبيين بأن السودان معادٍ لهم لذلك وقف مع الجانب المسيحي ممثلاً في حركة التمرد، وخير دليل على ذلك هو اكتشاف السفارة السودانية بأثيوبيا أن خطابات المتمردين لزعمائهم ترسل إلى أثيوبيا عبر الصندوق الخاص لوزارة الخارجية الأثيوبية[1].

إن قضية الحدود بين السودان وأثيوبيا تعتبر واحدة من القضايا المهمة، وما يدور حولها من ترسيم أو نزاع وأن كثير من الدول في العالم تعيش مشاكل الحدود. أما بالنسبة للسودان وأثيوبيا تعتبر قضية جوهرية ومهمة. وتوجد رؤية على أنها بدأت منذ عام 1966م، ولكن ما وضح أن مشكلة النزاع حول الحدود بدأت منذ الخمسينيات فقد بدأ بتسلل الأثيوبيين إلى داخل الحدود السودانية بحثاً عن الزراعة في بعض الأراضي السودانية بين جبل اللكدي وشجرة الكوكة في عام 1957م وأن حكومة السودان كانت تعلم بما يدور في الحدود ولكنها لم تعطي الأمر اهتماماً، وذلك نسبة لتدهور الوضع الأمني في الولايات الجنوبية (التمرد وظهور حركة أنانيا 1، 1955م) ورأت الحكومة تفادي فتح جبهة أخرى في شرق السودان باعتبارها وصلت إليه حالة الأمن بالخطورة وذلك قبل أكتوبر 1964م[2]. وأن السودان وأثيوبيا لهما مشكلات أساسية، فأثيوبيا تعاني من مشكلة أريتريا، حيث شهدت الفترة ما بين 1960م و حتى 1965م بزوغ تنظيم جبهة التحرير الأريترية، وقد ظلت أثيوبيا تأخذ على السودان دعمه للثوار[3]. وفي عام 1964م، اندلعت الحرب بين أثيوبيا والصومال وسط اتهامات من كلا الجانبين بأن الآخر هو البادئ بالهجوم، ولم تدم تلك الحرب أكثر من شهرين، فقد تدخل الفريق عبود وسارع لتهدئة الأطراف وأفلح فعلياً على الاستجابة لوقف إطلاق النار بناءاً على طلب وزراء الخارجية الأفارقة الذين اجتمعوا في دار السلام وذلك بفضل وساطة وجهود الفريق عبود، والذي لم يكتفي بذلك وإنما دعا الأطراف بالخرطوم حيث تم توقيع اتفاقية الخرطوم بين الصومال وأثيوبيا والتي تضمنت انسحاب القوات على الجانبي الحدود لمسافة تبلغ 10 – 15 كيلومتر، وأن حكومة السودان الممثلة في الرئيس عبود سعت للحفاظ على العلاقات بين البلدين[4].

(1) أيمن كمال أمين السيد، (الحكومة العسكرية الأولى، 1958 – 1964م)، مرجع سابق، ص 180 – 183 .

(2) بخاري الجعلي، (نزاع الحدود بين السودان وأثيوبيا)، مؤسسة دار العلوم، الكويت، 1980م، ص 10 .

(3) الرشيد الشيخ عبد الرحمن، العلاقات السودانية الأثيوبية، الأكاديمية العسكرية بالخرطوم، 1985 – 1993م، ص 18.

(4) محجوب الباشا، (التنوع العرقي في سياسة السودان الخارجية)، مركز الدراسات الإستراتيجية، الخرطوم، 1998م ص 189.

بعد نهاية حكم عبود ومجيئ حكومة أكتوبر مرت العلاقات السودانية الأثيوبية بفترة حرجة وذلك بسبب تأييد الحكومة للانفصاليين والذين نادوا بانفصال أرتيريا كمطلب رئيسي[1]. واتهام أثيوبيا للسودان بمد الثوار بالسلاح وفتح المجال لهم ضد أثيوبيا[2]. ويشير الباحث إلى أن فترة أكتوبر مررت وسائل الإعلام السودانية الأخبار والموضوعات التي دعمت الانفصاليين في أريتريا بحجة العمل الثوري الذي أطاح بحكومة عبود مما يعتبر تجاوز للسياسات الإعلامية التي كانت سائدة وملتزمة بها وسائل الإعلام في كلا البلدين أما السودان فقد كان يدافع رسمياً عن موقفه وأنه يواجه مشكلة تمرد في جنوبه وقد أجمع الخبراء والمحللون أن الفترة من 1956 – 1964م شهدت تدهوراً أمنياً في وضع السودان نتيجة لأن السلطة الحاكمة أخذت بالحل العسكري للمشكلة، وقد كانت حكومة السودان تأخذ بدورها على أثيوبيا المساعدات التي ظلت تقدمها للخوارج، والمساعدات الأجنبية للخوارج عبر أثيوبيا من جهات أجنبية[3]. وفي هذه الآونة وما بين الاتهامات لكل الدولتين السودان لأثيوبيا في دعم التمرد جنوبه وأثيوبيا واتهامها للسودان في دعم المتمردين لانفصال أريتريا وبين هذا وذاك تسلل الأثيوبيين عبر الحدود السودانية بحثاً عن الزراعة والأراضي السودانية[4]. ورُفعت مذكرة مطالبة الحكومة الأثيوبية بسحب المزارعين من داخل الحدود السودانية، وتم تكوين لجنة فنية مشتركة لتسوية المشكلة[5].

وأيضاً سعت الحكومة السودانية مرة أخرى لإشعار حكومة أثيوبيا بأمر الحدود، ورأت الحكومة السودانية وقت إذ اعتقال المتسللين وتقديمهم إلى محاكمة. وخلقت تلك الإجراءات توتراً في العلاقات بين البلدين أدي إلى الجانب الأثيوبي وفي لجنة الحدود المشتركة رفضت الاقتراح المقدم من الجانب السوداني الرامي إلى فحص الأوراق ومناقشة الوثائق التي تحكم الحدود بين السودان وأثيوبيا. ولقد وصلت المفاوضات إلى طريق مسدود[6].

وساد التوتر الذي كاد أن يتحول إلى اصطدام مسلح أثناء حادثة الفشقة في عام 1965م. وتزامن في تلك الفترة أيضاً أن قامت الحكومة الأثيوبية بتقديم العون

(1) بخاري الجعلي، (نزاع الحدود بين السودان وأثيوبيا)، مرجع سابق، ص 140 .

(2) بخاري الجعلي، مرجع سابق، ص 140 .

(3) ياسين الطيب آدم، (نزاع الحدود السودانية الأثيوبية)، جامعة أفريقيا العالمية الخرطوم، دون تاريخ، ص 47.

(4) بخاري الجعلي، (نزاع الحدود بين السودان وأثيوبيا)، مرجع سابق، ص 119.

(5) محجوب الباشا، (التنوع العرقي في سياسة السودان الخارجية)، مرجع سابق، ص 209.

(6) الرشيد الشيخ عبد الرحمن، (العلاقات السودانية الأثيوبية)، مرجع سابق، ص 81.

المعلـن والمفتـوح لحركـة الأنانيـا، في محاولـة للانتقـام مـن السـودان، وقامـت بإنشـاء معسـكرات تدريـب عـلى الحـدود السـودانية والتـي نفـذت أول هجـوم عـلى السـودان في ينايـر 1965م، سـاءت العلاقـات بـين البلديـن وقامـت الحكومـة الأثيوبيـة بإعـلان مطامعهـا في بعـض الأراضي الحدوديـة وذلـك عندمـا قامـت الحكومـة 1965م بتوزيع أراضي زراعيـة داخـل الحـدود السـودانية للمزارعـين الأثيوبيـين والذيـن قامـت بدعمهـم الحكومـة الأثيوبيـة عسـكرياً لحمايتهـم، وفي ذات الوقـت قـام السـودان بحشـد قواتـه عـلى الحـدود وفي عـام 1966م تـم اعتقـال 300 مـزارع أثيوبـي وتـم ترحيلهـم إلى بلادهـم وتصاعـد التوتـر بـين البلديـن في منطقـة الفشـقة. إذ الـصراع لـم يصـل إلى مرحلـة إطـلاق النـار إلا أنـه عكـس مـدى خطـورة السياسـة التـي اتبعهـا البلـدان بتأييـد العنـاصر المناوئـة في كل منهمـا[1].

النزاع الأثيوبي السوداني حول منطقة الفشقة:

منطقـة الفشـقة بولايـة القضـارف شرقـي البـلاد. لا يوجـد حولهـا خـلاف قانونـي أو نـزاع حـول ملكيـة الأراضي، ومـع ذلـك فـإن ترسـيم حدودهـا مـع دولـة أثيوبيـا وإيقـاف التعديـات الأثيوبيـة عليهـا ظلـت تـراوح مكانهـا، عـلى الرغـم مـن اعـتراف أثيوبيـا بمعاهـدة 1902م وبروتوكـول 1903م والتأكيـد عـلى سـودانيتها في اتفاقيـة 1972م.

وتعـود التعديـات وعرقلـة الترسـيم إلى طبيعـة أراضيهـا المنبسـطة الخصبـة قليلـة السـكان والمعزولـة عـن جوارهـا السـوداني، في حـين أن جوارهـا الأثيوبـي، مأهـول بالسـكان وأراضيـه جبليـة وفقـيرة التربـة، والفشـقة متاخمـة للحـدود السـودانية الأثيوبيـة، يحدهـا شـمالاً نهـر سـتيت وغربـاً نهـر «اتـبرا» عطـبرة وتبلـغ مسـاحتها (2510) كلـم مربـع وغالبيـة سـكانها مـن الحمـران والفلاتـة والهوسـا، وهـي تنقسـم إلى قسـمين الفشـقة الكـبرى، يحدهـا شـمالاً نهـر سـيتيت وجنوبـاً نهـر باسـلام وغربـاً نهـر عطـبرة وأراضيهـا طينيـة مسـطحة صالحـة للزراعـة.

الفشقة الصغرى:

يحدهـا شـمالاً نهـر باسـلام وغربـاً نهـر عطـبرة وشرقـاً الحـدود المشـتركة بـين البلديـن وتتخللهـا كثـير مـن الجبـال وبعـض الخـيران. وبهـذا الموقـع فهـي محاطـة بالأنهـار مـن كل جانـب فيمـا يـلى الأراضي السـودانية الأمـر الـذي يفـرض عليهـا

(1) محجوب الباشا، (التنوع العرقي في سياسة السودان الخارجية)، مرجع سابق، ص 191 .

العزلة التامة عن جوارها السوداني خلال موسم فيضان هذه الأنهار، فضلاً عن أنها تتميز بهطول الأمطار الغزيرة في فصل الخريف، بينما حدودها مع أثيوبيا مفتوحة لا يعترضها مانع أو عازل مما يغرى الأثيوبيين بالاعتداء عليها خاصة وأن أراضيهم المتاخمة لها. كما ذكر غير صالحة للزراعة ومأهولة بالسكان، في حين أن أراضيها الزراعية التي تبلغ (600) ألف فدان أراضي خصبة وإنتاجها كثيف من السمسم والذرة والقطن قصير التيلة والصمغ العربي والخضروات والفواكه على ضفاف الأنهار الثلاثة (عطبرة – سيتيت – وباسلام) [1].

وبطبيعة الحال فإن هذه العزلة الجغرافية بسبب العوامل الطبيعية لا تعني غياب التواجد الحكومي الرسمي، إذ توجد حالياً بالفشقة (13) نقطة شرطة في كل من اللكدي والهشابة وزهانة وحمدايبن والدرابي وود الحليو وحلة حكومة والصوفي وقلعة اللبان وأم الطيور وخورشين ومشروع الغنم وباسندة[2].

بدأ تسلل المزارعين الأثيوبيين إلى أراضي الفشقة عام 1957م في مساحات محدودة وطالبوا السلطات السودانية إعفائهم من العشور بحجة أن زراعتهم كانت قليلة وبدائية، ولكنهم عادوا في العام التالي ببعض الآليات وباستعدادات أكبر، وثم تطور الأمر في السنوات التالية حتى بلغت المساحات التي تمت زراعتها من قبل المزارعين الأثيوبيين في 1962م عهد الرئيس إبراهيم عبود، ثلاثمائة فدان وبآليات ميكانيكية بلغت 18 تراكتور، بالإضافة إلى الزراعة اليدوية والمحاريت البلدية[3].

والحكومة السودانية غضت الطرف عن هذه التعديات نسبة لانشغالها بحرب الجنوب ورغبتها في تحييد الموقف الأثيوبي.

وبعد ثورة أكتوبر الشعبية عام 1964م اهتم السودان بمسألة الحدود أكثر وفي العام التالي تم اعتقال 343 مزارع أثيوبي وحكم عليهم بالسجن سبعة أيام والأبعاد عن البلاد. وتمت مصادرة أربعة تراكتورات، وفي يونيو 1966م اتفق الجانبان السوداني والأثيوبي على تشكيل لجنة حدود مشتركة من قانونيين

(1) إكرام محمد صالح حامد دقاش، (الاحتلال الأثيوبي لأراضي الفشقة، 1957 – 2007م)، موقع شذرات .http:www shatharat.net ، يناير2012م .

(2) البخاري عبد الله الجعلي، (حدود السودان الشرقية مع أثيوبيا وأريتريا)، الدوحة – قطر، يوليو 2000م، ص 192 .

(3) يسن الناصر محمدين آدم، نزاع ومشاكل الحدود السودانية – الأثيوبية، مركز البحوث والدراسات الأفريقية، جامعة أفريقيا، 1997م، ص 26 .

ومهندسين وفنيين المساحة وإداريين، وعقد اجتماع للجنة في شهر نوفمبر 1966م. أقحم الجانب الأثيوبي مثلث أم بريقع «شمال نهر سيتيت ومساحته 2200 كلم مربع» بإدعاء تبعيته لإقليم أريتريا الخاضع لسيادتها حينها، وكان ذلك موقف تكتيكي لدفع السودان على مقايضته بجزء من أراضي الفشقة إلى جانب ما ذكرناه من إغراء الأراضي للمزارعين الأثيوبيين، فإن تعدد وتنوع التعديات الأثيوبية على الحدود السودانية تقف خلفه أسباب أخرى كثيرة، منها عدم الاستقرار السياسي في السودان وعداء أثيوبيا له بسبب الثورة الأريترية التي اندلعت عام 1958م وتحركات الجبهة الشعبية لتحرير التقراي الغربية من الحدود السودانية، بالإضافة إلى حوادث الشفتة في المناطق الحدودية.

عصابات الشفتة وتهديدها لأمن الحدود بين السودان وأثيوبيا:

أغلب الشفتة هي المليشيات الأثيوبية المسلحة التي يعتقد أن توجيهها يتم من قبل الاستخبارات الأثيوبية لزعزعة الأمن في المنطقة أو هي من عناصر أخرى – سودانية أو أريتيرية – هدفها النهب المسلح وقطع الطرق، وعصابات الشفتة تمارس النهب المسلح على طول الشريط الحدودي وخاصة مناطق الشفتة وتنطلق من داخل الأراضي الأثيوبية وأحياناً من الأراضي السودانية. ومعظم عناصرها من الهاربين من معسكرات اللاجئين، وأهم القبائل الأثيوبية التي ينتمون إليها هي الوقابيت والأرمجيو والتقراي وأهم القبائل الأريترية هي الساورنة والبازة.

عصابات الشفتة في بادئ الأمر كانت تتكون من فردين أو ثلاثة ويستخدمون السلاح الأبيض والأسلحة النارية القديمة في قطعهم لطرق القوافل التجارية ولنهب البضائع والأموال، ثم أصبحت العصابات تتكون من 15 – 20 فرداً ويمتلكون أسلحة أحدث مثل الكلاشينكوف والجيم 3 –GM3 وهذا التطور حدث بعد دخول حركات التحرر من دول الجوار الشرقي إلى السودان حيث ينسلخ الكثير من عناصرها بأسلحتهم ويتجهون لممارسة جريمة النهب المسلح.

وتتخذ عصابات الشفتة من قمم الجبال والغابات الكثيفة والمناطق الوعرة خاصة داخل أثيوبيا مخابئ لها، وتتحرك منها نحو أهدافها وهي غالباً العربات التجارية أو قرية حدودية أو مشروع زراعي أو قطيع ماشية.. وأحياناً يخطفون رعاة أو مزارعين أو تجار ويطلبون قرية، وفي بعض الحالات يهاجمون نقاط شرطة للحصول على أسلحة غير أن هذه المحاولات لم تكن ناجحة في

معظمهـا. وقـد أثبتـت التجـارب أن أنجـع وسـائل مكافحـة عصابـات الشـفتة هـي الأطـواف المتحركـة المشـتركة بـين القـوات المسـلحة والشرطـة السـودانية [1]، إضافـة إلى جهـود شرطـة مكافحـة التهريـب التـي أثبتـت فعاليـة عاليـة.

التعديات الأثيوبية على الحدود السودانية:

رغـم الإجـراءات التـي اتخذتهـا الحكومة السـودانية بعـد ثـورة أكتوبـر 1964م ورغم اتفاقيـة 1972م فشـل الجانبـان السـوداني والأثيوبـي في ترسـيم وإعادة وضـع معالم الحـدود، مما أدى إلى اسـتفحال مشـكلتها مرة أخرى، حيث اسـتمر الأثيوبيـون في زراعة ثلاثـين مشروعـاً بمثلـث الفشـقة وفي مناطـق (اللكـدي وديلـوب والهشـابة)[2]. جانـب توسـع التجـارة غير المشروعة عـبر الحـدود (التهريب وإيـواء كل طرف للنشـاط المعادي للطـرف الآخـر وتفاقـم مشـكلة اللاجئـين). وبنـاءً عـلى كل ذلك قـررت اللجنـة الأمنية لمديريـة كسـلا في عـام 1979م إقامـة إدارة منفصلـة للحدود برئاسـة معتمـد وعضوية ضابـط إداري وثلاثـة ضبـاط أخريـن مـن الأمـن والجيـش والشرطـة، إلا أن الإمكانيات الماديـة لـم تمكن تلـك الإدارة مـن القيام بمهامهـا المُوكّلة لهـا بالصورة المثـلى، وكان أهم إنجازاتهـا توقـف الزراعة الأثيوبية بالفشـقة مؤقتـاً [3].

وتجـدد اعتداءات الأثيوبيين على أراضي الفشـقة مرة أخرى خـلال عامي 1992 – 1993م وصـول حجـم الاعتـداءات إلى زراعـة ثمانية آلاف فـدان من قبـل المزارعـين جميعهم من التقـراي. وفي الثانـي مـن مايـو 1994م أبرمـت اتفاقيـة بمحليـة مدينـة القضـارف تم فيهـا الفصـل بين المزارعـين السـودانيين والأثيوبيين وتـم عمل تسـويات بينهم.

وفي اجتماعـات القضـارف تـم تكويـن لجنـة عليـا مـن الطرفـين لمراجعـة الحيـازات وتحديـد المسـاحات ومـدة اسـتخدامها وتوزيعهـا بـين الطرفـين وبعدهـا تدهـورت العلاقـات لمـدة اسـتمرت إلى نحـو ثلاثـة سـنوات حتـى زار الرئيـس السـوداني عمـر حسـن أحمـد البشـير أثيوبيـا وبعـد الحـرب الأثيوبيـة – الأريتريـة 1998م – 2000م. وبعـد أن أصبحـت أثيوبيـة حديثـة تحسـنت العلاقـات، وفي عـام 2003م وجـه رئيـس الـوزراء الأثيوبـي ملـس زيناوي بإنهـاء النـزاع وإعـادة الأراضي السـودانية لملاكهـا السـودانيين. ولكـن توجيهاتـه لـم تنفـذ بالكامـل [4].

(1) ياسين الناصر محمدين آدم، (نزاع ومشاكل الحدود السودانية الأثيوبية)، مرجع سبق ذكره، ص 52- 55 .

(2) ياسين الناصر محمدين آدم، (نزاع ومشاكل الحدود السودانية الأثيوبية)، مرجع سبق ذكره، ص 49.

(3) إكرام محمد صالح حامد دقاش، (الاحتلال الأثيوبي لأراضي الفشقة)، 1957 – 2007م، مرجع سابق، .

(4) عبـد السـلام أبـو القاسـم محمـد، (كيفيـة الاسـتفادة مـن المناطـق الحدوديـة) الفشـقة نموذجـاً، صحيفـة السـوداني، 25 أغسـطس 2014م، الصـادرة بالخرطـوم .

وفي مايو 2012م أقر السفير الأثيوبي بالخرطوم (أبادي زامو) بتبعية منطقة الفشقة الحدودية لولاية القضارف السودانية، وأكد عدم وجود نزاع حولها بين البلدين، وقال إن أثيوبيا لم تقل في يوم من الأيام أن منطقة الفشقة تتبع لها أو أنها جزء من اراضيها. والحكومة الأثيوبية لم تستنكر تصريح سفيرها ولم تعزله من منصبه. علماً أن المزارعين الأثيوبيين حينها كانوا يزرعون ما يقارب العشرين مشروعاً زراعياً كبيراً بالفشقة[1].

وفي مطلع ديسمبر 2013 وقع البلدان السودان وأثيوبيا 13 اتفاقية تعاون ثنائي شملت المجالات الاقتصادية والاجتماعية لتحقيق تكامل إستراتيجي بينهما، من ضمنها اتفاقية حدودية تعيد الفشقة بشكل نهائي للسيادة السودانية وتنهي النزاع بينهما حولها وتوقف الاحتكاكات والنزاعات على الأراضي الزراعية وتضمن الاتفاقية الموقعة بين قيادة البلدين إحلال السلام والتعايش السلمي بين مواطنيهما في المناطق الحدودية [2].

وبعد هذه الاتفاقيات استقرت الأوضاع على الحدود وتوقفت الاعتداءات ونشطت التجارة الحدودية بين البلدين وتوحدت العلاقات بين قاطني الحدود على الجانبين، والدليل على ذلك أن معتمد الفشقة أصدر قراراً في فبراير 2014م قضى بأن يغادر العمال والتجار الأثيوبيون العاملون بسوق منطقة اللكدي الحدودية فور انتهائهم من دوام العمل عند الرابعة عصراً على أن يعودوا في اليوم التالي، وقال أن القرار أملته إجراءات تنظيم العمل على الحدود. احتج العاملون والتجار السودانيون بالسوق على القرار وهددوا بالتوقف عن العمل حال عدم التراجع عن هذا القرار، موضحين أن أقرب نقطة أثيوبية تبعد عن اللكدي 40 كلم. ومنوهين إلى أن المنطقة ظلت تشهد حراكاً تجارياً كبيراً واستقراراً غير مسبوق. وأنه لم يتم تسجيل أي حادثة اعتداء من قبل الأثيوبيين، وأعلنوا أن التجارة الحدودية تتم عبر الجانبين السوداني والأثيوبي وأن نخلق أي طرف يضر بالعملية ويؤدي إلى كساد السوق[3].

---

(1) محمد وداعة الله، (الفشقة سودانية، تجديد الاعتراف)، موسوعة التوثيق الشامل http://www.tawtheegon.، 30 مايو 2012م.

(2) علوية مختار، (السودان وأثيوبيا ينهيان أطول نزاع حول منطقة الفشقة الحدودية)، موقع الرياضي www.alriyadh(dh).com.4 ديمسبر 2013م

(3) صحيفة اليوم التالي – الصادرة بالخرطوم، العدد 351- 9 فبراير 2014م .

ومما لا شك فيه أن احتجاج العمال والتجار السودانيين على قرار مغادرة رصفائهم الاثيوبيين دليل قاطع على انتهاء كل الاحتكاكات السابقة.

وأخيراً تحدد النزاع في هذه المنطقة بما تسببه الحرب المنظمة خاصة أنه تزامن مع جملة عسكرية كبيرة ستثار الحكومة الأثيوبية تجاه إقليم (التقراي) وسيطرة الأخيرة على الإقليم وسط أحاديث.

تتراوح الحال على الحدود السودانية - الأثيوبية بين المرونة والصلابة تبعاً لارتفاع وتيرة التأثيرات السياسية والتحولات الداخلية لكلا البلدين. من المُنتظر إعادة ترسيم 265 كيلومتراً من الحدود المشتركة والمطلة من جهة السودان على 4 ولايات هي القضارف وكسلا والنيل الأزرق وسنار، ومن جهة أثيوبيا على إقليمي التيغراي والأمهرا. وبعدما كانت المناوشات المحدودة التي تقوم بها ميليشيا «الشفتة» الأثيوبية بغرض التعدي على مزارع سودانية على تخوم الحدود ما يمكن حصره في نقاط حدودية معينة؛ أصبح الخطر الآن يحدق بجلّ المنطقة الحدودية المتاخمة لأثيوبيا، لارتباطها بقضيتين أساسيتين تصعدّان من هذا التوتر، وهما قضيتي سد النهضة والصراع في إقليم تيغراي. وبعدما كانت أديس أبابا تبدي بعض التعاون في ملف الحدود والرغبة في حله، باتت تتحاشى الآن الخوض فيه، ربما لاتخاذه وسيلة ضغط على الخرطوم في ما يتعلَّق بسد النهضة، واستخدامه كمُوازن تكتيكي في الصراع الداخلي.

تاريخ التعديات الأثيوبية على الحدود السودانية:

لاحظ الباحث أن طبيعة هذه المشكلة تمتد جذور الخلاف الحدودي بين السودان وأثيوبيا (الحبشة) إلى الدولة المهدية في نهاية القرن التاسع عشر، إذ تنازلت عن بعض الأراضي لأثيوبيا شملت إقليم بني شنقول، الذي أُنشئ عليه الآن سد النهضة، فيما يرى أبناء قومية الأمهرا أن أراضيهم التاريخية تمتد إلى ولاية الجزيرة وسط السودان. وهذا على ما يبدو وعد قطعته الدولة المهدية للحبشة بعد حرب قصيرة بينهما، قام بها عبد الله التعايشي خليفة المهدي، ومكن الأحباش من هذه المنطقة بغرض استمالتهم للتعاون معه في محاولته غزو مصر. ولكن سرعان ما انتهي حكمه في عام 1899م بغزو الإنجليز السودان وهزيمة جيوشه في «كرري» واستشهاده في معركة أم دبيكرات. وقامت الإدارة البريطانية في الخرطوم بالوصول إلى اتفاقية «أديس أبابا» عام 1902

لترسيم الحدود مع إمبراطور الحبشة منليك الثاني، وأطلقت يد التيغراي على حساب الأمهرا في المناطق المُتبادلة بين البلدين.

فسَّر المؤرخ السوداني فيصل علي طه السياق التاريخي للحدود السودانية - الأثيوبية، بالقول إن «منطقة بني شنقول ظلَّت مصدر قلق واهتمام بالنسبة إلى الإمبراطور منليك الثاني. وأرجعت الوثائق البريطانية ذلك إلى موارد الذهب الموجودة فيها وموقعها الاستراتيجي إذ يمكنها السيطرة على منطقة النيل الأزرق بسهولة. وبعد رفض الإدارة البريطانية الاعتراف للحبشة بأي حقوق في بني شنقول، توصّلت إلى اتفاق مع الإمبراطور منليك الثاني يقضي بضمها إلى الحبشة مقابل منحها امتيازات التنقيب عن الذهب في بني شنقول للشركات الإنجليزية». بعد ذلك توافقت الحدود بين السودان وأثيوبيا مع القانون الدولي، إلا أن الموقف في أديس أبابا ظل غامضاً على الدوام.

في عهد الرئيس السوداني الأسبق جعفر النميري والإمبراطور الإثيوبي هيلاسيلاسي تم تأكيد ترسيم الحدود والاعتراف بها عام 1972. وصولاً إلى إعادة الترسيم عام 2013 ثم تكوين لجنة مشتركة عام 2018 لحماية الحدود من هجوم الميليشيات والحد من الجرائم العابرة للحدود. وعلى الرغم من استمرار المناوشات على الحدود الأثيوبية منذ سنوات، إلا أن فترة حكم الإنقاذ شهدت تواصل بين قيادات البلدين قللت من الأحداث وحدتها على حدود البلدين في وقت وجد فيه الباحث توغل ميليشيا «الشفتة» في السودان إلى نقاط أبعد في عام 1995 وبعد انتشار الجيش السوداني هناك فترة من الزمن.

بعد زوال النظام السوداني السابق بثورة ديسمبر 2018، أصبح كل شيء واضحاً. ففي هذا العام سُلطت الأضواء على هذه المنطقة الحدودية إذ أعاد الجيش السوداني انتشاره هناك بعد غياب لثلاثة عقود تقريباً تبعها زيارة الفريق عبد الفتاح البرهان رئيس مجلس السيادة في الثامن من أبريل 2020م إثر تحركات للجيش الإثيوبي على الحدود بينما توغلت ميليشيا «الشفتة» داخل الأراضي السودانية، بما يُفسَّر على أنه مخطط للاستيطان وجعلها منطقة حماية للسد عبر وضع اليد. تراجعت هذه الميليشيات مع استقدام تعزيزات عسكرية سودانية، وعادت مرة أخرى في يونيو 2020م، وبات جليّاً أن نشاطها يرتبط بفصل الخريف للاستيلاء على المزارع الحدودية.

ووقف الباحث على أدلة إضافية تظهر النوايا الأثيوبية التي تتخذ من المساومة الضمنية مسلكاً جديداً في العلاقات بين البلدين، إذ إنها لم تولِ اهتماماً لما قامت به الميليشيا على الحدود، وأبدت انشغالها بأمورها الداخلية، وفي الوقت نفسه يمكنها توظيف هذه الأحداث في ما يُتاح لها من فرص المساومة سواء في قضية الحدود نفسها أو أزمة سد النهضة وصراع التيغراي.

أظهر هذا النزاع الأسباب الحقيقية للاعتداءات التي ظلت تشهدها الحدود خاصةً من الجانب الأثيوبي (ميليشيا الشفتة)، وهي إحدى مكونات القوات الأثيوبية. وظهر جلياً استعداداتها من خلال ما تناقلته الكثير من وسائل الإعلام العالمية والتي أظهرت الجانب الأثيوبي أنه يعد لحرب تمكنه من الاحتلال للأراضي التي توغل فيها الأثيوبيون بغرض الزراعة. أما السبب الآخر في جعلها محدودة هو ميل المكون المدني وتحديداً (قوى الحرية والتغيير) الحاضنة السياسية للحكومة المدنية العسكرية في الفترة من أغسطس 2019م وحتى ديسمبر 2020م إلى عدم رؤية أي تعد وتجاوز من الجانب الإثيوبي على أنه عداء. ومن ناحية أديس أبابا، فإن مواقف رئيس الوزراء آبي أحمد، واستدعائه للسفير السوداني لدى أثيوبيا مثل التهديد باندلاع النزاع وتوظيفه لغير الأسباب الحقيقية التي نجمت عنها التوترات الحدودية طوال الفترة الماضية. وتعد هذه الخطوة استباقاً لتلك التي قامت بها الخرطوم بتقديم شكوى إلى الاتحاد الأفريقي. فالهجوم ليس مفاجئاً لكنه غريب في ظروف استضاف فيها السودان اللاجئين الإثيوبيين الفارين من الحرب بين الحكومة الأثيوبية والتيغراي، وفي وقت اتخذ السودان موقفاً وسطاً في أزمة سد النهضة وظل يُحافظ عليه. لكن ربما اعتقد آبي أحمد أنّ إشارة السودان إلى حصته من المياه بحسب اتفاق واشنطن وتركيزه على رفض اتفاقية عنتيبي عام (2010م) مع مصر كدولتَي مصب، هي تغيّر في موقف الخرطوم واصطفاف إلى جانب القاهرة. بهذا تتحول العلاقة مع أثيوبيا إلى مزيج من عداء ومصلحة، بين صعود وهبوط، وتهديد وردٍ عليه في الوقت ذاته.

ويشير الباحث إلى أن الحدود ستظل بين البلدين غير محسومة بالكامل، وتؤدي بالتالي إلى أثارت التساؤلات والإشكاليات فليس لدى أثيوبيا من داع إلى الاهتمام بها، بينما تمكنها من التنقل عبر كل هذه التحولات. وكلما ضاقت الحال وتطلبت اتخاذ إجراءات، تجريها شكلياً للإيحاء بأن الوضع القائم هو حالة

تعايش سلمي لتهدئة الجانب السوداني وكسب مزيد من الوقت. لذا فإن الباحث يرى أنه لابد من ترسيم الحدود بين البلدين لحفظ العلاقات وعدم نشوء الحرب من جديد. إلى ذلك نقلت وكالة السودان للأنباء (سونا) الوكالة الرسمية على موقعها على الانترنت: (أن الجيش السوداني، اليوم الأربعاء الموافق 2020/12/15م أن قوة منه تعرضت، مساء أمس الثلاثاء، لكمين بمنطقة أبو طيور على الحدود السودانية الأثيوبية، شرق البلاد، ما أدى لوقوع خسائر في الأرواح والممتلكات، دون ذكر أي تفاصيل)[1].

وذكر بيان صادر عن القوات المسلحة السودانية: (أنه وأثناء عودة القوة من عملية تمشيط للمنطقة الحدودية مع أثيوبيا وداخل الأراضي السودانية، وقع الكمين الذي نفذته قوات ومليشيات إثيوبية، فوقعت خسائر في الأرواح والممتلكات).

وأكد البيان أن «القوات المسلحة السودانية ستظل على العهد حامية لتراب الوطن وشعبه وقادرة على حسم أي تحركات معادية داخل الحدود، ولن تسمح بغزو أراضيها وستدافع مع شعبها حتى آخر جندي».

وكانت تقارير صحافية وقف عليها الباحث قد أشارت في وقت سابق، إلى مقتل ضابط في الجيش السوداني و3 من الجنود خلال اشتباكات على الحدود، وهي حصيلة لم يتحدث عنها بيان الجيش[2].

وأوضح البيان أن القوات المسلحة ظلت ترصد وتتابع الأحداث الجارية في دولة أثيوبيا وما ترتب عليها من آثار على السودان، تمثلت في تدفق اللاجئين الإثيوبيين إلى داخل الأراضي السودانية، وفي حالة عدم الاستقرار في الشريط الحدودي بين البلدين، ما دفعها إلى اتخاذ عدد من الإجراءات، كان من بينها استقبال اللاجئين الإثيوبيين، وإفساح المجال للمنظمات الإنسانية للقيام بدورها تجاههم.

وقد أعلنت القوات المسلحة السودانية في بيان نشرته وكالة الأنباء السودانية (سونا) في 2020/12/25م تقدم الجيش السوداني في الخطوط الأمامية داخل أراضيه بمنطقة الفشقة على الحدود مع أثيوبيا، (التي تسيطر عليها

(1) وكالة الأنباء السودانية (سونا)، www.suna.sd.net ، بتاريخ 2020/12/15م

(2) وكالة الأنباء السودانية (سونا)، www.suna.sd.net ، بتاريخ 2020/12/15م

ميليشيات إثيوبية)، هذا ويشير الباحث إلى الزيارة التي قام بها رئيس مجلس الوزراء (عبد الله حمدوك)، ليترأس القمة الاستثنائية لمنظمة «إيقاد»، لدول وسط وشرق أفريقيا، رقم (38)، والتي ستناقش عدداً من الملفات بالإقليم، من بينها الاعتداءات الأثيوبية الأخيرة على السودان. وذلك صباح التاسع عشر من ديسمبر 2020م.

وذكرت وكالة الأنباء السودانية الرسمية (سونا) في نشرتها: (أن القوات المسلحة دفعت بالمزيد من التعزيزات العسكرية ونشرت أعداداً كبيرة من قواتها في مناطقها الحدودية المتاخمة لأثيوبيا، بهدف إعادة التمركز في الخطوط الدولية وفقاً لاتفاقيات عام 1902. وتأتي تحركات القوات المسلحة السودانية على خلفية اعتداءات من قوات وميليشيات إثيوبية على أراضيه الأسبوع الماضي، خلّفت قتلى وجرحى وسط القوات السودانية)[1].

إلى ذلك كتب رئيس الوزراء الأثيوبي (آبي أحمد) في تغريدة على (تويتر) يوم السابع عشر من ديسمبر 2020م التعليق التالي على الأحداث التي شهدتها حدود البلدين: (إن الحادث على حدود البلدين لا ينبغي أن يخرب العلاقات التاريخية وأضاف أن الحكومة تتابع الحادث عن كثب مع مليشيا محلية عند الحدود السودانية الأثيوبية). من جانب آخر نشرت وكالة الأنباء السودانية (سونا) في ذات اليوم خبراً ملخصه: (أن الخارجية السودانية استدعت السفير الأثيوبي بالخرطوم على خلفية هذا الحادث). من جهة أخرى ذكر بيان مجلس الوزراء السوداني، أن القمة الاستثنائية لـ«إيقاد» التي عقدت يوم 2020/12/19م تناولت الوضع في الإقليم، وسير عملية السلام في دولة جنوب السودان، وقدم السودان خلال القمة عرضاً للتطورات الإيجابية بالبلاد وعلى رأسها رفع اسم السودان من قائمة الدول الراعية للإرهاب والمترتبات الإيجابية لذلك. وتحدث في الجلسة الافتتاحية رئيس الوزراء السوداني عبد الله حمدوك، ورئيس جيبوتي اسماعيل عمر جيلي، ورئيس مفوضية الاتحاد الأفريقي (موسي فكي)[2].

وأشار البيان إلى أن القمة الاستثنائية لمنظمة «إيقاد»، جاءت لبحث مختلف القضايا ذات الاهتمام المشترك بين دول المنظمة، وفي مقدمتها استجابة دول المنظمة

(1) وكالة الأنباء السودانية (سونا)، www.suna.sd.net ، بتاريخ 2020/12/25م

(2) وكالة الأنباء السودانية (سونا)،مصدر سابق ، بتاريخ 2020/12/19م

للموجة الثانية لجائحة (كورونا) وتعزيز التنسيق بين دول (إيقاد) حول التعامل مع الفيروس المستجد. وشارك في القمة كل من رئيس مجلس الوزراء رئيس الدورة الحالية عبد الله حمدوك، ورئيس الوزراء الإثيوبي آبي أحمد، ورؤساء دول جيبوتي وكينيا والصومال، ونائب رئيس دولة جنوب السودان ريبيكا قرنق.

من جانب آخر قالت القوات المسلحة السودانية يوم الأربعاء2020/12/15م، إن قواتها تعرضت لكمين من القوات والميليشيات الأثيوبية خلال دورية أمنية بالمنطقة الحدودية. وأضافت في بيان: «أثناء عودة قواتنا من تمشيط المنطقة حول جبل أبو طيور داخل أراضينا تعرضت لكمين من القوات والميليشيات الأثيوبية داخل الأراضي السودانية نتيجة لذلك حدثت خسائر في الأرواح والمعدات»، مشيرة إلى أن الهجوم وقع يوم الثلاثاء. وشددت في السياق على أنها ستواصل حماية السودان وشعبه، مؤكدة أنها قادرة على حسم أي تحركات معادية داخل السودان ولن تسمح بغزو أراضيها وستدافع مع شعبها حتى آخر جندي.

ولم تحدد القوات المسلحة السودانية في البيان الذي نشرته وكالة السودان للأنباء عدد الأفراد الذين قتلوا، وقال سكان محليون إن السلطات أرسلت تعزيزات إلى المنطقة، وهي جزء من منطقة الفشقة، حيث كان بعض اللاجئين الإثيوبيين يعبرون إلى السودان.

من جانب آخر نشر المركز الإعلامي العسكري إلى أنها ظلت ترصد وتتابع الأحداث في أثيوبيا وما ترتب عليها من آثار على السودان تمثلت في تدفق اللاجئين وحالة من عدم الاستقرار على الشريط الحدودي بين البلدين.

وأضاف أن «القوات المسلحة اتخذت عددا من الإجراءات كان من بينها السماح للاجئين الإثيوبيين بالدخول وإفساح المجال للمنظمات الإنسانية للقيام بدورها، إلى جانب قيام القوات المسلحة بإعادة الانتشار والانفتاح في مناطق داخل حدود السودان، بغرض الحيلولة دون استغلال أطراف الصراع في أثيوبيا لأراضي السودان لانطلاق أي نوع من العمليات وكذلك حماية الأراضي السودانية من أي تهديد» وجه وزير الخارجية الإثيوبي ديقمن مكنن انتقادات لسلوك السودان في الخلاف الحدودي بين البلدين بأنه «غير ودي» وذلك خلال افتتاح مناقشات لترسيم الحدود بين البلدين.

وشـدد في كلمتـه، التـي وزعـت نصهـا السـفارة الأثيوبيـة في الخرطـوم، عـلى أن «إيجاد حـل دائـم عـلى الحـدود يتطلـب تسـوية وديـة للمسـائل المتعلقـة بالسـكن وزراعـة الأراضي». واتهـم الوزيـر الإثيوبـي القـوات السـودانية باسـتغلال النـزاع في تيغـراي للتقـدم عـلى الأرض التـي تعتبرهـا أثيوبيـا تابعـة لهـا[1]. وقـال «منـذ التاسـع مـن نوفمـبر2020م، شـهدنا نهـب منتجـات المزارعـين الإثيوبيـين وتعرضـت مخيماتهـم للتخريـب وتعطلـت محاصيلهـم. لذلـك نحـن قلقـون للغايـة».

آخر حروب السودان وأثيوبيا:

في سـنة 1887 هاجـم الاحبـاش منطقـة القلابـات وقتلـوا والي الخليفة محمـد ود أرباب تـولى المنطقـة الأمـير ابـو عنجـة وهاجـم الحبشـة في 18 يناير 1888 حتـى دخـل قنـدر عاصمـة الأمهـرا مكـث فيهـا قليـلاً وأرسـل للخليفـة أنـه لا يسـتطيع البقـاء فيهـا لبرودتهـا وطبيعتهـا القاسـية فعـاد للقلابـات ومعـه أسرى فيهـم ابـن الـرأس عـدل. جهـز الأحبـاش 250 ألـف مقاتـل وهاجمـوا بهـا القلابـات للمـرة الثانيـة. توفي اب عنجـة بالحمـى أثنـاء تجهيـزه للتصـدي لهـم للمـرة الثانيـة في 1889/1/29 وقـاد الجيـش الزاكـي طمـل وانتـصر عليهـم في مـارس 1889 بجيـش بلـغ تعـداده نحـو 30 الـف مقاتـل فقـط ودخـل إقليـم الأمهـرا للمـرة الثانيـة وقطـع رأس الملـك يوحانـس الرابـع وارسـله الى أم درمـان. اسـتدعي الزاكـي طمـل الى الخرطـوم وخلفـه احمـد عـلي 1891 قـام احمـد عـلي بحملـة تأديبيـة ثالثـة الى داخـل الحبشـة اجبرهـم فيهـا عـلى جزيـة مقدارهـا 200 ريـال و8 قناطـير بـن وخيـول عربيـة. بعد سـقوط المهديـة في العـام 1899م، قـام الانجليـز بترسـيم الحـدود الحاليـة مـع إمبراطـور الحبشـة، وكانـت مجحفـة للسـودان إذ ضمـت كل إقليـم بنـي شـنقول للحبشـة[2].

بعـد اسـتقلال السـودان سـنة 1956م، اعتمـدت حـدود 1902م لـدى الأمـم المتحـدة، إلا أن لاثيوبيـا اطمـاع تاريخيـة في ولايـة القضـارف لـم تنتهـي بسـبب خصوبـة الأرض وصلاحيتهـا لزراعـة المحاصيـل الإسـتراتيجية. اسـتغلت أثيوبيـا انشـغال السـودان بحـرب التمـرد في الجنـوب وفتحـت جبهـة جديـدة للتمـرد مـن أراضيهـا وسـمحت لجنـود (جـون قرنـق) مـن العبـور باراضيهـا لاحتـلال الكرمـك عـلى الحـدود السـودانية الأثيوبيـة.

---

(1) وكالة الأنباء الأثيوبية (ENA) www.ena.et.ar.net ، بتاريخ 2020/12/15م

(2) إكـرام محمـد صالـح حامـد دقـاش، (الاحتـلال الأثيوبـي لأراضي الفشـقة، 1957 – 2007م)، موقـع شـذرات .http:www shatharat.net ، ينايـر2012م ، مرجـع سـابق،

جيشت القبائل الحدودية تحت مسمي الشفتة لتنأى بنفسها عن المواجهة المباشرة مع السودان، لخلفيتهم التاريخية عن ماضي الحروب بين الدولتين. بدأت الشفتة المسنودة من الجيش الفدرالي الأثيوبي الهجوم على النقاط الحدودية للجيش السوداني الصغيرة شرق نهر عطبرة في العام 1995م، مما أجبره على سحب معسكراته غرب نهر عطبرة لتلافي فتح جبهة قتال جديدة. بدأت أثيوبيا في انشاء مستوطنات على الحدود وداخل الأراضي السودانية لتصبح قرى كبيرة أقرب للمدن، منها (عبد الرافع) التي نصفها في أثيوبيا ونصفها داخل حدود السودان، وقرية (خور عمر) داخل السودان. وأكثر من 14 مستوطنة صغيرة أخرى. تقدر مساحة الفشقة بحوالي 250 كلم مربع، تنتج سمسم أبيض فقط سنويا ما قيمته حوالي 500 مليون يورو، تذهب لصالح أثيوبيا. طيلة 25 سنة كانت حكومة الانقاذ تغض الطرف عن تجاوزات أثيوبيا نسبةً لظروف الحرب التي تخوضها جنوبي البلاد والتفلتات التي تشهدها الجبهات الداخلية بدارفور باعتبارها قانونياً أراضي سودانية ويمكن استعادتها في أي وقت سلماً او حرباً وكذلك حلايب.

إلى ذلك قال الفريق أول ركن عبد الفتاح البرهان رئيس مجلس السيادة الانتقالي القائد العام للقوات المسلحة أن السودان لا يريد إشعال الحرب مع الجارة أثيوبيا وليس لديه أي مصلحة في ذلك مؤكدا أن السودان يرغب في الوصول الى حدود تحفظ له حقوقه ويتم فيها وضع العلامات علي الأرض. وجدد البرهان لدى مخاطبته بقاعة الصداقة بالخرطوم مبادرة القطاع الخاص لدعم وإسناد القوات المسلحة حرص السودان على إقامة علاقات مع كل دول الجوار خاصة أثيوبيا[1]. وقال ان ما قامت به القوات المسلحة على الحدود الشرقية هو انتشار الجيش داخل الأراضي السودانية فضلا عن تأمين الحدود الدولية في المواقع المعروفة مبينا أن منطقة الفشقة ظلت تتعرض لهجوم متكرر على المزارعين السودانيين من قبل الجانب الأثيوبي. وأضاف: (ما سمعناه بأن هذه الأرض اثيوبية هو امر جديد يستدعي منا ان نقف الموقف المدافع عن ارض السودان).

وحتى طباعة هذا البحث ما تزال الأخبار ترد وبكثافة عن أن حدود السودان وأثيوبيا تشهد توتراً من الجانبين، وأن الاحباش يحشدون عشرات الآلاف للهجوم الثاني على الفشقة.

(1) قاعة الصداقة بالخرطوم، مبادرة القطاع الخاص لدعم وإسناد القوات المسلحة السودانية، 2021/1/16م، من الساعة السابعة إلى التاسعة مساءً والذي نقلته وسائل الإعلام الرسمية على الهواء مباشرةً، التقطه الباحث.

ويـرى الباحـث أن حـل هـذه القضيـة لـن يتـم بآلـة الحـرب وأن المطلـوب تهدئـة الأطـراف والجلـوس عـلى مائـدة حـوار مشـتركة بوضـع العلامـات الحدوديـة الدوليـة بـين البلديـن لحفـظ العلاقـات وعـدم نشـوب الحـرب مـن جديـد.

تحليل طبيعة العلاقات التاريخية السودانية الأثيوبية:

تعتـبر العلاقـات السـودانية الأثيوبيـة علاقـات أزليـة ترتبـط بالنواحـي الاجتماعيـة والثقافيـة والاقتصاديـة والسياسـية، وقـد بـدأت بوجـود الإنسـان عـلى الأرض في البلديـن، ولكـن رغـم متانـة العلاقـات بـين الشـعبين الشـقيقين، لـم تسـتمر هـذه العلاقـة الأخويـة بينهمـا بسـبب وضـع السـودان مـا قبـل الاسـتقلال، حيـث الاسـتعمار التركـي المـصري مـن ناحيـة، والمُسـتعمر المـصري الإنجليـزي مـن ناحيـة أخـرى، بالإضافـة إلى عـدم وضـوح الرؤيـة والأهـداف السياسـية للدولتـين، وبعـد اسـتقلال السـودان تأرجحـت العلاقـات وأصبـح يسـودها الاسـتقرار أحيانـاً وعـدم الاسـتقرار في أحايـين كثـيرة، وذلـك كمـا أشرنـا نتيجـة لاتبـاع أحـد البلديـن المعسـكر المضـاد للبلـد الآخـر في ظـل نظـام القطبـين أي المعسـكر الغربـي الـذي تقـوده الولايـات المتحـدة الأمريكيـة والمعسـكر الشرقـي الـذي قـاده الاتحـاد السـوفيتي السـابق. ولكـن أثيوبيـا لـم تعـرف قـط الاسـتعمار كباقـي الـدول الأفريقيـة إلا لسـنوات قليلـة احتلـت مـن عـام 1936 إلى 1941م حيـث تعرضـت للغـزو الإيطـالي، ولكـن لـم يمـض لذلـك الغـزو أكثـر مـن سـت سـنوات حيـث اسـتعاد الإمبراطـور هيـلا سـلاسي عرشـه بمسـاعدة بريطانيـا عـام 1941م، وقامـت قـوة دفـاع السـودان البريطانـي بهزيمـة الإيطاليـين [1].

ونـال السـودان اسـتقلاله في ينايـر 1956م وبعـد زوال قـوات الاحتـلال وأصبـح بذلـك ثانـي دولـة أفريقيـة بعـد مـصر تحصـل عـلى اسـتقلالها [2]. وتـم الاعـتراف المتبـادل بـين السـودان وأثيوبيـا كدولتـين مسـتقلتين بإنشـاء أول سـفارة سـودانية مقيمـة في أديـس أبابـا عـام 1956م ولأثيوبيـا سـفارة مقيمـة لهـا في الخرطـوم[3]. وقبـل اسـتقلال السـودان في عـام 1941م أعلنـت أثيوبيـا رفضهـا لاتفاقيـة 1929م المنظمـة لميـاه النيـل بـين مـصر وبريطانيـا (نيابـة عـن السـودان)، وجـددت أثيوبيـا

(1) عبـد الجبـار خـضر، العلاقـات السـودانية الأثيوبيـة، المـاضي والحـاضر والمسـتقبل، مركـز الراصـد للدراسـات السياسـية والإسـتراتيجية، شركـة مطابـع السـودان للعملـة، الخرطـوم، 2008م، ص 65 .

(2) عبد الجبار خضر، العلاقات السودانية الأثيوبية، مرجع سابق، ص 65.

(3) يـاسر عبـد القـادر، التغلغـل الصهيونـي في أفريقيـا، مركـز البحـوث والدراسـات الأفريقيـة، جامعـة القاهـرة، الخرطـوم، 1998م، ص 120.

رفضهـا عنـد اسـتقلال السـودان عـام 1956م لاتفاقيـة 1929م، وكذلـك احتجـت أثيوبيـا عـام 1959م ضـد اتفاقيـة مـصر والسـودان التـي تمـت عـام 1959م حـول توزيـع ميـاه النيـل بينهمـا والرفـض الأثيوبـي لذلـك مـا زال قائمـاً[1].

وصلـت العلاقـات السـودانية الأثيوبيـة إبـان الحكـم العسـكري الأول للفريـق إبراهيـم عبـود (1958 – 1964م) إلى مرحلـة متقدمـة حيـث تدخـل هـذا الرئيـس في مطلـع 1964م، عندمـا نشـبت الحـرب بـين الصومـال وأثيوبيـا واقـترح وقـف إطـلاق النـار وإيقـاف الحمـلات الإعلاميـة وإنشـاء منطقـة منزوعـة السـلاح وسـحب كل طـرف لقواتـه (لمسـاحة 10 إلى 15 كيلـو مـتر) ومـن ثـم التمسـك بقـرار مؤتمـر القمـة الأفريقـي عـام 1963م حيـث طالـب الصومـال بتقريـر مصـير إقليـم أوغاديـن ولكـن الرؤسـاء الأفارقـة رفضـوا هـذا المطلـب اسـتناداً إلى ميثـاق منظمـة الوحـدة الأفريقيـة القـاضي بعـدم المسـاس بالحـدود الراهنـة للـدول الأفريقيـة[2]. إن ثـورة أكتوبـر 1964م التـي أطاحـت بالحكـم العسـكري وجـاءت إلى سـدة الحكـم في السـودان حيـث عملـت عـلى منـاصرة الثـورة الأريتريـة وغيرهـا وتسـببت في توتـر مـع أثيوبيـا[3]، حيـث كانـت الاحتـكاكات بـين السـودان وأثيوبيـا ترتكـز في قطـاع الحـدود الأريتريـة السـودانية والثانيـة في الحـدود الجنـوب السـوداني وأثيوبيـا فأثيوبيـا تـرى أن السـودان يدعـم الثـوار الأريتيريـين والسـودان يـرى بأنهـم لاجئـون في أراضيـه، وفي الجانـب الآخـر يـرى السـودان أن أثيوبيـا تدعـم ثـوار الجنـوب ودليلـه أن أثيوبيـا بقيـادة الإمبراطـور هيلاسـلاسي أول مـن دعـم حركـة التمـرد في جنـوب السـودان والمعروفـة (بأنانيـا 1) والذيـن يطالبـون بالانفصـال عـن السـودان حجتهـم في ذلـك التبايـن العرقـي والثقـافي والدينـي القائـم بـين شـمال وجنـوب السـودان[4]. عندمـا زاد التوتـر بـين البلديـن بعامـل دعـم المعارضـة لـكل منهمـا ضـد الآخـر، طالـب الإمبراطـور هيلاسـلاسي مـن إسرائيـل إيقـاف المسـاعدات إلى الانفصاليـين السـودانيين مقابـل إيقـاف السـودان مسـاندته لجبهـة تحريـر أريتريـا وغيرهمـا، وعـلى هـذا الأسـاس وبـإشراف الإمبراطـور هيـلا سـلاسي وقـع السـودان والمعارضـة الجنوبيـة في

(1) عايـد العـلي سرى الديـن، السـودان والنيـل بـين مطرقـة الإيقـاد والسـندات الإسرائيـلي، دار الآفـاق الجديـدة، بـيروت، 1998م، ص 87.

(2) مركـز دراسـات الـشرق الأوسـط وأفريقيـا، علاقـات السـودان بالـشرق الأوسـط وأفريقيـا، الخرطـوم، التقريـر السـنوي لعـام 2002م، ص 142.

(3) حسـن عـلي السـاعوري، نـدوة الجامعـات والعمـل الإسـلامي في إفريقيـا، دوامـة صراع الميـاه في حـوض النيـل- قاعـة الصداقـة، الخرطـوم، 30 مـارس، 2004م، ص 4 .

(4) هاشـم محمـد الأمـين، الـصراع الـدولي والإقليمـي عـلى المداخـل الجنوبـي للبحـر الأحمـر وأثـره عـلى دول الجـوار الأفريقـي، مجلة الدراسـات الأفريقيـة، جامعـة أفريقيـا، عـدد 22 سـنة 2002م، ص 123 .

أديس أبابا عام 1972م اتفاق يُنهي التمرد الذي استمر خمسة عشر عاماً، وفي نفس السنة توصل السودان إلى اتفاق ودي مع أثيوبيا لتسوية النزاع الحدودي بينهما[1].

البعد الإقليمي لأثيوبيا في منطقة القرن الأفريقي:

لأثيوبيا تاريخ قديم مع السواحل العربية في اليمن والجزيرة العربية (البحر الأحمر) يرجع إلى عهود ما قبل وبعد الإسلام، كما لها مصالحها المشتركة مع تلك المنطقة ضمن تفاعلاتها الحضارية. (هذه السواحل في البحر الأحمر ومضيق باب المندب والمحيط الهندي، التي تعتبر العمق الحقيقي للقرن الأفريقي وتمثل أثيوبيا ل(أثيوبيا الكبرى) إلى جانب الصومال المدخل المباشر لها، ومن ثم تأتي أهمية أثيوبيا في بعدها الجغرافي والحضاري[2]، ومن حيث السكان تشكل أثيوبيا حالياً رقماً حقيقياً في منطقة القرن الأفريقي، كونها الدولة الكبيرة ذات الكثافة السكانية التي تبلغ 110 مليون نسمة وهي الثانية تعداداً على المستوى الأفريقي بعد دولة نيجيريا وزاد التباينات السكانية حيث بها خمس وثمانين قومية سكانية واضحت أثيوبيا ومن حيث الموقع الجغرافي والسياسي تتمتع بصفة سياسية وكمركز سياسي مهم في القارة الأفريقية ويشير الباحث إلى ان أثيوبيا بها الآن مقر منظمة الاتحاد الأفريقي واللجنة الاقتصادية الأفريقية التابعة للأمم المتحدة وأديس أبابا مقر لعدد من المنظمات الدولية ولها جيش وقوات نظامية عسكرية ضاربة توصف بأنها أحدى القوى العسكرية المرموقة في المنطقة، أضف إلى ذلك لها حضورها القوي في جميع التحولات والمناسبات كما لها اسهامات في كل تطورات المنطقة واضحت أثيوبيا المشرف على واقع السلام ضمن دول القرن الأفريقي في ظروف عدم الاستقرار الذي لا زالت تعاني منه بعض الدول، وذلك بحكم مركزها السياسي الأفريقي وكونها عضو أساس في منظمة دول الإيقاد التي ترعى استقرار وسلام المنطقة، وعلى نطاق الأمن الإقليمي تساهم إثيوبيا بأكثر من ثمانية ألف جندي ضمن قوات حفظ السلام التابعة للأمم المتحدة في مقدمة الدول الأفريقية بتاريخ حافل يمتد لأكثر من سبعين عاماً حسب ما أكدته وزيرة الدفاع الأثيوبية السابقة عائشة محمد خلال الاجتماع الوزاري لحفظ السلام والذي انعقد

(1) بهاء الدين حنفي، التقرير الإسرائيلي السوداني، مركز الدراسات الإستراتيجية، الخرطوم، 1996م، ص 34.

(2) هاشم على حامد، رؤية أثيوبية، أثيوبيا والقرن الأفريقي، المعهد المصري للدراسات، إصدار سلسلة دراسات سياسية، 13 سبتمبر 2019، ص 11 – 12.

بمقـرر الأمـم المتحـدة بنيويـورك في الحـادي والثلاثـين مـن مـارس 2019م تحـت عنـوان حفـظ السـلام حـول القـدرات النظاميـة والحمايـة[1].

فأثيوبيـا حاليـاً وفـق مـا تتداولـه المنظمـات والهيئـات الاقتصاديـة المتخصصـة في طريقهـا للتحـول إلى دولـة متوسـطة، وهـذا مـا تشـهد بـه مـؤشرات النهضـة الحالية سـواءً في البنيـة التحتيـة أو التطـور الكبـير الي تشـهده لحـل أقاليمهـا أو النقلـة التـي يشـهدها اقتصادهـا في اسـتمراره بمتوسـط نسـبة نمـو تبلـغ 8.5% ويضيـف تقريـر لـ «أرنسـت أنـد يونـغ» والـذي صـدر خـلال العـام 2016م، أن النمـو الاقتصـادي المسـتمر لأثيوبيـا نجـح في تقليـل الفقـر بشـكل كبـير مـن 44% في عـام 2000م إلى 30% عـام 2011م، ويشـير ذات التقريـر الـذي جـاء بعنـوان: (الركـض العظيـم في أثيوبيـا)إلى الأسـباب وراء النمـو المثـير للإعجـاب والـذي جـاء بدعـم مـن تنميـة الخدمـات والزراعـة عـلى جانـب العـرض، والاسـتهلاك الخـاص والاسـتثمار في جانـب الطلـب.

وعـلى خلفيـة النمـو السريـع والجهـود التـي تبذلهـا الحكومـة في القطـاع الصناعـي لجـذب الـشركات العالميـة، يتوقـع تقريـر أرنسـت آنـد بونـغ[2*] ولديـه مكتـب في العاصمـة أديـس أبابـا يتوقـع أن الاسـتثمار الأجنبـي المبـاشر في أثيوبيـا سيسـجل متوسـط 1.5 مليـار دولار سـنوياً عـلى مـدى السـنوات الثلاثـة القادمـة، ارتفاعـاً مـن 1.2 مليـار دولار في العـام المـاضي، ويتوقـع التقريـر أن تحتـل أثيوبيـا مرتبـة بـين أكـبر أربعـة مراكـز للتصنيـع في أفريقيـا بحلـول عـام 2025م وقبـل سـبع سـنوات لـم تسـتطع البـلاد اسـتقطاب اسـتثمارات مـن الخـارج سـوى بنحـو 108.5 مليـون دولار فقـط وفقـاً لتقديـرات البنـك الوطنـي الأثيوبـي، وبلغـت الاسـتثمارات الأجنبيـة المبـاشرة في أثيوبيـا نحـو 3.6 مليـار دولار خـلال الأعـوام الثلاثـة الماضيـة وجـرى تقديـم تراخيـص 2146 مسـتثمراً أجنبيـاً شـاركوا في اسـتثمارات تزيـد قيمتهـا عـلى 187 مليـار دولار خـلال الفـترة نفسـها، كمـا تـم تنفيـذ 637 مشروعـاً اسـتثمارياً، وفـق لوكالـة الأنبـاء الأثيوبيـة[3].

---

(1) وكالة الأنباء الأثيوبية، 1 أبريل، 2019م، النشرة اليومية .

(2) (*) إرنسـت آنـد يونـغ: هـي أحـدى أكـبر الـشركات المهنيـة في العالـم وتعـد واحـدة مـن الأربعـة الكـبرى وهـي بالإضافـة إلى أرنسـت ونـغ: برايـس وترهـا ووس وكوبـرز و ديلويـت تـوش تـو هما تسـو وكيـه بـي إم جـي، بنـاء عـلى مجلـة فوريـس تعـد سـابع أكـبر شركـة في الولايـات المتحـدة الأمريكيـة وذلـك في سـنة 2007م مـا تقـوم بتحديـد المعايـير العالميـة، وتقـوم أيضـاً بمراقبـة السياسـات العالميـة واتسـاق الخدمـات التـي تقدمهـا الـشركات الأعضـاء. .

(3) اسـماء الخـولي، أثيوبيـا تدخـل 2016م مـن بـاب التحـول الاقتصـادي الصعـب، 2 يناير 2016م، الوحـدة الاقتصاديـة (الـشرق الأوسـط) رقـم العـدد 13549.

تطـور كهـذا لابـد أن ينعكـس عـلى وضعهـا الإقليمـي في القـارة الأفريقيـة لاسـيما منطقـة القـرن الأفريقـي كمـا أن خصوصيـة علاقـات أثيوبيـا والسـودان تكتسـب هـي الأخـرى أهميـة بالغـة بجانـب التحـول السـياسي الديمقراطـي الـذي أعقـب الاحتجاجـات التـي شـهدتها عامـي 2015م، 2016م وأدت إلى اسـتقالة رئيـس الوزراء السـابق (هايـلا مـا ريـام ديسـالين) وتـولي الرئيـس الجديـد (أبـي أحمـد) رئاسـة الـوزراء خلفـاً لـه عـبر اسـتحقاق وعمليـة ديموقراطيـة متقدمـة تفتقدهـا الكثـير مـن الـدول الأفريقيـة، حيـث يشـكل التحـول الديموقراطـي الحـالي إرث حضـاري يمكـن البنـاء عليـه مسـتقبلاً ممـا يعـزز قيـادات أثيوبيـة راسـخة عـلى المسـتويين الداخـلي والخارجـي في حفـظ المصالـح القوميـة الأثيوبيـة.

اسـتمر دور أثيوبيـا بعـض انفصـال جنـوب السـودان في تضييـق قـوة الخلافـات بـين قيـادات الفصائـل السـودانية المعارضـة ممثلـة في قيـادة الأحـزاب السـودانية والحركـة الشـعبية، إلى جانـب الحـركات الدارفوريـة مـع نظـام الرئيـس المعـزول عمر البشـير، ثـم يتطـور الـدور إلى اهتمـام حقيقـي ينمـو يومـاً بعـد يـوم تجـاه تطورات السـاحة السـودانية، والعمـل عـلى تحقيـق السـلام في الداخـل السـوداني الـذي لا تخفـى أثيوبيـا خوفهـا مـن تأثـيره الأمنـي عليهـا عـبر الحـدود الممتـدة والتداخـل السـياسي والاجتماعـي المؤثـر بـين البلديـن. فقـد قامـت أثيوبيـا بـدور الوسـيط بـين قـوى الحريـة والتغيـير والمجلـس العسـكري الانتقـالي عقـب سـقوط نظـام الرئيـس السـابق عمـر حسـن أحمـد البشـير في الحـادي عـشر مـن أبريـل 2019م ممـا أدي إلى تحقيـق التوافـق السـياسي بـين الطرفـين[1].

ويـرى هاشـم عـلى حامـد: (أن أهـم السياسـات والأهـداف التـي تظـل تعمـل مـن أجلهـا أثيوبيـا كعضـو أسـاس في مجتمـع القـرن الأفريقـي في خضـم التطـورات الإقليميـة والدوليـة، تحقيـق غايـات مدنيـة حضارية في بنـاء الدولـة الأثيوبيـة، واعتماد السـلام كهـدف وخيـار بحكـم كونهـا دولـة أفريقيـة مغلقـة، والعمـل كقـوة إقليميـة بحكـم طموحهـا الإقليمـي ونظرتهـا لأفـق التحديـات الإقليميـة والعالميـة المقبلـة) [2].

(1) رؤيـة أثيوبيـة، أثيوبيـا والقـرن الأفريقـي، المعهـد المـصري للدراسـات إصـدار سلسـلة دراسـات سياسـية 13 سـبتمبر 2019م، ص 17.

(2) هاشم علي حامد، رؤية أثيوبية، مرجع سابق، ص 17.

واعتماداً على ذلك تسعى أثيوبيا لتحقيق الآتي:

إرساء أسس وعلاقات مع دول المنطقة خاصة مع الصومال كغاية أساسية في تحقيق السلام فيه بحكم الجهود الذي بذلتها أثيوبيا في الماضي إضافة إلى أن أثيوبيا تحتفظ بعلاقات متميزة مع دولة جيبوتي باعتبارها تشكل منفذاً حيوياً وممراً لتعاملات أثيوبيا الخارجية حيث عملت أثيوبيا وجيبوتي معاً على إكمال الخط الحديدي بين أديس أبابا وميناء جيبوتي بتكلفة تجاوزت 3.4 مليار دولار، إضافة إلى توقيع البلدين لاتفاقات تجارية واتفاقات في حركة وإقامة مواطنين البلدين، ومشروع الربط الكهربائي بين البلدين

كما توصف علاقات أثيوبيا مع كل من يوغندا وكينيا توصف بأنها دافئة لدور الوساطة الذي قامت به أثيوبيا بين كل من الصومال وكينيا تجاه الخلافات الحدودية البحرية بين البلدين وقد نجحت أثيوبيا في إعادة العلاقات الدبلوماسية بين الدولتين في مارس 2019م ولا تزال جهود رئيس الوزراء الأثيوبي أبي أحمد تعمل لحل خلافات البلدين من خلال رئاسته لهيئة الإيقاد أما علاقة أثيوبيا باليمن، فاليمن يمثل العمق العربي للقرن الأفريقي وتمثل العلاقة امتداداً لأواصر علاقات ظلت ممتدة لقرون ضاربة في جذور التاريخ حيث يمثل الوجود اليمني شريحة سكانية واقتصادية معترف بها، وعلى المستوى الرسمي هناك اتفاق سابق على مشروع الربط الكهربائي بين البلدين لعدد من المعاملات التجارية المشتركة بين البلدين رغم ظروف حرب اليمن[1].

أما علاقات أثيوبيا بالسودان يسيطر عليها هموم الجوار على معطيات العلاقة. فالسودان يعتبر امتداداً للأمن السياسي والاجتماعي بأثيوبيا وذلك بمعطيات التاريخ القديم منذ عهد المهدية في السودان مروراً بعهد ما بعد الاستقلال، ونظامي الرئيس جعفر نميري وعمر البشير، ولقد قامت أثيوبيا بدور مهم كوسيط في تحقيق اتفاق تقاسم السلطة بين المجلس العسكري وقوى الحرية والتغيير والذي بموجبه تم تشكيل الحكومة الانتقالية والتي يرأس مجلس وزرائها د. عبد الله حمدوك وكان لها دورها التاريخي في الإشراف على توقيع الطرفين على «الوثيقة الدستورية للمرحلة الانتقالية في أغسطس 2019م»، وهنالك الكثير من المشاريع المشتركة، للتكامل الاقتصادي بين البلدين على رأسها مشروع الخط الحديدي بين مدينة بورتسودان في شرق السودان

(1) هاشم علي حامد، رؤية أثيوبية، مرجع سابق، ص 19.

وشمال أثيوبيا، وقد وقع الطرفان على اتفاقية في هذا الخصوص[1*]، والتي نصت أيضاً الاتفاقية على إقامة المنطقة التجارية الحرة لأثيوبيا في بورتسودان. ويشير الباحث إلى أن المنطقة الحرة تعني ميناء حر تتمتع به أثيوبيا على البحر الأحمر ضمن ميناء بورتسودان وفق الاتفاق المبرم بين الدولتين. أضف إلى ذلك تحقيق الربط الكهربائي بين السودان وأثيوبيا والذي بموجبه ستقدم أثيوبيا الكهرباء للسودان مقابل أن يبادلها السودان بالمحاصيل الغذائية وغيرها من المنافع المشتركة [2*]. وقد إكتمل الربط الكهربائي بين الدولتين جزئياً بين المناطق الشمالية لأثيوبيا وولاية القضارف، زد على ذلك فإن هنالك اتفاق تبادل لمد أثيوبيا بحاجاتها النفطية وأخذ السودان لحاجته من الكهرباء، وهو اتفاق يظل مستمراً في الظروف العادية لتدفق النفط السوداني وإمدادات الكهرباء من السدود الأثيوبية إلى جانب هذه الدول فهناك جمهورية مصر رغم أنها لا تنتمي إلى دول القرن الأفريقي جغرافياً، فهي تربطها العلاقات الجغرافية في مياه النيل المتدفقة عبر الهضبة الأثيوبية، كما لها مصالح ممتدة مع دول القرن الأفريقي، ولقد ظلت أثيوبيا حريصة لإيجاد علاقات تعاون مع القاهرة في مشروع سد النهضة والذي لا يزال الطرفان يقدمان فيه خيار التفاوض، حيث توافق البلدان على تبني رؤية تعاون مشترك قائم على التعاون الاقتصادي واحترام حق كل منهما في تحقيق التنمية ولكن القاهرة تتخوف من بناء سد النهضة في تقليل حصتها المائية من نهر النيل «55.5 مليار متر مكعب سنوياً» وفقاً لاتفاق مياه النيل التاريخية 1956م فيما تقول أثيوبيا أن السد سيحقق لها فوائد تنموية، ولن يتسبب في نقص مائي لدولتي المصب «السودان ومصر»[3]. ورغماً عن ذلك ظلت العلاقات بين السودان وأثيوبيا تشهد تحولات حقيقية وذلك من حرص البلدين على التعاون واستغلال مناخه لتحقيق تعاون حقيقي وعمل مشترك في مختلف المجالات.

---

(1) (*) بشير أحمد محي الديم، معالم اتفاقية 1902 لترسيم الحدود السودانية الأثيوبية، مدونات ايلاف، شهر

(2) (*) « اتفق السودان وإثيوبيا على الاستمرار في زيادة الربط الكهربائي بين البلدين، وتكوين لجان مشتركة للتشغيل الأمثل للمنشآت المائية بين البلدين، والبحوث والتدريب ولتبادل البيانات والمعلومات. وقال معتز موسى وزير الموارد المائية والكهرباء السوداني – في المؤتمر الصحفي عقب اجتماعات اللجنة الفنية الاستشارية السودانية الأثيوبية للموارد المائية مساء يوم الاثنين الماضي- إن الربط الكهربائي الحالي يتحمل حتى 320 ميجاوات بين البلدين، مبينا أنه حسب المتوفر الآن من أثيوبيا أثناء ساعات النهار يكون في حدود 40 إلى 50 ميجاوات ترتفع في فترة المساء إلى 140 ميجاوات. . وأعرب الوزير السوداني، عن توقعه زيادة الربط الكهربائي إلى 300 ميجاوات بنهاية العالم الحالي، حسبما تم التداول وحسب تطور إنتاج الكهرباء في أثيوبيا، خاصة في دخول خزان جديد في حوض آخر غير حوض النيل، والذي يتوقع أن ينتج 1800 ميجاوات» انظر: جريدة القرن، الاتفاق على زيادة الربط الكهربائي بين السودان وأثيوبيا، 2015/8/1، https://www.alqarn.dj/regional/2004.

(3) هاشم علي حامد، رؤية أثيوبية، مرجع سابق، ص 17.

(يعتبر سد النهضة من ضمن أهداف التنمية والذي تبلغ تكلفته «4.8 مليار دولار» كخيار مستقبلي لأثيوبيا وكأهم الأهداف الإستراتيجية للمرحلة القادمة للانتقال بأثيوبيا إلى دولة عصرية وقوى إقليمية ويمثل مشروع سد النهضة الذي بلغ مراحل متقدمة في البناء والتشييد وأحد من أهم عناصر السياسة الأثيوبية التي ظلت أثيوبيا تتحرك بها في المحيط المحلي والإقليمي والدولي «دعاية وكسب تعاطف وتحقيق دعم» وهو رغم ما أخذته من اهتمام بشأن الشد والجذب مع جمهورية مصر التي تخشى على نقص حصتها في مياه النيل فقد نجحت أثيوبيا في اختيار توقيت بناءه، وحشد التأييد له من مجموعة دول حوض النيل «مجموعة عنتيبي» كما نجحت بالخروج به إلى مائدة التفاوض مع الدول المعنية به «السودان ومصر» ليصبح أمراً واقعاً رغم ما تمثله تفاصيله من خلاف.)

وواقع سد النهضة رغم ما يشهده من تطورات يأتي في مقدمتها مقتل مديره المهندس سيميجيتو بيكلي ضمن ظروف عدم الاستقرار السياسي الذي شهدته أثيوبيا مؤخراً. يعتبر من العوامل المخطط لها في رسم مؤشرات المرحلة المقبلة في السياسة الأثيوبية باعتباره تحد قومي بأثيوبيا ومنطلق التنمية التي ترتبط بأهداف إستراتيجية الدولة لا سيما على النطاق الإقليمي وضمن سياستها في منطقة القرن الأفريقي بشكل الشرق الأوسط لأثيوبيا بحيثيات تداخل المصالح في المنطقة أهمية قصوى، حيث لا تفتئ الدبلوماسية الأثيوبية مجتهدة في إيجاد علاقة متوازنة مع دول كافة، والحرص على كسب علاقات متميزة مع أخرى وهو ما تعمل له بالفعل مع كل من «مصر، السعودية، اليمن، قطر، الإمارات العربية، المتحدة، العراق، الكويت، سلطنة عمان، فلسطين» وذلك ضمن دواعي أي طارئ في المسار الإقليمي لمنطقة القرن الأفريقي[1].ومن ذلك جاءت المملكة العربية السعودية ثاني أكبر مستثمر في أثيوبيا ذلك بعد الصين، حيث يسود البلدان علاقات تعاون مشترك في مجالات عدة، وتتعامل أثيوبيا مع السعودية ودول الخليج باعتبارها قوى اقتصادية ينبغي بناء علاقات تبادل وتعاون معها كمصدر للنفط، وسوق رائجة أمام منتجاتها الزراعية، ومصدر مهم لدفع الاستثمار خاصة في قطاعي الزراعة والصناعة، وكشريك مهم نحو تحقيق الأمن وقطاع السلم في منطقة القرن الأفريقي هذا وقد ساهمت دولتا السعودية والإمارات العربية في دعم الحكومة الأثيوبية برئاسة أبي أحمد بعد

(1) أنظر: هاشم علي حامد، رؤية أثيوبية، مرجع سابق، ص 18.

ثـورة التمـرد الـذي قادتـه قوميـة الأرومـو في عـام 2016م بمـا يزيـد عـن 2 مليـار دولار لتحقيـق الاسـتقرار في أثيوبيـا وتوثيـق أواصر العلاقـات.

ويضيـف هاشـم عـلي حامـد هنالـك بعـد مهـم لـه أهميـة راسـخة في مفهـوم الدبلوماسـية الأثيوبيـة وهـو العلاقـة مـع دول إسرائيـل التـي تربطهـا بأثيوبيـا علاقـات تاريخيـة قديمـة ومصالـح تبـادل لا تجـد أثيوبيـا حرجـاً في إعلانهـا. وضمـن مـا يشـهده الواقـع العربـي مـن تغيـير، ومـا تعكسـه الدبلوماسـية الإسرائيليـة مـن اهتمـام كبـير بالـدول الأفريقيـة أشـارت لـه الزيـارة السـابقة التـي قـام بهـا رئيـس الـوزراء الإسرائيـلي نتنياهـو في يوليـو 2016م وشـملت عـدداً مـن الـدول الأفريقيـة اختتمهـا بأثيوبيـا وتبعهـا اتفاقـات ومسـاعدات لهـذه الـدول. تعكـس زيـارة رئيـس الـوزراء الأثيوبـي أبـي أحمـد إلى تـل أبيـب في سـبتمبر 2019م جانـب مهـم مـن المـؤشرات في كـون مـا يربـط أثيوبيـا مـن مصالـح مـع دولـة الكيـان الإسرائيـلي يعكـس واقعـاً لا تحـده حـدود البلديـن ليلقـي بتأثـيره في واقـع المصالـح الأثيوبيـة الحيويـة والتـي في مقدمتهـا الـدور القيـادي لأثيوبيـا في منطقـة القـرن الأفريقـي ومـا يجمعـه مـن ملفـات كملـف السـلام الإقليمـي وقضيـة ميـاه النيـل ومـا يتبعهـا مـن تطـورات في معضلـة مـشروع سـد النهضـة.

أثيوبيـا في سياسـتها تجـاه القـرن الأفريقـي تنظـر إلى مصالحهـا الآنيـة والمسـتقبلية حيـث يجـيء ترتيـب أولوياتهـا للخـروج بالدولـة إلى فضـاءات الـدول المسـتقرة بالمعنيـين (اقتصـاداً وسياسـة)، لـذا فهـي تنطلـق في علاقاتهـا عـبر شـعار السـلام والتكامـل مـع الـدول المجـاورة في القـرن الأفريقـي، وتحتفـظ بعلاقـات راسـخة مـع الولايـات المتحـدة كشريـك إسـتراتيجي، وتتوثـق علاقاتهـا أكثـر فأكثـر مـع دولـة الصـين كصديـق اقتصـادي وتنمـوي تعتمـده في تشـييد البنيـة التحتيـة للدولـة عـبر مشـاريع بدأتهـا فعليـاً في الطـرق والصناعـات وغيرهمـا وتنشـط سياسـتها الاسـتراتيجية في كسـب دول أخـرى كتركيـا وإيـران، وكوريـا الجنوبيـة، وروسـيا وألمانيـا، وغيرهـا لأهـداف اقتصاديـة وتنمويـة بعيـدة المـدى[1].

العلاقات السودانية الأثيوبية مايو 1969م إلى ابريل 1985م:

اتسـم هـذا القـرن بمتانـة العلاقـات بـين نظـام مايـو 1969م والمعسـكر الشرقـي، وسـبقت هـذه الفـترة في العلاقـات بـين السـودان وأثيوبيـا الفـترة التـي سـادت فيهـا العلاقـات بـين البلديـن منـذ نيـل السـودان اسـتقلاله في ينايـر 1956م وحتـى قيـام

(1) أيمن شبانة، الظهور الأثيوبي في جنوب الشرق الأوسط، http://www.siyassa.org.eg/news/1772.aspx.

انقلاب مايو 1969م، وهنا لابد من التطرق لهذه الفترة من ناحية العلاقات بين البلدين والوقوف عند المسببات التي تؤدي إلى توتر العلاقات بين السودان وأثيوبيا، ومعرفة ما هو السبب الرئيس والأسباب الثانوية[1].

ويشير الباحث إلى أن ذلك معروف منذ التاريخ القديم قبل الميلاد، منذ مملكة مروي أو كوش في صلاتها مع مملكة أكسوم الحبشة بما اتسمت به الصلات من معاملات مختلفة الأوجه في ذلك العصر، وإذا نظر إليها مقارنة بالعصر الحديث، تعتبر علاقات ذات صفات وسمات تتسم بالنهج العلمي المؤطر بالنظريات والرؤى العلمية للعلاقات الدولية.

وتعتبر أثيوبيا من أهم دول الجوار بالنسبة للسودان بعد دولة جمهورية السودان، وذلك لإشتراكها مع السودان في خط مائي وأحد بشكل عصب الحياة بالنسبة للسودان منذ القدم وقبل ظهور اسم أثيوبيا الذي كان يطلق اصطلاحاً على كل المناطق التي من ضمنها السودان.

ومن مظاهر تشابك العلاقات بين السودان وأثيوبيا وجود قبائل واقعة على الحدود بين الدولتين، وهي قبائل حدودية مشتركة ومتداخلة، وأن عدد من هؤلاء السكان يتحركون من قطر إلى آخر كلاجئين لأسباب مختلفة[2]. لقد فرضت تلك الظروف على الحكومتين الأثيوبية والسودانية الإسراع بعقد اجتماع عاجل للجنة الوزارية الإستشارية المشتركة في الفترة ما بين الثامن والعشرين من ديسمبر 1966م إلى الثالث من يناير 1967م بأديس أبيا، وكان الإقرار بما جاء في يونيو 1966م، وكان ذلك موقفاً تسامحياً لكن كان الفشل في الوصول إلى حل ما إذا كانت الحدود قد تم تخطيطها أم لا[3].

في هذه الفترة قام الإمبراطور هيلاسلاسي بزيارة للخرطوم استقبله من خلالها الرئيس اسماعيل الأزهري رئيس مجلس السيادة والسيد الصادق المهدي رئيس مجلس الوزراء، وقد تبادل الطرفان علاقات المودة التي تربط البلدين وعلاقات حسن الجوار غير أن قيادات السودان أبلغوا الإمبراطور هيلا سلاسي بضرورة

(1) محمد خوجلي الأمين عبدالرحمن، علاقات السودان مع دولتي أثيوبيا وأريتريا، أطروحة لنيل درجة الدكتوراة في العلوم السياسية، جامعة النيلين، كلية الدراسات العليا، يناير 2009م، ص106.

(2) إكرام محمد صالح، سياسة السودان الخارجية، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الاقتصاد، 1996م، رسالة ماجستير غير منشورة، ص77.

(3) وكالة السودان للأنباء، علاقات أفريقيا، ملف سونا، بتاريخ 27 فبراير 1967م.

حل مسألة الحدود لأن السودان تضرر منها كثيراً[1].ومن ثم بعث السودان بوفد صداقة إلى أثيوبيا وذلك في الخامس عشر من أغسطس وقد تناول البيان المشترك عقب الزيارة مسائل متعددة دون الدخول في تفاصيلها، ولكنه أشار أي البيان إلى أهمية اللجنة الوزارية الاستشارية في معالجة كل المشاكل التي تتصل بالعلاقات بين البلدين ومع ذلك فقد نص البيان على تكوين لجنة أثيوبية سودانية دائمة مكونة من وزراء الخارجية والداخلية والدفاع في البلدين لمتابعة الاتفاقات التي سبق أن توصل إليها البلدان، واتفق الجانبان على أن تحل مشاكل الحدود وذلك لوضع لكل الاحتكاكات وسوء التفاهم القائم بين البلدين، وفي هذا الإطار وجه لجان محافظات الحدود على المضي قدماً في مهامهم ونصت الفقرة الأخيرة من البيان المشترك على حث الصحافة على العمل في تقوية وتعميق علاقات حسن الجوار، وأن لجنة الحدود المشتركة التي عقدت اجتماعها الأول والأخير في أديس أبابا عام 1967م وظل وضع الحدود مجمد حتى مجيء ثورة مايو 1969م[2].

ومما تقدم يرى الباحث أن قضية السياسات الإعلامية والتحليلية من أهم القضايا التي كان ينبغي التركيز عليها لحل مشاكل الحدود وتوظيف وسائل الإعلام في البلدين لقيادة حملة تنويرية معرفية بين صفوف المواطنين في كل من السودان وأثيوبيا وتعتبر قضية الحدود من القضايا المهمة رغم أنها من القضايا الدولية والتي يهتم بها المجتمع الدولي كثيراً و ذلك لإدراجها تحت حقوق الإنسان والمحافظة على الأمن والسلم بالدولتين ومن ناحية وضوح التزايد الكبير في أعداد اللاجئين ذلك يجعل جهود الدولة ومهامها تعاظمت وكبرت ضعيفة[3].

إن قضية اللجوء وأحد من القضايا التي ظلت تزعج حكومات البلدين، واعتبرته أثيوبيا أحد المأخذ على حكومة السودان، إذ شهد السودان تدفقات من اللاجئين الإريتريين في عام 1967م وذلك بعد قرار الإمبراطور هيلا سلاسي والذي قضى بضم إقليم اريتريا إلى أثيوبيا تحت حكم اتحاد فيدرالي نهائياً، واستمرت المواجهات تزداد كما زاد الصراع السياسي والعمليات العسكرية الحربية

(1) صلاح حاج عربي، اللاجئين في السودان بين المشاكل والحل، جامعة الخرطوم، معهد الدراسات الأنمائية، 1998م، رسالة ماجستير غير منشورة، ص137.

(2) أمير عثمان طه، أثر التدخل الأجنبي في تفاقم النزعات الأفريقية، جامعة أفريقيا العالمية، 1999م، بحث دبلوم عالي غير منشور، ص37.

(3) بخاري الجعلي، (نزاع الحدود بين السودان وأثيوبيا)، مرجع سابق، ص199.

واستمر اللجوء في الإزدياد ودخل في البداية حوالي 25 ألف لاجئ، وزاد الاندفاع نحو السودان، ولقد ظهرت مشكلة اللاجئين الأثيوبيين والاريتريين في السودان، أظهرت الوضع السياسي غير المستقر في أثيوبيا ورغبة الاريتريين في التحرر، وكانت تدفقاتهم نحو كسلا والبحر الأحمر، وهنا حاولت الحكومة السودانية ارجاعهم ولكنهم رفضوا العودة، وأن اللاجئين الأثيوبيين كانوا يشكلون أعداد ضئيلة ومعظمهم من الطلاب والشباب واللاجئين الاريتريين كانوا من أثيوبيا بخلافاتهم، وذلك جعلهم في صراع فيما بينهم، وشكل ذلك بعض التصفيات، وكانوا يقومون بالعمل العدائي ضد الدولة الأم أثيوبيا واقامة علاقات طبية مع السودان[1]، وان الوجود الاريتري كان له الأثر السالب على العلاقات بين السودان وأثيوبيا التي تأرجحت ما بين عدم التعامل والقطعية الكاملة بين الدولتين السودان وأثيوبيا لفترات طويلة، وأن التجارة بين البلدين توجد أحياناً ما يعرف بالتهريب فإنها ظاهرة خطرة على مصلحة السودان.

لذا وجد الباحث كثير من المكاتبات بين السودان وأثيوبيا طالبت بإعادة النظر في إتفاقية التجارة لعام1961م بين البلدين.

ومن الملاحظ أن العلاقة بين البلدين في الفترة من الاستقلال وحتى مايو1969م كانت تتأرجح بين التوتر والصلة الطيبة، وكانت أبرز المقومات لذلك محصورة في هذه الفترة بصورة رئيسية في أمر الحدود[2].

والملاحظ ان قضية الحدود سيطرت على مسيرة العلاقات بين البلدين، واتسمت بالأهمية من دون الأسباب الأخرى حتى قضيتي الجنوب في السودان واريتريا في أثيوبيا واللجوء وغيرها. وضاعف من أهميتها الطول الشديد لخط الحدود بين البلدين وتعقد الوضع القانوني بسبب تعدد الاتفاقيات منذ فترة الاستعمار، وتعدد عمليات التخطيط ورسم الحدود، ومحاذاة خط الحدود بين البلدين لمناطق ذات أهمية بالنسبة لكلا البلدين وهي مناطق شهدت مشاكل حادة تمثلت في اريتريا بالنسبة لأثيوبيا، والجنوب بالنسبة للسودان، وان الاتفاقيات التي تمت بين الدول الاستعمارية وحدها، وحيث شاركت أثيوبيا طرفاً أصلاً ودولة مستقلة ذات سيادة في بعض الاتفاقيات، وذلك بخلاف الحال بالنسبة للسودان ولمعظم الدول الأفريقية التي كانت مستعمرة آنذاك وتعدى حدودها

(1) محمد خوجلي الأمين عبدالرحمن، علاقة السودان مع دولة أثيوبيا واريتريا، مرجع سابق، ص116.

(2) الرشيد الشيخ عبدالرحمن، العلاقات السودانية الأثيوبية، الأكاديمية العسكرية بالخرطوم، مرجع سابق، ص28.

دون استشارتها ومن هنا اكتسبت قضية الحدود أهمية خاصة في ظل تأثيرها على العلاقات بين البلدين في تلك الفترة وعلى مدى ثلاثين عاماً[1].

بعد الفترة التي مضت منذ الإستقلال بالنسبة للسودان وحتى انقلاب مايو1969م انضمت الرواية حول ما دار في أمر العلاقات السودانية الأثيوبية، وهنا لابد من التطرق إلى وضع الحكومتين في البلدين، ومن الملاحظ أن الفترة منذ 1969م شهدت اختلافاً حول وجهات النظر والانتهاء أي المعسكرات حتى عام 1990م[2].

إن الإمبراطور هيلا سلاسي الوريث الأول لدولة أثيوبيا حيث وجدها مملكة عظيمة، وأضاف إليها هيلا سلاسي اريتريا بعد أن كانت اتحاداً فيدرالياً مع أثيوبيا، وبدخول القوات الغازية أديس أبابا في 1936م، واصبحت جزءً من الحكم الإيطالي واستمر ذلك حتى عام 1941م، وقاد الإمبراطور هيلا سلاسي الحملة لطرد الإيطالية بمعاونة الحلفاء والبريطانيين، وأقام هيلا سلاسي في السودان وشاركت قوات دفاع السودان في إرجاع عرش الإمبراطور ومن هنا أصبح هيلا سلاسي حليفاً قوياً للقوة الغربية وأنه أدخل النظم الحديثة في الإدارة واصبح يمارس الصرامة في السلطات، واستطاع فصل الكنيسة الأثيوبية عن الكنيسة القبطية المصرية، وارتبط هيلا سلاسي بالولايات المتحدة الأمريكية والتي ساعدته على ضم أريتريا. وأقامت الولايات المتحدة الأمريكية قاعدة كاجينو عام 1963م كبداية لعلاقات وطيدة لتصبح أثيوبيا خط دفاع ثانياً لإحتواء الشيوعية واصبح الإمبراطور هو الرجل المدني الأول والشخصية الدينية الأولى من الناحية الروحية وأنه منع تغلغل الشيوعية وساعده الغرب على ذلك وأصبح مركز في أفريقيا، ولكنه لم ينجح في الجانب الاقتصادي[3].

جاء انقلاب مايو بقيادة الرئيس جعفر نميري في الخامس والعشرين من مايو1969م, وكان تأثير افكار القومية العربية التي رفعت لواءها الرئيس المصري جمال عبدالناصر واضحة الأثر على أعضاء مجلس ثورة مايو والمتعاونين معهم من المدنيين. كما كان وجود الحزب الشيوعي واضحاً بين مؤيدي النظام الجديد، باعتبارهم من الجيل الذي شارك

(1) حامد عثمان، مدني محمد أحمد،علاقات السودان الخارجية والبعد الأفريقي، معهد الدراسات الأفريقية والآسيوية، الخرطوم، 1990م، ص16.

(2) محمد خوجلي الأمين عبدالرحمن، علاقات السودان مع دولتي أثيوبيا وأريتريا، مرجع سابق، ص117.

(3) محمد سعيد محمد الحسن، صناعة الحكومات في السودان، دون نشر، الخرطوم، 1997م، ط1، ص137.

في ثـــورة اكتوبـــر، إن العســـكريين الجـــدد كانـــوا يـــرون الحـــل الســـلمي الـــذي يعـــترف بالفـــوارق الثقافيـــة والتنمويـــة بـــين شـــعب البـــلاد هـــو الأســـلوب الوحيـــد لمعالجـــة قضيـــة الجنـــوب بيـــد أن ميـــول الحكومـــة الجديـــدة يســـارية وبصفـــة خاصـــة ارتباطهـــا بالقوميـــين العـــرب جعـــل دعواهـــا للســـلام لا تقابـــل بالحمـــاس مـــن جانـــب المواطنـــين في جنـــوب الســـودان [1].

وبشـــأن العلاقـــات الســـودانية الأثيوبيـــة، بـــدأ عليهـــا التوتـــر وذلـــك بســـبب مناهضـــة أثيوبيـــا للنظـــام الجديـــد في الســـودان والـــذي رفـــع شـــعارات يســـارية مـــن جهـــة وســـبب تعـــاون أثيوبيـــا مـــع الانفصالـــين مـــن جهـــة أخـــرى[2].

قيـــادات انقـــلاب نمـــيري كانـــت أكثـــر ميـــل لليســـار والتأثـــر بالرئيـــس المـــصري جمـــال عبـــد النـــاصر في فكـــرة القوميـــة العربـــي، وكذلـــك اعتمـــاد النظـــام عـــلى الحـــزب الشـــيوعي الســـوداني للحصـــول عـــلى الدعـــم الشـــعبي لنفـــوذ الحـــزب وســـط النقابـــات والاتحـــادات العماليـــة [3]. كان موقـــف الإمـــام الهـــادي وانصـــاره مـــن النظـــام هـــو عـــدم التأييـــد لـــه وانضـــم إليهـــم الشريـــف حبـــشي، وبجانبهمـــا أنضـــم الأخـــوان المســـلمون واحتشـــدت هـــذه العنـــاصر في الجزيـــرة أبـــا[4]. وهنـــا وصلـــت العلاقـــات بـــين البلديـــن إلى درجـــة عاليـــة مـــن الســـوء والعـــداء خاصـــة عندمـــا اكتشـــفت الحكومـــة الســـودانية عـــام 1970م تـــورط أثيوبيـــا في دعـــم حركـــة المعارضـــة الســـودانية [5].

وعنـــد تمحـــور المعارضـــة الســـودانية في الجزيـــرة أبـــا، بـــدأت تتحـــرك مـــن الجزيـــرة إلى أثيوبيـــا بحثـــاً عـــن الســـلاح والمـــال وكان ســـندها الأكـــبر في ذلـــك هـــو أثيوبيـــا والإمبراطـــور هيـــلا ســـلاسي، ليـــس فقـــط التســـليح بـــل أيضـــاً في توفـــير نقـــاط للارتكاز داخـــل الأراضي الأثيوبيـــة، خاصـــة في جبـــل الـــردوك عنـــد مدنيـــة أصوصـــه، وهـــذا مـــا كشـــفت عنـــه الرســـائل المتبادلـــة بـــين وزيـــر الخارجيـــة الأثيوبـــي وقـــادة المعارضـــة الســـودانية، وأيضـــاً كشـــفت الرســـائل دوراً محمـــد صالـــح عمـــر في الإشراف عـــلى نقـــل العتـــاد والســـلاح معـــاً مـــن أثيوبيـــا إلى الســـودان.

---

(1) محمد خوجلي الأمين عبد الرحمن، علاقة السودان مع دولتي أثيوبيا وأريتريا، مرجع سابق، ص118.

(2) محجوب الباشا، التنوع العرقي في سياسة السودان الخارجية، مركز الدراسات الاستراتيجية، الخرطوم، ص196.

(3) منصور خالد، النخبة السودانية وإدمان الفشل، دار الأمين، بيروت، 1993م، ج2، ص201.

(4) عثمان صالح سبى، جغرافيا إريتريا، دار الكنوز الأدبية، بيروت، 1983م، ص71.

(5) محجوب الباشا، التنوع العرقي في سياسة السودان الخارجية، مرجع سابق، ص198.

وحينهـا علمـت حكومـة مايـو بتحـرك الإمـام الهـادي نحـو أثيوبيـا أسرعـت نحـوه وهـو يحـاول الهـروب إلى أثيوبيـا وقتلته[1]،واصبحـت أثيوبيـا ملجـأ لـكل المعارضـين السـودانيين مـن زعمـاء واتباعهـم والـذي أنشـئت لهـم معسـكرات التدريـب في منطقـة غنـدار، رغـم أن رد الفعـل السـوداني ظـل حـذراً ومتحفظـاً تجـاه فتـح بـاب التسـهيلات للثـوار الأريتيريـين

(1) محجـوب الباشـا، التنـوع العرقـي في سياسـة السـودان الخارجيـة، مركـز الدراسـات الاسـتراتيجية، الخرطـوم، مرجـع سـابق، ص198

المبحث الثاني

إنتاج الرسالة الإعلامية وانعكاساتها على علاقات السودان وأثيوبيا

تشكل قضية الإنتاج الإعلامي وخاصة لدى المشتغلين بالإذاعة (الراديو والتلفزيون) من أبرز القضايا التي تشغل بال القائم بالاتصال، وتحتل مساحة كبيرة من قبل المسئولين من وسائل الإعلام، وتشغل الساسة والخبراء والعلماء في مختلف فروع العلم والمعرفة [1]. وتزداد هذه المشكلة وترتفع في الدول النامية التي تعاني عجزاً في معدلات الإنتاج والتضخم والكساد وبسبب البطالة وندرة الكوادر البشرية القادرة على دفع عجلة الإنتاج والتقدم وبالرجوع لأهم العوامل التي يمكن أن تسهم في تحديث الحياة ودفع عجلة الإنتاج في مختلف المجتمعات البشرية فإن الإعلام وأجهزته ورجاله يأتي في قمة هذه العوامل لاسيما في ظل الثورة التكنولوجية الضخمة [2].

إن مصطلح إنتاج من المصطلحات التي يتسع نطاق استخدامها، وذلك لشموله على أنشطة متعددة سواءً كانت زراعية، صناعية، اتصالية إعلامية، وغيرها من الأنشطة التي يشملها هذا المصطلح.

وقد عرف الإنتاج بأنه: العملية التي تخلق بمقتضاها السلع والخدمات، وتوجد العملية المتصلة بالإنتاج في المصانع والمزارع والمكاتب والمستشفيات وغيرها [3]. إن مفهوم الإنتاج واسع جداً وتتسع دائرته لتطرق أبواباً جديدة نسمع فيها مصطلحات (الإنتاج الآلي، الإنتاج اليدوي، الإنتاج القومي، وسائل الإنتاج، مقومات الإنتاج المسرحي، الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني) [4]. وهو الذي عمل الباحث على دراسته وانعكاساته على العلاقات الدولية، حالة السودان وأثيوبيا.

---

(1) المركز العربي للدراسات الإعلامية، الدراسات الإعلامية والتنمية والتعمير، العدد (53)، أكتوبر 1988م، ص7.

(2) عبدالمجيد شكري، إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996م، ص44.

(3) حسين عبدالله، إدارة الإنتاج، ط1، دار النهضة، القاهرة، 1961م، ص5.

(4) عبدالدائم عمر الحسن، إنتاج البرامج التلفزيونية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، 2000م، ص 27.

فمنذ ظهور وسائل الإعلام والاتصال ظهرت الدراسات التي تدعو وترشد إلى أفضل وجه ممكن، وخاصة في مجال الإذاعة (الراديو والتلفزيون) سواءً كان في مجال التوعية والتثقيف والتعليم، أو في مجال التسلية والترفيه وغيرها، وأصبح ضرورة على القائمين عليها أن يدركوا ماهية الوسائل التي يستخدمونها وإمكاناتها وخصائصها ومكانتها بين غيرها من الوسائل العديدة، ومن هنا تتعدد الأهداف التي تسعى الوسيلة إلى تحقيقها عن طريق هذا الإنتاج سواءً كان إعلامياً أو تثقيفياً أو إرشادياً أو ترفيهياً وغيرها عبر التلفزيون)[1].

وإنتاج الرسالة الإعلامية يقصد بها الباحث هنا إنتاج البرامج الإذاعية (للراديو أو التلفزيون) من خلال مضامين متنوعة، إلى مختلف فئات الجمهور لتحقيق وظائف الإعلام من خلال موجهات سياسة إعلامية شاملة وواضحة ومرنة تستوعب متطلبات الواقع وتستجيب للمتغيرات المختلفة.

لقد عرفت اليونسكو في مؤتمرها الذي انعقد بـ (نيروبي) في 30 أكتوبر عام 1969م البرامج الإذاعية للراديو أو التلفزيون بأنها: هي المادة القائمة بذاتها ويشار إليها بعنوان أو بطريقة أخرى تثبت خلال فترة عنها مسبقاً. وتتنوع البرامج الإذاعية حسب الاستراتيجية الإعلامية والسياسات الإعلامية والتحريرية الموضوعة لذلك، والتي تستجيب للوظائف الأساسية للإعلام حيث تقوم الإذاعات المسموعة والمرئية في الدول النامية بنفس الوظائف النمطية التي تقوم بها نظيراتها في الدول الصناعية من أخبار وتثقيف وترفيه، رغم اختلاف تشكيلاتها الاجتماعية، وتأخذ الأخبار والأحداث الجارية حوالي (20%) على حين تعمل البرامج الدينية والفنون والأطفال والبرامج المدرسية وتعليم الكبار حوالي (13%) وترتفع نسبة الدراما ثلثاً آخر وبرامج الترفيه والأطفال حوالي (10%)[2].

ويتشابه إنتاج الرسالة الإعلامية في الدول النامية من حيث الشكل والقوالب لتشابهها في جميع أنحاء العالم حيث تستخدم نفس طرق العرض في برامج الأخبار والترفيه ويرجع الباحث هذا التشابه ـــ من خلال خبرته في إنتاج الرسالة الإعلامية ـــ يرجعه إلى حد كبير تشابه السياسات الإعلامية ويقابل ذلك تشابه الخدمة الإخبارية لإذاعات الدول الصناعية بفارق كبير في محتوى النشرات وطريقة العرض، وكذلك البرامج ومحتواها، فالملاحظ أن نشرات

(1) مايكل هايت، دور الإعلام في العالم لاثالث، نظم الإعلام المقارنة، ترجمة: علي درويش، ط1، الدار الدولية للنشر، 1991م، ص149.

(2) حسن حمدي، الوضعية الإخبارية لوسائل الإعلام، ط1، دار النشر للجامعات، القاهرة، 1998م، ص 95.

الـدول الصناعيـة التـي تعمـل طبقـاً لفلسـفة المسـئولية الاجتماعيـة التـي تعالـج الأحـداث بطريقـة موضوعيـة، وتتميـز بسرعـة الأداء أثنـاء بثهـا وتختـار أنبائهـا عـلى مـا يوضـع لهـا مـن سياسـة تحريريـة تراعـي مصالـح جمهورهـا مقومـات إنتـاج الرسـالة الإذاعيـة (الراديـو والتلفزيـون). يقـول عبـده الطويرقـي في كتابـه (علـم الاتصـال المعـاصر) يتوقـف إنتـاج الرسـالة البرنامجيـة عـلى سـتة مقومـات هـي:

1. المستوى الثقافي لجمهور المتلقين (مستمعين، مشاهدين).
2. درجة قبول أو رفض الجمهور للأفكار الجديدة.
3. درجة ثقافة الإذاعيين وكفاياتهم المهنية.
4. نوع ملكية الوسيلة (خاصة، حكومية).
5. البيـان الهيـكلي للإذاعـة (الراديـو والتلفزيـون) ومسـتواهما التقنـي وحجـم ونـوع البرامـج وأجهـزة الاسـتقبال بالنسـبة للتعـداد السـكاني.
6. وجود القيادات الوطنية والقومية الواعية بمشاكل الجماهير [1].

ويـرى الباحـث أن جميـع هـذه المقومـات متوفـرة لـكل مـن السـودان وأثيوبيـا إذ كلا البلديـن يمتلـكان إذاعـات (راديـو وتلفزيـون) ذات إمكانيـات متقدمـة مـن حيـث الأجهـزة الفنيـة والإرسـال إضافـة إلى أنهـا تضـم قـوة بشريـة مؤهلـة وذات كفـاءة عاليـة.

وقـد وقـف الباحـث ميدانيـاً عـلى وجـود مراكـز لدراسـة بحـوث الجمهـور بـكل مـن السـودان وأثيوبيـا، رغـم تفـاوت الأداء والعمـل في هـذه المراكـز التـي توجـد داخـل الهيئتـين العامتـين للإذاعـة (الراديـو والتلفزيـون) بالسـودان وأثيوبيـا، وأن هـذه المؤسسـات لديهـا هيـاكل وظيفيـة تسـتطيع أن تـؤدي دورهـا في إنتـاج رسـالة إعلاميـة تنعكـس إيجابـاً لمصلحـة علاقـات البلديـن، إضافـة لذلـك فـإن مسـتوى جمهـور الخدمـة في البلديـن يمتلـك أجهـزة اسـتقبال لهـا.

إن إنتـاج الرسـالة الإعلاميـة والإذاعيـة بصفـة الخصـوص تحتـاج إلى التخطيـط والـذي ينبغـي أن يشـمل: (المجـال البرامجـي، المجـال التقنـي، المجـال الإداري). ومـن خـلال تجربـة الباحـث العمليـة وجـد أن هـذه المجـالات بعلاقاتهـا متداخلـة،

(1) عبده الطويرقي، علم الاتصال المعاصر، ط2، مكتبة العبيكان، 1997م، ص18.

فالتخطيط للبرامج موجود بكل من السودان وأثيوبيا، وهناك إدارات للبرامج الإذاعية (الراديو والتلفزيون) مهمتها التخطيط بجانب الإدارة العليا لهذه المؤسسات للبرامج التي تبث للجمهور، وكما لاحظ الباحث تداخل المجال التقني والهندي والفني، وانعكاساته على مسار البرامج وفي مستوى المستمع والمشاهد ونوعيتهما وذلك بفضل ثورة الاتصال وظهور الأقمار الصناعية والنظام الرقمي والحاسوب و الشابكة العالمية للمعلومات (الانترنت) وتحول الإذاعة (الراديو والتلفزيون).

أما الجانب الإداري والمالي فهو لا يقل أهمية عن تلك المجالات، فهو الذي يعمل على تأهيل وتدريب القوى البشرية التي تحرك العمل الإنتاجي البرامجي والفني والإداري والمالي، ويعمل على توفير وزيادة الميزانيات وترشيد الصرف على المجالات الإنتاجية البرامجية والتقنية والإدارية والمالية. كذلك وقف الباحث على الجانب الإداري والمالي لإنتاج البرامج بهيئة الإذاعة الأثيوبية (الراديو والتلفزيون) حيث تبين له أن إدارة البرامج بالإذاعة (الراديو والتلفزيون) تتمتع بقوى بشرية مؤهلة ومدربة وتحظى بميزانيات معتبرة من الميزانية الكلية للهيئة، ووفق المعايشة بالهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان فالخريطة البرنامجية تشهد تغيرات في البرامج ومسمياتها بين الشهر والآخر، ويعزى ذلك لعدم الاستقرار الإداري بالهيئة.

إن صناعة إنتاج برامجي للإذاعة (الراديو والتلفزيون) يقوم على الفكرة أو أن يكون هناك نص يقوم بإعداده (المدعين) المؤلفين ويحتاج إلى مقدمين (مذيعين) وفنيين فضلاً عن ذلك العدد من المختصين في مجال تصميم وتنفيذ الديكور والإضاءة والميكاج والرسوم والصوت والصورة والمونتاج والأفلام وأشرطة الفيديو بالنسبة للبرنامج التلفزيوني، وتوفر هذه العناصر يمثل عملية كاملة ومتكاملة للإنتاج الفني وقت الإنتاج في آن واحد[1]. والمخرج أو المنتج المخرج هو المسئول الوحيد عن تأليف وتركيب وتكوين تلك العناصر جميعاً وصياغتها بأسلوب خاص وفق إطار وشكل فني (مبدع) يقول للمستمع أو المشاهد شيئاً يقنعه ويدخل المتعة عليه في آن واحد، فصناعة البرنامج أو العرض الإذاعي (للراديو والتلفزيون) على هذا النحو هي عملية متكاملة للإنتاج فهي عملية لا تقتصر على الجانب المادي فحسب، بل تقوم أيضاً على الجوانب الجمالية

(1) محمد معوض، بركات عبدالعزيز، إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، ط1، دار السلامة للطباعة والنشر، الكويت، 2008م، ص15.

والإبداعية والفنية، وليست الأجهزة والمعدات رغم أهميتها وضرورتها إلا أنها أدوات تعمل في خدمة الإبداع وتحقيق الإقناع والإمتاع، وتحويل النص المكتوب من حيز الأفكار المجردة إلى واقع يجسده الصوت والصورة، في حيوية وحركة وإيحاء وأيقاع وفعالية الصوت ودلالة الكلمات[1].

والنص التلفزيوني هو (السيناريو) ويعرف بمجمله بأنه مخطط ومشروع للبرنامج التلفزيوني على الورق والذي يترجم بعد ومن خلال مراحل الإنتاج المختلفة إلى حركة وصورة[2]. ويعرف البرنامج الإذاعي بأنه هو فكرة ما تصاغ في الغالب واضح يعالج جميع جوانبها وذلك في مدة زمنية محددة وبطريقة معينة[3].

والإنتاج الإذاعي للراديو أو التلفزيون هو (البرنامج) له اسم ثابت ويقدم في مواعيد محددة وثابتة وبشكل يومي أو أسبوعي أو كل أسبوعين أو شهري، ويستخدم كل أو بعض الفنون الإذاعية من سرد وتعليق أو حوار أو ندوات أو مقابلات[4].

مراحل إنتاج الرسالة الإذاعية (للراديو والتلفزيون):

إن القيام بإنتاج رسالة إذاعية مسموعة أو مقروءة تمثل صناعة البرامج التي تمر بمراحل ثلاث هي:

أولاً- مرحلة ما قبل الإنتاج: وهي المرحلة المتعلقة بالإعداد والكتابة وتسبقها عمليات التخطيط وتخص أسماء عدة منها (المعد، المنتج) يقول عنهم حسن عماد مكاوي: المعد أو فريق العمل هو الذي تتوفر له معينات العمل لتفسير وتحليل المادة، وذلك من خلال القواميس والمعاجم، كما يساعد المنتجين ومديري الإنتاج على جدولة أعمالهم وحساب الموازنة والتكاليف اللازمة لإنتاج البرنامج، ولمعالجة كتابة النصوص مع إمكانية التعديل فيها مباشرة[5].

ثانياً- مرحلة الإنتاج: النص مع توفر المذيع واستديو الإنتاج هذا لجانب الراديو، أما الجانب التلفزيوني تبدأ عملية الإنتاج بتوفير النص ومعدات

(1) كرم شلبي، الإنتاج التلفزيوني وفنون الإخراج، النسخة الإلكترونية، دار مكتبة الهلال، ط1، دار الشروق، 2004م، ص

(2) سلافة حسن، إنتاج المواد المسموعة والمرئية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، ص65.

(3) عبدالقادر بن الشيخ، التلفزيون والثقافة، الهوية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، تونس، ص1.

(4) كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، ط1، دار الجيل، بيروت، لبنان، ص471.

(5) تكنولوجيا الاتصال الحديثة، ط3، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، ص72.

التصوير، والتصوير هو إحداهم مقومات المهد التلفزيوني، وتعد الصورة التلفزيونية بمقوماتها هي الشكل التعبيري المهم في أداء الوسيلة الإعلامية ومع التطور التكنولوجي الحديث ظهرت أشكال تعبيرية للصورة من خلال الحاسوب والوسائط المتعددة والتكنولوجيا الرقمية[1].

كما اضافة التقنيات الحديثة ميزات متعددة لكاميرا التصوير التلفزيوني فأصبحت أكثر كفاءة في التقاط الصورة الواضحة المعالم، ومن خلال التقنيات الحديثة أيضاً يمكن معالجة الصورة أثناء التصوير من ناحية اللون والإضاءة ومسح الصورة غير المرغوب فيها حالاً وبمجرد الضغط على الزر بسهولة في إمكانية التسجيل وفي وسائط حفظ متعددة، كما واجه التقنية إمكانية مونتاج بصورة سهلة ومرنة قابلة للتجديد والتغيير والتعديل بكل سهولة ويسر، علاوة على الإضاءة والتي لها دور كبير في عملية الإنتاج التلفزيوني من خلال وظيفتين إحداهما تقنية تتعلق بإبراز بعض المرئيات وإدخال المؤثرات الضوئية باستخدام الإضاءة المتحركة في الديكور والحصول على نتائج أفضل للإضاءة من خلال التحكم في شدتها وألوانها وحركتها برامج متخصصة تربط أجهزة الإضاءة بالحاسوب مع إمكانية برمجتها زمنياً لتعمل بالشكل المطلوب دون الحاجة للاستخدام اليدوي[2].

ثالثاً- مرحلة ما بعد الإنتاج: هي مرحلة تنسيق وترتيب الأفلام البرامج الإذاعية وهي مرحلة المونتاج والتي يصبح بعدها العمل الإذاعي جاهز للبث والعرض، ولقد مرت عملية المونتاج مراحل متعددة، فيعد استخدام القص واللصق ثم استخدام أجهزة المونتاج الخطي وبعد تطور الفيديو بظهور الشريط المغنطيسي الذي حقق الرؤية المطلوبة للعمل التلفزيوني، وبرنامج المونتاج اللاخطي مكن من صناعة البرنامج في عدة ساعات، وهذا يرجع للتطور التكنولوجي.

إن الإذاعة (الراديو والتلفزيون) بالسودان وأثيوبيا تتمتعان بإمكانات عالية خاصة من القوى البشرية والمعدات الفنية، وأن هناك إدارات لإنتاج البرامج تضم الفنيين والمخرجين وهو كل فريق العمل الإذاعي والتلفزيوني وعلى أحدث المعدات، وقف الباحث على النظام الرقمي في الإذاعة (الراديو والتلفزيون)

(1) فؤاد الرشيدي، السينما الرقمية، ط1، الهيئة العامة للكتاب، مصر، 1999م، ص25.

(2) هاربر نتزين، المرجع في الإنتاج التلفزيوني، ترجمة: سعدون الجاني، ط1، دار الكتاب الجامعي، 2004م، ص 463.

الأثيوبي بجانب خبرته بالإذاعة (الراديو والتلفزيون) في السودان على الأنظمة الرقمية بهما، والتي من أهم ميزاتها تحويل المعلومات إلى أنظمة رقمية، مما يسهل التعامل معها خاصة بشأن خاصية تخزين المعلومات إلى أنظمة رقمية وهي خاصية ضغط المساحة والحيز بالحاسب الآلي وتقليلها خاصة ملفات الفيديو وإمكانية تركيب الملفات السمعية والبصرية وإعادة تركيبها.

البرامج الإذاعية والتلفزيونية والتقارب بين الثقافات:

يعد مفهوم الثقافة من المفاهيم المحورية في فهم المجتمعات وتكوينها واتجاهاتها لما له من أثر على المجتمع والجماعة كظاهرة اجتماعية في فهم وتفسير السلوك والتفاهم بين الشعوب وتؤثر في كل عمليات المجتمع من خلال التفاعل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية داخل المجتمع. وتلعب الإذاعة (الراديو والتلفزيون) أدوار مهمة في التقارب بين الشعوب والدول من خلال بث الثقافة (من عادات وتقاليد وموسيقى وفنون وآداب ومعتقدات وغيرها) يقول عنها سليمان أحمد الطيب: الثقافة هي إنجاز المجتمع للآداب والفنون والمعتقد والفكر في شموله[1].

كما عرفتها اليونسكو بأنها: جميع السمات الروحية والمادية والفكرية والعاطفية التي تميز مجتمعاً بعينه أو فئة اجتماعية معينة، وهي تشمل الفنون والآداب وطرائق الحياة كما تشمل الحقوق الأساسية للإنسان ونظم وقيم وتقاليد ومعتقدات المجتمع[2].

إن إنتاج رسالة إعلامية تخدم العلاقات السودانية الأثيوبية هو نتاج لثقافة يعيشها شعبي البلدين، فقد وقف الباحث في زيارته لمقر الإذاعة (الراديو والتلفزيون) بأثيوبيا على ما تحتويه المكتبة المسموعة والمرئية من تراث ثقافي كبير، يضم أغاني وموسيقى سودانية بل بنحو أكثر من سبعين في المائة من تلك المواد عبارة عن مواد ثقافية سودانية، وهو شيء لافت للباحث، ويدعو للاهتمام بهذا الجانب والبناء عليه، فلا يخلو أي برنامج تذيعه الإذاعة (الراديو العام أو العربي أو القنوات الفضائية من موسيقى سودانية) مما يدعو الجانب السوداني للحفاظ على هذا التقدير الذي يجده من الشعب الأثيوبي، وهو

(1) سليمان أحمد الطيب محمد ، ثقافة الفكر وصناعة التاريخ، ط1، الخرطوم، 2017م، ص6.

(2) عبدالناصر علي الفكي، مجلة دراسات إفريقية، مركز البحوث والدراسات الأفريقية، جامعة أفريقيا العالمية، الخرطوم، ص215.

عامل مهم وضروري يسهم في تطوير وتعزيز العلاقات السودانية الأثيوبية. وعلى القائمين بأمر الإذاعة (الراديو والتلفزيون) في السودان وأثيوبيا العمل على تقوية هذا الجانب بمزيد من البث والنشر لمثل هذه الأنواع من الثقافة التي تعزز لهذه العلاقات التاريخية، فالثقافة ليست مجرد علم يتعلمه الفرد في المدارس ويطالعه في الكتب، وإنما هي ذلك الجو الذي يطبع أسلوب الحياة في مجتمع معين، ويطبع سلوك الفرد فيه بطابع معين يختلف عن طابع الحياة[1].

إن واقع السودان وأثيوبيا من خلال موقعهما المميز في القارة الأفريقية يستدعي من القائمين على السياسات الإعلامية والتحريرية وضع سياسات تحريرية واضحة تجاه الاستفادة من هذه الميزة والعلاقات الثنائية بين البلدين، فإن كانت الثقافة الأفريقية تمثل الكل المركب والمعقد من الأعراف والعادات والتقاليد والاتجاهات وأسلوب التفكير وأنماط السلوك).

فإن الثقافة التي جمع شعبي السودان وأثيوبيا تجعل لها خصوصية منها أنها ظاهرة إنسانية اكتشفت منذ القدم وثبت أنها موجودة في كل المجتمعات الحدودية خاصة بين البلدين في معظم أنحاء السودان وأثيوبيا. ويرى الباحث أن الإذاعة (الراديو والتلفزيون) في كل البلدين يمكن أن يلعبا أدواراً مهمة في الحفاظ على هذه الخصوصية لثقافة البلدين وتعمل على تطويرها وتمنيتها لصالح السودان وأثيوبيا.

إن الباحث ومن خلال زياراته الميدانية لأثيوبيا وعمله بالإذاعة (الراديو والتلفزيون) بالسودان يرى إنتاج الرسالة الإذاعية في كلا البلدين يحتاجان لوضع سياسة تحرير تراعي تلك العلاقات وخصوصيتها ووضع السياسة التحريرية يسهم وبشكل مباشر تطوير وتعزيز علاقات البلدين فالتراث الثقافي المادي من مصنوعات ومشغولات وحرف يدوية ومساكن (المعمار) والأطعمة والأزياء تعتبر أهم أدوات ربط البلدين ويمكن عرضها والترويج لها من خلال رسالة إذاعية متكاملة تساهم في تنمية الفرد وتعمل على زيادة دخله والدخل العام للحكومات عبر السياحة. كما أ، التراث الثقافي غير المادي، ويعني به الباحث الموروثات الشفاهية (القصص الشعبية، الأساطير، الشعر والألغاز والأقوال المأثورة والأحاجي، .. إلخ). تمثل الذاكرة الجماعية لكل من السودان

(1) سليمان أحمد الطيب، ثقافة الفكر وصناعة التاريخ، مرجع سابق، ص 8.

وأثيوبيا بجانب اللغات واللهجات المتقاربة والفنون الاستعراضية من (رقص، غناء، موسيقى، تمثيل، مصارعة، رياضة، واللعب، وغيرها) تعتبر رصيداً وافراً للعمل الإذاعي والتلفزيون يمكن الاستفادة منه وتوظيفه لصالح علاقات السودان.

إن فاعلية البرامج الإذاعية تجاه الثقافة والعادات والتقاليد لا يمكن أن تتم إلا بتفاهم الجانب السوداني والأثيوبي، والاتفاق على سياسات تحرير مشتركة تطبق في وسائل الإعلام في البلدين خاصة الإذاعة (الراديو والتلفزيون) للحفاظ على خصوصية هذه العلاقة والعمل على تعميق وترسيخ مساراتها وحماية الجمهور من كل ما يهدد ثقافة البلدين (السودان وأثيوبيا)، والعمل على تأسيس إذاعات (راديو وتلفزيونات) مشتركة لتعكس ثقافة شعوب البلدين، وتقوي التماسك الاجتماعي بينهما.

إن كل نظريات الإعلام تؤكد أن هناك آثاراً غير مباشرة للبرامج الإذاعية التي تبث للمجتمعات، وقد يكون لهذه البرامج الأثر إذا كانت بلغة المستمع والمشاهد، وتعكس له مشاهد وصور من بيئته التي يعيش فيها وموضوع اهتماماته وواقعه الثقافي والاجتماعي[1].

ولدى الإذاعة في السودان وأثيوبيا تراث عريض يلبي هذه الناحية وبيئة لابد من الاهتمام بها وبث البرامج التي تلبي رغباتها وتطلعاتها وطموحها، بل أن كل نظريات الإعلام تؤكد أن هناك آثاراً غير مباشرة للبرامج الإذاعية التي تبثها للمجتمعات[2]. ومن هنا فإن تأثيرها على الفرد والجماعة والمجتمع تأثيراً قوياً.

ويرى الباحث أن نجاح أو فشل الإنتاج الإذاعي (للراديو والتلفزيون) ينبع من السياسة التحريرية المتفق عليها بين البلدين وأدراك المتغيرات المتوقع حدوثها والتنبؤ بها بجانب أن تراعي السياسة التحريرية عناصر الرسالة والإنتاج الإذاعي من المتصل والرسالة والمتلقي والوسيلة والصيغ التي تمت فيها هذه الرسالة، فالإطار السياسي والاجتماعي والثقافي والأيديولوجي والاقتصادي والتكنولوجي الذي تتم فيه عملية الاستماع للراديو والمشاهدة للتلفزيون[3].

---

(1) مصطفى حميد الكاظم، الفنون الإذاعية وفلسفة الإقناع، ص 90.

(2) مصطفى حميد الكاظم، مرجع سابق، ص90 .

(3) صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط1، 2004م، ص 183.

إن الإنتاج الإذاعي بالسودان وأثيوبيا يتمتع ببيئة جيدة، فيرى الباحث أن وجود الاحترام المتبادل بين الشعبين يشكل أحد أهم عناصر الإنتاج إضافة إلى احترام الخصوصية الثقافية للشعبين، بجانب بناء جسور من التواصل على طول حدود البلدين التي تزيد عن الألف كيلومتر، وتعزيز دور التبادل الثقافي والدبلوماسي بينهما، ودعم الحوار الأخلاقي بين شعبي البلدين، وأن الإذاعة (الراديو والتلفزيون) يشكلان النافذة لعكس هذا التراث والثقافة المتنوعة، واعمل على تقارب البلدين أكثر وأكثر، وتجاوز كل أشكال الاحتكاك واندلاع الحروب بين البلدين.

إن إنتاج الرسالة الإعلامية خاصة في مجال الإذاعة بشقيها (الراديو والتلفزيون) وفق سياسة تحريرية متفق عليها بين السودان وأثيوبيا سينعكس إيجاباً لمصلحة علاقات البلدين. إن ذلك سينتج أشكالاً برنامجية متعددة ومتنوعة منها الإنتاج الوصفي لبرامج وهو ما نطلق عليه (بالبرامج الفئوية). ويصلح هذا النوع من الإنتاج البرامجي لمضامين برامجية مختلفة كالأخبار والتحقيق والبرامج الموجهة إلى فئات المستمعين والمشاهدين كبرامج (المرأة، العمال، المزارعين، الطفل، برامج محو الأمية) [1]، وهي برامج القطاع الأعم التي تغطي مساحات كبيرة من خريطة البرامج، وذلك لسرعة إنتاجها، وتعتمد على مقدم البرنامج بشرط تنطبق على هذا المقدم المواصفات الشخصية الإذاعية خاصة التلفزيونية من حيث توافر الحميمية والقرب من المشاهد[2].

ويرى الباحث هذا العنصر متوفر بكثرة لدى الإذاعة (الراديو والتلفزيون) بالسودان وأثيوبيا، كما أن الإنتاج الثقافي وما يعرف بالبرامج الثقافية يهدف هذا النوع لتبسيط الموضوع، أو فكرة ثقافية في صورة إذاعية خاصة تلفزيونية مقبولة، وتقوم على الإفادة من إمكانيات الفن الإذاعي المتميز بالتجديد والتبسيط في تقديم ثمرات الفكر والفن والعلم على أوسع نطاق، دون أن يمس ذلك المستويات ذات القيم الكبرى في الإنتاج الثقافي أي وفقاً لها إلى مزيد من التفوق والإجادة [3]. وساهم التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال وامتداد سيطرة الدول المحدودة على الإنتاج الثقافي، والعمل على صيانة التراث

(1) عبدالدائم عمر الحسن، (إنتاج البرامج التلفزيونية)، مرجع سابق، ص 231.

(2) سهير جاد، البرامج الثقافية والإعلام الثقافي، ط1، الهيئة المصرية للكتاب، 1987م، ص 58.

(3) سعد لبيب ، دراسات في العمل التلفزيوني العربي السلسلة الإعلامية (4)، المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، المجلد (8)، العدد (86)، 1986م، ص 19. http://search.mandumah.com/Record/

وإحيائه مع الحفاظ على الملامح المحلية باعتبارها رافداً هاماً وإحياء الفنون الشعبية والعمل على تطويرها.

كما أن وضع السياسة التحريرية بين السودان وأثيوبيا سيسهم في إيجاد برامج وأشكال وإنتاج إخباري متنوعة فشكل البرامج الإخبارية مطلوب لخدمة علاقات السودان وأثيوبيا إذ تعتبر الوظيفة الإخبارية من أهم الوظائف الرئيسية للإذاعة (الراديو والتلفزيون) حيث تعنى المحطات الإذاعية بالبرامج الإخبارية لجذب المستمعين والمشاهدين بتغطيتها للأحداث الجارية وتفسيرها بما يمكن أن يحتمله المستقبل من توقعات.

إن المقصود بالإنتاج الإخباري ليس بالمضمون الذي يرتبط بالإحداث الجارية فحسب، وإنما بالتخطيط ووضع السياسة التحريرية التي من شأنها أن توفر مصادر الأخبار الملائمة في الداخل والخارج، وذلك عن طريق المندوبين والمراسلين والمكاتب الخارجية والاتفاقيات الثنائية ووكالات الأنباء أو الاتحادات الإذاعية والهيئات وتوفير العناصر ذات الكفاءة الصحفية للقيام بالمهام الإخبارية وتدريبها على استخدام التقنيات الحديثة، كما أن التخطيط ووضع السياسة التحريرية توفير وإنشاء مراكز للمعلومات لتطوير العمل الإخباري، والارتفاع بالمستوى الفني للقائمين بالاتصال لكن يصل إنتاجهم إلى المستوى الملائم من حيث اختيار الأخبار وتحريرها مع الأخذ في الاعتبار ثقافة واهتمام المتلقين للخدمة الإخبارية وفقاً للسياسة التحريرية التي يتم وصفها بين السودان وأثيوبيا والتي تحكم عملية اختيار الأخبار وكيفية تناولها، بحيث تكون مقبولة لدى المتلقين والاهتمام بوجود أرشيف لتوفير الخلفيات التي تجعل الأخبار مفهومة عند صياغتها[1]. ولاحظ الباحث أن جميع هذه العناصر متوفر لدى الإذاعة (الراديو والتلفزيون) بالسودان وأثيوبيا وإن كان هناك من جهد ينبغي بذله للاهتمام أكثر بجميع مقومات الإنتاج الإخباري.

ويرى الباحث أن الإنتاج الإخباري بين السودان وأثيوبيا يمكن أن يأخذ أشكالاً وقوالب عدة منها:

(1) سعد لبيب، دراسات في العمل التلفزيوني العربي السلسلة الإعلامية (4)، مرجع سابق.

أ. نشرات الأخبار، وتخصيص نشرات تكون موجهة لصالح جمهور البلدين.

ب. التعليق وعادة ما يحمل وجهة نظر في موضوع محددة يتناوله بالشرح والتحليل.

ج. الأخبار المصورة، والتي تركز على علاقات البلدين.

د. برامج التبادل الإخباري.

هـ. برامج لربط الجمهور بما يجري من أحداث في البلدين.

و. صحف محلية تقدم للجمهور بالتركيز على قضايا وهموم البلدين.

شكل برامج المقابلة:

تعد المقابلة شكل من أشكال الحوار وهي تعد من أنجح البرامج، فالمقابلة فن له هدف محدد، ويحتاج إلى معد متمرس في هذا الشكل من البرامج والمقابلة لها عدة أنواع[1]: فهي إما الحصول على معلومة أو للوقوف على رأي أو عرضاً لشخصية وهي مقابلة المعلومة لإعطاء معلومات للجمهور في موضوع معين، وبيانات ومعلومات محددة ومقابلة الرأي وتعنى بعرض الأفكار ومعرفة آراء الناس في موضوع معين، ومقابلة الشخصية وتهدف إلى التعرف على شخصية يود الناس التعرف عليها عن قرب، أو زيادة التعريف بها[2].

وهناك شكل الإنتاج البرامج للمنوعات فبرامج المنوعات هي: برامج تعتمد على الغناء والموسيقى والمديح والشرع والتمثيلية والفكاهة والرياضة والأكروبات، ويكون دور المقدم فيها هو الربط بين هذه الفقرات[3]. والتي تهدف للتسلية والإضحاك كما أنها تتضمن البرامج التي تحتوي على الحقائق والأفكار.

وتهدف برامج المنوعات إلى الاستحواذ على المستمع أو المشاهد بتقديم البرامج الخفيفة الجذابة للترفيه والترويح عنه واستحواذه لمتابعتها. وكذلك استضافة المبدعين في مختلف ضروب المعرفة والثقافة حيث أن طبيعة تلك البرامج وهذا الإنتاج البرامجي تتنوع أشكاله، ويسمح بتقديم أنماط مختلفة حسب رؤية مخرجيها وتقديم خصائص لكل لون.

(1) يوسف مرزوق، المدخل إلى حرفية الفن الإذاعي، ط1، مكتبة الأنجلو المصرية، 1975م، ص 93.

(2) عثمان عوض الكريم محمدين، مرجع سابق، ص 199.

(3) سعد لبيب، مرجع سابق، ص 65.

ويلاحظ الباحث أن المكتبة الإذاعية للراديو والتلفزيون بأثيوبيا تحتفظ بمعظم أغاني الفنانين السودانيين ومن المقابلة أن المكتبة الإذاعية بالسودانية تفتقر لهذا العدد الموجود بالمكتبة الأثيوبية. ومن هنا تمكن أهمية وضع سياسة تحريرية مشتركة، لا شك أنها ستوفر مثل هذه المواد الإذاعية التي لا غنى للإنتاج الإذاعي عنها. وهناك أشكال عدة للإنتاج الإذاعي يمكن أن يتم بين السودان وأثيوبيا من خلال شكل المجلة التلفزيونية ولها أشكال: (المجلة الإخبارية، والمجلة المتخصصة، وتأخذ شكل مجلة المنوعات أو المجلة ذات الموضوع الواحد، إضافة إلى الإنتاج الفيلمي فشكل البرامج الفيلمي، والإنتاج لبرامج الأطفال إضافة إلى إنتاج برامج الندوات والمناقشات والبرامج التعليمية وشكل البرامج السياسية والبرامج الدرامية وغيرها.

ويرى الباحث أن جميع كل هذه الأشكال للبرامج يمكن إنتاجها في الإذاعة (الراديو والتلفزيون) وفق سياسة تحرير متفق عليها بين السودان وأثيوبيا، ويمكن أن تنعكس لمصلحة علاقات البلدين.

المبحث الثالث
السياسات الإعلامية في السودان وأثيوبيا

أولاً: السياسات الإعلامية في السودان:

كلمة سياسة تعني «أنها مجموعة لشروح ونظم العمل التي تصنعها الإدارة لتهيئ دليلاً مرشداً للرؤساء وهم مفكرون لصناع القرار وكذا للمرؤوسين كمنفذين في مختلف المستويات والوحدات التنظيمية وعادة ما توضح السياسة الهدف من المجالات التنظيمية، فتقدم ارشادات لاختبار المناهج والسبل المناسبة لبلوغ هذه الأهداف وتحدد السياسات مجال التحرك لصناع القرارات وتساعد على جعل القرار منسجماً مع الأهداف وسهمها في تحقيقها كما تؤدي السياسات الفعالة لتهيئة رؤية واضحة موحدة للرؤساء والمرؤوسين تجاه رسالة المنظمة وأهدافها وهي بذلك تسهم في تحقيق الانسجام والتنسيق بين جهود الإدارة والأقسام والأفراد[1]. وقد تطلق كلمة سياسة على المواطن وحقوقه أو المواطن بوصفه مواطناً، والسياسة عند علماء اللغة يعرفها ابن منظور: بأنها: السياسة هي القيام على شيء بما يصلحه والسياسة فعلاً لساس[2].

كما تم الإشارة سابقاً أن السياسة الإعلامية في تعريف اليونسكو بأنها: النشاط الإعلامي ونوع الرسالة وصيغ التدخل سواء كانت مباشرة أو غير ذلك في التأثير على السلوك، ونتائج عملية التأثير وعلاقة الإعلام بالعلوم الأخرى، توافق الإعلام مع الأنشطة الرسمية وغيرها وكل تلك المبادئ تتضمن الآتي:

1. المبادئ: الأهداف السياسية للدولة او المؤسسة.
2. المعايير: مدى تطابق الرسالة مع الإطار العام لقوانين السياسة العامة في القيم والأيدولوجيا السياسية التي تتحكم في السلوك الإعلامي.

اجتهد الباحث كثيراً في البحث في المؤسسات الحكومة السودانية المعنية بالسياسات الإعلامية ولم يجد أي قرار أو وثيقة أو قانون صادر عن الحكومة او وزارة الإعلام أو أي مكتوب يؤكد أن السودان لديه سياسة إعلامية، وكل الذي وجده

(1) منير حجاب: الموجه الإعلامي، دار الفجر للنشر، ط1، 2004م، ص13.

(2) أمين حسن عمر، أصول السياسات، دراسة موضوعية في أصول فقه السياسات العامة في الدولة الإسلامية المعاصرة، هيئة الأعمال الفكرية، الخرطوم،2004م، ص27.

موجهات مبعثرة، وهي في حالة تعديل مستمر. ومعلوم أن السياسة الإعلامية تستمد قوتها وفاعليتها وحيويتها من بعدها التشريعي الخاص بالمؤسسات الإعلامية إلى جانب الخطط السنوية وربع السنوية، والخطط الاستراتيجية القومية الشاملة والخطط الخمسية وحتى مؤثرات الحوار حول قضايا الإعلام الذي عقدته الحكومة في هذا الصدد، ويعزى الباحث السبب الجوهري في عدم وجود سياسة إعلامية سودانية موحدة ومكتوبة لعدم استقرار حكم السودان في نظام حكم مستقر منذ الإستقلال.

وقد انعكس عدم الاستقرار السياسي في السودان على جميع مناحي الحياة ونظم الدولة وللإرتباط الوثيق بين النظام السياسي والنظام الإتصالي. فقد شهد السودان عدم استقرار واضح في سياسات الاتصال وذلك نتيجة تلك التقلبات في إدارة البلاد وهذا ليس قاصراً على تقلب السياسات الإتصالية بين حكومة وحكومة، بل نجد أن من داخل الحكومة الواحدة تتقلب السياسات الإتصالية بين وزير ووزير وربما ينزل الآخرين وكيل ووكيل داخل الوزارة الواحدة[1].

وحتى خلال مراجعة الباحث لهيكل وزارة الإعلام منذ الاستقلال اتضح له أن عدد وزراء الإعلام الذين تعاقبوا على هذه الوزارة بلغوا «60» وزيراً بينما تعاقب على وكالة الوزارة عدد أكثر من أربعين وكيلاً. وهذا وحده يشير للتغيرات والتقلبات التي شهدتها وزارة الإعلام.

انعكس هذا كله على المؤسسات الإعلامية المختلفة حيث عدم الاستقرار للسياسات الإعلامية وعدم اصدارها بشكل موحد أو مكتوب مضبوط بقانون يعبر عن السياسة الإعلامية السودانية.

مع نهاية فترة الثمانينيات وبداية عقد التسعينيات تغير نظام الحكم في السودان وكشفت السلطة السياسية عن عزمها لأحداث تحول في الواجهة، وتغير في الهوية واستبدال لأدوات العمل ووسائل النشاط الثقافي والسياسي والاجتماعي، وأصبحت الفكرة المستمدة من العقيدة منهجاً ومشروعاً سياسية[2].

(1) سماح عبدالباقي على العباس، أثر الإعلام في صنع القرار السياسي في السودان، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في العلوم السياسية، جامعة أفريقيا العالمية، كلية الدراسات العليا، قسم علوم سياسية، نوفمبر2013م، ص47.

(2) كمال الدين جعفر عباس، البعد الفكري للإعلام السياسي العربي المعاصر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الاسلامية، كلية الإعلام ، 2002م، ص23.

وقــد وضــع مجلــس قيــادة ثــورة الانقــاذ الوطنــي ومجلــس الــوزراء في 1989م محــاور للاســتراتيجية الإعلاميــة والتــي اجازهــا المجلســين تمثلــت في الآتــي:

1. رســم خطــوط رئيســة للمرجعيــة الفكريــة التــي تهــدي الســلوك الإعلامــي وتحدد مقاصــد الخطــاب الإعلامــي ومنطلقاته.

2. إعــادة تفعيــل وتنظيــم الأجهــزة الإعلاميــة وفــق مــا تهــدى إليــه مــؤشرات المرجعيــة الفكريــة ويعنــي ذلــك إعــادة النظــر في اللوائــح والقوانــين مــع إدخــال التقنيــات الفنيــة.

3. وضــع خطــط رئيســية للتعامــل مــع الخطــاب الإعلامــي الأجنبــي مــن حيــث الإباحــة والمنــع والتدخــل(1)، وعــلى ضــوء تلــك الاســتراتيجية انعقــد مؤتمــر الحــوار الوطنــي حــول قضايــا الإعــلام في فبرايــر 1990م. والــذي خــرج بعــدد مــن التوصيــات منهــا:

- يعتــبر مــا جــاء في وثيقــة الاســتراتيجية والخطابــات التوجيهيــة، أساســاً صالحــاً للسياســات والموجهــات المطلوبــة للمرحلــة القادمــة، ويدعــو إلى إعــادة صياغــة الاســتراتيجية، بحيــث تأخــذ في الاعتبــار مــا جــاء في الخطابــات التوجيهيــة وفي توصيــات هــذا المؤتمــر، بحيــث يأتــي التميــز بــين المبــادئ والأهــداف والوســائل واضحــاً ومبينــاً للعلائــق.

- يــوصي المؤتمــر بــأن تعمــل الدولــة عــلى توفــير المزيــد مــن الاســتقلالية والحريــة للوســائل الإعلاميــة حتــى تســتطيع أداء دورهــا بكفــاءة.

- أن تعمــل الدولــة عــلى قيــام نظــام إعــلام ي جديــد يتيــح الفرصــة للتكامــل بــين وســائل الإعــلام المملوكــة للدولــة وتلــك التــي يملكهــا القطــاع الخــاص بمــا ينســجم مــع المصلحــة العامــة، ويكفــل التنــوع والتعــدد في إطــار متفــق عليــه مــن خــلال القانــون.

- أن تكفــل الدولــة للعاملــين في أجهــزة الإعــلام الحــق في الحصــول عــلى المعلومــات دون حجــر عــلى حريــة تحركهــم أو حجــب المعلومــات عنهــم.

---

(1) ناهــد حمــزة محمــد صالــح، دور الصحافــة الســودانية في دعــم الوحــدة الوطنيــة، رســالة دكتــوراة غــير منشــورة، جامعــة أم درمــان الإســلامية، كليــة الإعــلام، 2001م، ص189.

- التخطيط للعمل الإعلامي بالصورة المثلى التي تمنحه أكبر قدر من الاستقلالية والدقة وأن تمكن له من المرونة والتنويع والتوازن.

- تطوير الإعلام المتخصص في الوزارات والمؤسسات والهيئات الحكومية حتى تصبح رافداً أصيلاً من روافد العمل الإعلامي.

- مراعاة الوضع الخاص للإعلاميين في علاقاتهم بالقرار السياسي وأهمية تنويرهم بأبعاده، وأهدافه، إذ تقع عليهم مسؤولية تبصير وتوعية المواطنين بذلك القرار.

- حماية حق الصحف في المحافظة على مصادر معلوماته باعتبار ذلك حق تكفله الأعراف والتقاليد المهنية[1].

- وفي مجال التدريب أوصى المؤتمر بقيام مجلس للتدريب الإعلامي وتكثيف برامج التدريب، والاهتمام بالبحث العلمي في مجالات الاتصال المختلفة.

- أوصى المؤتمر بإصدار قانون لحماية سرية المعلومات للمحافظة على سرية المعلومات ووضع قيد زمني يسمح بتداولها بعده، وعلى ضوء ذلك جاء القانون الجنائي لسنة 1991م حيث جاء في الباب الخامس من الجرائم الموجهة ضد الدولة الفقرة (55) من يحصل بأي طريقة على أمور سرية من معلومات أو يشرع في الإفضاء بتلك المعلومات أو المستندات لأي شخص دون إذن أو عذر مشروع يعاقب بالسجن مدة لا تتجاوز سنتين أو الغرامة أو بالعقوبتين معاً وتكون الغرامية والسجن مدة لا تتجاوز خمس سنوات إذا كان الجاني موظفاً عاماً[2].

وجاءت بعد ذلك الاستراتيجية القومية الشاملة في 1992م ووصفت منهجاً إعلام ياً لتسير على نظام المؤسسات الإعلامية في السودان ووحدت أهداف العمل في الآتي:

1. الالتزام بمرجعية الشريعة الاسلامية بما ينعكس على السياسات والبرامج والأطر لتكتمل أركان الرسالة الإعلامية ووظائفها في توجيه المسيرة صوب مقاصدها.

---

(1) قضايا الإعلام في السودان، وثائق مؤتمر الحوار حول قضايا الإعلام في السودان، دار الأصالة للطباعة والنشر والانتاج الإعلامي، ط2، الخرطوم، 2004م، ص174.

(2) هشام محمد عباس زكريا، القائم بالإتصال «رواية في الواقع السوداني»، الخرطوم، مطبعة الجمهورية، ط1، 2004م، ص31.

2. العمل على تعزيز الوحدة الوطنية والتطلعات القومية والدعوة إلى السلام وتوحيد الصف.

3. تأكيد مبادئ السماحة والعدالة والحرية والشورى والمساواة وحفظ التوازن بين حقوق الفرد والجماعة وتأكيد مكانة الجماعات والثقافات في الكيان الوطني.

4. أداء الوظيفة المزدوجة القائمة على التواصل بين القيادة والشعب.

5. الاضطلاع بدور رائد في مجالات التوعية والتعبئة.

6. الاهتمام ببرامج التحديث والاستخدام الأمثل للتقانة ومواكبة التطور العلمي العالمي.

7. تشجيع الإدخار والإستثمار وفقاً لمسيرة التنمية القومية الشاملة.

8. الاهتمام ببرامج التنوير الإداري وتوعية المواطنين بأهمية الانضباط وصلاح الخدمة والاهتمام بالعمل كقيمة دينية وأخلاقية وإنتاجية.

9. الإهتمام بالتوجيه التربوي والاجتماعي والبيئي وأفراد اهتمام خاص لبرامج محو الأمية الحضارية الأبجدية والوظيفية.

10. التعريف بالقضايا المصيرية وآثارها وتطوراتها على المستويات الإسلامية والعربية والإغريقية، وعلى المستوى العالمي.

11. إيلاء علاقات السودان الخارجية كل الرعاية والاهتمام والتركيز على إبراز الوعي التكاملي مع كل الأشقاء العرب.

12. الاعتماد على النفس ومحاربة الفقر والجهل والمرض وخشية الله.

13. دعم القوات النظامية للنهوض بمستوياتها في تأكيد الاستقلال والهوية.

14. إحياء روح الجهاد والإقدام في صدور المواطنين وتعزيز تنظيماتهم الجهادية ممثلة في الدفاع الشعبي والخدمة الوطنية والشرطة الشعبية [1].

(1) الاستراتيجية القومية الشاملة، 1992-2002م، مركز الدراسات الاستراتيجية، المجلد الأول، دار جامعة الخرطوم، ط2، ص130.

15. أمـا فيمـا يتعلـق بالتدفـق الإعلامـي الخارجـي عـلى البـلاد فقـد وجـد الباحـث أن السياسـة الإعلاميـة السـودانية اتخـذت بمـا يسـمى (سياسـة البـاب المـوارب) وهـو مـا يعـرف بالخـط الوسـط فـلا يسـعى للحقـول دون وصـول البـث الخارجـي مطلقـاً ولا يسـمح بإباحيـة إعلاميـة تهـدد الإقبـال عـلى البـث القومـي كمـا تهـدد القيـم الأصليـة للأمـة.

يذكـر دكتـور أمـين حسـن عمـر في ورقتـه عـن السياسـة الإعلاميـة في السـودان أنـه ولتـلافي الآثـار السـلبية للإعـلام الموجـه مـن الخـارج إلى الداخـل تتخـذ الدولـة عـدداً مـن السياسـات الإعلاميـة تتمثـل في الآتـي: -

أ. المبـادرة الإعلاميـة بنـشر الأخبـار المهمـة داخليـاً قبـل تسريبهـا للخـارج وإعـادة بثهـا في القالـب الـذي يـروق للإعـلام المعـادي.

ب. تتبـع الشـبهات الإعلاميـة بإعـلام مضـاد لدحضهـا قبـل أن تفلـح في تركيـز انطباعـات دائمـة لـدى المسـتمعين والمشـاهدين.

ج. اعتمـاد سياسـة التحصـين المسـبق بتثقيـف الجمهـور بمرامـي ومقاصـد الإعـلام الأجنبـي الموجـه.

د. تعمل السياسـة الإعلامية على تقوية الارسـال ليبلـغ المجال الحيوي للسـودان أفريقيا باللغـات السـائدة وعربيـاً واسـلامياً مـع اتخاذ سياسـات جعـل السـودان مرجعية إعلاميـة موثـوق بها، وذلـك بالارتقاء بالمسـتوى المهنـي وبفعاليات التغطيـة الدولية وتأكيـد مصداقيـة المصـدر السـوداني للمعلومـات والأخبـار[1]، وبالفعل فقد سـجل الإعـلام السـوداني نجاحـاً كبـيراً في هـذا الصـدد خاصة الفضائيـة السـودانية التي شـكلت مصـدراً اعتمـد عليه الإعـلام الخارجـي في كثير مـن الأحـداث الداخلية التي نجحـت في تغطيتهـا مبـاشرة وبصـورة كاملـة، مثـل حادثـة ضرب مصنع الشـفاء مـن قبـل أمريـكان أغسـطس 1998م ودخـول المتمردين إلى أم درمـان في يوم 10 مايـو 2008م ومـا اعقـب مذكرة توقيف الرئيس البشـير مـن قبل المحكمـة الجنائية الدوليـة، حيـث أصبحـت الفضائيـة السـودانية مرجعيـة خيريـة اعتمـدت عليهـا الفضائيـات العربيـة والأجنبية في تغطية زيـارات الرئيس البشـير الداخلية وخطاباته الجماهيريـة، وعكـس المواقـف السياسـية الداخليـة التي نتجـت عن هذا القـرار[2].

(1) أمـين حسـن عمـر، السياسـة الإعلاميـة في السـودان، سلسـلة أوراق اسـتراتيجية(6) مركـز الدراسـات الاسـتراتيجية، ط1، الخرطـوم، 1999م، ص33-34.

(2) سماح عبدالباقي على العباسي، أثر الإعلام في صنع القرار السياسي في السودان، مرجع سابق، ص52.

وتوالت النصوص القانونية التي تناولت سياسات العمل الإعلامي بعد ذلك مثل، دستور جمهورية السودان لسنة 1998م حيث جاء في المادة (25): (حرية الفكر والتعبير) يكفل للمواطنين حرية التماس أي علم أو اعتناق أي مذهب في الرأي والفكر دون إكراه بالسلطة، وتكفل لهم حرية التعبير، وتلقي المعلومات والنشر والصحافة دون ما قد يترتب عليها من اضرار بالأمن او النظام او السلامة أو الآداب العامة، وفق ما يفصله القانون[1].

واستهداءً بدستور 1998م والتجارب الدستورية السابقة بدستور جمهورية السودان الانتقالي لسنة 2005م وورد في الباب الثاني منه «وثيقة الحقوق» وتحت عنوان «حرية التعبير والكلام» ما يلي:

1. لكل مواطن حق لا يقيد في حرية التعبير وتلقي ونشر المعلومات والمطبوعات والوصول إلى الصحافة دون المساس بالنظام والسلامة والأخلاق العامة وذلك وفقاً لما يحدده القانون.
2. تكفل الدولة حرية الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى وفقاً لما ينظمه القانون في مجتمع ديمقراطي.
3. تلتزم كافة وسائل الإعلام بأخلاق المهنة وبعدم اثارة الكراهية الدينية أو العرقية أو العنصرية أو الثقافية أو الدعوة للعنف أو الحرب [2].

السياسات الإعلامية في فترات الحكم العسكري السوداني:

العلاقة بين الإذاعة والتلفزيون والصحافة المطبوعة ظلت تتميز بتسلط وتحكم النظام في الإعلام وتوظيفه ليكون أداة من أدوات الحكم [3]، وكما هي عادة النظم العسكرية بعد أي انقلاب يتم إعلان حالة الطوارئ وتعطيل الدستور وإلغاء القوانين وإيقاف الصحف ومصادرتها، والسماح لصحف النظام بالصدور (في السياسات الاتصالية في النظم العسكرية يلغي عنها الدستور الذي تصفه تلك الأنظمة بحرية التعبير والنشر، وحق الصحف في تملك المعلومات، وتصادر هذه الحريات بواسطة القوانين والإجراءات لمصلحة النظام. فالسياسات الاتصالية في النظم العسكرية تصاغ لتخدم أهداف النظام وتوجهاته دون مصلحة المجتمع أو الصحف في القيام بدورها).

(1) مشروع دستور جمهورية السودان، ابريل 1998م، المجلس الوطني، ص8.

(2) دستور جمهورية السودان الانتقالي لسنة 2005م، المجلس الوطني، ص15.

(3) وليد علي أحمد خليفة، الصحافة السودانية وسياسة الاتصال بالتطبيق على صحيفتي الرأي العام والصحافة السودانية، رسالة دكتوراه الفلسفة في الإعلام، غير منشورة ، جامعة أم درمان الإسلامية، 1999م، ص 214.

الحكم العسكري الأول بقيادة الفريق (إبراهيم عبود):

بعد استلامه للسلطة أعلن قيام المجلس العسكري وحل الأحزاب وإيقاف التي تصدر، وسمح للصحف المستقلة بالصدور وأوقفها بعد ذلك لهجومها ونقدها للنظام. وأصدر صحيفة (الثورة) لتكون هي الصحيفة الوحيدة طيلة فترة الحكم. فتميزت السياسات الاتصالية في هذه الفترة بالسيطرة الكاملة على وسائل الإعلام واستخدامها لتوطيد وترسيخ الحكم، وقد اتضحت السياسات الاتصالية للحكم العسكري منذ البيان الأول وتبع ذلك عدد من الإجراءات الخاصة بخطة الحكومة العسكرية تجاه وسائل الاتصال منها:

1. إيقاف الصحف إيقافاً مؤقتاً حتى ينظر في أمرها.
2. حظر نقد الحكومة.
3. تعديل قانون الصحافة والمطبوعات لعام 1930م.

ليعطي وزير الداخلية صلاحيات واسعة في منح وإلغاء الترخيص للصحف، كما أعيد تشكيل لجنة المطبوعات لفرض المسد من السيطرة الحكومية.

1. إصدار صحيفة حكومية (الثورة) لتكون لسان حال الحكومة، كما تم إصدار صحيفة أخرى حكومية ناطقة بالإنجليزية وهي صحيفة (السودان ديلي) .
2. متابعة الصحف ورقابتها ومعاقبة التي تخالف منها الأوامر والتعليمات الخاصة بالعمل الصحفي، كما حدث لصحيفة (الطليعة) لسان حال الاتحاد العام لعمال السودان التي أوقف في ديسمبر 8591م، ولصحيفة (الأيام) التي تم تعطيلها في يناير 9591م لاحتجاجها على محاكمة السكرتير العام لاتحاد نقابات عمال السودان [1].

أما على صعيد الإذاعة السودانية فقد سارت الأوضاع فيها وفق ساعات الإرسال الإذاعي ولكن تم تغيير الإذاعة.

(1) فتح الرحمن محجوب، مأزق السلطة الرابعة، دار عزة للتوزيع والنشر، الخرطوم، 2003م، ص 53.

فترة الحكم العسكري الثاني بقيادة (المشير/ جعفر محمد نميري):

تعد من أهم الفترات في تاريخ الإذاعة والتلفزيون وعلاقتها بالسلطة، فلأول مرة في تاريخ السودان يتم تأميم الصحافة السودانية، فأوقفت جميع الصحف الحزبية وغير الحزبية، ومنح حق إصدار الصحف للاتحاد الاشتراكي فقط، وأن تصدر هذه الصحف للتعبير عن اتجاهات النظام الاشتراكي الذي تبنته حكومة مايو في بدايتها[1]. رغم صدور الدستور الدائم للبلاد في عام 1972م والذي نص على حرية الرأي والتعبير، إلا أن قانون الصحافة والمطبوعات لعام 1973 أكد على قبضة النظام على السلطة. فلم تكن هناك مساحة للرأي الأخر، كما أعطى القانون حق ممارسة العمل الصحفي لأعضاء الاتحاد الاشتراكي فقط، فحصر القانون ممارسة العمل الصحفي، وحصر القانون ممارسة مهنة الصحافة على الموالين للنظام. فسياسات النظام المايوي في تعاملها مع النظم المجتمعية ومنها الحصافة قامت على فرض السيطرة بقوة القانون وتوجيهها لخدمة أهداف النظام. وتم إلغاء قانون وإصدار قانون للصحافة المطبوعات لعام 1973م ليؤكد على قضية الحكومة على نظام الإعلام في البلاد.

ويشير الباحث إلى أنه رغم أن قانون 1930م كان استعمارياً إلا أن مساحة الحرية فيه كانت أكثر مما جاء في قانون 1973م، والذي قصر ملكية وإصدار الصحف على الحكومة، وأنه على الرغم من صدور الدستور الدائم للبلاد ونصه على حرية الرأي والتعبير إلا أن قانون الصحافة لعام 1973م جاء سلطوياً وجاءت عدد من بنود تخالف الدستور.

النظام العسكري الثالث (نظام الإنقاذ):

يرى دكتور (فتح الرحمن محجوب) في كتابه (مأزق السلطة الرابعة): أنه لم يختلف كثيراً عن النظامين السابقين وذلك بتبنيه للفكر الإسلامي بديلاً للفكر الاشتراكي ويرى الباحث أن النظام الاشتراكي أكثر استدراراً من الأنظمة الأخرى وذلك من خلال تطبيقه للنظرية الاشتراكية، وبالتالي ليس هناك أوجه مقارنة بين النظرية الاشتراكية والفكر الإسلامي الذي يعترف بالرأي والرأي الآخر ولديه إرث عميق في هذا الصدد (نصف رأيك عند أخيك) وغيرها من الشواهد التي تؤكد ذلك من القرآن والسنة.

(1) فتح الرحمن محجوب، (مأزق السلطة الرابعة)، مرجع سبق ذكره، ص 53.

وأضاف د. فتح الرحمن محجوب : (ان نظام الإنقاذ ألغى الأحزاب وعطل الدستور وأعلن حالة الطوارئ، وأن علاقة الصحافة بنظام الإنقاذ في الفترة الأولى من الحكم سادتها السيطرة والعنف أكثر من النظامين السابقين) [1]. حيث أوقف جميع الصحف عن الصدور وإصدار النظام صحيفة (القوات المسلحة) لتعبر عنه، ثم أصدر بعد ذلك صحيفتي (الإنقاذ الوطني) و(السودان الحديث) كصحف تابعة للنظام وناطقة باسمه، وكانت حركة الإنقاذ أكثر عنفاً في التعامل مع الإعلام؛ إذ أوقفت منذ يومها الأول الصحف كافة ولم تفرق بين المستقلة أو الحزبية، وحاولت أن تملأ هذا الفراغ الذي خلفه القرار بإصدار صحيفة القوات المسلحة يومياً. ولم يكن القرار قد حالفه التوفيق لأن الانقلابات في أيامها الأولى تحتاج إلى من يعرف بخططها وسياساتها ودواعي قيامها وقادتها، ثم صدرت بعد ذلك صحيفتي (الإنقاذ الوطني، والسودان الحديث) لتعبر عن الحكومة وتدافع عن سياساتها، وقد كان أداء هذه الأجهزة الإعلامية بائساً، فهي لم تفلح حتى في عكس رأي الحكومة بصورة مرضية ناهيك عن أن تؤدي دور الإعلام المتكامل باعتبارها قناة حوار بين الحكومة والشعب.

ثم أصدرت الإنقاذ بعد ذلك قانون الصحافة والمطبوعات الصحافية لعام 1999م والذي فرض القيود والرقابة على إصدار الصحف، وأعطى حق إصدار الصحف للمؤسسات والهيئات فقط، ثم صدر قانون آخر عام 1996م قدمت فيه الإنقاذ بعض التنازلات لتفعيل المشاركة السياسية وأعطت حق إصدار الصحف للأفراد والأحزاب، بعد إجازة قانون التوالي السياسي، ثم صدر قانون 1999م تعديل لسنة 2000م وبعد توقيع اتفاقية السلام الشامل مع الحركة الشعبية شهدت الإنقاذ مزيد من الانفتاح في العمل الإعلامي، فصدر قانون الصحافة والمطبوعات لعام 2004م وأجاز البرلمان السوداني قانون الصحافة والمطبوعات لعام 2009م[2].

أن سياسات الاتصال في فترة الإنقاذ تطورت مع التطورات التي مر بها النظام نتيجة للضغوط الداخلية والخارجية، فارتبط العمل الإعلامي بسياسات النظام أكثر من اللوائح والقوانين إلا أن وسائل الإعلام مازالت تعاني من القيود والتدخلات الرسمية وصعوبة الحصول على المعلومات من مصادرها،

(1) المرجع نفسه، ص 67.

(2) فتح الرحمن محجوب، (مأزق السلطة الرابعة)، مرجع سبق ذكره، ص 65.

فالسياسات الاتصالية وأن تنادت بالحريات كما جاء في دساتير تلك الأنظمة التي حكمت السودان، إلا أنها تميزت بالتسلط والقبض وعدم الاعتراف بالرأي الآخر حسبما رأى د. فتح الرحمن محجوب في كتابه (مأزق السلطة الرابعة).

ويرى الباحث أن واقع المؤسسات الإعلامية عموماً هو انعكاس لواقع المجتمع السوداني، إذ أن تغيرات ديسمبر 2019م نادت بالحرية والسلام والعدالة إلا أنها سرعان ما تراجعت عن هذه الشعارات، فما تزال الإذاعة والتلفزيون والصحافة تعاني من تقييد الحريات مما أبعدها عن تفاعلها مع المجتمع، ويعزى ذلك لأن الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون في السودان لم تتمكن من وضع سياسات لإعلامية واضحة المعالم للعمل بها، زد على ذلك التقلبات الإدارية التي شهدتها الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون في السودان[1].

ورغم صدور أمر تأسيس 2014م الخاص بالهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون والذي يعد من أفضل القوانين من حيث خصوصية عمل الإذاعة والتلفزيون إلا أنه لم يتم الاستفادة منه بعد، بل كان حكومة ثورة ديسمبر قد أصدرت خلال عام وأحد من عام 2019- 2020م سنة قرار غير بموجبها مديري الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون وذلك على النحو التالي: (يوم 11 إبريل 2019م صدر قرار بإعفاء الأستاذ/ محمد حاتم سليمان مدير عام الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون وإيداعه السجن دون أن تقدم له أي تهمة واضحة في هذا الصدد، وظل حبيساً حتى كتابة هذا البحث وتم تعيين الأستاذ/ جمال مصطفى مديراً عاماً للهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون في شهر مايو 2019م والذي لم يستمر في هذه الوظيفة سوى اثنان وعشرين يوماً. ثم تم إعفائه دون أسباب واضحة، وتم تعيين الأستاذ/ اسماعيل عيساوي في يوليو 2019م والذي استمر في هذه الوظيفة نحو أربعة أشهر ولكن تم إعفاؤه من منصبه وتم تعيين الأستاذ/ إبراهيم البزعي في شهر سبتمبر 2019م ثم تعيين الرشيد سعيد وكيل وزارة الإعلام مديراً مكلفاً للهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون ثم تم تعيين لقمان أحمد في شهر مارس 2020م وعموماً لكي تكون الصحافة السودانية مؤسسة قادرة على القيام بدورها تجاه المجتمع، لابد من صياغة السياسات الإعلامية والخطط التي تمكنها من تحقيق أهدافها ومسئوليتها خاصة وأن السودان يعاني من مشاكل كثيرة ويدخل في مراحل أكثر أهمية من حيث التحول الديمقراطي عبر الانتخابات، ولمواجهة التأثيرات

(1) فتح الرحمن محجوب، (مأزق السلطة الرابعة)، مرجع سبق ذكره، ص 68.

السياسية الخارجية، والرسائل الإعلامية الوافدة والمحملة بقيم واتجاهات قد لا تتوافق مع طبيعة وثقافة السودان والاستفادة من التجربة الأثيوبية في وضع وإجازة السياسات الإعلامية والعمل بها. ويرى الباحث ضرورة وضع سياسات إعلامية تهيئ البيئة الملائمة للعمل الإعلامي، وأن تكون نقيضاً لنظام الحرية المختار وأن يتم البث والنشر عبر وسائل الإعلام المختلفة بصورة مسئولة عن المعلومات والحقائق لمساعدة الرأي العام على تشكيل وتكوين اتجاهاته وتوظيف وسائل المعلومات لمهامها ومسئولياتها، فأجهزة الإعلام غير فاعلة في غياب المعلومات والتسلط عليها، كما يجب دعم العمل الإعلامي اقتصادياً بتخصيص الرسوم والضرائب ومدخلات العمل الإذاعي والتلفزيوني والصحفي عموماً لضمان قيام مؤسسات إعلامية راسخة اقتصادياً وقادرة على تطوير نفسها وإدخال التقنيات الحديثة في مجال الإنتاج[1].

كما أن التكامل بين الإذاعة والتلفزيون في السودان وأثيوبيا من حيث الخطط والبرامج والسياسات الإعلامية المشتركة يمكنهما من القيام بأدوارهما في تعزيز علاقات البلدين، ويمكنهما من تكوين مؤسسات وهيئات إذاعية وتلفزيونية حديثة لها قدراتها وفاعليتها متى ما توفرت لها السياسات الإعلامية والاتصالية الناجحة.

(1) فتح الرحمن محجوب، (مأزق السلطة الرابعة)، مرجع سبق ذكره، ص 69.

الفصل الثالث

التخطيط الإعلامي والسياسات التحريرية

المبحث الأول
مفهوم التخطيط الإعلامي وأهدافه ومستوياته

المبحث الثاني
مفهوم السياسات الإعلامية وتطورها
وتأثيرها في الإنتاج الإعلامي

المبحث الثالث
نماذج دولية في وضع السياسات التحريرية

المبحث الأول
مفهوم التخطيط الإعلامي وأهدافه ومستوياته

يعتبر التخطيط أحد العناصر الجوهرية في عملية الإدارة، وله أولوية على الوظائف الإدارية الأخرى من تنظيم وتشكيل وتوجيه ورقابة. وإذا كان التخطيط مهم ومطلوب بهذا الشكل، فهو أكثر أهمية لوسائل الإعلام التي تحولت إلى صناعة تحتاج إلى استثمارات مالية ضخمة، وتعدى تأثيرها الحدود بعد أن تحول العالم إلى قرية إلكترونية صغيرة.

ويرى عاطف عدلي العبد [1] أن كلمة تخطيط تعتبر من الكلمات ذات المعنى الواسع، حيث يعتبره البعض مصطلحاً شاملاً له منفعته المؤكدة، ويمتد مضمونه العام من الإعتبارات الفلسفية الواسعة إلى التفاصيل الدقيقة المحددة. ويعتبر التخطيط أحد الوظائف الإدارية الرئيسة ويغطي مجالاً واسعاً من الأنشطة إبتداءً من الاساس المبدئ بالحاجة إلى العلم بشيء ما إلى التحديد القاطع كما يجب عمله ومتى؟ ومن يقوم بالتخطيط؟.

ويعتبر أدق التعاريف وأشملها ما قدمه الأستاذ الدكتور على السلمي[2] حيث عرف التخطيط بأنه: تحديد الأعمال أو الأنشطة وتقدير الموارد واختيار السبل الأفضل لإستخدامها من أجل تحقيق أهداف معينة، ويرى الباحث ان التخطيط هو عملية مستمرة، ومستقبلية في طبيعتها وتتجه إلى الإعداد المتكامل للوصول إلى نتائج وانجازات مستهدفة ومرجوة.

يتميز التخطيط بأنه عملية متدفقة ومترابطة من الأنشطة التي تبدأ بتحديد الأهداف وإعداد السياسات والإستراتيجيات الموضحة لإتجاهات العمل وقواعد ومعايير إتخاذ القرارات (أو المفاضلة والإختيار من بين البدائل) وتوفير الظروف والأوضاع المساعدة على تحقيق الأهداف وتطوير الخطط والبرامج[3].

---

(1) التخطيط الإعلامي الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، الدار العربية للنشر والتوزيع-الطبعة الأولى-2009م، ص23، القاهرة- مصر.

(2) علي السلمي، التخطيط والمتابعة، ط1، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، مصر1995م، ص152.

(3) عاطف عدلي العبد، التخطيط الإعلامي الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، مرجع سابق، ص25.

مـن هنـا يعكـس التخطيـط منطـق النظـام وفلسـفة الإلتـزام بالعمـل في إطـار مرسـوم ومحـدد ويعتمـد النجـاح في الأخـذ بأسـلوب التخطيـط علىتوفـير منـاخ إيجابـي المنطـق والفلسـفة القائـم عليهـا، فالتخطيـط نمـط للسـلوك وأسـلوب في الحيـاة. وعليـه فالمقصـود بالتخطيـط أنـه هيـكل متكامـل مـن الخطـط تختـص كل منهـا بجانـب أو آخـر مـن العمـل لتحقيـق الهـدف الأكـبر، فعـلى سـبيل المثـال حـين تذكـر الخطـة الخمسـية للدولـة هـي تتكون مـن مجموعـة خطـط، للصناعـة والزراعة والتجـارة والقـوى العاملـة والإعـلام . كمـا يمكـن التعبـير عـن هيـكل الخطـط مـن زاويـة المـدى الزمنـي لـكل منهـا، فهنـاك خطـط قصـيرة الأجـل، وأخـرى متوسـطة الأجـل، وثالثـة طويلـة الأجـل. ويجـب أن تتبلـور كل عمليـة تخطيـط في خطـط واضحـة محـددة، وبالتـالي إن لـم تتوفـر تلـك الخطـط يصبـح التخطيـط اهـداراً للوقـت والمـال بـلا عائـد.

ويجمـع خـبراء التخطيـط أنـه أي التخطيـط يعمـل عـلى زيـادة الكفـاءة والفاعليـة الإداريـة، ويعـد مـن الوظائـف الضروريـة لـلإدارة وذلـك لعـدة أسـباب منهـا:ـ

التغلـب عـلى عـدم التأكـد والتغيـير، حيـث يتعلـق التخطيـط بالمسـتقبل الـذي يتصف بالغمـوض وعـدم التأكـد والتغيـير، ويمكـن بوسـاطته التعـرف عـلى المشـكلات المتوقـع حدوثهـا وعمـل الـلازم لتلافيهـا والاسـتعداد قبـل وقوعهـا.

كمـا أن التخطيـط يبـين أهـداف المنشـأة بوضـوح، حتـى يسـتطيع كل الأفـراد العمـل عـلى تحقيقهـا وتركيـز الإنتبـاه عليهـا، كمـا يعمـل عـلى الاسـتخدام الأمثـل للمـوارد، حيـث توجـه لتحقيـق النتائـج المنشـودة مع تحقيـق التتابـع الفعـال للجهـود المبذولة، ويعتـبر التخطيـط أفضـل وسـيلة لتجنـب العمـل غـير منتـج إلى أدنـى حـد، فالجهـود التـي سـتبذل تـدرس وتختـار بـكل دقـة وعنايـة بحيـث يقتـصر الإسـتخدام عـلى تلك الجهـود الضروريـة بالمقاديـر الصحيحـة لتحقيـق العمـل المحـدد. كمـا أن التخطيـط يـؤدي إلى تقليـل الوقـت الـلازم للقيـام بالأنشـطة المخططـة لأن الأداء سـيقتصر عـلى العمـل الـضروري، بالإضافـة إلى تحديـد الوقـت الـلازم لتنفيـذ كل جـزء مـن أجـزاء العمـل مـع ربـط بعضهـا ببعـض مـن أجـل تحقيـق الهـدف في الوقـت المحـدد.

ويجمـع خـبراء التخطيـط أن التخطيـط يفـرض عـلى المديـر تخيـل كل الصـورة التشـغيلية بوضـوح وبالكامـل، ممـا يمكنـه مـن رؤيـة العلاقـات المهمـة، وهـي الحصـول عـلى تفهـم كامـل لـكل نشـاط، ومـن الإلمـام بالأسـاس الـذي تقـوم عليـه التصرفـات الإداريـة، كمـا يترتـب أيضـاً عـلى مثـل هـذا التصـور القليـل مـن العزلـة

والتخطيط إلى ذلك فإن التخطيط يعتبر من الانشطة التي تقلل من النشاط العشوائي والجهود المتداخلة غير الضرورية والأعمال غير المرتبطة بالموضوع ويفتح الباب أمام سبل جديدة وطرق جديدة لتنفيذ الأشياء، ويكشف عن فرص محددة كانت من قبل غير معروفة للمخطط.

التخطيط الإعلامي كمصطلح:

الجهود المبذولة لتحقيق أهداف مستقبلية في إطار سياسة إعلامية محددة، باستخدام خطط إعلامية متكاملة يجري تنفيذها تنفيذاً فعالاً بأجهزة إدارية وتنظيمية قادرة على تعبئة القدرات والإمكانات الإعلانية واستغلالها بطريقة مثلى لتحقيق أهداف الخطط الإعلامية[1]، إضافة إلى التنسيق بين القوى المتفاعلة المواترة في العملية الإعلامية بحيث بحيث يكفل هذا التنسيق توفر الوقت والجهد وحسن الانتفاع بها، والاستفادة المثلى من التقدم الذي تحرزه تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لا سيما في المجال الإعلامي.

ويستند التخطيط الإعلامي وفق ما ذكره عبد الرازق الدليمي على جمع البيانات عن مجموعة من المتغيرات وتحليلها للتعرف على الإستراتيجية التنموية للمجتمع وأهدافها وجمع المعلومات عن الإستراتيجية الإعلامية عامة وإستراتيجية الاتصال التنموي، إضافة إلى التعرف على الركائز الأساس للسياسة الإعلامية المتبعة وتحديد أهداف الخطة الإعلامية بصورة عامة. وتحديد حجم وطبيعة مصادر الثروة الموجودة في المجتمع والبيئة والممكن استخدامها في التنمية. وفي المقابل الاحتياجات العامة لهذه التنمية وحتى تكون هناك حدود للعمل الإعلامي لا يتعداها أو يقصر عنها، فضلاً عن توفير المعلومات والإحصاءات التفصيلية لدي المخططين على وجه العموم (الإعلاميين وغير الإعلاميين) عن المناطق التي يتم التخطيط لتنميتها، الأمر الذي يؤدي بالمخطط الإعلامي إلى إعطاء كل من هذه المناطق القدر المناسب من الاهتمام والمعالجة الإعلامية خلال الخطة، ومن ثم تحديد الأساليب والإستراتيجيات لتوجيه النشاط الاتصالي وإعداد الخطة وتحديد التوقيت للتنفيذ وإعداد إجراءات التنفيذ ومراجعة الخطة وتقويمها[2].

ويعرف التخطيط الإعلامي بأنه: «أنه توظيف الإمكانات البشرية والمادية المتاحة أو التي يمكن أن تتاح، خلال سنوات الخطة من أجل تحقيق أهداف

(1) عاطف عدلي العبد، التخطيط الإعلامي الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، مرجع سابق، ص80 بتصرف.

(2) عبد الرازق الدليمي، التخطيط الإعلامي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص81.

معينة مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانات». وكذلك يعرف بأنه: « الجهود المبذولة لتحقيق أهداف مستقبلية في إطار سياسة إعلامية محددة، وباستخدام خطط إعلامية متكاملة يجرى تنفيذها تنفيذاً فعالاً بأجهزة إدارية وتنظيمية قادرة على تعبئة القدرات والإمكانات الإعلامية، واستغلالها بطريقة مثلى لتحقيق أهداف الخطط الإعلامية، إضافة إلى تنسيق بين القوى المتفاعلة المؤثرة في العملية الإعلامية»، بحيث يكفل هذا التنسيق توفير الوقت والجهد وحسن الانتفاع بها، والاستفادة المثلى من التقدم الذي تحرزه تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لاسيما في المجال الإعلامي.

ويركز الخبير الإعلامي د. عبد الرازق محمد الدليمي[1] على المبادئ الأساس للتخطيط الإعلامي والمتمثلة في: (الواقعية والشمول، والتكامل والتنسيق والمشاركة والتوقيت الزمني والبعد المكاني وتوفير التمويل اللازم).

ويرى محمود عبد الهادي، أن تعقيدات عملية الاتصال بين المؤسسة الإعلامية والمستقبل، وتعدد مستويات ومراحل عملية إنتاج المضمون الإعلامي عامة والتلفزيون خاصة، والظروف المعاصرة الضاغطة على ذهن المتلقي، وتسارع ثورة المعلومات، تحتم على المؤسسات الإعلامية التلفزيونية العمل على تخطيط المضمون البرامجي لقنواتها وفقاً لقواعد التخطيط التي تمكنها من نشر رسالتها وتحقيق أهدافها[2].

ويعرفه مجيد الكرخي، التخطيط الإستراتيجي المبني على النتائج، بأنه: «هو عملية رسم الأهداف التي يراد التوصل إليها خلال فترة زمنية معينة، ثم حشد الإمكانيات اللازمة لتحقيق تلك الأهداف وفق أساليب تختصر التكاليف، وتعظم النتائج»[3].

أنواع التخطيط:

تتنوع صور واشكال وانماط التخطيط على مستوى الدولة وفق بعض الأبعاد أو المعايير حيث يمكن التمييز بين أنواع مختلفة من التخطيط على النحو التالي[4]:

(1) عبد الرزاق محمد الدليمي، التخطيط الإعلامي، مرجع سابق، ص 82.

(2) »التخطيط الإستراتيجي للمضمون الإعلامي»، ورقة عمل مقدمة للمتلقي الثالث للقنوات الفضائيات الهادفة، مارس 2011م.

(3) «التخطيط الإستراتيجي المبنى على النتائج»، إصدار وزارة الثقافة والفنون، الدوجة، قطر، الطبعة الأولى، ص 17.

(4) أبوبكر متولى، التخطيط القومي والإقليمي والمحلي، (القاهرة، المنظمة العربية للعلوم الإدارية، د.ن) مذكرة رقم 161، ص21.

1- نطاق التخطيط:

يمكن التمييز على أساس نطاق التخطيط بين التخطيط القومي الشامل الذي تتناول فيه الدولة مختلف قطاعات النشاط في المجتمع، وبين التخطيط الجزئي الذي يتعلق بقطاع معين كقطاع الإعلام، أو اقليم معين على النحو التالي:

أ- الخطط القومية الشاملة:

تهدف الخطط القومية الشاملة إلى التحكم في مختلف قطاعات النشاط في المجتمع في إطار نظام متكامل من الأهداف التي تلبي حاجات المجتمع في جميع المجالات. وتتمثل السمة البارزة في الخطط القومية الشاملة في أنها تحاول التنسيق بين قطاعات ومجالات النشاط في المجتمع، وتسعى إلى منع التداخل والازدواج بينهما بما يحقق التكامل بين ما يرجى في مختلف جوانب المجتمع وقطاعاته[1].

ب- التخطيط القطاعي:

يستهدف هذا النوع من التخطيط قطاع معين من النشاط في المجتمع ويقصد بالقطاع مجموعة الوحدات التي تمارس نشاطاً متجانساً، ويعتبر التقسيم طبقاً لمدى تجانس النشاط عملية صعبة، ولا تقتصر صعوبة التخطيط القطاعي على إيجاد أسس سليمة وواضحة لتقسيم القطاعات والتمييز بينهما فحسب، بل أن هناك صعوبات أخرى تتمثل في التأثير المتبادل بين القطاعات، ولذلك تحتاج الخطط القطاعية بعد إتمامها إلى مهارة فائقة ودراسة الإحتمالات ومدى تأثيرها على القطاعات الأخرى[2]. وقد تتعلق الخطط القطاعية بالقطاعات الاقتصادية كالقطاع الصناعي أو القطاع الزراعي، وقد تتعلق ببعض القطاعات الجزئية مثل قطاع التعليم وقطاع الإعلام وقطاع الثقافة وقطاع الطفولة[3].

ج- التخطيط الإقليمي:

هو الذي يتعلق بإقليم معين في نطاق بينه جوانب وقواسم مشتركة.

---

(1) عاطف عدلي العبد، التخطيط الإعلامي، الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، مرجع سابق، ص27.

(2) عاطف عدلي العبد، نفس المرجع، ص27.

(3) عاطف عدلي العبد، (التخطيط الإعلامي، الأسس النظرية والنماذج التطبيقية)، مرجع سابق، ص28.

د- التخطيط الإعلامي:

لا يختلف مفهوم التخطيط الإعلامي بمفهومه العام، فالخاصية الأساسية للتخطيط هي تعلقه بالمستقبل، فمن الضروري الإلتزام بإتباع تصرفات معينة خلال مدة معينة من المرونة التي تسمح بإجراء تعديلات، خاصة أن التخطيط يسعى وراء هدف متحرك مما يقتضي مراجعة الخطة لتحديد مدى فعاليتها.

ويرى عاطف عدلي العبد أن تناول التخطيط الإعلامي يقتضي دراسة متكاملة، نماذجه وقنواته ودوره في التنمية ومشكلاته، خاصة في مجالات البحوث والتدريب الإعلامي بإعتبار أن التخطيط يأخذ في إعتباره جميع عناصر الإتصال، المصدر، الرسالة، الوسيلة، التأثير، رجع الصوت[1].

إن التخطيط الإعلامي هو في الواقع جملة تفاعل هذه العناصر معاً. مستندة إلى الأسلوب العلمي، ولذلك يفيد التخطيط الإعلامي في تنسيق الأنشطة المتنوعة وتوجيهها إلى أهداف محددة متفق عليها والبديل للتخطيط الإعلامي هو السلوك العشوائي.

لقد عرف الكثير من الخبراء والأكاديميين التخطيط بتعريفات شتى منها:-

- عملية إدارية مقصودة من العمليات الجماعية التي تقوم بها أجهزة مختصة من أجل التنظيم وتعبئة الجهود سواءً أكانت جهود الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات، لكي يتسنى للجميع تعبئة إمكانياته المادية والبشرية تعبئة كاملة، للنهوض بالمسؤوليات وتحقيق الأهداف المرجوة[2].
- أن التخطيط الإعلامي هو عملية تسير وفق خطوات عملية محددة تتمثل في جمع المعلومات اللازمة وتحليلها، وتحديد المنتج الإتصالي والشكل الذي ستتخذه الحملة الإعلامية وجدولتها وتقويمها مرحلياً ونهائياً[3].
- أن التخطيط الإعلامي هو توجيه نظم ووسائل الإتصال في المجتمعات النامية عن طريق جهاز مركزي لتحقيق الأهداف الأساسية للدول النامية وخاصة دعم الوحدة القومية، وتعجيل ومساندة التنمية الإقتصادية والإجتماعية عن طريق استخدام الأساليب الفنية والعلمية للإتصال طبقاً لظروف كل بلد

(1) عاطف عدلي العبد، (التخطيط الإعلامي، الأسس النظرية والنماذج التطبيقية)، مرجع سابق، ص45 .

(2) إبراهيم أمام، الإعلام والإتصال بالجماهير، (القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1969م،ص361.) .

(3) التنمية والتخطيط الإعلامي في العراق، (بغداد: دار الرشيد، 1979م)، ص164.

وتعديل هذه الأساليب تبعاً لمدى القرب أو البعد عن طريق تحقيق الهدف عن طرق المتابعة والتقييم [1].

- إن التخطيط الإعلامي بأنه عملية إدارية تقوم بها أجهزة متخصصة، ويقصد به التشخيص والتنبؤ بمستقبل التطور الفكري والسلوك الإنساني وتركز على تحليل دقيق بمستوى وعي الناس ومعارفهم ومستوى التطور الإجتماعي بهدف خلق التهيئة الفكرية المسبقة الضرورية للمؤسسات الإعلامية أولاً، وفي التيار الإجتماعي الجديد في وعي الجماهير [2] ثانياً. ويعرفه سعد لبيب بأنه: توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة والتي يمكن أن تتاح خلال سنوات الخطة من أجل تحقيق أهداف معينة مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات[3]. ويضيف الخبير الإعلامي سعد لبيب ان التخطيط الإعلامي هو التوظيف الأمثل للإمكانيات البشرية والمادية الموجودة والتي يمكن وجودها أثناء الفترة الزمنية للخطة من أجل تحقيق أهداف معينة سبق الإتفاق عليها بعد مناقشتها.

- أن أدق التعاريف وأشملها تعريف سعد لبيب للتخطيط الإعلامي بأنه هو توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة والتي يمكن أن تتاح خلال سنوات الخطة، من أجل تحقيق أهداف معينة، في إطار السياسة الإعلامية أو الإتصالية مع الإستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات، وأكد أن هذا التعريف يتميز بميزات عدة منها [4]:

1. الإشارة إلى أن المفهوم الأدق: التوظيف الذي يعني الإستفادة من كل ما هو متاح من إمكانيات بشرية ومادية.
2. الجمع بين الإمكانات البشرية والمادية حيث أن النوعين أهم أسس التخطيط الإعلامي السليم، حيث لا يمكن الاعتماد على أحدهما دون الآخر.
3. عدم قصر النظر على الإمكانات المتوفرة حالياً وإنما التطلع والبحث والتخطيط للإستفادة مما يتم توفره أو المتوقع إتاحته من هذه الموارد مستقبلاً إنطلاقاً من النظرة المستقبلية للتخطيط.

(1) حميد جاعد محسن، التخطيط الإعلامي، المفاهيم والإطار العام، (دار الشروق للنشر والتوزيع، 1998م)، ص107.

(2) رمضان حسن مبروك، التخطيط الإعلامي في الدول النامية، رسالة ماجستير (القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1976م)، ص155.

(3) سعد لبيب، دراسات في العمل التلفزيوني العربي، مرجع سابق، ص28 .

(4) عاطف عدلي العبد، التخطيط الإعلامي الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009، ص46.

4. الإشـارة إلى أن الأهـداف الإعلاميـة التـي تسـعى كل خطـة إلى تحقيقهـا وربطهـا بالسياسـة الإتصاليـة والإعلاميـة التـي توضـع في ضوئهـا هـذه الأهـداف وتسـعى وسـائل الإعـلام إلى تنفيذهـا.

5. الإشـارة إلى ضرورة وأهميـة الاسـتخدام الأمثـل للإمكانـات البشريـة والماديـة باعتبـار أن أحـد سـمات التخطيـط تقليـل النشـاط العشـوائي [1].

- أن هنـاك أسـس للتخطيـط الإعلامـي، أولهـا: أن التخطيـط الإعلامـي يعتمـد عـلى البحـوث العلميـة. اتجاهـات الجماهـير والظـروف المحيطـة بهـم والمتغـيرات التـي تؤثـر في نتائـج الخطـط. ويعتمـد عـلى الواقـع في حسـاب عائـد الخطـط الإعلاميـة وآثارهـا المتوقعـة. ويـرى كذلـك أن التخطيـط يختلـف باختـلاف المبـادئ والنظريـات التـي تديـن بهـا كل دولـة وهـو مـا أجمـع عليـه علمـاء وخـبراء التخطيـط الإعلامـي بنظريـات الإعـلام [2].

مستويات التخطيط الإعلامي:

يقـوم التخطيـط الإعلامـي بصفـة عامـة والتخطيـط الإذاعـي بشـقيه المسـموع والمرئـي بصفـة خاصـة عـلى مجموعـة أساسـية مـن العنـاصر لا تتـم بدونهـا عمليـة التخطيـط ويتسـم بمجموعـة مـن السـمات أهمهـا:

أ- توفير المعلومات:

يقـول عاطـف عـدلي العبـد: «لا تخطيـط بـدون معلومـات ومـن المعلومـات الأساسـية لبـدء التخطيـط الإعلامـي»[3].

- ضرورة توافـر المعلومـات الدقيقـة شـأن المـوارد الماديـة والإمكانـات البشريـة المتاحـة عنـد بـدء تنفيـذ الخطـة والتـي سـتتاح خـلال فـترة خـلال فـترة التنفيذ وموعـد توافرهـا بالتحديـد.

- ضرورة توافـر المعلومـات عـن الخطـط القوميـة الشـاملة والخطـط الإقليميـة والقطاعيـة.

- تعـداد وتوزيـع السـكان وفقـاً لأحـداث التعـداد وتحديثهـا المسـتمر سـنوياً وأهـم

(1) عاطف عدلي العبد، التخطيط الإعلامي الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، مرجع سابق، ص47.

(2) علي كنعان، التخطيط وتنظيم البرامج الإعلامية، (عمان، دار الأيام للنشر والتوزيع، 2014، الأردن)، ص7.

(3) عاطف عدلي العبد، التخطيط الإعلامي الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، مرجع سابق، ص 27.

ملامح النمو السكاني وخصائصه كذلك الأنشطة الاقتصادية والمجتمعية المختلفة التي تشكل اقتصاد الدولة، والملامح الأساسية لمرافق الإعلام والاتصال والأنشطة المعاونة من وسائل وأجهزة الاتصال المباشر أضف إلى ذلك معرفة الواقع التأهيلي الأكاديمي والتدريب الإعلامي سواء على المستوى القومي أو الإقليمي أو المحلي زد على ذلك واقع الصناعات المتصلة بالنشاط الإعلامي، وواقع ونتائج البحوث الإعلامية الأكاديمية والمهنية وتوثيقها. وتدفق المنتجات الإعلامية والثقافية والمصادر التي تعتمد عليها وسائل الإعلام [1].

- أن اختراع وسائل الاتصال العالمية ودخول عالم الأقمار الاصطناعية بدأ العالم استخدام تخطيط الإعلام على المستوى العالمي وذلك عن طريق الهيئات الدولية [2] وذلك بهدف تنسيق العلاقات بين أجهزة الإعلام في دول العالم المختلفة والعمل على تداول المواد الإعلامية ذات الفائدة المشتركة بين شعوب العالم وتزويد جماهير العالم بالمعلومات والأخبار[3].

ب- وضع سياسة اتصالية واضحة:

إن السياسة الاتصالية هي: مجموعة المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة وتقييم ومواءمة نظم وأشكال الاتصال المختلفة، وعلى الأخص منها: وسائل الاتصال الجماهيري، من أجل تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية الممكنة في إطار النموذج السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذي تأخذ به الدولة. لذا فإن الأساس الذي ينبغي أن تقوم عليه السياسة الإعلامية هو مبدأ وديمقراطية الإعلام [4] والاتصال الذي يتكون من ثلاثة ركائز هي: الحق في الإعلام والاتصال، الانتفاع والمشاركة، وذلك على النحو التالي:

الحق في الاتصال: وذلك أن الإعلام بمفهومه الاجتماعي نشأ لتلبية حاجة الإنسان إلى الاتصال، وهي حاجة إنسانية منذ نشوء المجتمعات البشرية. حاجة الفرد لكي يتصل بغيره من الأفراد، يتبادل معهم المعلومات والأفكار ويعبر عما في

(1) عاطف عدلي العبد، التخطيط الإعلامي الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، مرجع سابق، ص9 .

(2) علي كنعان، التخطيط وتنظيم البرامج الإعلامية، مرجع سابق، ص9 .

(3) علي كنعان، التخطيط وتنظيم البرامج الإعلامية، مرجع سابق، ص9 .

(4) جمال العطيفي، الحق في الإعلام في، قضية التخطيط الإعلامي في الوطن العربي، مرجع سابق، ص 69 – 80 . بتصرف

نفسه ويتلقى من الآخرين من لا يعرف، أضف إلى ذلك حق الانتفاع بمعنى أن تكون وسائل الاتصال والمعلومات متاحة لكل فرد من أفراد المجتمع، فلا تكون وفقاً على سكان المدن دون سكان الريف أو البادية أو الحضر، أو المناطق النائية، المعزولة، ولا يختص بها المتعلمون دون غيرهم من الأميين أو أشباههم، ولا تقتصر في التغيير عن فئة اجتماعية متميزة وتهمل الفئات الأخرى سواء كان مصدر هذا التمييز هو الجنس أو العنصر أو اللغة أو الدين أو الانتماء السياسي.

تم بعد ذلك المشاركة، والمقصود بها في هذا الإطار تحقيق أكبر قدر من المشاركة العامة في العملية الاتصالية بحيث لا يقتصر دور الأفراد والفئات الاجتماعية المختلفة على مجرد التلقي للرسائل الإعلامية. بل يمتد إلى المشاركة الإيجابية في التخطيط والتنفيذ أيضاً[1].

من هنا يكتسب التخطيط الإعلامي أهمية بالغة لاسيما فإن أي دولة لابد لها من التخطيط الإعلامي عل المستوى الوطني، ذلك لتحقيق أهداف المجتمع الإعلامي والتي تتضمن التدابير التالية كما يراها علي كنعان[2]:

أولاً: تحديد أهداف واضحة للنشاط الإعلامي.

ثانياً: وضع الخطط اللازمة لضمان تحقيق هذه الأهداف.

ثالثاً: تنفيذ هذه الخطط بأعلى قدر من الكفاية والفعالية وفي توقيت مناسب.

السياسة التحريرية والتخطيط الإعلامي:

أن السياسة التحريرية تتبنى أهداف سياسات حقلية أخرى وتعمل في نطاقها، وتلك هي مجموعة أهداف السياسة العامة ومتطلبات تنفيذها في المجال الاجتماعي والثقافي والاقتصادي وبصورة أعم في المجال الأيديولوجي التعبوي ولكن ليس باستطاعة السياسة التحريرية تبني مثل هذه المهمة قبل الاندماج والتكامل مع السياسات الحكومية[3].

---

(1) عاطف محمد العبد، التخطيط الإعلامي الأسس النظرية والنماذج الطبيعية، مرجع سابق، ص 52 بتصرف.

(2) علي كنعان، التخطيط وتنظيم البرامج الإعلامية، مرجع سابق، ص 9.

(3) مصطفى يوسف كافي، الإعلام والرأي العام والعلاقات العامة في مواجهة الأزمات، الطبعة الأولى (الأردن – عمان)، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2017م – 1438هـ، ص 246.

يـؤدي إدارة الحاجـة إلى تخطيـط وتهيئـة الأجـواء المناسـبة لترجمـة السياسـة وتحويلهـا لممارسـة عمليـة. لـذا يـرى الباحـث أن علاقـة السياسـة بالتخطيـط علاقـة مبـاشرة، فالتخطيـط يعتمـد عـلى تكويـن الصيـغ الواضحـة للموضوعـات. ولكـن دقـة الموضوعـات تعتمـد بدورهـا عـلى فهـم ووضـوح أهـداف السياسـة ذاتـه، لهـذا فالسياسـة ربمـا تعـاش وتناقـش دون التخطيـط، ولكـن التخطيـط لا يمكـن توقعـه أولاً، ولا يمكـن أن يمـارس دوره في الحقـل الاجتماعـي، ثانيـاً، دون سياسـة مسـبقة، وبالتـالي كان التخطيـط ينتـج ويبلـور مفهـوم السياسـة مـن خـلال التعبـير عـن السـلوك الإعـلان عـلى المسـتوى الاجتماعـي، بمعنـى آخـر أن التخطيـط لابـد لـه مـن سياسـة مرشـدة وموجهـة لبرامجـه القوميـة في حقـول الاتصـال عامـة والإعـلام خاصـة[1]. ومـن الواضـح أن ليـس مـن السـهل فـك الارتبـاط بـين السياسـة والتخطيـط باعتبـاره مسـألة غـير قابلـة للمناقشـة بالأسـاس.

لهـذا فـإن علاقـة التخطيـط بالسياسـة التحريريـة ليـس مـن نـوع العلاقـات العابـرة، أو تلـك التـي يمكـن تجاوزهـا بسـهولة وبسـاطة، وبتعبـير آخـر فـإن منطـق السياسـة ذاتهـا يمكـن رصـده أو التعـرف عليـه مـن خـلال وضـع الخطـط المقصـودة في التنفيـذ. إذا أن غـرض التخطيـط التنبـؤ بمسـارات التنفيـذ والتأثـير في تلـك المسـارات والغايـات التـي يسـتخدمها.

أن التخطيـط الإعلامـي ينحـو هـذا المنحـى، دون شـك وذلـك مـن خـلال اسـتجابته للاحتياجـات والأولويـات التـي تشـترط السياسـات الحقليـة، تعبـيراً عـن التقابـل بـين منطقهـا ومنطـق السياسـة التحريريـة في إطـار أهـداف السياسـة العامـة. فالتخطيـط بقـدر تبعيتـه لمنطـق السياسـة التحريريـة، إلا أنـه في الحقيقـة الصيغـة الوحيـدة التـي يسـتطيع الإعلامـي التعبـير بواسـطتها عـن معانـي سياسـته، واحتـواء أهـداف السياسـة العامـة في سـياق متطلبـات وأولويـات وموضوعـات تلـك السياسـة العامـة، والتخطيـط في النهايـة هـو معيـار السياسـة التحريريـة، ومنطقهـا العـام المعلـن والوعـاء الـذي يحـوي مضامينهـا العامـة والخاصـة[2]. غـير أن التخطيـط الإعلامـي يختلـف حسـب سياسـات الـدول، حيـث يـرى عـلي عبـد الفتـاح كنعـان[3]، أن هـذا الاختـلاف يظهـر في الآتـي مثـلاً: الـدول الرأسـمالية: تتبـع الدولـة تخطيطـاً غـير مبـاشر تتـولاه مجالـس وطنيـة متخصصـة مثـل المجلـس الأعـلى للصحافـة في

(1) مصطفى يوسف كافي، المرجع نفسه، ص 246.

(2) مصطفى يوسف كافي، الإعلام والرأي العام والعلاقات العامة في مواجهة الأزمات، مرجع سابق، ص 248.

(3) علي كنعان، التخطيط وتنظيم البرامج الإعلامية، مرجع سابق، ص9.

الـدول النامية الرأسمالية وتتولى وزارات وأجهزة الإعلام التابعة للدولة تنفيذ مشروعات وبرامج إعلامية تابعة للدولة.

مهمتها: توجيه الجماهير وتنظيمها وإرشادها للحقائق الأساسية على القضايا الوطنية العامة.

أما في الدول الاشتراكية، فتأخذ هذه الدول بالتخطيط الشامل وتتضمن، خطط الحكومة وتلتزم به جميع المؤسسات الإعلامية التي هي ملك للدولة وجميع الأجهزة الإعلامية.

تلتزم بانتقاء البرامج والمشروعات التي تتضمنها الخطة المركزية.

أما التخطيط الإعلامي على المستوى الدولي يري علي عبد الفتاح كنعان[1]: أنه هو التدابير التي تقوم بها دولة أو أكثر بتداول الإعلام والمواد الإعلامية بينها وبين بعض الدول. تماماً في حالة السودان وأثيوبيا يمكن أن يتم التدابير اللازمة وأخذها لتفعيل السياسة التحريرية والخطط الإعلامية يتبادل البرامج الإعلامية على مستوي الإذاعة والتلفزيون والصحافة والمطبوعات الصحفية من خلال وكالات الأنباء الرسمية والبلدية.

وهناك تدابير أخرى يراها علي عبد الفتاح كنعان[2]، فيها للتحرير من سيطرة أجهزة الإعلام للدول الكبرى في عقد اتفاقات ثنائية أو إقليمية أو عقد المؤتمرات لرسم سياسة إعلامية مشتركة.

مما تقدم أجمع العلماء والخبراء في مجال التخطيط الإعلامي أن الذي يريد أن يخطط للإعلام لابد له من القيام بالآتي:-

أولاً: إعداد البحوث وجمع البيانات التخطيطية وهي الركيزة الأساس التي يعتمد عليها التخطيط [3]. من الواجبات الأساس لبحوث الإعلام أن تقوم بانتظام ودقة لقياس مدى تجاوب الجماهير مع الخطط الإعلامية ومساعدة المخطط على الاختيار بين البدائل المتاحة. وأن يتم إجراء البحوث العلمية في الإعلام عن طريق، (أخذ العينات علمياً) من خلال التصميم الدقيق للأسئلة الموحدة وتحليل البيانات بمهارة تطبيق المقاييس المناسبة، والاهتمام بالتدريب

(1) علي كنعان، التخطيط وتنظيم البرامج الإعلامية، مرجع سابق، ص 10.

(2) علي كنعان، التخطيط وتنظيم البرامج الإعلامية، مرجع سابق، ص 10 بتصرف.

(3) علي كنعان، التخطيط وتنظيم البرامج الإعلامية، مرجع سابق، ص10.

العلمي للباحثين وغيرهم من العاملين. وعرض النتائج بالأسلوب الذي يمكن من حسن الاستفادة منها، وأن يجرى البحث على جميع العناصر التي يشملها الموقف الإعلامي [1].

ويشدد عاطف عدلي العبد على ضرورة الالتزام بعناصر التخطيط الإعلامي وخصائصه والتي تتمثل في توفير المعلومات الدقيقة بشأن الموارد المالية والإمكانيات البشرية المتاحة عند بدء تنفيذ الخطة ووضع سياسة اتصالية واضحة تقوم على ديمقراطية الاتصال الذي يتكون من ثلاثة ركائز هي: الحق والاتصال، الانتفاع، والمشاركة. إضافة إلى تحديد الأولويات والأهداف العامة للخطة الإعلامية ووسائل الوصول إليها من خلال توجيه كافة الإمكانيات صوب تحقيقها. بجانب التأكد أن التخطيط الإعلامي عملية مستمرة لا تنتهي بوضع الخطة، بحيث يتبع الخطة الإعلامية خطط لاحقة مبنية على الخطط السابقة إذ لابد من تتابع الخطط في إطار التخطيط طويل المدى ومقتضياته. بالإضافة إلى متابعة الخطط الموضوعة أثناء وبعد تنفيذها. واكتشاف المعوقات التي تقف أمام التنفيذ ودراية سبل التغلب عليها من ناحية وتحاشيها في الخطط المستقبلية من ناحية أخرى. والتأكيد على أن التخطيط الإعلامي عملية متكاملة لا تقتصر على التخطيط الإذاعي على سبيل المثال والبرامج وإن كانت هي المجال الأساس لها. وإنما تمتد إلى النواحي الهندسية والتدريبية والمالية حيث يستلزم التخطيط الإذاعي وضع خطة رئيسة للبرامج ترتبط بها مجموعة من الخطط المعاونة في المجالات الأخرى بالإضافة إلى مجموعة الخطط التفصيلية المنفردة به في الخطط العامة أو الخاصة بقطاعات العمل المختلفة ومن ثم تأتي مرحلة متابعة الخطة الإعلامية وهذه ضرورة ذلك لمتابعة الخطة حيث تعمل على المتابعة على تحقيق هدفين رئيسيين الأول: ضمان تنفيذ الخطة باكتشاف معوقات التنفيذ وإزالتها أول بأول.

والثاني: قياس الآثار الناتجة عن التنفيذ لمعرفة مدى مطابقتها للتصورات الخاصة في أذهان واضعي الخطة وفق ما تبين من آثارها[2].

ويرى سعد لبيب أن التخطيط الإعلامي بصفة عامة والتخطيط الإذاعي بشقيه المسموع والمرئي بصفة خاصة تواجه مجموعة على الصعوبات خاصة في

(1) عاطف عدلي العبد، التخطيط الإعلامي، الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، مرجع سابق، ص 47، 66 بتصرف.

(2) سعد لبيب، دراسات في العمل التلفزيوني العربي (4)، مرجع سابق، ص28.

الـدول الناميـة منهـا، عـدم إشراك مخططـي الإعـلام في عمليـة التخطيـط التنمـوي عـدم الاسـتعانة بالمخططـين الإعلاميـين عنـد وضـع السياسـات العامـة والسياسـات التحريريـة حيـث تأتـي الخطـط التـي توضـع لوسـائل الإعـلام في مرحلـة متأخـرة وتهـدف فقـط إلى نـشر معلومـات أو أفـكار محـددة. لـذا لا قـد لا يعـرف المخططـين تمامـاً سـبب نقـص الأبحـاث احتياجـات الجماهـير المسـتهدفة واتجاهاتهـا ورغباتهـا وعـادات وأنمـاط تعرضهـا لوسـائل الإعـلام، فهنـاك نقـص شـديد في أسـاليب نقـل احتياجـات الجماهـير إلى مخططـي التنميـة و الإعـلام و في بعـض الأحـوال قـد لا يكـون لـدي المخططـين اسـتعداد لاسـتخدام تلـك المعلومـات في أن وجـدت.

إن التخطيـط المسـبق القائـم عـلى بلـورة احتياجـات قـد يعجـز الجمهـور عـن التعبير عنهـا يعتـبر حـلاً لتجـاوز الصعوبـات التـي تواجـه التخطيـط الإعلامـي فقـد لا يسـتطيع النـاس التعبـير عـن احتياجاتهـم وعـلى مختلـف المسـتويات ومـا يحتاجـون إليـه، لـذا فالتخطيـط المسـبق يعمـل عـلى بلـورة تلـك الاحتياجـات والتعبـير عنهـا، كمـا أن نقـص الاتصـال بـين الإعلاميـين الممارسـين والباحثـين الأكاديميـين يدعـو إلى إيجـاد قنـوات تحقيـق هـذا الاتصـال المفيـد للعمـل الإعلامـي. زد عـلى ذلـك الحاجـة أي تبسـيط نتائـج البحـوث حتـى تصبـح أكثـر فائـدة للعاملـين في المجـال الإعلامـي، حيـث تبـين نـدرة الاسـتفادة مـن الدراسـات الأكاديميـة التـي تظـل حبيسـة إدراج ورفـوف المكتبـات لكـبر حجمهـا مـن ناحيـة وعـدم السـماح في أحـوال كثـيرة بالاطلاع عليهـا مـن ناحيـة أخـرى، كمـا أن البحـوث التـي تجريهـا المؤسسـات الإعلاميـة لا يعـرف الممارسـون الكثيريـن عـن نتائجهـا وتظـل الاسـتفادة منهـا محـدودة وتطوير الأداء الإعلامـي.

ويـرى عاطـف عـدلي العبـد[1] أن إغفـال الإعـلام المحـلي وأسـاليب الاتصـال الأفقـي بـين المواطنـين والتركيـز عـلى أسـاليب الاتصـال الرأسـية المركزيـة يـؤدي إلى إغفـال احتياجـات الجمهـور المحـلي وبالتـالي احتـلال خطـط الاتصـال مـن أجـل التنميـة ويجمـع علمـاء وخـبراء التخطيـط والتخطيـط الإعلامـي أن هنـاك ثلاثـة مقومـات رئيسـية للتخطيـط الإعلامـي ولابـد مـن توافرهـا وهـي: البحـوث، والتدريـب ووجـود هيئـة تخطيـط مركزيـة، ويـرى إبراهيـم إمـام[2] أن البحـوث مـن أهـم المقومـات الرئيسـية للتخطيـط الإعلامـي حيـث ينبغـي أن يقـوم التخطيط عـلى معرفـة بالمجتمع مـن حيـث إمكانيـات واحتياجاتـه ورغباتـه، كمـا تعتـبر البحـوث رجـع الصـدى الذي

(1) عاطف عدلي العبد، التخطيط الإعلامي الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، مرجع سابق، ص 69.

(2) إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، (القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية)، 1996م، ص 332.

يحتاج إليه المخطط. وتعد البحوث الإعلامية على تنوع أساليبها ومناهجها ومجالاتها كفيلة بتحديد اهتمامات الجماهير واحتياجاتهم الثقافية ورسم خارطة توزيع وسائل الاتصال وكيفية وصول المضامين التفاعلية عبر وسائل الإعلام المختلفة إلى المستقبلين[1] وأن من أهداف بحوث الإعلام معاونة الأجهزة المسؤولة على وضع السياسات والخطط الإعلامية على اختلاف مستوياتها والتي لا يمكن صياغتها بشكل سليم إلا على أساس من الحقائق والمعلومات والبيانات التي تعتبر البحوث الإعلامية الوسيلة الأولى للحصول عليها[2].

إن تدريب العاملين جزء لا غنى عنه في التخطيط لوسائل الإعلام إذا ما أريد لهذه الوسائل أن تفي باحتياجات تنموية معينة تحددها كل دولة [3].

وتعتبر الفنون الإذاعية من الفنون الحديثة العهد في العالم كله، ولم يبدأ استخدامها استخداماً مؤثراً إلا في الثلث الثاني من القرن العشرين لذلك فإنها ما زالت تخضع لعمليات التجريب والتطوير وصولاً إلى المزيد من التأثير في مجالات الإعلام والتثقيف والترفيه، الأمر الذي يفرض على العاملين في هذه الفنون ضرورة متابعة كل جديد[4].

كما ينبغي التنبيه أنه توجد مجموعة من الاعتبارات التي تؤكد أهمية الدور الذي يمكن أن يقوم به التدريب في مجال الإعلام من أهمها، زيادة فعالية الخدمات الإعلامية في التأثير على الرأي العام، وحسب استخدام الإمكانيات المتاحة. وإعداد احتياطي من العاملين لمواجهة متطلبات التوسع والإشارات الجديدة [5].

إضافة إلى أن وجود هيئة تخطيط مركزية أحد المتطلبات اللازمة والضرورية لإنجاز خطة إعلامية قصيرة المدى أو متوسطة المدى أو طويلة المدى. ولكي تقوم بوضع خطة إعلامية وتنفيذها عليك باتخاذ خمس خطوات مهمة:

---

(1) عاطف عدلي العبد، التخطيط الإذاعي، مرجع سابق، ص 58.

(2) سعد لبيب، التخطيط الإذاعي، مذكرات غير منشورة (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، د.ن)، ص 76-77.

(3) عمير محمد حسين، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، (القاهرة، عالم الكتب، 1983م)، ص 19 إلى 26 بتصرف.

(4) سمير محمد حسين، البحوث الإعلامية في الوطن العربي: أهميتها، مشكلاتها، واقعها الراهن، إمكانات تطويرها، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - كلية الدعوة والإعلام، بحوث ودراسات في الدعوة والإعلام، العدد (1)، ص 27 – 31 بتصرف .

(5) سمير محمد حسين، البحوث الإعلامية في الوطن العربي: أهميتها، مشكلاتها، واقعها الراهن، إمكانات تطويرها، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - كلية الدعوة والإعلام، بحوث ودراسات في الدعوة والإعلام، العدد (1)، ص74.

الخطـوة الأولى: وهـي تحديـد المدخـلات المسـتهدفة في مجـالات الخطـة والأولويـات المسـتهدفة كمخرجـات للخطـط.

أمـا **الخطـوة الثانيـة** فهـي: تحديـد الأولويـات المسـتهدفة كمخرجـات لخطـط القطاعـات التنفيذيـة أو الدوائـر أو الإدارات.

و**الخطـوة الثالثـة**: تحديـد الخطـط القطاعيـة الفرعيـة حيـث يتـولى كل قطـاع وضـع الخطـط التفصيليـة لأنشـطته ويحـدد القطـاع الأهـداف العامـة وأسـاليب ووسـائل تنفيذهـا.

أما **الخطوة الرابعة** فهي: إعداد الخطط التفصيلية لكل قطاع فرعي.

و**الخطـوة الخامسـة**: هـي إعـداد الخطـط البرامجيـة، فهـي توثيـق وتجميـع في نفـس الوقـت لعـدة قـرارات وتعـبر خريطـة البرامـج عـن صـورة مسـتقبلية وحـاضرة وممتـدة لمـا سـيكون عليـه الناتـج البرامجـي.

ممـا تقـدم يمثـل التخطيـط الإعلامـي ضرورة باعتبـاره أحـد السـمات المميـزة لعصرنا الحـاضر، فـكل الـدول السـاعية للتطـور أدركـت أنـه الضمـان الوحيـد لاسـتخدام جميـع المـوارد الوطنيـة الماديـة والطبيعيـة والبشريـة، بطريقـة علميـة وإنسـانية لتحقيـق الخـير للمجتمـع. ورغـم أن الإعـلام تداخـل مـع علـوم أخـرى، إلا أن مفهـوم التخطيـط الإعلامـي مـا زال غـير مفهـوم تمامـاً، وغـير واضـح في أذهـان الكثـير مـن الذيـن درسـوا الموضـوع. إلا أنـه تمكـن مـن امتـلاك صفتـه العمليـة إلى جانـب العلـوم الاجتماعيـة الأخـرى إن لـم يتقـدم عليهـا بقـوة تأثـيره عـلى حركـة النشـاط الفكـري الإنسـاني، وجعـل ذلـك نتيجـة للتطـور الهائـل في وسـائل الإعـلام[1].

إن التخطيـط الإعلامـي هـو المنتـج الأسـاسي للصناعـة الإعلاميـة بمـا يحملـه مـن معلومـات وأراء ومواقـف وأراء وقيـم وسـلوكيات، فالتخطيـط بالتنفيـذ إهـدار للوقـت، والتنفيـذ بـلا تخطيـط عبـث، والجمـع الاثنـين ضمانـة الإنجـاز [2].

ويمثـل التخطيـط الإعلامـي ضرورة مهمـة باعتبـاره أحـد السـمات المميـزة لعصرنـا الحـاضر، رغـم أن التخطيـط الإعلامـي التنمـوي يحتـاج إلى مقومـات أساسـية أولهـا توفـر المعلومـات والتـي يمكـن توفرهـا بحـوث الاتصـال، ويحتـاج إلى قائمـين

(1) عبد الرازق محمد الدليمي، التخطيط الإعلامي، الطبعة الأولى، (عمان- دار الميسرة للنشر والتوزيع)، 2012م – 1433هـ.

(2) محمـود عبـد الهـادي، تخطيـط الإسـتراتيجية للمضمـون الإعلامـي، ورقـة عمـل مقدمـة للملتقـى الثالـث الهـادف للقنـوات الفضائيـة، مـارس 2011م.

بالاتصال مدربين وواعين لدور الإعلام ونظرياته وتأثيره وواعين لطبيعة الجمهور وحاجاته، ونمت كذلك إلى وعي بالظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ومراعاة المتغيرات التي يقع بعضها إلى دائرة المتغيرات الاتصالية من مرسل، مستقبل، رسالة، جمهور وعناصر تشويش ورسائل منافسة.

لذا يرتبط فهم التخطيط الإعلان بشكل كبير بمعرفة مفهوم ومكونات حاجات المجتمع وتوجهاته وطبيعة العلاقة بين هذه المكونات، حيث تنبع أهمية الإعلام المرتبط بمسار المجتمع من مساهمته في تحديد احتياجاته بطريقة علمية وترتيب أولوياتها ووضع إستراتيجية لتلبيتها، وتحديد المشكلات التي تواجه المجتمع واختيار أنسب الطرائق لمعالجتها، وتحقيق التوازن في أساليب الإنجاز، وربط كل المجهودات في مختلف أنحاء المجتمع وتحديد مستويات الجهات المختلفة المسؤولة عن التنفيذ. والتخطيط كأسلوب ومنهج تتم ممارسته من قبل الجميع لاعتباره أسلوب ومنهج في التفكير المنطقي والعقلاني[1].

وهو يتعلق بتصور ورواية لوضعية معينة في المستقبل، مطلوب الوصول إليها، ومن ثم وضع الوسائل والإجراءات الكفيلة بتحقيقها، وتتعدد صفات التخطيط بتعدد المستويات والقطاعات، حيث نجد تخطيطاً إستراتيجياً ووطنياً وإقليمياً ومحلياً. وتخطيطاً سياسياً واقتصادياً واجتماعياً وبيئياً، وعسكرياً، وتربوياً، وتكنولوجيا، وتنموياً وتخطيطياً، وجزئياً، وكلياً، وشمولياً وتأثيرياً، وتوجيهاً، وإرشادياً وهو التدابير والإجراءات التي يتخذها فرداً أو جماعة أو هيئة أو دولة من أجل تحقيق غايات وأهداف محدودة في مدى زمني قد يكون قصيراً أو بعيداً.

الصعوبات التي تواجه التخطيط الإعلامي:

مما تقدم يرى الباحث أن التخطيط الإعلامي بصفة عامة مجموعة من الصعوبات التي تتمثل في:

1. عدم تحديد الأهداف المنشودة تحقيقها من العملية الإعلامية على المستويات المختلفة، وغياب الرؤية الكلية، ففي كثير من الأحيان ينصب الجهد على إنتاج الرسائل الإعلامية ومل ساعات البحث بغض النظر عن ما تحققه تلك البرامج بالنسبة للمجتمع والدولة على المدى القريب والبعيد، مع أن

(1) عبد الرازق محمد الدليمي، التخطيط الإعلامي، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، مرجع سابق، ص 80.

الإعـلام - ومنـذ زمـن ليـس بالقصـير- أصبـح صناعـة لهـا عناصرهـا المترابطـة التـي لا تكتمـل بغيـاب بعضهـا ولـم تعـد صناعـة الإعـلام مجـرد إنتـاج رسـالة[1].

2. عـدم الاسـتعانة بالمخططـين الإعلاميـين عنـد وضـع السياسـات العامـة والسياسـات الإعلاميـة، حيـث تأتـي الخطـط التـي توضـع لوسـائل الإعـلام في مرحلـة متأخـرة وتهـدف فقـط إلى نـشر معلومـات أو أفـكار محـددة.

3. قـد لا يعـرف المخططـون تمامـاً بسـبب عـدم اعتمادهـم عـلى الأبحـاث بدرجـة أسـاس احتياجـات الجماهـير المسـتهدفة واتجاهاتهـا ورغباتهـا وعـادات وأنمـاط تعرضهـا لوسـائل الإعـلام، فهنـاك نقـص شـديد في أسـاليب نقـل احتياجـات الجماهـير إلى مخططـي الإعـلام، وفي كثـير مـن الأحيـان قـد لا يكـون لـدي المخططـين اسـتعداد لاسـتخدام تلـك المعلومـات حتـى إن وجـدت، حيـث يتـم الاعتمـاد عـلى الخـبرات والتوقعـات رغـم المتغـيرات المتعـددة التـي أحدثتهـا ثـورة المعلومـات والاتصـالات.

4. وجـود اختـلاف بـين مـا يريـده الجمهـور المسـتهدف عـلى مختلـف المسـتويات ومـا يحتاجـون إليـه فقـد لا يسـتطيع الجمهـور التعبـير عـن احتياجاتهـم وعـلى المخططـين أن يسـبقوهم ويعملـوا عـلى بلـورة الاحتياجـات التـي قـد يعجـز الجمهـور عـن التعبـير عنهـا.

5. هنـاك ضعـف شـديد في الاتصـال بـين الإعلاميـين الممارسـين والباحثـين الأكاديميـين حيـث أكـدت الكثـير مـن الدراسـات الميدانيـة ذلـك. ممـا يدعـو إلى إيجـاد قنـوات تحقـق هـذا الاتصـال المفيـد للعمـل الإعلامـي. كمـا أن هنـاك عـدم تنسـيق وتعـاون بـين المؤسسـات الإعلاميـة والمؤسسـات الأكاديميـة ممثلـة في كليـات الإعـلام وعلـوم الاتصـال، وكان يمكـن أن تسـتفيد المؤسسـات الإعلاميـة مـن تلـك الكليـات في إنجـاز الكثـير مـن البحـوث المختلفـة بغيـة الاسـتفادة منهـا في التخطيـط الإعلامـي. كمـا يـرى الباحـث أن هنـاك حاجـة إلى تبسـيط نتائـج البحـوث حتـى تصبـح أكثـر فائـدة للعاملـين في المجـال الإعلامـي، الاسـتفادة مـن الدراسـات الأكاديميـة، كمـا أن البحـوث التـي تجريهـا المؤسسـات الإعلاميـة لا يعـرف الممارسـون الكثـير عـن نتائجهـا وتظـل الاسـتفادة منهـا محـدودة في تطويـر الأداء الإعلامـي. إضافـة إلى عـدم وجـود تنسـيق سـواء بـين نشـاط

(1) جيهـان أحمـد رشـتي، التنسـيق والتكامـل في مجـال التخطيـط الإعلامـي عـلى المسـتوى الوطنـي في قضيـة التخطيـط الإعلامـي في الوطـن العربـي، القاهـرة: المنظمـة العربيـة للتربيـة والثقافـة والعلـوم، 1980م، ص203.

المؤسسات الحكومية المختلفة التي تستعين بوسائل الإعلام أو بين الوسائل الإعلامية نفسها وبين الخدمات المتعددة لوسيلة واحدة كالإذاعة في حالة تعدد المحطات الإذاعية.

لكل ما ذكر فإن علاقة التخطيط بالسياسة الإعلامية والتحريرية ليس من نوع العلاقات العابرة، ذلك أن غرض التخطيط التنبؤ لمسارات التنفيذ والتأثير في تلك المسارات والغايات التي يستخدمها ويقابلها التخطيط الإعلامي بهذا المعنى عبر استجابته للاحتياجات الأولويات التي تشترطها السياسات العامة.

فالتخطيط يمثل الصيغة الوحيدة التي يستطيع الإعلامي التعبير من خلالها عن مضامينها العامة والخاصة، وينضوي فهم التخطيط الإعلامي على الجمهور المعزول لتحقيق أهداف مستقبلية في إطار سياسة إعلامية محددة، وباستخدام خطط إعلامية متكاملة يجري تنفيذها تنفيذاً فعالاً بأجهزة إدارية وتنظيمية قادرة على تعبئة القدرات والإمكانيات الإعلامية واستغلالها بطريقة مثلى لتحقيق أهداف الخطط الإعلامية، إضافة إلى التنسيق بين القوى المتفاعلة والمؤثرة في العملية الإعلامية، بحيث يكفل هذا التنسيق بين القوى المتفاعلة المؤثرة في العملية الإعلامية. بحيث يكفل هذا التنسيق توفير الجهد والوقت، ويحسن الانتفاع بهما والاستفادة المثلى من التقدم الذي تحرزه تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لاسيما في مجال العمل الإعلامي.

إن التخطيط هو الوسيلة التي توصل لإنجاز الأهداف المطلوبة، ولكل مستوياتها تحدد الأهداف والوسائل الواجب إتباعها لتحقيق الأهداف، والسياسات الإعلامية والتحريرية لا يمكن أن تتم ما لم يخطط لها، لذا تعتبر الاستراتيجيات والسياسات والإجراءات والبرامج والقواعد والميزانيات أمثلة للخطط التي تساعد في إنجاز الأهداف [1].

إن الحديث عن دور فعال ومؤثر للإعلام خاصة الإذاعة (الراديو والتلفزيون) في تعزيز علاقات السودان وأثيوبيا لا يمكن أن يتم دون أن نحدد وبدقة درجة فعالية السياسة التحريرية التي بنت عليها تخطيطها الاستراتيجي ، فوضع السياسات التحريرية يقوم على التخطيط الاستراتيجي الفعال والذي يقصد به العملية الإدارية التي يتم فيها تحديد الأولويات والبرامج ورسم السياسات

(1) منال رشاد عبدالفتاح، إدارة المؤسسات التربوية الجامعية في نموذج الأولويات والمستجدات، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2012م، ص 62.

التـي تحكـم سـلوك المنظمـة في اسـتخدام المـوارد المختلفـة الماديـة والبشريـة لتحقيـق أهدافهـا ويتطلـب هـذا النـوع مـن التخطيـط معلومـات خاصـة بالبيئـة مـن خـارج المنظمـة، ويرتبـط التخطيـط الاسـتراتيجي لمسـتقبل المنظمـات سـواء أكانـت أكاديمية أو إنتاجيـة أو خدميـة[1].

إن الالتـزام بمنهـج التخطيـط الاسـتراتيجي في وضـع السياسـات الإعلاميـة والتحريرية تحقـق مـن خلاله سـبعة أهـداف هـي: -

أ. نظرة مستقبلية لتحقيق الرؤية.

ب. ارتباط الرسالة بتحديات المستقبل.

ج. استخدام أسلوب التفكير التحليلي.

د. تحديد الأولويات والأساليب والبدائل.

هـ. توظيف الموارد في ضوء الاحتياجات.

و. إيجاد خطة عامة طويلة المدى تبين المهام والمسئوليات.

ز. إيجاد مشاركة متعددة المستويات في العملية التخطيطية.

ويـرى الباحـث أن الإذاعـة (الراديـو والتلفزيـون) في السـودان وأثيوبيـا في حاجـة ماسـة لإتبـاع منهـج التخطيـط الاسـتراتيجي مـن خـلال وضـع السياسـات الإعلاميـة والتحريريـة لضمـان الأداء بفعاليـة في البرامـج والرسـالة المقدمـة مـن خلالهـا. ويـؤدي التخطيـط إلى صنـع رسـالة تتعامـل مـع كل المتغـيرات مـن خـلال السياسـات التحريريـة، بالإضافـة إلى أن الالتـزام بـه في وضـع السياسـات التحريريـة يـؤدي إلى ربـط الخطـط عـن قـرب بالأهـداف التشـغيلية للإذاعـة (الراديـو والتلفزيـون) في البلديـن ويسـاهم التخطيـط في أداء باقـي الوظائـف الإداريـة الأخـرى.

ويـرى الباحـث أن الالتـزام بمنهـج التخطيـط والتخطيـط الاسـتراتيجي في وضـع السياسـات الإعلاميـة والتحريريـة لـكل مـن الإذاعـة (الراديـو والتلفزيـون) بالسـودان وأثيوبيـا يعمـل عـلى تعزيـز وتطويـر وتقويـة العلاقـات بينهمـا، فبنـاء خطـة اسـتراتيجية تقـوم عليهـا السياسـات الإعلاميـة والتحريريـة يسـتدعي مراعـاة قدراتها

(1) بـدر بـن أحمـد بـن سـعيد البلـوشي، التخطيـط الاسـتراتيجي ورأس المـال البـشري في المنظمـات الإعلاميـة، ط1، المكتـب العربـي للمعـارف، القاهـرة، 2017م، ص27.

وإمكاناتها وإشراك المديرين ورؤساء التحرير والمحررين والمراسلين وبقية مكونات العمليات الإذاعية بجانب متخذي القرار في عملية تطوير الخطة الاستراتيجية والتخطيط الجيد للبرامج والمشروعات ووضع نظام مناسب للمساءلة والمتابعة وتحقيق التوافق ما بين نظم المعلومات الإدارية والخطة الاستراتيجية. إن مجرد وجود إدارات خاصة بالتخطيط لا يعني بالضرورة وجود خطط علمية فعلية، فقد لاحظ الباحث من خلال زياراته الميدانية للإذاعة (الراديو والتلفزيون) بأثيوبيا ومن خلال عمله بالهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان لاحظ أن هذه الإدارات موجودة فعلياً (تخطيط)، ولكن ينقصها الكوادر العلمية المتخصصة بجانب البيروقراطية السائدة في الإذاعة (الراديو والتلفزيون)، وعدم استيعاب فكرة التخطيط وأهميته، وبالتالي استيعاب فكرة إيجاد سياسات تحريرية مكتوبة. بالإضافة إلى سيطرة النخب من المحترفين السياسيين الذين يعانون من ضيق آفاقهم الثقافية والعلمية وغيرها من الأسباب تسهم مباشرة في الإعداد السيء للخطة، وقد يجعلها بالتالي مركزة على الأزمات، يعيق تعميم الخطة ويجعلها من مسئولية جهة محددة مختصة بالتخطيط دون غيرها من التقسيمات الإدارية، وقد استتبع ذلك عدم المشاركة الفعالة لغالبية العاملين في وضع الصياغات النهائية وهو ما حد من فهم واستيعاب وتبيين الخطط والسياسات التحريرية المعتمدة.

ويرى الباحث أن التخطيط للسياسات التحريرية لا يجد الاهتمام اللازم من قبل القائمين على وسائل الإعلام بكل من السودان وأثيوبيا وأن ما تقوم به الإذاعة (الراديو والتلفزيون) عبارة عن اجتماعات يومية راتبة للعاملين في مجالات الأخبار والبرامج السياسية بجانب الذين يقومون بإعداد وإنتاج البرامج في اجتماعات ولقاءات ربما تمتد من أسبوع إلى أسبوع ومن شهر إلى شهر وهذا يتنافى وروح التخطيط التي تحتاج إلى التأني و الشمول والتكامل للبرامج وإعداد وإنتاج نشرات الأخبار، كما لاحظ الباحث أن فقر الإنتاج اليومي يغلب على روح التخطيط الإعلامي الشامل للسياسات التحريرية وهذا مفاده أنه هنالك عدم وضوح رؤية لدى وسائل الإعلام من حيث القضايا الاستراتيجية التي تتعلق بين السودان وأثيوبيا وأن التعامل الذي يتم في الأغلب الأعم يقوم على التفاعل اليومي مع الأحداث دون الاستناد على رؤية تخطيطية شاملة.

مصممو السياسات التحريرية في كل السودان وأثيوبيا:

وقف الباحث على الأساليب والطرق التي بموجبها يتم وضع السياسات التحريرية لدى وسائل الإعلام في كل من السودان وأثيوبيا خاصةً في كل من الإذاعة (الراديو والتلفزيون) وتبين له أن السياسة التحريرية لدى العاملين في الإذاعة الأثيوبية (الراديو والتلفزيون) تقوم على ضوابط إلزامية للعاملين وأن مخالفتها تكلف العاملين العقاب (التحقيق الإداري والوظيفي وغيرها من أشكال العقاب) فيما تكلف مؤسسات الإعلام التابعة للقطاع الخاص العقوبات القانونية من خلال أجهزة الحكم وتكلفها أموال طائلة كأتعاب للمحاماة ومتابعة الإجراءات القضائية. واتضح أيضاً للباحث أن وسائل الإعلام في السودان تلتزم بحكم الدستور والقانون واللوائح والسياسات التي تضعها كل مؤسسة رغم أنها لا ينطبق عليها أنها سياسات تحريرية تقوم على تشريعات وتخطيط إعلامي. ويرى أشرف فهمي خوجة أحد خبراء الإعلام أن هنالك نوعين من الضوابط لوضع السياسة التحريرية، النوع الأول: هو إلزامي يلتزم به الصحفيون بحكم المواثيق التي ينص عليها الدستور والقانون واللوائح وسياسة المؤسسة التي يعمل بها القائم بالاتصال، والثاني: غير إلزامي يتصل بمعتقدات الصحفي القائم بالاتصال من حيث خبراته وقيمه المهنية وانتماءاته التي يؤمن بها وأن مخالفتها لا يترتب عليها جزاء قانوني[1]. ورغم ما سبق لاحظ الباحث الجدل والنقاش الذي يدور بين خبراء الإعلام والعاملين فيه بكل من السودان وأثيوبيا حيث لاحظ أن السياسة التحريرية يقوم بوضعها القيادات (من أعلى إلى أسفل) أي من مدير المؤسسة ورئيس التحرير إلى مديري الإدارات ورؤساء الفرق والمحررين والمراسلين وأن النقاش الدائر هو هل بإمكان العاملين على مستوى المراسلين والمحررين ورؤساء الفرق ومديري الإدارات أن يقوموا بصناعة هذه السياسات التحريرية وجعلها سياسات تحريرية تشاركية تفاعلية بين الجميع إلا أن ذلك يعد من العقبات التي تواجه وسائل الإعلام خاصةً في الإذاعة (الراديو والتلفزيون). فقد لاحظ الباحث أن السياسات التحريرية لا تخلو من إملاءات من أصحاب المناصب العليا لدى وسائل الإعلام، وأن المراسلين والمحررين ورؤساء فرق تحرير الأخبار وإنتاج البرامج ما عليهم إلا أن ينفذوا هذه السياسات التحريرية. وقد وقف الباحث على أوضاع

(1) أشرف فهمي خوخة، المؤسسات الصحفية بين التنظيم والرقابة، الأطر النظرية والنماذج التطبيقية، ط1، 2006م، دار المعرفة الجامعية، جمهورية مصر العربية، ص279.

وسائل الإعلام في كل من السودان وأثيوبيا بالتركيز على كيفية وضع السياسة التحريرية وقد تأكد له من خلال الدراسة الميدانية والمقابلات مع الخبراء والعاملين في وسائل الإعلام خاصةً في الإذاعة (الراديو والتلفزيون) أن السياسة التحريرية يتم وضعها من أعلى إلى أدنى وإن كانت هنالك اجتماعات في صالات التحرير يدور فيها نقاش ليس في كيفية وضع السياسات التحريرية وإنما تنفيذ السياسة التحريرية التي يتحدث عنها مدير الإدارة أو رئيس التحرير أو مدير البرامج في الإذاعة (الراديو والتلفزيون). ولاحظ الباحث أن ذلك النقاش كان يمكن أن يتطور إلى وضع سياسة تحريرية يشارك فيها القائمين بالاتصال على مستوى مؤسسات الإعلام في البلدين وبالتالي يسهل تنفيذ تلك السياسات التحريرية دون أي احتكاكات أو خلافات في تنفيذها.

ولاحظ الباحث أن هذا الأمر وإن كان شكلاً موجود من خلال اجتماعات صالات التحرير للمشتغلين في الأخبار والبرامج السياسية إلا أنه شكلاً ولا ينفذ إلى المضامين التي يتم عبرها وضع سياسات تحريرية مكتوبة متفق عليها وبدا للباحث أن إمكانية الوصول إلى سياسة تحريرية متفق عليها بين العاملين في وسائل الإعلام والحديث هنا عن هيئة التحرير من محررين ومراسلين يبدو ممكناً على صعيد عدد من وسائل ومؤسسات الإعلام الغربية ولكنه ربما يقترب من المستحيل في الحديث عنه لدى مؤسسات الإعلام في العالم النامي. هذا وقد توصل الباحث (ديس فريدمان) من خلال بحثه حول من يضع السياسة التحريرية إلى أن هنالك مجموعة محددة جداً ومغلقة هي من تضع السياسات في وسائل الإعلام، ويبدو الأمر مفهوماً لمن يعرف كيف يبني رؤساء التحرير وأصحاب السلطة من سياسيين وملاك لوسائل الإعلام كيف يشكلون دوائر صغيرة مغلقة فغالباً ما تكون المصالح نقطة التقاطع فيما بينها،

ويقول (فريدمان): (هنالك أجندة تديرها زمرة متماسكة وصغيرة جداً من الأشخاص الذين كانوا إلى حد ما على استعداد للاستماع، ولكن فقط ضمن حدود ضيقة جداً من فكرتهم الخاصة حول ما يجب القيام به، ولديهم معايير واضحة جداً، وكانوا على استعداد للاستماع إلى الغرباء لكن في النهاية أعتقد أن الأمر كان يتعلق أكثر بجماعات الضغط والعلاقات العامة) [1]. ويتطرق (فريدمان) في كتابه إلى فكرة متناقضة جداً لكنها بالغة الصدق تتعلق بالإعلام

(1) Freedman, Dis, 2010, "Media Policy Silences: The Hidden Face of Communications Decision Making". The International Journal of press/ Politics Volume 15 (issue3) pp 344361.

مفادهـا (إن السياسـيين وصنـاع القـرار يهتمـون بالسياسـات الإعلاميـة (التحريريـة) أكثـر مـن اهتماماتهـم بسياسـة صنـع السـيارات وتصديرهـا أو سياسـة صناعـة الحديـد الصلـب، الأمـر الإشـكالي المتعلـق بالإعـلام أن عـدداً قليـلاً جـداً من الأشـخاص او النخبـة هـم الذيـن يتخـذون القـرارات بشـأن السياسـة الإعلاميـة لوسـائل الإعـلام، لكـن تأثـير هـذه السياسـة التـي تصنعهـا النخبـة يؤثـر عـلى مجموعـات واسـعة مـن البـشر) ويجمـل فريدمـان قائـلاً: (النقاشـات والخلافـات تأخـذ مكانهـا في عمليـة تشـكيل السياسـة، ولكـن تبقـى شروط هـذه الصراعـات ومـا سـينتج عنهـا في نهايـة المطـاف، يبقـى ضمـن أدوات سياسـية محـدودة وفي أيـدي نخبـة تصنـع القـرار) ([1]). أيـاً كانـت هـذه النخبـة التـي تحـدث عنهـا (فريدمـان) إلا أن هنـاك نضـالاً حقيقيـاً قادتـه صحـف ووسـائل إعـلام مـن أجـل صياغـة سياسـاتها التحريريـة بشـكل مكتـوب لا بشـكل ضمنـي يجعـل المسـاحة الرماديـة أكـبر، مـا يجعـل القيـم الإعلاميـة في خطـر حقيقـي، لأنهـا حينهـا سـتكون عرضـة للتأويـل والاسـتخدام بمـا يتفـق مـع مصلحـة بعـض القائمـين عـلى القـرار في وسـيلة الإعـلام.

ويـرى الباحث أنـه آن الأوان لتنفيـذ الاتفاقات الثنائية بـين هيئات الإذاعـة والتلفزيون في السـودان وأثيوبيـا في مجـال التخطيط الإعلامي للبرامج المشـتركة بـين البلدين من خلال كافـة الاشـكال والمضامين سـيما البرامـج الاجتماعيـة كالأغاني التـي لاحـظ الباحث أنها تشـكل أن ربـط اجتماعي بـين السـودانيين والأثيوبيين وأن المـزاج الأثيوبـي يتغنى دوماً بالأغانـي السـودانية وهكـذا يمكـن أن يتم التخطيـط لأغانـي ثنائية بين شـعبي البلدين تقـوي العلاقـات التاريخيـة تبينهـا كمـا أن المـزاج السـوداني يتغنـى دومـاً بالإيقاعات الأثيوبيـة وهنـاك عـدد مـن النمـاذج العمليـة التي تغنـى بها عـدد مقدر مـن المطربين السـودانيين عـلى الإيقاعـات والأنغـام والألحـان الأثيوبيـة مثـل هـذا التخطيط المشـترك يعمـل على تقويـة علاقات الشـعبين السـوداني والأثيوبي بجانـب ذلك الاتفاقـات الموقعة بـين جامعـة أديـس أبابـا وجامعـة أفريقيـا مثـلاً لابـد مـن تفعيلهـا وتنفيذهـا بتبادل هـذه البحوث بين المؤسسـتين إضافـة إلى تشـجيع البرامـج التفاعلية بين البلديـن وكذلك البرامـج النوعيـة المتخصصة لتجـاوز حاجز اللغـة واللهجـات المحلية.

كمـا أن عـدم وجـود تنسـيق سـواء بـين نشـاطات المؤسسـات الخدميـة المختلفـة التـي تسـتعين بوسـائل الإعـلام أو بـين الوسـائل الإعلاميـة نفسـها وبـين الخدمـات المتعـددة لوسـيلة واحـدة كالإذاعـة في حالـة تعـدد المحطـات الإذاعيـة.

(1) Freedman, Dis, 2006, "Dynamics of power in contempory media policy making" Sage Publications. Vol 28 (Issue 6): pp 811-834.

المبحث الثاني

مفهوم السياسات الإعلامية وتطورها وتأثيرها في الإنتاج الإعلامي

السياسة الإعلامية (التحريرية) تعني تركيباً معقداً من الأفكار والتوجيهات والمشاريع والبرامج والخطط التي توضع في كل مجال من المجالات الحياتية للمجتمعات، في ضوء الفلسفة والإستراتيجية الإعلامية ومن أجل تحقيق الأهداف المحددة تعتبر السياسة الإعلامية هي الأساس الذي تنتهجه وسائل الإعلام لإنجاز تلك الأهداف، لذلك تطفى الإهتمامات اليومية العملية على الممارسات الإعلامية وتتسع وتتمدد مساراتها وفقاً لنوع وخصائص وشدة كل أزمة. وعليه فإن السياسات الإعلامية هي تكثيف الفلسفة العامة التي تضبط حركة المجتمع في المجالات كافة وهي بمنزلة الإدراك العميق والشامل والبعيد المدى لدور الإعلام في المجتمع، فهي تقوم بتوضيح الإستراتيجية وترجمتها في ضوء الظروف والإمكانيات وعلى أساس المهمات المطلوب إنجازها في مرحلة معينة وفي مجال معين[1].

تعددت تعريفات ومفاهيم السياسة الإعلامية بين الباحثين وخبراء الإعلام ، منهم من يرى أنها تستخدم للدلالة على خطة الإعلام في بعض الأحيان، أو على أهداف الإعلام ، أو على مرحلة زمنية إعلامية يتم فيها الإعلام بصيغة أو صفة معينة، خاصة في الدول النامية فسياسات الإعلام وفقاً لعبد الوهاب كحيل هي الاختبارات التي على ضوئها تعتمد خطط الإعلام، وهي في ذات الوقت جزء من خطط الإعلام ، ويرتبط ارتباطاً وثيقاً بالأهداف وكيفية تحقيقها، وقد جرى العرف في لغة الإعلام على استخدام تغير سياسات للدلالة على الاختيارات أو الأسس التي يتم على ضوئها الاختيار، ولكن علماء السياسة لا يطلقون تغيير سياسات إلا على القرار الذي وضع موضع التنفيذ، وأحدث تغييراً في الواقع الذي صدر من أجله، فالقرار قبل التنفيذ يعد اختيار ما بعد التنفيذ الفعلي فيسمى سياسة[2].

---

(1) ماهر عودة الشمايلة ومحمود عزت اللحام ومصطفى يوسف كافي وعلي فلاح الضلاعين، (الإعلام وإدارة الأزمات)، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015م، عمان- الأردن، ص 164.

(2) عبد الوهاب كحيل، الرأي العام والسياسات الإعلامية (القاهرة: مكتبة المدينة، 1985م)، ص 122.

ويقصد بالسياسة الإعلامية: وجود مجموعة من المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة. تجاه عملية تنظيم، وإدارة ورقابة وتقديم ومواءمة نظم وأشكال الاتصال المختلفة[1]. وعلى الأخص منها وسائل الاتصال الجماهيري، من أجل تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية في إطار النموذج السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذي تأخذ به الدولة.

وبشكل عام فإن السياسة الإعلامية تعتبر لدولة ما وسيلة إعلامية ما عن دوافع وأهداف الذين يمولون هذه الوسيلة، فإذا كانت الحكومة هي التي تمول فإن المضامين فهذه الوسيلة الإعلامية سوف تدافع عن هذه الحكومة، وأيضاً عند ملكية الوسيلة الاتصالية لأحد الأفراد الذين لهم أهداف دينية أو سياسية أو اقتصادية.

ويعد هذا التعريف أحد أهم وأوضح التعريفات الخاصة بالسياسة الإعلامية وأكثرها موضوعية لما يمتاز به من واقعية وشمول فهو يضم جميع العناصر التي وردت في هذا المفهوم. كما يعطي لكل عنصر حدوده ودوره في التعريف والتعبير عن جانب من مضمون السياسة الإعلامية التي يعنيها، ويأخذ نهجاً بعيداً عن التناول المباشر لطبيعة أيدولوجية السياسة السائدة في بلد ما، أو في مكان ما. وهو بذلك أكثر تعبيراً عن العملية الإعلامية وأكثر بعداً عن التعسف والتزمت النظري. ووفقاً لهذا المفهوم فإن السياسة الإعلامية تتناول ضمناً: النشاط الإعلامي (العملية الإعلامية)، طبيعة الرسالة الإعلامية، صيغ التدخل المباشر في التأثير على السلوك، النتائج المتوقعة من عملية التأثير، علاقة الإعلام بالحقول الاجتماعية الأخرى، صيغ التوازن والتوافق بين الإعلام والأنشطة الرسمية وغير الرسمية.

عليه تتلخص العناصر التي يضمها التعريف في (المبادئ والمعايير والقواعد والتحكم والسلوك الإعلامي والأيدولوجيا السياسة، وكذلك القيم وكل وأحد منها يحتل حيزاً من المضمون الذي يعبر عنه التعريف) [2].

أما عن المبادئ هي: الأهداف العامة للسياسة المركزية التي يعتمدها المخطط الإعلامي كإطار أيدولوجي لخطته وبرامجه. والمعايير فهي: القياسات التي

(1) محمد بن عوض المشيخي، السياسات الإعلامية في القنوات الأخبارية الفضائية العربية، دراسة تطبيقية على فن العربية الأخبارية، دراسة غير منشورة، المجلة العربية المصرية لبحوث الرأي العام، العدد (2) تصدر عن مركز البحوث الرأي العام كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007م، ص 24.

(2) علي فلاح الضلاعين وماهر عودة الشمايلة وأخرين، (الإعلام وإدارة الأزمات)، مرجع سابق، ص 165.

يعتمدهـا المخطـط الإعلامـي في تحديـد الإطـار العـام للرسـالة الإعلاميـة مـن حيـث الشـكل والمضمـون ومـدى تطابقهـا مـع السياسـة العامـة ومعاييرهـا، وتعتـبر القواعد هـي: الأسـس التـي ترتكـز إليهـا السياسـة الإعلاميـة عنـد التخطيـط والتنفيـذ ومـدى تطابقهـا مـع أسـس السياسـة العامـة والبيئـة الاجتماعيـة وفقـاً لمنطـق التقابـل والتطابـق. أمـا التحكـم: يعنـي السـيطرة والتوجيـه «أيدولوجي أو مؤسـسي» للسـلوك الإعلامـي. أمـا السـلوك الإعلامـي فهـو: نمـط النشـاط الإعلامـي ومؤسسـاته ونمـط مضامـين الرسـائل الإعلاميـة وعلاقـة الإعـلام كمؤسسـات- بسـلطة القـرار وعلاقـة الإعـلام - كمضمـون بالجماهـير.

أمـا فيمـا يتعلـق بالأيدولوجيـة السياسـية فهـي الإطـار العـام الفكـري لثقافـة وفلسـفة وتشريعـات بلـد أو دولـة مـا.

أمـا فيمـا يتعلـق بالقيـم، فالقيـم الأيدولوجيـة السياسـية والقيـم والأعـراف الإجتماعية ممثلـة بالإعتبـارات الأساسـية التـي تحـدد السـلوك الإجتماعـي العـام تجـاه نمـط قيمـي معـين.

ويـرى الباحـث أن العنـاصر المذكـورة أعـلاه جميعهـا قابلـة للتحليـل والدراسـة النقديـة وإمكانيـة إرجاعهـا إلى أصولهـا الفكريـة. وبمعنـى آخـر إمكانيـة تحليـل منطقهـا وعلاقتهـا، ومـدى تعبيرهـا عـن المضمـون الأيدولوجـي الـذي تنتمـي إليـه. فـإذا أخذنـا القيـم مفهومهـا وممارسـتها نكتشـف أن منطقهـا إنعـكاس لمنطـق المجتمـع والسـلوك الإجتماعـي، فالقيـم العربيـة غـير القيـم في المجتمعـات الغربيـة أو مجتمعات أمريكا اللاتينية، وهكذا[1].

يلاحـظ الباحـث أن قناعـات كل مجتمـع مـن هـذه المجتمعـات تختلـف عـن قناعـات المجتمـع العربـي في كثـير مـن المفاهيـم والممارسـات ومـا هـو صحيـح في مجتمـع مـا ربمـا يكـون خطـأ في مجتمـع آخـر، وبالتـالي فـإن قناعـة أي منهمـا تتبايـن مـع الآخـر.

وهـذا الأمـر يحسـب عـلى جميـع عنـاصر التعريـف الأخـرى، فهمـا أيضـاً. اي العناصر تخضـع لـشروط التقابـل والتطابـق، وتقابـل المفاهيـم وتطابـق المضامـين، فـلا يجوز إعتمـاد قيـم مسـتنبطة مـن قيـم المجتمعـات الغربيـة، ولممارسـتها في مجتمـع تحكمه الأيدولوجيـة العربيـة الإسـلامية والعكـس صحيـح. وبالتـالي فـإن تصميـم السياسـات

(1) علي فلاح الضلاعين، وماهر عودة الشمايلة، (الإعلام وإدارة الأزمات)، مرجع سابق، ص 167 .

الإعلامية يمثل الإدارة الحاكمة لكل أزمة أمنية أو سياسية أو إقتصادية أو ثقافية.

في بداية العقد الخامس من القرن العشرين بدأت الحاجة تظهر لوجود إعلام متخصص يخاطب الجماهير بمنظور التخصص بعيداً عن (الشمولية) التي اتسم بها المضمون في السابق، وتمثل ذلك في تطور تقنيات الوسائل وتعقد الحياة الاجتماعية وارتباط المجتمعات البشرية بالوسائل بشكل أكبر من ذي قبل لتؤدي دور المصدر الرئيس للمعلومات القديمة التي تميزت بالإتصال المباشر[1].

وجاء ظهور الإعلام المتخصص بنتيجة تطور (علم الإعلام) الذي يأخذ وصفه كحقل معرفي مستقل عن العلوم الإجتماعية في بداية الخمسينيات من القرن الماضي، في إطار واسع شمل تطور الوسائل من جانب وهي من جانب آخر تطور المجتمعات البشرية. لذلك لم تكن مغامرة (تدتيرنر) في أوائل الثمانينيات من القرن الماضي مستغرباً، فضلاً عن الوسائل المطبوعة التي سبقت الإذاعة والتلفاز بفترة زمنية غير قصيرة[2]. كما أن ظهور الإعلام التخصصي كان إستجابة لحاجة المتصلين لحرفية عالية في تحقيق أهدافهم الإتصالية. ولا غرابة الآن في وجود جامعات تعطي شهادات علمية في الإعلام الصحي والرياضي والأسرة، وكذلك الإعلام الأمني مع بداية الألفية الثانية. فالإعلام الأمني في إطار هذه المقدمة هو فرع من فروع الإعلام المتخصص، نشأ في الأصل نتيجة لحاجة إلى حرفيين متخصصين في إعداد رسائل توعوية ذات تأثير عالمي في المجال الأمني. ولهذا فإن الإعلام الأمني في مفهومه الظاهر له (رجاله وخبراؤه) وهو يسهم في المقام الأول بحملات التوعية المتعلقة بالموضوعات الأمنية والتي منها (الجريمة والتخريب والإرهاب والمخدرات)، ويهتم أيضاً بدراسة الموضوعات الأمنية، وتتعامل وسائل الإعلام معها مثل نشر أخبار الجرائم أو دراسة الصور الذهنية لرجال الأمن إلى آخر هذه الموضوعات، بالإضافة إلى تعاملها بالتماس المباشر مع الأزمات والكوارث حين وقوعها، أما لحماية المجتمع من آثار ونتائج تلك الأزمات أو قد تؤدي دوراً آخر من شأنه تأجيج الأزمة ومضاعفة تأثيراتها على المجتمع وحينها يكون قد تحقق هدف مفجري تلك الأزمة بالنسبة للمجتمع الذي تقصف به بينما يعتبر دوراً إيجابياً بالنسبة لصانعي هذه الأزمة أو

(1) علي فلاح الضلاعين، وماهر عودة الشمايلة، مرجع سابق، ص 168.

(2) المرجع نفسه، ص 169 .

تلك[1]. وبما أن الفلسفة الإعلامية كانت هي الأصل في رسم السياسات الإعلامية فإن الإستراتيجية الإعلامية والأمنية وما تطلبه من سياسات وبرامج وخطط هي الفروع والأعضاء. ولذلك فإن الإستراتيجية توضع دائماً في ضوء الفلسفة وإستناداً إليها: ورغم الأهمية البالغة في إيجاد سياسات إعلامية لأي مؤسسة حكومية أو دولة ما، فإن فريقاً آخر يرى أن وضع السياسات الإعلامية ورسمها يشكل تناقضاً مع الحق في الإعلام وحرية التعبير. ووجد الباحث أن هذه المسألة وتناقضها لم تكن مقتصرة على مجتمعاتنا وحسب بل أنه في عدد مقدر في البلدان المتقدمة والنامية وعلى مستوى المنظمات المتخصصة والأكاديمية ووسائل الإعلام. غير أن ظاهرة وضع السياسات والدعوة لوضعها أصبحت من مقتضيات العصر وكجزء من الخطط الشاملة للدولة. وحتى في الدول الغربية هناك إهتمام بالتخطيط الإعلامي في بعض القطاعات كالنشر والإنتاج الإعلامي الخارجي والهندسي يقوم على أساس من الإستراتيجية العامة للدولة شاهدهم في ذلك الإهتمام الذي أولته اليونسكو في مسألة السياسات الإعلامية في مجال الإتصال، والتي جعلت من الإعلام والإتصال ظاهرة إجتماعية بالغة التعقيد والنفوذ في شتى المجالات الاجتماعية والثقافية والتربوية والسياسية بما من شأن ذلك ضرورة أن توضع سياسات وضوابط لأنشطة الإعلام تحدد وظيفته وأهدافه ومسيرته.

وانعقدت في هذا الخصوص سلسلة من المؤتمرات الدولية الحكومية لمناقشة سياسات الإعلام في مناطق العالم النامي المختلفة، والتي أسهمت بما قدم فيها من وثائق وما جرى فيها من مناقشات بالإضافة إلى تقرير اللجنة الدولية لبحث مشاكل الاتصال التابعة لليونسكو المعروفة بلجنة (ماكبرايت)[2] والذي أنتهت منه في شهر مايو 1980م فأسهمت هذه اللجنة بإلقاء الضوء

(1) ماهر عودة الشمايلة ومحمود عزت اللحام ومصطفى يوسف كافي وعلي فلاح الضلاعين، (الإعلام وإدارة الأزمات)، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015م، عمان- الأردن، ص 164.

(2) * لجنة ماكبرابر يقصد بها اللجنة الدولية بدراسة مشكلات الإعلام وكونتها منظمة اليونسكو عام 1976ن برئاسة الإيرلندي (شون كيرايد) أحد مؤسس منظمة العفو الدولية وحائز على جائزتي لينين ونوبل للسلام وتألفت هذه اللجنة من نخبة من الخبراء في الإعلام والاتصال ينتسبون إلى ستة عشر دولة وتركزت في عملها على مسألتين الأولى ما جاء في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان في سنة 1948م والذي أكد أن لكل فرد الحق في حرية الرأي والتعبير ويشمل حرية اعتناق الآراء دون تدخل (استقصاء المعلومات والأفكار وتلقيها ونقلها من خلال أية وسيلة وبغض النظر عن الحدود. والثانية: قرار الأمم المتحدة (59) الصادر عام 1964م والذي أكد أن حرية الإعلام حق إنساني أساسي، والمحلك لجميع الحريات التي تكرس الأمم المتحدة نفسها له، وتطلب امتيازاتها من دون إساءة استعمال وتطلب كنظام أساسي الالتزام والسعي لخلق الحقائق من دون تحميل ونشر المعرفة من دون نوايا خبيثة وأصدرت اللجنة التي أصبحت تعرف لجنة (ماكبرايد) تقريرها بعنوان: (أصوات متعددة وعالم واحد) ويحمل (82) توصية تدعو لتوسيع إطار المعلومات وحرية تدفقها وتوازنها مع الدعوة لنظام إعلامي فعال وجديد، يوظف الاقتصاد والإدارة والصناعة والتدريس والبحث.

عــلى الجوانــب المختلفــة للسياســات الإعلاميــة بشــكلٍ عــام ومــا يتفــرع منهــا مــن سياســات مفهــوم السياســات الإعلاميــة.

وتصــف الباحثــة الإعلاميــة الجزائريــة فطيمــة أعــراب السياســة الإعلامية بأنهــا: (مؤثر مهــم وكبــير لمعالجــة أي أزمــة في وســائل الإعــلام والتــي تؤثــر بدورهــا عــلى جمهــور المتلقــين، لمــا تشــكله وســائل الإعــلام مــن أداة اســتراتيجية لإدارة هــذه الأزمــات وذلــك بطــرح وإيجــاد الحلــول المناســبة والمســاهمة في تحقيــق التنميــة الشــاملة، خاصــة في الوقــت الحــالي الــذي يشــهد تزايــد المشــكلات والأزمــات المتعــددة، وبالتــالي تهــدد اســتقرار الدولــة وكل مكونــات المجتمــع، ممــا يســتدعى ضرورة تضافــر جهــود مختلفــة المــؤشرات الإجتماعيــة والثقافيــة والسياســية والإقتصاديــة والإعلاميــة للحــد مــن تطــور الأزمــات ومواجهــة تأثيراتهــا عــلى مختلــف الأصعــدة)[1]. فوســائل الإعــلام كإحــدى مصــادر المعلومــات في وقــت الأزمــات ملمــة بالتخطيــط لمضامــين ومحتويــات لمــا يســمى بإعــلام الأزمــات بطريقــة علميــة مدروســة في إختيــار المعلومــة، وأســلوب تقديمهــا والوقــت المناســب لبثهــا ونشرهــا. وذلــك بالإســتعانة بإعلاميــين متخصصــين ومؤهلــين للتعامــل الإيجابــي مــع هــذه الأحــداث[2]. ويمكــن القــول أن التعريــف الــذي اعتمدتــه اليونســكو للسياســات الإتصاليــة والإعلاميــة هــو الســائد حاليــاً والقائــم عــلى:

مجموعــة المبــادئ والمعايــير التــي تحكــم نشــاط الدولــة تجــاه عمليــات تنظيــم وأشــكال العمــل الإعلامــي المختلفــة خاصــة وســائل الإعــلام الجماهيريــة، والأجهــزة الرئيســية للمعلومــات، مــن أجــل تحقيــق أفضــل النتائــج الإجتماعيــة الممكنــة، في إطــار النمــوذج الســياسي والاجتماعــي والإقتصــادي الــذي تأخــذ بــه الدولــة. وبنــاءً عــلى هــذا المفهــوم كان الأمــر يتطلــب الآتــي:

أ. المحتوى والمضمون الإعلامي والإتصال.

ب. الأنظمــة والمؤسســات الإعلاميــة والإتصاليــة القائمــة وأنظمــة ومؤسســات نقــل المعلومــات وبنياتهــا ووظائفهــا والتشريعــات المنشــئة والمنظمــة لهــا، ولبقيــة تحويلهــا وإدارتهــا والاخلاقيــات المحــددة لنشــاطها والأبعــاد السياســية الداخليــة والخارجيــة لهــا.

(1) فطيمــه أعــراب، الطاهــر بصيــص، «السياســة الإعلاميــة ومعالجــة الأزمــة الإقتصاديــة في وســائل الإعــلام « «مقاربــة نظريــة» مجلــة الآداب والعلــوم الإجتماعيــة (مجلــة دوريــة علميــة للحكمــة) العــدد 28 مجلــد 15-2018م- جامعــة فرحــان عبــاس- ســطيف- الجزائــر- كليــة الآداب والعلــوم الإجتماعيــة.

(2) فطيمة إعراب، الطاهر بصيص، المرجع نفسه.

- نوعية المستفيدين من هذه الأنظمة ومواقعهم الجغرافية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية.

- نوعية التكنولوجيا الإتصالية المستخدمة وحدود إمكانيتها ومدى تأثيرها على العناصر الأخرى الداخلية في العملية الإتصالية.

- العمليات المتصلة بتقييم نتائج الأنشطة الإعلامية والاتصالية على الأخص ما يتصل منها بالآثار الاجتماعية والثقافية والتربوية [1].

ووجد الباحث أنه ومن خلال عمله في مجال العمل الإذاعي المسموع والمرئي والمقروء الحديث عن السياسات الإعلامية والتحريرية أن المسئولين عن الإعلام يتحدثون عن خطة إعلامية وسياسات إعلامية وتحريرية، وأنه يجب عمل سياسات إعلامية وطنية شاملة، وتتفرع منها سياسات تحريرية فرعية لكل وسيلة من وسائل الإعلام بالإضافة إلى الأنشطة الإعلامية والاتصالية المختلفة، ولذا يرى من الطبيعي أن تتحد السياسات التحريرية الفرعية على ضوء السياسات الإعلامية الشاملة وهذه بدورها تتحد في ضوء السياسات العامة للدولة، عليه فإن (السياسات الإعلامية هي التي تضع الخطوط العريضة لمسار الأنشطة الإعلامية والاتصالية لتحقيق أهداف معينة ومن ثم ترجمة هذه السياسات إلى خطط محددة توضع موضع التنفيذ). ويلخص الخبير الإعلامي العربي سعد لبيب[2] الأبعاد أو المداخل النوعية للسياسات والخطط الإعلامية إلى ثمانية أبعاد هي:

- **البعد الإتصالي**: وهو الذي يحدد الوظيفة الإجتماعية للوسيلة الإعلامية (إذاعة، تلفزيون، صياغة) داخل الإطار السياسي والإجتماعي للدولة وتترجم هذه الوظيفة إلى مضامين إعلامية

- **البعد الإجتماعي**: والذي يتصل بالتكوين السكاني والهيموغرافي لجمهور ومؤشرات إتجاهاته المستقبلية ووسائل الحصول على المعلومات المتصلة بهذه الجوانب كلها وتحكيمها.

---

(1) أمين سعيد عبد الغني، (إدارة المؤسسات الإعلامية في عصر اقتصاد والمعرفة)، القاهرة، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، 2006م، ص 60.

(2) سعد لبيب، دراسات في العمل التلفزيوني العربي السلسلة الإعلامية (4)، مرجع سابق، ص 84.

- **البعد التشريعي:** ويتناول القوانين واللوائح والأنظمة التي تحكم النشاط الإعلامي وتتيح له الإنطلاق نحو الأهداف المحددة.

- **البعد الإقتصادي:** ويتناول الإجراءات والنظم التي تتبع لضمان إقتصاديات التشغيل والموازنة بين المدخلات والمخرجات وتدبير الموارد.

- **البعد التنظيمي والإداري:** والتنظيم والإدارة هما العمليتان اللتان تضمنان سلامة إتخاذ القرارات في ضوء الخطط المقررة وضمان تحقيق المشروع لأهدافه، وهي تخضع للمراجعة المستمرة في ضوء الظروف المتغيرة ونتائج المتابعة والبحوث.

- **البعد التكنولوجي:** وهو الذي يتضمن عمليات إختبار وتوطين لتكنولوجيات الإتصال المناسبة للعمل الإعلامي إنتاجاً وتوزيعاً، ويعتمد على توفير المعلومات ونتائج البحوث والتسهيلات والخبرة المناسبة لمقاومة الضغوط من الجهات المنتجة. البعد الخاص بالبنية الأساس لوسائل الإعلام من حيث استكمال تخطيطها وتنفيذها.

- **البعد المهني:** وهو المتصل بالوسائل والأنظمة التي توضع لضمان الإرتفاع بالمستوى المهني للعاملين سواء بالنسبة للإختبار أو التدريب بأنواعه وأخلاقيات المهنة والتعديل الداخلي والخارجي والخاص بالمواءمة والتوافق ودفع خطط التنمية في مجالات التعليم والإدارة والصحة والسكان وغيرها من عناصر التنمية الشاملة للدولة[1].

- **البعد الخارجي:** والذي يتضمن مدى تحقيق المضامين الإعلامية للتواصل الملائم مع الجمهور والإنتاج الخارجي بما فيه قضايا التدفق الخارجي والتبادل والإنتاج المشترك. ويرى محمد حسين أبو صالح خبير التخطيط الاستراتيجي في السودان أن إنجاز سياسات إعلامية وطنية شاملة تفترض الحاجة إلى أن تبني المجتمع لسياسات إعلامية وطنية شاملة يساهم في تحديد وظيفة الإعلام وأهدافه ومسيرته وذلك من خلال تحديد (وظيفة الإعلام، الوضع الإعلامي السائد في مجتمعنا بما يتصل بوظيفة الإعلام)[2].

(1) محمد حسين أبو صالح، (التخطيط الإستراتيجي القومي)، الخرطوم، شركة مطابع السودان للعملة، 2009م.

(2) سعد لبيب، (دراسات في العمل التلفزيوني العربي السلسلة الإعلامية (4)، مرجع سابق.

فالإعلام أحد الوسائل التي ابتكرتها البشرية لإخضاع الجمهور لسلطة الأقلية، وهذه الأقلية إما أن تكون حاكمة بصورة دكتاتورية أو ملكية او ديمقراطية، والإعلام أداة استخدمها القدماء إما بإثارة الرهبة أو من خلال بسط قناعة بأن هذه الأقلية تحقق لصالح العام، لذا صار من المهم دراسة طبيعة الصورة الإعلامية التي تقدم للجمهور كأداة (لإقناعه والسيطرة عليه). وفي ظل الوصول للسلطة بالانتخابات نجد الحكومات تدخل الحقل الإعلامي بكل ثقلها، وتتعلم لغة الخطاب المقبولة من الجمهور، بل وتستخدم الإعلان كأداة لإقناعه[1].

ونظراً للثورة التكنولوجية التي اجتاحت العالم وخاصة في مجال تكنولوجيا الإعلام، والتي جعلت من الإعلام ظاهرة اجتماعية بالغة التعقيد والنفوذ في شتى المجالات الاجتماعية والثقافية والتربوية والسياسية، الأمر الذي من شأنه أن يفرض ضرورة تبني سياسات تحدد وظيفة الإعلام وأهدافه ومسيرته، ولم يعد خافياً تلك العلاقة المتينة التي تقوم بين الاختيارات الوطنية فيما يخص الحياة السياسية والنشاط الاقتصادي والاجتماعي والأمن القومي من جهة، والتحرك الإعلامي الوطني من جهة ثانية. ذلك أن العمل الإعلامي ليس مستقلاً بذاته. وإنما هو مرتبط أساساً بالسياسات التي يتم تبنيها وإتباعها في مختلف قطاعات العمل في المجتمع.

وفي هذا السياق تتضح خمسة أوجه شتى للوظيفة الإعلامية، لخصها خالد عز العرب في التالي: (الوجه السياسي: من خلال توفير فرص الحوار لقوى وأفراد المجتمع، والوجه الاقتصادي: بإدماج أجهزة الإعلام في العمل الإنمائي، الوجه الاجتماعي: لأجهزة الإعلام وظيفة اجتماعية هدفها اسهام المواطن في نشاط مجتمعه.. ودفعه على المشاركة في الحياة العامة، و الوجه التربوي والثقافي: من خلال وحدة القيم. والأساس من وضع السياسات التربوية والثقافية والإعلامية في اتجاه وأحد. يهدف إلى عدم حدوث التضارب، الوجه المالي: الاعتمادات لقطاعات الإعلام من حيث التجهيز والإنتاج[2].

ويعد تحديد سياسات الإعلام لكل بلد ضرورة يتعين الاستجابة له باعتبارها – من وجهة النظر السياسية – ضرورية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، وبحيث تثير اهتمام المواطنين بالتنمية ومشاركتهم بها، ولابد أن تشمل أيضاً: تعزيز

(1) خالد العزب، السياسات الإعلامية (الدولة، المؤسسة، الفرد)، ط1، الجيزة، دار أطلس للنشر والتوزيع الإعلامي، 2012م، ص 122.

(2) خالد العزب، السياسات الإعلامية (الدولة، المؤسسة، الفرد)، مرجع سابق، ص 123.

وتنمية البنى القائمة من حيث إقامة واستكمال تجهيزات ومعدات الإعلام وإعداد الموظفين المؤهلين، بالإضافة تحقيق ديمقراطية موارد المعلومات وبناؤها وإيلاء عناية خاصة بالمعلومات وتدفقها وتداولها. وإنشاء نظام يعزز التداول الحر للمعلومات، وتنفيذ سياسة وطنية لتشجيع الإبداع، بالإضافة تحقيق الإدارة المثلى لموارد الدولة في هذا السياق. وإلى جانب ذلك تأكيد أبعاد الوظيفة الإعلامية وأهدافها من خلال السياسات والتي تتمثل في: (... البعد الاقتصادي: تعزيز مكانة وسائل الإعلام في التنمية الاقتصادية، والبعد التكنولوجي: استيعاب تبنى وإدارة واستعمال التكنولوجيا الحديثة، والبعد التربوي: حتى تصبح وسائل الإعلام مدارس مفتوحة، والبعد الثقافي: كيفية أن تكون وسائل الإعلام في خدمة الثقافة، والبعد الاجتماعي: دفع المواطن للمشاركة في الحياة العامة...).

وهناك أيضاً منطلقات أساسية تدعو إلى الحاجة إلى إنجاز السياسات الإعلامية والوطنية تتضح من كون الإعلام يتصل بقضايا عدة تتعلق بحاجة المجتمع كالتنمية الشاملة والمتكاملة، والتحرر من التبعية، بالإضافة ضمان الحريات الفردية والجماعية، وتطوير الشخصية الثقافية الوطنية وتفتحها، حماية الهوية الوطنية القومية من الاختراق الثقافي، تمكين الشعب من الإسهام في الحضارة الإنسانية، وتثير هذه القضايا عدة قضايا تتعلق بالجوانب السياسية والعقائدية للرسالة الإعلامية. توسيع مفهوم حق الاتصال وتعميقه، وتحديد حقوق ومسؤوليات العاملين في ميدان الإعلام والاتصال، بالإضافة علاقة الإعلام بالاقتصاد والثقافة والعلوم والتعليم والنهوض بالمرأة والريف والفئات المحرومة. ولا يمكن الادعاء في غياب السياسات الإعلامية المكتوبة والواضحة أن هذه الوظيفة للإعلام ستكون قائمة في المجتمع المحلي، ومن هنا فإنها تشكل دافعاً حيوياً لحضور السياسات التي حددها الخبير الإعلامي (هاشم الجاز) المتمثلة في الآتي:

مصادر السياسات الإعلامية:

يتم إستنباط واستنتاج السياسات الإعلامية من عدة مصادر أهمها[1]:

الدستور أبو القوانين وهو الذي يحدد نطاق الحريات العامة ومن بينها حرية الإعلام والتعبير، وقانون الصحافة والمطبوعات الصحافية، القوانين المنشئة للمؤسسات الإعلامية التي تنظم حركتها العامة واللوائح والمذكرات التفسيرية

(1) هاشم الجاز، الإعلام السوداني، دار جامعة القرآن الكريم للنشر، شركة البركات الخيرية، أم درمان، 2000م.

والقـرارات الإداريـة التنظيميـة التـي تتنـاول جوانـب النشـاطات الإعلاميـة، بالإضافـة لرصـد الممارسـة العمليـة للنشـاط الإعلامـي، والبيانـات والتصريحـات الصـادرة مـن كبـار المسـؤولين في الدولـة وتتعلـق بالمبـادئ العامـة للعمـل الإعلامـي أو اهدافـه وخططـه، إضافـةً للوثائـق التـي تصـدر عـن الهيئـة الإعلاميـة ذاتهـا تحدد سياسـتها أو جوانـب منهـا وهـذه المصـادر جميعهـا هـي التـي تسـتنتج منهـا السياسـات الإعلاميـة.

مفهوم السياسة العامة وصياغتها:

السياسـة بالمعنـى العـام هـي: المبـادئ التـي تقـود العمـل، ومهمتهـا توضيـح الاختبـارات، وقـرار الاقتنـاع بأهـداف معينـة عـبر تشـخيص الأمـور والأشـياء ذات العلاقـة والمقصـود بالسياسـة العامـة هنـا سياسـة الدولـة الرسـمية، ويشـير «لازويـل وكايـلان» إلى أن السياسـة العامـة هـي برنامـج مقـترح لتحقيـق بعـض الأهـداف أو القيـم المرغوبـة، أمـا عمليـة وضـع السياسـة فهـي صياغـة هـذا البرنامج أو مجموعـة البرامـج ووضعهـا موضـع التنفيـذ ومتابعتهـا ثـم تقييمهـا. والسياسـة العامـة هـي خطـط أو برامـج أو أهـداف عامـة أو كل ذلـك معـاً، يظهـر اتجـاه العمـل لحكومـة لفـترة زمنيـة مسـتقبلية، بحيـث يكـون لهـا المسـاندة السياسـية، وهـذا يعنـي أن السياسـة العامـة هـي تعبـير عـن التوجـه السـلطوي أو القهـري لمـوارد الدولـة، والمسـؤول عـن التوجـه هـو الحكومـة، ويحـدد اسـماعيل عـلى سـعيد وأشرف فهمـي خوجـة عنـاصر السياسـة العامـة في [1]:

1. أهداف يُرجى تحقيقها.
2. تخصيص الموارد اللازمة لذلك.
3. تحديد للآليات والأساليب والأدوات اللازمة لتنفيذها.

ويشيران إلى أن العوامل المؤثرة في صنع السياسة العامة وتنفيذها تتمثل في[2]:

1. الهيئات الرسمية الحكومية.
2. مراكز البحوث والدراسات.
3. الهيئات غير الرسمية كالأحزاب والهيئات غير الحكومية المعنية.

(1) اسماعيل علي سعيد، الإتصال الإنساني في الفكر الإجتماعي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2007م، ص59.

(2) اسماعيل علي سعيد، الإتصال الإنساني في الفكر الإجتماعي، مرجع سابق، ص 60.

وتتداخل عدة عوامل سياسية واقتصادية واجتماعية وعسكرية وغيرها في النهاية لتعكس الأهداف التي تستهدف الحكومة تحقيقها في فترة زمنية محددة. والإستراتيجيات التي تتبعها للوصول إلى تلك الأهداف بأقصى كفاءة وفعالية.

ومن جهة أخرى ينظر للسياحة العامة باعتبارها نشاط مؤسسي، ذلك أن أي سياسة لا يمكن أن تصبح سياسة عامة إلا إذا تبنتها الحكومة وسعت باتجاه تنفيذها فالسياسة العامة ومن خلال مؤسسات الدولة المختلفة تكتسب خصائص متعددة أهمها الشرعية أو القبول العام، إذ تعد بمثابة إلتزامات قانونية بتواضع المواطنون على احترامها، والمشاركة في تنفيذها بغية الاستفادة منها سواء آنياً أو مستقبلياً، كما تتميز سياسة الدولة بالعمومية حيث تشمل سائر أفرادها.

صياغة السياسة: تعني صياغة السياسة الوصول إلى مجموعة من القرارات بعد دراسة الأوضاع المختلفة دراسة مستفيضة والوقوف على تجارب الآخرين والمآلات النهائية لها بنية الاستفادة منها. وهي في مجملها عمل جماعي وليست قرارات فردية، مع إمكانية تأثيرها على بعض الأفراد أو فرد بعينه، وهي بذلك تعتبر نمطاً من الأفعال التي تستمر خلال فترة زمنية معينة لتحقيق مجموعة من الأهداف المجتمعية في إطار رؤية النخبة أو الصفوة التي تتحكم في صناعة القرارات المتصلة بتلك الأهداف المجتمعية، وتكشف بعض الدراسات المتعلقة بتحليل عملية صياغة السياسة عن وجود مراحل متعددة تبدأ من وجود اهتمام بقضية ما، ثم تتصاعد العمليات حتى تصل إلى عمل منظم في دراسات وبحوث علمية للوقوف على الحقائق ورسم وتحديد بعض الأهداف وبعض البرامج، مروراً بمرحلة تهيئة الرأي العام للقرارات المتوقعة، وانتهاءاً باستعداد القرارات أو التشريعات أو القوانين المنظمة لتلك السياسة. والتي تجاز من قبل الجهاز التشريعي، في الأوضاع السليمة في الدولة. وهنا تؤدي القيادات الحكومية والحزبية دوراً أساسياً ومهماً وصناعة السياسة في تلك المرحلة أو المراحل السابقة لها. إن صياغة السياسة وتنفيذها لا تتم بصورة عشوائية أو تلقائية، في الأوضاع الطبيعية للدولة، وإنما تخضع إلى مراحل عدة تتمثل في[1]:

1. تحديد الأهداف الإستراتيجية للمرحلة.
2. تقييم المواقف الشاملة التي تمر بها الدولة والمجتمع.

(1) محروس خليفة، المسؤولية الاجتماعية والتخطيط في العالم الثالث، (الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1993م).

3. اختيار الأفعال والبدائل بعد دراسة النتائج المحتملة للخيارات المختلفة على الواقع السياسي والقرار السياسي.

4. تحديد وإقرار الصيغة المثلى لتنفيذ القرار والإجراءات التي تم إقرارها وتبنيها في قمة الهرم السياسي.

وهنالك عدة خطوات لابد من إتباعها في صناعة أي سياسة عامة تتمثل في[1]:

1. تحليل المشكلة والوقوف على تفاصيلها والعوامل المتداخلة في أحداثها، إذ لابد من معرفة وإلمام الحكومة بالموقف والتفاصيل الخاصة بالمشكلة أو المسألة موضوع القرار أو السياسة وتعمل الحكومة على الاستفادة من المراكز البحثية والبرلمان والجهاز الإداري للدولة ووسائل الإعلام، والأحزاب السياسية، وجماعات المصالح، في التعرف على أبعاد المشكلة من الزوايا المختلفة، إذن ليست من مصلحة الحكومة أن تعزل نفسها وتعتمد فقط على تحليل مسؤولياتها، وذلك أن الحقائق نسبية و(نصف رأيك عند أخيك).

2. جمع المعلومات والتشاور مع الأطراف المعينة بالمشكلة مرحلة الاهتمام أو يتطلب ذلك إجراء مشاورات مع الجماعات المصلحية والهيئات المعنية وتشكيل لجان بغرض التحري وجمع المعلومات.

3. صياغة السياسة البديلة: وهي ما تقوم به الأطراف صاحبة المصلحة والمؤسسات الحكومية.

4. النقاش العام: حيث تخضع مختلف بدائل السياسات المقترحة لنقاش يحدث داخل المؤسسات الحكومية. حيث تخضع مختلف بدائل السياسات المقترحة لنقاش يحدث داخل المؤسسات الحكومية والمؤتمرات والندوات التي تقيمها الأحزاب أو جماعات المصالح أو منظمات المجتمع، ووسائل الإعلام.

5. اتخاذ القرار: وفي هذه المرحلة بصدد قرار سلطوي ملزم من قبل الجهات الرسمية المختصة، وهو ما يعني حسم الاختيار بين البدائل المقترحة لصالح أحدها ليصبح بمثابة السياسة العامة.

---

(1) اسماعيل علي سعيد، أشرف فهمي خوخة، السياسات الإعلامية في المؤسسات الحكومية، دار المعرفة الجامعية، ط1، الإسكندرية، 2011م، ص 61.

6. تنفيذ السياسة العامة: ويتطلب ذلك توفير الوسائل والمعينات اللازمة للانتقال إلى حيز التنفيذ ووسائل دفع المواطنين للإسهام في ذلك.

7. التغذية العكسية: وهي آخر مرحلة في عملية صنع أو صياغة السياسة العامة، وعلى طريقتها يدرك صانعوا السياسة جوانب القوة والضعف فيها، والآثار المتوقعة وغير المتوقعة لها. وذلك من خلال تقارير المسؤولين عن التنفيذ أو الشكاوى المقدمة من الأطراف التي تستهدفها تلك السياسية.

ويتضح من ذلك أن عملية صنع السياسة العامة تتأثر باتجاهات أصحاب المصالح التي قد تكون متقاطعة، ومن ثم فهي تشتمل على تفاعل بين مداخل سياسية واقتصادية واجتماعية داخل المجتمع المعين.

السياسة العامة والسياسات الحقلية:

تشكل السياسة العامة الإطار العام الذي يحكم السياسات الحقلية وينظم العلاقات بين بعضنا البعض، ويوجه مسارها العملي أثناء عملية التخطيط والتنفيذ وبمعنى آخر فإن السياسات الحقلية محكومة تخطيطياً وتنفيذياً بموجهات السياسة العامة والإستراتيجية القومية. ولذلك فإن ما ينطبق على السياسة ما ينطبق على السياسة الإعلامية ينطبق على السياسة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتعليمية وغيرها، أو ما تم تجاه العلاقة بين السياسة العامة والسياسات الحقلية تبنى على أسس التكامل والاستجابة للاحتياجات القومية ولا تبنى في الأوضاع الطبيعية على أسس ومصالح فردية أو مصالح الأقلية ذلك أنها تعمل في ظل المصالح القومية، فلا يمكن ولا يتصور لأية سياسة حقلية (إعلامية، اجتماعية، اقتصادية) أن تأخذ مسلكاً مستقلاً عن الإطار السياسي العام.

وأن تعكس تلك السياسات الأهداف القومية والوطنية وتقدمها في صيغة إعلامية عبر الرموز الأيديولوجية المتبناة من قبل متخذ القرار [1].

فعلى سبيل المثال: فقد تمت صياغة أطر السياسة الإعلامية لعدد من الدول سابقاً في إطار نظم الاتصال الجماهيري الأربعة المتمثلة في (السلطة، الحرية، المسؤولية الاجتماعية والتوعية) إلا أن صنع تلك النظم والنظريات لم تعد قابلة للتطبيق على نظم الإعلام وسياساته نسبةً لتطور الظاهرة السياسية

(1) حميد حامد الدليمي، التخطيط الإعلامي المفاهيم والإطار العام (عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 1998م)، ص64.

نفسها، وظهور الصيغ الجديدة التي تحكم النظم السياسية في العالم. مثل عولمة وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وهيمنة الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد الأوروبي كقوى دولية متميزة وذات نفوذ يتسم بالسيطرة على المؤسسات الدولية في مقدمتها الأمم المتحدة والوكالات والمنظمات الدولية التابعة لها [1].

ويتضح مما سبق أن هناك علاقة جوهرية بين العملية الاتصالية والعملية السياسية، فإذا كان عالم السياسة يقوم على القوة، فإن رغبات وقرارات من يمتلكون القوة لابد أن تنتقل إلى من يتوقعون أنهم يستجيبون لها، فعالم السياسة يصعب أن يوجد من دون الاتصال باعتباره حلقة الوصل بين الجماهير والنخبة الحاكمة صانعة القرارات. وفي هذا الصدد ترى فوزية المولد أن كل شيء في السياسة اتصال، فنظام الاتصال هو إحدى القنوات الرئيسية لتدفق المعلومات من النخبة السياسية إلى الجماهير وأيضاً لنقل مشكلات وطموحات وتصورات واتجاهات الجماهير إلى النخبة [2].

تقويم السياسات الإعلامية:

لابد من تقييم وتقويم أي عمل لضمان التأكد من تقيد القائمين بأمره على حسن الإدارة والتنفيذ وصولاً للأهداف العليا المرجوة، ويشكل التقييم جانباً أساسياً في هيكل السياسات الإعلامية ومن المهم أن تكون هناك جهة ما تتولى عملية التقييم وترتبط إرتباطاً وثيقياً بالجهة المشرفة على وضع السياسات الإعلامية بإعتبارها جزء من هيكلها. ومن استعراض الجوانب المختلفة للسياسات الإعلامية يمكن أن نقسم الموضوعات التي يشملها التقييم إلى ثلاث فئات مختلفة:

الفئة الأولى: وتشمل موضوعات يمكن تقييم تنفيذ الخطط فيها تقييماً كمياً وإحصائياً، ويدخل في إطارها على سبيل المثال: المشروعات الهندسية المتصلة بالجوانب التقنية للإنتاج والتي تشمل التحديث والتجديد والصيانة والإحلال، والمشروعات الخاصة بإنشاء ومد الشبكات الأرضية والفضائية وشبكات الميكروويف ومحطات الإرسال المختلفة، إضافة إلى معدات تشغيل الأستوديوهات

(1) اسماعيل علي سعيد، أشرف فهمي خوخة، السياسات الإعلامية في المؤسسات الحكومية، مرجع سابق، ص63.

(2) فوزية المولد، سياسات دور الإعلام والتنمية، ضمن مجلة دور الإذاعة والتلفزيون في التنمية الوطنية (القاهرة: اتحاد إذاعات الدول العربية، 1979م)، ص 51.

والأجهـزة الفنيـة، عـلاوةً عـلى رصـد سـاعات الإرسـال عـلى الخدمـات المختلفـة، وإعـداد التصنيـف الإحصائـي للبرامـج الـذي يتنـاول تقسـيم البرامـج المختلفـة إلى أنـواع وفقـاً للمضمـون او الشـكل أو الجمهـور المسـتهدف، ورصـد إعـداد المتدربـين وتخصصاتهـم وأنـواع ومـدد البرامـج التدريبيـة التـي حضروهـا. وهـذه الموضوعـات ومثيلاتهـا يكـون تقييمهـا عـن طريـق المعلومـات التـي تقدمهـا أجهـزة المتابعـة المتخصصـة في أجهـزة الإعـلام وتقاريـر التنفيـذ وهـي جـزء مـن العمليـة الإداريـة التـي تقـوم بهـا الإدارة الإعلاميـة.

الفئـة الثانيـة: وهـي المتصلـة بجمهـور المتلقـين وتقـصي مـدى متابعـة الخدمـات الإعلاميـة المختلفـة ورأيـه فيهـا.

الفئـة الثالثـة: مـن الموضوعـات التـي تثـير الكثـير مـن التسـاؤلات تلـك الموضوعـات التـي تتشـابك في تقييمهـا أنظمـة البحـث الإعلاميـة والإجتماعيـة والتربويـة والنفسـية والسياسـية ولا يمكـن أن يـترك تقييمهـا للمؤسسـات الإذاعيـة وحدهـا إذ لابـد مـن مشـاركة مؤسسـات البحـث الأكاديميـة المتخصصـة ومـن أمثلـة هـذه الموضوعـات: مـدى تحقيـق البرامـج للإحتياجـات الثقافيـة والإعلاميـة لمختلـف الفئـات والشرائـح الإجتماعيـة لجماهـير المسـتمعين والمشـاهدين، كالبرامـج الموجهـة إلى الأطفـال مثـلاً أو الشـباب أو غيرهمـا، ومـدى مـا تحقـق مـن تطبيـق مبـدأ ديمقراطيـة الإعـلام في النشـاط الإذاعـي بمـا يتضمنـه مـن إتاحـة فـرص التعبـير بـالآراء المختلفـة بمـا فيها الآراء التـي لا تـرضى عنهـا السـلطة وهـي المشـاركة الجماهيريـة في تخطيـط البرامـج وتنفيذهـا وحتـى الإنتفـاع بالنشـاط الإذاعـي بـصرف النظـر عـن الموقـع الجغـرافي للمواطـن أو موقفـه في السـلم الإجتماعـي، إضافـة إلى درجـة تتمتـع الخدمـات الإذاعية بالقـدر المعقـول مـن المصداقيـة مـن وجهـة نظـر المسـتمعين والمشـاهدين، وهـل يلجـأون إليهـا دائمـاً أو أحيانـاً بالمعرفـة الحقيقيـة أم أنهـم يلجـأون إلى مصـادر أخـرى للمعرفـة عـلى الأخـص في حـالات الأزمـات ومـا العوامـل المؤثـرة في تأكيـد أو إضعـاف هـذه المصداقيـة، هـل وصلـت البرامـج الإذاعيـة إلى المسـتويات الفنيـة المناسـبة في أخـذ الإعتبـار أو مجـرد إقبـال الجهـور عـلى برنامـج معـين لا يعنـي بالـضرورة ارتفـاع مسـتواه الفنـي. فقـد يكـون هـذا الإقبـال لأسـباب أخـرى كثـيرة، ومـا معايـير الجـودة الفنيـة ومـا سـبيل الحكـم عليهـا، ومـن الـذي مـن حقـه أن يتـولى تطبيـق هـذه المعايـير، ومـا مـدى إسـتفادة المتدربـين مـن برامـج التدريـب التـي إلتحقـوا بهـا سـواءً كانـت هندسـية أو برامجيـة أو إداريـة؟.

إضافة لتقييم عملية تدفق المعلومات والبرامج من الخارج خاصة للإذاعة والتلفزيون وما حجمهما وما مصادرها وما المعايير التي تستخدم في الإختيار والضغوط التي يتعرض لها القائم بالإتصال في هذه العملية؟، ومتابعة الآثار السلبية والإيجابية التي تتركها البرامج لدى جمهورها سواءً بالنسبة لزيادة المعلومات أو تدعيم الإتجاهات والمواقف والآراء أو تعديلها أو تغييرها.

يرى د. اسماعيل عبد الفتاح ود. محمود منصور هبة في كتابهما بعنوان «المنظمة السياسية وسياسات الإعلام « أن النظم السياسية من الموضوعات المهمة في عالم اليوم والتي لا ينفصل فيها الداخل عن الخارج والتي تسعى فيها الديمقراطيات إلى الإنتشار والسيطرة على كافة الأنظمة، فهي في ظل العولمة أو الكوكبة لا نجد سوى الديمقراطيات الوطنية لتجابهها[1]، والمنظمة السياسية تتضمن العديد من الموضوعات الحيوية ابتداءً بالدولة والدستور ومفهوم الديمقراطية وأنواع الحكومات، وانتهاءً بالنظام السياسي الحاكم وأسس قيامه واستمراره، وأن فاعلية السياسات الإعلامية لابد أن تحكمها نظريات علمية، إذا أردنا أن تعبر هذه السياسات الإعلامية عن فكر وخطط المستقبل القريب في إطار الماضي والحاضر[2].

واليوم وبعد الثورات السياسية المتعددة على الساحة الدولية والإقليمية والعربية والوطنية كان للإعلام دوراً كبيراً فيها، حيث أهم وسائل الإتصال الحديث قامت بدور بارز في التواصل وتحريك الشعوب وامتداد التوازن من مدينة إلى أخرى ومن دولة لأخرى[3].

يرى الباحث من خلال تجربته العملية (أن واقع تلك الدول انقسم إلى قسمين فريق يمثل لنظام الحاكم وآخر يمثل المعارضة التي تسعى لتغيير ذلك النظام، وأن انتصار الطرف الأخير قائم عن وصفه لسياسات إعلامية محددة يطرأ عليها ويسعى لتنفيذها، بينما يظل النظام الحاكم في حالة فشل مستمر نسبة لعدم وصفه سياسات إعلامية يسمى فكرية ويجيب على أسئلة أولئك الشباب الذين يصفون أنفسهم بـ (الثوار) بينما يصفهم النظام الحاكم بـ(الإرهابيين والخونة والمرتزقة والعملاء)، وبالتالي فإن وضع السياسات

(1) اسماعيل عبد الفتاح ومحمود منصور هيبه،(السياسات الإعلامية وسياسات الإعلام)، مركز الإسكندرية للكتاب، ط1، الإسكندرية، 2008م/2009م، ص5.

(2) علي عبدالفتاح كنعان، (نظريات الإعلام)، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1،2014م-عمان-الأردن، ص5.

(3) علي عبد الفتاح كنعان، (نظريات الإعلام)، مرجع سابق، ص36.

الإعلامية والتحريرية للحكومة أو المعارضة يحدد الطريقة التي تعمل بها المؤسسات لديهم. فالسياسات الإعلامية لمؤسسات الإعلام الحر تشكل أحد أبرز مقومات المجتمع الديمقراطي. ومن دونه لا يمكن أن تنمو تجربة ديمقراطية حقيقية وتتطور وتزدهر فهي أي (السياسات الإعلامية بمثابة صمام الأمان الذي يحرسها ويقومها ويفتح أمامها آفاق للنضج والتطور)، وبهذا يؤدي الإعلام ومؤسساته وظيفته في تنمية العلاقات الإنسانية وزيادة التماسك الإجتماعي والتقارب بين أفراد المجتمع الواحد، والعكس صحيح كلما تجاهلنا عدم وضع سياسات إعلامية وتحريرية لما زدنا العزلة على مؤسساتنا الإعلامية في ظل الحكومة القابضة[1].

ومن خلال متابعة الباحث فإن عدد من وسائل الإعلام في السودان وأثيوبيا ومن خلال الكثير من المناسبات العامة التي عاشتها كل من السودان وأثيوبيا تفتقد تلك المؤسسات لمنهجية تتوافق مع قواعد علم السياسات الإعلامية ونظرياتها، بعيداً من العقوبة والارتجال، خصوصاً تلك المؤسسات الإعلامية التي رهنت سياستها وتطلعاتها بالنقاش مع متطلبات السوق الإعلامي بما يضمن لها ترويج سلعتها الإعلامية في أكبر عدد ممكن في الأسواق لضمان وصولها إلى أكبر عدد ممكن من جمهور المتابعين، وهذا الشيء الذي ربما أعطى المجال لحدوث ممارسة إعلامية خاطئة و غامضة أفرزت حالة من التيه والإرباك وأثارت الشكوك حول حقيقة السياسات الإعلامية ودور وسائل الإعلام في الحياة العامة.

إن وضع السياسات الإعلامية تقوي أهداف الإعلام الحر، مما يساعد على تحقيق تطور واضح في الإدارة الإعلامية ووسائل إنتاجية لينافس نظراءه في المؤسسات الإعلامية في المنطقة ويدعم الإبتكار والأعمال التجريبية فضلاً عن التواصل مع العالم من خلال التداول والبرامج ونقل الأحداث وتأسيس مكاتب إعلامية في العواصم العالمية المهمة بقية نقل صورة حقيقية وتعزيز وتطور العلاقات الإعلامية التقافية والفنية مع نظيراتها في تلك البلدان [2]. شريطة أن تكون تلك السياسات على مبادئ:

(1) علي عبد الفتاح كنعان، (نظريات الإعلام)، مرجع سابق، ص 40.

(2) علي عبد الفتاح كنعان، (نظريات الإعلام)، مرجع سابق، ص 40.

1- المصداقية:

اعتماد المصداقية في نقل كل من المعلومات والأخبار والبرامج للمتلقي، وهذا لن يتم إلا تنقل الحقيقة والمعلومات والأحداث، والتصريحات كما هي دون إضافات أو حذف أو تجاهل، أو تشويه ومحاولة الوصول إلى كامل الحقيقة، أن كانت المعلومات الواردة ناقصة أو تمثل جزءاً من الحقيقة وأن تنقل أي معلومة، لأغراض الإثارة أو السبق الصحفي غير متأكد منها، بل لابد أن يستند في معلوماته أي مصادرها الأصلية أو مصادر موثوق بها ومعروفة وهذا ما يكسبه سمعة طيبة داخل الأوساط الإعلامية والثقافية ورصيداً ثراً في الرأي العام.

2- الأمانة:

هي رديف الحقيقة، ولا يمكن أن ننسب دور المعلومات والوصول إلى حقيقة الموضوع دون أن تكون الأمانة أساساً لها، حيث نواقص الأمانة أن يعرف الجمهور كل شيء دون إخفاء معلومات أو مواربة أو تدليس او عدم الكشف عن كل حقيقة أو عدم نقل الآراء والمواقف المختلفة عن أي حدث أو قضية تهم المواطن والوطن، فكل شيء يعلن للجمهور.

3- الشفافية:

تمثل الصياغة في الإذاعة والتلفزيون دوراً كبيراً في تحقيق الإتصال المباشر مع الشعب من خلال شبكة واسعة من المكاتب والمراسلين وتتولى نقل الأحداث كما هي على أرض الواقع وبشكل مباشر دون أي تحفظات أو مخاوف. ليطلع عليها الشعب والسلطات الرسمية، كما أنها تقوم بنقل هموم المواطنين ومعاناتهم ومشاكلهم بصورة مباشرة إلى المسؤولين الحكوميين دون أن تترتب على ذلك أي عواقب. كما تقوم في الوقت نفسه بنقل آراء المسؤولين الرسميين ومواقفهم ونشاطاتهم وعقباتهم إلى الشعب من خلال شبكة المراسلين والمترجمين بما يعكس وجهة نظر تلك الجهات الرسمية في الأحداث الجارية أو في ما يتعلق بسياسة الحكومة على جميع الصعيد الآخر الذي يسهل على المواطن أثناء موقف معين أو تبني رأي محدد بوعي ثم تشكل رأي عام تسترشد به السلطات الحكومية وتتخذ مواقفها بناءً عليه وهذا يسمى في الأدب السياسي بالشفافية[1].

(1) علي عبدالفتاح كنعان، (نظريات الإعلام)، مرجع سابق ص41 .

4- الاختلاف والتنوع والتعدد:

في ظل الأنظمة الشمولية كان الإختلاف في الرأي والعقيدة أو المبدأ أمراً محرماً على وسائل الإعلام وكان التنوع فيها محدود او من نطاق ما تسمح به السلطة، أما التعدد في الوسائل فكان شيئاً يقارب المستحيل للإعلام سوى إعلام السلطة هذه النظرية هي التي تحكمت في إعلام تلك الحقبة وعكس في ظل الإعلام الحر، فإنه يصبح التنوع فيها واسعاً[1] بلا حدود. أما التعدد فهو متاح للجميع بلا قيود فنجد ان كياناً ما يمتلك أكثر من صحيفة وقناة فضائية وأحياناً أكثر من ذلك وبفضل هذا التعدد تكونت لدينا ثورة إعلامية هائلة من حقنا أن نفتخر بها باعتبارها دليلاً لا يقبل الشك على امتداد رقعة الحرية واتساعها لتسهيل جميع مكونات الشعب الدينية واللغوية والمذهبية وحتى الحزبية بالرغم من قساوة الظروف الحالية وطغيان الاتجاهات الجزئية على الاتجاه الوطني العام [2].

5- الحيادية:

يعتمد الإعلام الحر على الحيادية التامة في نقل الأحداث والمعلومات ولم يكن في الأيام مع أو ضد أي معلومة بل يبحث المعلومة بحيادية تامة، ويقدمها للمتلقي للحكم ويقرر بنفسه، وعكس ذلك لا يعني أن لا يبصر المواطن بما يجري.

6- الاعتدال:

إن وضع السياسات الإعلامية يجعل الإعلام الحر معتدلاً في كتاباته ومقالاته ودراساته وبرامجه، سواءً لمحرريه أو لكتابه الخارجيين فهو لا يمكن أن ينشر أي مقال او برنامجاً متطرفاً أو منحازاً بشكل غير موضوعي أو متجنى سواء في المجال السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي أو الثقافي أو الإعلامي[3].

7- الاستقلالية:

إن وضع السياسات الإعلامية ينأى بالإعلام ومؤسساته من الانعطاف مع فريق دون الآخر وهذه الحالة الاستقلالية التي نعنيها هي للوطن والبلاد

(1) علي عبدالفتاح كنعان، (نظريات الإعلام)، نفس المرجع، ص42 .

(2) علي عبدالفتاح كنعان، (نظريات الإعلام)، مرجع سابق، ص42 .

(3) عبد الفتاح كنعان، (نظريات الإعلام)، مرجع سابق، ص43 .

ككل. ويجعلـه ملتزمـاً بالدسـتور والقانـون واللوائـح المنظمـة للعمـل والمصلحـة العامـة للبـلاد والشـعب، فالاسـتقلالية هنـا المقصـود بهـا أن الآراء لا تتأثـر بالمناصـب والدرجـات، بسـبب أطروحاتـه الموضوعيـة وتشـخيصاته للسـلبيات والثغـرات في عمـل الـوزارة ومعاقبتـه، بقطـع تمويلـه أو فصلـه مـن العمـل وبالتـالي فهـو يمتلـك الاسـتقلالية التامـة في نشـاطه الثقـافي والإعلامـي [1].

ويلاحـظ الباحـث أن الالتـزام مـن جانـب محـرري الأخبـار ومعـدي ومنتجـي البرامـج بالإذاعـة (الراديـو والتلفزيـون) بالسـودان وأثيوبيـا للمصداقيـة والأمانـة والشـفافية، والاختـلاف والتنـوع والتعـدد، والحياديـة والاعتـدال والاسـتقلالية، نجـده أكثـر التزامـاً في الجانـب الأثيوبـي، بيـد أن الجانـب السـوداني يتفـاوت مـن خـبر إلى خـبر ومـن برنامـج لبرنامـج، يعـزي الباحـث ذلـك لوجـود سياسـات إعلاميـة (مكتوبـة) وواضحـة للعاملـين بالإذاعـة (الراديـو والتلفزيـون) الأثيوبـي. أمـا الجانب السـوداني فـإن الباحـث وبحكـم عملـه في صالـة الأخبـار وإنتـاج البرامـج فإنـه يـرى بأنـه لا توجـد سياسـات إعلاميـة ثابتـة يلتـزم بهـا محـرري الأخبـار ومنتجـي البرامـج، وأن السياسـات الموجـودة تبلـغ شـفاهة، ممـا تكـون عرضـة للنسـيان الجوهـري لهـا أو الجزئـي، وهنـا تمكـن أهميـة وضـع السياسـات الإعلاميـة المكتوبـة.

إدارة السياسات الإعلامية :

السياسات والتشريعات الإعلامية في السودان:

تنبـع السياسـات الإعلاميـة في كل دولـة مـن الواقـع السـياسي والاقتصـادي والاجتماعي والثقـافي لتلـك الدولـة. (فالسياسـات الإعلاميـة الناجحـة يجـب أن تحافـظ في كل لحظـة عـلى التـوازن بـين ضرورة التجديـد والحاجـة إلى الاسـتمرار وفي أغلـب الأحـوال نجـد أن الحكومـات في المجتمعـات الناميـة ليـس لديهـا إسـتراتيجيات متكاملـة تحـدد دور الإعـلام في عمليـة التطويـر السـياسي. وبعـض الحكومـات لـم تفهـم تمامـاً إمكانيـات وقـرارات الإعـلام في بنـاء أجهـزة الحكـم المتألفـة ولقـد فكـرت حكومـات أخـرى أن تحكـم بالدعايـة، والأسـاس في أي إسـتراتيجية إعلاميـة للتطويـر السـياسي هـو تحويـل نظـام الإعـلام التقليـدي إلى إعـلام حديـث)[2].

(1) عبد الفتاح كنعان، (نظريات الإعلام)، مرجع سابق، ص43.

(2) جيهان أحمد رشني، نظم الاتصال، الإعلام في الدول النامية، القاهرة، دار الفكر العربي، 1972م، ص170.

وأن تعرض الأفراد لوسائل الإعلام له بعض التأثيرات المباشرة، كما أن وجود نظام الاتصال نفسه له بعض التأثيرات الأساسية من حيث التغيرات التي تطرأ على المهارات والاتجاهات [1].

إن الدول التي تسودها الديمقراطية تنبع سياساتها الإعلامية من الأبعاد المرتبطة بالديمقراطية وحقوق الإنسان وكذلك تشريعاتها الإعلامية والصحفية وتكون فلسفتها الإعلامية داعمه للحريات. يعكس الدول الديكتاتورية التي تسعى لجعل الإعلامي وسيلة حكومية تهدف من خلالها لتجميل صورة الحكومة [2].

وترتبط سياستها الإعلامية بهذا المفهوم وتكون السمة الملازمة لها هي التطبيق على الحريات الصحفية ومنع نشر أو بث كل ما شأنه أن يعكر صفو النظام الديكتاتوري القائم وانتهاك كل العهود والمواثيق الداعمة للحريات الصحفية بما في ذلك التشريعات الداخلية للدولة، ولا شك أن دخول وسائل الإعلام الغربي والمدني في المجتمعات الجديدة بدون تغير الحياة اليومية في تلك القوى والمدن يؤدي إلى حدوث زيادة في آمال الناس وتوقعاتهم. وسرعان ما تتحول تلك الآمال إلى تذمر وسخط وتشتت. فوسائل الإعلام تستخدم في إيقاظ الجماهير. وتفعيل ذلك بزيادة مستويات آمالهم في أشياء أفضل وحياة أفضل. وبهذا تشجع تلك الوسائل الناس أن تطلب أكثر مما تستطيع أن تحصل عليه. وحينما نزيد الآمال زيادة كبيرة تتعدى مستوى الإنجازات ينشر التذمر والسخط [3].

السياسات الإعلامية في السودان وتطورها:

انعكس عدم الاستقرار السياسي في السودان على جميع مناحي الحياة ونظم الدولة، وللارتباط الوثيق بين النظام السياسي والنظام الاتصالي فقد شهد السودان عدم استقرار واضح في السياسات الاتصالية نتيجة لتلك التقلبات السياسية في إدارة البلاد[4] منذ الاستقلال وحتى الآن. ويرتبط ذلك ارتباطاً وثيقاً بطبيعة النظام الحاكم والأفكار الأيدلوجية التي تحدد مساراته وتوجهاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية. وليس الأمر قاصراً على تقلب السياسات

(1) جيهان أحمد رشني، نظم الاتصال، الإعلام في الدول النامية، القاهرة، دار الفكر العربي، مرجع سابق، ص 71 .

(2) المرجع نفسه، ص 71 .

(3) المرجع نفسه ، ص 72.

(4) هاشم الجاز، الإعلام السوداني، مرجع سابق، ص 38.

الاتصالية بين وزير ووزير وربما ينزل الأمر إلى وكيل ووكيل داخل الوزارة الواحدة، ويؤكد على عدم الاستقرار هذا أن وزارة الإعلام منذ الاستقلال وبمسمياتها المختلفة تعاقب عليها أكثر من ستين وزيراً حتى عام 2020م [1].

يقسم بعض الباحثين تطور السياسات الاتصالية في السودان خلال الفترة من 1903م (تاريخ صدور أول صحيفة سودانية) وحتى 2020م (عودة الحكم العسكري المدني الثالث) إلى عشر فترات أو مراحل يمكن إيجازها في الآتي:

1. **الفترة الأولى:** من 1903م وحتى 1930م وهي الفترة التي عرف فيها السودان نظام الاتصال الجماهيري وصدرت فيها أول صحيفة بالسودان، وحتى صدور قانون الصحافة والمطبوعات العام 1930م بداية تنظيم صدور الصحف في السودان.

2. **الفترة الثانية:** من 1930 – 1956م: وهي الفترة التي شهدت صدور الصحف بموجب القانون، فصدرت الصحف الأدبية والسياسية والحزبية واليومية والإقليمية والقطاعية.

3. **الفترة الثالثة:** من 1956م – 1958م: وهي بداية العهد الوطني بقيام أول حكومة أغلبية «وأخرها» حكومة ائتلاف.

4. **الفترة الرابعة:** من 1958 – 1964م: وهي فترة قيام أول حكومة عسكرية لحكم البلاد بواسطة كبار ضباط الجيش.

5. الفترة الخامسة: **من 1964 – 1969م:** وهي فترة عودة حكم التعددي الائتلافي.

6. **الفترة السادسة:** من 1969 – 1985م فترة عودة الحكم العسكري الثاني.

7. **الفترة السابقة:** من 1985 – 1989م: عودة الحكم التعددي الائتلافي للمرة الثالثة.

8. **الفترة الثامنة:** 1989م – 1996م: عودة الحكم العسكري للمرة الثالثة لحكم البلاد.

9. **الفترة التاسعة:** 1996 – 2018م: حكم عسكري وحكومة تنفيذية مدنية.

(1) هاشم الجاز، الإعلام السوداني، مرجع سابق، ص 38.

10. الفترة العاشرة: ديسمبر 2018م – 2020م: حكومة عسكرية مدنية «مجلس سيادي عسكري مدني وحكومة تنفيذية برئاسة رئيس مجلس وزراء مدني».

ومما تقدم يرى الباحث أن المحك الحقيقي الذي خرج به العاملون في غرف الأخبار، أن الاجتماعات والنقاشات ضرورية، لكنها تعتبر خطوة أولى، ويجب أن تكون سياسات تصمد أمام ضغوط الأزمات، وتظهر كل يوم عندما لا تكون هناك أزمات، وإلا فإنها إن وضعت ولم تمارس تصبح إعلانات تدل على خطاب الإدارة المصطنع والأجوف، لذلك يجمع خبراء الإعلام الذين وضعوا مسودة القواعد المكتوبة من الصحف والمؤسسات الأخرى على أن المبدأ الأكثر وضوحاً هو أن غرفة الأخبار يجب أن تكون صاحبة الكلمة الأخيرة بشأن الأخبار، وهذه قاعدة متبعة في أفضل مؤسسات الأخبار.

لذلك فإن أهمية وجود سياسة تحريرية واضحة لا تقتصر فقط على الأعضاء والعاملين في صالات التحرير بأن تكون الخطوط واضحة أمامهم فيما يتعلق بضغوط الإعلانات وصراعات رأس المال والتداخلات والضغوط السياسية والاقتصادية، بأن تبقي هذه الخطوط واضحة مهنياً لهم، بل إن هناك أمراً لا يقل أهمية يتعلق بوضوح خطوط السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية أمام جمهورها.

مما سبق لاحظ الباحث أن هنالك خطراً يواجه السياسة التحريرية وواضعيها يتمثل في أن القائمين بالاتصال في مؤسسات الإعلام خاصةً في الإذاعة (الراديو والتلفزيون) بالسودان وأثيوبيا يسيطر عليهم الرقيب ليس من خارج هذه المؤسسات الإعلامية فحسب بل لاحظ الباحث أن القائمين بالاتصال في هذه المؤسسات خاصة الذين يتولون قيادة العمل في جانب الإدارة وهيئة التحرير يقومون بدور أكبر من السياسات التحريرية وذلك لأجل ضمان استمرارهم في وظائفهم وأداء فروض الولاء والطاعة وعدم الخروج عن الأطر المسموح بها في مجال تحرير الأخبار وإنتاج البرامج، وهو ما جعل الباحث يلاحظ أن السمة الغالبة على هؤلاء أنهم يؤدون هذه المهام دون حتى الطلب منهم. كما لاحظ الباحث أن هنالك تردد طويل يتعلق بالأخبار التي لها علاقة بقضايا الدولتين، مما يفقد تلك الأخبار حيويتها وجديتها في المواكبة، فقد لاحظ الباحث أن هنالك أخبار مهمة تحدث في كل من البلدين وأن الإذاعة بشقيها (الراديو والتلفزيون)

لا تتنـاول هـذه الأخبـار في أزمنتهـا ومواقيتهـا المحـددة إلا بعـد أن تتناولهـا وسـائل إعـلام خارجيـة، ويلاحـظ الباحـث أن ذلـك يضعـف أهميـة هـذه الوسـائل مـن قبـل متابعـة الجمهـور لهـا ويجعلـه ينـصرف إلى مؤسسـات الإعـلام الخارجيـة التـي لا يشـك الباحـث في أن سـبقها وتناولهـا لتلـك الأخبـار يقـوم عـلى دوافـع وأغـراض ومصالـح, ومـن هنـا فـإن وضـع السياسـات التحريريـة عـلى مسـتوى مؤسسـات الإذاعـة والتلفزيـون في البلديـن ضرورة مهمـة حتـى تتجنـب تلـك المؤسسـات الغيـاب في مواكبـة الأخبـار وتفاعلهـا كمـا أن قضايـا التواصـل الاجتماعـي لشـعبي السـودان وأثيوبيـا تحتـاج إلى وضـع اسـتراتيجية إعلاميـة تقـوم عـلى سياسـات تحريريـة يتـم تنفيذهـا عـبر الأخبـار وفتراتهـا المتنوعـة والبرامـج الإذاعيـة بشـقيها المسـموع والمرئي وهـي ضرورة لتعزيـز وتطويـر علاقـات البلديـن التاريخيـة، وحتـى لا يغيب المسـتمع في السـودان وأثيوبيـا والمشـاهد عـن تلـك الأخبـار والأحـداث والبرامـج مـن الـضروري وضـع سياسـة تحريريـة لوسـائل الإعـلام حتـى تتمكـن مـن المتابعـة والتفاعـل مـع مـا يحـدث مـن برامـج وغيرهـا.

المبحث الثالث
نماذج دولية في وضع السياسات التحريرية

أن السياسات التحريرية تختلف من مؤسسة لأخرى وبالتالي من بلد لآخر وذلك بتقاطع الخطوط العريضة من حيث المبادئ التي تقوم على المصداقية والنزاهة والحياد والموضوعية وما يعرف بمواثيق الشرف إلى غيره من المبادئ والأخلاق التي تقوم عليها المهنية وهنالك نماذج شكلت أساساً للسياسات التحريرية التي تتبناها أعداد كبيرة من وسائل الإعلام هنا وهناك ومن دولة لأخرى وثبت أنه لا يستهان بنسخ السياسات التحريرية من حيث المفردات اللغوية وإنما روح هذه السياسة التحريرية والقيم التي تعمل بها، إن الحديث عن (السياسة التحريرية المكتوبة يجعلنا دوماً أمام نقيضها أي السياسات التحريرية غير المكتوبة، وما تخلقه من إشكاليات مهنية من جهة وعلاقة وسيلة الإعلام مع الجمهور من جهة أخرى، ولعل كثير من وسائل الإعلام في عدد من الدول التي يحكمها حزب واحد تنأى بنفسها عن تقديم سياسة تحريرية مكتوبة لأسباب مختلفة كما تقول نائلة خليل في بحثها عن السياسات التحريرية بالتطبيق على الصحافة الفلسطينية)[1].

ويقول عباس المرشد في مقالة له بعنوان (الصحافة المأزومة: السياسات التحريرية غير المكتوبة في الصحافة البحرينية): إن التغطيات التي تقوم بها وسائل الإعلام الرسمية في البحرين من حيث نمط التغطية وموضوعاتها تفسر بشكل غير مباشر الصراع المجتمعي والسياسي في المملكة، وتفرض الأسباب والمسئوليات والقيم الاجتماعية من الزاوية التي تتبناها هذه الوسائل. وأضاف أن هنالك واقعاً حقيقياً وآخر مفترضاً تقوم به وسائل الإعلام بتبنيه لتفرضه على المجتمع[2]. ويضيف (المرشد): (من ملاحظة ومتابعة التغطيات التي تسردها الصحف الموالية للسلطة يمكن التأكيد على أنه هناك سياسات تحريرية غير مكتوبة تستهدف خلق وتكوين صورة متوحشة للأطراف المعارضة، إذ تتحول قوى المعارضة في الخطاب الصحفي لعدو داخلي أشد خطراً من العدو

(1) نائلة خليل، السياسات التحريرية في الصحافة الفلسطينية، سلسلة أبحاث وسياسات الاعلاك، مركز تطوير الإعلام -جامعة بيرزيت- الفلسطينية، ط1، 2018م، ص15.

(2) عباس المرشد، الصحافة المأزومة: السياسات التحريرية غير المكتوبة في الصحافة البحرينية، مقال منشور بصحيفة الوطن بتاريخ 16/مارس/2013م، العدد (25).

الخارجي، وذلك وفق مصادر غير مرئية تغذي حالة الاحتقان بين أطراف المجتمع وتبقي على مواطن التنافر بدلاً من مواطن الحلول والقضايا المشتركة) ويتابع المرشد في مقاله هذه السياسات غير المكتوبة لا يتم الحديث عنها إلا عبر توجيهات ذات طابع شخصي وغير علني، مما يجعل المحتوى الصحفي وخصوصاً المحلي منه خاضعاً بصورة كلية لحارس البوابة والصلاحيات الواسعة المعطاة له في التحكم المباشر في العوامل المنشورة بل وحتى التفسيرات والتأويلات التي يجب أن تصاحب الأحداث[1]. هذا وقد وقف الباحث على نماذج من هذا النوع في مؤسسات الإعلام بكل من السودان وأثيوبيا. وفيما يلي نماذج لمؤسسات إعلامية دولية ظلت تؤدي رسالتها الإعلامية استناداً على سياسات تحريرية واضحة (مكتوبة):

السياسة التحريرية في هيئة الإذاعة البريطانية:

قدمت هيئة الإذاعة البريطانية(BBC) سياستها التحريرية بشكل واضح ومباشر على موقعها الإلكتروني[2] تحت عنوان (مبادئ BBC الأساسية) مؤكدة على الحقيقة والدقة والحياد والاستقلالية كقيم أخلاقية راسخة لديها، وفي ذات الوقت طورت إرشادات تلخص أخلاقيات المؤسسة وقيمها فيما يتعلق بالمحتوى الذي يقدم في التلفزيون والراديو، أينما كان موقع المتلقين لهذا المحتوى في العالم. وخاطبت (BBC) صحافييها في كل مكان بأن هذه الإرشادات صممت لمساعدتهم على اتخاذ القرارات التحريرية مؤكدة أنها ليست لائحة جامدة، بل قابلة للتغيير والتحديث وفق الظروف، وفي ذات الوقت خاطبت العاملين في المؤسسة قائلة: (وعندما يراودك شك عليك دائماً طلب النصيحة) بشكل يجعل كل صحفي في المؤسسة يشعر أنه على ذات المسافة من واضع الإرشادات التحريرية، وبأن الباب مفتوح لكل ما يخطر على بال الصحافي وما يطرأ في حياته المهنية من تساؤلات.

وحددت المؤسسة جوهر القيم الصحافية التي تدور حولها القرارات التحريرية وهي الحقيقة والدقة والحياد والاستقلالية والمصلحة العامة والمسئولية تجاه الجمهور، وتم الحديث عن هذه القيم المهنية بإسهاب على الموقع تحديداً فيما يتعلق بالدقة ونقل الحقيقة والحيادية والنزاعة والاستقلالية والثقة والتشهير،

(1) عباس المرشد، الصحافة المأزومة: السياسات التحريرية غير المكتوبة في الصحافة البحرينية، مقال منشور بصحيفة الوطن بتاريخ 16/مارس/2013م، العدد (25).

(2) الموقع الإلكتروني لهيئة الإذاعة البريطانية على الانترنت.، https://www.bbc.com

مـع إدراج أمثلـة واضحـة حـول ذلـك تعكـس السياسـة التحريريـة للمؤسسـة. وعرضـت المؤسسـة بعـض الإرشـادات الخاصـة بالعامـل يبـين شـكل واضـح لا لبـس فيـه وعـبر نقـاط محـددة كالتـالي [1]:

- بوصفـك مـن أسرة (BBC) إذا أردت أن تطلـق مدونـة خاصـة بـك عـلى (الانترنـت) فعليـك أولاً مناقشـة ذلـك مـع مديـرك، وهـو سـيطلب منـك أن تناقـش المخاطـر وتضـارب المصالـح، فلـن يمنعـك مـن ذلـك بـلا سـبب أمـا إذا كان لديـك فعـلاً موقـع عـلى الانترنـت فعليـك ألا تقـدم وجهـة نظـر سياسـية أو آراء تفضيليـة أو أن تكتـب بحريـة أو انحيـاز بمـا أن ذلـك يتعـارض مـع سياسـة الحيـاد التـي تعتمدهـا (BBC) والتـي ترضـخ لهـا بـدورك.

- يجـب عليـك وعـلى كل صحـافي في (BBC) عـدم الاسـتفادة مـن منظمـات خارجيـة أو مسـاهمين تحـت أي ظـرف (BBC) تتكفـل بتغطيـة نفقـات السـفر والإقامـة وغالبيـة التسـهيلات التـي تسـتخدمها.

- لا تسـتخدم تأشـيرة سـياحية لدخـول بلـد مـا بهـدف إعـداد تقاريـر لـ (BBC) أي قـرار لاسـتخدام تأشـيرة سـياحية بهـدف تجنـب القيـود يجـب أن يعـود إلى مسـئول التحريـر وليـس إليـك وحـدك.

- المعلومـات التـي يريدهـا الجمهـور متوفـرة فقـط عـبر مصـادر مجهولـة أو عـبر مشـاركين، التحفـظ عـلى هويـة أو طبيعـة المصـدر هـو المـلاذ الأخـير ويجـب عـدم اللجـوء إليـه تلقائيـاً عليـك أن تتبعـه إلى أنـه عندمـا تعـد بالتحفـظ عـلى المصـدر لابـد أن تفـي بالوعـد ولمديـرك الحـق في أن يعـرف هويـة المصـدر إذا تقـرر بـث المعلومـة[2].

- إذا أردت أن تـشرك أطفـالاً وشـباباً في تقريـرك، فعليـك أن تحصـل عـلى موافقـة مسـبقة منهـم. وعليـك بطبيعـة الحـال أن تحصـل عـلى موافقـة مـن ذويهـم أو مـن لديـه وصايـة قانونيـة عليهـم (كأسـتاذهم عـلى سـبيل المثـال) وكلمـا كان الطفـل أصغـر سـناً كان إشراكـه أكثـر حساسـية وكانـت الموافقـة ضروريـة.

- عليـك دائمـاً أن تـوازن بـين مصلحـة الجمهـور والدقـة في نقـل المعلومـة مقابـل الاندفـاع وعليـك تجنـب الكشـف غـير المـبرر للخصوصيـة

(1) الموقع الإلكتروني لهيئة الإذاعة البريطانية على الانترنت.، https://www.bbc.com

(2) الموقع الإلكتروني لهيئة الإذاعة البريطانية على الانترنت.، https://www.bbc.com

عنـــد تنـــاول حـــوادث أو كـــوارث أو حـــرب، وغـــير ذلـــك ويتعـــين عليـــك بدايـــةً أن تطلـــب مقابلـــة جريـــح أو مفجـــوع فيمـــا يتعلـــق بحـــادث أو كارثة عبر وساطة أصدقاء له أو أقرباء أو مستشارين.

- قـد يحـاول المشـاركون أحيانـاً فـرض شروط قبـل الموافقـة عـلى منحـك مقابلة أو مشـاركة في برنامـج في غالبيـة الحـالات، ترفـض (BBC) التخـلي علـن صلاحياتهـا التحريريـة وإذا رفـض أحـد المشـاركة في مقابلـة مـا لـم يعرف الأسـئلة مسـبقاً أو مـا لـم يتـم تجنيبـه أمـراً معينـاً فعليـك التفكـير ملياً في مـدى حاجتـك لمقابلتـه، وأن تطلـب نصيحـة مديـرك.

السياسة التحريرية في شبكة الجزيرة الإخبارية:

أفـردت شـبكة الجزيـرة الإخباريـة تسـع وثمانـون صفحـة للسياسـة التحريريـة وتـم تقديمهـا تحـت عنـوان (دليـل المعايـير والسياسـات التحريريـة) وهـو مـن إصـدار قطـاع ضبط الجـودة والمعايـير التحريريـة في نسـخة مكتوبـة منـه (Quality Assurance Editorial Standards Division). ومثـل غيرهـا مـن وسـائل الإعـلام تقاطعـت السياسـة التحريريـة للجزيـرة مـع مؤسسـات أخـرى فيمـا يتعلـق بالمبـادئ الأخلاقية، مثـل الدقـة والحيـاد والموضوعيـة لكـن باسـتفاضة مفرطـة تطرقـت للتفاصيـل الدقيقـة لهـذه المفاهيـم مـع أمثلـة عليهـا، وأفـردت المؤسسـة عناويـن رئيسـية لمـا تعتقـد أنهـم مهـم، مثـل مصـادر الأخبـار والملكيـة الفرديـة والعنـف والإرهـاب فيمـا أفـردت بابـاً خاصـاً بأخلاقيـات العمـل والسـلوك العـام لموظفـي شـبكة الجزيـرة[1].

ورغـم أنـه مـن المعـروف أن الجزيـرة تـم تأسيسـها بمـال قطـري – أي مال سـياسي- وأنهـا تدافـع عـن سياسـة قطـر الخارجيـة، إلا أنهـا تبنـت سياسـة تحريريـة مفصلة ودقيقـة تمـت صياغتهـا بإحـكام وضمـت كل كبـيرة وصغـيرة فيمـا يتعلـق بالمحتوى الإخبـاري ومصـادر المعلومـات، وحتـى كيفيـة اسـتضافة الضيـوف، وكيـف يعلـق المذيـع أو كيـف يسـأل. لكـن الممارسـة الفعليـة والأزمـات فقـط هـي التـي تضـع هـذه السياسـة عـلى المحـك، وعـلى سـبيل المثـال: ذكـرت شـبكة الجزيـرة في سياسـتها التحريريـة نقاطـاً تتعلـق بالخـط التحريـري وتحديـداً الحرفيـة والأسـلوب جـاء فيـه: (يجـب أن تلتـزم البرامـج بمـا تلتـزم بـه نـشرات الأخبـار مـن قيـم مهنيـة، فـلا نكـون حياديـين في النـشرات منحازيـن في البرامـج، ولا تكـون مقدماتنـا قصـيرة محكمـة في الأخبـار وطويلـة مهلهلـة في البرامـج، ومـن حيـث الأسـلوب يجـب أن

(1) الموقع الإلكتروني لموقع شبكة الجزيرة الإخبارية، www.aljazira.net

تكـون الأوصـاف والمسـميات كتابـة ونطقـاً موحـدة تمامـاً بـين الأخبـار والبرامـج، وبكلمـة واحـدة يجـب الالتـزام في البرامـج بـكل مـا يلتـزم بـه مـن قيـم تحريريـة في الأخبـار). وربمـا تكـون هـذه النقطـة تحديـداً محـل نقـاش كبـير بـين الصحافيـين والإعلاميـين إن أرادوا فعـلاً مقارنـة مـا ورد فيهـا مـع بعـض البرامـج التـي تقدمهـا الجزيـرة، وكيـف جانبـت هـذه البرامـج هـذه السياسـة إلى حـد كبـير. وأظهـر دليـل المعايـير والسياسـات التحريريـة اهتمامـاً بتصنيـف المحلـل السـياسي الـذي تسـتضيفه برامـج الجزيـرة، لدرجـة أنهـا صنفـت المحللـين السياسـيين وحـذرت مـن بعضهـم حيـث جـاء التصنيـف مـا بـين المحلـل السـياسي المنحـاز الذيـن أكـدت عـلى أهميـة الحـذر لـدى محاورتهـم والاسـتماع إليهـم مقدمـة قاعـدة ذهبيـة لـدى اسـتضافتهم مفادهـا أن مـا يحكـم هـذا النـوع مـن المقابـلات ربمـا أكثـر مـن غـيره هـو الاسـتعداد الدائـم والحـذر الشـديد أثنـاء المقابلـة والانتبـاه للأفـكار والطروحـات والتحليـلات التـي يمررهـا الضيـف مسـتعيناً بمسـماه الـذي يصبغـه بصبغـة الحيـاد السـياسي والمحلـل السـياسي غـير المنحـاز وكيفيـة بنـاء حـوار معـه.

السياسة التحريرية في دول القارة الأفريقية:

تنطلـق السياسـة التحريريـة في دول القـارة الأفريقيـة مـن نـوع النظـام الحاكـم في الدولـة المعنيـة، وبمـا أن معظـم الـدول الأفريقيـة منقسـمة بـين النظـام الليـبرالي والاشـتراكي ونجـد أن كل دولـة تتخـذ سياسـتها التحريريـة مختلفـةً عـن الأخـرى مـن حيـث الأيديولوجيـة وبالتـالي السياسـة التحريريـة، ومعلـوم الاختـلاف والتناقض بـين النظامـين والنظريتـين، فقـد كتـب أسـيل دوسـولا بـول (Ihul Desolopool) عالـم الاتصـال الأمريكـي يقـول: «إن المجتمعـات الانتقاليـة غـير الشـيوعية تميـل دائمـاً إلى اسـتخدام وسـائل الإعـلام بطريقـة متشـابهة لمـا يحـدث الـدول الشـيوعية بالرغـم مـن أن تلـك الـدول لا تهتـم كثـيراً بأيديولوجيـة الشـيوعية نفسـها».

إن أهـم وظيفـة للاتصـال في دول القـارة الأفريقيـة تتمثـل في نـشر المعلومـات الإنمائية بـين المواطنـين، وأن الحاجـة ملحـة لمعالجـة مشـكلة الأميـة بوجـه خـاص في أجـزاء كثـيرة مـن أفريقيـا التـي تعتـبر مـن أكـبر القـارات في العالـم تعـدداً في اللغـات واللهجـات، حتـى أن بعـض الـدول الأفريقيـة تصـدر صفحتهـا بأكثـر مـن لغـة، وهـذه إحـدى سـمات العالـم الثالـث الـذي كان للاسـتعمار فيـه دوراً كبـيراً في اعتـذار كل قبيلـة أو قوميـة بلغتهـا ممـا أوهـن عـرى الوحـدة القومية. وهـذه الموروثـات زادت مـن أعبـاء الإعـلام للنهـوض بهـذه الـدول الناميـة، وجمـع شـتاتها في بوتقـة واحـدة.

تعتبر وكالات الأنباء هي المؤسسة الذي تجتمع فيه الأخبار وبثها إلى وسائل الاتصال الجماهيرية وإلى المؤسسات التي تشترك في خدماتها المتنوعة كالمصارف التي تحرص على الاستفادة من خدماتها الاقتصادية فهي ليست وسيلة موجهة بشكل مباشر للجمهور ولكن الجمهور يستفيد مما يرد فيها ويبث عبر الراديو والتلفزيون أو ينشر في الصحف والانترنت [1].

وكالة الأنباء السودانية:

أنشئت أول وكالة وطنية للأنباء قبيل حصول البلاد على استقلالها وذلك في الأول من يناير 1956م وهي (وكالة الأنباء السودانية) التي كانت تعتمد على تمويل محلي وجهد نخبة من الصحفيين الوطنيين، ثم تلاها قيام وكالات محلية أخرى هي: (وكالة أبناء أفريقيا الجديدة، ووكالة أخبار الخرطوم، ووكالة الصحافة السودانية) [2]. وفي الخامس والعشرين من مايو 1970م أعلن الرئيس السوداني الأسبق جعفر محمد نميري، في خطاب ألقاه بمناسبة العيد الأول للثورة عزم السلطة على إنشاء وكالة للأنباء وبعد ذلك تم تأميم الصحافة، ووكالات الأنباء السودانية في الثامن والعشرين من أغسطس 1975م وأصدر قرار جمهوري في التاسع عشر من نوفمبر 1973م بإنشاء (وكالة السودان للأنباء ـ سونا) وتخضع لإشراف وزير الثقافة والإعلام وتحصل على إعانة سنوية من الدولة[3].

وكالة الأنباء الأثيوبية:

أنشئت ضمن مؤسسات وسائل الإعلام الأثيوبية الصحافة والإذاعة (الراديو والتلفزيون) وتعرف اختصاراً بـ (ENA) (Ethiopian News Agency) ومهمتها تقديم الأخبار لوسائل الإعلام من خلال موقعها الإلكتروني وإرسال الرسائل البريدية الإلكترونية للمشتركين في خدماتها وتتولى تقديم الأخبار الرسمية لوسائل الإعلام العامة والخاصة بجانب وكالة الأنباء الأثيوبية هنالك هيئة الإذاعة التي تضم التلفزيون القومي وبه أربعة قنوات تبث باللغات الأمهرية والأرومية والتقرنجة الصومالية والعفرية والفرنسية والعربية والإنجليزية. بجانب هيئة فانا الإذاعية إذاعات محلية وقنوات تبث باللغات الأمهرية والتقرنجة والأرومية

(1) علي محمد شمو، الاتصال: الأساسيات والمهارات، ط1، منشورات جامعة السودان المفتوحة، الخرطوم، 2006م، ص 267.

(2) علي محمد شمو، الاتصال: الأساسيات والمهارات، مرجع سابق، ص 267.

(3) الموقع الإلكتروني لهيئة الإذاعة البريطانية على الانترنت.، https://www.bbc.com

والعربيــة والإنجليزيــة إضافــةً إلى ثــلاث قنــوات لموســيقى المنوعــات وســينما، تحــت مظلــة قنــاة (EBC) وقنــاة جــوسي وقنــاة أهــادو وقنــاة ATR وقنــاة قانــا للدرامــا وقنــاة بلاقــرو إضافــة إلى إذاعــات وقنــوات الولايــات حيــث أن هنالــك قنــاة إقليــم التقــراي وهــي اثنــين (تقــراي تيفــي وصــوت وبــاي) وقنــاة أمهــر وأورميــا وقنــاة جنــوب أثيوبيــا وقنــاة هــرر وقناة ديــري داوة وقنــاة العفــر وقنــاة الصومــال الأثيوبي وقنــاة ســيدما، هــذا وقــد وجــد الباحــث مــن خــلال الكتيــب الــذي تلقــاه مــن مجلس الإعــلام بأثيوبيــا أن لــكل إقليــم مؤسســات صحفيــة محليــة وإصــدارات صحفيــة تنطــق بالأمهريــة والعربيــة والإنجليزيــة والأروميــة وهنــاك صحــف محليــة مختلفــة محليــة ومجــلات متنوعــة. كمــا أن وكالــة الأنبــاء الأثيوبيــة لهــا مكاتــب في جميــع الولايــات تضــم مراســلين وصحفيــين بالإضافــة إلى عــدد خمســة عــشر إذاعــة محليــة عــلى موجــات (FM)[1].

ويــرى الباحــث أن السياســة التحريريــة في الســودان وأثيوبيــا مثــلاً ارتبطــت ارتباطــاً وثيقــاً بالمســؤولية الاجتماعيــة، لأن هــذه الــدول أرهقهــا الاســتعمار ثــم النزاعــات الإثنيــة والدينيــة التــي لازالــت تعصــف بكثــير منهــا. لذلــك فالتنــاول الأخبــاري والبرامجــي فيهــا يجــب أن يختلــف عــن الأنظمــة الديمقراطيــة التــي تعطــي كثــيراً مــن الحريــة في التنــاول الصحفــي ممــا قــد يــؤدي لكثــير مــن الفرقــة والشــتات إذا ســمح بــه في هــذه المجتمعــات.

ومن خلال التجربة العملية للباحث يرى:

- أن هنــاك مــن القوانــين واللوائــح والنظــم التــي تعــوق الصحفــي أو الإعلامــي مــن أداء مهامــه وظيفتــه الأســاس في الوصــول إلى المعلومــات ونشرهــا وترســيخ الحــق في إبــداء الــرأي خاصــة فيمــا يتعلــق بالسياســات الرســمية، حيــث تســتخدم هــذه الــدول في كثــير مــن القضايــا والموضوعــات عــلى شرائهــا أو متابعتهــا عــبر الإذاعــة المســموعة أو المرئيــة وهــذا يــؤدي إلى فنــاء المؤسســة الصحافيــة.
- المســتويات الفنيــة واللغويــة والإبداعيــة للأعمــال قــد لا تكــون في مســتوى النــشر أو البــث حتــى لــو التزمــت بقيــم المجتمــع وعاداتــه.
- ليس كل ما يصل إلى الوسيلة الإعلامية له أهميته بالنسبة للجمهور.

(1) مجلة هيئة الإذاعة الأثيوبية (الراديو والتلفزيون)، العدد الخاص باليوبيل الذهبي للتلفزيون الأثيوبي.

- لكل مجتمع قوانينه التي تنظم العملية الإعلامية من خلال قوانين النشر والبث، ومن ثم يجب مراعاتها وإلا أدى ذلك لمخالفات قد تقود إلى تعطيل الصحيفة أو إيقاف المذيع أو معد البرنامج ومحاسبته قضائياً.

- لكل مجتمع ذوقه الخاص في تقبل الرسائل الإعلامية فبينما يعبر سباق الهجن فناً مقدراً في السعودية والإمارات مثلاً ويستحوذ على ساعات طويلة، قد لا يكون هذا النوع محبباً للأجنبي وقد يشاهد سباق السيارات ومباراة لكرة التنس لساعات طويلة. دائمة لما يتم إرساله عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، كما يقوم بهذه المهمة رئيس التحرير أو مدير التحرير أو رئيس التحرير المناوب أو المحرر الأول المشرف على أداء وردية عمل (التنفيذ) أو كما نسميهم حراس البوابة، والواقع هذا المصطلح أطلق أول مرة عالم النفس النمساوي (كورت يوين) (Kort Youen) والذي أطلقه للتعبير عن الجماعات الذين يتحكمون في سير المادة الأخبارية. فحارس البوابة هو الذي يحدد كم ونوع ما نقرأه نشاهده، ويساهم في تشكيل الوعي في المجتمعات أو تزييفه، وهنالك عدة اعتبارات لوجود حارس البوابة هي:

- أي مجتمع له قيمه وعاداته وتقاليده التي يجب أن تتم المحافظة عليها بطريقة بناءه.

- علمياً ليس بالإمكان نشر أو بث كل ما تتلقاه من أخبار حيث يعني أن تتصدر الصحيفة في أضعاف حجمها وأن تبث الإذاعة أو القناة الفضائية كل منهما في نشرة واحدة غير محددة الأزمنة والمواعيد مما يؤدي إلى ارتفاع تكاليفها وعدم قدرة الناس التي يقوم بها الصحافة لأداء مهامه ووظيفته.

ويرى الباحث أن القوانين واللوائح والنظم التي تتبع في السودان وأثيوبيا تتشابه إلى حد كبير مع معظم دول القارة الأفريقية وعدد من الأنظمة السياسية الحاكمة، حيث تعمل جميع تلك الأنظمة السياسية على تحجيم دور الإعلام بما يتوافق ومواقفها السياسية داخلياً وخارجياً، فالإعلام وحرية التعبير الصحافي والتناول الإعلامي تسير كما تريد هذه الإدارات وهذه الدول، ومهما بلغت هذه الأنظمة من التطور فإن الإعلام فيها مقيد بالقوانين واللوائح والنظم التي لا يمكن تجاوزها. فالمسؤولية الاجتماعية تفرض على المؤسسات الإعلامية التعامل معها بجدية، حفاظاً على الأمن والاستقرار

والتنمية، فلا وجود للحرية الأخبارية المطلقة في جميع الأنظمة السياسية ليبرالية أو اشتراكية أو غيرهما.

ويرى الباحث من خلال تجربته العملية التي زادت عن ربع قرن من الزمان في مجال رصد وتحرير الأخبار وتقديمها وإعداد وتقديم البرامج السياسية أن الحديث عن الحرية المطلقة في وسائل الإعلام (صحفية – إذاعية مسموعة كانت أو مرئية، أو على الشبكة الدولية الإنترنت) يمثل ألوية كبرى. حيث أن عملية الاتصال الجماهيري تتم من خلال مؤسسات كبيرة وصغيرة لها فلسفتها وأهدافها الخاصة في توصيل الرسالة الاتصالية، لكن هذه المؤسسة تعمل في سياق اجتماعي وسياسي واقتصادي وفكري معين، ولهذا فإن عليها أن تنسق وتنسجم وسائلها مع هذا السياق من جهة ومع أهدافها وفلسفتها ومصلحتها الاقتصادية من ناحية أخرى، ذلك أن أي عملية اتصالية تتم في سياق اجتماعي وسياسي واقتصادي وفكري معين، ولهذا فإن عليها أن تتسق وتنسجم وسائلها مع هذا السياق من جهة ومع أهدافها وفلسفتها ومصلحتها الاقتصادية من ناحية أخرى، ذلك أن أي عملية اتصالية تتم في سياقها الخاص، ولابد أن يأخذ المتصل في الاعتبار مصلحة الدولة وقيم الناس وتقاليدهم وثقافتهم، ومن جهة أخرى مصلحة المؤسسة وأهدافها وضرورة التعبير عنها، لذا فإن أي مؤسسة مهما كان نوعها يعمل القائمون عليها بتحديد ما يجب أن ينشر أو يبث أو ما لا يجب أن ينشر أو يبث، أي أن هناك عملية فحص وتمحيص:

- حارس البوابة يمكن أن يمنع الرسالة من الوصول إلى الجمهور وذلك ببساطة في رفضه نشرها أو بثها.
- يمكن لحارس البوابة أن يغير الرسالة بحذف بعض أجزائها أو تعديل المعلومات.
- يمكن له في أي وسيلة إعلامية أن يؤثر في وسيلة إعلامية أخرى، كأن يمنع مناقشة فيلم أو مراجعة كتابه مما يمنع صول المعلومات عن الكتاب أو الفيلم أي الجمهور.
- يمكن أن يضيف حارس البوابة إلى رسائله معلومات من مصادر أخرى بالإضافة لما يقدمه له المحرر أو وكالة الأنباء ويضيف حارس البوابة معلومات عن الرسالة الإعلامية من خلال نشرها أو بثها.

- تفـرض نوعيـة الجمهـور الـذي توجـه إليـه الرسـالة حـارس البوابـة أن يكـون انتقائيـاً في رسـائله بحيـث تلائـم الجمهـور.

مُلخـص مـا ذكـر أن فكـرة حـراس البوابـة تقـوم عـلى أن المـادة الصحفيـة تمـر حتـى تصـل إلى الجمهـور عـبر بوابـات يتـم فيهـا اتخـاذ قـرارات بمـا ينـشر أو لا، وأنـه كلمـا طالـت المراحـل التـي تمـر بهـا الرسـالة حتـى تظهـر في وسـيلة الإعـلام.

كلمـا ازدادت المواقـع التـي يقـرر فيهـا عـدة أفـراد مـا إذا كانـت هـذه المـادة سـتظل كمـا هـي أم يتـم إدخـال بعـض التغيـيرات عليهـا. وبغـض النظـر عـن الاعتبـارات لوجـود حـارس البوابـة فـإن لـه دور لا غنـى عنـه في السياسـة التحريريـة كونـه دور وظيفـي يدخـل في عمليـة إرسـال الرسـالة.

المتطلبات الأساس لعملية التحرير الصحفي:

لابـد مـن وجـود سياسـة تحريريـة واضحـة ومحـددة، وفهـم سـمات الجمهـور المسـتهدف، وأن يكـون أسـلوب الصحفـي مقـروء أي (مكتـوب) بطريقـة يفهمهـا القـارئ المتوسـط، وأن يكـون هنـاك نظـام كـفء وفعـال للمعلومـات الصحفيـة.

وعليـه فالسياسـات التحريريـة: تعتـبر مجموعـة المبـادئ والقواعـد والخطـوط العريضـة التـي تتحكـم في أسـلوب الكتابـة، وتكـون مكتوبـة يعمـل بهـا فريـق العمل ويعرفهـا الجمهـور. وعليـه فالسياسـة التحريريـة. ومـن أمثلـة للسياسـات التحريرية: أنهـا تهتـم السياسـة التحريريـة بطريقـة العـرض الشـائق للمـادة الخبريـة، وتركـز عـلى لـون معـين في التغطيـة كالجريمـة أو الرياضـة أو الموضوعـات الإنسـانية أو الموضوعـات الطريفـة، وقـد تهتـم أيضـاً بتقديـم مضمـون يتسـم بالعمـق والتـوازن أو التركيـز عـلى التحليـل والتفسـير، وكذلـك قـد تهتـم السياسـة التحريريـة بالتركيـز عـلى القيـم الدينيـة أو الدفـاع عـن مبـادئ سياسـية أو حزبيـة أو فكريـة.

ومـن العوامـل المؤثـرة في السياسـة التحريريـة سـبعة عوامـل أساسـية هـي: مـلاك الصحيفـة واتجاههـم الفكـري، ومجلـس إدارة التحريـر، وظـروف وبيئـة العمـل الصحفـي، والقيـود السياسـية والقانونيـة ومسـاحة الحريـة، والمعايـير المهنيـة ومواثيـق أخـلاق المهنـة، ومصـادر التمويـل وجمهـور الصحيفـة.

وعـن كيفيـة معرفـة سـمات قـراء الصحيفـة وجمهـور الإذاعـة والتلفزيـون كانـت وسـائل الإعـلام تعتمـد عـلى الرسـائل البريديـة مـن القـراء والمسـتمعين، وتقـوم

بتحليلهـا، إضافـة إلى إجـراء البحـوث ودراسـات القـراء والجمهـور. أمـا حديثـاً ومـن خـلال الإنترنـت، وقيـاس عـدد المشـاهدات والإعجابـات، والتعليقـات، وإعـادة نـشر الجمهـور، وتحليـل سـمات الجمهـور (السـن، الجنـس، المواطـن، والاهتمـام والاتجـاه)، بالإضافـة لاسـتطلاعات الـرأي الإلكترونيـة وغـير ذلـك، فإنهـا تتعـرف عـلى سـمات قرائهـا وجمهورهـا.

نظام المعلومات للصحيفة أو المؤسسة الإعلامية:

هـو النظـام الـذي يوفـر الحصول عـلى المعلومـات بطريقـة سـهلة وسريعة، مـن خلال المراسـلين، أو المناديـب، أو الموفديـن ومن خـلال المكتبة الصحفيـة أو الإذاعية المسـموعة أو المرئيـة والأرشـيف. ويتميـز بخمـس خصائـص للمعلومـات الصحفيـة هـي: الدقـة والخلـو مـن الأخطـاء، وتمثيـل وقائـع الأشـياء، والشـمولية دون تفصيـل زائـد أو إيجـاز مخـل، إضافـةً إلى التنسـيق دون التعـارض أو التناقـض، بالإضافـة لمخاطبتهـا للعقـل، وعـن نوعيـة المعلومـات الصحفيـة هنالـك أنـواع مـن المعلومـات يأتـي بيهـا المراسـلون والـوكالات منهـا معلومـات ثانويـة أو مكملـة وتأتـي مـن المكتبة والأرشـيف بالإضافـة للمراسـلين ومـن هنـا فـإن مكونـات المكتبـة الصحفيـة وقطـاع الدوريـات، والكتـب والأشرطـة، والسـيرفر (الجهـاز الخـازن للمعلومـات)، تعتـبر أحـد أهـم المصـادر للمعلومـات وأنواعهـا، إضافـة إلى مكونـات الأرشـيف مـن معلومـات عـن الأشـخاص وعـن الـدول موضـوع الخـبر والمعلومـات، إضافـة إلى أرشـيف الصـور للأشـخاص والموضوعـات.

وممـا تقـدم تعتـبر السياسـات التحريريـة لأي وسـيلة إعلاميـة ذات أثـر لإزاحـة كل الجـدل المهنـي والسـياسي المتعلـق بالمـواد الإعلاميـة عليهـا. وتبـدو أيضـاً الأنسـب للمعرفـة والفهـم السـياسي والاقتصـادي والمجتمعـي، ومعرفـة مـدى الثقـل السـياسي الحزبـي أو تقاطعـات رأس المـال والعلاقـة العامـة مـع أي وسـيلة الإعـلام.

تعـرف د. إكـرام الصـادق بـشرى السياسـة التحريريـة بأنهـا: مجموعـة المبـادئ والقواعـد والخطـط العريضـة التـي تتحكـم في الأسـلوب أو الطريقـة التـي يقـدم بهـا المضمـون الإذاعـي والصحـافي وفي الغالـب تكـون غـير مكتوبـة، بـل مفهومـة ضمنـاً مـن جانـب أفـراد الجهـاز التحريـري، ويظهـر في سـلوكهم وممارسـتهم للعمـل اليومـي اوهـي تخضـع لقـدر مـن المرونـة تختلـف في درجتهـا مـن جهـة لأخـرى»[1].

(1) إكرام الصادق بشرى، السياسات التحريرية وانعكاساتها على إنتاج البرامج الإخبارية، مرجع سابق، ص10.

تـرى نائلـة خليـل أن لقـد مثـل عـصر الثـورة العلميـة والتكنولوجيـا، والتغـيرات السريعـة البعيـدة المـدى، مثـل تحـولاً مهمـاً طـرأ عـلى أسـاليب التحريـر الصحـافي، ذلـك باعتبـارات النصـف الثانـي مـن القـرن العشريـن شـكل النقلـة النوعيـة في التحريـر الصحـافي وصياغـة وعـرض وتقديـم الأخبـار[1].

ويـرى دكتـور عبـد العزيـز شرف: (أنـه وبعـد النصـف الأول من القـرن العشريـن، لم تركـز الدراسـات السـابقة في التحريـر الصحـافي مثلاً، عـلى أهميتهـا وتطوراتهـا، إلا أن هـذه الدراسـات الجزئيـة لـم تغنـي بوحـدة فنـون الإعـلام كمنهـاج عـام في الدراسـة الإعلاميـة لفـن التحريـر، التـي تتبايـن تبايناً كبـيراً كمـا كانـت عليـه في النصـف الأول مـن القـرن العشريـن، وترجـع هـذه النظـرة الموحـدة الشـاملة إلى مجموعـة مـن المتغـيرات الاجتماعيـة والثقافيـة التـي لا تـزال تعمـل عملهـا عـلى نطـاق كبـير، كان مـن نتائجهـا المؤثـرة وسـائل الإعـلام) [2]. وشـملت الصياغـة بمـا فيهـا الصحـف والدوريـات والراديـو والسـينما والتلفزيـون، وقـد نشـأت تبعـاً لذلـك أسـاليب وتتفـاوت مسـتوياتها التعبيريـة، وتمتـاز باهتمامهـا المتزايـد بالصـورة عـلى حسـاب الـدور الـذي تؤديـه الكلمـة. لذلـك ازدادت أهميـة مخرجـي الافـلام ومحـترفي التصوير الفوتوغـرافي ورسـامي المسـارح، ونجـم عـن إنتاج وسـائل الإعـلام وأهميتهـا ظاهرتان أساسـيتان، أن فقـد أدب الكتـب مكانتـه بوصفـه مـن منابـع المعلومـات، وبوصفـه منبعـاً لتفسـير الحقائـق، ومـن جهـة أخـرى فـإن أجهـزة الإعـلام في حاجـة إلى عـدد مـن الكتـاب المحترفـين، ولذلـك نشـأت فئـة مـن رجـال القلـم ممـن يكتبـون ولكنهـم ليـس كتابـاً بالمعنـى الـذي تواصفـت عليـه التقاليـد[3] ومـن المتغـيرات البـارزة التـي طـرأت عـلى مركـز أربـاب القلـم أنهـم لـم يظلـوا هـم دون غيرهـم فرسـان الجلبـة في صياغـة الأفـكار الجديـدة، أو هـم دون غيرهـم القـادة الروحيـون. بـل وجـدوا لهـم شركاء آخريـن مـن رجـال الصياغـة أصحـاب المهـن المختلفـة وكانـوا فيمـا مـضى لا يـكاد يشـاركهم في ذلـك إلا قلـة قليلـة مـن الفلاسـفة وأصحـاب المذاهـب [4].

إن اجتمـاع الخـبراء والعلمـاء في مجـال الاتصـال بـات الإعـلام يقـوم عـلى تزويـد النـاس بالأخبـار الصحيحـة والمعلومـات السـليمة والحقائـق الثابتـة التـي تسـاعد الجمهـور عـلى تكويـن رأي عـام مسـتنير، بحـث يعـبر هـذا الـرأي تعبـيراً موضوعيـاً

(1) نائلة خليل، السياسات التحريرية في الصحافة الفلسطينية، مرجع سابق، ص 17.

(2) عبدالعزيز شرف، (فن التحرير الإعلامي الهيئة المصرفية العامة للكتاب،1978م، ص3.

(3) المرجع نفسه، ص4.

(4) أنديـة سيشيسـكي (ترجمـة: أحمـد فاكـي التحـولات الحديثـة في الادوار التـي يقـوم بهـا رجـال القلـم، دبوجـين ع23م7، نوفمـبر 1973م.

عــن عقليــة الجماهــير وروحهــا وميولهــا، فالمحــرر الإعلامــي ليــس لــه غــرض معــين فيمــا ينــشره عــلى النــاس، إلا الإعــلام في ذاتــه، بينمــا يهــدف الداعيــة إلى أغــراض معينــة ولذلــك فــإن الدراســات الإعلاميــة تهــدف إلى غــرس روح الإعــلام في أجيــال الإعلاميــين الصاعــدة حتــى يتجنــب الجماهــير مــا يحــدث مــن خلــط بــين الإعــلام والدعايــة واســتغلال هــذا الخلــط في التزييــف والعبــث في الارقــام والحقائــق والمعلومــات، واســتخدام الأخبــار وللتأثــير عــلى النــاس ومــن ذلــك مــا يذكــره الدكتــور عبدالحليــم محمــود شــيخ الأزهــر[1].

«لقــد تصــادف أن جلــس أحــد الاشــخاص مــع زعيــم مــن زعمــاء التبشــير، وجرهمــا الحديــث عــن التبشــير، فقــال الشــخص وكان مســلماً دون أن يظهــر ذلــك، ولــم تتمســكون بالتبشــير في أفريقيــا. أننــا نســمع مــن آن لآخــر أن التبشــير في أفريقيــا قــد أخفــق، ألا تتطلعــون إلى أقاليــم أخــرى للتبشــير.

ضحــك الزعيــم المبــشر وقــال: (أننــا نحــن الذيــن ننــشر هــذه الأخبــار، وننشرهــا في مقابــل دفــع أجــرة لهــا، وذلــك أن التبشــير في أفريقيــا ناجــح كل النجــاح، وبلــغ مــن نجاحــه أن أصبــح شــوكة في ظهــر الســودان، شــوكة قويــة خدمــة قضيــة معينــة بأســلوب ظاهــرة الموضوعيــة وحقيقتــه التحيــز والبعــد عــن الانصــاف وذلــك مــا لاحظــه الباحــث في خــبر التبشــير، حيــث اســتغلت الأخبــار مــن أجــل الدعايــة بمفهومهــا الــذي يرمــي لاغتصــاب النفــس والســيطرة عــلى الســلوك مــن خــلال تضليــل الجماهــير، وأن وضــع السياســات التحريريــة يجنــب المشــتغلين والدارســين والعاملــين في مجــال الأخبــار والمزالــق الدعائيــة والتــي مــن أســاليبها التحريريــة، التطــرف والتلويــن وتحريــف الخــبر ويعنــي الباحــث بالتعــرف ترتيــب حقائــق الموضــوع ترتيبــاً يقــود المتلقــي إلى الاســتنتاج المرغــوب فيــه مــن جانــب الدعايــة المســتنيرة أو الخفيــة، ويعنــي بتلويــن الخــبر عندمــا تكــون بعــض الحقائــق موضــع تشريــد أو توكيــد وبعضهــا الآخــر موضــع إهمــال أو حــذف، وفي لغــة تحريــر الأخبــار يقــال:» إبــراز الحقائــق كنايــة مــن التوكيــد عــلى زاويــة معينــة مــن الخــبر» ويقــال «الطمــس» كنايــة عــن جعــل الحقائــق مغمــورة مهملــة.

«أمــا إذا أردت معرفــة الــسر، أو بتعبــير أدق» الحكمــة في نــشر هــذه الأخبــار فإننــا نرمــي لنــشر هذه الأخبــار لفائدتــين محققتــين، احدهمــا: أن المســلمين حينمــا يقرؤنها، يســتمرون في نومهــم قائلــين (وكفــى اللــه المؤمنــين القتــال) فــلا ينــال مــن جانبهــم

(1) عبد الحليم محمود، أوربا والاسلام، القاهرة، مصر، ط1 ، الدار المصرية للكتاب، ص199.

معارضة أو أذى، أما الفائدة الثانية: فهي أن تنهال علينا التبرعات من الأغنياء المسيحيين لأن المسيحيين أينما كانوا يسرهم أن ينجح التبشير.

يقول الدكتور إبراهيم أمام: (أن سياسة التحرير تهدف إلى غرس المفاهيم الصحيحة للإعلام حتى لا تصبح الأخبار نهباً للاستغلال والتحريف [1]. وليس من شك أن الدراسة العلمية لأسس التحرير الإعلامي، من شأنها أن تعد جيلاً إعلام ياً يحمل أمانة الكلمة، وشرف المسؤولية في وسائل الإعلام [2]. لذا فالسياسة التحريرية هي تعبير موضوعي يبعد تماماً عن الذاتية التي يتصف بها الأديب مثلاً لأن السياسة التحريرية تعكس السياسة الإعلامية وآرائها وتوجهاتها وهي أن السياسة التحريرية جوهرها (رواية الأحداث وتفسيرها) بإستخدام الأشكال الفنية المختلفة، تهدف لمخاطبة العقول لا الغرائز، كما تفعل الدعاية مثلاً، وهي أن السياسة التحريرية تحاول الإجابة على سؤالين يشكلان موضوع علم التحرير الإعلامي وهما: ماذا تقول، وكيف تقول. ويضيف إبراهيم إمام أن الإعلام هو التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير ودورها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت [3]. وعلى هذا الأساس فإن الكلمة المكتوبة والمنطوقة تمثل القاسم المشترك الأعظم بين هذه الأنواع ولذلك نجد رغم التميز التعسفي بينها، أن هناك تدخلاً بين هذه الأنواع التحريرية وبعضها البعض: التحرير الإقناعي، التحرير التعبيري، التحرير الإعلامي. وأن هذه الأنواع الثلاثة يتداخل بعضها مع البعض الآخر على طول السلم التحريري على الرغم من ظهورها اليوم أنواعاً يستقل كل منها عن الآخر ولكن التصنيف التعسفي إنما يقصد به التأكيد على وظيفة كل فن من فنون التحرير [4].

فالكلمة المنطوقة أو المكتوبة، تكون النمط الإعلامي إذا كانت الوظيفة السائدة في نوع التحرير تضيف إلى معرفة الجمهور معلومات جديدة مبسطة، من خلال النظرة العلمية للجمهور أو التقرير الإعلامي الخالص حول حادث سيارة وسوف يحدد ما هو معروف من أسباب الحادث، وكيفية حدوثه ونتائجه أو آثاره وليس في المقدور التكهن بما سيحدثه الحادث من أثر في حياة القارئ أو إقناعه بشيء ما، على الرغم أن التقرير قد يؤثر تأثيراً عرضياً على بعض القراء.

---

(1) إبراهيم إمام، دراسات في الفن الصحفي، ط1، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1970م.

(2) عبدالعزيز شرف، فن التحرير الإعلامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1987م، مرجع سابق، ص8.

(3) إبراهيم إمام، دراسات في الفن الصحفي، مرجع سابق، ص14.

(4) عبدالعزيز شرف، فن التحرير الإعلامي، مرجع سابق، ص18.

ممـا تقـدم يؤكـد إبراهيم إمـام: أن الإتصـال بالجماهير يمكـن تعريفه بأنه: بث رسـائل واقعيـة أو خياليـة موحـدة عـلى إعـداد كبـيرة مـن النـاس، يختلفـون فيمـا بينهـم من النواحـي الاقتصاديـة والاجتماعية والثقافية والسياسـية وينتـشرون في مناطق متفرقة[1]، ويقصـد بالرسـائل الواقعية للمجموعـة الأخبار والمعلومـات والتعليمات التـي تدور حول الأحـداث ونشرهـا في الصحـف وتذيعهـا الإذاعة المسـموعة والمرئيـة. أما رسـائل الخيالية فهـي القصـص والتمثيليـات والروايـات والأغاني وغيرهـا من المبتكـرات الفنيـة التي قد ترتكـن إلى الواقـع وتنسـج منـه صـورة فنيـة أو قـد تكون مـا ينتـج الخيـال. وحتى في الحالـة الثانيـة لابـد من ارتبـاط التحرير الاتصـالي بواقع المجتمـع وما فيه مـن اتجاهات ومبـادئ ومعتقـدات وقيم.

ويـرى خـبراء الإعـلام أن السياسـة التحريريـة هـي (مجموعـة مـن القواعـد التـي من شـأنها أن تجعـل الممارسـة الإعلاميـة معياريـة تسـتند إلى أسـس مهنية ونقـاط مكتوبة في صالـة التحريـر لـدى المراسـل الصحـافي ومديـر التحريـر ورئيـس التحريـر أو مالك الإذاعـة أو الصحيفـة أو القنـاة الفضائيـة وغيرهـا مـن وسـائل الإعـلام، إلا أن هـذا المفهـوم بـات مختلفـاً ومتداخـلاً مـع أكثـر مـن مصطلـح وربمـا تـؤدي جميعهـا إلى ذات النتيجـة فهنـاك مـن يـصر عـلى مصطلـح السياسـة التحريريـة كسياسـة ناظمـة للتوجيهـات والعمـل داخـل المؤسسـة الصحافيـة[2] وهنـاك مـن يتبنـى مصطلـح «مدونـة السـلوك» فيمـا تنـشر مؤسسـات إعلاميـة راسـخة مثـل (BBC) البريطانيـة سياسـتها التحريريـة عـلى شـكل إرشـادات تحريريـة عـلى موقعهـا الإلكترونـي)[3] بينمـا اختلفـت المصطلحـات مـن سياسـة تحريريـة إلى مدونـة سـلوكية أو إرشـادات تحريريـة بقـي المحتـوى في غالبيتـه متقاطعـاً ويـدور حـول جوهـر القيـم الصحافيـة الممارسـة مثـل الحقيقـة والدقـة والمسـؤولية تجـاه الجمهـور.

ويـرى الباحـث مـن خـلال تجربتـه العملية في مجـال تحريـر الأخبـار وإعـداد وتقديم البرامـج السياسـية بالهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسـودان [4] أن المسـؤولين بالهيئة والعمـل الإعلامـي على مسـتوى وزارة الإعـلام لا يميلـون إلى تقديم السياسـات التحريرية بشـكل مكتـوب ومحدد بـل يقدم شـفاهه وغير مـع اللبـس والغموض.

---

(1) ابراهيم إمام، الإعلام والإتصال بالجماهير، مرجع سابق، ص28.

(2) نائلة خليل، السياسات التحريرية في الصحافة الفلسطينية، مرجع سابق، ص4.

(3) انظـر: موقـع هيئـة الإذاعـة البريطانيـة B.B.C عـلى الشـبكة الدوليـة، الإنترنـت. متـاح عـلى الرابـط: https://www.bbc.com/، تـم الدخـول بتاريـخ 20 ديسـمبر 2017م، السـاعة 12:21.

(4) الباحـث تـدرج في مجـال تحريـر الأخبـار وانتـاج البرامـج السياسـية بالهيئـة العامـة للإذاعـة والتلفزيـون منـذ 1994م وحتـى 2019م أصبـح مديـر لـلإدارة العامـة للأخبـار والبرامـج السياسـية بالهيئـة العامـة للإذاعـة والتلفزيـون.

الباحث تدرج في مجال تحرير الأخبار وانتاج البرامج السياسة بالهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون منذ 1994م وحتى 2019م حتى أصبح مدير للإدارة العامة للأخبار والبرامج السياسية بالهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون (رئيس التحرير) ويبلغ بموجهات العمل ويطلب منه تحويلها إلى سياسة تحريرية في الأخبار والبرامج السياسية، مما يجعل بعض العاملين في حيرة ولكنها حيرة أقل من الجمهور في تحديد ماهية السلوك الإعلامي والخطوط الحمراء والمحاذير في وسيلة الإعلام ولعل هذا الأمر مرتبط بشكل كبير في وسائل الإعلام التي تمتلكها الحكومة وهو ما يرى أن ذلك فيه افتقار إلى أسس الديمقراطية وتدوير الحكم وقيم الشفافية والنزاهة والمساءلة وعادة هذا بجلب لهذه الوسائل الإعلامية بأنها مسيسة وأنها تخضع للحزب الحاكم وسياساته. وهذا يجعلها في تناقض والقيم المهنية الأكثر رسوخاً في الإعلام الغربي والذي يميل إلى المحددات المكتوبة وليست الشفهية، فضلاً على أن هذه القيم يتم تحديدها بشكل جماعي من المحررين ورئيس التحرير ومدير الإدارة والمراسلين ولا تنحصر في شخص وأحد هو مالك وسيلة الإعلام ورئيس تحريرها كما هو الأمر في غالبية وسائل الإعلام في العالم الثالث علماً أن الدراسات والأبحاث والمقالات والندوات والمؤتمرات والسمنارات وورش العمل ما تزال مستمرة في الحوار والنقاش في هذا الموضوع.

وترى إكرام الصادق حول العناصر المحددة للمعايير المهنية أن ضرر السياسة التحريرية الشفهية تؤدي دون شك لكثير من الاجتهاد قد يكون ضاراً أحياناً أو مبالغاً فيه سواءً كان ذلك من قبل المؤسسة أو القائم بالاتصال مما يؤدي إلى إضعاف (المادة) خوفاً من المحاذير غير المرئية[1] وما بين السياسة التحريرية المكتوبة والمعلنة لبعض وسائل الإعلام والسياسة التحريرية الشفهية لوسائل أخرى، هناك نوع ثالث وهو سياسة تحريرية صامتة غير معلنة لأسباب مختلفة.

السياسات التحريرية ومدونات السلوك:

لقد سبقت مدونات السلوك ما اصطلح عليه السياسات التحريرية كان ذلك عندما سأل هنري لويس ناشر مجلة تايم عام 1942م (روبرت منارد هاتشينز) المستشار في جامعة شيكاغو بالولايات المتحدة الأمريكية قائلاً له: «أريد معرفة المزيد عن حرية الصحافة وماهي إلتزاماتي؟» ومن هنا قام (هانشينز) الذي فتح الباب على نسج وصياغة مدونات سلوك وسائل الإعلام،

(1) إكرام الصادق، السياسة التحريرية وإنعكاسها على الإنتاج الأخباري، مرجع سابق، ص 13.

بجمع اثني عشر رجلاً من الحكومة والجامعات وشكلوا ما عرف فيما بعد بـ(لجنة حرية الصحافة) أو لجنة (هانشينز)[1]. وبعد خمس سنوات أصدرت لجنة (هاتشينز) استنتاجاتها وأعلنت في حينه أن الصحافة تتحمل مسؤولية توفير المعلومات الاستخباراتية الحالية التي يحتاجها مجتمع حر، فضلاً عن أن هناك خمسة أشياء يطلبها المجتمع الأمريكي من الصحافة، تتلخص بحساب صادق وشامل وذكي لأحداث اليوم في السياق الذي يعطي معنى ومنتدى لتبادل التعليق والانتقاد ونددت بالصور النمطية وعرض وتوضيح أهداف وقيم المجتمع، وأخيراً حثت اللجنة على توزيع واسع من الأخبار والآراء بحيث يمكن للمواطنين أن يختاروا ما يريدون[2]. لقد استقبل الصحافيون أفكار (هاتشينز) واعتبروها مرجعية لهم، ووجدت طريقها إلى قواعد السلوك التي اعتمدتها منظمات الصحافيين وأهمها (ما تم تقييمه واعتماده عام 1969م من قبل جمعية الصحافيين المحترفين) [3]. ولكن الطفرة الحقيقية التي حدثت في مجال المدونات السلوكية كانت عام 1970م ومنتصف الثمانينات حيث أقبلت الكثير من الصحف ومحطات البث على وضع قوانين خاصة بها، وفي هذه الفترة تحديداً بدأ دارسو الإعلام بالتوثيق لنمو ما بات يعرف ب(غرفة الأخبار) وحسب فوريمان جين (فإن تحقيقاً أعدته وكالة لاسوشيبتدبرس كشف عام 1974م عن أقل من وأحد من عشر صحف) تتمتع بقانون الأخلاق (مدونة السلوك) وبعد تسع سنوات كانت ثلاث من أربع صحف ومحطات بث قد طبقت معايير السياسات التحريرية في (حجرات الأخبار) وتختلف معايير السياسات في حجرات الأخبار وهو المصطلح الذي استخدمه (فوريمان جين) عن المبادئ الأخلاقية والكتابة وإن كان المصطلحان يتقاطعان لكن السياق الزمني لنشأة وتطور كل منهما يدل على أنهما أمران مختلفان إلى حد ما.

لقد هدفت مدونات السلوك في حجرات الصحافة وغرف الأخبار بشكل أساسي إلى تحسين المصداقية وركزت على معضلة الإعلام الأساس وهي: صراع المصالح حيث ذهبت هذه القوانين إلى تقليل الصراعات من أجلال مصالح وأعطت تعريفاً بأن صراع المصالح لا يملك شيئاً لكي يحيد الصحفي أو محور الأخبار عن أداء مهمة تقديم معلومات موثقة وموثوق بها وغير منحازة إلى الجمهور،

(1) فوريمان جين، أخلاقيات الصحافة، ترجمة: د. محمد صفوان حسن، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط2012، ص59.

(2) فوريمان جين، أخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص60.

(3) نفس المرجع، ص62.

فضلاً عن تعارض المصالح من خلال قبول الصحفي ومحور الأخبار للهدايا أو من قبل مصالح سياسية أو مدنية أو وظائف جزئية توجد ولاءات منقسمة ومقاومة ضغط المعلنين [1].

إن المبادئ الأخلاقية في الكتابة تم وضعها عام 1923م عندما نظمت الجمعية الأمريكية لمحرري الصحف ASUE عام 1923م مؤتمرها وفيه تم اعتماد لوائح للصحافة وفي عام 1975م تم تنقيح تلك اللوائح واعيدت بتسميتها ببيان المبادئ وأوصت تشريعات 1923م وبالتالي: أن تكون الصحف مستقلة عن جميع الإلتزامات على أن يكون الإخلاص للمصلحة العامة وأن تكون دقيقة وصادقة لتحيز بين التقارير الأخبارية والتعبير عن الرأي وإعطاء موضوعات التغطية الأخبارية فرصة للرد على الإتهامات ضدها وتجنب الميل نحو الغرائز الشريرة من خلال الإبلاغ بالتفصيل عن الجريمة والرذيلة[2].

وفي الوقت الذي تبدو فيه المبادئ الأخلاقية عامة وعائمة كذلك إلى حد كبير مدونات السلوك ظل النظر إلى معايير السياسات في غرف الأخبار الأكثر تحديداً والأقرب إلى ما يواجه الخبر والمحور الصحفي من أسئلة شبه يومية في الميدان حول كيفية وأسلوب طرح المضامين الإعلامية بناءً على سياسة تحريرية.

توجد أسئلة كثيرة وسناريوهات أقل حول كيفية وضع السياسة التحريرية ولكن أكثرها شيوعاً لدى الخبراء والعاملين في وسائل الإعلام هو: أن صياغة السياسة التحريرية عادة ما تكون ثمرة جهد مشترك لاجتماع هيئة التحرير من محررين وكبار المراسلين ورئيس التحرير ومدير الإدارة والوصول عبر نقاش إلى نقاط مشتركة من كراسات أخلاقيات المهنة ومدونات السلوك فضلاً عن نقاط تشكل خصوصية للوسيلة بحد ذاتها ليصل الأمر إلى وضع سياسة تحريرية واضحة بخطوط وتفاصيل تحمل غموض أقل مع مراعاة ألا تخضع لأكثر من تغيرات في ذات الوقت لكن النقاط الأخيرة عادة ما يتم الاصطدام بها بعد أزمة أو مشكلة تسببها المواد التي تم بثها أو نشرها لتتم مراجعة بعض السياسات والعمل على توضيحها أو تفسيرها أو حتى تغيير صياغتها بشكل شبه كامل أو كامل. لكن من يعمل في وسيلة الإعلام يعلم جيداً أن إمكانية الاجتماعات والنقاش للوصول إلى سياسة تحريرية متفق عليها بين

(1) فوريمان جين، أخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص 62.

(2) فوريمان جين، أخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص124.

العاملين في وسيلة الإعلام، والحديث هنا عن هيئة التحرير والمحررين والمراسلين الأساسيين في الصحيفة أو المؤسسة الإعلامية أمر يعد ممكناً في وسائل الإعلام الغربية لكنه يقترب من المستحيل عند الحديث عن إعلام العالم الثالث.

ويرى (فريدمان) من خلال بحثه حول من يضع سياسة الإعلام إلى أن هنالك مجموعة محدودة جداً ومعلقة هي من تضع السياسات في وسائل الإعلام[1]، ويبدو الأمر مفهوماً لمن يعرف كيف يبني رؤساء التحرير وأصحاب النفوذ من السياسيين وأصحاب رؤوس أموال علاقاتهم وكيف يشكلون دوائر صغيرة مغلقة، كما تقول د. نائلة خليل في كتابها (السياسات التحريرية) غالباً ما تكون المصالح نقاط التقاطع فيما بينها ويضيف (فريدمان): «هناك أجندة تديرها زمرة متماسكة وصغيرة جداً من الأشخاص الذين كانوا إلى حد ما على استعداد للاستماع، ولكن فقط ضمن حدود ضيقة جداً من فكرتهم الخاصة حول ما يجب القيام به ولديهم معايير واضحة، وكانوا على استعداد للاستماع إلى الغرباء داخل تلك المعايير، ولكن في النهاية أعتقد أن الأمر كان يتعلق أكثر بجماعات الضغط والعلاقات العامة) ويتناول فريد مان في كتابه إلى فكرة بالغة الصدق تتعلق بالإعلام رغم أنها فكرة متناقضة جداً مفادها أن السياسيين وصناع القرار يهتمون بالسياسات الإعلامية أكثر من اهتمامهم بسياسة صنع السيارات وتصديرها أو صناعة الحديد الصلب، الأمر الإشكالي المتعلق بالإعلام أن عدداً قليلاً جداً من الأشخاص أو النخبة هم الذين يتخذون القرارات بشأن السياسة الإعلامية لوسائل الإعلام ، لكن تأثير هذه السياسة التي تصنعها النخبة تؤثر على مجموعات واسعة من البشر كما تقول نائلة خليل.

ويجمل فريد مان قائلاً: (...النقاشات والخلافات تأخذ مكانها في عملية تشكيل السياسة ولكن تبقى شروط هذه الصراعات وما يستنتج عنها في نهاية المطاف فيبقى ضمن أدوات سياسية محددة وفي أيادي نخبة تضع القرار...)[2]. وأياً كانت هذه النخبة التي تحدث عنها فريد مان إلا أن هناك اتصالاً حقيقياً قادته صحف ووسائل إعلام من أجل صياغة سياستها التحريرية بشكل مكتوب لا بشكل ضمني يجعل المساحة الرمادية أكبر ما يجعل القيم الإعلامية في خطر

(1) Media policy silences the hidden face of comm. Uni cations Decision mating the international journal of press politics volume 15 issw3 pp.3443 61. Freed Dis.2010, Freed Man 2006-913.

(2) فوريمان جين، أخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص915.

حقيقي لأنها حينها تكون عرضة للتأويل والاستخدام بما يتفق مع مصلحة بعض القائمين على القرار في وسيلة الإعلام. ويرى (كوفاتش): أن تكون هذه المبادئ - أي السياسة التحريرية- مكتوبة ليس بالأمر السهل، لكنه مطلوب بشدة من مجموعة كبيرة من المحررين والصحافيين الذين يعملون في غرفة الأخبار وحسب رئيسة تحرير صحيفة «تشارلوت أو بوزفر الأمريكية جين بكنر»، فقد شددت على أهمية المبادئ المفهومة بوضوح والمكتوبة.

لذا يرى الباحث ومن خلال تجربته العملية في مجال الأخبار وإدارة غرف الأخبار بالإذاعة والتلفزيون بالسودان، إن أهمية وجود سياسة تحريرية واضحة لا تقتصر فقط على الأعضاء في غرفة التحرير والعاملين في صالتها «بأن تكون الخطوط واضحة أمامهم فيما يتعلق بضغوط الاعلانات وصراعات رأس المال والتدخلات والضغوط السياسية والاقتصادية بأن تبقى هذه الخطوط واضحة مهنياً لهم.» بل إن هناك أمراً لا يقل أهمية عن ذلك يتعلق بوضوح خطوط السياسات التحريرية لمؤسسة الإعلامية أمام جمهورها.

وترى نايلة خليل [1]أن السيطرة على السياسات الإعلامية لوسائل الإعلام أو التلاعب فيها أمراً غير جديد فيما يتعلق بالإعلام مع فرق جوهري بوجود قيم مهنية ومجتمعية راسخة ضد هذه السيطرة، فضلاً عن دولة تحتكم للقانون وقيم الديمقراطية والنزاهة، ويمكن مساءلة أعلى الهرم السياسي فيها أو دول لا تحتكم لكل ما ذكر، وتعتقد أن هذه القيم صالحة فقط للتسويق وليس للممارسة الفعلية على أرض الواقع. ويقول (فريدمان): «أن الحكومة تعتقد اعتقاداً راسخاً أن الصحافة الحرة أمر حيوي بالنسبة لصحة الديمقراطية وينفي ألا تكون هناك قوانين تسعى تحديداً إلى تقييد تلك الحرية ولا ينبغي للحكومة أن تسعى إلى التدخل بأي شكل من الأشكال فيما تختار أي صحيفة او مجلة ما تنشره»[2].

عليه مما تقدم فإن لكل مؤسسة إعلامية سياسة تحريرية خاصة بها، هذه السياسة هي واحدة من المتطلبات الأساسية لعملية التحرير الصحف، ولكن يعمل الصحفي بشكل جيد، فإنه يحتاج لمعرفة السياسة التحريرية للصحيفة أو الإذاعة أو القناة الفضائية وسمات الجمهور

(1) فوريمان جين، أخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص13.

(2) فوريمان جين، أخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص 344.

للصحيفــة أو الإذاعــة أو القنــاة وأســلوب الصحيفــة أو الإذاعــة أو القنــاة وإتاحــة الحصــول عــلى المعلومــات.

ويشــير الباحــث إلى أن أمــر السياســات الإعلاميــة ضروري وإن ثبــت مــن خــلال حــالات كثــيرة مــر بهــا الباحــث في مجــال عملــه بالهيئــة العامــة للإذاعــة والتلفزيــون أكــدت عــلى تغيــير وتبديــل تلــك السياســات مــن وقــت لآخــر، وكانــت تأتيــه هــذه السياســات شــفاهةً، ويــرى الباحــث أن شــعارات الحريــة والديمقراطيــة دائمــاً مــا تصطــدم بالتدخــلات مــن المســئولين فيمــا تنتجــه وســائل الإعــلام.

الفصل الرابع

هيئتا الإذاعة والتلفزيون بالسودان وأثيوبيا

المبحث الأول
الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان

المبحث الثاني
الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بأثيوبيا

المبحث الثالث
صناعة السياسة واتخاذ القرار بهيئتي البلدين

المبحث الأول
الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان

نشأة الإعلام في السودان:

بدأ ظهور وسائل الاتصال الجماهيري في السودان بدخول المطبعة إبان الحكم التركي في عشرينيات القرن التاسع عشر، وقد تعامل السودانيين مع المطبوعات قبل أن يروا المطبعة نفسها، إذ كانت المطبوعات الإسلامية حول أصول الدين وعلومه وكذلك المصحف الشريف. وكان الغرض من دخول المطبعة إلى السودان هو طباعة المستندات الرسمية الحكومية، حيث كانت المطبعة الأولى مطبعة حجرية صغيرة. [1].

تلي تلك المرحلة ظهور أول صحيفة عرفها السودان هي (الغازيتة) التي صدرت في عهد الحكم الثنائي المصري البريطاني في مارس 1899م وكانت مخصصة لنشر تحركات الحكومة وأوامرها وإعلاناتها. أشار اللورد كرومر إلى أصحاب صحيفة المقطم في مصر بإصدار جريدة [2] السودان في السودان وكانت مطبعة جريدة السودان مطبعة حديثة والأولى من نوعها في السودان لأنها تعمل بالبخار [3]. مهدت جريدة السودان إلى ظهور الصحافة الوطنية على يد السودانيين مما ساعد على ظهور رأي عام مستنير، وكتاب سودانيين مثل الشيخ حسن البنا وأحمد محمود صالح، وتوفيق صالح جبريل، الذين كانوا في صحيفة رائد السودان مع حسين شريف [4].

في ظل هذا المناخ السياسي ظهرت جريدة حضارة السودان في فبراير 1919م بعد اختفاء صحيفة رائد السودان التي يرأس تحريرها حسين شريف والذي دعا إلى إنشاء صحيفة وطنية بديلة للرائد التي أغلقت أبوابها تهتم وتعبر عن آراء المثقفين السودانيين وآمال الشعب خاصة الإذاعة السودانية.

---

(1) علي شمو، الاتصال: الأساسيات والمهارات، مرجع سابق، ص236.

(2) صلاح عبداللطيف، الصحافة السودانية، تاريخ وتوثيق، الخرطوم، شركة الإعلانات الشرقية، مطابع الأوفست، 1992م، ص20.

(3) صلاح عبداللطيف، نفس المرجع السابق، ص23.

(4) صلاح عبداللطيف، مرجع سابق، ص31.

نشأة الإذاعة في السودان:

احتدم التنافس بين ألمانيا التي كانت تقود دول المحور وبريطانيا التي كانت تمثل رأس الرمح بالنسبة للحلفاء للفوز بانحياز ووقوف الرأي العام العربي إلى جانبها قبل بداية الحرب العالمية الثانية، وإدراكاً منهما لأهمية المواقع الاستراتيجي الذي يحتله العرب والذي يشكل أهم الممرات الاستراتيجية، وتتوافر فيه كل مقومات الطاقة والعتاد الذي يحتاج إليه المحاربون، فقد سبقت ألمانيا إنجلترا بتوجيه إذاعة باللغة العربية للمنطقة، ثم تبعتها بريطانيا في يناير 1938م عندما أنشأت أول خدمة موجهة عبر البحار (Overseas Service) لهيئة الإذاعة البريطانية وكانت باللغة العربية.

وبعد مرور عام على نشوب الحرب العلمية الثانية التي بدأت في عام 1939م فكرت كومة السودان في إنشاء إذاعة محلية باللغة العربية للجمهور السوداني تستطيع من خلالها توصيل الأخبار والمعلومات المتعلقة بالحرب، والتي تعتمد في معظمها على إعادة ما تلتقطه من إذاعة لندن العربية بالإضافة إلى المعلومات التي تصل إليها عبر القنوات الأخرى، وقد كان الهدف هو كسب تأييد السودانيين إلى جانب الحلفاء، وتحييد أو محو الأثر الذي يمكن أن ينجم عما تبثه إذاعة ألمانيا من أخبار ومعلومات مضادة.

وقد تولت مهمة إنشاء إذاعة أم درمان إدارة الأمن العام في مكتب السكرتير الإداري والتي فيما يبدو قامت بدراسات كثيرة تبعتها تجارب على اختيار الترددات المناسبة والموعد المناسب للجمهور، وقد دارت خلال هذه الفترة اتصالات عديدة بين مدير عام البريد والبرق ومديري المديريات وعندما نجحت التجارب واتفق الجميع على جدوى إنشاء خدمات راديو خاصة بحكومة السودان أصدر مدير الأمن العام منشوراً لكل المديرين بتاريخ 27/أبريل/1940م جاء فيه: (تأكيداً للبرقية بالرقم (52) بتاريخ 23/4/1940م من مدير البريد والبرق إلى كل المديرين[1]:

1. تقرر أن تبدأ إذاعة الحرب مرة كل 15 يوم وفي يوم الخميس ابتداءً من يوم الخميس 2/مايو/1940م وسيكون البث على الموجة التي جرت عليها التجارب في المحاولتين الأخيرتين وهي 29.4 متراً موجة قصيرة ابتداءً من الساعة 6:30 مساءاً.

(1) علي شمو، الاتصال: المهارات والأساسيات، مرجع سابق، ص 252.

2. يمكـــن أن تتضمـــن البرامـــج الإذاعيـــة بالإضافـــة إلى ملخـــص الأخبـــار باللغـــة الفصحـــى البســـيطة كتلـــك التـــي اســـتخدمت في الأســـبوع المـــاضي تعليقـــات قصيرة عـــلى الأخبـــار باللغـــة الدارجـــة تـــشرح لغـــير المتعلمـــين مضمونهـــا بحيـــث تقـــرب المحتـــوى إلى فهـــم الفـــرد المتوســـط منهـــم، أمـــا بقيـــة البرامـــج فيمكـــن أن تتضمـــن مـــا تيـــسر مـــن القـــرآن الكريـــم أو المدائـــح التـــي تشـــيد بالرســـول صـــلى اللـــه عليـــه وســـلم كفاتحـــة للبرامـــج، هـــذا بالإضافـــة إلى أســـطوانات مســـجلة وربمـــا أحاديـــث مـــن وقـــت لآخـــر جـــادة ومســـلية يقدمهـــا بعـــض المتعاونـــين عـــلى أن يوضـــع في الاعتبـــار أن كل هـــذه الفقـــرات مـــن برامـــج الراديـــو هـــي مـــواد ثانويـــة بالنســـبة للأخبـــار والتعليقـــات التـــي هـــي الموضـــوع الأســـاسي الـــذي مـــن أجلـــه أنشـــئت هـــذه الخدمـــة الإذاعيـــة.

3. كل الاســـتعدادات والتنظيمـــات الخاصـــة بهـــذه البرامـــج يتولاهـــا قســـم الدعايـــة التابـــع لهـــذا المكتـــب، نحـــن جميعـــاً هـــواة وليســـت لدينـــا خـــبرات ســـابقة في هـــذا المجـــال أو في هـــذا النـــوع مـــن العمـــل، وعلينـــا أن نتعلـــم بالممارســـة ونطـــور الإذاعـــة، ولذلـــك فإننـــا في حاجـــة ماســـة إلى تعاونكـــم في شـــكل نقـــد أو مقترحـــات أو معلومـــات تصلنـــا بشـــكل منتظـــم عـــن تفاعـــل الجمهـــور مـــع مـــا نقـــدم مـــن برامـــج، نحـــن في مرحلـــة تجـــارب ليـــس فقـــط مـــع أســـلوب وموضـــوع مـــا يقـــدم مـــن نـــشرات إخباريـــة، ولكـــن أيضـــاً مـــع المذيعـــين الذيـــن يقدمونهـــا للجمهـــور وقارئـــي القـــرآن ولذلـــك فنحـــن نرحـــب بآرائكـــم فيمـــا يتعلـــق بحـــلاوة الصـــوت ومخـــارج الحـــروف والأداء بالإضافـــة غـــلى محتـــوى البرنامـــج واللغـــة التـــي أعـــد بهـــا. إن المذيـــع الحـــالي والـــذي ســـيقرأ الأخبـــار باللغـــة العربيـــة الفصحـــى (عبيـــد أفنـــدي عبدالنـــور) الـــذي تخـــرج في كليـــة غـــردون قـــد كان ناجحـــاً في تقديـــم أول نشرتـــي أخبـــار، وهـــذا النجـــاح في رأينـــا محـــلي، ولذلـــك فإننـــا وقبـــل أن نقـــرر نهائيـــاً في أمـــره نـــود أن نعـــرف رأي الجمهـــور في المديريـــات في أدائـــه)[1].

إن مـــا جـــاء في هـــذه البرقيـــة يحكـــي قصـــة راديـــو أم درمـــان وكيـــف بـــدأ، وجـــاء في كتـــاب (الســـودان عـــن الإذاعـــة): (كانـــت في غرفـــة صغـــيرة(3×4 م) بمبانـــي البوســـتة القديمـــة بأم درمـــان وإلى جانبهـــا غرفـــة أخـــرى (2×3 م) للمراقبـــة (Control Room) بالإضافـــة إلى غرفـــة ثالثـــة لجهـــازي الإرســـال 524ك هيرتـــز للموجـــة و31 للقصـــيرة وقـــد وزعـــت مكـــبرات الصـــوت في بعـــض ميادين أم درمـــان ووزعـــت بعـــض أجهـــزة الراديـــو عـــلى الأنديـــة وكانـــت مـــدة البـــث اليومـــي نصـــف ســـاعة فقـــط، وبعـــد نهايـــة

(1) علي شمو، الاتصال: المهارات والأساسيات، مرجع سابق، ص 253.

الحرب تحولت مصادر التمويل المالي إلى الحكومة السودانية بمذكرة من مدير مكتب الاتصال العام (مستر آربر) وأصبحت الإذاعة حينها موجهة لخدمة أغراض وأهداف السلطة الاستعمارية وحرباً على التوجهات الوطنية الناشئة التي تدعو للتحرر وتقرر المصير واستمر الحال هكذا إلى أن وقعت اتفاقية الحكم الذاتي 1953م، إن الإذاعة في بداية عهدها قدمت برنامجاً يستغرق نصف ساعة فقط، ولكنه زاد إلى 1942م وتصمن مواد جديدة خاصة بقوة دفاع السودان التي كانت تحارب إلى جانب الحلفاء في شمال أفريقيا وبرنامجاً إنجليزياً يخدم نفس الغرض.

انتقلت الإذاعة عام 1943 من مبنى البوستة إلى منزل عادي في مدينة أم درمان يقع ما بين مستشفى الدايات وجامع الخليفة استأجرته من صاحبه الشيخ حسن الطيب هاشم وحولته إلى محطة إذاعة مستخدمة غرفتين منه الأولى كاستديو للأخبار والأخرى للغناء والدراما، والغرفة الثالثة كانت لمعدات التسجيل على الأسطوانات نظراً لعدم وجود معدات للتسجيل على الشريط الذي لم يكن قد اخترع في ذلك الوقت، أما الحجرة الرابعة فكانت للإدارة [1].

كانت الأستوديوهات تستخدم ليلاً وصباح الجمعة فقط، إذ كانت كالعمليات الإذاعية غير الفنية تتم في مكتب الاتصال العام في الخرطوم أثناء ساعات العمل الرسمية، وهو نفس الموقع الذي يحتله البنك التجاري الآن في الخرطوم، والذي تحول إلى وزارة الشئون الاجتماعية عام 1954م عند بداية الحكم الذاتي، واستمرت الخدمات الإذاعية تقدم من هذا المنزل المستأجر حتى عام 1957م عندما انتقلت الإذاعة إلى موقعها الجديد (الحالي) والذي شهد عبر السنين تطورات عديدة من حيث زيادة الأستوديوهات وإعادة صياغة الحركة داخل الأستوديوهات وتزويدا بأحدث المعدات والأدوات حتى وصلت إلى مرحلة التقنية الرقمية وتمت حوسبة كل الأعمال الإذاعية الأمر الذي جعل إذاعة أم درمان اليوم في مصاف بل في مقدمة الإذاعات العربية والأفريقية في هذا السياق.

كانت مكتبة الإذاعة في بدايتها متواضعة وتعتمد على الأسطوانة والمسجل والمحفوظ فيها قليل وعندما تحولت من مبناها القديم إلى الأستوديوهات الحالية تخلصت الإدارة من كميات هائلة من الأسطوانات التي كانت تحتوي على مواد ذات قيمة تاريخية وتراثه غالية لا تقدر بثمن، ولكن القدر شاء أن نفقد

(1) علي شمو، الاتصال: المهارات والأساسيات، مرجع سابق، ص 254.

معظمهـا نتيجـة لقـرار غـير حكيـم بحرقهـا وإبادتهـا بحجـة أنهـا لا تصلـح للبـث، وبعـد ذلـك بـدأت الإذاعـة في بنـاء مكتبـة شريطيـة وأسـطوانية حـوت رصيـداً ضخماً مـن المـواد واحتفظـت بمـا يسـمى بالشريـط الرئيـسي، وبالشرائـط المستنسـخة منـه للعمـل البرامجـي اليومـي وقـد تعرضـت محتويـات المكتبـة في فـترة مـن الفـترات لسـوء التخزيـن، وعـدم توفـير ماكينـات ومعـدات التبريـد والحمايـة مـن الغبـار والأتربـة ولكنهـا وبعـد اسـتخدام الحاسـوب والتقنيـة الرقميـة والإلكترونيـة وتوفـير وسـائل الحمايـة تغـير وضعهـا وأصبحـت مكتبـة ممتـازة يسـعد الإذاعيـون باللجـوء إليهـا والاسـتفادة مـن محتوياتهـا القيمـة التـي كانـت مهـددة بالفنـاء والضيـاع.

يمتـاز راديـو أم درمـان بالعـدد الوافـر مـن الأسـتوديوهات المـزودة بأحـدث التقنيات والمصممـة لأداء وظائـف مختلفـة، أخبـار، موسـيقى، غنـاء، برامـج حـوار، مسـابقات، دراما وغيرهـا. والحركـة داخلهـا وعبرهـا سـهلة، والانتقـال مـن خدمـة إلى أخـرى أو مـن برنامـج إلى برنامـج يسـير عـبر قنـوات الشـبكة الداخليـة، وغـرف المراقبـة بـدون عوائـق وكأنهـا طريـق معبـد، خاصـة وراديـو أم درمـان يقـدم عـدداً مـن الخدمـات في وقـت وأحـد، وقـد أطلقـت عـلى الأسـتوديوهات أسـماء الإذاعيـين مـن الإعـلام الذيـن أسـهموا في إرسـاء العمـل الإذاعـي في أم درمـان عـبر تاريـخ راديـو أم درمـان الطويـل والـذي تجـاوز الـ 64 عامـاً[1].

تطور أجهزة البث الإذاعي:

إن بدايـة الراديـو في السـودان عـام 1940م أي بعـد البدايـة المنتظمـة لخدمـات الراديـو في العالـم بعشريـن عامـاً 1920م جعلتـه في مقدمـة الـدول التـي اسـتفادت مـن إجـراءات وإمكانـات المنظمـة الدوليـة للاتصـالات السـلكية واللاسـلكية (ITU) حيـث تمكنـت حكومـة السـودان – قبـل الاسـتقلال – مـن خـلال عضويـة المملكـة المتحـدة في المنظمـة الدوليـة مـن الحصـول عـلى تـرددات AM عـلى الوجتـين القصـيرة والمتوسـطة، وفي مواقـع مناسـبة مثـل الموجتـين القصيرتـين 49 مـتراً و60 مـتراً والموجـة المتوسـطة 524 مـتراً وفيمـا بعـد الموجتـين المتوسـطتين 312 و 393 مـتراً والقصيرتـين 31 و 41.25 مـتراً وهـي ميـزة لـم تتوافـر لكثـير مـن المحطـات التـي نشـأت فيمـا بعـض.

(1) علي شمو، الاتصال: المهارات والأساسيات، مرجع سابق، ص 255.

تطور البث الإذاعي:

تنقسم مراحل تطور البث الإذاعي وإنشاء مراكزه إلى أربع مراحل:

المرحلة الأولى:

هي مرحلة الموجة المحلية المتوسطة 524 والموجتين القصيرتين 60 متراً و 49 متراً والتي شهدت قيام مركز العرضة في أم درمان كأول مركز للبث الإذاعي يشهد إقامة أعلى هوائي للموجات الإذاعية في السودان، وقد قامت الموجة المتوسطة في بدايتها بتغطية كل السودان أثناء الليل وحتى مدني جنوباً وعطبرة شملاً أثناء النهار، أما الموجة 60 فكانت مسموعة في معظم دول الجوار بينما كانت الموجة القصيرة 49 متراً موجهة إلى جهة الشمال[1].

المرحلة الثانية:

هي المرحلة التي تم خلالها إنشاء محطة سوبا بعون فني من الولايات المتحدة الأمريكية عام 1960م والتي ضمت جهازي إرسال بطاقة 100 كيلووات لكل منهما على الموجتين المتوسطتين 312 و 393 متراً بالإضافة إلى موجة قصيرة 31 متراً ومعها جهازا إرسال يعمل أحدهما ويبقى الآخر احتياطياً، وبعد فترة من الزمن تدنى أداء هذه الأجهزة فاستبدلت بأخرى جديدة وأضيفت إليها موجتان قصيرتان 25 و 41 متراً مع شبكة من الهوائيات بلغت 19 هوائياً لمضان التغطية المحلية والخارجية وخاصة البرامج الأوروبية الموجهة لدول غرب أوروبا حيث المبعوثون السودانيون المعتمدون هناك، وقد بلغ الإرسال الإذاعي قمته في عام 1969م حيث وصلى إلى أقصى مدى ممكن.

المرحلة الثالثة:

تبدأ المرحلة الثالثة للبث الإذاعي في عام 1970م عندما وقعت حكومة مايو اتفاقية مع حكومة تشيكوسلوفاكيا ضمن قرض منها للسودان بلت قيمته عشرة ملايين دولار لإنشاء محطة ضخمة للإرسال الإذاعي بلغت قوتها 1500 كيلو وات، وقد اختيرت منطقة ربيا بولاية سنار لتكون مقراً لهذا المشروع باعتبار أن موقعها الجغرافي في وسط السودان وأن البث الإذاعي منها وفي شكل دائري يغطي كل أنحاء السودان نهاراً وكل العالمين العربي والأفريقي

(1) علي محمد شمو، الاتصال: المهارات والأساسيات، مرجع سابق، ص 256.

ليــلاً، وتضمنــت الاتفاقيــة أيضــاً إقامــة محطــة إرســال قوتهــا 50 كيلــو وات في نيــالا و 7 كيلــو وات في كل مــن جوبــا وبورتســودان، وقــد اكتمــل المــشروع في 19/ ينايــر/1978م([1]).

محطات الإرسال الإذاعي القومية:

المحطة	القوة بالكيلو واط	التردد
سوبا (متوسطة)	100	756 كيلوهيرتز
	100	963 كيلوهيرتز
ربيا (متوسطة)	600	1296 كيلوهيرتز
الفتيحاب (قصيرة بهوائي موجة دوار)	100	2.7 كيلوهيرتز
جوبا (قمبا) (متوسطة)	100	963 كيلوهيرتز
نيالا (متوسطة) سيتم إحلالها	25	54 كيلوهيرتز
العرضة (FM95)	5	95 ميقاهيرتز
العرضة (FM100)	0,5	100 ميقاهيرتز

مشروعات الموجات المتوسطة (إذاعة):

	الموقع	MW
1	العيلفون (إحلال للمحطة سوبا)	kw 50*2
2	سنجة	50kw
3	نيالا	50kw

الإذاعات الولائية:

في الفــترة مــا بــين 1987-1998م تــم إنشــاء 12 إذاعــة ولائيــة في كادقــلي، الفولــة، القضــارف، الدمازيــن، بورتســودان، وادي حلفــا، الفــاشر، الجنينــة، جوبــا، ملــكال، واو، الخرطــوم بالإضافــة إلى الإذاعــات التــي كانــت أصــلاً موجــودة وعاملــة كإذاعــة مدنــي، كوســتي، عطــبرة، الأبيــض، دنقــلا، كســلا، نيــالا، وعليــه فــإن عــدد الإذاعــة الولائيــة في الســودان (19) إذاعــة تــتراوح طاقــة أجهــزة إرســالها مــا بــين 50 كيلووات و5 كيلــووات مــع تميــز الجنينــة والخرطــوم بأجهــزة إرســال رقميــة تبلــغ طاقــة كل

(1) علي محمد شمو، الاتصال: المهارات والأساسيات، مرجع سابق، ص 257.

منهـا 10 كيلـووات، ويتـم توصيـل البرامـج إلى هـذه الإذاعـات مـن الخرطـوم عـبر القمـر العربـي (عربسـات A1) منـذ منتصـف عـام 1994م وذلـك لتعـذر إيصـال البرامـج عـبر الشـبكات الأرضيـة.

الإذاعة السودانية عبر الفضاء:

اسـتفادت الهيئـة القوميـة للإذاعـة مـن الترتيبـات التـي وضعهـا التلفزيـون لبـدء البـث الفضائـي 1996م عـلى القمـر العربـي A2 وفي عـام 2000م عـلى القمـر الأوروبـي (يتلسـات) ، (هـوت بـيرد)، والقمـر الآسـيوي (AsiaSat) لتغطيـة قـارات آسـيا وأفريقيـا وأوروبـا وأجـزاء مـن الأمريكيتـين بعـد أن اتفقـت مـع التلفزيـون عـلى توفـير قنـاة صوتيـة للإرسـال الإذاعـي ضمـن القنـاة الفضائيـة التلفزيونيـة، وقـد أصبحـت الإذاعـة بفضـل هـذا الاتفـاق أو بالأخـرى التنسـيق بـين الراديـو والتلفزيـون مسـموعة الآن وعـبر جهـاز اسـتقبال التلفزيـون في أوربـا والصـين واليابـان، وكل أفريقيـا وكثـير مـن بلـدان العالـم وفي مقدمتهـا الـدول العربيـة.

الخدمات الإذاعية:

لقـد تطـورت مسـاحة البـث الإذاعـي مـع الزمـن وكذلـك الخدمـات الإذاعيـة التـي يقدمهـا راديـو أم درمـان للمواطنـين ولجمهـور المسـتمعين مـن غـير المواطنـين، فالتاريـخ يحكـي أن فـترة الإذاعـة في أيامهـا الأولى لـم تتجـاوز 30 دقيقـة يوميـاً مـن السـاعة السادسـة مسـاءً وحتـى السادسـة وثلاثـين دقيقـة وكانـت المـادة التـي تقدم خـلال هـذه الفـترة قـاصرة عـلى تـلاوة آيـات الذكـر الحكيـم ونـشرة أخباريـة باللغـة العربيـة مـع تقديـم أغنيـة سـودانية أو مصريـة، ومـع مـرور الزمـن زادت الفـترات بشـكل مضطـرد وتنوعـت البرامـج لتناسـب الظـروف السياسـية والإداريـة التـي مـر بهـا السـودان، والتـي كانـت تنعكـس عـلى مـا يقـدم مـن برامـج إذاعيـة، كمـا أن تطـور المجتمـع نفسـه وازديـاد حاجاتـه للأخبـار والمعرفـة والموسـيقى والترفيـه فرضـت نوعـاً مـن البرمجـة يلائـم هـذه الحاجـات ويتـواءم مـع الفـترة التـي يقضيها الفـرد العـادي مسـتمعاً لهـذه البرامـج، ودون الدخـول في التفاصيـل التاريخيـة المتعلقـة بتطـور البرامـج وعـدد السـاعات وأنـواع البرامـج في الإذاعـة السـودانية تقـدم الخدمـات[1]. أمـا الأسـتوديوهات التـي يتـم فيهـا إنتـاج البرامـج الدراميـة والموسـيقية والغنائيـة وتـذاع منهـا نـشرات الأخبـار وتجـرى فيهـا البرامـج الحواريـة وبرامـج الـرأي وبرامـج الفئـات فهـي عـشرة، ويحمـل كل وأحـد منهـا اسـماً مـن

(1) علي محمد شمو، الاتصال: المهارات والأساسيات، مرجع سابق، ص 261.

أسماء من أبدعوا وأسهموا في العمل الإذاعي منذ الأربعينات وحتى اليوم وهي مزودة بأحدث ما أفرزته التقنية الرقمية من معدات وأدوات كما أن الحاسوب هو الي يتحكم في ضبط الأداء ومتابعة الحركة طوال الأربعة والعشرين ساعة التي يذاع فيها البرنامج العام. وفي كل ذلك ظلت الإذاعة السودانية تستلهم بناء الأمة الواحدة، كما أنها استلهمت قضية التنمية ومعالجة القصور في بناء المؤسسات الحاكمة، وتوصيل المعلومات بكل أمانة وصدق، ثم إن الإذاعة قد وقفت مواقف مشهودة في سبيل تنمية ثقافة إنسان السودان، ونشر المعرفة والمعلومات لديه، وظلت تبشر بالقيم الفاضلة لدى المجتمع، وتساعد في تنمية الموروث منها ومحاربة ما هو ضار وغير مواكب لتطور الإنسان. وقد أثارت قضايا التنمية ومشاكلها وطموحاتها كثيراً من الجدل السياسي والإعلامي، مما أفرز دراسات عديدة في أجهزة الإعلام المختلفة بالسودان، وقد أصبح العبء ثقيلاً على الإذاعة في إيجاد البرمجة التي تقوم على أساس المسئولية الصعبة والتخطيط الدقيق، لأن حركة الإعلام الناجح تنبع دائماً من التمهيد للأحداث، مما استدعى عملاً إذاعياً مواكباً يضع النقاط على الحروف قبل وأثناء وبعد حدوث التطورات التي حدثت في السودان [1].

نشأة التلفزيون بالسودان:

يقول بروفيسور/ علي شمو: في عام 1962م قدم إلى الخرطوم من نيروبي ضابط بريطاني متقاعد كان يعمل في السابق قائداً للقيادة الشرقية من قوة دفاع السودان اسمه (سير قاي كامبل) ونزل ضيفاً على وزارة الاستعلامات والعمل التي كان وزيرها آنذاك اللواء/ محمد طلعت فريد والذي كان في الماضي ضابطاً في القيادة الشرقية تحت إمرة العقيد (كامبل)، ولم يكن سبب الزيارة معروفاً للعاملين في الوزارة التي كان يديرها الأستاذ/ محمد عامر بشير (فوراوي)، وبعد الزيارة الأولى التي قام بها الزائر إلى مكتب الوزير اتضح أنه يعمل مع شركة (تومسون) البريطانية التي تملك فيما تملك جريدة التايمز اللندنية المشهورة، وأنها تقوم ضمن استثماراتها الخارجية بإدارة محطة تلفزيون تجارية في نيروبي وأن (سير قاي كامبل) هو المشرف على هذا المشروع)[2].

(1) عوض إبراهيم عوض، الإذاعة السودانية في نصف قرن، مرجع سابق، ص 434

(2) عوض إبراهيم عوض، نفس المرجع السابق، ص 241.

لقد عرض (سير قاي كامبل) على اللواء/ طلعت فريد بحكم علاقته السابقة به إقامة محطة تلفزيون في الخرطوم شبيهة بتلك التي أقيمت في نيروبي وأن تدار على أساس تجاري، وبعد حوار طويل، تم الاتفاق على إنشاء محطة تلفزيون تجريبية ومؤقتة ولمدة عام على أن يتقرر بعد ذلك تقويمها وتحديد مدى نجاحها وفشلها، فإن كانت ناجحة فيمكن التفاوض على قيام مشروع البث التلفزيوني التجاري على أساس جديد.

كلف (الصاغ) التاج حمد وكان وقتها مراقباً عاماً للإذاعة بتكوين لجنة من بين الإذاعيين للإشراف على هذا المشروع من الجانب السوداني لتنفيذ الاتفاق، وكانت برئاستي وكنت يومها أحد مراقبي الإذاعة، وعضوية الأساتذة/ عبد العزيز الريح وحلمي إبراهيم ومحمد خوجلي صالحين.

وقد رأت اللجنة بعد مداولات ومشاورات عديدة أن بداية البث في السودان ينبغي أن تكون مختلفة عن الأسلوب الذي اتبع في نيروبي حيث كانت البرامج المبثوثة كلها مستوردة وباللغة الإنجليزية وليس بينها أي برنامج محلي باللغة السواحلية مثلاً أو برنامج وجه إلى الجمهور الكيني، وأن الجمهور المستهدف بالبرامج هو جمهور إنجليزي أو أوروبي ناطق باللغة الإنجليزية، ومثل هذا النوع من البرمجة والمحتوى غير مقبول في السودان الذي يتمتع جمهوره ومواطنوه بلغة حية وتراث صيل وثقافة عريقة لا ترضى أن تكون متلقية لبرامج لا تمت إلى واقعها ومجتمعها بصلة، ثم إنها تريد أن تشاهد الأخبار وتتبع مجريات الأحداث عالماً ومحلياً، وتشاهد برامج الحوار والموسيقى والدراما العربية وغير ذلك من التفاصيل التي لم يكن (سير قاي كامبل) قد وضعها في الحسبان والتي تؤثر بالتالي على هيكل المحطة التي يريدون إحضارها للخرطوم لبداية البث التلفزيوني التجريبي ولذلك فقد طلبنا منهم بالإضافة إلى جهاز الإرسال وجهاز العرض (Telecine) أن يحضروا معهم كاميرات إلكترونية، ونظام إضاءة كامل، ونظام صوت كامل[1].

للتمكن من إنتاج برامج سودانية حديثة تبث مباشرة إلى الجمهور مع البرامج المسجلة كالأفلام والمسلسلات الأجنبية التي ستحضرها شركة (تومسون) معها إلى الخرطوم، وقد وافقت الشركة في النهاية على هذا الشرط وبدأت اللجنة

(1) علي محمد شمو، الاتصال: المهارات والأساسيات، مرجع سابق، ص 242.

السودانية من جانبها في إعداد الخطة البرامجية لاستقبال بداية البث التلفزيوني ومن ثم اقترحت الإجراءات التالية والتي تمت الموافقة عليها فيما بعد وهي:

1. تخصيص فندق المسرح القومي ليكون مقراً للتلفزيون.
2. انتداب موظفين من الإذاعة لتكوين نواة لهيكل العاملين في التلفزيون.
3. إعداد ميزانية للتسيير.

التلفزيون في الميادين العامة:

من الطبيعي ألا تكون في الخرطوم أجهزة تلفزيون في المنازل ولا في الميادين والأماكن العامة أو في المتاجر التي تتعامل مع الأجهزة الكهربائية لعدم وجود خدمة تلفزيونية سابقة للخدمة الجديدة مع شركة (تومسون) ولذلك كان لابد من التفكير في إطار لجنة التلفزيون في توفير أجهزة استقبال جماعية في الميادين والأماكن العامة حتى يستطيع الجمهور مشاهدة التلفزيون، وحتى لا يبدو الأمر وكأن التلفزيون جيء به للصفوة دون عامة الناس، قام التلفزيون بشراء أجهزة سانيو من أحد المتاجر لأحد الهنود في أم درمان والذي قام باستيراد مجموعة منها على وجه السرعة واشترطت إدارة التلفزيون أن تكون الشاشة أكثر من (25) بوصة وأجرت اتفاقاً مع البلديات لتوفير التيار الكهربائي في الأماكن العامة، وتعيين حارس لتحريك الجهاز بإخراجه للميدان وإرجاعه بعد العرض، وقامت أيضاً بتصنيع مناضد عالية يوضع عليها التلفزيون حتى يتمكن أكبر عدد من الجالسين في الحديقة حوله من مشاهدة البرامج دون عناء، وهكذا نجحت تجربة تعميم المشاهدة وإتاحتها للجمهور، وقد كانت تجربة لفتت أنظار الباحثين وبعض الأجانب فتحدثوا عنها كثيراً[1].

ألمانيا الاتحادية والتلفزيون:

يقول بروفيسور علي شمو في كتابه (الاتصال ـ الأساسيات والمهارات): أنه في عام 1963م وأثناء زيارة قام بها اللواء/ محمد طلعت فريد وزير الاستعلامات والعمل إلى جمهورية ألمانيا الاتحادية وأجرى خلالها مباحثات حول التعاون الفني مع وزارة التعاون الدولي تطرقت إلى إمكانية إنشاء محطة تلفزيون حكومية في السودان، ولقد لقي الطلب ترحيباً من الألمان خاصة وأن

(1) علي محمد شمو، الاتصال: المهارات والأساسيات، مرجع سابق، ص 244.

سفير ألمانيا في الخرطوم آنذاك (ديهاس) كان صديقاً للسودان ومن المتحمسين لمساعدته وزيادة حجم التعاون معه في جميع المجالات، وكان مشاركاً في تلك المباحثات، وقد اقترنت الموافقة على إنشاء محطة التلفزيون باتفاق آخر للتآخي بين تلفزيون السودان، وتلفزيون برلين (SFB) تتكفل بموجبه محطة برلين بتزويد السودان بالمعدات المستعملة للأستوديوهات وأجهزة الإرسال ووحدة النقل الخارجية وتدريب العاملين في التلفزيون السوداني في جميع القطاعات وانتداب الخبراء الألمان في مجال الهندسة للأستوديوهات وأجهزة الإرسال والتخطيط، ولست متأكداً مما إذا كانت مرتباتهم قد دفعت بواسطة المحطة أم أن وزارة العون الاقتصادي هي التي كانت تتكفل بذلك، وبناءً على هذا الاتفاق فقد توقفت التجربة مع شركة (تومسون) قبل انتهاء فترة العام، وحلت محلها الترتيبات الجديدة مع الحكومة الألمانية، وبدأت المسيرة الجديدة للتلفزيون في شهر نوفمبر 1963م[1].

التحول الرقمي لتلفزيون السودان:

بالرغم من أن التلفزيون السوداني لم يتمكن حتى الآن ومنذ نشأته في ديسمبر 1962م من إقامة برج أو مبنى يصمم خصيصاً للتلفزيون، ويضم بين جنباته كل عناصر ووحدات الإنتاج وإدارة البرامج مثل الأستوديوهات وملحقاتها، ومكاتب الإدارة فإنه قد خطى نحو الحداثة والتطور بمعدل مناسب، فقد أنشأ أستوديوهات حديثة وزودها بآخر ما توصلت إليه التقنية الرقمية من كاميرات وأنظمة صوت وإضاءة، واستخدم الإضاءة الباردة وغير من معالم الخلفيات والديكور وكل معينات وعناصر الإنتاج ، وسعى ويسعى جاهداً للاستفادة مما أفرزته التقنية الحديثة من جماليات ومحسنات، ومن بينها الاستديو الافتراضي وه نظام يستغني به التلفزيون عن الخلفيات والديكور التقليدي بما يولده الحاسوب من أشكال تمثل كل البيئات التي يحتاج إليها العمل التلفزيوني الجيد وفي مسار تطوير وتحديث بيئات العمل الفني في الأستوديوهات فقد أعيد تأهيل الأستوديوهات بجلب وتوفير (7) كاميرات حديثة و (17) كاميرا للنقل الخارجي وأجهزة إضاءة متحركة بالإضافة إلى تأهيل الكاميرات القديمة واستجلاب كاميرات رقمية، وهي آخر ما توصلت إليه التقنية الحديثة. وقد بذلك التلفزيون جهداً مقدراً لتطوير عملية تجميع الأخبار وذلك باستيراده لوحدة تجميع الأخبار عبر الأقمار الاصطناعية والتي يرمز إليها عادة بـ (SNG).

(1) علي محمد شمو، الاتصال: المهارات والأساسيات، مرجع سابق، ص 244.

أمـا فيمـا يتعلـق بالإرسـال فقـد تمكـن التلفزيـون القومـي حتـى الآن مـن تغطيـة 90% مـن المناطـق المأهولـة بالسـكان داخـل السـودان، وفي إحصائيـة أخـرى 95% مـن مناطـق السـودان الشـمالي و50% مـن الجنـوب، وربمـا زادت قـدرات الإرسـال حسـبما هـو مخطـط لهـا لتصـل إلى تغطيـة 100% مـن المسـاحة الكليـة للسـودان، وتبعـاً لهـذا التطـور الملحـوظ في أجهـزة البـث فقـد انتـشرت أنديـة المشـاهدة الجماعيـة في أنحـاء السـودان المختلفـة وبلغـت 750 طبقـاً هوائيـاً يتلقـى مـن خلالـه المشـاهدون برامـج التلفزيـون مـن الأقمـار الاصطناعيـة [1].

التطور السريع لتلفزيون السودان:

هنـاك بعـض النقـاط المهمـة في مسـيرة التلفزيـون التاريخيـة ينبغـي ذكرهـا والتعـرض لهـا بإيجـاز لأنهـا تـسرد كيفيـة تطـور التلفزيـون في وقـت قصـير:

1. بـدأ التلفزيـون التعليمـي في السـودان عـام 1964م بالتعـاون مـع وزارة التربيـة والتعليـم والمجلـس البريطانـي وكان السـودان ثالـث دولـة في أفريقيـا بعـد مـصر وشـمال نيجيريـا وثانـي دولـة في العامـل العربـي بعـد مـصر، وكانـت التجربـة ناجحـة للدرجـة التـي كتـب عنهـا الخـبراء مـن منظمـة الأغذيـة والزراعـة واليونسـكو وبعـض الأجانـب الذيـن كانـوا في السـودان في ذلـك الوقـت.

2. بدأ التسـجيل عـلى شرائـط الفيديـو في 2/يونيـو/1968م عندما حصـل التلفزيون ولأول مـرة عـلى جهازين أمبيكـس (Ampext) مـن اليابان نتيجة لمقاطعة السـودان لأمريـكا بسـبب حـرب 1967م وتأييدهـا السـافر لإسرائيل، وقـد كانـت كل البرامج وحتـى الدرامـا تقدم مبـاشرة للجمهـور منذ بدايـة التلفزيـون وحتى ذلـك التاريخ.

3. أول امتـداد لشـبكة التلفزيـون خـارج الخرطـوم كان لمدينـة مدني، وقد اسـتطاعت إدارة التلفزيـون إقنـاع وزارة المواصـلات بتعديـل تصميـم شـبكة الميكرويـف بـين الخرطـوم وسـنار بإضافـة قنـاة ثالثـة تخصـص لنقـل برامـج التلفزيـون إلى مدنـي عـلى أن تخصـص الثانيـة لحركـة المواصـلات البينيـة والثالثـة احتياطـي للقناتـين، وقـد تكرمـت مشـكورة بالمواقـة وقامـت بإجـراء التعديـل المطلـوب بحيـث أصبحـت الشـبكة مكونـة مـن (3) قنـوات بـين الخرطـوم ومدنـي، ومـن قناتـين بـين مدنـي وحتـى سـنار[2].

(1) علي محمد شمو، الاتصال: المهارات والأساسيات، مرجع سابق، ص 245.

(2) علي محمد شمو، الاتصال: المهارات والأساسيات، مرجع سابق، ص 250.

1. تم تدريب أعداد كبيرة من العاملين في التلفزيون من بينهم ستة من خيرة المهندسين الخريجين من المعهد الفني عام 1963م قضوا فترة عامين كاملين في ألمانيا، وكانت الظاهرة اللافتة للنظر أن اللغة الثانية في التلفزيون كانت هي اللغة الألمانية وليست اللغة الألمانية كما في الدوائر الأخرى في السودان.

2. مازالت المباني التي يقوم عليها التلفزيون يغلب عليها الطابع المؤقت، ذلك لأنه ومنذ بداية التلفزيون عام 1962م وحتى الآن لم يشيد له مركز أو مقر دائم كما في البلاد الأخرى، يكون مصمماً خصيصاً للتلفزيون الآن بالرغم من مضي 60 عاماً على بدايته وبالرغم من المحاولات العديدة التي بذلت عبر الحكومات المتعاقبة والتي لم تفلح حتى الآن في إقناع الجهات المسئولة عن التمويل بالتصديق على إنشار برج أو مركز حديث في أم درمان يليق بالراديو والتلفزيون معاً.

بدأ التلفزيون إرساله التجريبي في يوم الثالث والعشرين من شهر ديسمبر 1962م أي بعد اثنين وعشرين عاماً من دخول الإذاعة السودان وأستوديوهات مؤقتة أنشئت بالتعاون مع شركة تومسون البريطانية[1] واستمر الإرسال من المحطة التجريبية بفندق المسرح القومي آنذاك في الفترة من 23 ديسمبر 1962م إلى مايو 1967م، وفيما بين تلك الأعوام الخمس انتقل الإرسال من الاستديو(ب) بالإذاعة من مايو إلى شهر نوفمبر 1963م وحتى وصلت بعض الأجهزة الحديثة من ألمانيا الإتحادية واستمر البث من هذه المحطة حتى تم تشييد المحطة الرئيسية واكتملت المعدات الفنية وفي عام 1968م تم إدخال التسجيل الإلكتروني (الفيديوتيب) وفي عام 1976م تم افتتاح استديو خاص بالبرامج الموجهة للفئات ويرى الباحث أنه بعد ثمان سنوات تم إنجاز هذا العمل مما يعكس عدم وجود أي خطط وبرامج وقتها أضف إلى ذلك فإن البرامج المستوردة في تلك الفترة كانت تمثل 25% من مجمل البرامج التلفزيونية إلى أن انتشر التلفزيون وتوسعت دائرة البث وأدخلت التكنولوجيا في البث التلفزيوني وظهور تلفزيونات محلية لكل من عطبرة و ود مدني وارتبطت بنشأة الإعلام الإقليمي في البلاد بنظام الحكم فيه شأنه شأن الإعلام الإقليمي في دول العالم الثالث[2] فهو أحد أجهزة الحكومية التي تخضع لسياسة الدولة وإشرافها[3].

(1) علي محمد شمو، الاتصال: المهارات والأساسيات، مرجع سابق، ص24.

(2) ابراهيم محمد أحمد خضر، دور الإعلام المحلي في تدعيم النسيج الاجتماعي، دراسة تطبيقية على تلفزيون ولاية الجزيرة، رسالة ماجستير غير منشورة، الخرطوم، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2008م، ص23.

(3) مختار الأصم، اللامركزية في السودان، مطبعة وزارة الإعلام، الخرطوم، السودان، 1979م، ص10.

وبـدأت بتلفزيـون الجزيـرة 1973م وبـدأت إرسـالها أولاً كمحطـة اسـتقبال وبـث تلفزيـون عطـبرة بأسـتوديوهات القنـاة الريفيـة وكانـت يبـث برامجـه مـن السادسـة وحتـى الثامنـة، تلفزيـون شـندي والمتمـة.

في عـام1990م في عهـد المديـر العـام للإذاعـة عـوض جاديـن حصلـت النقلـة الحديثة والتقنيـة في شـكل بعـض الأسـتوديوهات والإذاعـة السـودانية مـن الإذاعـات المواكبـة للتكنلوجيـا والأسـتوديوهات تبنـى عـلى فكـرة الإذاعـي الشـامل وتسـتخدم الأجهـزة الحديثـة (دي جـي) .ويشـير الباحـث الـذي التحـق رسـمياً بوظيفـة (مذيـع ومحـرر) بـإدارة الإذاعـات الولائيـة والموجهـة والمتخصصـة في الثالـث مـن أبريـل 1991م أنـه كان شـاهداً عـلى التطـور الـذي شـهدته الإذاعـة والتلفزيـون بعـد أن تـم تعيينـه مذيعـاً ومحـرراً وإلحاقـه بـإدارة الأخبـار، ويضيـف أن الأجهـزة الحديثـة لغـت الغرفـة الثانيـة مـن الاسـتديو وبـدأ اسـتخدام نظـام (الـدي جـي) في النصـف الثانـي مـن التسـعينيات بتأسـيس إذاعـة البيـت السـوداني التـي تعتـبر مثـالاً حيـاً لهـذه النقلـة الحديثـة وحديثـاً (إذاعـة الشـباب والرياضـة) وتـم ذلـك في عهـد إدارتـي البروفيسـور/ صـلاح الديـن الفاضـل والدكتـور/ أمـين حسـن عمـر والأسـتاذ/ عـوض جاديـن والأسـتاذ/ معتصـم فضـل، والأسـتاذ/ محمـد حاتـم سـليمان، وكان قـد سـبقهم المهنـدس/ الطيـب مصطفـى الـذي شـهد في فـترة توليـه التلفزيـون تطـوراً كبـيراً[1].

وعـلى الرغـم مـن هـذه النقلـة مـا زالـت الإذاعـة تحافـظ عـلى نفـس شـكل الاسـتديو القديـم ولكـن بأجهـزة حديثـة وقـد كانـت الإذاعـة في السـابق تسـتخدم أشرطـة الريـل بأحجامهـا المختلفـة وأجهـزة التعليـب والتسـجيل (اسـتي يـودر) جهـاز هولنـدي اسـتخدم حتـى تسـعينيات القـرن المـاضي أمـا (ام بـي كـس) اسـتخدم في الخمسـينيات وهـو جهـاز أمريكـي ويضيـف الأسـتاذ عمر في عـام 1994م ظهـرت أجهـزة إذاعيـة حديثـة (أجهـزة رقميـة) تسـتخدم جهـاز الكمبيوتـر بنظـام تشـغيل (نيتيـا) الفرنـسي وهـو نظـام تشـغيل ومونتـاج سريـع ويتمتـع بالدقـة وينجـز العمليـة بسرعـة ويرتبـط مبـاشرة مـع مصـادر المعلومـات والأخبـار ممـا أتـاح للعاملـين قاعـدة معلومـات هائلـة تعينـه عـلى الإعـداد والإنتـاج.

(1) مختار الأصم، اللامركزية في السودان، مرجع سابق، ص10.

أسماء أستوديوهات الإذاعة:

خلـــدت الإذاعـــة الســـودانية أســـماء الرمـــوز والشـــخصيات القوميـــة والوطنيـــة بأســـتوديوهات تحمـــل اســـمائهم منهـــا اســـتديو الأزهـــري واســـتديو عـــلي عبـــد اللطيـــف والمقـــرئ الشـــيخ محمـــد بابكـــر واســـتديو عائشـــة الفلاتيـــة واســـتديو كرومـــة واســـتديو خليـــل فـــرح واســـتديو الدوحـــة واســـتديو صالحـــين إضافـــة لاســـتديو ضخـــم وحديـــث للإنتـــاج الفنـــي والموســـيقي. ويضيـــف الباحـــث أن الأســـتاذ المخـــرج الإذاعـــي شـــاذلي عبـــد القـــادر كان أول مـــن أخـــرج برنامـــج (الصبـــاح) الذائـــع الصيـــت (صبـــاح الخـــير يـــا وطنـــي) وذلـــك مـــن اســـتديو البـــث المبـــاشر.

أول المذيعين بالإذاعة:

هنالـــك مذيعـــون كثـــر تركـــوا بصمـــات صوتيـــة واضحـــة في الإذاعـــة الســـودانية وكانـــوا مـــن الأوائـــل منهـــم عـــلى ســـبيل المثـــال لا الحـــصر الأســـتاذ عبيـــد عبـــد النـــور والأســـتاذ حســـين طـــه زكـــي والأســـتاذ حلمـــي إبراهيـــم والأســـتاذ محمـــد خوجـــلي صالحـــين والأســـتاذ حمـــدي بـــدر الديـــن وحمـــدي بـــولاد والبروفيســـور علي شـــمو والقائمـــة تطول وذلـــك بحســـب إفـــادة البروفيســـور صـــلاح الديـــن الفاضـــل (مديـــر الإذاعـــة الســـودانية ســـابقاً) [1].

أستوديوهات التلفزيون:

في عـــام 1975م أدخـــل نظـــام البـــث الملـــون تطويـــرًا لاســـتخدام أجهـــزة التســـجيل والبـــث وأُنشـــئ الاســـتديو الكبـــير وســـمى اســـتديو (أ) وحاليـــاً يحمـــل اســـم اســـتديو عـــلي شـــمو، وفيمـــا بعـــد أُنشـــئ اســـتديو (ب) ويحمـــل الآن اســـم اســـتديو النيـــل الأزرق واســـتديو (ج) اســـتديو النيـــل الأبيـــض وقـــد جـــاءت تســـمية اســـتديو عـــلي شـــمو واســـتديو النيـــل الأزرق في عهـــد المهنـــدس الطيـــب مصطفـــى مديـــر التلفزيـــون ســـابقاً.

أول المذيعين بالتلفزيون:

مـــن أوائـــل المذيعـــين بالتلفزيـــون القومـــي الأســـتاذة رجـــاء أحمـــد جمعـــة وهـــي أول مذيعـــة، وأول مذيـــع برامـــج رياضيـــة وأول معلـــق للبرامـــج الرياضيـــة ومعـــد ومقـــدم هـــو الأســـتاذ بخيـــت أحمـــد عيســـاوي والأســـتاذ حمـــدي بـــدر الديـــن ومحمـــد خوجـــلي صالحـــين.

(1) مختار الأصم، اللامركزية في السودان، مرجع سابق، ص12.

استديو التلفزيون سابقاً وحالياً:

ذكر المهندس عبد القادر أحمد (مهندس أستوديوهات) سابقاً أن الكاميرات سابقاً في فترة الستينيات حتى السبعينيات كانت ضخمة في الحجم تعمل بنظام التماثل وعدستها كبيرة وكانت تسمى الكاميرا (تيوب) ويحتاج ضبطها لوقت طويل وقد كانت أغلبية البرامج مباشرة وقد انتقل النظام من (التيوب) إلى (سي دي) والأشرطة كانت ذات نظام خطي وقد كان المونتاج يتم في ماكينات 2 بوصة عن طريق قص الشريط وإلصاقه وهي ماكينات ذات حجم ضخم وذلك بحسب ما أفادتنا مهندسة الاستديو رجاء الطيب، أما بالنسبة للإضاءة فقد كان نظام تحريكها يدوي.

الاستديو حالياً:

تطورت الأستوديوهات تطوراً ملحوظاً مقارنة بالسابق والاستديو يتكون من جزئين الكنترول هو الجزء الأول وبه الأجهزة الفنية والتيم المنفذ (معد ومخرج ومقدم) الكاميرات المستخدمة الآن هي كاميرات رقمية والاستديو به 3 كاميرات إضافة إلى كاميرا كرين، أما الإضاءة فهي نظام ألماني نظام إضاءة متكاملة، النظام المعمول به في التلفزيون الآن هو نظام السي دي وهناك خطط موضوعة لتحويل النظام للتلفزيون العالي النقاء وذلك بحسب إفادة مهندس الأستوديوهات عبد القادر أحمد [1].

هذا ويشير الباحث إلى أن محمد حاتم سليمان المدير العام السابق للهيئة للإذاعة والتلفزيون أنه تعاقدوا لشراء أحد عشر استديو جديد للإذاعة السودانية وأكملوا الدراسات اللازمة لاستديو حديث للأخبار بالتلفزيون وآخر للبرامج [2].

هذا وأعلن لقمان أحمد المدير العام للهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون أنهم تسلموا سبعة أستوديوهات جديدة بقيمة مليون وستمائة ألف يورو ستمكن الهيئة من أحداث نقلة جديدة وكبيرة في البناء الهندسي والفني بالإذاعات العاملة بالإذاعة السودانية وأنهم تسلموا الدفعة الأولى من المعدات الإسعافية الهندسية لتلفزيون السودان بقيمة مئتي ألف دولار من جملة معدات تصل قيمتها إلى أكثر من ستة مليون دولار [3].

---

(1) مهندس/ عبدالقادر أحمد: مقابلة شخصية في مكتبه بالتلفزيون، بتاريخ 2019/2/20م

(2) الأستاذ/ محمد حاتم سليمان مقابلة شخصية في مكتبه بالتلفزيون، بتاريخ 2018/1/20م

(3) حديث لقمان أحمد في اللقاء المفتوح مع العاملين بحوش الإذاعة، يونيو 2020م (هو اللقاء الأول له مع العاملين بعد ثلاثة أشهر مع العاملين)..

إلى ذلك لاحظ الباحث أن عدم الاهتمام بالسياسات الإعلامية أطاح بعدد تسعة وسبعين من العاملين بالهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون وفقاً للقرارين الصادرين رقم (448) و (427) من لجنة إزالة التمكين ومحاربة الفساد واسترداد الأموال العامة التي شكلتها الحكومة الانتقالية دون أسباب واضحة للعاملين الذين استهدفتهم القرارات أو مبررات واضحة. مما يعكس أن العاملين في الإذاعة والتلفزيون سيظلون ضحايا للحكومات المتعاقبة على حكم السودان وبالتالي على الإذاعة (الراديو والتلفزيون) الرسمية مما يؤكد بجلاء ضرورة وضع السياسات الإعلامية التي يرى الباحث أنها تحمي العاملين في هذه المؤسسات وتجنبهم قرارات الحكومات المتعاقبة على حكم البلاد.

نشأة الهيئة العامة السودانية للبث الإذاعي والتلفزيوني:

في يوليو 2009م صدر قرار من مجلس الوزراء بأمر تأسيس الهيئة العامة السودانية للبث الإذاعي والتلفزيوني.

أغراض الهيئة:

توظيف الوسائل والوسائط الحديثة والشابكة الدولية للمعلومات لتحقيق رسالة الإعلام الاذاعي والتلفزيوني، وتنظيم البث وإعادة البث والترخيص للمحطات الإذاعية والتلفزيونية، وتوثيق العلاقات الهندسية والفنية مع الهيئات والمؤسسات والمنظمات النظيرة الإقليمية والدولية، وتنمية القدرات الفنية لدى العاملين، أيضاً التعاون الفني مع الأجهزة الولائية العاملة في المجال، إضافة إلى توظيف وسائل الاتصال لأغراض البث وإعادة البث الإذاعي والتلفزيوني للجهات المرخص لها في المجال، وتقديم الخدمات والاستثمارات في المجال[1].

سلطات الهيئة:

يقول المهندس/ محمد عبد القادر أحمد: (الإضافة إلى السلطات المنصوص عليها في قانون الهيئات العامة لسنة 2003م، تكون للهيئة السلطات الآتية:

- إقامة وإدارة محطات الإرسال والاتصال لأغراض البث الإذاعي والتلفزيوني.
- استيراد الأجهزة التقنية اللازمة للبث الإذاعي والتلفزيوني.

(1) ضرار فضل المولى محمد، المدير العام للهيئة السودانية العامة للبث الإذاعي والتلفزيوني مقابلة شخصية بمكتبه بمقر الهيئة بأم درمان، بتاريخ 28/12/2020م، الساعة الحادية عشر صباحاً.

- الحصــول عــلى حاجــات الهيئــة مــن الآلات والمعــدات وقطــع الغيــار ووســائل النقــل والخدمــات والمســتلزمات الأخــرى في المجــال.
- استثمار أموالها.
- إبرام العقود.
- امتــلاك الأراضي والعقــارات وشراؤهــا وبيعهــا واســتئجارها وتشــييد المبانــي عليهــا في حــدود أغراضهــا [1].
- قبول الهبات واقتراض الأموال وفق القانون.
- أي سلطات أخرى تكون لازمة لتحقيق أغراضها.

مجلس الإدارة:

اختصاصات المجلس وسلطاته:

بالإضافــة للاختصاصــات المنصــوص عليهــا في قانــون الهيئــات لســنة 2003 تكــون للمجلــس الاختصاصــات والســلطات الآتيــة:

- الموافقة على استيعاب بعض الكوادر والخبرات بموجب عقود عمل خاصة.
- مراجعة الأثر العام للبث الإذاعي والتلفزيوني.
- إصدار توجيهات إجراء البحوث لتقويم عمل الهيئة.
- اعتماد مشروعات الاستثمار والقروض والمنح.
- تحديد إدارات الهيئة ومهامها وعلاقاتها ببعضها.
- اعتماد إنشاء فروع أو مكاتب داخل أو خارج السودان.
- اعتماد سياسات التنسيق مع الأجهزة الولائية ذات الصلة.
- إجازة مقترحات الموازنة السنوية.
- تلقي الشكاوي المتعلقة بالهيئة من الأفراد والمؤسسات.

(1) م/ محمـد عبدالقـادر أحمـد، المديـر التنفيـذي للهيئـة السـودانية للبـث الإذاعـي والتلفزيونـي، مقابلـة شـخصية بمكتبـه بمقـر الهيئـة بـأم درمـان، بتاريـخ 2020/12/27م، السـاعة الثانيـة عـشر ظهـراً.

- إعداد التقرير السنوي عن الهيئة وخططها المستقبلية
- وضع اللوائح الداخلية المنظمة لعمل الهيئة

المدير العام :

هـو المسـئول التنفيـذي الأول أمـام مجلـس الإدارة ويتـولى الاضطـلاع بالنشـاط المـالي والإداري والفنـي للهيئـة وفقـاً للقانـون واللوائـح وتنعقـد لـه السـلطات الآتيـة:

- الالتزام بالسياسات التي يضعها المجلس
- تنفيذ الخطط والبرامج التي يجيزها المجلس
- إدارة الهيئة وتنظيمها ومتابعة سير العمل اليومي
- الإشراف على تقويم أداء الإدارات وتطويره
- اقتراح مشروع الموازنة وتقديمه للمجلس
- صرف الأموال في حدود الموازاة المصدقة
- التوقيع على الوثائق والعقود والاتفاقيات نيابة عن الهيئة
- الإعـلان عـن تقديـم العطـاءات وإجـراء المفاوضـات بشـأن العقـود ورفـع التوصيـات بشـأنها للمجلـس
- تمثيل الهيئة في المنظمات الإقليمية والدولية
- تعين العاملين فيما دون الوظائف القيادية
- إبرام العقود مع الكوادر المؤهلة والخبرات بموافقة المجلس
- رفع تقارير دورية للمجلس
- التغطية الإذاعية والتلفزيونية

المحطات الأرضية:

1- المحطة الأرضية (أم درمان):

أنشئت في العام 1995م وكانت محطة تماثلية وجرت لها تحديثات لاحقة وهى محطة احتياطية للمحطة الجديدة[1].

2- المحطة الأرضية القديمة (أم درمان2):

أنشئت في 1995 وهى محطة تماثلية.

3 – **المحطة الأرضية الجديدة** وأنشئت في العام 2009م ودخلت الخدمة في العام 2010 وهى محطة ذات تكنولوجيا متطورة.

التغطية الإذاعية:

محطات الموجات المتوسطة والقصير:

ويقول المهندس/ يسري توفيق عبدالرحمن رزق الله: (لا توجد محطات موجات متوسطة بقدرات صغيرة في المدن التالية : (وادي حلفا، عطبرة، مدني، القضارف، كسلا، بورتسودان، كاد وقلى، الجنينة، الفاشر، الدمازين، نيالا) وهي محطات بقدرات صغيرة بعضها كان من العون اليابانى وبعضها منتجات أمريكية تم تركيبها أول التسعينات، ولكن تم تجديد لمرسلات في كل من : (عطبرة، دنقلا، كسلا، بورتسودان، كاد قلى، نيالا، وأخيرا الفاشر). وتغطيتها النهارية دائرة نصف قطرها حوالي 100 كم من مركز الإرسال. توجد محطات موجات متوسطة بقدرات متوسطة في كل من الخرطوم والأبيض وسنجه وجوبا وهي محطات جديدة نفذت في الفترة من 2002م – 2006م وتغطى دائرة نصف قطرها حوالي 300 كم من مركز الإرسال وتغطى معظم السودان في فترة المساء. محطة ريبا وهي محطة بقدرة 600 كيلواط وتعمل لتغطية السودان ودول الجوار ولكنها تعمل ب50% من قدرتها، إذ تم تركبها في العام 1996 وهي منتج أمريكي لم نحصل على قطع غيار له. محطة الفتيحاب وهي محطة موجة قصيرة تم تركيبها في العام2002 وتعمل بكفاءة جيدة).

---

(1) يسري توفيق عبدالرحمن رزق الله، مدير الإدارة للتخطيط والمشروعات والبحوث بالهيئة ومدير الإدارة العامة المكلف للتخطيط وتنظيم البث الإذاعي، مقابلة شخصية بتاريخ 2020/12/25م، الساعة الحادية عشر صباحا بمكتبه بمقر الهيئة بأم درمان.

المؤتمر القومي الثاني للإعلام:

يعتبر هذا المؤتمر الحدث الأهم الذي انعقد في هذه الفترة وشارك الباحث في حضوره ومتابعته بحكم موقعه الإداري والمهني بالهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، وانعقد برعاية من المشير/ عمر حسن أحمد البشير، رئيس الجمهورية الأسبق نظمت اللجنة العليا برئاسة الفريق أول ركن/ بكري حسن صالح النائب الأول لرئيس الجمهورية الأسبق المؤتمر القومي الثاني للإعلام تحت شعار (نحو إعلام حر.. مسؤول ومتطور) يوم الأربعاء الموافق: 25 يونيو 2014م بقاعة الصداقة بالخرطوم[1].

هدف المؤتمر إلى ترسيخ التطور الذي يشهده الواقع الإعلامي وإستكمال بناء نظام إعلامي وفق مشروع متكامل يحقق النهوض والارتقاء به والتحديث والمواكبة مؤسساً لصناعته موازناً بين أدائه والحرية والمسؤولية في ادائه وذلك وفقاً للاستراتيجية القومية للإعلام بلوغاً للغايات في تحويل السودان الى مركز اقليمي فاعل للإعلام. شارك في المؤتمر قادة العمل السياسي والتنفيذي والعلماء والخبراء وممثلو الأحزاب السياسية، بجانب مشاركة فاعلة من قادة الرأي من مسؤولي الأجهزة والمؤسسات الإعلامية والصحفية، حيث بلغ عدد من شاركوا في فعاليات المؤتمر نحو (1500) عضواً.

واستبقت المؤتمر ثلاثة ورش عمل متخصصة خلصت إلى الأهداف الاستراتيجية المقررة للإعلام في وثيقة الاستراتيجية الربع قرنية، وأوصت بضرورة اتخاذ المتطلبات التشريعية والإدارية المطلوبة. وجاء في محور السياسات الإعلامية إلى جملة من التوصيات تتمثل أهمها في:

- إكمال تغطية السودان بالبث الإذاعي والتلفزيوني.
- إقرار منهج التجديد والتغيير لإتاحة الفرصة للأجيال المتعاقبة في الاضافة الايجابية.
- التأكيد على الأهداف الاستراتيجية المقررة للأعلام في وثيقة الاستراتيجية ربع القرنية لقدرتها على الوفاء بمتطلبات مرحلة التحول العالمي في مجال الإعلام.

(1) معلومات تحصل عليها الباحث من العلاقات العامة لمكتب الإعلام والعلاقات العامة للأكاديمية بالخرطوم.

- الاستفادة من قيمة التنوع في السودان للارتقاء بالإعلام وتقويته مع ابراز قيمة التنوع باعتبارها مصدراً للوحدة.

- اصلاح التعليم الإعلامي ومناهج التدريب لنقل الإعلام من وضعه التقليدي الى إعلام حديث يستجيب للتطور التقني المتسارع في مجال الاتصال.

- صياغة المفاهيم الكلية لمرتكزات المعالجات الإعلامية في كافة مستوياتها بما لا يتقاطع مع مفهوم الأمن القومي.

- اتخاذ ترتيبات لبناء نظام إعلامي حر ومسئول يُحتذى به على مستوى الاقليم يدار وفقاً لاقتصاديات فاعلة للأجهزة الإعلامية لتحويل السودان الى مركز إقليمي للإعلام.

- التأكيد على أهمية استصحاب الوعي الوطني بالدولة وترسيخ منهج الحوار في معالجة قضاياها ليكون ذلك سلوكاً لإعلام فاعل ومؤثر في الرأي العام[1].

- إعادة النظر في لامركزية الإعلام لأهمية وحساسية دوره وانعكاساتها على الأداء العام للدولة بما يوفر التوازن ما بين الاحتياجات الولائية والمركزية في المعالجات الإعلامية لقضايا وموضوعات الدولة والمجتمع.

- تحديد إختصاصات الاذاعات والتلفزيونات الولائية ودورها في تعزيز الامن القومي وفقاً للاستراتيجية القومية للإعلام مع تحديد الجهات المعنية بمنح التصديق والمراقبة.

- إقرار حوافز تشجيعية لاستقطاب الخبرات والتخصصات في المجال الإعلامي والمحافظة على الكوادر المؤهلة.

- ضبط أداء الإعلام الخارجي مع توفير التمويل اللازم له ليساهم في تطوير قدرات البلاد في انفاذ السياسة الخارجية المقررة في الدولة[2].

- ربط اداء الأجهزة الاعلامية بالتنمية والمسؤولية الاجتماعية وانشاء جهاز مقتدر للإعلام التنموي.

---

(1) معلومات تحصل عليها الباحث من العلاقات العامة لمكتب الإعلام والعلاقات العامة للأكاديمية بالخرطوم، مرجع سابق

(2) معلومات تحصل عليها الباحث من العلاقات العامة لمكتب الإعلام والعلاقات العامة للأكاديمية بالخرطوم، مرجع سابق

- توثيق الصلة واحكام التنسيق مع الملحقيات الاعلامية السودانية العاملة في الخارج وتحقيق تناغم أدائها في إطار السياسة الخارجية المقررة.

- مراجعة الخطط والبرامج الإعلامية بحيث تعبر عن قيم المجتمع وأعراف وتقاليد الوطن وتعزز روح الانتماء مع الاستفادة من ثورة المعلومات والتقانة.

- اشراك مراكز الدراسات والبحوث الوطنية في تقويم اداء الأجهزة الاعلامية.

- وضع مشروعات تمكن الإعلام المرئي والمسموع من إستثمار طاقاته وفتح مجالات التمويل الذاتي، مواكبة للتطور التقني المتسارع وتعزيزاً لجهوده في الريادة على المستوى الإقليمي.

- الاستفادة من الإعلام الولائي وتوظيفه في بناء السلام الإجتماعي وتعزيز الهويه وتقوية الانتماء الوطني مع إلزام الاذاعات الولائية بايصال الرسالة الإعلامية القومية لاسيما في اوقات النشرات والمناسبات الوطنية.

- الانتقال للبث التلفزيوني الرقمي في أو قبل 2015م وفقاً لقرار الاتحاد الدولي للاتصالات.

- تمكين وكالة السودان للأنباء (سونا) لبناء شبكة لجمع وتوزيع وبث الأخبار والمعلومات بمواصفات مهنية عالية بشرياً وتقنياً وتنظيمياً، قادرة على الاحاطة بالشأن السوداني داخلياً وخارجياً وقادرة على ايصال المحتوى الى الجهات المعنية بالطريقة المناسبة في الوقت المناسب.

- تعميم تجربة راديو المجتمع بالولايات واقامة شراكات مع المؤسسات الإعلامية ذات الصلة.

- الدعوة لتوفير مدونات للمؤسسات الحكومية للتفاعل والتواصل مع المسئولين والجمهور مباشرة.

- إستدامة الحوار مع المدونين واصحاب الاقلام لتوضيح مشكلاتهم واستصحابها عند ترتيبات تطوير الاعلام الالكتروني وذلك تحقيقاً للاستفادة القصوى منه.

- التوافق على تأسيس رأى عام تجاه الاعلام الالكتروني مع مراعاة تثبيت الميزة الالكترونية والتفاعلية والاستفادة منها في طرح القضايا الايجابية.

- الاستفادة من القدرات والطاقات الإعلامية للإعلام الالكتروني وتوظيفها للوصول الى المعلومات وتعزيز مكانة الوطن ونشر المعلومات والتراث والقيم والترويج لها مع مراعاة الاهتمام باللغات.

- توفير امكانيات وقدرات رقمية من قبل الدولة لاستيعاب الناشطين، لاسيما الشباب المستخدم لهذه الوسائل وايجاد فرص عمل لهم[1].

- تحديد العلاقة بين الحكومة ومستخدمي الاعلام الالكتروني بين المدونين واصحاب المواقع، وحق الحكومة في الحماية والمحافظة على الأمن والهوية وسلامة المجتمع دون المساس بحقوق العاملين في هذا الحقل.

- تكوين أيتام متخصصة بغرض انشاء بوابة السودان الالكترونية وتحديث مطلوباتها.

- وضع ضوابط لتنظيم الإعلان بما يحقق مصالح المعلنين ويحقق العدالة بين القنوات الخاصة وفق ميزها النسبية.

- تطوير أكاديمية الاتصال والتدريب الإعلامي وتأهيلها للقيام بدورها على أكمل وجه.

- تطوير مجلس الصحافة والمطبوعات ليقوم بأدواره على أكمل وجه كمجلس مهني وقيم على أداء الصحف.

- السعي لابتكار وسائل وانماط طباعيه تساهم في تقليل تكلفة الورق ومدخلات طباعة الصحف.

- النظر في تخفيض الرسوم الجمركية على الورق ومدخلات طباعة الصحف والنظر في خفض تكلفة كهرباء المطابع العاملة في طباعة الصحف[2].

---

(1) معلومات تحصل عليها الباحث من العلاقات العامة لمكتب الإعلام والعلاقات العامة للأكاديمية بالخرطوم، مرجع سابق

(2) معلومات تحصل عليها الباحث من العلاقات العامة لمكتب الإعلام والعلاقات العامة للأكاديمية بالخرطوم، مرجع سابق

- وضع الأشخاص ذوي الإعاقة في الإعتبار عند تصميم الرسالة أو البرامج الإذاعية والتلفزيونية بحيث يكون الأشخاص ذوي الإعاقة من ضمن الجمهور المتلقي.

- العمل على تصميم رسالة إعلامية موجهة لقضايا ذوي الإعاقة عبر الوسائط الالكترونية (الإعلام الجديد).

- ايلولة المراكز الثقافية الخارجية في دول المهجر لتقوم بالدور المطلوب في التعريف بقضايا السودان وتطوراته في مختلف المجالات وتبعيتها للملحقية الإعلامية في دولة التمثيل.

- ازالة القيود الادارية المهنية والمالية والرقابية وتلك التي تعوق تدفق المعلومات من الملحقيات الإعلامية.

- استخدام قدرات وامكانيات العلاقات العامة في البلدان المؤثرة « أمريكا- بريطانيا- بلجيكا».

- تنظيم زيارات لوفود صحفية من وقت لأخر من بلدان مختارة للوقوف على واقع البلاد.

- الإستفادة من الابداع الفني « رقصات – رسم تشكيلي – غناء- موسيقي « في تسويق البلاد بالخارج وإحياء البعثات الفنية والزيارات .

- التواصل مع الدبلوماسيين الأجانب المقيمين بالسودان بإيصال المعلومة الصحيحة إليهم ونقل الصورة المشرقة بدلاً عن تركهم نهباً للشائعات والاجتهاد الفردي[1].

- الاهتمام بتحديث وتفعيل المواقع الالكترونية السودانية لدورها في تحسين صورة البلاد عالمياً.

- مراعاة أهمية توثيق التراث السوداني عبر اليونسكو والمواقع الالكترونية المتخصصة.

- مراعاة أهمية نشر ثقافة السودان في الدول الأفريقية عبر وسائل الإتصال المختلفة مع مراعاة النشر باللغات واللهجات الأفريقية المختلفة.

(1) معلومات تحصل عليها الباحث من العلاقات العامة لمكتب الإعلام والعلاقات العامة للأكاديمية بالخرطوم، مرجع سابق

- توفير الموارد المالية اللازمة التي تمكن الملحقيات من القدرة على اكتساب صفة التطوير وربطها بنظام معلومات فعال برئاسة الوزارة مع اكسابها القدرة على المتابعة الدقيقة للأحداث والمشاركة في المعالجة الإعلامية لها تحقيقاً للاتساق في الخطاب الإعلامي الخارجي.

- أن تعمل وزارة الإعلام على بناء قاعدة معلومات حيه ومتجددة ـــ تواكب التطور ـــ من الشخصيات والرموز والقيادات في مختلف المجالات لإعانة الملحقيات الإعلامية في تزويد أجهزة الإعلام الخارجية عند اللجوء إليها او التعامل معها في شأن تطورات الأحداث الداخلية.

- التأكيد على الدور التكاملي للإبداع الثقافي والفني مع الإعلام الخارجي في تعزيز صورة السودان دولة ومجتمعاً.

- إزالة القيود التي تعيق بناء صورة حقيقية عن السودان في الإعلام الخارجي.

- إزالة المعوقات التي تواجه الوفود الإعلامية الزائرة للبلاد وتشجيعها بما يمكنها من حسن الاطلاع على الواقع ويفضي بها الى معالجات إيجابية له على صعيد الإعلام الخارجي.

- تحديد أهداف متجددة لسياسات الإعلام الخارجي في ضوء التحولات العالمية والمستجدات والمتغيرات خاصة المجال التقني.

- توحيد الخطاب الرسمي ليمكن الإعلام الخارجي من بناء رسالة إعلامية متسقة.

- رصد ومتابعة ما يثار عن السودان في الإعلام الخارجي مع اقتراح المعالجات المطلوبة.

- إعداد المعلومات عن السودان بلغات أجنبية في شكل: (كتيبات تعريفية، أفلام توثيقية، مشاريع، أقراص مدمجة، موقع الكتروني، مطبقات ونشرات صحفية تستهدف مجالات محددة)[1].

(1) معلومات تحصل عليها الباحث من العلاقات العامة لمكتب الإعلام والعلاقات العامة للأكاديمية بالخرطوم، مرجع سابق

هـذا ويشـير الباحـث إلى أن هـذه التوصيـات والسياسـات الإعلاميـة لـم ينظـر لهـا في ظـل التغيـير الـذي شـهده السـودان في الحـادي عـشر مـن أبريـل 2019م، رغـم أن الإعلاميـين كانـوا يتوقعـون أن يتـم الاهتمـام بتلـك المخرجـات للسياسـات الإعلاميـة والعمـل عـلى رعايتهـا وتنفيذهـا غـير أن الحكومـة الجديـدة لـم تلتفـت إليهـا. مـن جانـب آخـر أصـدر وزيـر الثقافـة والإعـلام الأسـتاذ/ فيصـل محمـد صالـح في الحـادي عـشر مـن ديسـمبر 2020م قـراراً وزاريـاً قـضى بتشـكيل لجنـة استشـارية أسـماها (اللجنـة الاستشـارية للإصـلاح الإعلامـي في البـلاد) برئاسـة الأسـتاذ/ محجـوب محمـد صالـح وآخريـن، وجـاء في حيثيـات القـرار (وذلـك في إطـار جهـود إصـلاح الإعـلام كجـزء مـن عمليـة الإصـلاح الشـامل في السـودان، وعمـلا بتوصيـات دراسـة إصـلاح الإعـلام في السـودان، التـي صـدرت مـن منظمـة الأمـم المتحـدة للتربية والعلـم والثقافـة (يونسـكو) في إطـار البرنامـج المشـترك مـع الـوزارة. وحـدد القـرار مهـام واختصاصـات اللجنـة، في دراسـة ورسـم السياسـات الإعلاميـة التـي تحـدد التوجـه العـام للإعـلام في السـودان، في ضـوء مبـادئ وأهـداف ثـورة ديسـمبر2019م، والالتزامـات التـي وردت في الوثيقـة الدسـتورية، إلى جانـب مراجعـة وإصـلاح قوانـين الإعـلام والقوانـين ذات الصلـة بالعمـل الإعلامـي، لتعكـس قيـم حريـة التعبـير والإعلام التزامـا بالمواثيـق والقوانـين الدوليـة لحقـوق الإنسـان وحريـة التعبـير)[1]. وتشـمل مهـام اللجنـة مراجعـة وضـع المؤسسـات الإعلاميـة العامـة والخاصـة بمـا يخـدم حـق الشـعب السـوداني في المعرفـة وتلقـي وتـداول الأخبـار والمعلومـات، وتسـتند اللجنـة في قراراتهـا ومناقشـاتها إلى توصيـات دراسـة إصـلاح الإعـلام في السـودان، إلى جانـب الدراسـات والملاحظـات والتوصيـات التـي يتوصـل إليهـا أعضـاء اللجنـة وحصيلـة المناقشـات العامـة التـي تجريهـا، بالإضافـة إلى أي مهـام أخـرى تسـاعد في ترقيـة الأداء الاعلامـي في السـودان.

ويـرى الباحـث أن هـذه الخطـوة تعتـبر تراجعـاً للجهـود الكبـيرة التـي بذلـت للتوصـل إلى سياسـات إعلاميـة تعمـل عـلى اسـتقرار القائمـين عـلى الاتصـال والمؤسسـات الإعلاميـة في السـودان.

(1) معلومـات تحصـل عليهـا الباحـث مـن العلاقـات العامـة لمكتـب الإعـلام والعلاقـات العامـة للأكاديميـة بالخرطـوم، مرجـع سـابق.

المبحث الثاني
الهيئة العامة للإذاعة
(الراديو والتلفزيون) الأثيوبية

خلفية تاريخية عن نشأة الإذاعة الأثيوبية:

يرجع تاريخ نشأة الإذاعة الأثيوبية لعام 1935م حيث بدأت برامجها عبر إذاعة (يسرات ونجيل) وتعني إذاعة التبشير بالإنجيل، وكانت تدعو من خلالها إلى تحرر الدول الإفريقية من الاستعمار الأجنبي بمختلف اللغات منها: الإنجليزية، العربية والفرنسية. حيث نجحت الاختبارات لأول بث محلي يوم 7/سبتمبر/1934م بمحطة (أكاكي) (Akaki)، والتي شيدتها وزارة البريد الأثيوبية. وفي يناير /1935م تم افتتاح الإذاعة الأثيوبية على يد الإمبراطور (هايلي سلاسي)(Selassie I , Haile) [1(*)]. وبدأت سلسلة إنتاج برامجها باللغتين الأمهرية والإنجليزية تناهض الغزو الإيطالي، ومع ذلك فإن محطة الاستقبال (برأس كبيدي) لم تدخل في الخدمة ولكن تم استخدام المباني منذ بدايات العام 1935م وحتى مطلع عام 1936م كمدرسة لتدريب مشغلي الراديو من العسكريين. وظلت هذه الإذاعة تعمل وفق برامج تتسم بالموسيقى التقليدية والتي كانت تقدمها الفرقة العسكرية الأثيوبية التابعة لسلاح الموسيقى بجانب بثها لبعض الأخبار. غير أن الدور الأهم والكبير والمهم الذي قامت به الإذاعة الوليدة هو نقل وبث أول نداء للإمبراطور (هايلي سلاسي) مستنجداً بالعالم ضد الغزو الفاشي وذلك يوم 13 سبتمبر 1935م بينما قرأت الأميرة (تسيهي) (Tsehai) باسم الإمبراطورة (منين)[2(**)] (Asfaw, Menen, Empress) موجهة لنساء العالم باللغة الإنجليزية ورسالة أخرى لولي العهد تم بثها لأوروبا وأمريكا. وكانت هذه الرسائل موجهة فقط للعلم الخارجي لأن معظم الشعب

---

(1) (*) اسم المعمودية ليدج تافاري ماكونين، شغل منصب الإمبراطور الإثيوبي في الفترة 1930 إلى 1974م عرف بقدراته بوصفه رجل دولة، أدخل الكثير من الإصلاحات السياسية والاقتصادية والاجتماعية. رمز ديني لتجسيد الرب عند حركة راستافاري. ساهيد أديجوموبي، تاريخ أثيوبيا، ترجمة/ مصطفى مجدي الجمال، ط1، 2018م، المركز القومي للترجمة، القاهرة، مصر، ص 270.

(2) (**) اسم المعمودية وليتي جيورجس، زوجة الإمبراطور هيلا سيلاسي الأول. ابنة أصفاو ، جنتيرار ، سليل مباشر للإمبراطور ليبنا ينجل. نشطت في القضايا النسائية، وراعية الصليب الأحمر الإثيوبي ومنظمة نساء أثيوبيا اليرية. توفيت عام 1961م ودفنت في كاتدرائية الثالوث المقدس بأديس أبابا إلى جانب قبور أطفالها.

الإثيوبي لا يملك أجهزة (راديو) لاتقاطها ومتابعتها، وكانت من صور مقاومة الإثيبوبيين عبارة الكتاب المقدس التي شاعت في عهد الإمبراطور منليك وظلت ترددها الإذاعة الوليدة (كوش تسرع بيديها إلى الله) ولم يشكل هذا الاستدعاء الروحي أساساً لرفض أثيوبيا عرض (الحماية) الإيطالية قبل الانتصار على الغزاة في الحرب الإيطالية – الأثيوبية الأولى عام 1890م في عام 1889م عقد الإمبراطور منليك الثاني والذي يعتبر مؤسس أثيوبيا الحديثة (1844- 1913م) عين يوحنسي الرابع عقد معاهدة أوتشيالي مع إيطاليا التي اعترفت به رسمياً إمبراطوراً على الحبشة ومنحت بلاده إعفاءات جمركية على أي سلعة تمر عبر ميناء مصوع. إلى جانب فرص كبيرة ووعد بالإمداد بالسلاح والعتاد مستقبلاً، ومقابل هذه المساعدات المالية والتنموية أثيوبيا قبلت الأخيرة بالأنشطة الإيطالية في أجزاء إثيوبية (بوجوس، هماسين، أكالي، جوزا، أجزاء من تيجري) وعلى الرغم من أن معاهدة أونشالي بدت مفيدت للطرفين، فقد بدأت إيطاليا التغلغل في المناطق الحبشية انطلاقاً من قاعدتها في إريتريا. وقد اكتشف منليك فيما بعد وجود اتلاف بين نستي الاتفاقية بالأمهرية والإيطالية فيما يختص بالعلاقات الدبلوماسية، فيما نصت النسخة الأمهرية على أن بإمكان الحبشة استخدام إيطاليا كوكيل لها في علاقاتها الدولية، وورد بالنسخة الإيطالية التزام الحبشة بممارسة علاقتها الخارجية من خلال إيطاليا وهكذا مورس الخداع لجعل أثيوبيا محمية إيطالي. فما كان من منليك إلا أن أبلغ الدول الأوروبية بتاريخ 27/فبراير 1983م قراره برفض الإعلان الإيطالي وقال: (إن أثيوبيا ليست بحاجة لأحد ولا تمد يدها سوى للرب) وحينما بدت الحرب وشيكة مع إيطالياً أصدر منليك إعلان التعبئة معتمداً حسب كلماته على التضامن الدينية من الكنيسة الأثيوبية، وسائر المجتمع في مواجهة العدوان الإيطالي (لقد جاء الأعداء الآن ليدمروا بلدنا ويغيروا ديننا.. أعدائنا بدأوا يزحفون ويحفرون مثل حيوان الخلد وبمساعدة الرب لن أسلمهم بلدي أبداً أنتم الأقوياء اليوم، امنحوني قوتكم وأنتم أيها الضعفاء ساعدوني بالدعاء) وإنما أصبحت تعبيراً أيضاً عن النصر العسكري والسياسي الدنيوي[1] على الجبهة الشمالية وطول الطريق إلى هاريرجي ومع هذا التطور نصح الإمبراطور سيلاسي والعائلة الملكية باللجوء إلى القدس وكان ذلك في الثاني من شهر مايو 1936م، وبمغادرة الإمبراطور سيلاسي عائلته الملكية أديس أبابا قبيل احتلال العاصمة أديس

(1) H.G Marcuc ,the balck men who turned white : Eurpean Attutudes to wrds Ethians , 1850 – 1900, Archiv rientni , 39 , (1971): 160

أبابا بأيام قليلة قام الوطنيون الإثيوبيون بتحطيم المحطة الإذاعية الوليدة، منعاً للغزاة الإيطاليين من استخدامها وذلك قبيل وصول القوات الإيطالية المحتلة لأديس أبابا[1].

وقامت الإذاعة الأثيوبية الوليدة أدواراً مهمة في بث تلك القيم الرافضة للاستعمار الإيطالي. وكانت سبباً في وحدة الشعب الإثيوبي، وعلى الرغم من الأعمال الجسورة للقوات الأثيوبية إلا أنها اضطرت للتراجع.

هذا وقد أنشأ الإيطاليون محطة إذاعية جديدة بقوة 7.5 كيلوواط لخدمة القوات الإيطالية وذلك في شارع (جما) وتمت تسمية المحطة الإذاعية (بالمحطة الإيطالية لإذاعة شرق إفريقيا) وتم توزيع مكبرات الصوت في الأماكن العامة بالعاصمة أديس لتسهيل الاستماع للإذاعة وفي بعض المدن الرئيسية الأخرى مثل (اسمرة ، جيما، ديريداوا، وهرار) وذلك لبث الدعاية الإيطالية، واستمر ذلك العمل خلال فترة الاستعمار، وظلت الإذاعة تعمل على مفهوم الأثيوبية (Ethipiansm) وهو مفهوم ومعتقد جمع بين التقاليد المسيحية والوطنية العلمانية وعززت الإذاعة لهذه الهوية والهوية الإفريقية واعتبرت بذلك أنها مثال للحديث عن الاستقلال الإفريقي والتقرير القومي للمصير مما جعل الدولة الأثيوبية تعمل على تطبيق سلسلة من مشروعات التحديث التي تبناها (الإمبراطور هايلي سلاسي) وروجت في أغلب الأحيان بانتمائها للمسيحية الدولية والزعم بأن أثيوبيا مهددة من أراض معادية (الفاشية الإيطالية)[2].

تم إحياء شبكة الإذاعة على نفس المسارات الوطنية وعلى عكس المشروع الإذاعي السابق، الذي تم إنشاؤه في المقام الأول عبر الخبرات الأجنبية، بدأت إذاعة أديس أبابا (صوت أثيوبيا) البث في عام 1942م بموظفين محليين ويمكن أن تتباهى بأنها الإذاعة الوحيدة جنوب الصحراء التي لم تنشئها السلطات الاستعمارية [3].

جاء البث الإذاعي إلى أثيوبيا في عام 1935م، قبل الاحتلال الإيطالي 1936-1941 لم يسمح للوسيلة الجديدة إلا بسنة واحدة من العمل قبل أن تستولي قوات موسوليني على الهياكل الحاكمة ومنعت عملياً جميع وسائل الإعلام المحلية.

(1) ساهيد أديجوموبي، تاريخ إثيوبيا، مرجع سابق، ص 66.

(2) ساهيد أديجوموبي، تاريخ إثيوبيا، مرجع سابق، ص73

(3) John Gartley, Electronic Media in Ethiopia, Northeast African Studies Vol. 2/3, No. 3/1 (1980-81/1981), pp. 163-170.

تـم تدمـير أجهـزة إرسـال الإذاعـة مـن قبـل الإثيوبيـين في الوقـت المناسـب لمنـع الحـكام الإيطاليـين مـن اسـتخدام وسـائل الإعـلام لأغـراض الدعايـة الحربيـة، ومـع ذلـك أعـادت القـوات الإيطاليـة تطويـر هيـكل الإذاعـة ونـشرت الدعايـة الفاشـية باسـتخدام البرامـج الإذاعيـة بالإضافـة إلى المـواد المطبوعـة التـي تـم إنتاجهـا في عـدد قليـل مـن المطابـع المتبقيـة. نشـأت الصحافـة السريـة ووزعـت بشـكل غـير منتظـم الصحـف غـير القانونيـة التـي طبعـت في الخـارج.

كانـت عـودة الحكومـة الأثيوبيـة في عـام 1941م بمثابـة بدايـة حقبـة جديـدة في تاريـخ الإعـلام في البـلاد. في مايـو 1941م أصـدرت الإدارة المحليـة صحيفـة (أديـس زيـن) والتـي تتبـع لهيئـة الصحافـة الأثيوبيـة - التـي تعنـي حقـاً حقبـة جديـدة- والتـي كانـت تطبـع باللغـة الأمهريـة، وظلـت دائمـاً أكثـر الصحـف المملوكـة للدولـة أهميـة في البـلاد منـذ ذلـك الحـين كان (ولائهـا للأمـة). وأظهـرت إحـدى الإصـدارات الأولى أن الصحيفـة أنشـئت بـإذن مـن صاحـب الجلالـة الإمبراطوريـة ليـشرح للنـاس (مـا يجـب عليهـم فعلـه لبلدهـم ولملكهـم ومـن أجـل حكومتهـم).

تـم إحيـاء شـبكة الإذاعـة عـلى نفـس المسـارات الوطنيـة وعـلى عكـس المـشروع الإذاعـي السـابق الـذي تـم إنشـاؤه في المقـام الأول عـبر الخـبرات الأجنبيـة، بـدأت إذاعـة أديـس أبابـا صـوت أثيوبيـا البـث في عـام 1942م بموظفـين محليـين، ويمكـن أن تتباهـي بانهـا الإذاعـة الوحيـدة جنـوب الصحـراء التـي لـم تنشـئها السـلطات الاسـتعمارية.

ومـن الإنجـازات البـارزة الأخـرى في قطـاع الإعـلام مؤسسـات The Ethpian Herald) الأثيوبيـة (ENA) كلأهمـا أسسـا مـن قبـل الحكومـة في عـام 1943م.

كان العـصر الجديـد للإعـلام الإثيوبـي في نفـس الوقـت حقبـة جديـدة لرقابـة أكثـر منهجيـة وتفصيـلاً مـن ذي قبـل. بعـد التحريـر في عـام 1941م تـم إنشـاء مجلـس للرقابـة تحـت مكتـب الصحافـة والإعـلام في وزارة المعـارف، كان للمجلـس سـبعة أعضـاء وكان مسـؤولاً عـن الرقابـة المسـبقة عـلى جميـع الأخبـار للإذاعـة والصحـف.

كانـت هنـاك مبـادئ توجيهيـة مفصلة واجبـة الإتبـاع وهي عبـارة عن سياسـة إعلامية عـلى سـبيل المثال، لـن يتـم تغطيـة أي حدث قـد يلحـق الـضرر بسـمعة الإمبراطورية، مثـل (المجاعـة والجفـاف والبطالـة والتضخـم). وكان مطلوبـاً مـن الصحـف نـشر صـورة الإمبراطـور عـلى صحفتهـا الأولى، ويجـب أن يكون لأي عنـوان أو مكتـب ملحق

بالإمبراطـور أن تبـدأ كتابتـه بالحـرف الكبـير. وتـم حظـر صـور أعضـاء الحكومـة. ومـن ثـم فحـص المـواد الإعلاميـة المسـتوردة مـن قبـل المكتـب. أيـد القانـون الجنائي لعـام 1959م ممارسـات الرقابـة مـن خـلال حظـر أي مـادة اعتـبرت (خبيثـة ومزيفة وفيهـا إهانـة للإمبراطـور أو أسرتـه أو السـلطات الدسـتورية أو الـدول الأجنبيـة أو روؤسائها).

علمـاً أن أحـكام الرقابـة كانـت موجـودة بالفعـل قبـل الغـزو الإيطـالي. غـير أنـه تـم فـرض الرقابـة قبـل النـشر رسـمياً مـع أول دسـتور للامـة في عـام 1935م وبعـد مرسـوم وزيـر المعـارف في نوفمـبر 1933م بـأن يتـم مراقبـة جميـع المـواد المطبوعـة مـن قبـل مكتبـه عـلاوة عـلى ذلـك، كان تدخـل الحكومـة في الصحافـة قضيـة حتـى قبـل ذلـك بكثـير. يذكـر بيـتر اريتسـون كيـف اسـتخدمت إدارة الإمبراطـور السـابق كتيبـا بعنـوان (Le dcter nvellement venu) لتخليـص الإمبراطـورة تايتـو[1] مـن الشـائعات التـي سـممت زوجهـا مينيليـك الثانـي في عـام 1910م. ولكـن فقـط أثنـاء هيـلا سـيلاسي، أن إجـراءات الرقابـة أصبحـت رسـمية في جميـع المجـالات. المغتربـين لـم يكونـوا معفيـين. غضـب المرابـي الأمريكـي ويليـام هـ. سـيد، مـن أجـل شـخص وأحـد بعـد أن حـاول نـشر أسـبوعية في أديـس أبابـا لمـدة عـام ضـد إرادة الحكومـة. كتـب بشـكل متتابـع كتيـب يحمـل العنـوان (السـتار الحديـدي) لأثيوبيـا في حجـة لإدانـة عـدم وجـود حريـة الصحافـة في البـلاد.

كان رفـع الرقابـة أحـد مطالـب المظاهـرات الطلابيـة حـوالي عـام 1960م. لقـد قامـت الحكومـة بالفعـل بتخفيـف القيـود المفروضـة عـلى وسـائل الإعـلام في أوائـل السـتينيات مـن القـرن المـاضي.

وبـدأ إطـلاق أول إشـارة بـث تلفزيـون في أثيوبيـا عـلى نطـاق ضيـق بقاعـة إفريقيـا في أديـس أبابـا وذلـك في مايـو 1963م عـلى شرف أول اجتماعـات منظمـة الوحـدة الإفريقيـة، وبـدأ تلفزيـون أثيوبيـا في البـث المسـتدام في الثانـي مـن نوفمـبر 1964م، متزامنـاً مـع التتويـج الـ (33) لهيلاسـيلاسي. وبعـد ذلـك صـارت أثيوبيـا مـن أوائل الـدول الإفريقيـة التـي تنشـئ خدمـة التلفزيـون أي بعـد انطلاقـة البـث التلفزيونـي في السـودان عـام 1962م.

(1) بيتـول، تايتـو، الإمبراطـورة (Betul, Taytu, Empress) تزوجـت سـاهلي ماريـام ملـك شـيوا الـذي أصبـح فيمـا بعـد إمبراطـور أثيوبيـا منليـك الثانـي. عرفـت بممارسـة سـلطة سياسـية كبـيرة كزوجـة لمنليـك، سـواء قبـل أم بعـد تتويجهمـا إمبراطـوراً وإمبراطـورة عـام 1889م. توفيـت في 11 فبرايـر 1918م.

وبحلول عام 1968م كان هناك حوالي (10000) جهاز تلفاز قيد العمل في أديس أبابا، وكانت البرمجة حينها تشمل مزيجاً من الأخبار والدراما الحية وقراءة القصص للأطفال والرقص والوثائقيات الثقافية.

وتماشياً مع تلفزيون أثيوبيا ظهر أول إنتاج للدراما التلفزيونية بلغة الأمهرا تعبيراً عن طريقة وثراء الطبقة العليا، فكانت ساعتي البث المسائي في السنوات الأولى مقسمة بالتساوي بين الأمهرية والإنجليزية، كشاهد على الانحياز العرقي والحضري لتلفزيون أثيوبيا.

وبصفة عامة قادت إدارة الإعلام خلال الإمبراطورية الأثيوبية إلى إظهار الحصانة الإمبراطورية والاستعلاء الأمهري، فقد أثرت هذه العقلية على كل من هيكل الإعلام ومحتواه. مع انتشار وسائل الإعلام في النصف الأول من القرن العشرين، أصبحت الأمهرية اللغة التي لا جدال فيها في أثيوبيا الرسمية. وقد اقترح أن بروز الأمهرية في وسائل الإعلام والمدارس وإدارة الدولة كان عملاً بمثابة استيعاب للسكان في ثقافة الحبشة من قبل الطبقة الحاكمة. أصبحت وسائل الإعلام الحكومية جزءً مهماً من الاستراتيجية، خاصة في عهد هيلي سيلاسي (1930 – 1974م) إذا ظلت اللغة الأمهرية هي اللغة المحلية الوحيدة على شاشات التلفزيون خلال أيام الإمبراطورية.

كان الوضع مختلفاً قبلا بالنسبة للإذاعة، حيث تم السماح بلغات محلية أخرى مختارة لقطاعات البرامج في نهاية النظام، وفي بداية السبعينيات أخذت إذاعة أثيوبيا في البث بلغة (عفار الصومالية، تيقري، وتيجرينيا) بالإضافة إلى الإنجليزية والفرنسية والسواحيلية، ومع ذلك لا تزال الأمهرية تستحوذ على نصف فترة البث[1].

وتعتبر إيطاليا ثالث دولة بعد بلجيكا وإنجلترا تنشئ إذاعة موجهة تذيع إلى مستعمراتها باللغة الأم، بحيث كان الاستماع إلى البرامج الموجهة يقتصر على طبقة الحكام المستعمرين وثلة من مواطني المستعمرات المثقفين أو العاملين مع قوات الاحتلال. إذ وجهت إنجلترا عام 1932م أول إذاعة لها للعالم الخارجي ففي ذلك العام أنشأت (البي بي سي) خدمة إذاعية جيدة اسمها (The Empire Service) كانت تبث باللغة الإنجليزية إلى جميع أنحاء الإمبراطورية الإنجليزية، ودخلت بلجيكا مجال الإذاعات الدولية عام 1934م تلتها إيطاليا

(1) سميث، وزارة الداخلية، 2008م، ص 140.

بإذاعتها إلى الشرق الأوسط والقرن الأفريقي عام 1935م[1]. وكان الهدف الرئيس لتلك الإذاعات ربط الشعوب الواقعة تحت الاستعمار بالنظام الاستعماري والعمل على التأكيد من أن تلك الشعوب تستقي كل معلوماتها عن العالم الخارجي من الدولة المستعمرة حتى لا تتعرض لمؤثرات خارجية تثير فيها روح المقاومة الوطنية والرغبة في التخلص من القبضة الاستعمارية كما كانت الدول المستعمرة تهدف إلى الإشادة بنظمها والدعاية لنفسها بالتفوق في المجال الاقتصادي والسياسي والعسكري والحضاري ونشر ثقافتها وأفكارها. كما كانت تحاول عقد روابط متينة بينها وبين هذه المستعمرات[2]. وكان الإيطاليون أول من وجهوا إذاعة باللغة العربية في عام 1934م إلى الشرق الأوسط وذلك من مدينة روما، ولم يكن للتجارب الإذاعية الأولى طابع سياسي ظاهر حتى ركز (موسوليني) تطلعاته على شمال إفريقيا والحبشة في منتصف الثلاثينيات.

فقد كانت إذاعة راديو (باري) الموجهة باللغة العربية مقدمة لحملة إيطاليا على الحبشة وعملت على تقديم إيطاليا كصديق للأفارقة والعرب والمسلمين، ولكن واجهت محطة راديو (باري) عدد من المعوقات كأول إذاعة غير عربية أهمها:

1. نقص عدد أجهزة الاستقبال في المنطقة المستهدفة ولذلك اضطرت الحكومة الإيطالية إلى توزيع أجهزة راديو على المستمعين.
2. صعوبة تحديد وقت إذاعة البرامج للمستمعين العرب الذين لم يكن لديهم عدد كاف من الساعات ولذلك كانت المحطة تعلن عن أوقات البرامج على أساس ظهور الشمس وغروبها[3].
3. استخدمت المحطة مذيعين تونسيين لم يفهم العرب لهجتهم ولم يقبلوا على الاستماع إليهم، الأمر الذي جعل الإذاعات الدولية الموجهة إلى المنطقة تستخدم اللغة العربية الفصحى التي يفهمها غالبية المستمعين العرب.

وقد استخدمت إيطاليا الإمكانات الإذاعية الموجودة في ليبيا لبث برامجها الموجهة للدول الأخرى، وأعلنت الأهداف الرئيسة لإذاعات ألمانيا وإيطاليا الموجهة لإفريقيا

(1) محمد عبد البديع السيد، الإذاعات العربية والدولي، الفصل الأول، د.س.ن، ص10.
https://archive.org/details/20201209_20201209_1526/mode/2up

(2) مجلة الإذاعة والتلفزيون الأثيوبية، العدد الخاص بمناسبة اليوبيل الذهبي للتلفزيون الإثيوبي.

(3) محمد عبد البديع السيد، الإذاعات العربية والدولية، مرجع سابق، ص34.

الوصـــول إلى العـــرب والبربـــر في شـــمال إفريقيـــا حيـــث قامـــت تلـــك الإذاعـــات بحـــث العـــرب والبربـــر عـــلى التخلـــص مـــن الاســـتعمار كذلـــك حثـــت ألمانيـــا وإيطاليـــا الأفارقـــة عـــلى إبقـــاء جنـــوب أفريقيـــا محايـــدة ولكـــن الدولتـــين فشـــلتا في تحقيـــق ذلـــك ولـــم تســـبب تلـــك الإذاعـــات أي قلـــق في البدايـــة، ولكـــن في عـــام 1937م وبســـبب الوجـــود البريطانـــي الطاغـــي في مـــصر وفلســـطين وشرق الأردن والعـــراق ودول الخليـــج العربـــي بـــدأت الحكومـــة تشـــعر بالقلـــق مـــن نطـــاق الدعايـــة المعاديـــة لبريطانيـــا في الـــشرق الأوســـط.

ولهـــذا تأسســـت عـــدد مـــن اللجـــان لتحديـــد أفضـــل الطـــرق لمواجهـــة تلـــك الجهـــود وفي أواخـــر عـــام 1937م ســـمحت الحكومـــة البريطانيـــة لهيئـــة الإذاعـــة البريطانيـــة أن تذيـــع برامجهـــا باللغـــة العربيـــة بالإضافـــة إلى الإذاعـــة باللغتـــين الإســـبانية والبرتغاليـــة لتجنيـــب عطـــاء موســـوليني انطباعـــاً بـــأن بريطانيـــا بـــدأت خدمـــة باللغـــة العربيـــة لمواجهـــة إذاعـــة بـــاري.

وقـــد بـــدأت خدمـــة هيئـــة الإذاعـــة البريطانيـــة باللغـــة العربيـــة في 3 ينايـــر عـــام 1938م وقـــدم البرنامـــج الأول رســـائل تعكـــس حســـن النيـــة وجههـــا (ســـير جـــون ريـــت) المدير العـــام لهيئـــة الإذاعـــة البريطانيـــة والقائـــم بالأعمـــال المـــصري في لنـــدن ووزراء مـــن العـــراق والمملكـــة العربيـــة وحاكـــم عـــدن.

وقـــد انتهـــت الحـــرب الإيطاليـــة البريطانيـــة بالراديـــو رســـمياً في 16 أبريـــل عـــام 1938 بتوقيـــع الحلـــف الإنجليـــزي الإيطـــالي الـــذي وضـــع نهايـــة للدعايـــة المعاديـــة وكان لهـــذا الاتفـــاق نتائـــج مهمـــة عـــلى الحكومـــة البريطانيـــة لأنهـــا وضعـــت البدايـــة لسياســـة جديـــدة اعترفـــت فيهـــا بأهميـــة الدعايـــة الإذاعيـــة كوســـيلة للدبلوماســـية ولكـــن الحـــرب الدعائيـــة الإيطاليـــة المعاديـــة لبريطانيـــا مـــن راديـــو بـــاري بـــدأت مـــرة أخـــرى في أواخر عـــام 1938م ولكـــن بعـــد ذلـــك ولـــت إيطاليـــا اهتمامهـــا لأوروبـــا وفي ذلـــك الوقـــت بدأت الإذاعـــات النازيـــة في عـــام 1938م وتكثفـــت بشـــكل كبـــير خـــلال ديســـمبر 1938م[1].

إذاعة صوت الإنجيل:

بـــدأت في أديـــس أبابـــا عـــام 1963ويـــشرف عـــلى إدارتهـــا اتحـــاد الكنائـــس العالمـــي اللوثـــري، وقـــد اضطـــرت إلى التوقـــف عـــن الإرســـال في عـــام 1974م حينمـــا أممـــت حكومـــة الحبشـــة الثوريـــة هـــذه الخدمـــة، وفي عـــام 1975 أعـــادت صـــوت الإنجيـــل

(1) محمد عبدالبديع السيد، الإذاعات العربية والدولي، الفصل الأول، ص10.

تنظيم برامجها وأصبحت توجه برامج باللغة العربية لمدة عشرين ساعة أسبوعياً موجهة للعلم العربي بالإضافة إلى اللغات الأخرى [1].

القسم العربي بهيئة الإذاعة الأثيوبية:

تأسس القسم العربي بالإذاعة الأثيوبية قبل أكثر من سبعين سنة مع بقية الأقسام الأخرى كالإنجليزية والأمهرية. والهدف منه هو التواصل مع الناطقين بالعربية في الشرق الأوسط ودول الجوار الأثيوبي المتحدثة بالعربية والأثيوبيين الناطقين بالعربية. وقد استمرت الإذاعة العربية الأثيوبية الموجه لحوالي أكثر من سبعين سنة دون توقف على الموجة القصيرة 31 و41 مترا. وأخيراً مع دخول الأجهزة الرقمية الحديثة والفضائيات تم تحويلها إلى الإذاعة المحلية وأصبحت تبث عبر الإذاعة المحلية 104.7 وعبر الفضائية الأثيوبية تبث فترة ساعة يومياً من الساعة الثانية ظهراً وحتى الثالثة بعد الظهر [2].

البرامج التي تبث على الإذاعة المحلية العربية:

- مع الأحداث.
- ماذا تعرف عن أثيوبيا
- أثيوبيا في إعلام العرب.
- الأحداث في أسبوع.
- أنت في أديس أبابا.
- الاقتصاد الأثيوبي.
- الأخبار (نشرة سياسية واقتصادية ورياضية)

---

(1) محمد عبدالبديع السيد، الإذاعات العربية والدولي، الفصل الأول، ص36.

(2) الأستاذة أنور عثمان، مدير القسم العربي بهيئة الإذاعة الأثيوبية، مقابلة شخصية بتاريخ: 2018/12/27م أديس أبابا. الساعة 12:00 ظهراً

(*) زيناوي ، ليجيس (ميليس) (Zenawi, Legesse (Meles) (1955-2012) : رئيس وزراء أثيوبيا وفلد في عدوة من أم إريترية وأب تيجراني، أصبح رئيساً للوزراء في 22 أغسطس 1955م بعد سيطرة حزبه على البرلمان بسبب مقاطعة المعارضة، سبق له أن كان رئيس أثيوبيا الانتقالي في الفترة من 28 مايو 1991م، حتى 22 أغسطس 1995. كان رئيس لمنظمة الوحدة لإفريقية في الفترة من يونيو 1995م إلى يونيو 1997م كما ترأس الائتلاف العالمي من أجل أفريقيا، ونشط بفاعلية في جهود منظمة الإيقاد لإنهاء الصراعات في السودان والصومال، والمبادرات الإفريقية لحل أزمة بورندي، حصل على ماجستير إدارة الأعمال بمرتبة الشرف الأولى من الجامعة المفتوحة في المملكة المتحدة عام 1995م، وماجستير العلوم في الاقتصاد من جامعة إرازموس في هولندا عام 2004م.

- ماذا تقول الصحف عن أثيوبيا.؟
- منوعات أثيوبية.
- ما يطلبه المستمعون.

القسم العربي بالتلفزيون الأثيوبي:

تأسس في العام 2008م بقرار من رئيس الوزراء الأثيوبي الراحل (ملس زناوي*) عقب احتفالات الألفية الأثيوبية. والهدف من قيامه هو الترويج عن أثيوبيا وجهودها السياسية والاقتصادية والسياحية والتعريف بالفرص الاستثمارية التي تمتلكها البلاد والموارد الطبيعية والاقتصادية وجهود أثيوبيا في المنطقة.

إمكانية البث:

يقول الأستاذ/ أنور إبراهيم مدير القسم العربي السابق (2012-2018) واجه القسم عدد من المشاكل خلال الفترات السابقة فيما يختص بالبث إذ لا يوجد موقع محدد لها إذ تأرجح ما بين القناة الأولى والثانية والثالثة الأثيوبية (ETV1- ETV2-ETV4-EBC2-EBC3)، وواجه العمل في القسم العربي عدم استقرار في موقع البث خلال عمل الفضائية الأثيوبية ما بين قمر عرب سات ونايلسات (Etulpcet) والبث الأرضي المحلي. ويضيف الأستاذ/ أنور إبراهيم أن الفترة الأولى كان البث على القناة الأولى على عربسات في الفترة المسائية – تبدأ الساعة الخامسة مساءاً ثم تحول لفترة الظهيرة على القناة الثانية (EBC2) في تمام الساعة الثانية ظهراً وتعاد فترة البث على القناة الرابعة عند الساعة العاشرة ليلاً ثم انتقل إلى القناة الثالثة (EBC3) عند الساعة الثانية بعد الظهر ويعاد على نفس القناة في الساعة العاشرة ليلاً على نفس القناة على نايل سات. ويضيف أنور إبراهيم أن مدة البث خلال الثمانية أعوام التي فيها مديراً استمرت مدة البث لبرامج التلفزيون العربي الأثيوبي نصف ساعة يومياً.

ومن البرامج التي تم بثها خلال تلك الفترات:

- نشر الأخبار اليومية والتي تستمر لربع ساعة يومياً (15 دقيقة).
- برنامج يتحدث عن الأحداث السياسية والاجتماعية والاقتصادية اليومية يسمى (أثيوبيا اليوم).

- برنامج يتحدث عن آفاق الاستثمار في البلاد والفرص المتاحة والموارد الطبيعية يسمى (الاستثمار).

- برنامج يتحدث عن الواجهات السياحية والثقافات الأثيوبية والعادات والتقاليد الأثيوبية الخاصة بالشعوب والقوميات الأثيوبية يسمى (اكتشف أثيوبيا)

- برنامج ترفيهي يعكس الأغاني والملامح الثقافية لأثيوبيا يسمى (منوعات)

• كل تلك البرامج يتم تقديمها بالتناوب طيلة الأسبوع وعلى فترات البث اليومية.

• ويضيف الأستاذ/ أنور إبراهيم أن هناك مشاكل وتحديات واجهت العمل في القسم العربي تتمثل في الآتي:

- عدم إيمان الإدارات التي تعاقبت على إدارة الإذاعة والتلفزيون الأثيوبي بأهمية القسم العربي سواء أكان للإذاعة أو التلفزيون.

- عدم وجود القوى الوظيفية المؤهلة والمدربة في مجال الإعلام الإذاعي والتلفزيوني العربي.

- ضعف رواتب العاملين بالأقسام العربية.

- عدم إعطاء الأقسام العربية خصوصية في العمل والتعامل معه مثل بقية اللغات المحلية الأخرى رغم الجمهور العريض والكبير لمستمعي الإذاعة العربية ومشاهدي القسم العربي.

- عدم توفر الدعم اللازم للأقسام العربية من معينات عمل ووسائل لتطوير العمل وانعكس ذلك على عدم توفر فرص التدريب والدورات التدريبية اللازمة باللغة العربية للعاملين. أضف إلى ذلك.

فإن الإدارات ظلت تتعامل مع الأقسام العربية للإذاعة الأثيوبية والتلفزيون الأثيوبي على أنها مثلها مثل البرامج المحلية وليست كبرامج موجه. علاوة على عدم معرفة اللغة من قبل المسؤولين تعتبر إحدى الأسباب التي جعلت البرامج العربية متأخرة.

ومـن خـلال جـولات الباحـث الميدانيـة في محطـة الإذاعـة والتلفزيـون الأثيوبيـة وقـف عـلى عمـل لجـان تـم تكوينهـا مؤخـراً لمراجعـة الأداء والعمـل بغـرض تطويـره.

يقـول الأسـتاذ/ أنـور إبراهيـم لقـد تمـت إقامـة عـدد مـن اللجـان وكان عضـواً فيهـا، هدفـت لدراسـة واقـع هـذه الأقسـام العربيـة بالإذاعـة والتلفزيـون بعـرض تقديـم روابـط لتطويـر الأداء وكانـت أول هـذه اللجـان عـام 2015م بغـرض تقديـم رؤيـة لتطويـر برامـج القسـم العربـي لهيئـة الإذاعـة الأثيوبيـة (الإذاعـة - التلفزيون) وقـد عملـت هـذه اللجنـة عـلى اسـتحداث البـث عـلى الموجـة المحليـة F.M ذلـك بسـبب تواجـد عـدد كبـير مـن الأجانـب خاصـة العـرب في أثيوبيـا مـن (المسـتثمرين والسـياح والعاملـين في السـفارات العربيـة بأديـس أبابـا) وعـلى أن يتـم رفـع تلـك البرامـج عـبر الموقـع الرسـمي للهيئـة. وتـم وضـع 21 برنامـج تبـث بالتتابـع ولمـدة ثلاثـة سـاعات يوميـاً وذلـك بمعـدل 90 سـاعة في الشـهر. ولكـن بعـد تغـير الإدارة تـم إلغـاء هـذه الدراسـة وعمـل اللجنـة بعـد أن أنتهـت مـن عملهـا، وتقـرر أن تكـون فـترة البـث سـاعة واحـدة فقـط، بمعـدل ثلاثـين سـاعة في الشـهر. ويـرى الأسـتاذ/ أنـور إبراهيـم أن أحـدى الأسـباب التـي أدت إلى اتخـاذ ذلـك القـرار هـو عـدم توفـر الكـوادر البشريـة الكاملـة في مجـال البرامـج العربيـة. وظـل البرنامـج الإذاعـي كمـا هـو عليـه وأن تحولـت خدمـة بثـه عـبر موجـة 104 .FM[1].

ويضيـف الأسـتاذ/ أنـور فيمـا يتعلـق ببرامـج التلفزيـون باللغـة العربيـة، أنـه أقيمت عـدة لجـان لتطوير البرامـج والقوالب الفنيـة الخاصـة بالبرامج، آخرها في عـام 2017م والتـي عملـت عـلى وضـع خطة جديـدة تتعلـق بتطويـر اللغـات الأجنبيـة والمحلية ومن ضمنهـا اللغـة العربيـة، وكانـت أن تم وضع خطـة لفترات بث تـتراوح ما بـين الأربع إلى سـتة سـاعات في اليـوم، ففـي كل فـترة موجهة لثـلاث مناطـق في العالم (العالـم العربي – أوربـا – أثيوبيـا) وبعـد دراسـة طويلـة اسـتمرت لأكثـر مـن عـام انتهـت اللجنة من عملهـا، وقامـت على وضـع قوالـب فنية جديـدة، وبرامـج تعمل عـلى التعريـف بأثيوبيا مـن كافـة النواحـي. ولكـن في تلك الفـترة كانت مرحلـة نفير كبـيرة قد بدأت في سياسـة الدولـة والمؤسسـة والتـي عملت على تغـير إدارتها ممـا حدا بالمؤسسـة على إلغـاء الفكرة (تعطيـل مـا أوصت به الدراسـة) وتراجـع العمل وباتت فقـرة أخبارية فقـط تتكون من 20 دقيقـة عبـارة عن أخبار فقـط. وتوقفـت البرامج التي أوصـت بتنفيذهـا اللجنة التي اسـتمرت في عمل فـترة مقدرة من الزمـن وأصبح القسـم العربي بالتلفزيـون الأثيوبي في تراجـع خاصـة في عدد الكـوادر العاملـة والإمكانات.

(1) أنور إبراهيم عثمان: مقابلة شخصية سابقة.

نظرة عامة على البيئة الإعلامية في أثيوبيا:

وقف الباحث على الأوضاع والبيئة الإعلامية في أثيوبيا واطلع على عدد من التقارير واللوحات الإعلامية بمقر وزارة الإعلام والاتصالات سابقاً وبعض المعلومات من الإذاعة والتلفزيون واتضح له أنه يوجد في أثيوبيا (25) محطة مملوكة للقطاع العام، بعضها وطني، وبعضها إقليمي. تعمل عشر محطات إذاعية خاصة في أثيوبيا. يوجد لدى عدد من أجهزة الراديو الأخرى محطات إقليمية وفي جميع محطات الإذاعة المجتمعية البالغ 31 محطة تعمل. يوجد في أثيوبيا أربع صحف عامة وعدة صحف إقليمية مملوكة للدولة. هناك 19 صحيفة خاصة ومع ذلك فإن عدد الصحف المطبوعة منخفض للغاية حيث لا تحتوي الصحف الرائدة إلا على 15000 نسخة كل قضية فيما يتعلق بالعمل في عدد سكانها أكثر من 100 مليون. تزعم الصحف أن بإمكانها طباعة المزيد من النسخ لولا الحظر المفروض على المطابع الخاصة. تواجه الصحف الخاصة لاتي تعتمد على الطابعات المملوكة للدول تحديات الطباعة المتأخرة، ونقص حبر وورق الصحف.

وصف تقرير لمنظمة دعم وسائل الإعلام الدولية (IMS) وهي منظمة تتخذ من مدينة كوبنهاجن مقراً لها وهي منظمة تعمل في دعم وسائل الإعلام المحلية في البلدان المتأثرة بالصراعات المسلحة وانعدام الأمن الإنساني والانتقال السياسي[1].

أجرت مدرسة الصحافة بجامعة أديس أبابا بالتعاون مع برنامج الأمم المتحدة الإنمائي دراسة استقصائية للجمهور على وسائل الإعلام على أساس عينة من 10,000 مستجيب يتمتع البحث بملكية ومشاركة الوكالات الحكومية ومنظمات المجتمع المدني، بما في ذلك هيئة البث. حدد البحث ستة مجالات للتركيز في إصلاح وسائل الإعلام بما في ذلك قضايا إصلاح سياسة وسائل الإعلام وهي:

1. سياسة وسائل الإعلام والقوانين واللوائح.
2. الوصول إلى المعلومات – السياسة والممارسة.
3. استقلالية المنظمين لوسائل الإعلام.
4. التنظيم الذاتي لوسائل الإعلام.

(1) معلومات تحصل عليها الباحث من العلاقات العامة لمكتب الإعلام والعلاقات العامة للأكاديمية بالخرطوم، مرجع سابق

5. وسائل الإعلام العامة المملوكة للدولة والإقليمية.

6. التدريبات الإعلامية (تطوير المناهج).

لدى أثيوبيا لغات متنوعة وجهات نظر وثقافات سياسية يجب أن تجد كلها منصة للتعبير في وسائل الإعلام [1].

من وجهة نظر المنظمة، فإن جميع القضايا التي تم البحث عنها مهمة للغاية لكل من أجندة إصلاح وسائل الإعلام القصيرة والطويلة الأجل في أثيوبيا. ومع ذلك فإن العامل الرئيس في هذه العملية هو الحاجة إلى ترسيخ مبادئ جدول أعمال الإصلاح، وعلى سبيل المثال ما الذي سيسترشد بنوايا الحكومة في هذه العملية. بمجرد وضع مبادئ صلاحيات وسائل الإعلام ودور وسائل الإعلام في عملية إرساء الديمقراطية، يصبح من الأسهل بكثير العمل على إصلاحات تستند إلى هذه المبادئ. إن جدول الأعمال الذي وضعته الحكومة الأثيوبية وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي واسع للغاية ويحتاج إلى تحديد الأولويات، بالإضافة إلى قدرة قوية ومشاركة مجموعة من الجهات الفاعلة في قطاع الإعلام. إنها عملية تحتاج إلى تنسيق وتمثيل متوازن، بحيث لا تخضع لسيطرة الحكومة بالكامل.

وحول تقييم وسائل الإعلام وحرية التعبير يسترشد تقرير تقييم المنظمة لسياق وسائل الإعلام في أثيوبيا بمؤشرات تطوير وسائل الإعلام التابعة لليونسكو. والذي يرى أن تعد أجهزة الإعلام بجعل الاستنشاق للجرعات المقننة أداة تشخيصية مهمة لجميع أصحاب المصلحة ويساعد في تقييم تطور الوسائط ويساعد في تحديد المجالات التي يمكن أن يمثل فيها المساعدة المطلوبة، والأكثر حاجة. توفر أجهزة الاستنشاق بالجرعات المقننة يمثل صورة طموحة لكيفية بناء بيئة إعلامية تضمن حرية التعبير والتعددية وتنوع الوسائط. وتساهم وسائل الإعلام في التنمية الديمقراطية وركز التقييم الذي أجرته المنظمة اليابانية على جوانب بيئة الوسائط الإعلامية الأثيوبية للفئات الخمس الآتية:

1. نظام تنظيمي يفضي إلى حرية التعبير والتعددية وتنوع وسائل الإعلام.

2. تعددية الوسائط وتنوعها، ليقوم بدور اقتصادي أكبر والشفافية في الملكية.

---

(1) Ethiopian Broadcasting Corporation (EBC), Editorial Policy, 2008, p.138.

3. الإعلام كمنصة للخطاب الديمقراطي(1).

4. بناء القدرات المهنية ودعم المؤسسات التي تدعم حرية التعبير والتعددية والتنوع.

5. القدرة على البنية التحتية كافية لدعم وسائل الإعلام التعددية المستقلة تمشياً مع إطار عمل اليونسكو للوسائط المتعددة، أجرت IMS تقييماً لبيئة الإعلام في أثيوبيا منظمة وفق العناوين التالية:

التشريع والقوانين:

قال تقرير المنظمة أن الهدف من ذلك هو إيجاد نظام تشريع يفضي إلى حرية التعبير والتعددية وتنوع وسائل الإعلام، إن لدى أثيوبيا قوانين تشهير في قوانينها، حيث صدر قانون التشهير الجنائي في عام 2008م والذي اعتبرته المنظمة من أبرز مجموعات القوانين التي تنتهك حرية وسائل الإعلام حسبما جاء في التقرير. كما أن القانون يسمح للمدعين العامين بمصادرة المواد قبل نشرها باسم الأمن القومي.

يحرم قانون الجريمة السريانية المعني بتحريم الأفعال ذات الطبيعة العنصرية أو كراهية الأجانب الصادر في يونيو 2016م، يحرم الخطاب على الانترنت الذي يعتبر (تشهيراً أو إباحياً)، ويحدد العقوبات لمقدمي خدمات الانترنت الذين يستضيفون عن قصد. (راجع الملاحق، قائمة الصكوك الدولية والإقليمية والاسماء المختصرة لها.

ويرى تقرير المنظمة أن قانون الجمعيات الخيرية وقانون مكافحة الإرهاب يحد من عمل كل من وسائل الإعلام الرئيسية والجمعيات الإعلامية وجماعات الدعوة الإعلامية. وفي هذا الصدد يرى التقرير أن جمعيات أثيوبيا الإعلامية ليست ضعيفة فحسب، بل إنها غير فعالة لأنها لا تستطيع الحصول على دعم خارجي أو تنظيم نفسها بشكل كامل حول ولاياتها المختلفة حسبما جاء في التقرير.

ويرجع السبب جزئياً إلى قانون الجمعيات، إلا أن مجلس الإعلام لا يزال غير مسجل حيث تكافح الحكومة لمعرفة القانون الذي يندرج فيه المجلس. تشمل

(1) معلومات تحصل عليها الباحث من العلاقات العامة لمكتب الإعلام والعلاقات العامة للأكاديمية بالخرطوم، مرجع سابق

الأمثلة الأخرى للممارسات السيئة المستمرة التأخير في تخصيص الترددات للتلفزيون الفضائي المحلي الطموح، خدمات تلفزيون نهضة إفريقيا [1].

ويشكو صحفيو وسائل الإعلام الخاصة أيضاً من حرمانهم من الوصول إلى المعلومات الحكومية، وغالباً ما لا تتم دعوتهم لحضور الأحداث الإعلامية الحكومية. غالباً ما تقتصر الإحاطات الصحفية لرئيس الوزراء على عدد قليل من وسائل الإعلام المختارة.

وذكر تقرير اللجنة أن مؤسسات الدولة الأخرى مثل القضاء لم تكن مستقلة، مما زاد من التحديات القانونية التي تواجه الجهات الفاعلة في وسائل الإعلام، في حين تحسنت بشكل كبير سلامة وأمن الصحفيين ودور الإعلام، يقول كبار المحررين إن التهديدات المتبقية لا تزال قائمة بسبب الحالة السياسية المستقطبة في أثيوبيا.

من جانب آخر أشار التقرير إلى أن جهات فاعلة وتشمل العدل للجميع (JFA) وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي بدأت عمليات إصلاح سياسة وسائل الإعلام التي تعمل مع الحكومة.تم الانتهاء من البحث عن احتياجات وقضايا وسائل الإعلام بما يوفر الأساس للتركيز الاستراتيجي على إصلاحات السياسة الإعلامية. وقعت JFA مذكرة تفاهم بشأن دعم سياسة الإعلام مع مكتب الاتصالات الفيدرالي الحكومي في يناير 2018م.

تخطط JFA أيضاً لدعم بناء قدرات الحكومة مسؤولو الاتصال كجزء من تحسين الوصول إلى المعلومات. لذلك من المهم أن يوافق برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، وكذلك برنامج العدالة للجميع وبرنامج Fojo Media القادم، على تحديد إصلاح سياسة وسائل الإعلام كمفتاح لإرساء الديمقراطية في وسائل الإعلام في أثيوبيا. ويرى البرنامج أن من مؤشرات برنامج الأمم المتحدة الإنمائي والعدالة للجميع هي أن الحكومة تهتم بمعالجة الإصلاحات الإعلامية وتحسين بيئة تشغيل الوسائط [2].

وتأكيداً على ما ورد، لاحظ فريق المنظمة أن الحاجة إلى عملية إصلاح وسائط أكثر شمولية واستراتيجية تمثل ضرورة، نظراً للعزلة النسبية للجهات الفاعلة

(1) معلومات تحصل عليها الباحث من العلاقات العامة لمكتب الإعلام والعلاقات العامة للأكاديمية بالخرطوم، مرجع سابق

(2) معلومات تحصل عليها الباحث من العلاقات العامة لمكتب الإعلام والعلاقات العامة للأكاديمية بالخرطوم، مرجع سابق

في مجـال الدعـوة الإعلاميـة، ورأى الفريـق البحثـي أن مـن المهـم تعزيـز الروابـط مـع الجهـات الفاعلـة في مجـال الدعـوة الإعلاميـة في المنطقـة مـن أجـل بنـاء الخـبرة المحليـة. إلى ذلـك لاحـظ الباحـث جهـد مـن الأفـراد والقطـاع الخـاص، حيـث يقـوم كبـار الإعلاميـين في أثيوبيـا بـأدوار المنـاصرة بصفتهـم الشـخصية اقـترح البعـض إعـداد منصـات للمراكـز الفكريـة التـي تجمـع وسـائل الإعـلام ومنظمـات المجتمـع المدنـي وممثـلي الحكومـات حـول الطاولـة حـول وسـائل الإعـلام والقضايـا الوطنيـة الأخـرى.

واتضـح للباحـث أن الـذي يواجهـه الإعـلام الإثيوبي بصفـة عامـة والإذاعـة والتلفزيون بصفـة خاصـة هـو إيجـاد السياسـات الإعلاميـة وتطبيقهـا عـلى أرض الواقـع، ودعـا التقريـر إلى ضرورة أن تسـعى عمليـة إصـلاح وسـائل الإعـلام بنشـاط إلى تعزيـز قدرة الجمعيـات الإعلاميـة حتـى تشـارك بنشـاط أكـبر في عمليـة التغيـير في هـذا الصـدد تعتقـد IMS أن إصلاحـات السياسـة الإعلاميـة لا تتعلـق فقـط بنتيجـة السياسـة، بـل تتعلـق بالعمليـة. يعتمـد التنفيـذ المسـتدام لإصلاحـات السياسـة الإعلاميـة إلى حـد كبـير عـلى قطـاع إعـلام ومجتمـع مدنـي يتمتـع بالسـلطة ويتـولى عمليـة التغيـير ويدافـع عنهـا أثنـاء ممارسـة الصحافـة.

في حـين أن هنـاك إمكانيـة متزايـدة للوصـول إلى التلفزيـون ومنصـات الوسـائط عـبر الانترنـت، فـإن تنـوع المحتـوى يمثـل تحديـاً لأن معظـم القنـوات التلفزيونيـة في أثيوبيـا تفتقـر إلى القـدرة، وتظـل خائفـة مـن النظـام القانونـي التقييـدي القائـم وإلى حـد كبـير عـلى أسـاس المدنيـة. في عـام 2017م تمـت تغطيـة أكثـر مـن 18 مليـون أسرة إثيوبيـة عـبر القنـوات التلفزيونيـة الفضائيـة، ممـا كان لـه تأثـير هائـل عـلى المواطنـين الإثيوبيـين [1].

يظهـر بحـث الوصـول إلى وسـائل الإعـلام بتكليـف مـن السـفارة السـويدية أجرتـه Fojo أن تلفزيـون Kana المملـوك للقطـاع الخـاص، والـذي يحتـل موقـع الصـدارة، يبـث بشـكل أسـاسي حتـى الآن أوبـرا المسلسـلات الأجنبيـة.

ومـع ذلك تخطـط القناة لبـدء البث الذاتـي للأخبار في المسـتقبل القريـب. إذا تمكنوا من القيـام بذلك فسـتكون (أخبار قانا) مشـاهدة لحوالي ثلث مشـاهدي التلفزيـون الإثيوبي.

(1) معلومـات تحصـل عليهـا الباحـث مـن العلاقـات العامـة لمكتـب الإعـلام والعلاقـات العامـة للأكاديميـة بالخرطـوم، مرجـع سـابق

في مقابلات أظهرها تقرير المنظمة يقول مدير تلفزيون كانا Kana أن استطلاعات الجمهور تظهر أن الجماهير الأثيوبية تفضل المحتوى المحلي في الأخبار والترفيه على حد سواء. ومع ذلك تقول المحطة إن أثيوبيا تفتقر إلى القدرة على إنتاج المحتوى بصرف النظر عن امتلاك أكبر (هيئة بث إثيوبية) وتمتلك الحكومة أيضاً التلفزيون القومي والمحطات الإذاعية المقيدة على بحث المحتوى السياسي، ولكن نشطة للغاية ومتنوعة في تغطيتها للقضايا المحلية التي تشمل القضايا التنموية وكذلك قضايا المجتمع المحلي.

وأظهر التقرير من خلال الإحصائيات الرسمية إن وسائل الإعلام الأثيوبية المستقلة ليست صغيرة فحسب، بل إنها أيضاً تخضع للرقابة الذاتية وتتجنب القضايا السياسية المثيرة للجدل خوفاً من المضايقة وسائل الإعلام المهيمنة هي محطات (البث والصحف المملوكة للدولة)، وتميل هذه إلى دعم المواقف والسياسات السياسية للحكومة. كما يحظر الإعلان الإعلاني لعام 2012م والإعلان من الشركات التي يتقاسمها رعايا أجانب.

وفقاً لمحطات التلفزيون الخاصة، وبعد الزيارة الميدانية للباحث لها اتضح له أنه لم تعد المشكلة في أثيوبيا هي مسألة حظر المحظورات، بل تطوير نماذج أعمال مستدامة للقطاع بالإضافة إلى تعزيز المحتوى المحلي والمزيد من التمثيل الجغرافي. وبوجه عام ليست الوسائط الأثيوبية قوية في نماذج الأعمال أو دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عملياتها، وهي مسألة تحتاج إلى اهتمام في هياكل وسائل الإعلام المتغيرة عالمياً.

من المحتمل أن تتحقق تحركات جديدة بشأن ملكية وسائل الإعلام إذا استمر التقدم في الإصلاحات السياسية بشكل إيجابي بعض وسائل الإعلام الأثيوبية الأكبر في الشتات، مثل شبكة أوروميا الإعلامية، والتي تفكر في الاستثمار في قطاع الإعلام الوطني. هذا سيضيف إلى تنوع الملكية وتعدد الآراء في وسائل الإعلام.

الإعلام كمنصة للخطاب الديمقراطي:

الإعلام كمنصة للخطاب الديمقراطي ارتفعت توقعات التغيير من خلال إطلاق سراح الصحفيين المسجونين في أوائل عامي 2018م/2019م هناك لقد تحدثت الحكومة عن أن وسائل الإعلام الناقدة في الشتات حرة في العمل في أثيوبيا، وقد

وعـدت الحكومـة أيضـاً بإصـلاح بعـض القوانـين المقيـدة، لا تـزال التغطيـة الإعلاميـة إلى المسـتوى الوطنـي نخبويـة مـن وجهـة نظـر إيجابيـة تبـدي هيئـة الإذاعـة EBC المملوكـة للدولـة اهتمامهـا بالإصـلاح وغـيرت محتـوى برنامجهـا لتعزيـز التنـوع وتعـد الأصـوات[1].

وفقـاً للمديـر العـام لهيئـة الإذاعـة الأثيوبيـة، فقـد توقفـوا عـن تخصيـص وقـت تلفزيونـي للكيانـات المملوكـة للدولـة، وطلبـوا بـدلاً مـن ذلـك مـن هـذه الكيانـات والـوزارات تبريـر تغطيـة موضوعاتهـا الأخباريـة الخاصـة مـن قبـل هيئـة الإذاعـة الحكوميـة.

وأكـدت أن الهيئـة (EBC) تعمـل أيضـاً عـلى تحسـين اسـتجابتها للجماهـير مـن خـلال منصـات التغذيـة المرتكـزة عـلى الوسـائط الاجتماعيـة والتـي تشـمل الرسـائل القصـيرة وFacebook إن الوعـي بالمنافسـة المتزايـدة مـن المحطـات الخاصـة يدفـع أيضـاً EBC نحـو الإصـلاح. ويقـول مديـر إدارة تنميـة المـوراد البشريـة بهيئـة الإذاعـة الأثيوبيـة إن الجماهـير تريـد أن تسـمع أصواتـاً وقضايـا متنوعـة ولهـذا السـبب نخطـط لتغطيـة الأكثـر إنصافـاً لانتخابـات عـام2020م.

قطاع البث الشامل:

تقـوم محطات الإذاعة المجتمعية التي أنشـأتها الحكومة بدور بارز في مشـاركة المعلومات، وتتحـدى القيـود الحكوميـة عـلى تغطيـة القضايا الحساسـة، بمـا في ذلـك الاحتجاجات القائمـة على أسـاس إثنـي. تقوم أجهـزة الراديـو المجتمعية بـدور في الصحافـة الخاصة بالمصالـح العامة وله القـدرة على تعزيز منصـات المجتمع للحوار والنقـاش والوصول إلى المعلومـات من خـلال تناولهـا للموضوعـات المحلية وكشـف تقرير تقييم وسـائل الإعلام وحريـة التعبـير في أثيوبيـا إلى اجتماعـات فريـق المنظمة مع محطـات الإذاعـة المجتمعية والتـي بحثـت سـيناريو تميل فيه وسـائل الإعلام المجتمعيـة أو الإقليميـة إلى التركيز أكثر عـلى قضايـا المجتمـع المحـلي وأصبحت أكثـر تمثيـلاً للأصـوات المحلية. أبلغـت المحطات الإذاعيـة المجتمعيـة المنظمـة بأنهـا تصمـم البرامـج وفقـاً لاهتمامـات المجتمـع وتمكنت مـن توفير مسـاحة وصـوت لمجموعـة متنوعـة من الأصـوات حـول مختلـف القضايا[2]. تقـول محطـات الإذاعة المجتمعيـة وفقـاً للتقرير أن المجتمعـات المحلية تفضل الاسـتماع

(1) نقيسي ميتيكو (Ngese Mitiku)، مدير هيئة الإذاعة والتلفزيون الأثيوبي، مقابلة شخصية بتاريخ 2019/11/18م.

(2) راشـويت موكونـدو، فـين راسموسـن، تقريـر تقييـم وسـائل الإعـلام وحريـة التعبـير، أثيوبيـا في مرحلـة انتقاليـة (الأمـل وسـط التحديـات)، أكتوبـر 2018م، إعـداد فريـق منظمـة دعـم وسـائل الإعـلام الدوليـة، كوبنهاغـن، الدنمـارك، ص 15.

إلى القصص المحلية، وهو مؤشر مهم على أهمية المحطات كمنصات للحوار المحلي والوصول إلى المعلومات. في أحدى قصص النجاح هذه تمكنت محطة إذاعية مجتمعية من جمع المجتمعات المتحاربة على سرقات الماشية معاً لبناء السلام في سياق حيث يمكن أن تضيع الأرواح.

هذا التركيز على المحتوى المحلي من قبل محطات الراديو المجتمعية مدعوم بشروط الترخيص التي تتطلب أن يكون 80% من المحتوى يتكون من برامج محلية و20% محتوى ذو أهمية وطنية. تم مشاركة نفس المعلومات من قبل هيئة الإذاعة الأثيوبية التي أشارت إلى أن محطات التلفزيون الإقليمية المملوكة للدولة تتزايد تأكيدها على استقلاليتها التحريرية وأن هناك حاجة لإلية حول كيف يمكن أن تكون المحطات التلفزيونية المملوكة للدولة أكثر احترافية وشمولية من حيث التمثيل الواسع لأصوات المجتمع.

ولاحظ الباحث أن محطات الإذاعة المجتمعية تقوم بعمل مهم في الإبلاغ عن القضايا الحرجة المتعلقة بالسياسة، والقضايا التنموية التي تشمل الصحة والزراعة وتغير المناخ في بعض الحالات، وجدت قصص الأخبار الإذاعية المجتمعية طريقها إلى وسائل الإعلام الوطنية، وهو مؤشر على الشراكات المحتملة بشأن مشاركة القصص بين وسائل الإعلام المجتمعية والإقليمية والوطنية.

وتعترف المجموعات بأن تغطية القضايا خارج المراكز الحضرية محدودة وأن معظم المحتوى الإعلامي يتم الحصول عليه من أديس أبابا. ويتم استخدام منصات الوسائط الاجتماعية وكذلك الرسائل النصية المحمولة لتعزيز مشاركة الجمهور في البرامج الإعلامية تقول جميع دور وسائل الإعلام تقريباً، بما في ذلك الإذاعة والمحطات التلفزيونية والصحف، وإنها تستخدم منصات الوسائط عبر الشابكة العالمية للمعلومات (الانترنت) لتعزيز الوصول إلى المعلومات والتفاعل مع الجماهير.

وأبلغت فرق البحث التابع للمنظمة أيضاً أن صحيفة جديدة تركز على الصحافة الاستقصائية من المرجح أن تبدأ في النشر منذ عام 2018م، وهذا مؤشر آخر على التغيير في المشهد الإعلامي في أثيوبيا. ومع ذلك يؤكد المحللون السياسيون والسياسيون أنه لا يوجد أي تقرير انتقادي للقضايا الوطنية الرئيسية مثل العرق، حيث لا تزال معظم وسائل الإعلام تعتبر حزبية[1].

(1) راشويت موكوندو، فين راسموسن، تقرير تقييم وسائل الإعلام وحرية التعبير، أثيوبيا في مرحلة انتقالية، مرجع سابق، ص 17.

إلى ذلك أبدى الصحفيون من وسائل الإعلام الخاصة والعامة اهتماماً ببناء القدرات في مجال صحافة المصلحة العامة. يقول محللون إعلام يون إن القدرة على الصحافة ذات المصلحة العامة يجب أن تكون كذلك وأن استهداف كل من الوسائط الرئيسية والمدونين بحيث يمكن تحسين جودة المعلومات على المنصات الاجتماعية.

القدرات المهنية والدعم المؤسس لحرية التعبير والتنوع:

بناء القدرات المهنية والدعم المؤسسات التي تدعم حرية التعبير والتعددية والتنوع يتمثل التحدي، ولاحظ الباحث أن جماعات الدعوة الإعلامية ضعيفة وغير قادرة في هذه اللحظة على التعبير عن مصالح القطاع وتمثيلها بالكامل في السياسة الإعلامية المستمرة.

ويرى فريق البحث في التقرير أن موضوعات الإصلاح في هذا الصدد بحاجة إلى تعزيز مهارات المدافعين عن وسائل الإعلام إما بصفتهم الفردية أو التنظيمية، حتى يتمكنوا من المشاركة بشكل كامل في عملية إصلاح سياسة الإعلام والمساهمة فيها[1].

وتشمل الجمعيات الصحفية والإعلامية الحالية (النساء) جمعية الصحفيين وكذلك جمعية الناشرين الآن بقي خمسة أعضاء فقط من أصل 20 عضو بعد إغلاق وسائل الإعلام على مدار الأعوام القليلة الماضية. جمعية الناشرين غير مسجلة بسبب قانون الجمعيات الأهلية والجمعيات التقييدية. أعربت هيئة الإذاعة الأثيوبية (EBA) عن اهتمامها بالمشاركة في تعزيز الكفاءة المهنية لوسائل الإعلام والتنظيم الذاتي ودعم هذه الحاجة كوسيلة لإصلاح الهيئات التنظيمية الحكومية.

ولاحظ الباحث أن وسائل الإعلام الخاصة والحكومية، بما في ذلك هيئة الإذاعة الحكومية تشكل جزءً من مبادرة مجلس وسائل الإعلام، وقد أبدى كبار الموظفين في الدولة ووسائل الإعلام الخاصة استعدادهم للمشاركة في عملية الإصلاح، وبصورة أكبر تنفيذ ولاية مجلس الإعلام[2].

---

(1) راشويت موكوندو، فين راسموسن، تقرير تقييم وسائل الإعلام وحرية التعبير، أثيوبيا في مرحلة انتقالية، مرجع سابق، ص 17

(2) السيد دانيال: مدير إدارة التدريب وتنمية الموارد البشرية بهيئة الإذاعة الأثيوبية والتلفزيون، مقابلة شخصية بتاريخ2019/11/18م، الساعة العاشرة صباحاً.

في المقابلة مع مدير التدريب وتنمية الموارد البشرية بهيئة الإذاعة الأثيوبية، كان هناك مصلحة بارزة في الدولة مشاركة، ووسائل الإعلام الخاصة والدولية لإشراك المجتمع في بناء قدرات وسائل الإعلام يقول رئيس EBA أن وسائل الإعلام الرئيسية تدرس الاستماع وليس الانتقاد وتكافح من أجل الإبلاغ عن التحول الاجتماعي والسياسي في أثيوبيا. تستخدم وسائل الإعلام الأثيوبية للإبلاغ عن ما يسمى بالقضايا التنموية التي تشمل الصحة والتعليم وهذا يميل إلى تكرار مواقف الحكومة في بيئة يتم فيها التحكم في وسائل الإعلام الرئيسة.

يقول رئيس EBA أن الدور المتوقع للإعلام لا يتناسب مع السعة المطلوبة إن EBA على استعداد للعمل مع قطاع البث لرفع القدرات المهنية كوسيلة للتعامل مع المهنية. يقول EBA من الأفضل رفع السعة قبل فرض أي رموز يتضمن تفويض EBA الترخيص والمراقبة والقدرة الإعلامية، والسلطة مستعدة للمشاركة مع الشركاء الدوليين بما في ذلك مع محطات الإذاعة المجتمعية لتعزيز القدرات الإعلامية.

ولاحظ الباحث أن بعض دور وسائل الإعلام قد وقعت على تعميم مراعاة المنظور الإنساني وتعهد بالمساواة، ولكن هناك مخاوف بشأن الالتزام بهذه المدونات الإعلامية الملزمة وتطبيقها والسياسات الخاصة بالنوع وكان تقرير مؤسسات الإعلامة قد أشار بوضوح للتحرش الجنسي للعاملات في وسائل الإعلام بالإضافة إلى الفرص المحدودة للصحفيات من قبل أولئك الذي تحدثوا مع فريق بحث المنظمة[1].

تقول محطات التلفزيون الجديدة (Kana) بالإضافة لى صحف مثل الريبورتر (أنها تقوم بتدريب موظفي وسائل الإعلام المنزلي لأن خريجي الصحافة من الجامعة ليسوا مستعدين لغرفة الأخبار ومع ذلك تشير مدرسة الصحافة بجامعة أديس أبابا إلى أنها على اتصال دائم مع الجهات الفاعلة في صناعة الإعلام لتحسين التدريب.

يبدو أنه لا توجد منصات كافية للمشاركة المستمرة بين صناعة الإعلام والمؤسسات الإعلامية الإقليمية والدولية وهي مفتوحة للدعم في تعزيز قدرتها التدريبية. وأن المدرسة حالياً بالشراكة مع مدرسة تدريب إعلامية ترويجية مرتبطة ببرنامج تبادل الطلاب.

(1) .راشويت موكوندو، فين راسموسن، تقرير تقييم وسائل الإعلام وحرية التعبير، أثيوبيا في مرحلة انتقالية، مرجع سابق، ص 19.

ولاحظ الباحث أن تقوم كلية الصحافة بإخراج مئات الطلاب كل عام، ويكافح عدد من هؤلاء الطلاب للحصول على عمل في قطاع الإعلام. رغم أن كلية الصحافة قامت بإجراء الكثير من التغييرات التي حسنت المناهج التي تقررها الحكومة. وإعلانها أن المدرسة مستعدة لتقديم الدعم التدريبي لمحطات الإذاعة المجتمعية باستخدام وحدة الاستشارات التابعة لها.

في المقابلات مع مختلف الجهات الفاعلة في القطاع، لاحظ الباحث أن (المصلحة العامة للصحافة) نقطة دخول محتملة لدعم وسائل الإعلام. في بناء القدرات في مجال الصحافة العامة لا يجب أن تكون البرمجة عدوانية للحكومة، لكن يمكنها التركيز على القضايا التنموية ودعم قضايا الحكم المستمرة مثل حملة مكافحة الفساد التي يقودها رئيس الوزراء(آبي أحمد).

إلى ذلك أشار تقرير بحث المنظمة أن صحافة المصلحة العامة ليست مجرد صحافة نقدية، بل هي تغطية متعمقة واستكشاف مختلف الأصوات والقضايا وكشف الممارسات الخاطئة التي تؤدي لى التحول الاجتماعي على مستوى السياسة والممارسة, وبالتالي هناك إمكانية لبناء قدرات الجهات الفاعلة في قطاع الإعلام الإثيوبي على الصحافة ذات الاهتمام العام لتمكين وسائل الإعلام لتشكيل دور الوكالة الدولية للطاقة ودورها الإعلامي حول التطورات في أثيوبيا[1].

كما كشف التقرير أن المحللون الذين تحدثوا لفريق البحث أيضاً أن المؤسسات الأخرى مثل القضاء هي مفتاح إضفاء الطابع اليمقراطي على وسائل الإعلام لأنها تحمل عبء تفسير القانون، ولكن من المحتمل أيضاً أن تصدر أحكاماً تحسن وسائل الإعلام وبيئة التعبير الحر. يقول المدونون إن دور القضاء أساسي، وبالتالي هناك حاجة لإصلاحات السياسة الإعلامية لتشمل الحوار وبناء قدرات الجهاز في قضايا السياسة الإعلامية قدرة البنية التحتية كافية لدعم وسائل الإعلام المستقلة والتعددية لا تزال البنية التحتية لوسائل الإعلام في أثيوبيا ضعيفة مع وجود قيود على الاستثمار الخاص في المطبعة وكذلك الاتصالات السلكية واللاسلكية نتيجة لذلك، الصحف الخاصة تعاني تحت وزن التكاليف والقيود المفروضة على استخدام المطابع المملوكة للحكومة.

(1) .راشويت موكوندو، فين راسموسن، تقرير تقييم وسائل الإعلام وحرية التعبير، أثيوبيا في مرحلة انتقالية، مرجع سابق، ص 17

أمـا عـن شركات الاتصـالات السـلكية واللاسـلكية فقـد لاحـظ الباحـث أنهـا مملوكـة إلى حـد كبـير بشـكل مبـاشر وغـير مبـاشر مـن قبـل وكلاء الحكومـة. وكالـة الاتصـالات الأثيوبيـة (ETA) هـي الهيئـة التنظيميـة الرئيسـية التـي تـشرف عـلى قطـاع الاتصـالات. في الممارسـة العمليـة، يتمتـع المسـؤولون التنفيذيـون الحكوميـون بالسـيطرة الكاملـة عـلى سياسـة تكنولوجيـا المعلومـات والاتصـالات وتنظيـم القطـاع.

تقـل نسـبة الوصـول إلى الانترنـت عـن 15% بينمـا يبلـغ معـدل انتشـار الهواتـف المحمولـة حـوالي 75%. هنـاك نمـو مسـتمر في الوصـول إلى وسـائل التواصـل الاجتماعـي في المقـام الأول بـين الشـباب مـن سـكان أثيوبيـا. لذلـك مـن المهـم تعزيـز هـذه الأصـوات عـبر الانترنـت حتـى تسـهم في الحـوار العـام.

لا يـزال الوصـول إلى خدمـات تكنولوجيا المعلومـات والاتصـالات باهظ التكلفة بالنسـبة لمعظـم الإثيوبيـين، ويعـزى ذلـك إلى حد كبـير إلى احتـكار الحكومـة لقطـاع الاتصالات، والـذي بـدوره يوفـر للمسـتهلكين خيـارات قليلة. يتـم تحديد الأسـعار بواسـطة (هيئة الاتصـالات الأثيوبيـة) التي تسـطير عليهـا الدولة ويتـم الاحتفاظ بها بشـكل مصطنع[1].

يعـد إيقـاف تشـغيل الوصـول إلى منصـات التواصـل الاجتماعـي عـلى الهواتـف المحمولـة خـلال احتجـاج سـبتمبر 2018م وأحـداث 2019م، وإبريـل 2020م مـؤشراً آخـر عـلى التحديـات التـي لا تـزال أثيوبيـا تواجههـا. كمـا أظهـرت تقاريـر عـدة مـن محطـات الإذاعـة المجتمعيـة تحديـاً كبـيراً في البيئـة التحتيـة حيـث فشـلت بعـض المحطـات المجتمعيـة في خدمـة مجتمعاتهـا المسـتهدفة بسـبب نقـص مـن أجهـزة الإرسـال والنسـخ الاحتياطـي التقنـي. أبلغـت الهيئـة العامـة للطـيران المدنـي المنظمة بـأن بعـض محطـات الراديـو قـد أغلقـت بسـبب تحديـات المعـدات. يعـد قصـور المعـدات ونقـص المهـارات التقنيـة اللازمـة لصيانـة المعـدات مـن بـين التحديـات التـي تواجـه محطـات الإذاعـة المجتمعيـة في أثيوبيـا.

(1) .راشـويت موكونـدو، فـين راسموسـن، تقريـر تقييـم وسـائل الإعـلام وحريـة التعبـير، أثيوبيـا في مرحلـة انتقاليـة، مرجـع سابق، ص 18.

يـرى المحللـون الصحافيـون والسياسـيون الذيـن التقـى الباحـث عـدداً منهـم وأبرزهـم: أنـور إبراهيـم[1] ، إبراهيـم صالـح[2]، وعبـاس محمـد صالـح[3] في مقابـلات أجراهـا معهـم الباحـث كل عـلى حـدة. أن الحكومـة بـدأت عمليـة إصـلاح قـد يصعب كبحهـا، وقـد يسـتفيد مسـتثمرو الإعـلام مـن ذوبـان الجليـد في الوضـع السـياسي الصحـف التـي تراجعـت إلى منصـات الانترنـت إمـا كنتيجـة للحظـر أو للترهيـب، أو تداعيـات جائحـة كورونـا قـد تفتـح مـن جديـد، بمـا في ذلـك الصحـف الرائـدة مثـل (الاسـتاندرد). يبقـى أن نـرى مـا ذا كانـت وسـائل الإعـلام في الشـتات سـتفتح متجـراً في أثيوبيـا بعـد دعـوة مـن الحكومـة التـي سـتكون موضـع ترحيـب للقيـام بذلـك.

هـذا وقـد أوصى تقريـر تقييـم وسـائل الإعـلام وحريـة التعبـير (إيثيوبيـا في مرحلـة انتقاليـة: الأمـل وسـط التحديـات إلى عـدد مـن التوصيـات أهمهـا: أن تطويـر وسـائل الإعـلام يجـب تحديـد ودعـم البرامـج والمسـارات نحـو التغيـير الإيجابـي داخـل الحكومـة ومـن منظـور المواطـن مجموعـات المنـاصرة الإعلاميـة، ضعيفـة وتتأثـر بالحكومـة، تتطلـب تعزيـز لتحسـين التأثـير في عمليـة التغيـير.

- هنـاك حاجـة لتحديـد إصـلاح وسـائل الإعـلام ضمـن المبـادئ الدوليـة التـي تشـمل أجهـزة الاستنشـاق بالجرعـات المقننـة في اليونسـكو[4].

- يجـب عـلى حكومـة أثيوبيـا النظـر في تمثيـل وملكيـة أجنـدة إصـلاح وسـائل الإعـلام بشـكل أكثـر شـفافية وأوسـع نطاقـاً مـن جانـب قطـاع الإعـلام والمجتمع المدنـي بمـا في ذلـك الوعـي العـام بالإصلاحـات السياسـية وحريـة التعبـير.

- هنـاك حاجـة إلى بنـاء قـدرات وسـائل الإعـلام الإقليميـة أو المجتمعيـة، ليـس فقـط في مجـال التحريـر المهنـي، ولكـن أيضـاً مـع المعـدات.

- يحتـاج الإعـلام الإثيوبـي إلى الدعـم في تطويـر نمـاذج الأعمـال التـي تعـزز الاسـتدامة الماليـة وبالتـالي المزيـد مـن الاسـتقلال التحريـري ويشـمل ذلـك دمـج تكنولوجيـا المعلومـات والاتصـالات في عمـل غرفـة الأخبـار.

---

(1) أنور إبراهيم، مدير مكتب العين الإخبارية الإماراتية، مكتب أديس أبابا، مقابلة شخصية 2019/11/24م.

(2) إبراهيـم صالـح، صحفـي سـوداني يعمـل في وكالـة أنبـاء الأناضـول التركيـة بأديـس أبابـا مقابلـة شـخصية بتاريـخ 2019/11/25م

(3) عبـاس محمـد صالـح، صحفـي سـوداني يعمـل لصالـح السـفارة القطريـة بأديـس أبابـا مهتـم بقضايـا أفريقيـا عامـة وأثيوبيـا خاصـة، مقابلـة شـخصية بمنزلـه بأديـس أبابـا بتاريـخ 2019/11/26م.

(4) راشـويت موكونـدو، فـين راسموسـن، تقريـر تقييـم وسـائل الإعـلام وحريـة التعبـير، أثيوبيـا في مرحلـة انتقاليـة مرجـع سـابق، ص 15 – 21 بتـصرف.

- الحكم وجدول أعمال التنمية في إثيوبيا بصرف النظر عن البيئة السياسية الصعبة، فإن لدى أثيوبيا قطاع إعلام اجتماعي سائد مزدهر يمكنه توفير منابر للحوار حول قضايا الحكم والتنمية الرئيسية. الاهتمام العام وتوسيع نشاط وسائل الإعلام الاجتماعية باستخدام منصات لتبادل المعلومات على أساس وسائل الإعلام الاجتماعية التي تستهدف الشباب.

- ترى المنظمة أن المشهد الإعلامي الإثيوبي ودعم تطوير الوسائط يحتاجان إلى مجموعة من المبادئ الدولية، بحيث تكون الأهداف والإجراءات أكثر استراتيجية وتحيط علماً بجميع العناصر التي تسترشد بها صلاحيات وسياسات وسائل الإعلام الإعلامية وبناء القدرات.

- يمكن لمحطات الإذاعة المجتمعية الأثيوبية ووسائل الإعلام الخاصة أن يكون لها دوراً مهماً في وتوفير المعلومات الجيدة للمواطنين ودفع حدود المساءلة العامة وقضايا الحكم من خلال الجودة والصحافة المهنية.

- هناك حاجة لتعزيز وجود وقدرات وشجاعة ودور المجتمع ووسائل الإعلام الخاصة والحكومية في مجالات مثل صحافة المصلحة العامة. يقول ممثلو وسائل الإعلام الأخبارية الخاصة إنهم ما زالوا يواجهون الإقصاء من الحكومة ولديهم قاعدة محدودة من المهارات.

- هناك حاجة إلى تعزيز منصات الإعلام والمعلومات الحالية بما في ذلك الحوار. لدى وزارة الاتصالات فرصة لإشراك قطاع الإعلام في عمليات إصلاح وسائل الإعلام. ومن الأمثلة الجيدة على ذلك رغبة هيئة البث في المشاركة في إصلاحات البث وبناء قدرات هيئات البث.

- تحتاج أصوات وسائل الإعلام المجتمعية إلى تضخيمها. يمكن تحقيق ذلك من خلال دعم أجهزة الراديو المجتمعية لتعزيز أهميتها وكفاءتها المهنية في مواجهة التحديات المعقدة للنزاع والتنمية. يجب استخدام رغبة وزارة الاتصالات في المشاركة في دعم أجهزة الراديو المجتمعية كنقطة انطلاق للإصلاحات الإعلامية العريضة القاعدة[1].

(1) .راشويت موكوندو، فين راسموسن، تقرير تقييم وسائل الإعلام وحرية التعبير، أثيوبيا في مرحلة انتقالية، مرجع سابق، ص 19.

التواصل الإنساني والمشاركة المجتمعية:

تواجه أثيوبيا تحديات إنسانية وإنمائية وأمنية هائلة، تستضيف البلاد عشرات الآلاف من اللاجئين من الصومال وجنوب السودان وإريتريا المجاورة، والجفاف والمشردين داخلياً بسبب الصراع. لدى وسائل الإعلام فرصة لتلبية الاحتياجات المحددة لهذه المجتمعات. تقترح IMS إجراء يشمل دعم منصات معلومات اللاجئين والمشردين داخلياً، ودعم صحافة المواطن وربط وسائل الإعلام الرئيسية بمجتمعات اللاجئين والمهجرين داخلياً.

المبحث الثالث

صناعة السياسة التحريرية واتخاذ القرار في هيئتي الإذاعة والتلفزيون بالسودان وإثيوبيا

أولاً: هيئة الإذاعة والتلفزيون السودانية:

لم تصدر في السودان حتى الآن تشريعات إعلامية تتعلق بالعمل الإذاعي أو التلفزيوني وذلك بسبب تبعية هذين الجهازين إلي الحكومة[1]، وبالتالي فان القوانين التي تسنها الحكومة تهدف من وراءها للحفاظ علي استقرارها ولعل أهم تلك القوانين المعاصرة القانون الجنائي لسنة 1991م ، حيث جاء في الباب الخامس من (الجرائم الموجهة ضد الدولة) الفقرة (55) من يحصل بأي بطريقة علي أي أمور سرية من معلومات أو يشرع في الإفضاء بتلك المعلومات أو المستندات لأي شخص دون إذن أو عذر مشروع يعاقب بالسجن مدة لا تتجاوز سنتين أو الغرامة أو العقوبتين معاً، وتكون الغرامة والسجن مدة لا تتجاوز خمس سنوات إذا كان الجاني موظفاً عاماً[2]،

ومن ذلك يتضح أن العاملين في مجال العمل الإعلامي يتعاملون بحذر خوفاً من الوقوع تحت طائلة هذا القانون خاصةً هذه المادة من الباب الخامس التي تصنف من يقوم بها بأنه يقع تحت طائلة الجرائم الموجهة ضد الدولة وأيضاً نجد العاملين في الإذاعة والتلفزيون يتعاملون بحذر خوفاً من أن يقعوا تحت طائلة القانون وحدثت مفارقات في هذا الصدد رغم وضوح هذه الفقرة القانونية من القانون الجنائي، فقد حدث في يوم2015/11/3م ومن خلال برنامج صباح البيوت الذي بثته إذاعة البيت السوداني أن تعاملت معدة ومقدمة برنامج صباح البيوت علي موجة إذاعة البيت السوداني FM100 (لمياء متوكل) إنها استضافت الباحث علي بلدو وأن تم تخصيص حلقة ذلكم اليوم للحديث عن ظاهرة أن الناس جاءوا يأخذون حقوقهم بأيديهم، وكان من المفترض أن يأخذوه بالقانون، ودار حديث في هذا الصدد بين الضيوف وأحد

(1) هشام محمد عباس زكريا، القائم بالاتصال رؤية في الواقع السوداني، الخرطوم، مطبعة الجمهورية، ط1، ص30.

(2) جمهورية السودان، وزارة العدل، القانون الجنائي لسنة 1991م، (الخرطوم، أبو حميدة لاستشارات والخدمات القانونية)، 2000م، ص32.

المستمعين بالهاتف، وانتهى الأمر حينما تحدث المواطن (المستمع) أن الشرطة موضوع الحديث باتت تتأخر عندما يتصل بها المواطن الرقم (999)، مشيراً إلى أن تأخر الشرطة يمكن الجاني من أن يرتكب جريمته بكل سهولة ويهرب، فما أن انتهت الحلقة وقد استطاع الضيوف أن يردوا على ذلك المستمع. غير أن السلطات أوقفت تلك المذيعة من بث البرامج الحوارية بل أوقفت البرنامج برمته، ويرى الباحث أن هذا الأمر معيب ذلك لأن تدخل مثل هذه الأجهزة في مثل هذه البرامج التي تصنف بأنها برامج رأي يقعد بأداء الإذاعة وبرامجها عن أداء مهامها وأهدافها، والصحيح أن نترك مثل هذه البرامج وتستكمل بحلقات أخرى كأن تستضيف ذات المذيعة مدير عام الشرطة وأجهزته المختصة، وتعرض له القضية ليجيب على ذلك السؤال لماذا تتأخر الشرطة حينما يتصل بها المواطن على الرقم (999)، أما أن توقف المذيعة من إذاعة البرامج علي الهواء المباشر ويوقف البرنامج برمته فهذا عقاب لا يتناسب وحجم المخالفة أن صنفت هي بأنها مخالفة وهكذا وضح الباحث أن المعلومات والإفضاء بها بسراء أن كان علي الطريق المذكورة أعلاه أو بطريقة أو بأخرى تعيق العمل الإذاعي والتلفزيوني.

واتضح للباحث أن عدم إقرار تشريعات إعلامية تهتم بالنظم الإذاعية والتلفزيونية في السودان اوجد حقائق لا بد من مراجعتها إذا تبين انه لا يوجد قانون في السودان يلزم الحكومة باحتكار المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية إلا أن الواقع يؤكد أن الحكومة تحتكر هذه الأجهزة دون أي قانون يقول أنها ينبغي أن تكون محتكرة للحكومة الحاكمة، تبين للباحث أن الحكومة الحاكمة غير كل العهود منذ انطلاقة صوت الإذاعة المسموعة والإذاعة المرئية أن الذين يتولون قيادة هذه الأجهزة هم في الحقيقة واجهات سياسية يعكسون فكر الحكومة الحاكمة في فهمها وخططها ومشروعاتها وبرامجها بل ويدافعون عنها، لذلك كان من الطبيعي أن تأتي كل حكومة بكوادرها الإعلامية التي تؤمن بفكرها وفي ظل هذا الواقع تنعدم المقاومة الفكرية والثقافية[1]، بل وأصبحت هنالك ثقافة عن السياسيين بان الإذاعة والتلفزيون يجب علي الحكومة الحاكمة الاحتفاظ بها وتوجيهها، رغم أنها من الندوات الوطنية.

ويري الباحث أن الإذاعة والتلفزيون رغماً عن ذلك ظلت تؤدي أدواراً مناسبة في بث برامج الوعي، وعرض السياسات للحكومة والتنوير بالقضايا الكلية لكن

(1) هشام محمد عباس زكريا، القائم بالاتصال رؤية عن الواقع السوداني، مرجع سابق، ص32.

هـذا الواقـع وان لـم يولـد بالشـكل المطلـوب إلا أن هـذه الأجهـزة تحتـاج لمنـح مزيـد مـن الصلاحيـات التـي تـؤدي دورهـا وتجعلهـا شريكـة في التقييـم والتقويـم لـلأداء العـام للحكومـة والمجتمـع لكـن عـدم توفـر هـذه القوانـين يجـع القائمـين بالاتصـال يمارسـون مهنـة أشـبه بالدعايـة بالمقارنـة مـع مهامهـم وأهدافهـم المهنيـة.

ولـم يجـد الباحـث سياسـات إعلاميـة واضحـة للإذاعـة والتلفزيـون وفي مطلـع الثمانينـات عندمـا أعلـن عـن الحكـم الإقليمـي والـذي قسـم البـلاد منهـا إلي سـتة أقاليـم أحـداث الحاجـة معـه لتـداول المعلومـات لتظهـر أول مـرة الإذاعـات الإقليميـة في طفـرة شـهدها الإعـلام الـذي سـما بطمـوح الإدارة بالبـلاد عامـة لتظهـر محطـات التلفزيـون الإقليميـة بكلـل مـن عطـبرة وودمدنـي وتوالـت انطلاقـة المحطـات الإذاعية والتلفزيونيـة فضـلاً عـن انتشـار فرعيـة لوكالـة السـودان للأنبـاء سـونا بمعظـم المـدن الكـبرى[1]، وكانـت تـدار هـذه الأجهـزة مركزيـاً عـبر الإذاعـة والتلفزيـون ورئاسـة الوكالـة.

وفي فبرايـر 1992م صـدر قـرار قـضى بقيـام الإدارة العامـة للإذاعـات الإقليميـة الموجهـة والمخصصـة حيـث لـم يكـن هنـاك كيانـاً يعـرف بالإذاعـات الإقليميـة، وإنما هـي إذاعـات صغـيرة متناثـرة في عواصـم الأقاليـم السـودانية[2].

في ديسـمبر مـن العـام 1994م ومـع إعـلان الحكـم الاتحـادي والـذي قسـم السـودان إلى 26 ولايـة بـدأت بـوادر النـزاع كحـرب بـين المركـز والولايـات حـول إدارة تلـك المؤسسـات حيـث منحـت الولايـات صلاحيـات بموجـب القانـون لـم تكـن موجـودة في السـابق، ولكـن سرعـان مـا تـم حسـم الأمـر لصالـح المركـز حتـى إعـلان دسـتور البـلاد الانتقـالي لسـنة 2005م.

التطور الهيكلي:

في العـام 2012صـدر قـرار مـن رئاسـة الجمهورية بدمـج هيئتـي الإذاعـة والتلفزيون في هيئـة واحـدة ، الا أنـه لـم يوضـع موضـع التنفيـذ إلا في العـام 2014عنـد صـدور قـرار بتعيـين مديـر عـام للهيئـة بعـد مـرور عامـين مـن صـدور قـرار الدمـج حيـث ظلـت الهيئتـان تعمـلان بشـكل منفصل.

---

(1) جـلال الشـفيع: علاقـة وزارة الإعـلام بمسـتويات الحكـم الولائـي والمحـلي، ورقـة عمـل، قدمـت في ورشـة تعليـم وتقويـم تجربـة الحكـم اللامركزي، بقاعـة الـوزارة بالخرطـوم، 2015/11/25م.

(2) صـلاح الديـن الفاضـل، ورقـة الإنتـاج المشـترك، المؤتمـر التنسـيقي الأول لهيئـات الإذاعـة والتلفزيـون بالولايـات ، عطـبرة ، 2005/11/13م ، قاعـة جـرش ، جامعـة وادي النيـل .

ويـرى الباحـث أن قـرار الدمـج هـذا يعتـبر الأول مـن نوعـه عـلي الرغـم مـن تجـارب سـابقة مـرت بهـا العلاقـة بـين الهيئتـين خـلال تطورهمـا الاداري يمكـن تلخيصهـا عـلي النحـو التـالي:

1. ظلـت هيئتـا الإذاعـة والتلفزيـون مصالـح حكوميـة منـذ تأسيسـها حتـى العـام 1981.
2. حدثت تجربة الضم الأولى عام 1981حتي العام 1991 (عشر سنوات)
3. تم صدور قرار بفصلهما 1991- 2001 (عشر سنوات)
4. صدر قرار بضمهما 2001- 2009 (ثمان سنوات)
5. صدر قرار بفصلهما 2009- 2012 (ثلاث سنوات)
6. صدر قرار بدمج الهيئتين 2012 واستمر حتى 2014 (ولم يُفعل القرار)
7. صـدر قـرار بتعيـين مديـر عـام للهيئـة في سـبتمبر 2014 ونائـب للمديـر العـام وبـدأ تفعيـل دمـج الهيئـة في 1 ينايـر 2015م .
8. اسـتمر العمـل بقـرار الدمـج تحـت مسـمى (الهيئـة العامـة للإذاعـة والتلفزيون) حتـى ديسـمبر 2020م، ومـازال العمـل مسـتمر بـه. غـير أن مديـر الهيئـة/ لقمـان محمـد أحمـد أصـدر قـراراً بفـك مـا أسـماه (الارتبـاط الإداري) بـين الإذاعـة والتلفزيـون، وإلغـاء مسـمى الإدارات العامـة لـكل مـن (الإدارة العامـة للبرامـج والإنتـاج) و (الإدارة العامـة للبرامـج والأخبـار السياسـية) و (الإدارة العامـة للهندسـة)، و(الإدارة العامـة للعمليـات الفنيـة) و(الإدارة العامـة لتقانـة المعلومـات)، وجـاء في شرح القـرار أن تسـتمر الإدارات العامـة المسـاعدة موحـدة لتقديـم خدماتهـا للهيئـة العامـة للإذاعـة والتلفزيـون عـلى النحـو السـائد، واعتمـد القـرار في الإذاعـة السـودانية إدارة البرامـج محمـد عبدالكريـم مديـراً لهـا وعبدالوهـاب صالـح مديـراً لإدارة الأخبـار والبرامـج السياسـية، والمهنـدس/ فتحيـة عثمـان لـلإدارة الهندسـية والعمليـات الفنيـة لمتـوكل طـه، ولتقانـة المعلومـات/ إبراهيـم محمـد عثمـان، وقسـم المذيعـين يتبـع لإدارة البرامـج وكلفت بـه/ سوسـن عـلي تـاور لشـغل موقـع كبـير المذيعـين.

واعتمد القرار في التلفزيون إدارة البرامج علاء الدين الضي مديراً لها، وماهر أبوجوخ مديراً لإدارة الأخبار والبرامج السياسية، وعبدالمجيد عوض لإدارة الهندسة، وإدارة العمليات الفنية/ نادر الطيب، فيما كلفت/ بدور عبدالنور بإدارة تقانة المعلومات، وقسم المذيعين يتبع لإدارة البرامج وكلفت به/ نازك ابنعوف لشغل موقع كبير المذيعين. وقال لقمان أحمد: حسب المركز الصحفي للتلفزيون أن هذا القرار جاء بعد إجراء مراجعات وتقييم دقيقين للأداء الإداري المشترك للإدارات العامة داخل الهيئة في مجالات الأخبار والبرامج والتشغيل تبين أن فك الارتباط يؤدي إلى سلامة العمل[1].

ويرى الباحث أن الهيئة تم دمجها وفقاً لأمر التأسيس بقرار من مجلس الوزراء وأن سلطات الدمج وفك الدمج سلطات أصيلة لمجلس الوزراء.

أ. لاحظ الباحث أن كل التجارب السابقة لقيام الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون هي تجارب ضم، تأخذ العلاقات بين الهيئتين شكلاً اقرب للعلاقة الكونفدرالية، حيث يحتفظ كل قطاع نوعاً ما بوضع إداري ومالي شبه مستقل، إلا أن هذه التجارب لم يكتب لها النجاح لأكثر من سبب ورغم أن الفكرة كانت تقوم على إعطاء مزيد من الصلاحيات والمرونة الإدارية والمالية، وقد وجد الباحث ان القانون المقترح لم تتم اجازته، وفقدت الهيئة أهم مبررات قيامها .

ب. كل التجارب السابقة كانت تصحبها مشكلات تسكين الموظفين وتخفيض العمالة وما يصاحبها من آثار علي العمل والعاملين ..وبالرغم من أن هذا الأمر ينطبق على قرار قيام الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون إلا أن الهيئة الآن أصبحت لها شخصيتها الاعتبارية من حيث مديرها العام ونائبه ومن حيث المكاتبات الرسمية إلا أن الباحث وجد أن ذلك لم ينعكس على أداء الإذاعة والتلفزيون تحت مظلة الهيئة والتي كان ينبغي أن تستفيد منه كل من الإذاعة والتلفزيون من حيث ترشيد الصرف وتقنينه رغم أهمية الاعتراف بالفوارق المالية من حيث تكلفة الأداء في التلفزيون مع الإذاعة .

ج. لاحظ الباحث أن التجربة الاخيرة تجربة مختلفة عن التجارب السابقة في كونها عملية دمج كامل لإدارات الهيئة وليس ضماً من خلال قيام ادارات موحدة برامجية وهندسية وادارية فقد وجد الباحث أن هنالك مفارقات للمسميات الإدارية من حيث العاملين الذين يشغلون هذه الإدارات اذ تم

(1) منشورات مجلس الوزراء، أمر تأسيس الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون لعام 2014م. 19/سبتمبر/2019م.

التعيين لهذه الإدارات وفقا لمعايير وجدها الباحث خارج النظام الإداري في معظمها وذلك من قيادات تولت إدارة الإدارات المذكورة بعد وهي في درجات وظيفية لا تتناسب وهذه الإدارات ولاحظ الباحث أن هنالك من يشغلون الدرجات الوظيفية العليا دون أن يكلفوا بأي أعباء إدارية في وقت وقف الباحث على إدارات تدير الإدارات المذكورة بعد وهي في درجات لا تتناسب وحجم الإدارة التي يديرونها وقد وجد الباحث الإدارات بالمسميات التالية :

1. الإدارة العامة للبرامج والانتاج.
2. الإدارة العامة للأخبار والبرامج السياسية.
3. الإدارة العامة للهندسة .
4. الإدارة العامة للموارد البشرية والمالية .
5. الإدارة العامة للاستثمار وتنمية الموارد .

إن هذه التجربة بالرغم من مضي على إعلانها أكثر من ثلاثة سنوات إلا أنها لم تطبق بالشكل المرجو منها وما تزال هنالك جملة من التحديات التي تواجهها وأهمها إعادة الهيكلة، والمديونيات السابقة على الهيئتين وعدم كفاية الموارد المالية لمقابلة التزامات الهيئة .

وعليه يرى الباحث أن واقع وتحديات الهيئة يحتاج إلى سياسات وقرارات حاسمة تتلخص في الجوانب التالية :

1. ضرورة مراجعة الهيكل التنظيمي والوظيفي المقترح بما يحقق المرونة والرشاقة لجميع العاملين بالإذاعة والتلفزيون .
2. أن يراعي الهيكل الجديد حجم العمل ونوعية الكادر المطلوب.
3. الاستفادة من التجارب الإقليمية في بناء الهيكل، واستيعاب التطور من قيام إذاعة وتلفزيون تؤدي الأدوار المطلوبة منهم .
4. يرى الباحث ضرورة مراعاة التطور في مجال الإعلام في بناء الهيكل بما يستوعب الاندماج بين الإعلام والمعلومات والاتصال ، وهو ما يستوجب عدم اللجوء للأشكال التقليدية للهياكل .

هـذا عـلاوة عـلي المنافسـة مـع المؤسسـات الأخـرى الشـبيهة محليـا واقليميـاً ودوليـا والتـي وجـد الباحـث أنهـا تقـوم بجـذب واسـتقطاب الكـوادر العاملـة بـكل مـن الإذاعـة والتلفزيـون للعمـل بهـا وذلـك بتقديمهـا أضعافـاً مضاعفـة مـن الامتيـازات بمـا تقدمـه الهيئـة العامـة للإذاعـة والتلفزيـون. لـذا يـرى الباحـث أهميـة مراجعـة اللائحـة الماليـة بمـا يمكـن الهيئـة حتـى يتـم الحفـاظ عـلي مـا تبقـى مـن العاملين.

كمـا يـرى الباحـث أن مجلـس الإدارة الـذي عينـه رئيـس الجمهوريـة منـذ عـام 2014م متزامنـا مـع مديـر عـام الهيئـة ونائبـه إلا أن ذلـك المجلـس لـم يعقـد أي اجتمـاع لـه رغـم أن المجلـس يضـم نخبـة مـن القيـادات الإعلاميـة وصاحبـة الخبرات والقـدرات المشـهود لهـا وترتـب عـلى ذلـك غيـاب الجسـم الإداري المنـوط بـه إدارة الهيئـة العامـة للإذاعـة والتلفزيـون الإدارة الرشـيدة حيـث ظلـت أوضـاع العاملـين الإداريـة بعـدم إجـازة الهيـكل الوظيفـي بنـاء عـلى قيـام الهيئـة توجـد نوعـاً مـن الـصراع الإداري والملـل بـين صفـوف العاملـين بجانـب غيـاب حقوقهـم الماليـة التـي مـن أوجـب واجبـات مجلـس الإدارة أن يقـوم بتعديلهـا وإجازتهـا ويضعهـا موضـع التنفيـذ كمـا أن غيـاب مجلـس الإدارة ترتـب عليـه الميزانيـة الماليـة التـي يـرى الباحـث أنهـا ضعيفـة ولا تتوافـق وحجـم الأداء الإعلامـي للإذاعـة والتلفزيـون أن مـن المعلـوم أن مجلـس الإدارة هـو الجهـة التـي تضـع الميزانيـة وتدافـع عنهـا وتعمـل عـلى إنفاذهـا وأن غيـاب مجلـس الإدارة تـرك فراغـا كبـيرا ، أضـف إلى ذلـك فقـد وجـد الباحـث أن قـرار رئيـس الجمهوريـة رقـم 375 لسـنة 2014م والـذي قـضى بتكويـن لجنـة بمراجعـة الهيـكل التنظيمـي والوظيفـي للهيئـة العامـة للإذاعـة والتلفزيـون لـم ينفـذ إذ أن اللجنـة التـي عناهـا القـرار كانـت قـد تشـكلت مـن وكلاء وزارة الماليـة رئيسـا وعضويـة وكيـل وزارة الإعـلام وكيـل وزارة الصناعة وكيـل وزارة العمـل والإصـلاح الإداري والمديـر العـام للهيئـة العامـة للإذاعـة والتلفزيـون عضـوا ومقـررا لـم ينفـذ توصياتهـا حيـث رفعـت توصياتهـا في هـذا الصـدد ، أضـف إلى ذلك فـإن مجلـس الإدارة كلـف الهيئـة تبعـات إداريـة وماليـة إذ فقـدت الهيئـة امتيـازات كانـت تحصـل عليهـا بموجـب وجـود مجلـس الإدارة إذ صـدرت عـدد مـن القـرارات الاقتصاديـة التـي أحدثـت تحـولات في السـاحة السـودانية وكان عـلى المجلـس في وجـوده أن يجـد البدائـل لهـا ، حتـى لا يتأثـر العاملـين والعمـل بتلـك القـرارات ، ولكـن الواقـع وجـده الباحـث في أن العاملـين بالإذاعـة والتلفزيـون باتـوا يبحثـون عـن أعمـال أخـرى كسـبا للمـال وحتـى يتمكنـوا مـن مواجهـة الحيـاة الأمـر الـذي انعكـس عـلى أداء رسـالتهم بشـكل عـام.

ثانياً: هيئة الإذاعة (الراديو والتلفزيون) بأثيوبيا:

أصدر مجلس إدارة هيئة الإذاعة الأثيوبية القرار (858) بناءً على مصادقة البرلمان الأثيوبي على قانون هيئة الإذاعة الأثيوبية ونص القرار على تنفيذ هذه السياسة التحريرية لبرامج الإذاعة والتلفزيون على أن تدخل حيز التنفيذ ابتداءً من 2014/7/17م وأن تراجع كل خمس سنوات أو متى ما دعت الضرورة. وجاء في ديباجة هذه السياسة التحريرية ما يلي:

تعد سياسة التحرير الخاصة بالهيئة بمثابة مبدأ توجيهي يسهم بشكل كبير في الجودة والخدمة المتميزة التي توفرها الهيئة، وهو أيضاً المصدر والأساس الرئيس لمدونة قواعد أخلاقيات المهنة.

يجب أن تكون القضايا المدرجة في هذه السياسة التحريرية بشكل عام، وقواعد البلد، والمراسيم المتعلقة بالبث التي تحكم الهيئة هي إرشادات العمل اليومية لمخرجات الهيئة، وبناء الصورة، واستمرار المؤسسية، وكذلك القضايا المهمة المتعلقة بالمصلحة العامة التي ينبغي أن تؤخذ دائماً في الاعتبار. سيتم وضع مبادئ وقواعد سياسة التحرير، البث الرئيس الفلسفات والقيم، وجمع المعلومات واستخدامها، العلاقة بمصادر المعلومات والجوانب القانونية والإجراءات المتبعة في تحذير المشاهدين والمستمعين بشأن المحتويات التي قد تزعجهم، ويجب أن يلتزم الصحفي بمدونة قواعد السلوك من أجل الحفاظ على الاسم الجيد والسلامة المهنية للمؤسسة وسلامة نفسه/ نفسها، علاوة على ذلك فإنها تصف سلسلة التدريب التي ينبغي تنفيذها لتنفيذ سياسة التحرير والمرشد الذي سيتم إعداده لكل قطاع. إلى جانب ذلك أشارت سياسة التحرير إلى سياسة الأرشيف التي يجب أن تتبعها سياسة التحرير فيما يتعلق بإدارة الأرشيف وتنظيمه واستخدامه[1]. ويعتقد أن التنفيذ الكامل لهذه السياسة التحريرية يضمن الوفاء الفعال لمهمة الهيئة والوفاء بواجباتها في نشر المعلومات وتثقيف المشاهدين والمستمعين وإعلام هم وترفيههم، علاوة على ذلك تعد سياسة التحرير أداة رئيسية تساعد الهيئة على تحقيق نشاطها المستمر المركز من أجل تغيير أساسي ومستدام، ومع ذلك تعتبر الحاجة إلى مراجعة وتحسين السياسة التحريرية بعد إجراء ما يكفي من البحوث والإعداد ضرورية في ضوء

(1) السياسات التحريرية لهيئة الإذاعة (والتلفزيون) الأثيوبية، ص133. (حصل الباحث على نسخة من هذه السياسات بتاريخ 2019/11/18 من إدارة تنمية الموارد البشرية من هيئة الإذاعة الإثيوبية والتلفزيون).

المواقف والسياسات الجديدة التي تنشأ على الصعيد الوطني ، والنمو السريع لتكنولوجيات الإعلام ، والتحديات والفرص التي يطرحها المنافسون الآخرون في صناعة الإعلام وللمزيد من إرضاء طلب الجمهور.

الحاجة إلى سياسة التحرير:

لا يمكن للهيئة أن تستمر في وتيرتها وحالتها السابقة عندما تتزايد درجة مسؤوليتها وامتداد إمكانية الوصول إليها بالإضافة إلى مستوى القدرة التنافسية لوسائل الإعلام كمؤسسة قديمة، من المتوقع أن تحافظ على القيم الجيدة وتحول نفسها إلى منظمة حديثة وفعالة. وتحقيق ذلك يتطلب سياسة تحريرية موحدة وواضحة لقواعد السلوك مخصصة لمهنة الإعلام، وينبثق هدف هذه السياسة التحريرية وحاجتها من ذلك. تبين أن إعداد هذه السياسة التحريرية ضروري لإنشاء نظام ؛ لجعل الشفافية والمساءلة سائدة؛ لقياس فعالية الأنشطة؛ لإيجاد علاقة صحية بين الصحفيين والقادة على مختلف المستويات؛ لخدمة أصحاب المصلحة بطريقة مبدئية ومنظمة وشفافة؛ ولجعلها متوافقة ليس فقط مع الدستور ولكن أيضاً مع القوانين التي صدرت مؤخرًا متعلقة بالإعلام[1].

أهداف السياسة التحريرية:

الأهداف الرئيسة لسياسة تحرير هيئة الإذاعة والتلفزيون الأثيوبية هي:

أ. لتمكين الهيئة من خدمة المجتمع من خلال إدارة الأعمال التحريرية الموكلة إليها برقم الإعلان 858/2006 بشكل أكثر كفاءة ونوعية ؛

ب. امتلاك مرشد أداء احترافي لا يميل إلى الذاتية ، ومع قياس الأداء والمعيارية على أساس الشفافية والمساءلة ؛

ج. إعداد صحفيين مهرة وأصحاب دراية يلتزمون بتلك الأخلاقيات والمبادئ المهنية ، وتحقيق عمل تحريري مستحدث.

د. امتلاك سياسة تحريرية مركّزة ومستحدثة تستمر لفترة طويلة ويمكن فهمها بسهولة وقابلة للتنفيذ من قبل كل مهني ، والتي تضمن حقوقهم ومساعدتهم في تلبية الالتزامات.

(1) السياسات التحريرية لهيئة الإذاعة (والتلفزيون) الأثيوبية، مرجع سابق، ص134

رؤية هيئة الإذاعة والتلفزيون الأثيوبية:

إنشاء مؤسسة إعلامية مفضلة دوليًا ومصدرًا رائدًا للمعلومات التي يثق بها الجمهور في محتوياتها وعرضها بحلول عام 2025م[1].

رسالة هيئة الإذاعة والتلفزيون الأثيوبية:

بث الأخبار والبرامج التعليمية والترفيهية والمحتويات الترفيهية من خلال استخدام تقنيات البث الحديثة من أجل الوفاء بدورها في تعزيز النظام التنموي والديمقراطي، لإيجاد توافق وطني، وبناء صورة وطنية، والمساهمة في نهضة إفريقيا.

نطاق سياسة التحرير

تسري سياسة التحرير هذه على الهيئة ومصادر المعلومات والكيانات المنتسبة.

أسس سياسة التحرير

يجب أن تقوم عمليات اختيار المحتوى والتشغيل وصناعة القرار بهيئة الإذاعة الأثيوبية على أربعة أسس . وهي:

أ. الأهداف الوطنية للدستور.

ب. إعلان توفير حرية وسائل الإعلام والوصول إلى المعلومات ، الإعلان رقم 2008/590 ؛

ج. إعلان هيئة الخدمات الإذاعية رقم 1999/533 ؛

د. إعلان إنشاء هيئة الإذاعة (والتفزيون) الأثيوبية ، إعلان رقم 2006/858[2].

تستند مبادئ وقيم سياسة تحرير الهيئة على رؤية ورسالة الهيئة. وبالتالي ، يجب أن تدرك الهيئة الإعلان الرسمي الذي أقرته القوميات والشعوب الأثيوبية عن طيب خاطر لإنشاء مجتمع سياسي واقتصادي قوي، أنها سوف تنفذ بفعالية وتبرز التوجيهات المحددة لتعزيز ثمار نظام ديمقراطي قائم على رغبة الشعوب وحماية حقوق جميع المواطنين بشكل قانوني من خلال تعظيم حقيقة أن تنوع الشعوب الأثيوبية

(1) السياسات التحريرية لهيئة الإذاعة (والتلفزيون) الأثيوبية، نفس المرجع، ص135

(2) السياسات التحريرية لهيئة الإذاعة (والتلفزيون) الأثيوبية، مرجع سابق، ص136

هـو أسـاس وحدتهـم وقوتهـم وجمالهـم، وإقامة علاقـات مع جميـع البلدان والشـعوب عـلى أسـس السـلام والتسـامح والاحـترام المتبـادل. كما أشـير في إعـلان تأسـيس الهيئة وإعـلان هيئة الخدمـات الإذاعية، فـإن أداء دورها في ضمـان النمو السـياسي والاجتماعي والاقتصـادي للأمـة من خـلال توفير المعلومـات والبرامـج التعليميـة والترفيهيـة وكذلك إعمـال الحقـوق الأساسـية لحرية التعبـير والوصـول إلى المعلومـات والحـق في الانتخاب عـلى النحو المنصـوص عليه في الدسـتور هي المبادئ الأساسـية لسياسـة التحريـر. تقوم الهيئـة بتجميـع المعلومـات المعلوماتيـة والتثقيفيـة والمسـلية ونشرها من خـلال الإذاعة والتليفزيـون والموقـع الإلكتروني حيث يتم توجيـه الأخبار ، والنـشرة الأخبارية ، والبرامج بواسـطة سياسـة التحرير هـذه. تم بـذل جهد لجعل هـذه السياسـة التحريرية شـاملة المبـدأ التوجيهـي التشـغيلي الذي يعـزز التغيـير الذي بدأتـه الهيئـة وقدرتها التنافسـية من خلال الاسـتفادة مـن الفرصة التي شـكلتها تقنيـات الاتصالات الإذاعيـة والمعلوماتية ومسـتويات التطور التـي حققتها[1].

مبادئ وقيم سياسة التحرير:

تحتفـظ الهيئـة بقيمهـا لتصبـح ناجحـة وذات مصداقيـة عـن طريـق القيـام بأنشـطتها النوعيـة والفعالـة. سـيتم تنفيـذ جميـع أنشـطة الهيئـة عـلى أسـاس الخطـة والبحـث. كمـا يتـم تنفيـذ أداء موظفيهـا وقياسـه وفقًـا لهـذا المبـدأ. بالإضافة إلى ذلـك ، يجـب أن تعمـل الهيئـة مـن خـلال احـترام القيـم المهنيـة والعامـة التاليـة:

العدالة:

تخـدم البرامـج التـي تبثهـا الهيئـة جميـع شـعوب البـلاد بشـكل عـادل. يجـب أن تسـعى الهيئـة جاهـدة لتكـون متاحـة في جميـع أنحـاء أثيوبيـا وجميـع الإثيوبيـين المقيمـين في أجـزاء مختلفـة مـن العالـم. ولهـذا الغـرض، تقـوم الهيئـة بتوحيـد عمليـات الإرسـال الخاصـة بهـا بلغـات الدولـة المختلفـة وسـيكون لهـا بـث عـادل للمعلومـات والبرامـج في جميـع لغـات العمـل في دول المنطقـة.

التنوع:

يجـب أن يؤكـد محتـوى عمليـات البـث بالهيئـة المسـاواة بـين اللغـات الأثيوبيـة والنـوع الاجتماعـي والعمـر والثقافـة والديـن. يجـب أن يعكـس الجميـع التعدديـة القوميـة وقيـم كل القوميـات وشـعوب البـلاد بشـكل محايـد.

(1) السياسات التحريرية لهيئة الإذاعة (والتلفزيون) الأثيوبية، مرجع سابق، ص137

خدمة الجمهور:

تسعى الهيئة جاهدة لضمان إقامة نظام ديمقراطي آمن يضمن مشاركة الجمهور ودوره الحاسم ، ويعمل بجد من أجل الكرامة والحرية الوطنية. سوف تحقق انحيازها للجمهور من خلال إدراك مبادئ الصحافة التنموية. في هذه العملية ، يجب عليها كشف جميع أشكال الممارسات الخاطئة والتماس المواقف والممارسات التي تضر بمصالح الجمهور ؛ وبالتالي العمل من أجل سيادة الحكم الرشيد.

الشفافية والمساءلة:

يعتمد المحتوى المنشور عبر جميع وسائل الهيئة على مبدأ الشفافية ومسؤوليتها المهنية تجاه المستمع والمشاهد. كما أنها تعطي أهمية كبيرة لثقة المستمعين والمشاهدين في الهيئة والعلاقة القائمة على الشفافية، تعتمد كل من علاقاتها الداخلية والخارجية على المبدأ والنظام. في حالة حدوث أخطاء ، يجب على الهيئة إظهار استعدادها للتعلم من أخطائها من خلال قبول الأخطاء على الفور. فيما يتعلق بالمحتوى ، فإنه سيتم الإبلاغ عن الحقيقة بشكل علني من خلال الحفاظ على استقلالية التحرير في هذه العملية، فإن الهيئة كمؤسسة إعلامية عامة، تعمل بروح الشفافية والمحاسبية. وفقاً لذلك لن تنشر التقارير التي تعرض الدفاع الوطني والأمن والعلاقات الدولية للخطر وكذلك الأنشطة الاقتصادية والمالية تمشيا مع إعلان وسائل الإعلام وحرية المعلومات رقم 2000/590 ، المادة (23، 24، 25) ([1]).

العلاقة القائمة على المبدأ:

يجب أن تستند علاقة الهيئة مع المستمعين والمشاهدين وأصحاب المصلحة وكذلك الكيانات المنتسبة إلى مبدأ الشفافية والمساءلة. لا يجوز للهيئة قبول العلاقات الشخصية غير الأخلاقية من الخارج والداخل.

الدقة:

الدقة هي واحدة من المعايير الرئيسية التي ستُقاس بها الثقة في الهيئة. لذلك ينبغي دعم جميع الأخبار والبرامج التعليمية والمحتويات الأخرى للنشر من خلال البحث الكافي والمصادر ذات الصلة والمقنعة ، والتحقيق فيها بأكبر قدر

(1) السياسات التحريرية لهيئة الإذاعة (والتلفزيون) الأثيوبية، مرجع سابق، ص139

ممكـن مـن وجهـات نظـر مختلفـة. يجـب فحـص التقاريـر المحليـة أو الأجنبيـة التي لا يغطيهـا صحفيـو الهيئـة لتلبـي هـذه المعايـير. وعـلاوة عـلى ذلـك ، يجـب فحـص المحتـوى المتحصـل عليـه مـن المؤسسـات الإعلاميـة الأجنبيـة للتأكـد مـن توافقـه مـع سياسـة تحريـر الهيئـة والمصلحـة الوطنيـة. لا تعنـي الدقـة فقـط الحصـول عـلى المعلومـات بدقـة. اذ ينبغـي أن تؤخـذ الطبيعـة الموضوعيـة للمعلومـات والأفـكار في الاعتبـار عنـد التعامـل مـع القضايـا المثـيرة للجـدل عـلى وجـه الخصـوص عليـه:

1. يجـب عـلى الهيئـة التأكـد مـن أن يتـم فحـص القضايـا المثـيرة للجـدل بشـكل صحيـح للتأكـد مـن دقتهـا. كمـا يجـب الموازنـة بـين طبيعـة وعلاقـة إدخـال المعلومـات التـي يسـتخدمونها مـع الموضـوع الـذي تـم طرحـه.

2. يجـب فحـص موثوقيـة مصـادر المعلومـات ودقـة المعلومـات قبـل عرضهـا بوضـوح عـلى المسـتمعين والمشـاهدين[1].

3. يجـب أن تكـون لغـة البـث واضحـة الجمـل والفقـرات قصـيرة، والجملـة لا ينبغـي أن يكـون بهـا أكثـر مـن فكـرة.

4. لا يجـوز للهيئـة اسـتخدام معلومـات مشـكوك فيهـا تفتقـر إلى المصداقيـة و تسـتند إلى التصـادم.

5. لا يجـوز اسـتخدام أو بـث معلومـات كاذبـة عـن عمـد لتضليـل المسـتمعين والمشـاهدين. لـن تقـدم الهيئـة معلومـات ملفقـة كحقائـق وتغطـي عـلى حقائـق معروفـة أو لا تريـد أن تفقـد ثقـة المشـاهدين والمسـتمعين بسـبب هـذا الأمـر.

6. لا ينبغـي عـلى الهيئـة تضليـل الجمهـور أو تشـويه الحقائـق أو تقديـم أعمـال وهميـة كعمـل حقيقـي. باسـتثناء اسـتخدام تقنيـات الإنتـاج لجعـل المحتـوى مفهومـاً وبسـيطاً ، فإنـه يجـب عـدم اسـتخدام تقنيـات الإنتـاج لتشـويه الواقـع أو تضليـل الجمهـور. لا يجـوز تقديـم الأخبـار أو المحتويـات الأخـرى ذات الصلـة بالحقائـق في شـكل الدرامـا دون إخطـار الجمهـور.

7. يجـب أن يتـم وزن المدخـلات التـي يتـم الحصـول عليهـا مـن طـرف ثالـث بعناية فائقـة ويجـب التأكـد مـن مصداقيـة المصـدر. متـى مـا تـم اكتشـاف خطـأ في أي

(1) السياسات التحريرية لهيئة الإذاعة (والتلفزيون) الأثيوبية، مرجع سابق، ص140

معلومـات مقدمـة ، يجـب عـلى الهيئـة تصحيحـه عـلى الفـور وبشـكل واضـح وبصورة مناسـبة.

8. الثقـة في المعلومـات التـي يتـم الحصـول عليهـا بشـكل رئيـسي مـن المؤسسـات القانونيـة وحـول القضايـا التـي يمكـن التحقـق منهـا بواسـطة صحفيـي أو معلومـات الهيئـة التـي تـم الحصـول عليهـا مـن وكالـة أنبـاء موثوقـة هـي الصحيـح. إضافـة لذلـك، يمكـن اسـتخدام المؤسسـات مثـل الأرصـاد الجويـة والمؤسسـات الماليـة التـي توفـر معلومـات واقعيـة كمصـادر[1].

9. عنـد جمـع المعلومـات للبحـث والإنتـاج ، ينبغـي اسـتخدام الحقيقـة الجديـرة بالثقـة والمصـادر المناسـبة. يجـب أن تؤخـذ الملاحظـات المكتوبـة قـدر الإمـكان في هـذه العمليـة. ينبغـي الاحتفـاظ بالرسـائل المكتوبـة والرقميـة المتبادلـة وكذلـك الوثائـق بعنايـة حتـى يتمكـن الرؤسـاء ذوو الصلـة مـن فحصهـا بسـهولة عنـد الحاجـة.

الإنصاف:

يشـير الإنصـاف إلى التقاريـر التـي تسـتند فقـط إلى المبـادئ المهنيـة الخاليـة مـن الآراء والمشـاعر الشـخصية ، فضـلاً عـن الأشـياء الأخـرى التـي تشـوه صحـة التقريـر واتزانـه. تعمـل الهيئـة عـلى جعـل عمليـة جمـع المعلومـات والإبـلاغ عنهـا نزيهـة ومحايـدة. ينبـع مبـدأ الهيئـة هـذا مـن الاحـترام الواجـب لجميـع الأطـراف والعلاقـة القائمـة عـلى الشـفافية والإخـلاص.

لإدراك الآثـار السـلبية لانعـدام العدالـة في التقاريـر المتوازنـة والنزيهـة، تتخـذ الهيئـة الحـذر الـلازم فيمـا يتعلـق بملاءمـة المصـادر واسـتخدام اللغـة وكذلـك اختيـار الصـور والصـوت المرئـي. عـلاوة عـلى ذلـك ، يجـب عـلى الهيئـة أن تسـعى جاهـدة لجعـل صـوت الأشـخاص الذيـن لا صـوت لهـم وصـوت المـرأة والطفـل مسـموعاً بشـكل واضـح. جـذب الانتبـاه بمـا يتمـاشى مـع أحـد مبـادئ الصحافـة التنمويـة. تطبـق الهيئـة الإجـراءات التاليـة لضمـان انتشـار العدالـة والإنصـاف في جميـع أنشـطتها.

1. يجـب أن تسـتند جميـع العلاقـات مـع المصـادر والجماهـير التـي تشـارك في برامـج وأخبـار الهيئـة إلى الشـفافية والصـدق والأمانـة.

(1) السياسات التحريرية لهيئة الإذاعة (والتلفزيون) الأثيوبية، مرجع سابق، ص141.

2. مـن الـضروري أن يتـم تضمـين وجهـات نظـر جميـع الجهـات / الهيئـات وتعامـل عـلى قـدم المسـاواة في جميـع القضايـا التـي تغطيهـا.

3. يجـب أن توضـح الهيئـة للأشـخاص الذيـن يشـاركون كمصـادر للمعلومـات في برامجهـا هـدف وخصائـص البرامـج ؛ ويجـب أن تطلـب منهـم موافقتهـم. ومـع ذلـك ، لا يلـزم أن يكـون هـذا إلزاميًـا حينمـا يجـب إعطـاء الأولويـة لمصلحـة الجمهـور وهنـاك تفسـير تحريـري آخـر مقنـع.

4. الكشـف عـن هويـة المصـادر في عمليـات نقـل الهيئة(مـن خـلال الإذاعـة والتلفزيـون والموقـع الإلكترونـي) ضروري لذلـك يمكـن للمشـاهدين والمسـتمعين معرفـة الكفـاءة والمكانـة مـن المصـادر. ومـع ذلـك ، سـيتم الكشـف عـن هويـة المصـدر إذا رغـب هـو في ذلـك. ومـع ذلـك ، إذا كانـت معلومـات المصـادر قـد تعرضهـم للخطـر ، يجـب عـلى الهيئـة الوفـاء بمسـؤوليتها في حمايتهـم مـن خـلال عـدم الكشـف عـن هويتهـم[1].

5. المحتـوى المنقـول اسـتناداً عـلى مداخـلات المصـادر يجـب أن يكـون عـادلاً يعكس مـا قالتـه المصـادر وفعلته.

6. يجـب أن تحـترم الهيئـة حـق الـرد للأشـخاص و المنظمـات التـي تدعـي التشـهير مـا لـم يكـن لهـا سـبب تحريـري مـبرر. يجـب تخصيـص وقـت مناسـب للـرد.

7. كلمـا حـدث خطـأ في محتـوى مـادة البـث ، يجـب عـلى الهيئـة قبـول الخطـأ فـوراً وتصحيحـه بسرعـة وبصراحـة و بشـكل مناسـب. في حـال اسـتخدام مصـدر مجهـول ، ومعلومـات مـن مصـدر وأحـد ، ومعلومـات مشـكوك فيهـا ، يجـب الاسـتعانة بالمشـورة القانونيـة وبقـرار كبـير مسـئولي البرنامـج أو مديـره. وللقيـام بذلـك ، فـإن النقـاط التاليـة يجـب أن تؤخـذ بعـين الاعتبـار:

- أهمية المعلومات للجمهور ؛
- ما إذا كان مصدر المعلومات موثوقًا به ومناسبًا ؛
- المعرفة الموثوقة والكافية بمصدر المعلومات حول القضية ؛
- هناك قضايا قانونية ذات صلة ؛
- ما إذا كان مصدر المعلومات سيتعرض للخطر.

(1) السياسات التحريرية لهيئة الإذاعة (والتلفزيون) الأثيوبية، مرجع سابق، ص142

المصداقية:

المصداقية هي جوهر محتويات الأخبار والبرامج التي تنتجها الهيئة بناء على مصلحة الجمهور. الهيئة تعمل بمعزل عن أي شكل من أشكال الضغط. إنها منحازة أو تفضل الجمهور والحقيقة. يجب أن تسعى لتقديم محتوى دقيق يلبي الحد الأقصى لمستوى جودة. لن تضلل المستمعين والمشاهدين بأي حال من الأحوال. أنها سوف تقدم اعتذاراً علنياً في حال اقترفت خطأ ما ؛ تصحح الخطأ ، ومستعدة للتعلم من أخطائها. هذا هو أساس مصداقية الهيئة. وبالتالي، يجب على الهيئة العمل بجد من أجل مصداقية الخدمات التي تقدمها بجميع الوسائط واللغات.

أن تكون الوسيط الإعلامي المفضل (التنافسي):

الهدف الرئيس للهيئة هو خدمة الجمهور. ومع ذلك تؤمن بالحاجة إلى المنافسة للحصول على نتائج وخدمات أفضل. المنافسة العادلة والصحية ستمكن الجمهور من الحصول على خدمات جيدة ومحسنة. لذلك تشجع الهيئة محترفيها وشركائها على العمل على جودة ونوعية الأخبار والمنتجات أخرى[1] .

سوف يستفيد المجتمع من المنافسة الصحية. وبما أن الهيئة تعتقد أنها ستستمر بقوتها ، فإنها ستقوم بأعمال إبداعية للحفاظ على الجودة والمعايير. وبالتالي ، يجب على الصحفيين والمهنيين:

1. السعي لتحقيق معيار تحريري أفضل في جو منصف وتنافسي ؛
2. عدم إنتاج محتوى دون المستوى المطلوب , لا يفي بمعايير التحرير ، باسم المنافسة؛
3. تفعل كل ما في وسعها لإنتاج محتوى كامل وجيد ومعياري؛ وستحاول بجد لإبداع أشياء جديدة.

(1) السياسات التحريرية لهيئة الإذاعة (والتلفزيون) الأثيوبية، مرجع سابق، ص144.

استقلالية التحرير:

المادة (29) من دستور جمهورية أثيوبيا الديمقراطية الاتحادية ضمنت حرية التعبير واستقلال وسائل الإعلام. تمشياً مع المادة الفرعية 4 من هذه المادة ، تتمتع الهيئة بالحماية القانونية التي ستمكنها من العمل بشكل مستقل كمؤسسة وتستوعب الآراء المتنوعة. لذلك يجب أن تعمل الهيئة بمعزل عن أي شكل من أشكال الضغط الخارجي والداخلي وفقًا للدستور وإعلان التأسيس رقم 858/2006 وغيره من المراسيم الوطنية المتصلة بوسائل الإعلام.

العلمانية:

تنبع مسؤوليات وخدمات الهيئة من القوانين والمبادئ العلمانية. تمشيا مع هذا والمادة 26 من الدستور ، ستحترم الهيئة حرية الدين والمعتقد والفكر في القيام بأنشطتها. على الهيئة أن تواصل العمل كمؤسسة علمانية ، دون أي انتماء لأي دين. وإدراكاً منها لمساهمة الأديان في الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية بالبلاد ، وفي وحدة وتسامح القوميات والشعوب ، فضلاً عن قيمها الجيدة ، فإنها ستخدم الجميع بشكل منصف وعلى قدم المساواة. إلى جانب الدين ، يجب على الهيئة الامتناع عن الميول السياسية وغيره من القضايا مما ينتهك استقلالها التحريري.

العمل الجماعي:

تحقيقًا لفعالية العمل الجماعي، يجب على الهيئة تثبيت نظام يعمل على تطوير روح الفريق، كما أنها تدرك مساهمة عمل الفريق في الإبداع وإنتاج الجودة والمعيارية في المخرجات. بناء على ذلك؛ تشجع الهيئة روح الفريق بين موظفيها. و ستعمل المؤتمرات التحريرية التي سيتم تشكيلها على جميع المستويات ، وفرق الإنتاج ، وفرق العمل المساندة وغيرها بهذه الروح[1].

وسائل (EBC) ودليل اللغة:

لغات البث:

بالإضافة إلى لغة العمل الفدرالية ، الأمهرية ، التي تستخدمها أذرع الهيئة من إذاعة وتلفزيون وموقع الانترنت ، يجب أن تتلقى الولايات التسع محتوى يستند

(1) السياسات التحريرية لهيئة الإذاعة (والتلفزيون) الأثيوبية، مرجع سابق، ص145.

عـلى لغاتهـم. يجـب أن توفـر الهيئـة معاملـة عادلـة وفقًـا لإمكاناتهـا لـكل الولايـات الإقليميـة و المناطـق الخاصـة التـي تسـتقبل البـث إمـا بلغـات العمـل الخاصـة بهـا أو بغيرهـا ، ولأولئـك الذيـن لغـة عملهـم ليسـت هـي اللغـة الأمهريـة.

هـذا وقـد كانـت الوثيقـة الخاصـة بالسياسـات التحريريـة قـد صـدرت باللغـة الأمهريـة والإنجليزيـة وقـد قـام الباحـث بترجمـة بيانـات المرجـع مـن الأمهريـة إلى الإنجليزيـة ومـن ثـم إلى العربيـة. ويشـير الباحـث إلى أن العلاقـات العامـة لهيئـة الإذاعـة (والتلفزيـون) الأثيوبيـة قامـت بتعميـم هـذه السياسـات التحريريـة التـي أقرهـا مجلـس إدارة هيئـة الإذاعـة (والتلفزيـون) الأثيوبيـة بعـد أن تـم توقعيهـا مـن مديـر هيئـة الإذاعـة (والتلفزيـون) الأثيوبيـة ودلـت حيـز التنفيـذ اعتبـاراً مـن 2014/7/17م وقـرر ذات المجلـس أن تراجـع هـذه السياسـات كل خمـس سـنوات أو متـى مـا دعـت الـضرورة. ويشـير الباحـث إلى أن مجلـس إدارة الهيئـة تـم تكوينـه وفقـاً للقـرار (858) لعـام 2006م كمـا يشـير إلى أن الهيئـة مسـئولة أمـام البرلمـان الإثيوبـي مـن حيـث التشريـع والقانـون.

تحليـل وضعيـة الإعـلام ومؤسسـاته وفقـاً للدسـتور والقانـون فـي أثيوبيـا (بالتركيـز علـى الإذاعـة والتلفزيـون):

وفقـاً لتقريـر أعـده اثنـين مـن الخـبراء والإثيوبييـن بشـان وضعيـة الإعـلام في أثيوبيـا وموائمـة ذلـك مـع دسـتور البـلاد والقوانـين السـائدة وذلـك بتكليـف مـن منظمـة اليونسـكو وذلـك في الثالـث والعشريـن مـن أكتوبـر 2018م، تنـاول التقريـر وضعيـة مؤسسـات الإعـلام مـن حيـث الإطـار القانونـي المنظـم لعملهـا ومسـتويات حريـات التعبـير المكفولـة في القانـون والممارسـة العمليـة لهـا بجانـب حـق الحصـول عـلى المعلومـات وفقـاً للقانـون والممارسـة العمليـة لهـا، بجانـب الاسـتقلال التحريـري وحـق الصحافييـن في حمايـة مصادرهـم عـلاوة عـلى دور المنظمـات العامـة (هيئـة الإذاعـة والتلفزيـون الأثيوبيـة) ومنظمـات المجتمـع المدنـي في تشـكيل السياسـات العامـة تجـاه وسـائل الإعـلام[1].

عـلاوة عـلى أن التقريـر تنـاول وضعيـة نظـام ومؤسسـات البـث الإذاعـي واسـتقلالية الجهـاز التنظيمـي وفقـاً للقانـون والممارسـة العمليـة بجانـب التعدديـة الإعلاميـة (إذاعـات وقنـوات فضائيـة وصحافـة قطـاع اص) وحريـة التعبـير والمعلومـات، زد

(1) ميكوريـا مكاشـا وثيـودورس وودنـه، مقدمـة تقريـر الخـبراء- تقريـر وضعيـة الإعـلام في إثيوبيـا وموائمتـه مـع الدسـتور- اليونيسـكو، 23 أكتوبـر، 2018م، مكتـب الإعـلام بأديـس أبابـان إثيوبيـا.

على ذلك قوانين التشهير والقيود القانونية الأخرى على الصحفيين في حماية سمعة الأفراد والقيود الأخرى المفروضة على حرية التعبير، وسواء كانت قائمة على الأمن القومي أو طاب الكراهية وغيرها. حيث أكد التقرير أن حرية التعبير مكفولة في القانون الإثيوبي وتحترم في الممارسة ويشير الباحث إلى أن أثيوبيا عضواً مؤسساً للأمم المتحدة منذ عام 1932 حيث صادقت حكومة جمهورية أثيوبيا الديمقراطية الاتحادية على المراسيم والقوانين والمعاهدات التي تضمن حرية التعبير ممثلاً في:

- الإعلان العالمي لحقوق الإنسان المصدق عليه عام 1948. ولا سيما المادة 19 ذات الصلة بوسائل الإعلام.
- العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية، كما تم التصديق عليه عام 1993م.
- اللجنة الدولية للقضاء على التمييز العنصري (ICERD) ، كما تم التصديق عليها في عام 1991م.
- اللجنة الدولية للقضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة (CEDAW) كما تم التصديق عليها في عام 1981
- اتفاقية الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، كما تم التصديق عليها عام 1993م.
- الميثاق الأفريقي لحقوق الإنسان والشعوب، المادة 9 وكذلك 8 و10، كما تم التصديق عليه في عام 1981م.

ولاحظ الباحث أن الإعلان رقم 1995/1 من دستور جمهورية أثيوبيا الديمقراطية الاتحادية، المادة 29 واضح تمامًا في أحكامه المتعلقة بحرية التعبير وحرية الصحافة، وكذلك في الحق في الوصول إلى المعلومات:

(لكل فرد الحق في حرية التعبير دون أي تدخل. يجب أن يشمل هذا الحق حرية البحث عن المعلومات والأفكار من جميع الأنواع وتلقيها ونقلها ، بغض النظر عن الحدود، سواء شفهيًا أو كتابيًا أو مطبوعاً أو في شكل فني أو من خلال أي وسائط من اختياره[1].

(1) Overview of Ethiopian Media Landscape, 2018l

حريــة الصحافــة ووســائل الإعــلام الأخــرى وحريــة الإبــداع الفنــي مكفولــة. يجــب أن تشــمل حريــة الصحافــة عــلى وجــه التحديــد العنــاصر التاليــة:

أ) حظر أي شكل من أشكال الرقابة

ب) الوصول إلى المعلومات ذات المصلحة العامة.

مــن أجــل حريــة تدفــق المعلومــات والأفــكار والآراء الضروريــة لعمــل النظــام الديمقراطــي، بيــد أن تقريــر الخــبراء بشــأن الحريــات الصحفيــة دعــا بــضرورة يجــب أن تتمتــع الصحافــة، كمؤسســة، بالحمايــة القانونيــة لضمــان اســتقلاليتها التشــغيلية وقدرتهــا عــلى اســتيعاب الآراء المتنوعــة.

كمــا دعــا لتشــغيل أي وســيلة إعــلام تمولهــا الدولــة أو تخضــع لســيطرتها بطريقــة تضمــن قدرتهــا عــلى اســتيعاب التنــوع في التعبــير عــن الــرأي.

لا يمكــن تقييــد هــذه الحقــوق إلا مــن خــلال قوانــين تسترشــد بالمبــدأ القائــل بــأن حريــة التعبــير والمعلومــات لا يمكــن تقييدهــا بســبب محتــوى أو تأثــير وجهــة النظــر المعــبر عنهــا. يمكــن وضــع قيــود قانونيــة مــن أجــل حمايــة رفاهيــة الشــباب وشرف وســمعة الأفــراد. يحظــر القانــون أي دعايــة للحــرب وكذلــك التعبــير العلنــي عــن الــرأي بقصــد المســاس بكرامــة الإنســان. وأن أي مواطــن ينتهــك أي قيــود قانونيــة عــلى ممارســة هــذه الحقــوق قــد يكــون مســؤولا بموجــب القانــون) [1].

مــن المهــم بشــكل خــاص ملاحظــة أن « يجــب أن تتمتــع الصحافــة، كمؤسســة، بالحمايــة القانونيــة لضمــان اســتقلالها التشــغيلي». وأن « لا يمكــن تقييــد هــذه الحقــوق إلا مــن خــلال قوانــين تسترشــد بمبــدأ حريــة التعبــير والمعلومــات لا يمكــن تقييدهــا بســبب المحتــوى أو تأثــير وجهــة النظــر المعــبر عنهــا».

عــلى الرغــم مــن هــذه الأحــكام الدســتورية الواضحــة التــي لاحظهــا الباحــث إلا أنــه تــم تفســير عــدد مــن المــواد في القوانــين الحاليــة المتعلقــة بوســائل الإعــلام بحيــث تحــد مــن حــق الصحفيــين ووســائل الإعــلام في التعبــير كمــا لاحــظ التقريــر. اســتخدمت القوانــين والإعلانــات الأثيوبيــة التــي تنظــم بشــكل مبــاشر أو غــير مبــاشر حريــة التعبــير ووســائل الإعــلام والصحفيــين لتقييــد حريــة الصحافــة بشــكل كبــير وفــرض عقوبــات قاســية وتعســفية عــلى وســائل الإعــلام والصحفيــين لعــدة ســنوات،

(1) Overview of Ethiopian Media Landscape2018 ,l

تـم تأكيـد ذلـك في عـدد مـن المقابـلات والتحليـلات الدوليـة التـي أجرتهـا مراسـلون بـلا حـدود ولجنـة حمايـة الصحفيـين وفوجـو وآي إم إس RSF, CPJ, FOJO, IMS وغيرهـا.

وأظهـر التقريـر أن أحـدث أسـس لمعاقبـة الصحفيـين ووسـائل الإعـلام هـي إعـلان مكافحـة الإرهـاب ، وإعـلان حريـة وسـائل الإعـلام والوصـول إلى المعلومـات رقـم. 2008/590 والقانـون الجنائـي لجمهوريـة أثيوبيـا الديمقراطيـة الفيدراليـة لعـام 2004. عـدد مـن القوانـين التـي تعاقـب عـلى الإهانـات للدولـة (يجـب إزالتهـا). وأن خطـاب الكراهيـة يجـب أن يوصـف بدقـة مـن خـلال القانـون وأن يكـون في المقـام الأول مسـألة تنظيـم ذات حسـب مـا يـرى التقريـر.

وقـال تقريـر الخـبراء أن القوانـين المذكـورة أعـلاه عـن مضايقـة وترهيـب الصحفيـين وتقـوض حقهـم في حمايـة سريـة مصادرهـم. وأنـه تـم اسـتخدامها لمقاضـاة الأفـراد بتهمـة التزويـر عندمـا ينتقـدون السـلطات الحكوميـة ، أو الاحتجـاج بشـكل مـشروع عـلى سياسـة الحكومـة وقراراتهـا. بيئـة التهديـد هـذه جعلـت كثـير مـن الصحفيـين والمواطنـين يفـرون مـن البـلا حسـبما جـاء في التقريـر[1].

يُعـرِّف إعـلان مكافحـة الإرهـاب لعـام 2009 في أثيوبيـا الإرهـاب عـلى نطـاق واسـع جـدًا في مادتـه 3 وفي المـادة 6 يُعـرِّف التشـجيع عـلى الإرهـاب عـلى النحـو التـالي: "كل مـن ينـشر أو يتسـبب في نـشر بيـان مـن المحتمـل أن يفهمـه بعـض أو كل أفـراد الجمهـور الـذي تـم نـشره لهـم عـلى أنـه تشـجيع مبـاشر أو غـير مبـاشر أو أي حافـز آخـر لهـم عـلى التكليـف أو التحضـير أو التحريـض، يعاقـب عـلى فعـل الإرهـاب المنصـوص عليـه في المـادة 3 مـن هـذا الإعـلان بالسـجن المشـدد مـن 10 إلى 20 سـنة ".

وتعـرّف المـادة 3 مـن الإعـلان «الأعمـال الإرهابيـة» بأنهـا تلـك التـي: (أي شـخص أو مجموعـة تنـوي النهـوض بقضيـة سياسـية أو دينيـة أو أيديولوجيـة عـن طريـق إكـراه الحكومـة أو تخويـف الجمهـور أو قسـم مـن الجمهـور أو زعزعـة اسـتقرار أو تدمـير المؤسسـات السياسـية أو الدسـتورية أو الاقتصادية أو الاجتماعية الأساسية للبلد.

(1) Overview of Ethiopian Media Landscape2018 ,l

لا يذكـر التشريـع حمايـة وسـائل الإعـلام عـلى وجـه التحديد مثـل ضمان حق وسـائل الإعـلام والصحفيـين في الإبـلاغ عـن المعارضـة والجماعـات غـير العنيفـة أو العنيفة، أو حقهـم في حمايـة سرية المصـادر، أو التمييز بين هـذا والتفكير والتحريض عـلى العنف[1].

وبشـأن إعـلان حريـة وسـائل الإعـلام والوصـول إلى المعلومـات رقـم. 590/2008 فـإن تقريـر الخـبراء أقـر أن القانـون الجديـد أفضـل مـن القانـون السـابق مـن خـلال إلغائـه لمـادة الاحتجـاز لمحاكمـة الصحفيـين. ومـع ذلـك، فإنـه لا يـكاد يعطـي أي قيـود عـلى طلبـات التصحيـح في المطبوعـات (المـادة 40.1) في حالـة الإبـلاغ عـن أي معلومـات واقعيـة أو مسـألة تـضر بـشرف أو سـمعة أي شـخص في وسـائل الإعـلام ، يكـون لهـذا الشـخص الحـق في إدراج رده مجانًـا في الإصـدارة التـي ظهـر فيهـا التقريـر. وأنـه يجـوز لأي شـخص يُرفـض حقـه في الـرد ، أن يتقـدم إلى المحكمـة لإجبـار رئيـس التحريـر و «يجـوز للمحكمـة في دعـوى التشـهير مـن خـلال وسـائل الإعـلام أن تحكـم ، مـع مراعـاة خطـورة الـضرر المعنـوي ، بتعويـض يصـل إلى 100000 بـر (تقريبـاً 3.600 دولار أمريكـي) مـع مراعـاة خطـورة الـضرر «. (المـادة 41.2(

وينـص القانـون في المـادة 43 (7) عـلى أن التشـهير والاتهـام الـكاذب ضـد «المشرعـين والمسـؤولين التنفيذيـين والقضـاة المكلفـين بموجـب الدسـتور سـيكون مـن اختصاص الحكومـة ويمكـن مقاضاتـه حتـى إذا اختـار الشـخص الـذي ارتكبـت ضـده عـدم توجيـه اتهامـات".

ولاحـظ الباحـث أن قانـون وسـائل الإعـلام يحتـوي عـلى أحـكام واسـعة النطـاق وتقديريـة تطالـب المنشـورات بنـشر اعتـذارات أو تصحيحـات مـن الحكومـة دون تحديـد حـدود هـذا المطلـب (المـادة 176) ويسـمح للمسـؤولين الحكوميين باسـتخدام مجموعـة متنوعـة مـن البنـود لمنـع الوصـول إلى المعلومـات العامـة (المـادة 177).

وقـد فُسرت هـذه القوانين والقانـون الجنائـي لمعاقبة الصحفيـين ورؤسـاء التحرير على محمـل الجـد لدرجـة أن عدد منهم غـادروا البـلاد لتجنب المتاعب وسُـجن آخـرون. ومع ذلـك ، يبـدو أن أثيوبيـا حاليًا تفـسر بعض القوانـين المتنـازع عليها ، بمـا في ذلك قوانين الإعـلام ، بشـكل أقـل قسـوة. في أثيوبيا كمـا في أي مـكان آخر ،ويـرى تقريرالخـبراء أن التحـدي الرئيـس يتمثل في تنفيـذ وتفسـير القوانين بدلاً مـن التشريعات في حـد ذاتها[2].

(1) Overview of Ethipian Media Landscape, Op.Cit., 2018l

(2) Overview of Ethipian Media Landscape, Op.Cit., 2018l

ومـع ذلـك يـرى الباحـث أن هنـاك حاجـة لإصـلاح هـذا التشريـع لتجنـب إمكانيـة تفسـيره مـرة أخـرى بطريقـة تهـدد حريـة التعبـير وتقـوض المشـهد الإعلامـي النابـض بالحيـاة.

وفيمـا يتعلـق بالحـق في المعلومـات فإنهـا مكفـول في القانـون ومحترمـة في الممارسـة وذلـك وفقـاً لمنطـوق مـواد قانـون حريـة وسـائل الإعـلام والوصـول إلى المعلومـة رقم (590/2008 حيـث تنـص عـلى أن مـن حـق المواطنـين في الوصـول إلى المعلومـات التي تحتفـظ بهـا الهيئـات العامـة وتلقيها واسـتيرادها ، مـع مراعاة قيـود مبررة تسـتند إلى تجـاوز المصالـح العامـة والخاصة ؛وإنشـاء آليات وإجـراءات لإعمال هذا الحـق بطريقة تمكـن الأشـخاص من الحصول عـلى المعلومات بأسرع مـا يمكن وبتكلفـة منخفضة وبلا مجهـود قدر الإمـكان وفي حدود المعقول ؛ وتشـجيع وتعزيز المشـاركة العامـة ، والتمكين العـام ، وتعزيز ثقافة الشـفافية والمسـاءلة والكفـاءة في وظائف الهيئات العامة وتشـجيع وتعزيـز الحكـم الرشـيد .» (المادة 11)

وتعتـبر المـادة 13 أنـه مـن الواجـب نـشر قائمـة المعلومـات وتحديـث هـذه القائمـة سـنويًا عـلى الأقـل ، غـير أن تقريـر الخـبراء لاحـظ أنـه لـم يتـم ذكـر جـداول الأعمال أو المحـاضر أو وثائـق الخلفيـة للاجتماعـات في البرلمـان أو المجالـس الإقليميـة في هـذه المقالـة. ومـع ذلـك ، فـإن عـدد مـن القيـود تمنـع الحـق في الوصـول إلى المعلومـات ، وكثـيرا مـا يتـم رفـض هـذا الوصـول أو تأخـيره.

وتنـص المـادة 14.3 عـلى أنـه يجـب الـرد عـلى طلبـات المعلومـات في غضـون ثلاثـين يـوم عمـل. تسـمح المـادة 14.8 بإطالـة هـذا الأمـر لمـدة 30 يـوم عمـل أخـرى - بإجمـالي 60 يومًـا.

تنـص المـادة 14.10 عـلى أن أي طلـب إعـلام ي «يُظهـر بشـكل معقـول أن أي إجـراء تـم اتخـاذه أو عـلى وشـك اتخـاذه مـن قبـل الهيئـة العامـة يجـب أن يُنـشر للجمهـور عـلى الفـور». يجـب تقديـم هـذه المعلومـات في غضـون 10 أيـام. ومـع ذلك ، يجـوز لضابـط العلاقـات العامـة في الهيئـة العامـة رفـض الاسـتعجال دون أي حـق في اسـتئناف هـذا القـرار أمـام المحاكـم (المـادة11، 14)، وتحـدد المـواد (16) و (17) و (18) و (20) و (21) و (22) و (23) و (24) و (25) و (26) و (27) قائمـة طويلـة جـدًا مـن الاسـتثناءات عندمـا لا يتـم منـح الوصـول إلى المعلومـات. بسـوء نيـة ، يمكن اسـتخدام هـذه الاسـتثناءات لتقويـض أهـداف القانـون. ويجـوز اسـتئناف رفـض الوصـول إلى المعلومـات إلى رئيـس الهيئـة العامـة.

وقد يتم استئناف قرار هذه الهيئة لاحقًا أمام أمين المظالم الذي يجب أن يتخذ قراره في غضون 30 يومًا. (المادة 33). وأمين المظالم مخول ومطلوب منه مراقبة تنفيذ القواعد المتعلقة بالوصول إلى المعلومات وفقًا لموارد مكتبه.

وتنص المادة 14 على أنه يجب تقديم جميع الطلبات إلى مسؤول العلاقات العامة في الهيئة العامة. تماشياً مع الدستور ، ينص إعلان حرية وسائل الإعلام والوصول إلى المعلومات رقم 590/2008 على حق المواطنين في طلب معلومات من مسؤول العلاقات العامة ذي الصلة وواجبه / عليها تقديم هذه المعلومات في نموذج الطلب. يجب على أي مسؤول أو موظف في الهيئة العامة التعاون لتقديم المعلومات المطلوبة. ومع ذلك ، فإن جميع الهيئات العامة تقريبًا على المستويين الاتحادي والولائي لم تتمكن من توفير الوصول الفعال إلى المعلومات. هناك ثلاثة أسباب رئيسية لهذا وقف عليها الباحث أهمها:

(...أن الإجراءات الموضحة في إعلان حرية وسائل الإعلام والوصول إلى المعلومات رقم. 590/2008 («قانون الإعلام») تجعل تحقيق أهداف الوصول إلى المعلومات مرهقً....)

يبدو أن المديرين التنفيذيين على المستويات الفيدرالية والولائية مترددين في تقديم أي معلومات عن طيب خاطر حتى العلاقات العامة المسؤولة. ولاحظ الباحث ضباط العلاقات العامة والصحفيين غير قادرين على توفير المعلومات المطلوبة وربما يعزى ذلك لعدم التدريب الجيد وغيرها من الأسباب.

لذا غالبًا ما يفوت مسؤولو العلاقات العامة والسياسيون الإثيوبيون على حد سواء الفرصة للتعبير عن مخاوفهم والتواصل مع المواطنين من خلال وسائل الإعلام، ودعا تقرير الخبراء إلى أنه يجب على السياسيين الإثيوبيين بدلاً من ذلك السعي لجعل قصصهم جذابة لوسائل الإعلام. يجب أن يكون من الممكن متابعة أعمال البرلمان والمجالس الإقليمية من خلال البث الصوتي والمرئي والتنزيلات من موقع البرلمان. وهذا من شأنه أن يساهم أيضًا في جعل السياسيين مسؤولين أمام الجمهور غير أن تقرير الخبراء لاحظ أن مجلس منطقة (SNNP) بالفعل لديهم بث إذاعي وتحديد منتظم ينقل اجتماعاتهم لجمهوره. والاستقلال التحريري وفيما يتعلق وفقاً للقانون ومطبق على الأرض يشير الباحث إلى أن الدستور يشدد على أن وسائل الإعلام «تتمتع بالحماية القانونية لضمان استقلاليتها التشغيلية وقدرتها على استيعاب الآراء المتنوعة

وذلك على ذلكن خلال تفويض مجلس إدارة EBC الوارد في الإعلان رقم. رقم 2014/858 للنص على إنشاء هيئة الإذاعة الأثيوبية لا يمنح مجلس الإدارة أي سلطة رسمية للتدخل في الاختيارات التحريرية للرئيس التنفيذي، ولكن حدود ولاياتهم غير واضحة. الأمر نفسه ينطبق على هيئات البث العامة على مستوى الولايات الأثيوبية والعلاقة بين المالكين ورؤساء تحرير وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة الخاصة المسؤولين قانونًا عن محتوى وسائل الإعلام.

غير أن الباحث لاحظ أن المسئولين من وسائل الإعلام العامة يقدمها تقارير مؤسساتهم إلى مجلس نواب الشعب والمجالس على المستويين الاتحادي والإقليمي على التوالي.

ومع ذلك قال تقرير الخبراء إن «اللجان الإعلامية» غير الرسمية المكونة من المديرين التنفيذيين لمكاتب شؤون الاتصال الحكومية وممثلي الأحزاب السياسية والمديرين التنفيذيين الآخرين قد تدخلوا بشكل مباشر في البرمجة الإعلامية والتطوير الهيكلي في الحكومة الفيدرالية والمستوى الإقليمي. يزعم مديرو وسائل الإعلام أن «اللجان الإعلامية» كان لها تأثير كبير للغاية ، بينما يرى أعضاء هذه اللجان أن أفرادا وليس اللجنة بحد ذاتها قد تدخلوا عن وكالات الإعلام المملوكة للدولة والخاصة وأظهر تقرير الخبراء أن المسئولين أكدوا بالإجماع تقريبًا أن المسؤولين التنفيذيين السياسيين في المناطق وعلى المستوى الوطني قد تحدوا استقلالية التحرير بما يتجاوز بكثير أحكام الدستور والإطار التشريعي.

وبشأن ما يكفله القانون حق الصحفيين في حماية مصادره. لاحظ تقرير الخبراء أن التشريع الإثيوبي لا يمنح بشكل صريح الصحفيين الحق في حماية سرية مصادرهم. وأنه تم استخدام إعلان مكافحة الإرهاب بشكل خاص لمطالبة الصحفيين بتسمية مصادرهم الذين تمت مقاضاتهم لاحقًا بشكل قانوني. وفقاً للمادة 12، «عدم الكشف عن الأعمال الإرهابية» والتي تلزم جميع الأشخاص، بما في ذلك وسائل الإعلام، بتقديم معلومات أو أدلة بشأن العمل الإرهابي. وتقول المادة (كل من لديه معلومات أو أدلة قد تساعد في منع عمل إرهابي قبل ارتكابه، أو لديه معلومات أو أدلة قادرة على اعتقال أو مقاضاة أو معاقبة المشتبه به الذي ارتكب أو استعد لارتكاب عمل إرهابي، لا يُبلغ أو يقدم على الفور معلومات أو أدلة للشرطة دون سبب معقول، أو إعطاء معلومات كاذبة، يعاقب عليها بالسجن المشدد من 3 إلى 10 سنوات). وزعم

تقرير الخبراء أن هذه المادة أدى استخدامها الاستخدام الواسع النطاق لإعلان مكافحة الإرهاب ولكن وظف ضد المعارضة والجماعات الأخرى إلى تعريض الصحفيين للخطر بالفعل.

وبشأن وضع السياسات التحريرية ومشاركة المنظمات العامة ومنظمات المجتمع المدني في تشكيل تلك السياسات العامة خاصة السياسات التحريرية لوسائل الإعلام فقد لاحظ الباحث أن تشجيع قطاع الإعلام الإثيوبي على إنشاء مؤسسات إعلامية يملكها القطاع الخاص وحرصت الحكومة مؤخرًا على إشراك أصحاب المصلحة من وسائل الإعلام والمجتمع المدني في المناقشة والتطوير والتحقق من الإصلاحات الإعلامية المستقبلية والسياسة الإعلامية المستقبلية. وخلص الباحث إلى أن عموم السكان يؤيدون الإصلاحات الديمقراطية المعلنة التي تهدف عنها مسودة السياسة الوطنية للإعلام إلى عكس رغبة السكان ودعمهم لتنفيذ إصلاحات ديمقراطية حقيقية في البلاد. مما جعل الجمهور ومنظمات المجتمع المدني أكثر تأثيرًا بشكل كبير على مذيعي الخدمة العامة، وهيئة البث، والتعليم والتدريب الإعلامي.

وقد لاحظ الباحث أن السلطات الأثيوبية تمكنت فعلياً من وضع معايير فنية ومهنية لتطوير التنظيم العملي لوسائل الإعلام باعتباره جزءًا مهمًا من ولاية هيئة البث الأثيوبية وتسعى بذلك لتحقيق التدابير المناسبة لذلك، حيث نص القانون على أنه يجب على هيئة البث الأثيوبية استشارة قطاع الإعلام بشأن المعايير واللوائح ويبقى وضع اللوائح والأعمال الميدانية تحدياً تواجهه وسائل الإعلام الأثيوبية خاصة للقطاع الخاص. وبشأن تنظيم البث الإذاعي لاحظ الباحث أن هيئة الإذاعة الأثيوبية أنشئت بموجب الإعلان رقم (533/2007 لعام 2007) ، إعلان خدمة البث. يتألف مجلس إدارتها من أعضاء من مؤسسات مختلفة وأجزاء من المجتمع. واشترط القانون أن يكون الأعضاء الذين يتم تعيينهم من قبل الحكومة بناءً على توصية من وزير الإعلام (المادة 2.19)، ولكن وفقًا للمدير العام الحالي ، يتم اختيار أعضاء مجلس الإدارة من قبل EBA نفسها ويوافق عليها رئيس الوزراء. المدير العام عضو في مجلس الإدارة.

وتهدف هيئة الإذاعة الأثيوبية إلى «ضمان توسيع خدمة إذاعية عالية المستوى وسريعة وموثوقة يمكن أن تسهم في التنمية السياسية والاجتماعية والاقتصادية وتنظيمها".

هيئة البث الأثيوبية (EBA) هي هيئة تنظيمية رئيسية مكلفة بإدارة الترددات على المستويين الفيدرالي والإقليمي بالإضافة إلى المعايير والقواعد التنظيمية. يرى عدد من الإعلاميين والصحافيين في قطاع الإعلام أن تخصيص EBA لتراخيص البث ومراقبة المنافذ الإعلامية منحاز للحكومة. ودعا تقرير الخبراء لتجنب الشك في التحيز وبناء مصداقيتها مع وسائل الإعلام والمواطنين، يجب أن تتحول هيئة البث الأثيوبية إلى كيان تنظيمي مستقل تمامًا وشفاف مع مجلس إدارة مستقل. تتمثل إحدى طرق القيام بذلك في السماح لمنظمات ومؤسسات المجتمع المدني المحددة جيدًا بترشيح قائمة بالإمكانات، الأعضاء الذين يستوفون المتطلبات المحددة فيما يتعلق بخبراتهم وخلفيتهم التعليمية. يجب أن يوافق البرلمان على القائمة الكاملة للأعضاء المرشحين إلا في الحالات التي لا يستوفي فيها المرشح المعايير واستشهد تقرير الخبراء بتجربة دولة سيراليون (هناك مجلس الإعلام المستقل، وهو هيئة ذاتية التنظيم مستقلة سياسياً، مسؤولة عن التعامل مع الشكاوى المتعلقة بانتهاك وسائل الإعلام لقواعد السلوك الخاصة بها. كما يخصص مجلس الإعلام المستقل تراخيص البث على أساس المتطلبات الفنية البحتة التي أنشأتها اللجنة الوطنية للاتصالات. ويرى التقرير أنه إذا تم تنفيذ مثل هذا النموذج في أثيوبيا، فسيتم نقل المهام غير الفنية لهيئة الإذاعة الأثيوبية إلى مجلس الإعلام الإثيوبي المتوقع. وبشأن ضمان التعددية الإعلامية وحرية التعبير والإعلام لاحظ الباحث أن النظام القانوني والتنظيمي يسمح بإنشاء وتشغيل وسائل الإعلام التجارية والمجتمعية العامة والخاصة الوطنية والولائية وكذلك وسائل الإعلام المطبوعة. يدعم الدستور صراحة التعددية وحرية التعبير وحرية الوصول إلى المعلومات.

يستعد EBA للانتقال من التلفزيون التماثلي إلى التلفزيون الرقمي الأرضي. مع هذا الانتقال، ستتاح المزيد من الترددات وقد يتم استغلال بعض النطاق الترددي المضاف تجاريًا بواسطة خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية وما إلى ذلك.

ولاحظ الباحث أن هناك 10 محطات إذاعية وتلفزيونية مملوكة للدولة وإقليمية مملوكة للدولة على المستويين الاتحادي والإقليمي. 7 محطات تلفزيونية مملوكة للدولة تبث عبر الأقمار الصناعية و 6 بالبث الأرضي. بالإضافة إلى الإذاعات المملوكة للدولة ، هناك 13 محطة إذاعية تجارية ، و 10 محطات تلفزيونية تجارية ، و 40 إذاعة مجتمعية.

أمـا بالنسـبة للإعـلام المطبـوع، فهنـاك 13 صحيفـة و10 مجـلات مملوكـة للدولـة والأقاليـم. 11 صحيفـة و13 مجلـة مملوكـة للقطـاع الخـاص، كمـا لاحـظ الباحـث أن هنـاك عـدد قليـل مـن وسـائل الإعـلام التجاريـة خـارج أديـس أبابـا، ومـا زال هنـاك القليـل مـن وسـائل الإعـلام المجتمعيـة التـي تملكهـا وتديرهـا المجتمعـات. هنـاك نقـص ملحـوظ في التنـوع في ملكيـة وسـائل الإعـلام، والـذي يرجـع جزئيًـا إلى الشـكوك السياسـية. يُنظـر إلى وسـائل الإعـلام التجاريـة الخاصـة عـلى أنهـا وسـائل إعـلام معارضـة في حـين أن وسـائل الإعـلام الحكوميـة أو الإقليميـة مملوكـة للدولـة يُنظـر إلى وسـائل الإعـلام عـلى أنهـا تدعـم الهيئـات الحاكمـة. تزعـم وسـائل الإعـلام التجاريـة الخاصـة أن الحكومـات الفيدراليـة أو الإقليميـة مـترددة في دعمهـا ماليًـا أو تخصيـص إعلانـات لوسـائل الإعـلام الخاصـة.

تتوافـق اللوائـح المحـددة وطنيـاً لحمايـة الجمهـور مـن محتـوى الإعـلان غـير الأخلاقـي مـع المعايـير الدوليـة. ومـن الأمثلـة عـلى ذلـك إعلانـات الكحـول أو الدعـارة أو الرسـائل السياسـية أو الدينيـة بالإضافـة إلى الصـور النمطيـة المتحيـزة جنسـياً. تنطبـق هـذه اللوائـح عـلى الإعلانـات وكذلـك البرامـج الخياليـة والترفيهيـة. عـادةً مـا يكـون للإعلانـات في برامـج الأطفـال قيـود أقـوى لحمايـة الأطفـال. المتطلبـات الواضحـة والمحـددة التـي يجـب عـلى مقدمـي العـروض الإعلاميـة التجاريـة توفـير عنـاصر مـن محتـوى الخدمـة العامـة المحليـة هـي وسـائل لضمـان مسـاهمة وسـائل الإعـلام التجاريـة في تطويـر الديمقراطيـة الأثيوبيـة. يمكـن أيضًـا تشـجيع المذيعـين التجاريـين عـلى بنـاء السـلام والديمقراطيـة مـن خـلال تفضيـل طلبـات ترخيصهـم مـن قبـل المناقصـين للذيـن يعـزز محتواهـم وإنتاجهـم المبتكـر الحـوار بـين المجتمعـات محليًـا وإقليميًـا ومـع المركـز.

غـير أن تقريـر الخـبراء أوضـح احتـكار الدولـة بطلـب (شركـة طباعـة برهانينـا سـلام(BSPE) -) بأسـعار صارمـة وفـرض شروط تقييديـة في عقودهـم. تجعـل الطباعـة باهظـة الثمـن وتكاليـف التوزيـع خـارج أديـس أبابـا مـن غـير المسـتدام اقتصاديًـا الاسـتثمار في وسـائل الإعـلام المطبوعـة المسـتقلة. يمكـن النظـر في إصـلاح الأسـعار وإجـراءات العمـل الخاصـة بـ BSPE وفحـص نمـاذج الأعمـال الجديـدة التـي تفضـل التوزيـع عـبر الإنترنـت والنسـخ المطبوعـة المحليـة الممكنـة. يمكـن أن يسـاعد دعـم الأعمـال والتدريـب في تطويـر وتحويـل قطـاع الإعـلام المطبـوع. ينبغـي مراجعـة مجموعـة قوانـين وآليـات الاسـتثمار الأثيوبيـة لتحفيـز تطويـر قطـاع إعـلام خـاص مسـتدام.

فيما يتعلق بوسائل الإعلام على الانترنت دعا تقرير الخبراء إلى أنه يجب أن تمتثل النسخ المتاحة عبر الإنترنت لوسائل الإعلام التقليدية مثل الراديو والتلفزيون والمطبوعات بشكل منطقي للقواعد واللوائح والقواعد التي تنطبق على إصداراتها غير المتصلة بالإنترنت ويجب تسجيل الإصدارات عبر الإنترنت لدى السلطات الضريبية.

وبالمثل، يجب أن يُطلب من وسائل الإعلام التي لا تتوفر إلا عبر الإنترنت التسجيل لدى السلطات الضريبية واتباع نفس قواعد الأخلاق واللوائح مثل وسائل الإعلام المطبوعة أو المرئية. وبشأن وسائل الإعلام المجتمعية أقر تقرير الخبراء أنها تؤدي دورًا مهمًا في تعزيز المشاركة الديمقراطية المحلية والحوار. ومع ذلك، فضلت وسائل الإعلام الأثيوبية عدم تغطية النزاعات الأثيوبية في عدة مناسبات في بلدان أخرى، شاركت وسائل الإعلام المجتمعية بنشاط في النزاعات الطائفية القائمة على العرق. لتجنب أي من هذه المواقف، يُقترح التقرير أن تمثل تطبيقات ترخيص الوسائط المجتمعية رسميًا وتشتمل أيضًا في الواقع جميع المجموعات ذات الصلة في المجتمع.

نظرًا لأن أكثر من 80 مجموعة عرقية مختلفة في البلاد لديها بدائل قليلة للإذاعة العامة، فإن وسائل الإعلام المجتمعية ستملأ الفراغ من خلال العمل كمنصة للحوار المحلي والإقليمي. يمكن أن يكون هذا النوع من بناء المجتمع وسيلة لمنع الصراعات وتعزيز الديمقراطية في المناطق. ولم يتم منح تراخيص لوسائل الإعلام الدينية حتى الآن وذلك لتجنب المزيد من النزاعات الطائفية. تدعم الأدلة المستقاة من بلدان أخرى الخوف من أن تساهم هذه الوسائط في تفاقم الخطاب المحلي بين الجماعات الدينية المختلفة بدلاً من تحسينه. ومع ذلك ، في هذه الحالة ، يجب أيضًا مراعاة الحق في حرية التعبير. لا تمنح حرية التعبير كل فرد الحق في إطلاق محطة إذاعية خاصة به ، ولكن الحق في التعبير عن الرأي والمعتقد الديني بحرية. يمكن أن يكون النموذج المقترح الذي يجب مراعاته هو مطالبة إذاعات المجتمع الديني بتمثيل جميع المجموعات الدينية داخل المجتمع رسميًا وفيما يتعلق ببرامجها. بهذه الطريقة سيتعين على المجتمعات الدينية مشاركة ساعات البث فيما بينها والتعاون في المحتوى إلى حد ما.

ويمكن للزعماء الدينيين المساهمة في منع الصراع وبناء السلام قد يكون مثل هذا النموذج الإعلامي المجتمعي مع منصة دينية مستدامًا ويخدم أغراضًا أخرى أيضًا، وفيما يتعلق بوسائط الأقمار الصناعية أشار التقرير إلى أن البرامج السياسية أو الدينية المرتبطة بالتوزيع المجاني عبر الأقمار الصناعية مباشرة إلى الوطن ومرخصة خارج أثيوبيا كانت مصدر قلق لأنه يُنظر إليها على أنها تحرض على الصراع. حقيقة أن برامجهم يتم إنتاجها جزئيًا داخل أثيوبيا دون الحصول على ترخيص إثيوبي هي سبب ثانٍ للقلق. ومع ذلك، فمن غير المحتمل أن تطلب (EBA) تنظيمًا قانونيًا للمحتوى. نموذج العمل المستخدم في هذه الحالة مشابه للنموذج المستخدم فيما يتعلق ببث القمر الصناعي الذي أطلقه المستشار الدولي في نيجيريا في عام 2014، وإن كان ذلك بهدف مختلف. كان الاتصال بالقمر الصناعي والترخيص في الأردن، بينما تم إنتاج البرنامج نفسه في نيجيريا، تم تسجيل المذيع لدى سلطات الضرائب كمنظمة غير حكومية. ودعا تقرير الخبراء إلى أنه إذا رأت EBA أنه من أولويات تقييد الإرسال عبر القمر الصناعي الدولي المجاني، فيجب استشارة الاتحاد الدولي للاتصالات (ITU)[1].

السياسات الإعلامية للإذاعة والتلفزيون (رؤية لمواكبة روح العصر):

إن الإذاعة والتلفزيون في السودان وأثيوبيا بحاجة إلى مواكبة العصر وروحه، وذلك بتوظيف صفحات الويب على الشابكة العلمية للمعلومات (الانترنت) ببث البرامج عليها لزيادة جمهور المستمعين والمشاهدين، وأن تكون هناك مواقع للإذاعات والقنوات الفضائية السودانية والأثيوبية ومواقع اليوتيوب والاستفادة من شبكات التواصل الالكتروني مثل (الفيسبوك، تويتر، مي سبيس، لايف بوون، هاي فايف، أوركت، تاج، لينداد، يوتيوب وغيرها) [2]. وتبادل المقاطع الصوتية والفيديوهات والصور مع جمهور المستمعين والمشاهدين ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية مع الجمهور لإثراء البرامج الإذاعية المسموعة والمرئية بغرض تحقيق أكبر قدر من التواصل والتفاعل المباشر مع جمهور المتلقين. علاوة على أن السياسات الإعلامية تضع قاعدة ذهبية للعاملين بالإذاعة والتلفزيون تجعلهم أكثر مواكبة مع الجمهور في توفير المعلومات وتبادلها،

(1) Overview of Ethiopian Media Landscape, Op.Cit., 2018l

(2) نوال عبدالرحيم اسماعيل، الأسس والقواعد الدولية لمنهجية الإعلام، القاهرة، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، دار الجديد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2018م، ص5

بالرغم من الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها الشبكات الاجتماعية على الدوام خصوصاً موقع (الفيسبوك) والتي تتهمه تلك الانتقادات بالتأثير السلبي والمباشر على المجتمع الأسري، والمساهمة في انفراط عقده، وانهياره [1].

إلا أن الباحث يرى فيها وسيلة مهمة للتنامي والالتحام بين المجتمعات خاصة في حالة السودان وأثيوبيا وتقريب المفاهيم والرؤى بينهما والاطلاع والتعرف على ثقافات شعبي البلدين. ويأمل الباحث أن يستفيد القائمين بأمر الإذاعة والتلفزيونين في البلدين من شبكات التواصل الاجتماعي من خلال برامج الإذاعة والتلفزيون وتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، ويمثلها للهيئتين (الإذاعة والتلفزيون بالسودان وأثيوبيا) من إدارات متخصصة للتقانة وإدارة المعلومات.

يأمل الباحث الاهتمام بهذه الإدارات بتوفير الميزانيات المالية لها ودعمها بالقوى البشرية المؤهلة حتى تتمكن من التواصل مع الجمهور بتعظيم الأدوار المطلوبة للمواقع الإلكترونية بجانب حساب الشبكات الاجتماعية، وقوى تأثيرهما على جمهور المتلقين، وتحري وتشجيع الدراسات العلمية في هذا الصدد لتسهم في إثراء الوجدان السوداني والإثيوبي وإثراء المكتبات العربية والإفريقية والعالمية بموضوعها، بجانب الاستفادة من تلك الدراسات للجهات البحثية العلمية في الدراسات الأكاديمية خاصة طلبة أقسام الإعلام والاتصال والعلوم السياسية والمهتمون بالإذاعة والتلفزيون وشبكات التواصل الالكتروني، وبما أن وضع السياسات الإعلامية في كل من السودان وأثيوبيا بعد قناعة وقاعدة صُلبة تبنى عليها وسائل الإعلام عملها خاصة الإذاعة والتلفزيون فإن الباحث يأمل أن تفتح مرحلة ما بعد وضع السياسات الإعلامية للإذاعة والتلفزيون وتنفيذها أن تفتح الباب واسعاً أمام الدارسين والباحثين للخوض أكثر في غمار شبكات التواصل الالكتروني هذه والمواقع الإلكترونية والبناء المؤسس على لبنة الفيسبوك المثير للجدل.

كما يرى الباحث أن الاهتمام بذلك يمكن واضعي السياسات الإعلامية والمشتغلين عليها من الدراسة المستمرة لآراء واتجاهات وسلوكيات الجمهور والعمل على تلبية رغباته وفق تنسيق منسق للسياسات الإعلامية وتفسير وشرح الأحداث والظواهر وفق سياسة إعلامية واضحة.

(1) نوال عبد الرحيم اسماعيل، مرجع سابق، ص5

مـن خـلال عمـل الباحث ومـا وقـف عليه مـن واقـع للإذاعـة والتلفزيـون في السـودان وأثيوبيـا فإنـه يـرى ضرورة تفعيـل كل الوسـائل الفنيـة والتقنيـة لخدمـة مصالـح شـعبي السـودان وأثيوبيـا بإدمـاج الإذاعـة والتلفزيـون مـع وسـائط ووسـائل الإعلام الجديـد، والتـي يمكـن مـن خلالهـا معرفـة الأفـكار السـائدة في عقـول مسـتخدمي الوسـائل الإعلاميـة الجديـد، ممـا يسـمح في معرفـة اتجاهـات الـرأي العـام الحقيقيـة وهـو مـا يختلـف عـن الإعـلام التقليـدي الـذي غالبـاً مـالا تظهـر فيـه بوضـوح تـام الاتجاهـات الحقيقيـة للأفـراد والمجتمعـات وبالتـالي تطويـر السياسـات الإعلاميـة في هـذا الاتجـاه وبمـا يخـدم اسـتراتيجيات مصالـح البلديـن. وأن التفاعليـة اليـوم كمـا أشـار (رويـار اسـكريبت) في نقـده للنمـاذج الخطيـة للاتصـال أنهـا تتمثـل اليـوم في الـدور الـذي تحـول المتلقـي بمقتضـاه إلى فاعـل في (وضـع لأجنـدة) فلـم يعـد يقتصر دور المتلقـي في التفاعـل عـلى دائـرة رجـع الصـدى مـن خـلال الاكتفـاء بالتعليـق عـلى الموضوعـات المنشـورة عـلى المواقـع الإلكترونيـة، وإنمـا أصبـح لـه دور مهـم في الممارسـة الإعلاميـة المطلقـة عـبر أدوات الانترنـت الجديـدة، بـل والتحكـم فيمـا يتعـرض لـه مـن معلومـات، وفي نفـس الوقـت بـث المحتـوى الـذي ينتجـه لمـن يريـد، دون قيـد أو شرط.

إن وضـع السياسـة الإعلاميـة يسـهم في توظيـف وسـائل الإعـلام (الإذاعـة والتلفزيون) خـاص لإدارة التعدديـة الثقافيـة الهائلـة التـي يتمتـع بهـا في السـودان وأثيوبيـا وهـي الكنـز الباقـي عـبر الأجيـال، فهـي نتـاج انصهـار الحضـارات التـي تعاقبـت عـلى شـعب البلديـن والكـون منـذ بـدء الخليقـة، فالخصوصيـة المتعاقبـة لـكل مـن السـودان وأثيوبيـا لا تتعـارض البتـة مـع المواثيـق والقوانـين الدوليـة، ولكنهـا يمكـن أن تكملهـا وتثريهـا بمـا فيهـا مـن مفاهيـم ووضـع السياسـات الإعلاميـة والعمـل عـلى تنفيذهـا لصالـح البلديـن بالعمـل عـلى تحديـد تلـك المعالـم والتـي تعتـبر القاسـم المشـترك لشـعبي البلديـن.

كمـا أن توظيـف الإذاعـة والتلفزيـون ومـن خـلال سياسـتها الإعلاميـة في البلديـن المواقـع الإلكترونيـة ولجـذب جمهـور إضـافي لجمهورهـا مـن المسـتمعين والمشـاهدين، وذلـك مـن خـلال التحديـث وتجـذب تلـك المواقـع لمسـايرة تطـورات الأحـداث وربـط البلديـن مـع بعضهـم البعـض وقضايـا البلديـن بإتاحـة المشـاركة للجمهـور في إبـداء الـرأي والتعليـق عـلى بعـض الموضيـع المنشـورة فيهـا.

وكذلك إمكانية إضافة بعض الآراء والأفكار والأخبار التي تدعم وتعزز من مكانة ومصداقية تلك الوسائل (الإذاعة والتلفزيون بالسودان وأثيوبيا) وبالتالي المواقع الإلكترونية، وبهذا تزيد من عدد جمهورها (زوارها) وتفاعلهم مع ما تقدمه.

يرى الباحث أن واضعي السياسات الإعلامية بكل من السودان وأثيوبيا عليهم الاستفادة أكثر من الشابكة العالمية للمعلومات (الانترنت) وفوائدها الكثيرة، فهي تقوم على إتاحة ووفرة المعلومات في شتى حقول العلم والمعرفة، حيث تنتج العقول البشرية الآن من المعلومات والمعارف في سنوات قلائل قدراً يفوق ما كانت تنتجه سابقاً في عقود زمنية طويلة، والمطلوب توظيف ذلك لصالح الإبداع والتقديم العلمي، وتنمية القدرات العقلية والقدرة على التعامل مع الكم الهائل من المعلومات بشكل علمي قائم على الاستنباط والاستنتاج، والتحليل بما يخدم مصالح البلدين.

من خلال تطوير السياسات الإعلامية لكل من الإذاعة والتلفزيون في السودان وأثيوبيا يمكن أن تعمل مواقع التواصل الالكتروني على تفعيل الطاقات المتوافرة لدى الإنسان ويوجهها للبناء والإبداع في إطار تطوير القديم وإحلال الجديد من قيم وسلوك وزيادة مجالات المعرفة، وبهذا فإن الاتصال له دوره المهم، ليس في بحث معلومات، بل تقديم شكل السياق الاجتماعي والسياسي الذي توضع فيه الأحداث[1].

ارتكزت البحوث العلمية حول الإذاعة والتلفزيون ووسائل الاتصال الحديثة الأخرى على نموذجين تفسيريين، الأول: ويتمثل في الحتمية التكنولوجية، وينطلق من قناعة بأن قوة التكنولوجيا هي وحدها المالكة لقوة التغير في الواقع الاجتماعي، والنظرة التفاؤلية للتكنولوجيا تدعو لهذا التغير، وتراه رمزاً لتقدم البشرية، وعاملاً لتجاوز إخفاقها في مجال الاتصال الديمقراطي والشامل الذي تتقاسمه البشرية، والنظرة التشاؤمية التي ترى التكنولوجيا وسيلة للهيمنة على الشعوب المستضعفة، والسيطرة على الفرد، فتقتحم حياته الشخصية وتفكك علاقاته الاجتماعية[2].

---

(1) مي العبدالله، الاتصال والديمقراطية، بيروت، دار النهضة العربية، 2005م، ص 21.

(2) نصر الدين العياضي، الرهانات الابستمولوجيا والفلسفة للمنهج الكيفي نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد ، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، من 7 – 9أبريل/ 2009م، ص 18.

أمـا النمـوذج الثانـي، ويتمثـل في الحتميـة الاجتماعيـة التـي تـرى أن البنـى الاجتماعية هـي التـي تتحكـم في محتويـات التكنولوجيـا وأشـكالها، أي أن القـوى الاجتماعيـة المالكـة لوسـائل الإعـلام هـي التـي تحـدد محتواهـا.

عليـه يـرى الباحـث إن المجتمعـات البشريـة تعيـش في التغـير التـي فرضتهـا معطيات العـصر التقنيـة، وأن آفـة ذلـك عـدم وضـع السياسـات الإعلاميـة المنظمـة لذلـك، فإن نتيجـة ذلـك تطلـع الإنسـان إلى مواكبـة عجلـة التقـدم العلمـي والإفـادة مـن تلـك المعطيـات، إلا أن المواكبـة السـليمة لتطـور الأمـم تتـم مـن خـلال التقويـم المسـتمر لـكل مـا يعـرض مـن تقنيـات حديثـة بحيـث يتـم اختيـار مـا يلائـم احتياجـات السـودان وأثيوبيـا دون أن يؤثـر ذلـك في القيـم والمفاهيـم الإنسـانية التـي يفـترض أن تكـون قـد حسـمت الجـدل فيـه للسياسـات الإعلاميـة.

وقـف الباحـث عـلى مسـتوى وضـع السياسـات الإعلامية بـكل مـن أثيوبيا والسـودان، واتضـح لـه أن أثيوبيـا تقدمـت كثـيراً عـلى السـودان بوضعهـا للسياسـات الإعلاميـة، وتنزيلهـا عـلى مسـتوى الإذاعـة والتلفزيـون بأثيوبيـا بينمـا مـازال السـودان في طـور الحديـث لوضـع تلـك السياسـات الإعلامية.

يشـير الباحـث إلى أن الهيئـة العامـة للإذاعـة والتلفزيـون في السـودان ظلـت تعمـل بأمـر التأسـيس 2014م حتـى شـهر أبريـل 2025 رغـم أنـه لـم يصـدر أي قـرار بقانـون يعـدل أمـر التأسـيس أو يلغيـه، وتواجـه الهيئـة العامـة للإذاعـة والتلفزيـون بالسـودان تحديـات جمـة عـلى رأسـها القانـون المنظـم لعملهـا في ظـل الأوضـاع والتعقيـدات التـي شـهدها السـودان وتداعيـات حـرب الخامـس عـشر مـن أبريـل 2023 والتـي وضعـت الهيئـة والإعـلام المسـموع والمرئـي في تحديـات جمـة أغلبهـا السـكوت عـلى أمـر التأسـيس 2014 أو تفعيلـه، ممـا حـرم الهيئـة مـن ممارسـة دورهـا الوطنـي مـن خـلال منسـوبيها في التصـدي للإعـلام الـذي وجـه للسـودان في ظـل تلـك التداعيـات وجعـل الهيئـة تنتقـل إلى الولايـات رغـم عـدم وضـوح الرؤيـة، ولكـن مجلـس الـوزراء في السـودان تـدارك الأمـر وأصـدر قـرار رقـم 119 دمـج بموجبـه هيئـات الإذاعـة والتلفزيـون بالولايـات إلى الهيئـة الأم. وينتظـر أن يتـم إصدار قانـون ينظـم لتلـك العلاقـة بـين منسـوبي الهيئـة العامـة للإذاعـة والتلفزيـون ومنسـوبي هيئـات الإذاعـة والتلفزيـون بالولايـات الثمانيـة عـشر، أو يتـم تعديـل أمـر التأسـيس 2014 بمـا يتوافـق وأهـداف الهيئـة العامـة للإذاعـة والتلفزيـون، ونتـج ذلـك عـن غيـاب السياسـات الإعلاميـة المطلوبـة، فغيـاب تلـك المؤسسـات (مجلـس

إدارة للهيئــة وإدارات عامــة متخصصــة) يعتــبر مــن الحلقــات المهمــة التــي تنظــم لعمــل الهيئــة بجانــب المديــر العــام لهــا. إضافــة إلى وضــع خطــة إســتراتيجية تنبثــق منهــا السياســات الإعلاميــة والتحريريــة للهيئــة العامــة للإذاعــة والتلفزيــون تســتوعب واقــع الســودان وتحدياتــه.

الفصل الخامس

الدراسة الميدانية

أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة.

ثانياً: عرض وتحليل وتفسير البيانات

ثالثاً: اختبار الفرضيات

الفصل الخامس

الدراسة الميدانية

أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج (الوصفي) كمنهج أساس باعتباره من أكثر المناهج اهتماماً بوصف الجانب الواقعي لمجتمع الدراسة بالحصول على بيانات ومعلومات وافية ودقيقة، ويصور الواقع الاجتماعي والحياتي، والذي يؤثر على كافة الأنشطة الإعلامية والإدارية والاقتصادية والتربوية والثقافية والسياسية، والعلمية وتسهم مثل تلك البيانات والمعلومات في تحليل هذه الظواهر. وقد تم استخدام أسلوب المسح الشامل لمجتمع الدراسة وصولاً لوصف ظاهر وواضح للظاهرة وتحديدها، وتبرير الظروف والممارسات والتقويم والمقارنة [1]. وقد ساعد ذلك في زيادة المعلومات عنه واختبار العينة بطريقة مناسبة وهدف الباحث في اختيار المنهج المتكامل (الوصفي، التحليلي، المقارن) إلى:

جمع البيانات والمعلومات الوافية عن مجتمعي السودان وأثيوبيا الإذاعة (الراديو والتلفزيون) بالبلدين، (المستمعين والمشاهدين) لبرامج كل من الإذاعة (الراديو والتلفزيون) في البلدين المعنيين بالبحث.

نسبة لأن الهدف الأساس لهذه البحث هو الحصول على المعلومات والإجابات الخاصة بموضوع البحث (فاعلية السياسة التحريرية في إنتاج الرسالة الإعلامية وانعكاساتها على الثنائية بين الدول – دراسة وصفية حالة السودان وأثيوبيا – من 1430هـ - 1442هـ : 2009م – 2020م)

عليه لابد من توزيع الاستبانة على عينة تمثل مجتمع الإذاعة والتلفزيون بالسودان وأثيوبيا ولجميع إداراتهما، وقد اختار الباحث نوعين من العينات حتى يتمكن من إيفاء هذه الدراسة حقها من تحليل وتفسير للعينات التي تم اختيارها واعتمد عليها الباحث هي (الخبراء والجمهور)

(1) عامر إبراهيم قنديلجي، منهجية البحث العملي، ط1، اليازوري العلمية، عمان، 2013/1/1م.

عينة البحث:

اختار الباحث عينات احتمالية، وذلك لإعطاء الفرص فيها لكل وحدات وأفراد المجتمع الأصلي ليكون ضمن النموذج المختار والعينة المنتقاة، وعينات غير عشوائية تعتمد على الصدفة، وكذلك عينات تحقق أغراض البحث المحددة. واستطاع الباحث أن يحدد الأنواع المختلفة من العينات العشوائية، والعينات غير العشوائية، معتمداً في تسلسلها على درجة دقتها وتمثيلها للمجتمع الأصلي. واختار الباحث من الخبراء (الخبير الموضوعي) خبير المجال، وهو الفرد ذو الفهم العميق للعملية المعينة أو وظيفة أو تكنولوجيا أو آلة أو مادة أو نوع من المعدات، خبير المجال هو شخص ذو معرفة خاصة أو مهارات في مجالات معينة والأفراد المعنيون بوصفهم خبراء في الموضوع عادة ما يتم إيجادهم من المهتمين بمعرفة المزيد أو للاستفادة من خبراتهم الفريدة لحل مشاكل محددة أو للمساعدة في تلبية تحديات تقنية محددة. كمثال الإعلامي الخبير في مجال العمل الإعلامي (الصحفي والإذاعي بشقيه المسموع والمرئي) وهو شخص ذو دراية عالية، وله إلمام بموضوع فني أو علمي أو عملي، والخبير هو المفسر للعلاقة بين الوقائع والعلمية والنتائج المستخلصة منها، بالإضافة إلى عينة من الجمهور من السودان وأثيوبيا (المشاهدين والمستمعين).

كما أن الباحث استفاد من توجيهات وملحوظات المشرف وأساتذة الإعلام الآخرين وأستند على مراجع علمية أخرى استفاد من ملحوظاتهم في صياغة الأسئلة التي يستهدفها الباحث.

تصميم الاستبانة:

وعرف الباحث في الاستبانة (للخبراء وجمهور المستمعين والمشاهدين) بنفسه أولاً والكلية والجامعة الذي يجري تحت لوائها البحث، وحدد الهدف من الاستقصاء (الاستبانة) والإشارة إلى أن المشاركة بالرأي والمعلومة يساعد الباحث في أن يتحصل على مادة علمية في مجال البحث، وأنه يستخدمها لأغراض البحث العلمي فقط، وحث المبحوث على التعاون لتحقيق المقصود.

وترك الباحث للمبحوثين فرصة التعبير بحرية تامة عن دوافعهم واتجاهاتهم، وذلك من خلال الأسئلة المفتوحة، رغم احتمال أن بعض المبحوثين قد يحذفون عن غير قصد معلومات مهمة، كما أتاح لهم الوقت المناسب للإجابة عن أسئلة الاستبانة.

وأعـد الباحـث الاسـتبانة بحيـث أن كل سـؤال فيهـا هـو هـدف مـن أهـداف البحـث، يريـد الباحـث عـن طريقـه معرفـة هـدف معـين، ورأى الباحـث في اسـتبانة البحـث الأسـئلة التـي تهـدف للتعـرف عـلى الحقائـق والأخـرى التـي تهـدف التعـرف عـلى الآراء والاتجاهـات والمعتقـدات والمشـاعر وثالثـة تهـدف للتعـرف عـلى السـلوك في المـاضي والحـاضر.

إضافـة إلى دراسـة منهـج السـلوك الاتصـالي في وسـائل الإعـلام السـودانية والأثيوبيـة بالتركيـز عـلى الأجهـزة التـي تديرهـا الحكومـات في البلديـن ومقارنتـه بـين المجتمعات ودراسـة السياسـات الإعلاميـة والمعالـم الثقافيـة المختلفـة في ضـوء محتـوى الإعـلام في تلـك المجتمعـات. ويعـد منهـج المقارنـة آنموذجـاً للبحـث في العلـل والأسـباب الكامنـة وراء حـدوث الظاهـرة مـن خـلال دراسـتها في واقعهـا الراهـن ويعكـس مـن خـلال المقارنـة الأسـاليب التـي تتـم للبحـث في الأسـباب مـن خـلال المقارنـة والإجابـة عـلى السـؤال لمـاذا؟ في دراسـة السياسـات الإعلاميـة والتحريريـة.

العدد المستهدف لكلا الجانبين (310) استبانة تفاصيلها كالآتي:

1. (150) استبانة للخبراء تفاصيلها على النحو المذكور بعد:

شـملت (60) أسـتاذ جامعـي بالتركيـز عـلى أسـاتذة الإعـلام وعلـوم الاتصـال بالجامعـات السـودانية والأثيوبيـة تفاصيلهـا عـلى النحـو التـالي: (30) أسـتاذ جامعـي سـوداني للإعـلام وعلـوم الاتصـال، (30) أسـتاذ جامعـي أثيوبـي للإعـلام وعلـوم الاتصـال.

فيمـا شـملت (30) برلمانـي بالتركيـز عـلى رئيـس وأعضـاء لجنـة الإعـلام بالبرلمـان في البلديـن: (15) رئيـس وأعضـاء لجنـة الإعـلام بالبرلمـان السـوداني، (15) رئيـس وأعضـاء لجنـة الإعـلام بالبرلمـن الأثيوبـي.

وشـلمت (30) مديـر عـام الهيئـة العامـة للإذاعـة (الراديـو والتلفزيـون) بالسـودان وأثيوبيـا وتفاصيلهـا: (15) مديـر عـام هيئـة الإذاعـة (الراديـو والتلفزيـون) بالسـودان، ومديـري الإدارات المتخصصـة، و (15) مديـر عـام هيئـة الإذاعـة (الراديـو والتلفزيـون) الأثيوبيـة، ومديـري الإدارات المتخصصـة.

وشـملت (10) مديـر وكالـة الأنبـاء السـودانية (سـونا) ووكالـة الأنبـاء الأثيوبيـة منهـم: (5) مديـر وكالـة الأنبـاء السـودانية (سـونا) ورؤسـاء التحريـر بالوكالـة، و

(5) مديـر وكالـة الأنبـاء الأثيوبيـة ورؤسـاء التحريـر بالوكالـة.

شـملت (10) مديـرو قنـوات فضائيـة عامـة ومتخصصـة بالسـودان وأثيوبيـا (5) مديـر قنـوات فضائيـة عامـة ومتخصصـة بالسـودان، و (5) مديـر قنـوات فضائيـة عامـة ومتخصصـة بأثيوبيـا.

وشـملت أيضـاً (10) رؤسـاء تحريـر الصحـف والمجـلات السـودانية والأثيوبيـة: (5) رؤسـاء تحريـر الصحـف والمجـلات السـودانية، (5) رؤسـاء تحريـر الصحـف والمجـلات الأثيوبيـة.

2. أمـا بالنسـبة لاسـتمارة جمهـور الإذاعـة (الراديـو والتلفزيـون) في البلديـن العـدد المسـتهدف (160) شـخص تفاصيلهـا كالآتـي:

- 40استمارة لمستمعي الإذاعة السودانية و40 لمستمعي الإذاعة الأثيوبية.
- 40 استمارة لمشاهدي تلفزيون السودان وعدد 40 لمشاهدي تلفزيون أثيوبيا.

المرحلة الثانية:

اختـار الباحـث الإدارات الوسـيطة والمتخصصـة بالإذاعـة والتلفزيـون وقـام بتوزيـع الاسـتبانة عشـوائياً عـلى 10% مـن مجتمـع البحـث عـلى نهـج العينـة العشـوائية وهـي التـي تعطـي أفـراد المجتمـع فرصـة الاختبـار والظهـور.

أسلوب وطريقة إجراء الدراسة:

اسـتخدم الباحـث في هـذا البحـث أسـلوب الاسـتقصاء باعتبـاره أحـد أهـم أسـاليب جمـع البيانـات مـن مجتمـع الدراسـة بهـدف التعـرف عـلى الحقائـق المعنيـة ووجهـات نظـر المبحوثـين واتجاهاتهـم ودوافعهـم تجـاه السياسـات الإعلاميـة مـن حيـث وجودهـا وأهميتهـا وطريقـة وصفهـا وتنفيذهـا.

الخطوات التي اتبعها الباحث لتصميم الاستبانة:

1. الرجـوع إلى الإطـار النظـري ووضـع أهـداف الدراسـة وتسـاؤلاتها محـل اهتمـام حتـى لا تخـرج محـاور الاسـتبانة عنهـا كمـا تـم الاطـلاع عـلى عـدد مـن الكتـب والدراسـات العليـا لبعـض الاسـتبانات السـابقة التـي قـام بهـا خـبراء وباحثـين في نفـس المجـال والمجـالات القريبـة منهـا.

2. بناءً على ما ذكر قام الباحث بتحديد محاور الاستمارة ونوع المعلومات المطلوبة وكيفية وضع الأسئلة المناسبة لها.

ضوابط كتابة أسئلة الاستبانة:

- تجنب الصياغة التي تؤثر على المبحوث وذلك حتى لا يرفض الإجابة أو يتعمد إجابة خاطئة.
- راعى الباحث عند صياغة كل سؤال من أسئلة الاستبانة أنه لابد أن تكون لديه القدرة على إجابة سؤال (لماذا هذا السؤال؟) وذلك لأن كل سؤال في الاستبانة يجب أن لا يسأل إلا إذا تعذر الحصول على تلك المعلومة بطريقة أخرى، تجنب الأسئلة التي يكون بمقدورنا الحصول عليها بطريقة أخرى.
- الوضوح والدقة والتحديد في صياغة السؤال بتجنب الكلمات التي قد لا يتفق على مدلولها الباحث والمجيب مثال: (غالباً كثيراً وغيرها) فما هو غالب أو أكثير بالنسبة للباحث قد يراه المجيب نادراً أو قليلاً.
- راعى الباحث بالقاعدة البحثية أنه: (كلما كان السؤال قصيراً، كلما كان أدعى للإجابة عنها) وطبق ذلك الباحث على أسئلة محددة وليس لكل أسئلة الاستبانة بالنسبة للخبراء.
- تجنب الباحث صياغة الأسئلة بالنفي لأنها غالباً ما تفهم على النقيض، وكذلك قد يبدو للمجيب عليها أن الباحث يميل لإجابة دون غيرها.
- تجنب الباحث الأسئلة التي تجيب على فكرتين.

3. صياغة الاستبانة في صورتها الأولى باعتبار أنها ستقرأ لبعض العينة من وأن صياغتها باللغة الإعلامية في سهولة فهمها، علماً بأنه ثم تعديلها عدة مرات في صورتها الأولى.

4. استعان الباحث كثيراً واستفاد من توجيهات وملاحظات المشرف على البحث وبعض أعضاء هيئة التدريس بالكلية وبعض الكليات الأخرى.

5. تم عرض الاستمارة ومحاورها الرئيسة على بعض الأساتذة والخبراء مجال الإعلام (المحكمين)، والذين حددهم المشرف.

6. تمثل العلاقة بين صدق الاختبار وثباته وجهان لشيء وأحد وهو مدى صلاحية ذلك الاختيار في أن يقيس ما وضع لقياسه وفي إعطائه نتائج

متماثلة، إذ يفترض في الاختيار أن يكون صادقاً وثابتاً، ولذا يفترض أن تكون العلاقة بين كل منها علاقة ارتباطية عالية بحيث يمكن الاعتماد على هذه الصورة في التفسير والتعميم، وهناك مجموعة من العوامل تؤثر في صدق الاختيار وثباته منها العوامل المتعلقة بالاختيار نفسه من حيث لغته وإجراءات تطبيقه وتصحيحه، وصياغة فقراته وسهولة تلك الفقرات أو صعوبتها، وطول الاختيار أو قصره[1]. قام الباحث بإجراء التعديلات اللازمة وإعادة صياغة ما تم إجراؤه بها من قبل المشرف والمحكمين.

7. الدراسة الاستطلاعية التي هي (قياس الصدق والثبات) وهو أن تقيس الاستمارة المستخدمة ما يفترض قياسه لدقة والصدق المراد هنا نوعان:

الصدق الظاهري:

وهو عبارة عن دراسة متأنية لصحيفة الاستقصاء لمعرفة فيما إذا كانت الأسئلة متصلة ببعضها البعض وحول شموليتها لموضوع البحث وهل هناك أسئلة إضافية يمكن حذفها والاستغناء عنها دون أحداث أي خلل في مضمونها.

جدول يوضح قائمة بأسماء وعناوين محكمي أداة الدراسة

م	الاسم	العنوان
1	د. عبدالمولى موسى	جامعة أفريقيا العالمية – عميد كلية الإعلام المكلف، وأستاذ الإعلام بالجامعات السودانية
2	أ.د مجذوب بخيت محمد توم	جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا – عميد كلية الإعلام سابقاً وأستاذ الإعلام بالجامعات السودانية
3	د. ليلى الضو سليمان الضو	جامعة أفريقيا العالمية – كلية الإعلام– رئيس قسم العلاقات العامة والإعلام

الصدق التجريبي:

وهو عبارة عن وضع أسئلة بأسلوبين مختلفين للتأكد من صحة المعلومات المعطاة وقد استخدم الباحث النوعين معاً.

الاختبار القبلي:

(1) فاروق الروسان، أساليب القياس والتشخيص في التربية الخاصة، ط1، عمان، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1978ك /ص60

قـام الباحـث بتوزيـع اسـتمارة لقيـاس الاختيـار وهـي بمثابـة 10% مـن عـدد أفراد العينـة المختـارة، وذلـك للتأكـد مـن مناسـبة مـا بالصحيفـة للعينـة ومعرفـة مـا إذا كانـت بهـا فقـرة أو كلمـات صعبـة بحاجـة إلى تعديـل وإعـادة صياغـة واكتشـاف بعـض المحـاور التـي تحتـاج إلى أسـئلة جديـدة لتقريرهـا. أجـرى الباحـث الاختبـار القبـلي وذلـك مـن خـلال رصـده إحصائيـاً وفـق برنامـج (SPSS) وذلـك لاسـتخراج الصـدق والثبـات الإحصائـي في كل سـؤال، وقـام بحـذف الأسـئلة التـي حصلـت عـلى <60%، وتـم ذلـك في كلا البلديـن.

اسـتفاد الباحـث اسـتفاد مـن إعـادة صياغـة بعـض الأسـئلة بصـورة مصغـرة وأسـلوب مبسـط وألا يكـون هنـاك سـؤالان في سـؤال واحـد، فوضحـت الرؤيـة لـه حـول تحقيـق الاسـتمارة لمعظـم أهدافهـا. سـاعد الاختيـار القبـلي في ترتيـب بعـض الأسـئلة حتـى يتحقـق الاتسـاق في الاسـتمارة ككل. وأخـيراً قـام الباحـث بعـرض الاسـتمارة ونتائجهـا الأوليـة عـلى المـشرف وقـد وافـق عـلى صياغتهـا في صورتهـا النهائيـة.

الصورة النهائية للاستبانة:

بعـد تمـام الخطـوات السـابقة وإجـراء التعديـلات اللازمـة، قـام الباحث بإعـادة كتابة فقرات اسـتمارة الاسـتبانة، وطباعتهـا وتدقيقها وإخراجهـا بالصيغة النهائيـة (للخبراء والجمهـور) وهـي تحتوي على نوعين من الأسـئلة بعضهـا مقيد والآخر متعـدد الإجابات، استنسـخ منهـا الأعـداد المطلوبـة، وراعـى أن يكـون أحـد أهدافه الرئيسـة التي يسـعى الباحـث إلى تحقيقهـا في عمليـة الاسـتقصاء تحقيـق التواصـل بـين الباحـث والمبحـوث وتوفـير الوقـت والجهـد في اختبـار صـدق الاسـتمارة مـن حيـث أن الأسـئلة واضحـة وبعبـارات ممكنـة وأكثـر وضوحـاً، بجانـب أنـه اختـار الكلمات التـي لها معـان دقيقة وتجنـب وضـع الكلمـات التـي لا وظيفة لهـا وليسـت ضرورية.

إجراء تطبيق الاستبانة:

اعتمـد الباحـث في مقابلتـه لأفـراد العينـة وتطبيـق الاسـتبانة عـلى نفسـه وذلـك بتقديـم نفسـه أولاً للعينـة ثـم شرح أهـداف الدراسـة ورد عـلى بعـض الأسـئلة التـي وجهـت إليـه أثنـاء المقابلـة. كمـا قـام بقـراءة الاسـتمارة بصـورة مبسـطة ودونـت الإجابـات الخاصـة بهـم عـلى الأسـئلة في المـكان المخصـص لهـا في الاسـتمارة الخاصـة بالجمهـور مـع مراعـاة جانـب الصـدق والأمانـة في التدويـن.

مدة الدراسة:

استغرقت الفترة من الإعداد وحتى التطبيق حوالي اثني عشر شهراً جمع الباحث الصحائف وقام بتفريغها يدوياً، ولكنه استخدم الحاسب الآلي لعمل إجراء الدراسة الإحصائية الخاصة بالعلاقات الارتباطية بين الآراء والاتجاهات الخاصة بفاعلية البرامج مجتمع الدراسة.

عرض وتحليل البيانات:

بعد أن أكمل الباحث جميع صحائف الاستقصاء المعبأة قام الباحث بفحصها ومراجعتها بسبب قد يكون البعض قد أجاب عليها بطريقة خاطئة، ثم قام الباحث بترتيب المعلومات حسب جداول أعدها مسبقاً لاستخراج المعلومات وتفريغ البيانات من صحائف الاستقصاء. استبعد الباحث الاستبيانات التي تركها بعض المبحوثين ناقصة ولم يكملوها وأن يفسر التناقضات الواضحة التي يمكن أن تظهر في عدد من الاستمارات، ومن ثم دخل في مرحلة تفسير النتائج بغرض الوصول إلى استنتاجات بشأن مشكلة البحث والتي استخدم فيها الباحث طرق موضوعية وأساليب إحصائية سليمة لتحليل وتفسير البيانات.

المقابلة:

وهدف منها الباحث للحصول على مزيد من المعلومات الوثيقة ذات الصلة بالبحث، واستطاع الباحث أن يلم ويجمع المعلومات اللازمة للبحث، والحوار (يتم عبر طرح مجموعة من الأسئلة من الباحث التي تتطلب الإجابة عليها من الأشخاص المعنيين بالبحث). والمقابلة بهذا المعنى عملية مقصورة، تهدف إلى إقامة حوار فعال بين الباحث والمبحوث أو أكثر للحصول على بيانات مباشرة ذات صلة بمشكلة البحث.

ومن خلال تجربة الباحث وعمله في الإذاعة والتلفزيون بالسودان استطاع أن يستخدم المقابلة باعتبارها من أنسب أدوات البحوث العلمية لنوع المبحوثين واستطاع أن يستفيد من جميع أنواع المقابلة العلمية (المقابلة الشخصية والمقابلة التلفزيونية والمقابلة العلمية بواسطة الحاسوب عبر (الواتساب، البريد الإلكتروني، وبالفيديو عن بعد).

واستطاع أن يستفيد من ميزات المقابلة مما حقق المرونة في التطبيق، والحصول على معلومات أكثر، أضافة إلى أن (المقابلة الشخصية أكثر تأكيداً بأن أفراد العينة هم الذين أجابوا عن التساؤلات وليس غيرهم).

الملاحظة الميدانية:

يلجأ الباحث إلى استخدام الملاحظة دون غيرها من أدوات البحث العلمي الإعلامي، وذلك إذا أراد جمع بيانات مباشرة وعلى الطبيعة في المبحوث، والمتعلقة بمشكلة البحث، فقد يخفي المبحوث بعض الانفعالات أو ردود الأفعال عن الباحث في حالة استخدام أدوات مثل: (الاستبانة أو المقابلة) ولكن المبحوث يحقق في حالة استخدام الباحث لهذه الأداة.

وتعرف الملاحظة بأنها: المشاهدة والمراقبة الدقيقة لسلوك ما أو ظاهرة معينة في ظل ظروف وعوامل بيئية معينة بغرض الحصول على معلومات دقيقة لتشخيص هذا السلوك أو هذه الظاهرة. كذلك يقصد بالملاحظة: الانتباه المقصود والموجه نحو سلوك فردي أو جماعي معين، بقصد متابعته ورصد تغيراته ليتمكن الباحث من وصف السلوك فقط أو وصفه وتحليله. أو وصفه وتقويمه، كما تعني أيضاً معاينة منهجية لسلوك المبحوث أو أكثر ويقوم بها الباحث مستخدماً بعض الحواس وأدوات معينة بقصد رصد انفعالات المبحوث وردود فعله نحو جوانب متعلقة بمشكلة البحث (سماع الإذاعة السودانية والأثيوبية ومشاهدة التلفزيون الإثيوبي والسوداني أو تشخيصها وتنظيمها وإدراك العلاقات فيما بينها).

وتحتل الملاحظة المنهجية (الميدانية والمعملية) أهمية كبيرة في جمع البيانات والاختبارات الخاصة ببحوث الإعلام، وعرف بأن آخر الملاحظة بأنها: الانتباه إلى ظاهرة، أو حادثة معينة، أو شيء ما يهدف للكشف عن أسبابها وقوانينها، خاصة في الحالات التي يزداد احتمال مقاومة المبحوثين لما يوجه لهم من أسئلة فيمتنعون عن الإجابة أو يلجأون إلى تحريفها).

فاستفاد الباحث من هذه الأداة العلمية وقام بتطبيقها عند زياراته الميدانية لمقر الإذاعة (الراديو والتلفزيون) بكل من أثيوبيا والسودان، ومقابلة المبحوثين فيها، وطبق من خلالها أنواع الملاحظة المباشرة من خلال الاتصال المباشر مع المبحوثين بقصد ملاحظة سلوكهم وتطبيقاتهم عند الأحداث التي شهدها

السودان وأثيوبيا وإثيوبيا والسودان، كل على حدة وتطبيقهم للسياسات الإعلامية في هذا الصدد. علاوة على تطبيقه للملاحظة غير المباشرة وهي التي لا تتطلب الاتصال المباشر بالمبحوثين وإنما اكتفى الباحث بمراجعة السجلات والتقارير ذات الصلة بالسلوك المراقب للمبحوثين، واعتمد الباحث عنها على خبرته والصبر لفترات طويلة لتسجيل المعلومات، واستفادة الباحث من كل ذلك باعتبار أن الملاحظة تعد وسيلة من وسائل جمع المعلومات والبيانات.

واستفاد الباحث من مزايا طريقة الملاحظة، حيث أن المعلومات التي تجمعت لديه باستخدام أداة الملاحظة كانت أكثر عمقاً من استخدام الأدوات الأخرى، والدليل في ذلك ما لاحظه عن التاريخ الشائع عن نشأة الإذاعة الأثيوبية فقد تأكد للباحث من خلال المراجع التاريخية التي وجدها بدار الوثائق الأثيوبية والمقابلات والملاحظات التي وجدها من خلال تلك الأدوات أن الإذاعة الأثيوبية تم تأسيسها عام 1935م، أي قبل خمس سنوات من تأسيس الإذاعة السودانية عام 1940م وبالتالي فإن أثيوبيا سبقت السودان في تأسيس الإذاعة الوطنية الخاصة بها. وهو عكس ما كان شائعاً عن أن السودان هو الأقدم في تأسيس الإذاعة مقارنة مع دول الجوار المحيطة به، وبالتالي فإن استحداث أثيوبيا لأمر السياسات الإعلامية وتطبيقها لم يكن أمراً مستغرباً ولا غريباً عكس السودان. ومن خلال مزايا الملاحظة استطاع الباحث أن تتوفر له معلومات شاملة ومفصلة ومعلومات إضافية خاصة عن تاريخ نشأة وتطور إذاعة وتلفزيون أثيوبيا وتطبيق نظام السياسات الإعلامية، وهي معلومات إضافية ومهمة لم يكن حتى يتوقعها وتخلو منها المكتبة البحثية العلمية خاصة العربية، كما استفاد الباحث من مزايا الملاحظة في تأمين المعلومات الدقيقة عن كيفية صناعة السياسات الإعلامية وتطبيقها خاصة على صعيد الإذاعة والتلفزيون، وهي أيضاً معلومات دقيقة أقرب ما تكون للصحة.

واستطاع الباحث أن يراعي عيوب أداة الملاحظة في بحثه، أضف إلى ذلك فقد راعى الباحث عيوب الملاحظة في الوقت الذي وقعت فيه أحداث في أماكن متفرقة تصعب وجود الباحث فيها (تداعيات جائحة كورونا وتداعيات الأوضاع الاقتصادية وتعطل الجامعات بالسودان وأثيوبيا).

ثانياً: عرض وتحليل وتفسير البيانات:

يشتمل هذا الفصل على الخطوات والإجراءات التي تم اتباعها في تنفيذ الدراسة الميدانية، ويشمل ذلك وصفاً لمجتمع الدراسة وعينته، وطريقة أعداد أداتها، وإجراء اختبارات الثبات والصدق لهذه الأداة للتأكد من صلاحيتها للدراسة والمعالجات الإحصائية التي تم بموجبها تحليل البيانات واستخراج النتائج، كما يتم توضيح المقاييس والأساليب الاحصائية التي تستخدم لدراسة وتحليل البيانات. وذلك على النحو التالي:

أولا- أداة الدراسة

أداة الدراسة عبارة عن الوسيلة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات اللازمة عن الظاهرة موضوع الدراسة، ويوجد العديد من الأدوات المستخدمة في مجال البحث العلمي للحصول على المعلومات والبيانات اللازمة للدراسة، وقد اعتمدت هذه الدراسة على إعداد استمارات خاصة لإجراء الدراسة الميدانية وتم توضيح العبارات التي تقيس راي مكونات مجتمع الدراسة تكامل الخطط الاستراتيجية والتنسيق بين مكونات الحكم المختلفة وتقييم تجربة السودان في مجال التخطيط الاستراتيجي .ولقد اتبع الباحث خلال عملية بناء اداة الدراسة الخطوات التالية:

1. الاطلاع على العديد من الدراسات المتعلقة بموضوع البحث بالإضافة الى الاطلاع على الدراسات السابقة، وذلك للاستفادة منها فى إعداد أداة جمع البيانات.
2. توزيع الاستبانة على بعض المختصين للتحكيم واوصى المحكمون بحذف بعض العبارات واضافة عبارات جديدة واعادة الصياغة اللغوية فى بعض البنود ليتوافق مع فرضيات الدراسة .وتم الاتفاق على أن تشمل الاستبانة على قسمين:

القسم الاول: يشمل البيانات الخاصة بأفراد عينة الدراسة: وهى:

1. النوع.
2. العمر.
3. المستوى التعليمي.

القسم الثانى: وشمل متغيرات الدراسة الأساسية: وهى ثلاثة محاور والتى من خلالها يتم التعرف على فروض الدراسة. ويشتمل هذا القسم عدد (62) عبارة وفقا لما يلى:

جدول رقم (1) توزيع عبارات الإستبانة

رقم المحور	محاور الدراسة	عدد الفقرات
1	قياس رأي الجمهور	29
2	قياس رأي الخبراء	33
المجموع		62

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

وقد اعتمدت الدراسة فى إعداد هذا القسم على مقياس ليكرت (Likert Scale) الخماسي، والذى يتراوح بين (أوافق تماما - لا أوافق مطلقا)، وقد تم تصحيح المقياس المستخدم فى الدراسة كالآتي:

إعطاء كل درجة من درجات مقياس ليكرت الخماسي وزن ترجيحى كالآتى: أوافق تماما (5)، أوافق (4)، لا علم لي (3)، لا أوافق (2)، لا أوافق مطلقا (1). وبناءً عليه كلما ارتفع الوزن المرجح عن (3) كانت هنالك موافقة وكلما قلَّ الوزن المرجح عن (3) كانت هنالك عدم موافقة.

ثانيا- تقييم أداة الدراسة:

ويتم تقييم واختبار أدوات القياس من خلال المقاييس التالية:

1- اختبار ثبات أداة الدراسة:

يقصد بالثبات (استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه، أي أن المقياس يعطي نفس النتائج باحتمال مساو لقيمة المعامل إذا أُعيد تطبيقه على نفس العينة). (عز عبدالفتاح).

ويستخدم لقياس الثبات « معامل الفا كرونباخ» (Cronbach,s Alpha)، والذي يأخذ قيماً تتراوح بين الصفر والواحد صحيح، فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فإن قيمة المعامل تكون مساويةً للصفر، وعلى العكس إذا كان هناك

ثبات تام في البيانات فإن قيمة المعامل تساوي الواحد صحيح. أي أن زيادة معامل الفا كرونباخ تعني زيادة مصداقية البيانات من عكس نتائج العينة على مجتمع الدراسة. وتم بإجراء الاختبار على عبارات كل ،محور من المحاور على حده وحساب معامل الثبات، كما يبين الجدول التالي:

جدول (2) معاملات الثبات لعبارات المقياس بطريقة ألفا كرونباخ

المحور	عدد العبارات	معامل الثبات	الصدق
قياس راي الجمهور	29	0.90	0.95
قياس راي الخبراء	33	0.95	0.97

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

من الجدول (2) نتائج اختبار الثبات أن قيم الفأ كرنباخ لجميع محاور الدراسة أكبر من (60%) وتعنى هذه القيم توافر درجة عالية جدا» من الثبات الداخلى لجميع محاور الاستبانة سواء كان ذلك لكل محور على حدا او على مستوى جميع محاور الاستبانة حيث بلغت قيمة الفأ كرنباخ للمقياس الكلى لرأي الجمهور (0.90) و لرأي الخبراء (0.95) وهو ثبات مرتفع جدا ومن ثم يمكن القول بان المقاييس التى اعتمدت عليها الدراسة تتمتع بالثبات الداخلى لعباراتها مما يمكننا من الاعتماد على هذه الاجابات فى تحقيق اهداف الدراسة وتحليل نتائجها.

2- صدق المحكمين:

تم اجراء اختبار صدق المحتوى لعبارات المقاييس من خلال تقييم صلاحية المفهوم وصلاحية أسئلته من حيث الصياغة والوضوح والتى قد ترجع اما الى اختلاف المعانى وفقا» لثقافة المجتمع أو نتيجة لترجمة المقاييس من لغة الى أخرى حيث قام الباحث بعرض الاستبيان على عدد من المحكمين الأكاديميين والمتخصصين فى مجال الدراسة والبالغ عددهم (3) محكمين، لتحليل مضامين عبارات المقاييس ولتحديد مدى التوافق بين عبارات كل مقياس ثم قبول وتعديل بعض العبارات ، وبعد استعادة الاستبيان من المحكمين ثم إجراء التعديلات التي اقترحت عليه، وبذلك تمَّ تصميم الاستبانة في صورتها النهائية (انظر ملحق).

ثالثا- مجتمع وعينة الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة, وفي هذه الدراسة يتكون مجتمع الدراسة من المستمعين لبرامج الاذاعة والتلفزيون بالسودان واثيوبيا والنخب والخبراء «اساتذة الجامعات» والعاملين في مجال الإعلام فى السودان واثيوبيا ، وتمَّ اختيار مفردات عينة البحث من مجتمع الدراسة بطريقة العينة (القصدية) وهى احدى العينات غير الاحتمالية التي يختارها الباحث للحصول على أراء أو معلومات معينة لا يتم الحصول عليها الا من تلك الفئة المقصودة , فطبيعة مشكلة وفرضيات هذا البحث يوجد لها اهتماما» مقدرا» وسط مجتمع البحث وتم توزيع عدد (155) استبانة للجمهور 155 للخبراء وتم استرجاع (310) استبانة سليمة تم استخدامها في التحليل بنسبة استرجاع بلغت (100)%. بيانها كالآتي:

جدول (3) الاستبانات الموزعة والمعادة

البيان	العدد	النسبة%
استبانات تم إعادتها بعد تعبئتها كاملة	310	100
استبانات لم يتم إعادتها	0	0
إجمالي الاستبانات الموزعة	310	100

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021م

من الجدول أعلاه يتضح أن معدل الاستجابة بلغ 100%. وللخروج بنتائج موضوعية ودقيقة قدر الامكان حرص الباحث على أن تكون العينة ممثلة لمجتمع الدراسة بكل تفاصيله وذلك من حيث شمولها على الخصائص التالية: وفيما يلي التوزيع التكراري لخصائص أفراد عينة الدراسة:

أ

ولاً: البيانات الأولية للجانب السوداني (خبراء، جمهور):

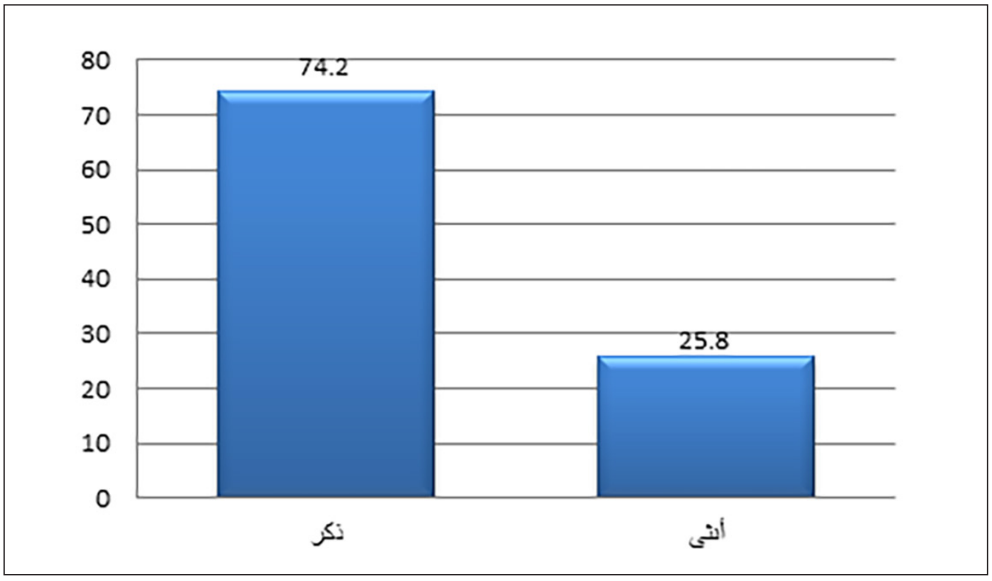
1- النوع

جدول (4) التوزيع التكرارى لأفراد العينة وفق متغير النوع

النوع	العدد	النسبة %
ذكر	115	74.2
انثي	40	25.8
المجموع	155	100.0

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

شكل رقم (1) النوع



يتضح من الجدول(4) والشكل اعلاه أن غالبية أفراد العينة من الذكور حيث بلغت نسبتهم (74.2) % من أفراد العينة الكلية بينما بلغت نسبة الاناث (25.8) % من اجمالى العينة المبحوثة.

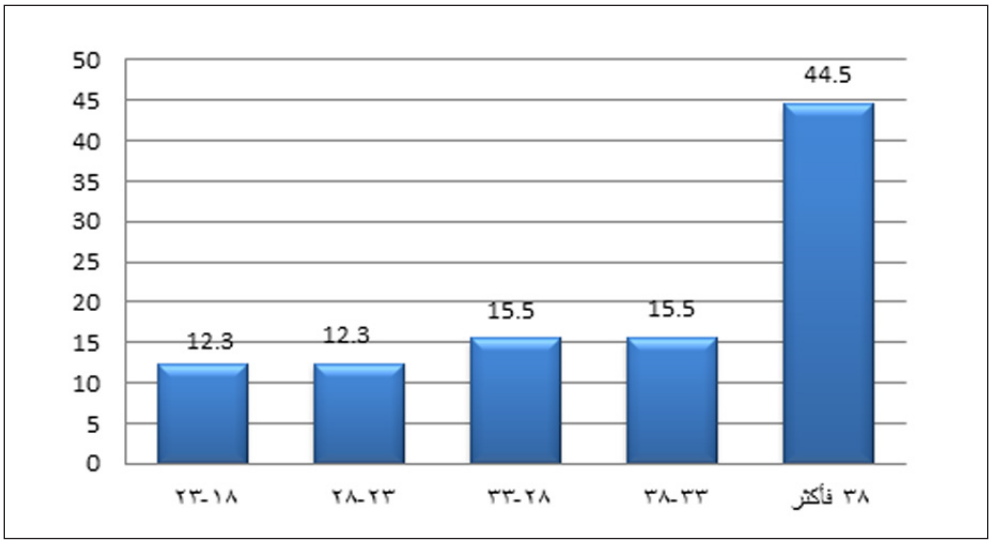
2- العمر:

جدول رقم(5) التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير العمر

العمر	العدد	النسبة٪
18-23	19	12.3
23-28	19	12.3
28-33	24	15.5
33-38	24	15.5
38 فأكثر	69	44.5
المجموع	155	100.0

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

شكل رقم (/2) العمر



يوضح الجدول(5) والشكل (2) أعلاه الفئات العمرية للعينة، ومنه يلاحظ أن نسبة الفئة (18-23 سنة) 12.3%، والفئة (24- 28 سنة) 12.3%، بينما الفئة (29-33 سنة) 15.5%، أما الفئة (34-38 سنة) فقد بلغت 15.5%، بينما الفئة (أكثر من 38 سنة) 44.5%. يرى الباحث أن هذه الفئات العمرية تعتبر فئات قابلة للعطاء وإنجاز المهام الموكلة لها باعتبارها فئات عمرية ذات حيوية ونشاط.

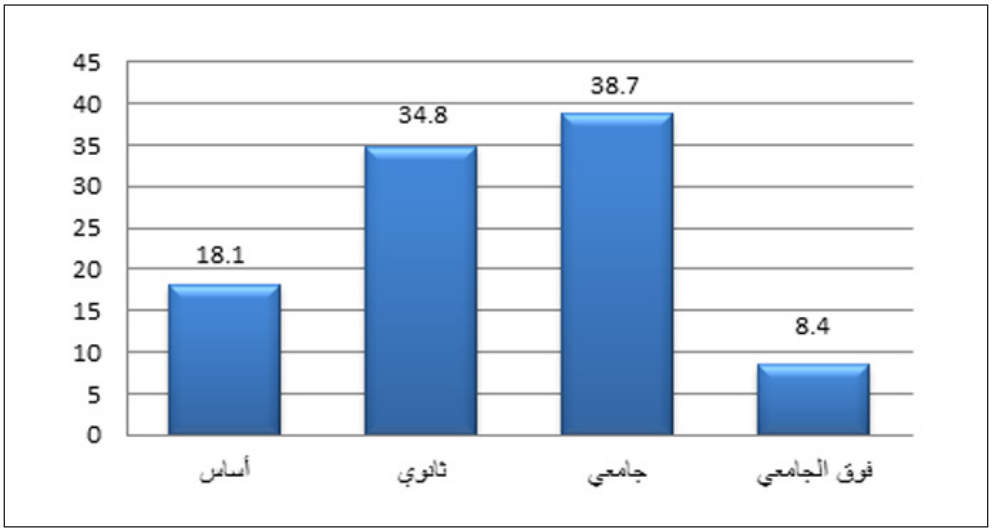
3- المستوى التعليمي

جدول رقم(6) التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير المؤهل العلمي

المؤهل	العدد	النسبة٪
أساس	28	18.1
ثانوي	54	34.8
جامعي	60	38.7
فوق الجامعي	13	8.4
المجموع	155	100.0

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

شكل رقم (3) المؤهل العلمي لأفراد العينة



يتضح من الجدول(6) والشكل اعلاه أن أفراد العينة الذين يحملون مؤهلا فوق الجامعي بلغت نسبتهم (38.7) % من أفراد العينة الكلية بينما بلغت نسبة الذين يحملون مؤهل فوق الجامعي حوالي(34.8) % اما أفراد العينة الذين يحملون مؤهل الاساس فقد بلغت نسبتهم (18.1) % من اجمالى العينة المبحوثة، فيما بلغت نسبة الذين يحملون مؤهلا فوق الجامعي حوالي (8.4%) من اجمالي العينة المبحوثة .

ثانياً: البيانات الأولية للجانب الأثيوبي (خبراء، جمهور)

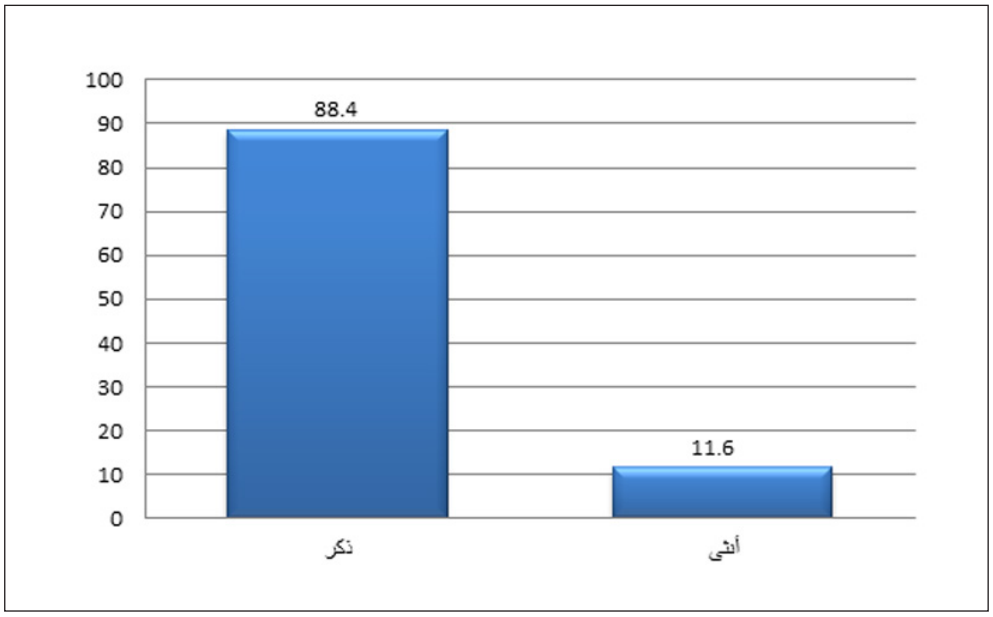
1.النوع

جدول (7) التوزيع التكرارى لأفراد العينة وفق متغير النوع

النوع	العدد	النسبة ٪
ذكر	137	88.4
انثي	18	11.6
المجموع	155	100.0

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

شكل رقم (4) النوع



يتضح من الجدول(7) والشكل اعلاه أن غالبية أفراد العينة من الذكور حيث بلغت نسبتهم (88.4) % من أفراد العينة الكلية بينما بلغت نسبة الاناث (11.6) % من اجمالى العينة المبحوثة.

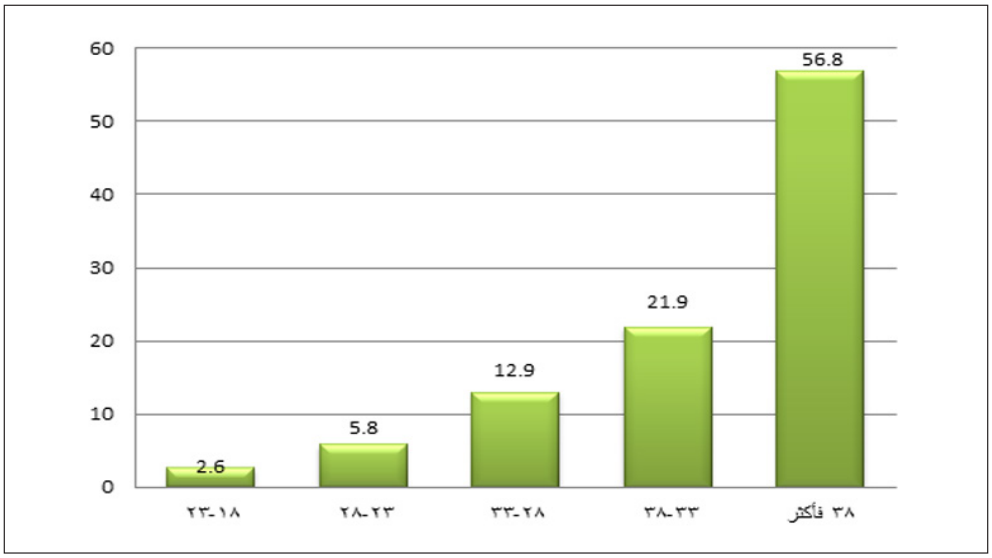
2- العمر

جدول رقم(8) التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير العمر

العمر	العدد	النسبة ٪
18-23	4	2.6
23-28	9	5.8
28-33	20	12.9
33-38	34	21.9
38 فأكثر	88	56.8
المجموع	155	100.0

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

شكل رقم (5) التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب العمر



يوضح الجدول(8) والشكل (5) أعلاه الفئات العمرية للعينة، ومنه يلاحظ أن نسبة الفئة (18-23 سنة) 2.6%، والفئة (24- 28 سنة) 5.8%، بينما الفئة (29-33 سنة) 12.9%، أما الفئة (34-38 سنة) فقد بلغت 21.9%، بينما الفئة (أكثر من 38 سنة) 56.8%. يرى الباحث أن هذه الفئات العمرية تعتبر

فئـات قابلـة للعطـاء وإنجـاز المهـام الموكلـة لهـا باعتبارهـا فئـات عمريـة ذات حيويـة ونشـاط.

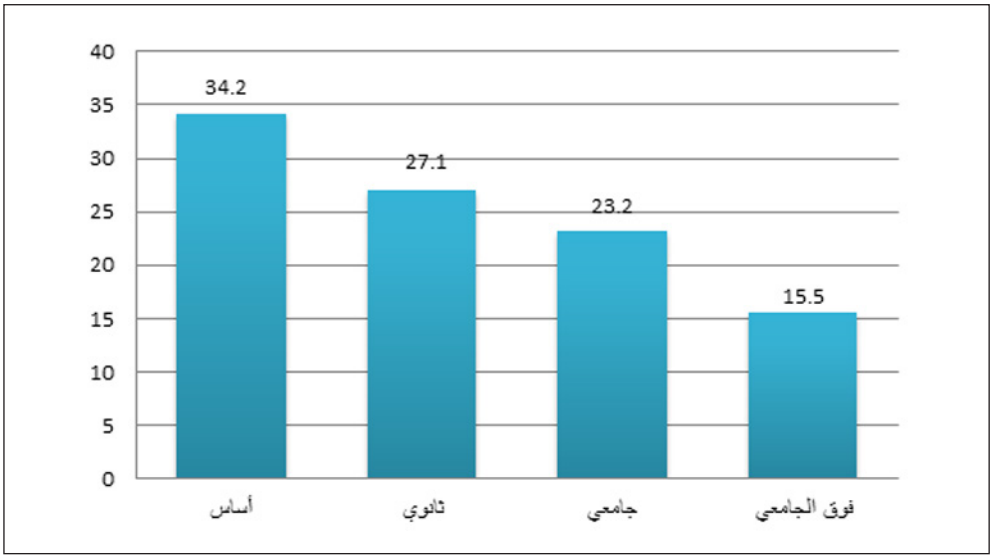
3- المستوى التعليمي

جدول رقم(9) التوزيع التكرارى لأفراد العينة وفق متغير المؤهل العلمي

المؤهل	العدد	النسبة ٪
أساس	53	34.2
ثانوي	42	27.1
جامعي	36	23.2
فوق الجامعي	24	15.5
المجموع	155	100.0

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

شكل رقم (6) توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي



يتضـح مـن الجـدول(9) والشـكل اعـلاه أن أفـراد العينـة الذيـن يحملـون مؤهـلا جامعيـا بلغـت نسـبتهم (23.2) % مـن أفـراد العينـة الكليـة بينمـا بلغـت نسـبة الذيـن يحملـون مؤهـل فـوق الجامعـي حـوالي(15.5) % امـا أفـراد العينـة الذيـن

يحملـون مؤهـل الاسـاس فقـد بلغـت نسـبتهم (34.2) % من اجمـالى العينـة المبحوثة، فيمـا بلغـت نسـبة الذيـن يحملـون مؤهـلا فـوق الجامعـي حـوال(27.1%) مـن اجمـالي العينـة المبحوثـة .

أسلوب التحليل الإحصائي المستخدم في الدراسة:

لتحقيـق أهـداف البحـث واختبـار فـروض الدراسـة، ولقـد تـمَّ اسـتخدام الأدوات الاحصائيـة التاليـة:

1. **إجـراء اختبـار الثبـات** لأسـئلة الاسـتبانة المكونـة مـن جميـع البيانـات باسـتخدام « معامـل الفـا كرونبـاخ».
2. **أسـاليب الإحصـاء الوصفـي:** وذلـك لوصـف خصائـص مفـردات عينـة الدراسـة مـن خـلال عمـل جـداول تكراريـة تشـمل التكـرارات والنسـب المئويـة والرسـومات البيانيـة لمتغـيرات (العمـر والنـوع والمسـتوى التعليمـي والوظيفـة داخـل المنظمـة والتخصـص الاكاديمـي وسـنوات الخـبرة في مجـال العمـل الطوعـي وسـنوات الخـبرة في المنظمـة)، للتعـرف عـلى الاتجـاه العـام لمفـردات العينـة بالنسـبة لـكل متغـير عـلى حـدى، والانحـراف المعيـاري لتحديـد مقـدار التشـتت فى إجابـات المبحوثـين لـكل عبـارة عـن المتوسـط الحسـابى. كذلـك حسـاب المتوسـط المرجـع لإجابـات العينـة باسـتخدام مقيـاس ليـكارت الخمـاسي لقيـاس اتجـاه آراء المسـتجيبين.
3. **أسـاليب الاحصـاء ألاسـتدلالية:** وذلـك لاختبـار فـروض الدراسـة، وتمثلـت هـذه الأسـاليب في اسـتخدام اختبـار (مربـع كاي)

وتـم اسـتخدام هـدا الاختبـار لاختبـار الدلالـة الاحصائيـة لفـروض الدراسـة عنـد مسـتوى معنويـة 5% ويعنـى ذلـك انـة اذا كانـت قيمـة (مربـع كاي) عنـد مسـتوى معنويـة اقـل مـن 5% يـدل ذلـك عـلى وجـود علاقـة ذات دلالـة إحصائيـة . امـا ادا كانـت قيمـة (كاى تربيـع) عنـد مسـتوى معنويـة أكبرمـن 5% يـدل ذلـك عـلى عـدم وجـود علاقـة ذات دلالـة إحصائيـة.

تحليل البيانات واختبار الفروق في الاستجابة:

يشـتمل هـذا الجـزء عـلى تحليـل البيانـات الأساسـية للدراسـة للتمكـن مـن مناقشـة فـروض البحـث وذلـك وفقـا للخطـوات التاليـة :

1/ التوزيع التكراري لإجابات الوحدات المبحوثة على محاور الدراسة :

وذلك من خلال تلخيص البيانات في جداول والتي توضح قيم كل متغير لتوضيح أهم المميزات الأساسية للعينة في شكل أرقام ونسب مئوية لعبارات الدراسة.

2/ التحليل الإحصائي لعبارات محاور الدراسة :

وذلك من خلال تقدير المتوسط والإنحراف المعياري لجميع محاور الدراسة لمعرفة إتجاه عينة الدراسة وترتيب العبارات حسب أهميتها النسبية.

3/ اختبار الفروق (اختبار χ^2):

ولاختبار وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استجابات المبحوثين بمحاور الدراسة المختلفة.

تحليل بيانات محور قياس راي الجمهور

أ- تحليل راي الجمهور السوداني

أولاً: التوزيع التكرارى لعبارات محور تقييم الجمهور السوداني

جدول رقم (10) التوزيع التكراري لعبارات الدراسة من وجهة نظر الجمهور السوداني

العبارة	أوافق تماما		أوافق		لا علم لي		لا أوافق		لا أوافق مطلقا	
	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪
أنا اسمع وأشاهد أخبار عن السودان وإثيوبيا في الإذاعة والتلفزيون	13	16.2	34	42.5	16	20.0	14	17.5	3	8.3
يومياً أستمع لأغاني أثيوبية عبر الإذاعة السودانية وأشاهدها عبر تلفزيون السودان	10	12.5	25	31.3	28	35.0	12	15	5	6.2

العبارة	أوافق تماما		أوافق		لا علم لي		لا أوافق		لا أوافق مطلقا	
	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪
يومياً أستمع لأغاني سودانية عبر إذاعة أديس أبابا والتلفزيون	5	6.2	15	18.8	35	43.8	16	20	9	11.2
تستضيف الإذاعة والتلفزيون الأثيوبيين محللين وخبراء سودانيين	6	7.5	24	30.0	21	26.2	22	27.5	7	8.8
تستضيف الإذاعة السودانية والتلفزيون السوداني محللين وخبراء أثيوبيين	10	12.5	23	28.8	25	31.2	14	17.5	8	10.0
الأحداث التي تحدث في السودان نتابعها عبر إذاعة أثيوبيا والتلفزيون	2	2.5	20	25.0	12	15.0	25	31.2	21	26.3
للأسف أخبار السودان وأثيوبيا أتابعها من إذاعات وقنوات أجنبية	6	7.5	15	18.8	11	13.7	28	35.0	20	25.0
أي زيارة لمسؤول من أثيوبيا للسودان أعرفها من خلال متابعتي لإذاعة وتلفزيون أثيوبيا	6	7.5	20	25.0	11	13.7	26	32.5	17	21.3
أي زيارة لمسؤول من السودان لأثيوبيا أعرفها من خلال متابعتي لإذاعة وتلفزيون السودان	0	0	3	3.8	9	11.2	32	40.0	36	45.0

العبارة	أوافق تماما		أوافق		لا علم لي		لا أوافق		لا أوافق مطلقا	
	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪
زيارات الفرق الفنية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية الأثيوبية للسودان أعرفها من خلال متابعتي للإذاعة والتلفزيون الأثيوبي	8	10.0	19	23.8	16	20.0	23	28.7	14	17.5
زيارات الفرق الفنية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية السودانية لأثيوبيا أعرفها من خلال متابعتي للإذاعة والتلفزيون السوداني	2	2.5	8	10.0	9	11.2	38	47.6	23	28.7
مواعيد بث الأغاني والأخبار السودانية في إذاعة وتلفزيون أثيوبيا مناسبة	4	5.0	10	12.5	42	52.5	14	17.5	10	12.5
مواعيد بث الأغاني والأخبار الأثيوبية في إذاعة وتلفزيون السودان مناسبة	5	6.3	15	18.8	36	45.0	17	21.2	7	8.7
فترة بث إذاعة أثيوبية على الموجة الـ M.F قليلة	3	3.8	3	3.8	47	58.7	18	22.5	9	11.2
فترة بث تلفزيون أثيوبية باللغة العربية قليلة	2	2.5	6	7.5	37	47.5	22	27.5	12	15.0
فترة بث إذاعة السودان عن أثيوبية يومياً قليلة	2	2.5	1	1.2	28	35.0	36	45.0	13	16.3

العبارة	أوافق تماما		أوافق		لا علم لي		لا أوافق		لا أوافق مطلقا	
	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪
فترة، بث تلفزيون السودان عن أثيوبيا يومياً قليلة	1	1.2	6	7.5	24	30.0	33	41.3	16	20.0
الإذاعة والتلفزيون في السودان حريصان على تناول أخبار الجالية الأثيوبية في السودان	7	8.8	28	35.0	12	15.0	21	26.2	12	15.0
إذاعة وتلفزيون أثيوبيا حريصان على تناول وعرض أخبار الجالية السودانية في أثيوبيا	2	2.5	16	20.0	31	38.8	18	22.5	13	16.2
اللغة الإعلامية المستخدمة في الإذاعة والتلفزيون السوداني عن أثيوبيا مفهومة لديك	7	8.8	11	13.8	12	15	36	45	14	17.4
اللغة الإعلامية المستخدمة في الإذاعة والتلفزيون الأثيوبي عن السودان مفهومة لديك	9	11.2	21	26.2	27	33.9	17	21.2	6	7.5
أخبار الزراعة والأعمال والاقتصاد السودانيين أتابعها عن إذاعة وتلفزيون أثيوبيا	12	15.0	27	33.7	22	27.5	11	13.8	8	10.0

العبارة	أوافق تماما		أوافق		لا علم لي		لا أوافق		لا أوافق مطلقا	
	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪
أخبار الزرعة والأعمال والاقتصاد الأثيوبية أتابعها عن إذاعة وتلفزيون السودان	9	11.2	29	36.2	15	18.8	18	22.4	9	11.2
أفضل برامج إذاعة وتلفزيون أثيوبيا هو ما يطلبه المستمعون	5	6.2	5	6.2	40	50.0	16	20.0	14	17.4
أفضل برامج إذاعة وتلفزيون السودان هو ما يطلبه المستمعون	9	11.2	14	17.5	9	11.2	31	38.9	17	21.2
عند حدوث تطورات سياسية في السودان أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون السودان	1	1.2	9	11.2	8	10.0	24	30.0	38	47.6
عند حدوث تطورات سياسية في أثيوبيا أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون أثيوبيا	4	5.0	26	32.5	11	13.8	23	28.7	16	20.0
عند حدوث تطورات سياسية في السودان أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون أثيوبيا	16	20.0	39	48.8	8	10.0	9	11.2	8	10.0

العبارة	أوافق تماما		أوافق		لا علم لي		لا أوافق		لا أوافق مطلقا	
	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪
عند حدوث تطورات سياسية في أثيوبيا أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون السودان	16	20.0	39	48.8	8	10.0	9	11.2	8	10.0

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

يتضح من الجدول رقم (10) ما يلى:

1. ان غالبية أفراد العينة موافقين على انهم يستمعون ويشاهدون أخبار عن السودان وإثيوبيا في الإذاعة والتلفزيون حيث بلغت نسبتهم (7.85%) ، بينما بلغت نسبة الغير موافقين على ذلك (3.12%)، أما نسبة الين لا علم لهم باخبار عن السودان واثيوبيا في الاذاعة والتلفزيون (0.02%). ويرى الباحث أن هذه النسب المرتفعة من غير الموفقين او الذين لاعلم لهم بالامر ناتجة لظروف فنية تتعلق بمرسلات الإذاعة والتلفزيون في كلا البلدين وأن هنالك مواد وبرامج إذاعية وتلفزيونية يتم بثها ولكن لم يتم اختيار الزمن المبثوث لها مما أفقدها عدد من المستمعين والمشاهدين معاً، كما يرى الباحث أن الخريطة البرامجية في كلا الهيئتين لم تراعي الظروف الفنية لمستوى المستمعين والمشاهدين في كلا البلدين.

2. ان غالبية أفراد العينة لا علم لهم على انهم يومياً يستمعون لأغاني أثيوبية عبر الإذاعة السودانية وأشاهدها عبر تلفزيون السودان حيث بلغت نسبتهم (8.34%) ، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (2.12%) ، أما نسبة الذين لا علم لهم بذلك بلغت (53%).

3. ان غالبية أفراد العينة لا علم لهم ببث اغاني سودانية يومياً عبر إذاعة أديس أبابا والتلفزيون حيث بلغت نسبتهم (8.34%) ، بينما بلغت نسبة الموافقين على ذلك (0.52%) ، أما نسبة غير الموافقين على ذلك (2.13%).

4. ان غالبية أفراد العينة موافقين على أن الإذاعة والتلفزيون الأثيوبيين تستضيف محللين وخبراء سودانيين حيث بلغت نسبتهم (5.73%) ، بينما بلغت نسبة

غـير الموافقـين عـلى ذلـك (5.63%) ، أمـا نسـبة الذيـن لا علـم لهـم بذلـك (62%).

5. ان غالبيـة أفـراد العينـة موافقـين عـلى أن الإذاعـة والتلفزيـون السـوداني تسـتضيف محللـين وخـبراء اثيوبيـين حيـث بلغـت نسـبتهم (41.3%) ، بينمـا بلغـت نسـبة غـير الموافقـين عـلى ذلـك (27.5%) ، أمـا نسـبة الذيـن لا علـم لهـم بذلـك (31.2%).

6. ان غالبيـة أفـراد العينـة غـير موافقـين عـلى أن الأحـداث التـي تحـدث في السـودان يتابعونهـا عـبر إذاعـة أثيوبيـا والتلفزيـون حيـث بلغـت نسـبتهم (57.5%) ، بينمـا بلغـت نسـبة الموافقـين عـلى ذلـك (27.5%) ، أمـا نسـبة الذيـن لا علـم بذلـك (15.0%).

7. ان غالبيـة أفـراد العينـة غـير موافقـين عـلى أن الأحـداث التـي تحـدث في السـودان واثيوبيـا يتابعونهـا عـبر إذاعـات وقنـوات اجنبيـة حيـث بلغـت نسـبتهم (60.0%) ، بينمـا بلغـت نسـبة الموافقـين عـلى ذلـك (26.3%) ، أمـا نسـبة الذيـن لا علـم لهـم بذلـك (13.7%).

8. ان غالبيـة أفـراد العينـة غـير موافقـين عـلى أن أي زيـارة لمسـؤول مـن أثيوبيـا للسـودان يعرفونهـا مـن خـلال متابعتهـم لإذاعـة وتلفزيـون أثيوبيـا حيـث بلغـت نسـبتهم (53.8%)، بينمـا بلغـت نسـبة الموافقـين عـلى ذلـك (32.5%) ، أمـا نسـبة الذيـن لا علـم لهـم بذلـك (13.7%).

9. ان غالبيـة أفـراد العينـة غـير موافقـين عـلى أن أي زيـارة لمسـؤول مـن السـودان لاثيوبيـا يعرفونهـا مـن خـلال متابعتهـم لإذاعـة وتلفزيـون السـودان حيـث بلغـت نسـبتهم (85.0%)، بينمـا بلغـت نسـبة الموافقـين عـلى ذلـك (3.8%) ، أمـا نسـبة الذيـن لا علـم لهـم بذلـك (11.2%).

10. ان غالبيـة أفـراد العينـة غـير موافقـين عـلى أن زيـارات الفـرق الفنيـة والثقافيـة والاجتماعيـة والاقتصاديـة الأثيوبيـة للسـودان يعرفونهـا مـن خـلال متابعتـي للإذاعـة والتلفزيـون الأثيوبـي حيـث بلغـت نسـبتهم (46.2%) ، بينمـا بلغـت نسـبة الموافقـين عـلى ذلـك (33.8%) أما نسبة الذين لا علم لهم بذلك (20.0%).

11. ان غالبيــة أفــراد العينــة غــير موافقــين عــلى أن زيــارات الفــرق الفنيــة والثقافيــة والاجتماعيــة والاقتصاديــة الســودانية لأثيوبيــا أعرفهــا مــن خــلال متابعتــي للإذاعــة والتلفزيــون الســوداني حيــث بلغــت نســبتهم (76.3%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (12.5%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (11.2%).

12. أن غالبيــة أفــراد العينــة لا علــم لهــم بمواعيــد بــث الأغانــي والأخبــار الســودانية في إذاعــة وتلفزيــون أثيوبيــا ان كانــت مناســبة حيــث بلغــت نســبتهم (52.5%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (17.5%) ، أمــا غــير الموافقــين عــلي ذلــك (30.0%).

13. ان غالبيــة أفــراد العينــة لا علــم لهــم بمواعيــد بــث الأغانــي والأخبــار الأثيوبيــة في إذاعــة وتلفزيــون الســودان ان كانــت مناســبة حيــث بلغــت نســبتهم (45.0%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (25.1%) ، أمــا غــير الموافقــين عــلي ذلــك (29.9%).

14. ان غالبيــة أفــراد العينــة لا علــم لهــم بــان فــترة بــث إذاعــة أثيوبيــة عــلى الموجــة الـــ F.M قليلــة حيــث بلغــت نســبتهم (58.7%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (7.6%) ، أمــا غــير الموافقــين عــلي ذلــك (33.7%).

15. ان غالبيــة أفــراد العينــة لا علــم لهــم بــان فــترة بــث تلفزيــون أثيوبيــة باللغــة العربيــة قليلــة حيــث بلغــت نســبتهم (47.5%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (10.0%) ، أمــا غــير الموافقــين عــلي ذلــك (42.5%)

16. ان غالبيــة أفــراد العينــة غــير موافقــين عــلى أن فــترة بــث إذاعــة الســودان عــن أثيوبيــة يوميــاً قليلــة حيــث بلغــت نســبتهم (61.3%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (3.7%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (35.0%).

17. ان غالبيــة أفــراد العينــة غــير موافقــين عــلى أن فــترة بــث تلفزيــون الســودان عــن أثيوبيــة يوميــاً قليلــة حيــث بلغــت نســبتهم (61.3%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (8.7%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (30.0%).

18. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن الإذاعــة والتلفزيــون في الســودان حريصــان عــلى تنــاول أخبــار الجاليــة الأثيوبيــة في الســودان حيــث بلغــت

نسـبتهم (43.8%) ، بينمـا بلغـت نسـبة الموافقـين عـلى ذلـك (41.2%) ، أمـا نسـبة الذيـن لا علـم لهـم بذلـك (15.0%).

19. ان غالبيـة أفـراد العينـة لا علـم لهـم بـان إذاعـة وتلفزيـون أثيوبيـا حريصـان عـلى تنـاول وعـرض أخبـار الجاليـة السـودانية في أثيوبيـا حيـث بلغـت نسـبتهم (38.8%)، بينمـا بلغـت نسـبة الموافقـين عـلى ذلـك (22.5%) ، أمـا غـير الموافقـين عـلي ذلـك (38.7%)

20. ان غالبيـة أفـراد العينـة غـير موافقـين عـلى أن اللغـة الإعلاميـة المسـتخدمة في الإذاعـة والتلفزيـون السـوداني عـن أثيوبيـا مفهومـة لديهـم حيـث بلغـت نسـبتهم (62.4%)، بينمـا بلغـت نسـبة الموافقـين عـلى ذلـك (22.6%) ، أمـا نسـبة الذيـن لا علـم لهـم بذلـك (15.0%).

21. ان غالبيـة أفـراد العينـة موافقـين عـلى أن اللغـة الإعلاميـة المسـتخدمة في الإذاعـة والتلفزيـون الأثيوبـي عـن السـودان مفهومـة لديهـم حيـث بلغـت نسـبتهم (37.4%) ، بينمـا بلغـت نسـبة غـير الموافقـين عـلى ذلـك (29.2%) ، أمـا نسـبة الذيـن لا علـم لهـم بذلـك (33.4%).

22. ان غالبيـة أفـراد العينـة موافقـين عـلى أن أخبـار الزراعـة والأعمـال والاقتصـاد السـودانيين يتابعونهـا مـن إذاعـة وتلفزيـون أثيوبيـا حيـث بلغـت نسـبتهم (48.7%) ، بينمـا بلغـت نسـبة غـير الموافقـين عـلى ذلـك (23.8%) ، أمـا نسـبة الذيـن لا علـم لهـم بذلـك (27.5%).

23. ان غالبيـة أفـراد العينـة موافقـين عـلى أن أخبـار الزرعـة والأعمـال والاقتصـاد الأثيوبيـة يتابعونهـا مـن إذاعـة وتلفزيـون السـودان حيـث بلغـت نسـبتهم (47.4%) ، بينمـا بلغـت نسـبة غـير الموافقـين عـلى ذلـك (33.8%) ، أمـا نسـبة الذيـن لا علـم لهـم بذلـك (18.8%).

24. ان غالبيـة أفـراد العينـة لا علـم لهـم بـان أفضـل برامـج إذاعـة وتلفزيـون أثيوبيا هـو مـا يطلبـه المسـتمعون حيـث بلغـت نسـبتهم (50.0%)، بينمـا بلغت نسـبة الموافقـين عـلى ذلـك (12.4%) ، أمـا غـير الموافقـين عـلي ذلـك (37.6%)

25. ان غالبيـة أفـراد العينـة غـير موافقـين عـلى أن أفضـل برامـج إذاعـة وتلفزيـون السـودان هـو مـا يطلبـه المسـتمعون حيـث بلغـت نسـبتهم (60.1%) ، بينمـا

بلغت نسبة الموافقين على ذلك (28.7%) ، أما نسبة الذين لا علم لهم بذلك (11.2%).

26. ان غالبية أفراد العينة غير موافقين على أن عند حدوث تطورات سياسية في السودان يفضلون أن يعرفو حقيقتها من إذاعة وتلفزيون السودان حيث بلغت نسبتهم (77.6%) ، بينما بلغت نسبة الموافقين على ذلك (12.4%) ، أما نسبة الذين لا علم لهم بذلك (10.0%).

27. ان غالبية أفراد العينة غير موافقين على أن عند حدوث تطورات سياسية في اثيوبيا يفضلون أن يعرفو حقيقتها من إذاعة وتلفزيون اثيوبيا حيث بلغت نسبتهم (48.7%) ، بينما بلغت نسبة الموافقين على ذلك (37.5%) ، أما نسبة الذين لا علم لهم بذلك (13.8%).

28. ان غالبية أفراد العينة موافقين على أن عند حدوث تطورات سياسية في السودان أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون أثيوبيا حيث بلغت نسبتهم (68.8%)، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (31.2%) ، أما نسبة الذين لا علم لهم بذلك (10.0%).

29. ان غالبية أفراد العينة موافقين على أن عند حدوث تطورات سياسية في اثيوبيا أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون السودان حيث بلغت نسبتهم (68.8%) ، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (31.2%) ، أما نسبة الذين لا علم لهم بذلك (10.0%).

ثانيا:الإحصاءات الوصفية لعبارات محور راي الجمهور السوداني

فيما يلي جدول يوضح المتوسط والإنحراف المعياري والأهمية النسبية لعبارات المقياس وترتيبها وفقا لإجابات المستقصى منهم .

جدول رقم (11) الإحصاءات الوصفية لعبارات محور راي الجمهور السوداني

العبارات	الإنحراف المعياري	المتوسط	الدلالة	الترتيب
أنا اسمع وأشاهد أخبار عن السودان وإثيوبيا في الإذاعة والتلفزيون	1.023	3.50	أوافق	3
يومياً أستمع لأغاني أثيوبية عبر الإذاعة السودانية وأشاهدها عبر تلفزيون السودان	1.087	3.29	أوافق	5
يومياً أستمع لأغاني سودانية عبر إذاعة أديس أبابا والتلفزيون	1.207	2.89	لا علم لي	12
تستضيف الإذاعة والتلفزيون الأثيوبيين محللين وخبراء سودانيين	1.078	3.00	أوافق	9
تستضيف الإذاعة السودانية والتلفزيون السوداني محللين وخبراء أثيوبيين	1.067	3.16	أوافق	6
الأحداث التي تحدث في السودان نتابعها عبر إذاعة أثيوبيا والتلفزيون	1.162	2.46	لاأوافق	24
للأسف أخبار السودان وأثيوبيا أتابعها من إذاعات وقنوات أجنبية	1.435	2.49	لاأوافق	23
أي زيارة لمسؤول من أثيوبيا للسودان أعرفها من خلال متابعتي لإذاعة وتلفزيون أثيوبيا	1.185	2.65	لاأوافق	18
أي زيارة لمسؤول من السودان لأثيوبيا أعرفها من خلال متابعتي لإذاعة وتلفزيون السودان	1.327	1.74	لا اوافق مطلقا	29
زيارات الفرق الفنية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية الأثيوبية للسودان أعرفها من خلال متابعتي للإذاعة والتلفزيون الأثيوبي	1.242	2.80	لا علم لي	13
زيارات الفرق الفنية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية السودانية لأثيوبيا أعرفها من خلال متابعتي للإذاعة والتلفزيون السوداني	1.665	2.10	لاأوافق	27
مواعيد بث الأغاني والأخبار السودانية في إذاعة وتلفزيون أثيوبيا مناسبة	1.522	2.80	لا علم لي	14

العبارات	الإنحراف المعياري	المتوسط	الدلالة	الترتيب
مواعيد بث الأغاني والأخبار الأثيوبية في إذاعة وتلفزيون السودان مناسبة	1.489	2.93	لا علم لي	11
فترة بث إذاعة أثيوبية على الموجة الـ M.F قليلة	1.026	2.66	لا علم لي	17
فترة بث تلفزيون أثيوبية باللغة العربية قليلة	1.485	2.51	لاأوافق	22
فترة بث إذاعة السودان عن أثيوبية يومياً قليلة	1.344	2.29	لاأوافق	26
فترة، بث تلفزيون السودان عن أثيوبيا يومياً قليلة	1.099	2.29	لاأوافق	25
الإذاعة والتلفزيون في السودان حريصان على تناول أخبار الجالية الأثيوبية في السودان	1.0226	2.96	لا علم لي	10
إذاعة وتلفزيون أثيوبيا حريصان على تناول وعرض أخبار الجالية السودانية في أثيوبيا	1.136	2.70	لا علم لي	16
اللغة الإعلامية المستخدمة في الإذاعة والتلفزيون السوداني عن أثيوبيا مفهومة لديك	1.145	2.51	لا اوافق	21
اللغة الإعلامية المستخدمة في الإذاعة والتلفزيون الأثيوبي عن السودان مفهومة لديك	1.122	3.13	اوافق	8
أخبار الزراعة والأعمال والاقتصاد السودانيين أتابعها عن إذاعة وتلفزيون أثيوبيا	1.102	3.30	اوافق	4
أخبار الزرعة والأعمال والاقتصاد الأثيوبية أتابعها عن إذاعة وتلفزيون السودان	1.435	3.14	اوافق	7
أفضل برامج إذاعة وتلفزيون أثيوبيا هو ما يطلبه المستمعون	1.213	2.64	لا علم لي	19
أفضل برامج إذاعة وتلفزيون السودان هو ما يطلبه المستمعون	1.146	2.59	لا علم لي	20

العبارات	الإنحراف المعياري	المتوسط	الدلالة	الترتيب
عند حدوث تطورات سياسية في السودان أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون السودان	1.178	1.89	لااوافق	28
عند حدوث تطورات سياسية في أثيوبيا أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون أثيوبيا	1.137	2.74	لا علم لي	15
عند حدوث تطورات سياسية في السودان أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون أثيوبيا	1.030	3.58	اوافق	1
عند حدوث تطورات سياسية في أثيوبيا أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون السودان	1.040	3.58	اوافق	2

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

يتضح من الجدول رقم (11) ما يلى: أهم عبارة من عبارات محور(قياس راي الجمهور السوداني) من وجهة نظر الجمهور بالسودان هي (عند حدوث تطورات سياسية في السودان أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون أثيوبيا) حيث بلغ متوسط اجابات أفراد العينة على العبارة (3.58) بإنحراف معياري (1.030) تليها العبارة (عند حدوث تطورات سياسية في اثيوبيا أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون أثيوبيا) حيث بلغ متوسط اجابات أفراد العينة على العبارة (3.58) بإنحراف معياري (1.040)وأقل عباره في الاهمية من وجهة نظر العينة هي (أي زيارة لمسؤول من السودان لأثيوبيا أعرفها من خلال متابعتي لإذاعة وتلفزيون السودان) حيث بلغ متوسط العبارة (1.74) بإنحراف معياري (1.327).

ثالثاً: اختبار الفروق لعبارات محور تقييم راي الجمهور بالسودان

ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية تم إستخدام اختبار (χ^2) لدلالة الفروق . وفيما يلي جدول يوضح نتائج التحليل الوصفي لعبارات المحور،

جدول رقم (12) اختبار الفروق لعبارات محور قياس راي الجمهور السوداني.

العبارات	قيمة χ^2	مستوى المعنوية	الدلالة
أنا اسمع وأشاهد أخبار عن السودان وإثيوبيا في الإذاعة والتلفزيون	32.8	0.000	قبول
يومياً أستمع لأغاني أثيوبية عبر الإذاعة السودانية وأشاهدها عبر تلفزيون السودان	37.4	0.000	قبول
يومياً أستمع لأغاني سودانية عبر إذاعة أديس أبابا والتلفزيون	14.3	0.016	قبول
تستضيف الإذاعة والتلفزيون الأثيوبيين محللين وخبراء سودانيين	15.1	0.016	قبول
تستضيف الإذاعة السودانية والتلفزيون السوداني محللين وخبراء أثيوبيين	25.50	0.000	قبول
الأحداث التي تحدث في السودان نتابعها عبر إذاعة أثيوبيا والتلفزيون	17.0	0.003	قبول
للأسف أخبار السودان وأثيوبيا أتابعها من إذاعات وقنوات أجنبية	23.7	0.000	قبول
أي زيارة لمسؤول من أثيوبيا للسودان أعرفها من خلال متابعتي لإذاعة وتلفزيون أثيوبيا	25.40	0.000	قبول
أي زيارة لمسؤول من السودان لأثيوبيا أعرفها من خلال متابعتي لإذاعة وتلفزيون السودان	15.20	0.0034	قبول
زيارات الفرق الفنية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية الأثيوبية للسودان أعرفها من خلال متابعتي للإذاعة والتلفزيون الأثيوبي	17.00	0.002	قبول
زيارات الفرق الفنية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية السودانية لأثيوبيا أعرفها من خلال متابعتي للإذاعة والتلفزيون السوداني	21.0	0.001	قبول
مواعيد بث الأغاني والأخبار السودانية في إذاعة وتلفزيون أثيوبيا مناسبة	24.12	0.000	قبول
مواعيد بث الأغاني والأخبار الأثيوبية في إذاعة وتلفزيون السودان مناسبة	21.20	0.001	قبول
فترة بث إذاعة أثيوبية على الموجة الـ M.F قليلة	20.0	0.001	قبول
فترة بث تلفزيون أثيوبية باللغة العربية قليلة	16.4	0.004	قبول

فترة بث إذاعة السودان عن أثيوبية يومياً قليلة	20.6	0.001	قبول
فترة، بث تلفزيون السودان عن أثيوبيا يومياً قليلة	15.7	0.006	قبول
الإذاعة والتلفزيون في السودان حريصان على تناول أخبار الجالية الأثيوبية في السودان	11.2	0.0420	قبول
إذاعة وتلفزيون أثيوبيا حريصان على تناول وعرض أخبار الجالية السودانية في أثيوبيا	13.5	0.001	قبول
اللغة الإعلامية المستخدمة في الإذاعة والتلفزيون السوداني عن أثيوبيا مفهومة لديك	24.30	0.001	قبول
اللغة الإعلامية المستخدمة في الإذاعة والتلفزيون الأثيوبي عن السودان مفهومة لديك	11.40	0.0420	قبول
أخبار الزراعة والأعمال والاقتصاد السودانيين أتابعها عن إذاعة وتلفزيون أثيوبيا	13.40	0.001	قبول
أخبار الزرعة والأعمال والاقتصاد الأثيوبية أتابعها عن إذاعة وتلفزيون السودان	14.0	0.0170	قبول
أفضل برامج إذاعة وتلفزيون أثيوبيا هو ما يطلبه المستمعون	21.7	0.001	قبول
أفضل برامج إذاعة وتلفزيون السودان هو ما يطلبه المستمعون	19.5	0.002	قبول
عند حدوث تطورات سياسية في السودان أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون السودان	25.00	0.000	قبول
عند حدوث تطورات سياسية في أثيوبيا أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون أثيوبيا	16.7	0.032	قبول
عند حدوث تطورات سياسية في السودان أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون أثيوبيا	15.6	0.020	قبول
عند حدوث تطورات سياسية في أثيوبيا أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون السودان	23.6	0.020	قبول

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

من الجدول (12) نجد ما يلي :

1. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الأولى (32.8) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة لصالح الموافقين على أنهم يسمعون ويشاهدون أخبار عن السودان وإثيوبيا في الإذاعة والتلفزيون.

2. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثانية (37.4) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على انهم يومياً يستمعون لأغاني أثيوبية عبر الإذاعة السودانية وأشاهدها عبر تلفزيون السودان

3. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثالثة (14.3) بمستوى معنوية (0.016) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم ببث اغاني سودانية يومياً عبر إذاعة أديس أبابا والتلفزيون.

4. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الرابعة (15.1) بمستوى معنوية (0.016) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن الإذاعة والتلفزيون الأثيوبيين تستضيف محللين وخبراء سودانيين.

5. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الخامسة (25.5) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن الإذاعة والتلفزيون السودانيين تستضيف محللين وخبراء أثيوبيين.

6. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة السادسة (17.0) بمستوى معنوية (0.003) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح غير الموافقين على الأحداث التي تحدث في السودان يتابعونها عبر إذاعة أثيوبيا والتلفزيون.

7. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة السابعة (23.7) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح غير الموافقين على أنهم يتابعون أخبار السودان وأثيوبيا من إذاعات وقنوات أجنبية .

8. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثامنة (25.4) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح غير الموافقين على أن أي زيارة لمسؤول من أثيوبيا للسودان تتم معرفتها من خلال متابعتي لإذاعة وتلفزيون أثيوبيا.

9. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة العاشرة (15.2) بمستوى معنوية (0.0034) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح غير الموافقين مطلقا على أن أي زيارة لمسؤول من السودان لأثيوبيا تتم معرفتها من خلال متابعتي لإذاعة وتلفزيون السودان.

10. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة العاشرة (17.0) بمستوى معنوية (0.002) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بزيارات الفرق الفنية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية الأثيوبية للسودان من خلال متابعتهم للإذاعة والتلفزيون الأثيوبي.

11. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الحادية عشر (21.0) بمستوى معنوية (0.001) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح غير الموافقين على أن زيارات الفرق الفنية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية السودانية لأثيوبيا يعرفونها من خلال متابعتي للإذاعة والتلفزيون السوداني.

12. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثانية عشر (24.12) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بمواعيد بث الأغاني والأخبار السودانية في إذاعة وتلفزيون أثيوبيا.

13. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثالثة عشر (21.2) بمستوى معنوية (0.001) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لاعلم لهم بمواعيد بث الأغاني والأخبار الأثيوبية في إذاعة وتلفزيون السودان .

14. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الرابعة عشر (20.0) بمستوى معنوية (0.001) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بفترة بث إذاعة أثيوبية على الموجة الـ F.M.

15. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الخامسة عشر (16.4) بمستوى معنوية (0.004) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح غير الموافقين على أن فترة بث تلفزيون أثيوبية باللغة العربية قليلة.

16. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة السادسة عشر (20.6) بمستوى معنوية (0.001) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح غير الموافقين على ان فترة بث إذاعة السودان عن أثيوبية يومياً قليلة.

17. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة السابعة عشر (15.7) بمستوى معنوية (0.006) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح غير الموافقين على أن فترة، بث تلفزيون السودان عن أثيوبيا يومياً قليلة.

18. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثامنة عشر (11.2) بمستوى معنوية (0.042) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بان الإذاعة والتلفزيون في السودان حريصان على تناول أخبار الجالية الأثيوبية في السودان.

19. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة التاسعة عشر (13.5) بمستوى معنوية (0.001) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بان الإذاعة والتلفزيون في اثيوبيا حريصان على تناول أخبار الجالية السودانية في اثيوبيا.

20. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة العشرون (24.3) بمستوى معنوية (0.001) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح غير الموافقين على أن اللغة الإعلامية المستخدمة في الإذاعة والتلفزيون السوداني عن أثيوبيا مفهومة لديكم.

21. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الحادية والعشرون (11.4) بمستوى معنوية (0.042) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن اللغة الإعلامية المستخدمة في الإذاعة والتلفزيون الاثيوبي عن السودان مفهومة لديكم.

22. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثانية والعشرون (13.4) بمستوى معنوية (0.001) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن أخبار الزراعة والأعمال والاقتصاد السودانيين أتابعها عن إذاعة وتلفزيون أثيوبيا.

23. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثالثة والعشرون (14.0) بمستوى معنوية (0.017) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن أخبار الزرعة والأعمال والاقتصاد الأثيوبية أتابعها عن إذاعة وتلفزيون السودان.

24. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الرابعة والعشرون (21.7) بمستوى معنوية (0.001) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح

الذيــن لا علــم لهــم بشــان أفضــل برامــج إذاعــة وتلفزيــون أثيوبيــا هــو مــا يطلبــه المســتمعون.

25. بلغــت قيمــة (χ^2) للعبــارة الخامســة والعــشرون (19.5) بمســتوى معنويــة (0.002) وهــذه القيمــة أقــل مــن مســتوى المعنويــة (5%) وعليــه فــإن ذلــك يشــير الى وجــود فــروق ذات دلالــة إحصائيــة بــين إجابــات أفــراد العينــة ولصالح الذيــن لا علــم لهــم بشــان أفضــل برامــج إذاعــة وتلفزيــون الســودان هــو مــا يطلبــه المســتمعون.

26. بلغــت قيمــة (χ^2) للعبــارة الســادســة والعــشرون (25.0) بمســتوى معنويــة (0.000) وهــذه القيمــة أقــل مــن مســتوى المعنويــة (5%) وعليــه فــإن ذلــك يشــير الى وجــود فــروق ذات دلالــة إحصائيــة بــين إجابــات أفــراد العينــة ولصالح غــير الموافقــين عــلى أن عنــد حــدوث تطــورات سياســية في الســودان أفضــل أن أعــرف حقيقتهــا مــن إذاعــة وتلفزيــون الســودان.

27. بلغــت قيمــة (χ^2) للعبــارة الســابعة والعــشرون (16.7) بمســتوى معنويــة (0.032) وهــذه القيمــة أقــل مــن مســتوى المعنويــة (5%) وعليــه فــإن ذلــك يشــير الى وجــود فــروق ذات دلالــة إحصائيــة بــين إجابــات أفــراد العينــة ولصالح الذيــن لا علــم لهــم بــان عنــد حــدوث تطــورات سياســية في أثيوبيــا أفضــل أن أعــرف حقيقتهــا مــن إذاعــة وتلفزيــون أثيوبيــا.

28. بلغــت قيمــة (χ^2) للعبــارة الثامنــة والعــشرون (15.6) بمســتوى معنويــة (0.020) وهــذه القيمــة أقــل مــن مســتوى المعنويــة (5%) وعليــه فــإن ذلــك يشــير الى وجــود فــروق ذات دلالــة إحصائيــة بــين إجابــات أفــراد العينــة ولصالح الموافقــين عــلى أن عنــد حــدوث تطــورات سياســية في الســودان أفضــل أن أعــرف حقيقتهــا مــن إذاعــة وتلفزيــون أثيوبيــا.

29. بلغــت قيمــة (χ^2) للعبــارة التاســعة والعــشرون (23.6) بمســتوى معنويــة (0.020) وهــذه القيمــة أقــل مــن مســتوى المعنويــة (5%) وعليــه فــإن ذلــك يشــير الى وجــود فــروق ذات دلالــة إحصائيــة بــين إجابــات أفــراد العينــة ولصالح الموافقــين عــلى أن عنــد حــدوث تطــورات سياســية في أثيوبيــا أفضــل أن أعــرف حقيقتهــا مــن إذاعــة وتلفزيــون الســودان.

ب- تحليل راي الجمهور الاثيوبي:

أولاً: التوزيع التكرارى لعبارات محور تقييم الجمهور الاثيوبي

جدول رقم (13) التوزيع التكراري لعبارات الدراسة من وجهة نظر الجمهور الاثيوبي

العبارة	أوافق تماما		أوافق		لا علم لي		لا أوافق		لا أوافق مطلقا	
	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪
أنا اسمع وأشاهد أخبار عن السودان وإثيوبيا في الإذاعة والتلفزيون	2	2.5	14	17.5	5	6.2	31	38.8	28	0.35
يومياً أستمع لأغاني أثيوبية عبر الإذاعة السودانية وأشاهدها عبر تلفزيون السودان	11	13.8	2	36.2	19	23.8	12	15	9	11.2
يومياً أستمع لأغاني سودانية عبر إذاعة أديس أبابا والتلفزيون	10	12.5	23	28.8	28	35.0	12	15	7	8.8
تستضيف الإذاعة والتلفزيون الأثيوبيين محللين وخبراء سودانيين	2	2.5	13	16.2	36	45.0	23	28.8	6	7.5
تستضيف الإذاعة السودانية والتلفزيون السوداني محللين وخبراء أثيوبيين	8	10.0	15	18.8	27	33.8	21	26.2	9	11.2
الأحداث التي تحدث في السودان نتابعها عبر إذاعة أثيوبيا والتلفزيون	9	11.2	26	32.5	24	30.0	11	13.8	10	12.5
للأسف أخبار السودان وأثيوبيا أتابعها من إذاعات وقنوات أجنبية	6	7.5	15	18.8	11	13.7	28	35.0	20	25.0

العبارة	أوافق تماما		أوافق		لا علم لي		لا أوافق		لا أوافق مطلقا	
	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪
أي زيارة لمسؤول من أثيوبيا للسودان أعرفها من خلال متابعتي لإذاعة وتلفزيون أثيوبيا	6	7.5	12	15.0	5	6.2	33	41.2	24	30.0
أي زيارة لمسؤول من السودان لأثيوبيا أعرفها من خلال متابعتي لإذاعة وتلفزيون السودان	6	7.5	17	21.2	27	33.8	22	27.5	8	10.0
زيارات الفرق الفنية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية الأثيوبية للسودان أعرفها من خلال متابعتي للإذاعة والتلفزيون الأثيوبي	1	1.2	5	6.2	10	12.5	36	45.0	28	35.0
زيارات الفرق الفنية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية السودانية لأثيوبيا أعرفها من خلال متابعتي للإذاعة والتلفزيون السوداني	4	5.0	17	21.2	24	30.0	24	30.0	11	13.8
مواعيد بث الأغاني والأخبار السودانية في إذاعة وتلفزيون أثيوبيا مناسبة	0	0	11	13.8	16	20.0	27	33.8	32.5	12.5
مواعيد بث الأغاني والأخبار الأثيوبية في إذاعة وتلفزيون السودان مناسبة	3	3.8	8	10.0	47	58.8	16	20.0	6	7.5
فترة بث إذاعة أثيوبية على الموجة الـ M.F قليلة	4	5.0	5	6.2	39	48.8	22	27.5	10	12.5

العبارة	أوافق تماما		أوافق		لا علم لي		لا أوافق		لا أوافق مطلقا	
	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪
فترة بث تلفزيون أثيوبية باللغة العربية قليلة	5	6.2	3	3.8	46	57.5	20	25.0	6	7.5
فترة بث إذاعة السودان عن أثيوبية يومياً قليلة	2	2.5	2	2.5	35	43.8	31	38.8	10	12.5
فترة، بث تلفزيون السودان عن أثيوبيا يومياً قليلة	1	1.2	6	7.5	24	30.0	33	41.3	16	20.0
الإذاعة والتلفزيون في السودان حريصان على تناول أخبار الجالية الأثيوبية في السودان	2	2.5	2	2.5	28	35.0	28	35.0	20	25.0
إذاعة وتلفزيون أثيوبيا حريصان على تناول وعرض أخبار الجالية السودانية في أثيوبيا	7	8.8	19	23.8	22	27.5	23	28.8	9	11.2
اللغة الإعلامية المستخدمة في الإذاعة والتلفزيون السوداني عن أثيوبيا مفهومة لديك	5	6.2	20	25.0	30	37.5	16	20.0	9	11.2
اللغة الإعلامية المستخدمة في الإذاعة والتلفزيون الأثيوبي عن السودان مفهومة لديك	2	2.5	4	5.0	12	15.0	38	47.5	24	30.0
أخبار الزراعة والأعمال والاقتصاد السودانيين أتابعها عن إذاعة وتلفزيون أثيوبيا	4	5.0	9	11.2	32	40.0	21	26.2	14	17.5

العبارة	أوافق تماما		أوافق		لا علم لي		لا أوافق		لا أوافق مطلقا	
	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪
أخبار الزرعة والأعمال والاقتصاد الأثيوبية أتابعها عن إذاعة وتلفزيون السودان	13	16.2	16	20.0	28	35.0	14	17.5	9	11.2
أفضل برامج إذاعة وتلفزيون أثيوبيا هو ما يطلبه المستمعون	9	11.2	16	25.0	16	25.0	28	35.0	11	13.8
أفضل برامج إذاعة وتلفزيون السودان هو ما يطلبه المستمعون	1	1.2	5	6.2	39	48.8	19	23.8	16	20.0
عند حدوث تطورات سياسية في السودان أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون السودان	3	3.8	13	16.2	27	33.8	16	20.0	21	26.8
عند حدوث تطورات سياسية في أثيوبيا أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون أثيوبيا	5	6.2	10	12.5	12	15.0	24	30.0	20	36.2
عند حدوث تطورات سياسية في السودان أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون أثيوبيا	16	20.0	39	48.8	8	10.0	9	11.2	8	10.0
عند حدوث تطورات سياسية في أثيوبيا أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون السودان	8	10.0	26	32.5	18	22.5	16	20.0	12	15.0

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

يتضح من الجدول رقم (13) ما يلى:

1. ان غالبيــة أفــراد العينــة غــير موافقــين عــلى انهــم يســتمعون ويشــاهدون أخبــار عــن الســودان وإثيوبيــا في الإذاعــة والتلفزيــون حيــث بلغــت نســبتهم(73.8.%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (20.0 %) ، أمــا نســبة الــين لا علــم لهــم باخبــار عــن الســودان واثيوبيــا في الاذاعــة والتلفزيــون (6.2%).

2. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى انهــم يومياً يســتمعون لأغانــي أثيوبيــة عــبر الإذاعــة الســودانية وأشــاهدها عــبر تلفزيــون الســودان حيــث بلغت نســبتهم (50.0%) ، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (22.2%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك بلغــت (23.8%).

3. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى اســتماعهم اغانــي ســودانية يوميــاً عــبر إذاعــة أديــس أبابــا والتلفزيــون حيــث بلغــت نســبتهم (41.3%) ، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (23.7%)، أمــا نســبة الذيــن ليــس لهــم علــم ذلــك (35.0%).

4. ان غالبيــة أفــراد العينــة لاعلــم لهــم بــأن الإذاعــة والتلفزيــون الأثيوبيــين تســتضيف محللــين وخــبراء ســودانيين حيــث بلغــت نســبتهم (45.0%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (36.3%) ، أمــا نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك(18.7%).

5. ان غالبيــة أفــراد العينــة غــير موافقــين عــلى أن الإذاعــة والتلفزيــون الســوداني تســتضيف محللــين وخــبراء اثيوبيــين حيــث بلغــت نســبتهم (47.4%) ، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (18.8%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (33.8%).

6. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن الأحــداث التــي تحــدث في الســودان يتابعونهــا عــبر إذاعــة أثيوبيــا والتلفزيــون حيــث بلغــت نســبتهم (43.7%) ، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (26.3%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم بذلــك (30.0%).

7. ان غالبيــة أفــراد العينــة غــير موافقــين عــلى أن الأحــداث التــي تحــدث في الســودان واثيوبيــا يتابعونهــا عــبر إذاعــات وقنــوات اجنبيــة حيــث بلغــت نســبتهم

(60.0%)، بينما بلغت نسبة الموافقين على ذلك (26.3%) ، أما نسبة الذين لا علم لهم بذلك (13.7%).

8. ان غالبية أفراد العينة غير موافقين على أن أي زيارة لمسؤول من أثيوبيا للسودان يعرفونها من خلال متابعتهم لإذاعة وتلفزيون أثيوبيا حيث بلغت نسبتهم (71.2%) ، بينما بلغت نسبة الموافقين على ذلك (22.6%) ، أما نسبة الذين لا علم لهم بذلك (6.2%).

9. ان غالبية أفراد العينة غير موافقين على أن أي زيارة لمسؤول من السودان لاثيوبيا يعرفونها من خلال متابعتهم لإذاعة وتلفزيون السودان حيث بلغت نسبتهم (37.5%)، بينما بلغت نسبة الموافقين على ذلك (28.7%) ، أما نسبة الذين لا علم لهم بذلك (33.8%).

10. ان غالبية أفراد العينة غير موافقين على أن زيارات الفرق الفنية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية الأثيوبية للسودان يعرفونها من خلال متابعتي للإذاعة والتلفزيون الأثيوبي حيث بلغت نسبتهم (80.0%) ، بينما بلغت نسبة الموافقين على ذلك (7.5%) ، أما نسبة الذين لا علم لهم بذلك (12.5%).

11. ان غالبية أفراد العينة غير موافقين على أن زيارات الفرق الفنية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية السودانية لأثيوبيا أعرفها من خلال متابعتي للإذاعة والتلفزيون السوداني حيث بلغت نسبتهم (43.8%) ، بينما بلغت نسبة الموافقين على ذلك (26.2%) ، أما نسبة الذين لا علم لهم بذلك (30.0%).

12. ان غالبية أفراد العينة غير موافقين على ان مواعيد بث الأغاني والأخبار السودانية في إذاعة وتلفزيون أثيوبيا ان كانت مناسبة حيث بلغت نسبتهم (46.3%) ، بينما بلغت نسبة الموافقين على ذلك (33.7%) ، أما الذين لا علم لهم بذلك بلغت نسبتهم(20.0%).

13. ان غالبية أفراد العينة لا علم لهم بمواعيد بث الأغاني والأخبار الأثيوبية في إذاعة وتلفزيون السودان ان كانت مناسبة حيث بلغت نسبتهم (58.5%) ، بينما بلغت نسبة الموافقين على ذلك (13.7%) ، أما غير الموافقين علي ذلك (27.5%).

14. ان غالبيــة أفــراد العينــة لا علــم لهــم بــان فــترة بــث إذاعــة أثيوبيــة عــلى الموجــة الـــ F.M قليلــة حيــث بلغــت نســبتهم (48.8%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (11.2%) ، أمــا غــير الموافقــين عــلي ذلــك (40.0%).

15. ان غالبيــة أفــراد العينــة لا علــم لهــم بــان فــترة بــث تلفزيــون أثيوبيــة باللغــة العربيــة قليلــة حيــث بلغــت نســبتهم (57.5%)، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (10.0%) ، أمــا غــير الموافقــين عــلي ذلــك (32.5%)

16. ان غالبيــة أفــراد العينــة لا علــم لهــم بــأن فــترة بــث إذاعــة الســودان عــن أثيوبية يوميــاً قليلــة حيــث بلغــت نســبتهم (43.8%)، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (14.9%)، أمــا نســبة الذيــن غــير الموافقين عــلى ذلــك (41.3%).

17. ان غالبيــة أفــراد العينــة غــير موافقــين عــلى أن فــترة بــث تلفزيــون الســودان عــن أثيوبيــة يوميــاً قليلــة حيــث بلغــت نســبتهم (61.3%)، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (8.7%)، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (30.0%).

18. ان غالبيــة أفــراد العينــة غــير موافقــين عــلى أن الإذاعــة والتلفزيــون في الســودان حريصــان عــلى تنــاول أخبــار الجاليــة الأثيوبيــة في الســودان حيــث بلغــت نســبتهم (60.0%)، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (5.0%)، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (35.0%).

19. ان غالبيــة أفــراد العينــة غــير موافــين عــلى ان إذاعــة وتلفزيــون أثيوبيــا حريصــان عــلى تنــاول وعــرض أخبــار الجاليــة الســودانية في أثيوبيــا حيــث بلغــت نســبتهم (40.0%)، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (32.5%)، أمــا الذيــن لا علــم لهــم بذلــك بلغــت نســبتهم(27.5%)

20. ان غالبيــة أفــراد العينــة لا علــم لهــم بــأن اللغــة الإعلاميــة المســتخدمة في الإذاعــة والتلفزيــون الســوداني عــن أثيوبيــا مفهومــة لديهــم حيــث بلغــت نســبتهم (37.5%)، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (31.2%)، أمــا نســبة الموافقــين عــلى ذلــك بلغــت نســبتهم (31.3%).

21. ان غالبيــة أفــراد العينــة غــير موافقــين عــلى أن اللغــة الإعلاميــة المســتخدمة في الإذاعــة والتلفزيــون الأثيوبــي عــن الســودان مفهومــة لديهــم حيــث بلغــت نســبتهم (77.5%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (7.5%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (15.%).

22. ان غالبيــة أفــراد العينــة غــير موافقــين عــلى أن أخبــار الزراعــة والأعمــال والاقتصــاد الســودانيين يتابعونهــا مــن إذاعــة وتلفزيــون أثيوبيــا حيــث بلغــت نســبتهم (43.7%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (16.3%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (40.0%).

23. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن أخبــار الزرعــة والأعمــال والاقتصــاد الأثيوبيــة يتابعونهــا مــن إذاعــة وتلفزيــون الســودان حيــث بلغــت نســبتهم (36.2%) ، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (35.0%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (28.8%).

24. ان غالبيــة أفــراد العينــة غــير موافقــين عــلى ان أفضــل برامــج إذاعــة وتلفزيــون أثيوبيــا هــو مــا يطلبــه المســتمعون حيــث بلغــت نســبتهم (48.8%)، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (31.2%) ، أمــا غــير الموافقــين عــلي ذلــك (20.0%)

25. ان غالبيــة أفــراد العينــة لا علــم لهــم بــأن أفضــل برامــج إذاعــة وتلفزيــون الســودان هــو مــا يطلبــه المســتمعون حيــث بلغــت نســبتهم (48.8%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (7.4%) ، أمــا نســبة غــير الموافقــين غــلى ذلــك (43.8%).

26. ان غالبيــة أفــراد العينــة غــير موافقــين عــلى أن عنــد حــدوث تطــورات سياســية في الســودان يفضلــون أن يعرفــو حقيقتهــا مــن إذاعــة وتلفزيــون الســودان حيــث بلغــت نســبتهم (46.8%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (19.4%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (33.8%).

27. ان غالبيــة أفــراد العينــة غــير موافقــين عــلى أن عنــد حــدوث تطــورات سياســية في اثيوبيــا يفضلــون أن يعرفــو حقيقتهــا مــن إذاعــة وتلفزيــون اثيوبيــا حيــث بلغــت نســبتهم (66.2%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (18.8%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (15.0%).

28. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن عنــد حــدوث تطــورات سياســية في الســودان أفضــل أن أعــرف حقيقتهــا مــن إذاعــة وتلفزيــون أثيوبيــا حيــث بلغــت نســبتهم (68.8%) ، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (31.2%)، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (10.0%).

29. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن عنــد حــدوث تطــورات سياســية في اثيوبيــا أفضــل أن أعــرف حقيقتهــا مــن إذاعــة وتلفزيــون الســودان حيــث بلغــت نســبتهم (42.5%) ، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (35.0%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (22.5%).

ثانيا: الإحصاءات الوصفية لعبارات محور راي الجمهور الاثيوبي

فيمــا يــلي جــدول يوضــح المتوســط والإنحــراف المعيــاري والأهميــة النســبية لعبــارات المقيــاس وترتيبهــا وفقــا لإجابــات المســتقصى منهــم .

جدول رقم (14) الإحصاءات الوصفية لعبارات محور راي الجمهور الاثيوبي

العبارات	الإنحراف المعياري	المتوسط	الدلالة	الترتيب
أنا اسمع وأشاهد أخبار عن السودان وإثيوبيا في الإذاعة والتلفزيون	1.343	2.14	لاأوافق	26
يومياً أستمع لأغاني أثيوبية عبر الإذاعة السودانية وأشاهدها عبر تلفزيون السودان	1.123	3.26	أوافق	2
يومياً أستمع لأغاني سودانية عبر إذاعة أديس أبابا والتلفزيون	1.067	3.21	أوافق	3
تستضيف الإذاعة والتلفزيون الأثيوبيين محللين وخبراء سودانيين	1.278	2.78	لا علم لي	13
تستضيف الإذاعة السودانية والتلفزيون السوداني محللين وخبراء أثيوبيين	1.275	2.90	لا علم لي	8
الأحداث التي تحدث في السودان نتابعها عبر إذاعة أثيوبيا والتلفزيون	1.062	3.16	أوافق	4
للأسف أخبار السودان وأثيوبيا أتابعها من إذاعات وقنوات أجنبية	1.535	2.49	لاأوافق	19
أي زيارة لمسؤول من أثيوبيا للسودان أعرفها من خلال متابعتي لإذاعة وتلفزيون أثيوبيا	1.185	2.29	لاأوافق	22
أي زيارة لمسؤول من السودان لأثيوبيا أعرفها من خلال متابعتي لإذاعة وتلفزيون السودان	1.127	2.89	لا اوافق	10

العبارات	الإنحراف المعياري	المتوسط	الدلالة	الترتيب
زيارات الفرق الفنية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية الأثيوبية للسودان أعرفها من خلال متابعتي للإذاعة والتلفزيون الأثيوبي	1.642	1.94	لا اوافق مطلقا	29
زيارات الفرق الفنية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية السودانية لأثيوبيا أعرفها من خلال متابعتي للإذاعة والتلفزيون السوداني	1.365	2.74	لا علم لي	15
مواعيد بث الأغاني والأخبار السودانية في إذاعة وتلفزيون أثيوبيا مناسبة	1.722	2.23	لا اوافق	24
مواعيد بث الأغاني والأخبار الأثيوبية في إذاعة وتلفزيون السودان مناسبة	1.389	2.83	لا علم لي	11
فترة بث إذاعة أثيوبية على الموجة الـ M.F قليلة	1.736	2.64	لا علم لي	16
فترة بث تلفزيون أثيوبية باللغة العربية قليلة	1.585	2.76	لا علم لي	14
فترة بث إذاعة السودان عن أثيوبية يومياً قليلة	1.844	2.44	لاأوافق	21
فترة، بث تلفزيون السودان عن أثيوبيا يومياً قليلة	1.899	2.29	لاأوافق	23
الإذاعة والتلفزيون في السودان حريصان على تناول أخبار الجالية الأثيوبية في السودان	1.972	2.23	لا اوافق	25
إذاعة وتلفزيون أثيوبيا حريصان على تناول وعرض أخبار الجالية السودانية في أثيوبيا	1.436	2.90	لا علم لي	9
اللغة الإعلامية المستخدمة في الإذاعة والتلفزيون السوداني عن أثيوبيا مفهومة لديك	1.245	2.95	لا علم لي	7
اللغة الإعلامية المستخدمة في الإذاعة والتلفزيون الأثيوبي عن السودان مفهومة لديك	1.822	2.03	لااوافق	28
أخبار الزراعة والأعمال والاقتصاد السودانيين أتابعها عن إذاعة وتلفزيون أثيوبيا	1.435	2.60	لا علم لي	17

العبارات	الإنحراف المعياري	المتوسط	الدلالة	الترتيب
أخبار الزرعة والأعمال والاقتصاد الأثيوبية أتابعها عن إذاعة وتلفزيون السودان	1.135	3.13	اوافق	6
أفضل برامج إذاعة وتلفزيون أثيوبيا هو ما يطلبه المستمعون	1.313	2.80	لا علم لي	12
أفضل برامج إذاعة وتلفزيون السودان هو ما يطلبه المستمعون	1.446	2.45	لا اوافق	20
عند حدوث تطورات سياسية في السودان أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون السودان	1.578	2.51	لا علم لي	18
عند حدوث تطورات سياسية في أثيوبيا أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون أثيوبيا	1.837	2.11	لا اوافق	27
عند حدوث تطورات سياسية في السودان أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون أثيوبيا	1.025	3.58	اوافق	1
عند حدوث تطورات سياسية في أثيوبيا أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون السودان	1.175	3.03	اوافق	5

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

يتضح من الجدول رقم (14) ما يلى: أهم عبارة من عبارات محور(قياس راي الجمهور الاثيوبي) من وجهة نظر الجمهور باثيوبيا هي (عند حدوث تطورات سياسية في السودان أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون أثيوبيا) حيث بلغ متوسط اجابات أفراد العينة على العبارة (3.58) بإنحراف معياري (1.025) تليها العبارة (عند حدوث تطورات سياسية في اثيوبيا أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون أثيوبيا) حيث بلغ متوسط اجابات أفراد العينة على العبارة (3.26) بإنحراف معياري (1.123) وأقل عباره في الاهمية من وجهة نظر العينة هي (زيارات الفرق الفنية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية الأثيوبية للسودان أعرفها من خلال متابعتي للإذاعة والتلفزيون الأثيوبي) حيث بلغ متوسط العبارة (1.94) بإنحراف معياري (1.642).

ثالثاً: اختبار الفروق لعبارات محور تقييم راي الجمهور باثيوبيا

ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية تم إستخدام اختبار (χ^2) لدلالة الفروق . وفيما يلي جدول يوضح نتائج التحليل الوصفي لعبارات المحور،

جدول رقم (15) اختبار الفروق لعبارات محور قياس راي الجمهور الاثيوبي.

العبارات	قيمة χ^2	مستوى المعنوية	الدلالة
أنا اسمع وأشاهد أخبار عن السودان وإثيوبيا في الإذاعة والتلفزيون	35.2	0.000	قبول
يومياً أستمع لأغاني أثيوبية عبر الإذاعة السودانية وأشاهدها عبر تلفزيون السودان	34.1	0.000	قبول
يومياً أستمع لأغاني سودانية عبر إذاعة أديس أبابا والتلفزيون	15.4	0.016	قبول
تستضيف الإذاعة والتلفزيون الأثيوبيين محللين وخبراء سودانيين	15.1	0.016	قبول
تستضيف الإذاعة السودانية والتلفزيون السوداني محللين وخبراء أثيوبيين	26.7	0.000	قبول
الأحداث التي تحدث في السودان نتابعها عبر إذاعة أثيوبيا والتلفزيون	16.0	0.003	قبول
للأسف أخبار السودان وأثيوبيا أتابعها من إذاعات وقنوات أجنبية	25.2	0.000	قبول
أي زيارة لمسؤول من أثيوبيا للسودان أعرفها من خلال متابعتي لإذاعة وتلفزيون أثيوبيا	29.6	0.000	قبول
أي زيارة لمسؤول من السودان لأثيوبيا أعرفها من خلال متابعتي لإذاعة وتلفزيون السودان	21.4	0.000	قبول
زيارات الفرق الفنية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية الأثيوبية للسودان أعرفها من خلال متابعتي للإذاعة والتلفزيون الأثيوبي	18.00	0.001	قبول

العبارات	قيمة χ^2	مستوى المعنوية	الدلالة
زيارات الفرق الفنية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية السودانية لأثيوبيا أعرفها من خلال متابعتي للإذاعة والتلفزيون السوداني	25.0	0.000	قبول
مواعيد بث الأغاني والأخبار السودانية في إذاعة وتلفزيون أثيوبيا مناسبة	27.9	0.000	قبول
مواعيد بث الأغاني والأخبار الأثيوبية في إذاعة وتلفزيون السودان مناسبة	31.2	0.000	قبول
فترة بث إذاعة أثيوبية على الموجة الـ M.F قليلة	23.0	0.000	قبول
فترة بث تلفزيون أثيوبية باللغة العربية قليلة	17.4	0.003	قبول
فترة بث إذاعة السودان عن أثيوبية يومياً قليلة	22.6	0.001	قبول
فترة، بث تلفزيون السودان عن أثيوبيا يومياً قليلة	17.4	0.003	قبول
الإذاعة والتلفزيون في السودان حريصان على تناول أخبار الجالية الأثيوبية في السودان	12.1	0.0220	قبول
إذاعة وتلفزيون أثيوبيا حريصان على تناول وعرض أخبار الجالية السودانية في أثيوبيا	14.5	0.001	قبول
اللغة الإعلامية المستخدمة في الإذاعة والتلفزيون السوداني عن أثيوبيا مفهومة لديك	25.3	0.000	قبول
اللغة الإعلامية المستخدمة في الإذاعة والتلفزيون الأثيوبي عن السودان مفهومة لديك	13.4	0.0320	قبول
أخبار الزراعة والأعمال والاقتصاد السودانيين أتابعها عن إذاعة وتلفزيون أثيوبيا	17.4	0.001	قبول
أخبار الزرعة والأعمال والاقتصاد الأثيوبية أتابعها عن إذاعة وتلفزيون السودان	18.0	0.001	قبول

العبارات	قيمة χ^2	مستوى المعنوية	الدلالة
أفضل برامج إذاعة وتلفزيون أثيوبيا هو ما يطلبه المستمعون	23.2	0.000	قبول
أفضل برامج إذاعة وتلفزيون السودان هو ما يطلبه المستمعون	21.5	0.001	قبول
عند حدوث تطورات سياسية في السودان أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون السودان	29.0	0.000	قبول
عند حدوث تطورات سياسية في أثيوبيا أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون أثيوبيا	19.1	0.002	قبول
عند حدوث تطورات سياسية في السودان أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون أثيوبيا	18.6	0.002	قبول
عند حدوث تطورات سياسية في أثيوبيا أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون السودان	25.3	0.000	قبول

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

يتضح من الجدول رقم (15) ما يلى:

1. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الأولى (35.2) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة لصالح غير الموافقين على أنهم يسمعون ويشاهدون أخبار عن السودان وإثيوبيا في الإذاعة والتلفزيون.
2. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثانية (34.1) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على انهم يومياً يستمعون لأغاني أثيوبية عبر الإذاعة السودانية وأشاهدها عبر تلفزيون السودان.
3. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثالثة (15.4) بمستوى معنوية (0.016) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود

فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد العينـة ولصالـح الموافقـين بـان هنالـك بـث للاغانـي السـودانية يوميـاً عـبر إذاعـة أديـس أبابـا والتلفزيـون.

4. بلغـت قيمـة (χ^2) للعبـارة الرابعـة (15.1) بمسـتوى معنويـة (0.016) وهـذه القيمـة أقـل مـن مسـتوى المعنويـة (5%) وعليـه فـإن ذلـك يشـير الى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد العينـة ولصالـح الذيـن لا علـم لهـم بـأن الإذاعـة والتلفزيـون الأثيوبيـين تسـتضيف محللـين وخـبراء سـودانيين.

5. بلغـت قيمـة (χ^2) للعبـارة الخامسـة (26.7) بمسـتوى معنويـة (0.000) وهـذه القيمـة أقـل مـن مسـتوى المعنويـة (5%) وعليـه فـإن ذلـك يشـير الى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد العينـة ولصالـح الذيـن لا علـم لهـم بـأن الإذاعـة والتلفزيـون السـودانيين تسـتضيف محللـين وخـبراء اثوبيـين.

6. بلغـت قيمـة (χ^2) للعبـارة السادسـة (16.0) بمسـتوى معنويـة (0.003) وهذه القيمـة أقـل مـن مسـتوى المعنويـة (5%) وعليـه فـإن ذلـك يشـير الى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد العينـة ولصالـح الموافقـين عـلى الأحـداث التـي تحـدث في السـودان يتابعونهـا عـبر إذاعـة أثيوبيـا والتلفزيـون.

7. بلغـت قيمـة (χ^2) للعبـارة السـابعة (25.2) بمسـتوى معنويـة (0.000) وهـذه القيمـة أقـل مـن مسـتوى المعنويـة (5%) وعليـه فـإن ذلـك يشـير الى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد العينـة ولصالـح غـير الموافقـين عـلى أنهـم يتابعـون أخبـار السـودان وأثيوبيـا مـن إذاعـات وقنـوات أجنبيـة .

8. بلغـت قيمـة (χ^2) للعبـارة الثامنـة (29.6) بمسـتوى معنويـة (0.000) وهـذه القيمـة أقـل مـن مسـتوى المعنويـة (5%) وعليـه فـإن ذلـك يشـير الى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد العينـة ولصالـح غـير الموافقـين عـلى أن أي زيـارة لمسـؤول مـن أثيوبيـا للسـودان تتـم معرفتهـا مـن خـلال متابعتـي لإذاعـة وتلفزيـون أثيوبيـا.

9. بلغـت قيمـة (χ^2) للعبـارة العـاشرة (21.4) بمسـتوى معنويـة (0.000) وهذه القيمـة أقـل مـن مسـتوى المعنويـة (5%) وعليـه فـإن ذلـك يشـير الى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد العينـة ولصالـح غـير الموافقـين

مطلقا على أن أي زيارة لمسؤول من السودان لأثيوبيا تتم معرفتها من خلال متابعتي لإذاعة وتلفزيون السودان.

10. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة العاشرة (18.0) بمستوى معنوية (0.001) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا يوافقون مطلقا على ان زيارات الفرق الفنية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية الأثيوبية للسودان من خلال متابعتهم للإذاعة والتلفزيون الأثيوبي.

11. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الحادية عشر (25.0) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بأن زيارات الفرق الفنية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية السودانية لأثيوبيا يعرفونها من خلال متابعتي للإذاعة والتلفزيون السوداني.

12. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثانية عشر (27.9) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح غير الموافقين على ان مواعيد بث الأغاني والأخبار السودانية في إذاعة وتلفزيون أثيوبيا.

13. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثالثة عشر (31.2) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لاعلم لهم بمواعيد بث الأغاني والأخبار الأثيوبية في إذاعة وتلفزيون السودان .

14. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الرابعة عشر (23.0) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بفترة بث إذاعة أثيوبية على الموجة الـ F.M.

15. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الخامسة عشر (17.4) بمستوى معنوية (0.003) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بأن فترة بث تلفزيون أثيوبية باللغة العربية قليلة.

16. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة السادسة عشر (22.6) بمستوى معنوية (0.001) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح غير الموافقين على ان فترة بث إذاعة السودان عن أثيوبية يومياً قليلة.

17. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة السابعة عشر (17.4) بمستوى معنوية (0.003) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح غير الموافقين على أن فترة، بث تلفزيون السودان عن أثيوبيا يومياً قليلة.

18. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثامنة عشر (12.2) بمستوى معنوية (0.0220) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح غير الموافقين على ان الإذاعة والتلفزيون في السودان حريصان على تناول أخبار الجالية الأثيوبية في السودان.

19. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة التاسعة عشر (14.5) بمستوى معنوية (0.001) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بان الإذاعة والتلفزيون في اثيوبيا حريصان على تناول أخبار الجالية السودانية في اثيوبيا.

20. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة العشرون (25.3) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بأن اللغة الإعلامية المستخدمة في الإذاعة والتلفزيون السوداني عن أثيوبيا مفهومة لديكم.

21. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الحادية والعشرون (13.4) بمستوى معنوية (0.0320) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح غير الموافقين على أن اللغة الإعلامية المستخدمة في الإذاعة والتلفزيون الاثيوبي عن السودان مفهومة لديكم.

22. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثانية والعشرون (17.4) بمستوى معنوية (0.001) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بأن أخبار الزراعة والأعمال والاقتصاد السودانيين أتابعها عن إذاعة وتلفزيون أثيوبيا.

23. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثالثة والعشرون (18.0) بمستوى معنوية (0.001) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن أخبار الزرعة والأعمال والاقتصاد الأثيوبية أتابعها عن إذاعة وتلفزيون السودان.

24. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الرابعة والعشرون (23.2) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بشان أفضل برامج إذاعة وتلفزيون أثيوبيا هو ما يطلبه المستمعون.

25. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الخامسة والعشرون (21.5) بمستوى معنوية (0.001) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح غير الموافقين على ان أفضل برامج إذاعة وتلفزيون السودان هو ما يطلبه المستمعون.

26. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة السادسة والعشرون (29.0) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح

الذيــن لا علــم لهــم بــأن عنــد حــدوث تطــورات سياســية في الســودان أفضــل أن أعــرف حقيقتهــا مــن إذاعــة وتلفزيــون الســودان.

27. بلغــت قيمــة (χ^2) للعبــارة الســابعة والعــشرون (19.1) بمســتوى معنويــة (0.002) وهــذه القيمــة أقــل مــن مســتوى المعنويــة (5%) وعليــه فــإن ذلــك يشــير الى وجــود فــروق ذات دلالــة إحصائيــة بــين إجابــات أفــراد العينــة ولصالح غــير الموافقــين عــلى ان عنــد حــدوث تطــورات سياســية في أثيوبيــا أفضــل أن أعــرف حقيقتهــا مــن إذاعــة وتلفزيــون أثيوبيــا.

28. بلغــت قيمــة (χ^2) للعبــارة الثامنــة والعــشرون (18.6) بمســتوى معنويــة (0.020) وهــذه القيمــة أقــل مــن مســتوى المعنويــة (5%) وعليــه فــإن ذلــك يشــير الى وجــود فــروق ذات دلالــة إحصائيــة بــين إجابــات أفــراد العينــة ولصالح الموافقــين عــلى أن عنــد حــدوث تطــورات سياســية في الســودان أفضــل أن أعــرف حقيقتهــا مــن إذاعــة وتلفزيــون أثيوبيــا.

29. بلغــت قيمــة (χ^2) للعبــارة التاســعة والعــشرون (25.3) بمســتوى معنويــة (0.000) وهــذه القيمــة أقــل مــن مســتوى المعنويــة (5%) وعليــه فــإن ذلــك يشــير الى وجــود فــروق ذات دلالــة إحصائيــة بــين إجابــات أفــراد العينــة ولصالح الموافقــين عــلى أن عنــد حــدوث تطــورات سياســية في أثيوبيــا أفضــل أن أعــرف حقيقتهــا مــن إذاعــة وتلفزيــون الســودان.

تحليل بيانات محور قياس رأي الخبراء:

أ- تحليل راي الخبراء السودانيين

أولاً: التوزيع التكرارى لعبارات محور تقييم الخبراء السودانيين

جدول رقم (16) التوزيع التكراري لعبارات الدراسة من وجهة نظر الخبراء السودانيين

العبارة	أوافق تماما		أوافق		لا علم لي		لا أوافق		لا أوافق مطلقا	
	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪
توجد سياسات إعلامية لوسائل الإعلام السودانية والأثيوبية	12	16.0	24	32.0	19	25.3	15	20.0	5	7.6
السياسات الإعلامية بين وسائل الإعلام السودانية والأثيوبية دائماً ما تكون غير مستقرة.	12	16.0	33	44.0	12	16.0	16	21.3	2	2.7
توجد سياسات إعلامية للإذاعة والتلفزيون	14	18.7	34	45.3	2	2.7	21	28.0	4	5.3
السياسات الإعلامية لدى الإذاعة والتلفزيون في البلدين دائماً ما تكون شفاهة	15	20.0	24	30.0	13	17.3	18	24.0	5	6.7
السياسات الإعلامية دائماً تصلكم عن طريق النشرات الدورية	7	9.3	23	30.7	18	24.0	20	26.7	7	9.3

العبارة	أوافق تماما		أوافق		لا علم لي		لا أوافق		لا أوافق مطلقا	
	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪
يتم التعرف على السياسات الإعلامية عن طريق رابط إلكتروني في البلدين	7	9.3	14	18.7	29	38.7	18	24.0	7	9.3
السياسات الإعلامية يتم التبلغ عنها عادة من خلال الاجتماع الخاص بتحرير الأخبار وإعداد البرامج شفاهة	18	24.0	36	48.0	10	13.3	8	10.7	3	4.0
السياسات التحريرية تنزل علينا من خلال مكتوب عبر مدير المؤسسة أو مدير البرامج أو رئيس التحرير	18	24.0	34	45.3	4	5.3	12	16.0	7	9.3
السياسات الإعلامية تستنبطونها من خلال متابعتكم للقاءات وتصريحات المسؤولين بالحكومة	19	25.3	45	60.0	2	2.7	6	8.0	3	4.0
أشارك في وضع السياسة الإعلامية للمؤسسة التي أعمل فيها من خلال وظيفتي	10	15.3	35	46.7	1	1.3	18	24.0	11	14.7

العبارة	أوافق تماما		أوافق		لا علم لي		لا أوافق		لا أوافق مطلقا	
	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪
السياسات الإعلامية ترسم لنا حدوداً فاصلة بين عمل الإعلامي والإعلانات التجارية وتحدد خطوطاً واضحة بين الإعلامي والشركات ورجال الأعمال	27	36.0	34	45.3	2	2.7	10	13.3	2	2.7
السياسات الإعلامية تفصل بين العمل الإعلامي للوطن والحزب	13	17.3	27	36.0	2	2.7	23	30.7	10	13.3
السياسات الإعلامية هي التي تحدد لنا تناول المصطلحات السياسية في التناول الإعلامي لقضايا البلدين	21	28.0	34	45.3	13	17.3	3	4.0	4	5.3
توجد سياسة تحريرية واضحة لتناول أخبار السودان وأثيوبيا	7	9.3	25	33.3	19	25.3	18	24.0	6	8.0
السياسات الإعلامية إنتاج أخبار وبرامج نوعية لتغطية الأحداث في كلا البلدين	15	20.0	28	37.3	14	18.7	11	14.7	7	9.3

العبارة	أوافق تماما		أوافق		لا علم لي		لا أوافق		لا أوافق مطلقا	
	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪
يتم أطلاعنا على السياسة الإعلامية بين السودان وأثيوبيا عن طريق شخص مسؤول بالخارجية أو عن طريق هيئة مسؤولة من ذلك	10	13.3	22	29.3	21	28.0	17	22.7	5	6.7
من فوائد السياسات الإعلامية عمل قوائم مرجعية للمتحدثين والخبراء في مختلف الموضوعات بما يعزز العلاقات بين البلدين	21	28.0	34	45.3	8	10.7	6	8.0	6	8.0
تتبع الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان التخطيط المنهجي السياسات الإعلامية	6	8.0	30	40.0	6	8.0	23	30.7	10	13.3
تتبع هيئة الإذاعة الأثيوبية التخطيط المنهجي السياسات الإعلامية	2	2.5	16	20.0	31	38.8	18	22.5	13	16.2

العبارة	أوافق تماما		أوافق		لا علم لي		لا أوافق		لا أوافق مطلقا	
	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪
السياسات الإعلامية لدي الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان يتم وضعها عن طريق رئاسة الجمهورية بجانب وزارة الإعلام وتنزل لنا عن طريق المدير العام للهيئة	7	9.3	11	14.7	43	57.3	11	14.7	3	4.0
يتم وضع السياسات الإعلامية لدي هيئة الإذاعة الأثيوبية عن طريق رئاسة الجمهورية ووزارة الإعلام وتنزل لنا عن طريق المدير العام للهيئة	24	32.0	28	37.3	10	13.3	6	8.0	7	9.3
الذين يشاركون في صنع الخطط للسياسات الإعلامية هم المدير العام ومدير البرامج ومدير إدارة الأخبار ورئيس تحرير الأخبار بالهيئة	4	5.3	11	14.7	57	76.0	2	2.7	1	1.3

العبارة	أوافق تماما		أوافق		لا علم لي		لا أوافق		لا أوافق مطلقا	
	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪
توجد مرجعية للمعلومات لرسم ملامح التخطيط للسياسات الإعلامية بهيئة الإذاعة والتلفزيون بالسودان	18	24.0	37	49.3	8	10.7	11	14.7	1	1.3
توجد مرجعية للمعلومات لرسم ملامح التخطيط للسياسة الإعلامية لهيئة الإذاعة الأثيوبية	3	4.0	38	50.7	9	12.0	18	24.0	7	9.3
تتم المراجعة الدورية وتقويم السياسات الإعلامية بالسودان	3	4.0	16	21.3	43	57.3	9	12.0	4	5.3
تتم المراجعة الدورية وتقويم السياسات الإعلامية بأثيوبيا	7	9.3	28	37.3	9	12.0	21	28.0	10	13.3
ضعف الإلمام بالتخطيط للسياسات الإعلامية بين الهيئتين الإذاعيتين أدى إلى ضعف الإنتاج الأخباري والبرامجي في البلدين	6	8.0	16	21.3	47	62.7	2	2.7	4	5.3

العبارة	أوافق تماما		أوافق		لا علم لي		لا أوافق		لا أوافق مطلقا	
	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪
كثيراً ما أثرت الأفكار والمعتقدات والأيدولوجيات للقائم بعملية الاتصال الإعلامي ي على فاعلية التخطيط للسياسات الإعلامية وربط علاقة السودان وأثيوبيا	33	44.0	31	41.3	6	8.0	4	5.3	1	1.3
دائماً ما يتم عقد دورات تدريبية تساعد علي صقل الخبرات وتأهيل المقدرات العاملة في مجال التخطيط للسياسات الإعلامية الخاصة بالسودان	27	36.0	33	44.0	9	12.0	3	4.0	3	4.0
دائماً ما يتم عقد دورات تدريبية تساعد علي صقل الخبرات وتأهيل القدرات العاملة في مجال التخطيط للسياسات الإعلامية الخاصة بأثيوبيا	9	12.0	25	33.3	9	12.0	22	29.3	10	13.3

العبارة	أوافق تماما		أوافق		لا علم لي		لا أوافق		لا أوافق مطلقا	
	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪
التخطيط للسياسات الإعلامية يؤدي لترقية الإنتاج الأخباري والبرامجي ويساهم في تطوير العلاقات بين السودان وأثيوبيا	15	20.0	39	52.0	8	10.7	13	17.3	0	0
التشريعات الإعلامية بشأن السياسات الإعلامية لدي السودان ضعيفة	10	13.3	34	45.3	10	13.3	20	26.7	1	1.3
التشريعات الإعلامية بشأن السياسات الإعلامية لدي أثيوبيا ضعيفة	35	46.7	34	45.3	3	4.0	3	4.0	0	0

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

يتضح من الجدول رقم (16) ما يلي:

1. ان غالبية أفراد العينة موافقين على وجود سياسات إعلامية لوسائل الإعلام السودانية والأثيوبيةحيث بلغت نسبتهم (48.0%) ، بينما بلغت نسبة الغير موافقين على ذلك (26.7%) ، أما نسبة الين لا علم لهم باخبار عن السودان واثيوبيا في الاذاعة والتلفزيون (25.3%).

2. ان غالبية أفراد العينة موافقين على ان السياسات الإعلامية بين وسائل الإعلام السودانية والأثيوبية دائماً ما تكون غير مستقرة. حيث بلغت نسبتهم (60.0%)، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (24.0%) ، أما نسبة الذين لا علم لهم بذلك بلغت (16%).

3. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلي وجــود سياســات إعلاميــة للإذاعــة والتلفزيــون حيــث بلغــت نســبتهم (64.0%) ، بينمــا بلغــت نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (2.7%) ، أمــا نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (33.3%).

4. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن السياســات الإعلاميــة لــدى الإذاعــة والتلفزيــون في البلديــن دائمــاً مــا تكــون شــفاهة حيــث بلغــت نســبتهم (50.0%) ، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (32.7%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (17.3%).

5. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن السياســات الإعلاميــة دائمــاً تصلهــم عــن طريــق النــشرات الدوريــة حيــث بلغــت نســبتهم (40.0%)، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (36.0%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (24.0%).

6. ان غالبيــة أفــراد العينــة لا علــم لهــم بالتعــرف عــلى السياســات الإعلاميــة عــن طريــق رابــط إلكترونــي في البلديــن حيــث بلغــت نســبتهم (38.7%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (28.0%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم بذلــك (33.3%).

7. ان غالبيــة أفــراد العينــة غــير موافقــين عــلى أن السياســات الإعلاميــة يتــم التبلــغ عنهــا عــادة مــن خــلال الاجتمــاع الخــاص بتحريــر الأخبــار وإعــداد البرامــج شــفاهة حيــث بلغــت نســبتهم (72.0%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (14.7%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (13.3%).

8. ان غالبيــة أفــراد العينــة غــير موافقــين عــلى أن السياســات التحريريــة تنــزل علينــا مــن خــلال مكتــوب عــبر مديــر المؤسســة أو مديــر البرامــج أو رئيــس التحريــر حيــث بلغــت نســبتهم (53.8%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (32.5%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (13.7%).

9. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن السياســات الإعلاميــة يســتنبطونها مــن خــلال متابعتكــم للقــاءات وتصريحــات المســؤولين بالحكومــة حيــث بلغــت نســبتهم (85.3%) ، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (12.0%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (2.7%).

10. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن يشــاركون في وضــع السياســة الإعلاميــة للمؤسســة التــي أعمــل فيهــا مــن خــلال وظيفتهــم حيــث بلغــت نســبتهم (62.0%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (36.7%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (1.3%).

11. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن السياســات الإعلاميــة ترســم لهــم حدوداً فاصلــة بــين عمــل الإعلامــي والإعلانــات التجاريــة وتحــدد خطوطــاً واضحــة بــين الإعلامــي والــشركات ورجال الأعمــال حيث بلغــت نســبتهم (81.3%) ، بينما بلغت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (16.0%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علم لهــم بذلــك (2.7%).

12. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن السياســات الإعلاميــة تفصــل بــين العمل الإعلامــي للوطــن والحزب حيث بلغــت نســبتهم (53.8%) ، بينما بلغت نســبة غير الموافقــين عــلى ذلــك (44.5%) ، أمــا الذين لا علــم لهم بذلــك (2.7%).

13. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن السياســات الإعلاميــة هــي التــي تحــدد لهــم تنــاول المصطلحــات السياســية في التنــاول الإعلامــي لقضايــا البلديــن حيــث بلغــت نسـبتهم (73.3%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (19.4%) ، أمــا غــير الموافقــين عــلي ذلــك (17.3%).

14. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى وجــود سياســة تحريريــة واضحــة لتنــاول أخبــار الســودان وأثيوبيــا حيــث بلغــت نســبتهم (42.6%) ، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (32.1%)، أمــا الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (25.3%).

15. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن السياســات الإعلاميــة إنتــاج أخبــار وبرامــج نوعيــة لتغطيــة الأحــداث في كلا البلديــن حيث بلغــت نســبتهم (57.3%) ، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (24.0%) ، أمــا الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (18.7%)

16. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن يتــم أطلاعنــا عــلى السياســة الإعلاميــة بــين الســودان وأثيوبيــا عــن طريــق شــخص مسـؤول بالخارجيــة أو عــن طريــق هيئــة مسـؤولة مــن ذلــك حيــث بلغــت نســبتهم (42.6%) ، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (29.4%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (28.0%).

17. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن مــن فوائــد السياســات الإعلاميــة عمــل قوائــم مرجعيــة للمتحدثــين والخــبراء في مختلــف الموضوعــات بمــا يعــزز العلاقــات بــين البلديــن حيــث بلغــت نســبتهم (73.3%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (16.0%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (10.7%).

18. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن تتبــع الهيئــة العامــة للإذاعــة والتلفزيــون بالســودان التخطيــط المنهجــي السياســات الإعلاميــة حيــث بلغــت نســبتهم (48.0%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (44.0%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (8.0%).

19. ان غالبيــة أفــراد العينــة لا علــم لهــم بــان تتبــع هيئــة الإذاعــة الأثيوبيــة التخطيط المنهجــي السياســات الإعلاميــة حيــث بلغــت نســبتهم (38.8%)، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (22.5%) ، أمــا غــير الموافقــين عــلي ذلــك (38.7%)

20. ان غالبيــة أفــراد العينــة لا علــم لهــم بــأن اللغــة الإعلاميــة المســتخدمة في الإذاعــة والتلفزيــون الســوداني عــن أثيوبيــا مفهومــة لديهــم حيــث بلغــت نســبتهم (57.3%) ، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (18.7%) ، أمــا نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (34.0%).

21. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن يتــم وضــع السياســات الإعلاميــة لــدي هيئــة الإذاعــة الأثيوبيــة عــن طريــق رئاســة الجمهوريــة ووزارة الإعــلام وتنــزل لنــا عــن طريــق المديــر العــام للهيئــة حيــث بلغــت نســبتهم (69.3%) ، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (23.4%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (13.3%).

22. ان غالبيــة أفــراد العينــة لا علــم لهــم بــان الذيــن يشــاركون في صنــع الخطــط للسياســات الإعلاميــة هــم المديــر العــام ومديــر البرامــج ومديــر إدارة الأخبــار ورئيــس تحريــر الأخبــار بالهيئــة حيــث بلغــت نســبتهم (76.0%) ، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (4.0%) ، أمــا نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (27.5%).

23. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى وجــود مرجعيــة للمعلومــات لرســم ملامــح التخطيــط للسياســات الإعلاميــة بهيئــة الإذاعــة والتلفزيــون بالســودان

حيث بلغت نسبتهم (73.3%) ، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (16.0%) ، أما نسبة الذين لا علم لهم بذلك (10.7%).

24. ان غالبية أفراد العينة موافقين على وجود مرجعية للمعلومات لرسم ملامح التخطيط للسياسة الإعلامية لهيئة الإذاعة الأثيوبية بلغت نسبتهم (54.7%)، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (33.3%) ، أما الذين لا علم لهم بذلك (12.0%)

25. ان غالبية أفراد العينة لا علم لهم بذلك على أن تتم المراجعة الدورية وتقويم السياسات الإعلامية بالسودان حيث بلغت نسبتهم (57.3%) ، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (17.3%) ، أما نسبة الموافقين على ذلك (33.4%).

26. ان غالبية أفراد العينة موافقين على أن تتم المراجعة الدورية وتقويم السياسات الإعلامية بأثيوبيا حيث بلغت نسبتهم (46.6%) ، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (41.4%) ، أما نسبة الذين لا علم لهم بذلك (12.0%).

27. ان غالبية أفراد العينة لا علم لهم بضعف الإلمام بالتخطيط للسياسات الإعلامية بين الهيئتين الإذاعيتين أدى إلى ضعف الإنتاج الأخباري والبرامجي في البلدين حيث بلغت نسبتهم (68.8%) ، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (23.2%) ، أما نسبة غير الموافقين على ذلك بلغت (8.0%).

28. ان غالبية أفراد العينة موافقين على أن كثيراً ما أثرت الأفكار والمعتقدات والأيدولوجيات للقائم بعملية الاتصال الإعلامي على فاعلية التخطيط للسياسات الإعلامية وربط علاقة السودان وأثيوبيا حيث بلغت نسبتهم (85.3%) ، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (6.7%) ، أما نسبة الذين لا علم لهم بذلك (8.0%).

29. ان غالبية أفراد العينة موافقين على أن دائماً ما يتم عقد دورات تدريبية تساعد علي صقل الخبرات وتأهيل المقدرات العاملة في مجال التخطيط للسياسات الإعلامية الخاصة بالسودان حيث بلغت نسبتهم (80.0%) ، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (8.0%) ، أما نسبة الذين لا علم لهم بذلك (12.0%).

30. ان غالبية أفراد العينة موافقين على أن دائماً ما يتم عقد دورات تدريبية

تساعد علي صقل الخبرات وتأهيل المقدرات العاملة في مجال التخطيط للسياسات الإعلامية الخاصة بالسودان حيث بلغت نسبتهم (45.3%) ، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (42.7%) ، أما نسبة الذين لا علم لهم بذلك (12.0%).

31. ان غالبية أفراد العينة موافقين على أن التخطيط للسياسات الإعلامية يؤدي لترقية الإنتاج الأخباري والبرامجي ويساهم في تطوير العلاقات بين السودان وأثيوبيا حيث بلغت نسبتهم (72.0%) ، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (17.3%) ، أما نسبة الذين لا علم لهم بذلك (10.7%).

32. ان غالبية أفراد العينة موافقين على أن التشريعات الإعلامية بشأن السياسات الإعلامية لدي السودان ضعيفة حيث بلغت نسبتهم (58.6%) ، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (28.1%) ، أما نسبة الذين لا علم لهم بذلك (13.3%).

33. ان غالبية أفراد العينة موافقين على أن التخطيط للسياسات الإعلامية يؤدي لترقية الإنتاج الأخباري والبرامجي ويساهم في تطوير العلاقات بين السودان وأثيوبيا حيث بلغت نسبتهم (92.0%) ، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (4.0%) ، أما نسبة الذين لا علم لهم بذلك (4.0%).

ثانيا: الإحصاءات الوصفية لعبارات محور راي الجمهور السوداني

فيما يلي جدول يوضح المتوسط والإنحراف المعياري والأهمية النسبية لعبارات المقياس وترتيبها وفقا لإجابات المستقصى منهم .

جدول رقم (17) الإحصاءات الوصفية لعبارات محور راي الخبراء السودانيين

العبارات	الإنحراف المعياري	المتوسط	الدلالة	الترتيب
توجد سياسات إعلامية لوسائل الإعلام السودانية والأثيوبية	1.072	3.31	لا علم لي	17
السياسات الإعلامية بين وسائل الإعلام السودانية والأثيوبية دائماً ما تكون غير مستقرة.	1.021	3.49	أوافق	13
توجد سياسات إعلامية للإذاعة والتلفزيون	1.089	3.44	لا علم لي	14
السياسات الإعلامية لدى الإذاعة والتلفزيون في البلدين دائماً ما تكون شفاهة	1.056	3.35	لا علم لي	16
السياسات الإعلامية دائماً تصلكم عن طريق النشرات الدورية	1.143	3.04	لا علم لي	29
يتم التعرف على السياسات الإعلامية عن طريق رابط إلكتروني في البلدين	1.253	2.95	لا علم لي	33
السياسات الإعلامية يتم التبلغ عنها عادة من خلال الاجتماع الخاص بتحرير الأخبار وإعداد البرامج شفاهة	1.035	3.77	أوافق	10
السياسات التحريرية تنزل علينا من خلال مكتوب عبر مدير المؤسسة أو مدير البرامج أو رئيس التحرير	1.197	3.59	أوافق	12
السياسات الإعلامية تستنبطونها من خلال متابعتكم للقاءات وتصريحات المسؤولين بالحكومة	1.072	3.95	اوافق	6
أشارك في وضع السياسة الإعلامية للمؤسسة التي أعمل فيها من خلال وظيفتي	1.142	3.20	لا علم لي	21
السياسات الإعلامية ترسم لنا حدوداً فاصلة بين عمل الإعلامي والإعلانات التجارية وتحدد خطوطاً واضحة بين الإعلامي والشركات ورجال الأعمال	1.085	3.99	أوافق	5
السياسات الإعلامية تفصل بين العمل الإعلامي للوطن والحزب	1.122	3.13	لا علم لي	24
السياسات الإعلامية هي التي تحدد لنا تناول المصطلحات السياسية في التناول الإعلامي لقضايا البلدين	1.056	3.88	اوافق	7
توجد سياسة تحريرية واضحة لتناول أخبار السودان وأثيوبيا	1.326	3.12	لا علم لي	25
السياسات الإعلامية إنتاج أخبار وبرامج نوعية لتغطية الأحداث في كلا البلدين	1.113	3.44	لا علم لي	15

العبارات	الإنحراف المعياري	المتوسط	الدلالة	الترتيب
يتم أطلاعنا على السياسة الإعلامية بين السودان وأثيوبيا عن طريق شخص مسؤول بالخارجية أو عن طريق هيئة مسؤولة من ذلك	1.324	3.20	لا علم لي	19
من فوائد السياسات الإعلامية عمل قوائم مرجعية للمتحدثين والخبراء في مختلف الموضوعات بما يعزز العلاقات بين البلدين	1.087	3.77	اوافق	9
تتبع الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان التخطيط المنهجي السياسات الإعلامية	1.465	2.99	لا علم لي	32
تتبع هيئة الإذاعة الأثيوبية التخطيط المنهجي السياسات الإعلامية	1.252	3.11	لا علم لي	26
السياسات الإعلامية لدي الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان يتم وضعها عن طريق رئاسة الجمهورية بجانب وزارة الإعلام وتنزل لنا عن طريق المدير العام للهيئة	1.145	3.75	اوافق	11
يتم وضع السياسات الإعلامية لدي هيئة الإذاعة الأثيوبية عن طريق رئاسة الجمهورية ووزارة الإعلام وتنزل لنا عن طريق المدير العام للهيئة	1.322	3.20	لا علم لي	20
الذين يشاركون في صنع الخطط للسياسات الإعلامية هم المدير العام ومدير البرامج ومدير إدارة الأخبار ورئيس تحرير الأخبار بالهيئة	1.065	3.80	اوافق	8
توجد مرجعية للمعلومات لرسم ملامح التخطيط للسياسات الإعلامية بهيئة الإذاعة والتلفزيون بالسودان	1.435	3.17	لا علم لي	22
توجد مرجعية للمعلومات لرسم ملامح التخطيط للسياسة الإعلامية لهيئة الإذاعة الأثيوبية	1.213	3.07	لا علم لي	28
تتم المراجعة الدورية وتقويم السياسات الإعلامية بالسودان	1.146	3.01	لا علم لي	31
تتم المراجعة الدورية وتقويم السياسات الإعلامية بأثيوبيا	1.178	3.24	لا علم لي	18
ضعف الإلمام بالتخطيط للسياسات الإعلامية بين الهيئتين الإذاعيتين أدى إلى ضعف الإنتاج الأخباري والبرامجي في البلدين	1.020	4.21	اوافق	3

العبارات	الإنحراف المعياري	المتوسط	الدلالة	الترتيب
كثيراً ما أثرت الأفكار والمعتقدات والأيدولوجيات للقائم بعملية الاتصال الإعلامي على فاعلية التخطيط للسياسات الإعلامية وربط علاقة السودان وأثيوبيا	1.081	4.08	اوافق	4
دائماً ما يتم عقد دورات تدريبية تساعد علي صقل الخبرات وتأهيل المقدرات العاملة في مجال التخطيط للسياسات الإعلامية الخاصة بالسودان	1.236	3.04	لا علم لي	30
دائماً ما يتم عقد دورات تدريبية تساعد علي صقل الخبرات وتأهيل القدرات العاملة في مجال التخطيط للسياسات الإعلامية الخاصة بأثيوبيا	1.352	3.11	لا علم لي	27
التخطيط للسياسات الإعلامية يؤدي لترقية الإنتاج الأخباري والبرامجي ويساهم في تطوير العلاقات بين السودان وأثيوبيا	1.015	4.39	اوافق	1
التشريعات الإعلامية بشأن السياسات الإعلامية لدي السودان ضعيفة	1.043	4.21	اوافق	2
التشريعات الإعلامية بشأن السياسات الإعلامية لدي أثيوبيا ضعيفة	1.156	3.16	لا علم لي	23

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

يتضح من الجدول رقم (17) ما يلي:

أهم عبارة من عبارات محور(قياس راي الخبراء السودانيين) من وجهة نظر الخبراء بالسودان هي (التخطيط للسياسات الإعلامية يؤدي لترقية الإنتاج الأخباري والبرامجي ويساهم في تطوير العلاقات بين السودان وأثيوبيا) حيث بلغ متوسط اجابات أفراد العينة على العبارة (4.39) بإنحراف معياري (1.015) تليها العبارة (التشريعات الإعلامية بشأن السياسات الإعلامية لدي السودان ضعيفة) حيث بلغ متوسط اجابات أفراد العينة على العبارة (4.21) بإنحراف معياري (1.043)وأقل عباره في الاهمية من وجهة نظر العينة هي (يتم التعرف على السياسات الإعلامية عن طريق رابط إلكتروني في البلدين) حيث بلغ متوسط العبارة (2.95) بإنحراف معياري (1.253).

ثالثاً: اختبار الفروق لعبارات محور تقييم راي الخبراء بالسودان: (اختبار الفرضيات)

ولاختبـــار وجـــود فـــروق ذات دلالـــة إحصائيـــة تـــم إســـتخدام اختبـــار (χ^2) لدلالـــة الفـــروق . وفيمـــا يـــلي جـــدول يوضـــح نتائـــج التحليـــل الوصفـــي لعبـــارات المحـــور.

جدول رقم (18) اختبار الفروق لعبارات محور قياس راي الخبراء السودانيين

العبارات	قيمة χ^2	مستوى المعنوية	الدلالة
توجد سياسات إعلامية لوسائل الإعلام السودانية والأثيوبية	39.4	0.000	قبول
السياسات الإعلامية بين وسائل الإعلام السودانية والأثيوبية دائماً ما تكون غير مستقرة.	36.4	0.000	قبول
توجد سياسات إعلامية للإذاعة والتلفزيون	22.3	0.000	قبول
السياسات الإعلامية لدى الإذاعة والتلفزيون في البلدين دائماً ما تكون شفاهة	17.2	0.014	قبول
السياسات الإعلامية دائماً تصلكم عن طريق النشرات الدورية	29.2	0.000	قبول
يتم التعرف على السياسات الإعلامية عن طريق رابط إلكتروني في البلدين	19.3	0.001	قبول
السياسات الإعلامية يتم التبلغ عنها عادة من خلال الاجتماع الخاص بتحرير الأخبار وإعداد البرامج شفاهة	26.4	0.000	قبول
السياسات التحريرية تنزل علينا من خلال مكتوب عبر مدير المؤسسة أو مدير البرامج أو رئيس التحرير	29.7	0.000	قبول
السياسات الإعلامية تستنبطونها من خلال متابعتكم للقاءات وتصريحات المسؤولين بالحكومة	18.1	0.002	قبول
أشارك في وضع السياسة الإعلامية للمؤسسة التي أعمل فيها من خلال وظيفتي	18.00	0.002	قبول
السياسات الإعلامية ترسم لنا حدوداً فاصلة بين عمل الإعلامي والإعلانات التجارية وتحدد خطوطاً واضحة بين الإعلامي والشركات ورجال الأعمال	19.9	0.001	قبول
السياسات الإعلامية تفصل بين العمل الإعلامي للوطن والحزب	25.3	0.000	قبول
السياسات الإعلامية هي التي تحدد لنا تناول المصطلحات السياسية في التناول الإعلامي لقضايا البلدين	23.4	0.000	قبول
توجد سياسة تحريرية واضحة لتناول أخبار السودان وأثيوبيا	20.0	0.001	قبول
السياسات الإعلامية إنتاج أخبار وبرامج نوعية لتغطية الأحداث في كلا البلدين	17.7	0.003	قبول

العبارات	قيمة χ^2	مستوى المعنوية	الدلالة
يتم أطلاعنا على السياسة الإعلامية بين السودان وأثيوبيا عن طريق شخص مسؤول بالخارجية أو عن طريق هيئة مسؤولة من ذلك	22.6	0.000	قبول
من فوائد السياسات الإعلامية عمل قوائم مرجعية للمتحدثين والخبراء في مختلف الموضوعات بما يعزز العلاقات بين البلدين	18.7	0.004	قبول
تتبع الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان التخطيط المنهجي السياسات الإعلامية	15.2	0.003	قبول
تتبع هيئة الإذاعة الأثيوبية التخطيط المنهجي السياسات الإعلامية	17.5	0.001	قبول
السياسات الإعلامية لدي الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان يتم وضعها عن طريق رئاسة الجمهورية بجانب وزارة الإعلام وتنزل لنا عن طريق المدير العام للهيئة	29.1	0.001	قبول
يتم وضع السياسات الإعلامية لدي هيئة الإذاعة الأثيوبية عن طريق رئاسة الجمهورية ووزارة الإعلام وتنزل لنا عن طريق المدير العام للهيئة	13.40	0.0423	قبول
الذين يشاركون في صنع الخطط للسياسات الإعلامية هم المدير العام ومدير البرامج ومدير إدارة الأخبار ورئيس تحرير الأخبار بالهيئة	16.3	0.0212	قبول
توجد مرجعية للمعلومات لرسم ملامح التخطيط للسياسات الإعلامية بهيئة الإذاعة والتلفزيون بالسودان	15.0	0.0265	قبول
توجد مرجعية للمعلومات لرسم ملامح التخطيط للسياسة الإعلامية لهيئة الإذاعة الأثيوبية	20.7	0.001	قبول
تتم المراجعة الدورية وتقويم السياسات الإعلامية بالسودان	21.3	0.001	قبول
تتم المراجعة الدورية وتقويم السياسات الإعلامية بأثيوبيا	29.00	0.000	قبول
ضعف الإلمام بالتخطيط للسياسات الإعلامية بين الهيئتين الإذاعيتين أدى إلى ضعف الإنتاج الأخباري والبرامجي في البلدين	18.8	0.002	قبول
كثيراً ما أثرت الأفكار والمعتقدات والأيدولوجيات للقائم بعملية الاتصال الإعلامي على فاعلية التخطيط للسياسات الإعلامية وربط علاقة السودان وأثيوبيا	20.6	0.001	قبول
دائماً ما يتم عقد دورات تدريبية تساعد علي صقل الخبرات وتأهيل المقدرات العاملة في مجال التخطيط للسياسات الإعلامية الخاصة بالسودان	16.8	0.020	قبول

العبارات	قيمة χ^2	مستوى المعنوية	الدلالة
دائماً ما يتم عقد دورات تدريبية تساعد علي صقل الخبرات وتأهيل القدرات العاملة في مجال التخطيط للسياسات الإعلامية الخاصة بأثيوبيا	30.1	0.000	قبول
التخطيط للسياسات الإعلامية يؤدي لترقية الإنتاج الأخباري والبرامجي ويساهم في تطوير العلاقات بين السودان وأثيوبيا	29.3	0.000	قبول
التشريعات الإعلامية بشأن السياسات الإعلامية لدي السودان ضعيفة	26.5	0.000	قبول
التشريعات الإعلامية بشأن السياسات الإعلامية لدي أثيوبيا ضعيفة	25.4	0.000	قبول

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

يتضح من الجدول (18) نجد مايلي :

1. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الأولى (39.4) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة لصالح الذين لا علم لهم بوجود سياسات إعلامية لوسائل الإعلام السودانية والأثيوبية.

2. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثانية (36.4) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن السياسات الإعلامية بين وسائل الإعلام السودانية والأثيوبية دائماً ما تكون غير مستقرة.

3. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثالثة (22.3) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم توجد سياسات إعلامية للإذاعة والتلفزيون.

4. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الرابعة (17.2) بمستوى معنوية (0.014) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بالسياسات الإعلامية لدى الإذاعة والتلفزيون في البلدين دائماً ما تكون شفاهة.

5. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الخامسة (29.2) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بالسياسات الإعلامية دائماً تصلكم عن طريق النشرات الدورية.

6. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة السادسة (19.3) بمستوى معنوية (0.003) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بالتعرف على السياسات الإعلامية عن طريق رابط إلكتروني في البلدين

7. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة السابعة (26.4) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن السياسات الإعلامية يتم التبلغ عنها عادة من خلال الاجتماع الخاص بتحرير الأخبار وإعداد البرامج شفاهة

8. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثامنة (29.7) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن السياسات التحريرية تنزل علينا من خلال مكتوب عبر مدير المؤسسة أو مدير البرامج أو رئيس التحرير.

9. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة التاسعة (18.1) بمستوى معنوية (0.002) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن السياسات الإعلامية تستنبطونها من خلال متابعتكم للقاءات وتصريحات المسؤولين بالحكومة.

10. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة العاشرة (18.0) بمستوى معنوية (0.002) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بالمشاركة في وضع السياسة الإعلامية للمؤسسة التي أعمل فيها من خلال وظيفتهم.

11. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الحادية عشر (19.9) بمستوى معنوية (0.001) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن السياسات الإعلامية ترسم لنا حدوداً فاصلة بين عمل الإعلامي والإعلانات التجارية وتحدد خطوطاً واضحة بين الإعلامي والشركات ورجال الأعمال.

12. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثانية عشر (25.2) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم السياسات الإعلامية تفصل بين العمل الإعلامي للوطن والحزب.

13. بلغت قيمة(χ^2)للعبارة الثالثة عشر (23.4) بمستوى معنوية (0.001) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين يوافقون على ان السياسات الإعلامية هي التي تحدد لنا تناول المصطلحات السياسية في التناول الإعلامي لقضايا البلدين.

14. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الرابعة عشر (20.0) بمستوى معنوية (0.001) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم توجد سياسة تحريرية واضحة لتناول أخبار السودان وأثيوبيا.

15. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الخامسة عشر (17.7) بمستوى معنوية (0.003) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بان السياسات الإعلامية إنتاج أخبار وبرامج نوعية لتغطية الأحداث في كلا البلدين.

16. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة السادسة عشر (22.6) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بأطلاعهم على السياسة الإعلامية بين السودان وأثيوبيا عن طريق شخص مسؤول بالخارجية أو عن طريق هيئة مسؤولة من ذلك.

17. بلغت قيمة(χ^2)للعبارة السابعة عشر (18.4) بمستوى معنوية (0.004) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن من فوائد السياسات الإعلامية عمل قوائم مرجعية للمتحدثين والخبراء في مختلف الموضوعات بما يعزز العلاقات بين البلدين.

18. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثامنة عشر (15.3) بمستوى معنوية (0.042) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح ولصالح الذين لا يعملون تتبع الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان التخطيط المنهجي السياسات الإعلامية.

19. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة التاسعة عشر (17.5) بمستوى معنوية (0.001) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بان تتبع هيئة الإذاعة الأثيوبية التخطيط المنهجي السياسات الإعلامية.

20. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الحادية والعشرون (29.1) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن السياسات الإعلامية لدي الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان يتم وضعها عن طريق رئاسة الجمهورية بجانب وزارة الإعلام وتنزل لنا عن طريق المدير العام للهيئة.

21. بلغت قيمة(χ^2) للعبارة الثانية والعشرون (13.4) بمستوى معنوية (0.0423) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بان بوضع السياسات الإعلامية لدي هيئة الإذاعة الأثيوبية عن طريق رئاسة الجمهورية ووزارة الإعلام وتنزل لنا عن طريق المدير العام للهيئة.

22. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثانية والعشرون (15.0) بمستوى معنوية

(0.0265) وهـذه القيمـة أقـل مـن مسـتوى المعنويـة (5%) وعليـه فـإن ذلـك يشـير الى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد العينـة ولصالـح ولصالـح الذيـن لا علـم لهـم بوجـود مرجعيـة للمعلومـات لرسـم ملامح التخطيـط للسياسـات الإعلاميـة بهيئـة الإذاعـة والتلفزيـون بالسـودان.

23. بلغـت قيمـة (χ^2) للعبـارة الثالثـة والعـشرون (15.0) بمسـتوى معنويـة (0.0265) وهـذه القيمـة أقـل مـن مسـتوى المعنويـة (5%) وعليـه فـإن ذلـك يشـير الى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد العينـة ولصالح الذيـن لا علـم لهـم بوجـود مرجعيـة للمعلومـات لرسـم ملامـح التخطيـط للسياسـات الإعلاميـة بهيئـة الإذاعـة والتلفزيـون بالسـودان.

24. بلغـت قيمـة (χ^2) للعبـارة الرابعـة والعـشرون (20.7) بمسـتوى معنويـة (0.001) وهـذه القيمـة أقـل مـن مسـتوى المعنويـة (5%) وعليـه فـإن ذلـك يشـير الى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد العينـة ولصالح الذيـن لا علـم لهـم بوجـود مرجعيـة للمعلومات لرسـم ملامـح التخطيط للسياسـة الإعلاميـة لهيئـة الإذاعـة الأثيوبيـة.

25. بلغـت قيمـة(χ^2) للعبـارة الخامسـة والعـشرون (21.3) بمسـتوى معنويـة (0.000) وهـذه القيمـة أقـل مـن مسـتوى المعنويـة (5%) وعليـه فـإن ذلـك يشـير الى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد العينـة ولصالح الذيـن لا علـم لهـم بالمراجعـة الدوريـة وتقويـم السياسـات الإعلاميـة بالسـودان.

26. بلغـت قيمـة(χ^2) للعبـارة السادسـة والعـشرون (29.0) بمسـتوى معنويـة (0.000) وهـذه القيمـة أقـل مـن مسـتوى المعنويـة (5%) وعليـه فـإن ذلـك يشـير الى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد العينـة ولصالح الذيـن لا علـم لهـم الدوريـة وتقويـم السياسـات الإعلاميـة بأثيوبيـا .

27. بلغـت قيمـة (χ^2) للعبـارة السـابعة والعـشرون (18.8) بمسـتوى معنويـة (0.002) وهـذه القيمـة أقـل مـن مسـتوى المعنويـة (5%) وعليـه فـإن ذلـك يشـير الى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد العينـة ولصالح الموافقـين عـلى أن ضعـف الإلمـام بالتخطيـط للسياسـات الإعلاميـة بـين الهيئتـين الإذاعيتـين أدى إلى ضعـف الإنتـاج الأخبـاري والبرامجـي في البلديـن.

28. بلغت قيمة(χ^2) للعبارة الثامنة والعشرون (20.6) بمستوى معنوية (0.001) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن كثيراً ما أثرت الأفكار والمعتقدات والأيدولوجيات للقائم بعملية الاتصال الإعلامي على فاعلية التخطيط للسياسات الإعلامية وربط علاقة السودان وأثيوبيا.

29. بلغت قيمة(χ^2) للعبارة التاسعة والعشرون (16.8) بمستوى معنوية (0.020) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لاعلم لهم دائماً ما يتم عقد دورات تدريبية تساعد علي صقل الخبرات وتأهيل المقدرات العاملة في مجال التخطيط للسياسات الإعلامية الخاصة بالسودان.

30. بلغت قيمة(χ^2) للعبارة الثلاثون (30.1) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لاعلم لهم دائماً ما يتم عقد دورات تدريبية تساعد علي صقل الخبرات وتأهيل القدرات العاملة في مجال التخطيط للسياسات الإعلامية الخاصة بأثيوبيا.

31. بلغت قيمة(χ^2) للعبارة الحادية والثلاثون (29.3) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن التخطيط للسياسات الإعلامية يؤدي لترقية الإنتاج الأخباري والبرامجي ويساهم في تطوير العلاقات بين السودان وأثيوبيا.

32. بلغت قيمة(χ^2) للعبارة الثانية والثلاثون (26.5) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن عند التشريعات الإعلامية بشأن السياسات الإعلامية لدي السودان ضعيفة.

33. بلغت قيمة(χ^2) للعبارة الثالثة والثلاثون (25.4) بمستوى معنوية (0.000)

وهــذه القيمــة أقــل مــن مســتوى المعنويــة (5%) وعليــه فــإن ذلــك يشــير الى وجــود فــروق ذات دلالــة إحصائيــة بــين إجابــات أفــراد العينــة ولصالــح الذيــن لا علــم لهــم التشريعــات الإعلاميــة بشــأن السياســات الإعلاميــة لــدي أثيوبيــا ضعيفــة.

ب- تحليل راي الجمهور الخبراء الاثيوبيين.

أولاً: التوزيع التكرارى لعبارات محور تقييم الخبراء الاثوبيين

جدول رقم (19) التوزيع التكراري لعبارات الدراسة من وجهة نظر الخبراء الاثيوبيين

العبارة	أوافق تماما		أوافق		لا علم لي		لا أوافق		لا أوافق مطلقا	
	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪
توجد سياسات إعلامية لوسائل الإعلام السودانية والأثيوبية	12	16.0	31	41.3	12	16.0	10	13.3	10	13.3
السياسات الإعلامية بين وسائل الإعلام السودانية والأثيوبية دائماً ما تكون غير مستقرة.	12	16.0	35	46.7	10	13.3	14	18.7	4	5.3
توجد سياسات إعلامية للإذاعة والتلفزيون	17	22.7	34	45.3	2	2.7	18	24.0	4	5.3
السياسات الإعلامية لدى الإذاعة والتلفزيون في البلدين دائماً ما تكون شفاهة	19	25.3	24	32.0	13	17.3	14	18.7	5	6.7

السياسات الإعلامية دائماً تصلكم عن طريق النشرات الدورية	7	9.3	30	40.0	11	14.7	20	26.7	7	9.3
يتم التعرف على السياسات الإعلامية عن طريق رابط إلكتروني في البلدين	5	6.7	16	21.3	32	42.7	15	20.0	7	9.3
السياسات الإعلامية يتم التبلغ عنها عادة من خلال الاجتماع الخاص بتحرير الأخبار وإعداد البرامج شفاهة	16	21.3	38	50.7	8	10.7	8	10.7	5	6.7
السياسات التحريرية تنزل علينا من خلال مكتوب عبر مدير المؤسسة أو مدير البرامج أو رئيس التحرير	18	24.0	34	45.3	4	5.3	12	16.0	7	9.3
السياسات الإعلامية تستنبطونها من خلال متابعتكم للقاءات وتصريحات المسؤولين بالحكومة	16	21.3	47	62.7	2	2.7	6	8.0	3	4.0
أشارك في وضع السياسة الإعلامية للمؤسسة التي أعمل فيها من خلال وظيفتي	12	16.0	33	44.0	6	8.0	13	17.3	11	14.7

السياسات الإعلامية ترسم لنا حدوداً فاصلة بين عمل الإعلامي والإعلانات التجارية وتحدد خطوطاً واضحة بين الإعلامي والشركات ورجال الأعمال	23	30.7	38	50.7	6	8.0	6	8.0	2	2.7
السياسات الإعلامية تفصل بين العمل الإعلامي للوطن والحزب	11	14.7	29	38.7	8	10.7	17	22.7	10	13.3
السياسات الإعلامية هي التي تحدد لنا تناول المصطلحات السياسية في التناول الإعلامي لقضايا البلدين	16	21.3	39	52.0	13	17.3	3	4.0	4	5.3
توجد سياسة تحريرية واضحة لتناول أخبار السودان وأثيوبيا	7	9.3	30	40.0	14	18.7	14	18.7	10	13.3
السياسات الإعلامية إنتاج أخبار وبرامج نوعية لتغطية الأحداث في كلا البلدين	9	12.0	34	45.3	11	14.7	14	18.7	7	9.3
يتم أطلاعنا على السياسة الإعلامية بين السودان وأثيوبيا عن طريق شخص مسؤول بالخارجية أو عن طريق هيئة مسؤولة من ذلك	8	10.7	24	32.0	21	28.0	11	14.7	11	14.7

من فوائد السياسات الإعلامية عمل قوائم مرجعية للمتحدثين والخبراء في مختلف الموضوعات بما يعزز العلاقات بين البلدين	16	21.3	39	52.0	8	10.7	6	8.0	6	8.0
تتبع الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان التخطيط المنهجي السياسات الإعلامية	4	5.3	37	49.3	6	8.0	18	24.0	10	13.3
تتبع هيئة الإذاعة الأثيوبية التخطيط المنهجي السياسات الإعلامية	2	2.7	16	21.3	26	34.7	18	24.0	13	17.3
السياسات الإعلامية لدي الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان يتم وضعها عن طريق رئاسة الجمهورية بجانب وزارة الإعلام وتنزل لنا عن طريق المدير العام للهيئة	4	5.3	14	18.7	38	50.7	11	14.7	8	10.7

يتم وضع السياسات الإعلامية لدي هيئة الإذاعة الأثيوبية عن طريق رئاسة الجمهورية ووزارة الإعلام وتنزل لنا عن طريق المدير العام للهيئة	19	25.3	33	44.0	10	13.3	6	8.0	7	9.3
الذين يشاركون في صنع الخطط للسياسات الإعلامية هم المدير العام ومدير البرامج ومدير إدارة الأخبار ورئيس تحرير الأخبار بالهيئة	4	5.3	14	18.7	54	72.0	2	2.7	1	1.3
توجد مرجعية للمعلومات لرسم ملامح التخطيط للسياسات الإعلامية بهيئة الإذاعة والتلفزيون بالسودان	14	18.7	41	54.7	9	12.0	9	12.0	2	2.7
توجد مرجعية للمعلومات لرسم ملامح التخطيط للسياسة الإعلامية لهيئة الإذاعة الأثيوبية	8	10.7	38	50.7	9	12.0	13	17.3	7	9.3
تتم المراجعة الدورية وتقويم السياسات الإعلامية بالسودان	6	8.0	13	17.3	40	53.3	9	12.0	7	9.3

تتم المراجعة الدورية وتقويم السياسات الإعلامية بأثيوبيا	7	9.3	30	40.0	9	12.0	19	25.3	10	13.3
ضعف الإلمام بالتخطيط للسياسات الإعلامية بين الهيئتين الإذاعيتين أدى إلى ضعف الإنتاج الأخباري والبرامجي في البلدين	3	4.0	19	25.3	43	57.3	4	5.3	6	8.0
كثيراً ما أثرت الأفكار والمعتقدات والأيدولوجيات للقائم بعملية الاتصال الإعلامي على فاعلية التخطيط للسياسات الإعلامية وربط علاقة السودان وأثيوبيا	30	40.0	34	45.3	6	8.0	4	5.3	1	1.3
دائماً ما يتم عقد دورات تدريبية تساعد علي صقل الخبرات وتأهيل المقدرات العاملة في مجال التخطيط للسياسات الإعلامية الخاصة بالسودان	30	40.0	30	40.0	9	12.0	3	4.0	3	4.0

دائماً ما يتم عقد دورات تدريبية تساعد علي صقل الخبرات وتأهيل القدرات العاملة في مجال التخطيط للسياسات الإعلامية الخاصة بأثيوبيا	7	9.3	27	36.0	13	17.3	18	24.0	10	13.3
التخطيط للسياسات الإعلامية يؤدي لترقية الإنتاج الأخباري والبرامجي ويساهم في تطوير العلاقات بين السودان وأثيوبيا	19	25.3	35	46.7	8	10.7	10	13.3	3	4.0
التشريعات الإعلامية بشأن السياسات الإعلامية لدي السودان ضعيفة	14	18.7	30	40.0	15	20.0	15	20.0	1	1.3
التشريعات الإعلامية بشأن السياسات الإعلامية لدي أثيوبيا ضعيفة	32	42.7	37	49.3	3	4.0	3	4.0	0	0.0

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

يتضح من الجدول رقم (19) ما يلى:

1. ان غالبية أفراد العينة موافقين على وجود سياسات إعلامية لوسائل الإعلام السودانية والأثيوبية حيث بلغت نسبتهم (57.3%) ، بينما بلغت نسبة الغير موافقين على ذلك (26.7%)، أما نسبة الين لا علم لهم باخبار عن السودان واثيوبيا في الاذاعة والتلفزيون (16.0%).

2. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى ان السياســات الإعلاميــة بــين وســائل الإعــلام الســودانية والأثيوبيــة دائمــاً مــا تكــون غــير مســتقرة. حيــث بلغــت نســبتهم (62.7%)، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (24.0%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك بلغــت (13.3%).

3. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلي وجــود سياســات إعلاميــة للإذاعــة والتلفزيــون حيــث بلغــت نســبتهم (68.0%) ، بينمــا بلغــت نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (2.7%) ، أمــا نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (29.3%).

4. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن السياســات الإعلاميــة لــدى الإذاعــة والتلفزيــون في البلديــن دائمــاً مــا تكــون شــفاهه حيــث بلغــت نســبتهم (57.3%)، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (25.4%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (17.3%).

5. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن السياســات الإعلاميــة دائمــاً تصلهــم عــن طريــق النــشرات الدوريــة حيــث بلغــت نســبتهم (49.3%)، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (36.0%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (14.7%).

6. ان غالبيــة أفــراد العينــة لا علــم لهــم بالتعــرف عــلى السياســات الإعلاميــة عــن طريــق رابــط إلكترونــي في البلديــن حيــث بلغــت نســبتهم (42.7%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (28.0%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم بذلــك (29.3%).

7. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن السياســات الإعلاميــة يتــم التبلــغ عنهــا عــادة مــن خــلال الاجتمــاع الخــاص بتحريــر الأخبــار وإعــداد البرامــج شــفاهة حيــث بلغــت نســبتهم (72.0%) ، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (10.7%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (17.3%).

8. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن السياســات التحريريــة تنــزل علينــا مــن خــلال مكتــوب عــبر مديــر المؤسســة أو مديــر البرامــج أو رئيــس التحريــر حيــث بلغــت نســبتهم (69.3%) ، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (23.4%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (5.3%).

9. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن السياســات الإعلاميــة يســتنبطونها مــن خــلال متابعتكــم للقــاءات وتصريحــات المســؤولين بالحكومــة حيــث بلغــت نســبتهم (84.0%) ، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (12.0%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (2.7%).

10. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن يشــاركون في وضــع السياســة الإعلاميــة للمؤسســة التــي أعمــل فيهــا مــن خــلال وظيفتهــم حيــث بلغــت نســبتهم (60.0%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (32.0%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (8.0%).

11. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن السياســات الإعلاميــة ترســم لهــم حدوداً فاصلــة بــين عمــل الإعلامــي والإعلانــات التجاريــة وتحــدد خطوطــاً واضحــة بــين الإعلامــي والــشركات ورجــال الأعمــال حيــث بلغــت نســبتهم (81.4%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (10.6%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (8.0%).

12. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن السياســات الإعلاميــة تفصــل بــين العمل الإعلامــي للوطــن والحزب حيث بلغــت نســبتهم (53.4%) ، بينما بلغت نســبة غير الموافقــين عــلى ذلــك (35.9%) ، أمــا الذين لا علــم لهم بذلــك (10.7%).

13. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن السياســات الإعلاميــة هــي التــي تحــدد لهــم تنــاول المصطلحــات السياســية في التنــاول الإعلامــي لقضايــا البلديــن حيــث بلغــت نســبتهم (73.3%) ، بينمــا بلغــت نســبة الموافقــين عــلى ذلــك (9.4%) ، أمــا غــير الموافقــين عــلي ذلــك (17.3%).

14. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى وجــود سياســة تحريريــة واضحــة لتنــاول أخبــار الســودان وأثيوبيــا حيــث بلغــت نســبتهم (49.3%) ، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (32.0%) ، أمــا الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (18.7%).

15. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن السياســات الإعلاميــة إنتــاج أخبــار وبرامــج نوعيــة لتغطيــة الأحــداث في كلا البلديــن حيث بلغــت نســبتهم (55.3%)، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (30.0%) ، أمــا الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (14.7%)

16. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن يتــم أطلاعنــا عــلى السياســة الإعلاميــة بــين الســودان وأثيوبيــا عــن طريــق شــخص مسـؤول بالخارجيــة أو عــن طريــق هيئــة مسـؤولة مــن ذلــك حيــث بلغــت نسـبتهم (42.7%) ، بينمــا بلغــت نسـبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (29.3%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (28.0%).

17. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن مــن فوائــد السياســات الإعلاميــة عمــل قوائــم مرجعيــة للمتحدثــين والخــبراء في مختلــف الموضوعــات بمــا يعــزز العلاقــات بــين البلديــن حيــث بلغــت نسـبتهم (73.3%) ، بينمــا بلغــت نسـبة الموافقــين عــلى ذلــك (16.0%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (10.7%).

18. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن تتبــع الهيئــة العامــة للإذاعــة والتلفزيــون بالســودان التخطيــط المنهجــي السياســات الإعلاميــة حيــث بلغــت نسـبتهم (54.6%) ، بينمــا بلغــت نسـبة الموافقــين عــلى ذلــك (35.4%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (8.0%).

19. ان غالبيــة أفــراد العينــة غــير موافقــين عــلى أن تتبــع هيئــة الإذاعــة الأثيوبيــة التخطيــط المنهجــي السياســات الإعلاميــة حيــث بلغــت نسـبتهم (41.3%)، بينمــا بلغــت نسـبة الموافقــين عــلى ذلــك (24.0%) ، أمــا الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (34.7%)

20. ان غالبيــة أفــراد العينــة لا علــم لهــم بــأن اللغــة الإعلاميــة المسـتخدمة في الإذاعــة والتلفزيــون الســوداني عــن أثيوبيــا مفهومــة لديهــم حيــث بلغــت نسـبتهم (50.7%) ، بينمــا بلغــت نسـبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (25.3%) ، أمــا نسـبة الموافقــين عــلى ذلــك (24.0%).

21. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن يتــم وضــع السياســات الإعلاميــة لــدي هيئــة الإذاعــة الأثيوبيــة عــن طريــق رئاســة الجمهوريــة ووزارة الإعــلام وتنــزل لنــا عــن طريــق المديــر العــام للهيئــة حيــث بلغــت نسـبتهم (69.3%) ، بينمــا بلغــت نسـبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (23.4%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (13.3%).

22. ان غالبيــة أفــراد العينــة لا علــم لهــم بــان الذيــن يشــاركون في صنــع الخطــط للسياســات الإعلاميــة هــم المديــر العــام ومديــر البرامــج ومديــر إدارة الأخبــار

ورئيس تحرير الأخبار بالهيئة حيث بلغت نسبتهم (72.0%) ، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (4.0%) ، أما نسبة الموافقين على ذلك (24.0%).

23. ان غالبية أفراد العينة موافقين على وجود مرجعية للمعلومات لرسم ملامح التخطيط للسياسات الإعلامية بهيئة الإذاعة والتلفزيون بالسودان حيث بلغت نسبتهم (73.4%)، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (14.6%) ، أما نسبة الذين لا علم لهم بذلك (12.0%).

24. ان غالبية أفراد العينة موافقين على وجود مرجعية للمعلومات لرسم ملامح التخطيط للسياسة الإعلامية لهيئة الإذاعة الأثيوبية بلغت نسبتهم (60.4%)، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (27.6%) ، أما الذين لا علم لهم بذلك (12.0%)

25. ان غالبية أفراد العينة لا علم لهم بذلك على أن تتم المراجعة الدورية وتقويم السياسات الإعلامية بالسودان حيث بلغت نسبتهم (53.3%) ، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (21.4%) ، أما نسبة الموافقين على ذلك (25.3%).

26. ان غالبية أفراد العينة موافقين على أن تتم المراجعة الدورية وتقويم السياسات الإعلامية بأثيوبيا حيث بلغت نسبتهم (49.3%) ، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (38.7%)، أما نسبة الذين لا علم لهم بذلك (12.0%).

27. ان غالبية أفراد العينة لا علم لهم بضعف الإلمام بالتخطيط للسياسات الإعلامية بين الهيئتين الإذاعيتين أدى إلى ضعف الإنتاج الأخباري والبرامجي في البلدين حيث بلغت نسبتهم (57.3%)، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (29.3%) ، أما نسبة غير الموافقين على ذلك بلغت (13.4%).

28. ان غالبية أفراد العينة موافقين على أن كثيراً ما أثرت الأفكار والمعتقدات والأيدولوجيات للقائم بعملية الاتصال الإعلامي على فاعلية التخطيط للسياسات الإعلامية وربط علاقة السودان وأثيوبيا حيث بلغت نسبتهم (85.3%) ، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (6.7%) ، أما نسبة الذين لا علم لهم بذلك (8.0%).

29. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن دائمــاً مــا يتــم عقــد دورات تدريبيــة تســاعد عــلي صقــل الخــبرات وتأهيــل المقــدرات العاملــة في مجــال التخطيــط للسياســات الإعلاميــة الخاصــة بالســودان حيــث بلغــت نســبتهم (80.0%) ، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (8.0%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (12.0%).

30. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن دائمــاً مــا يتــم عقــد دورات تدريبيــة تســاعد عــلي صقــل الخــبرات وتأهيــل المقــدرات العاملــة في مجــال التخطيــط للسياســات الإعلاميــة الخاصــة بالســودان حيــث بلغــت نســبتهم (45.3%) ، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (37.4%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (17.3%).

31. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن التخطيــط للسياســات الإعلاميــة يــؤدي لترقيــة الإنتــاج الأخبــاري والبرامجــي ويســاهم في تطويــر العلاقــات بين الســودان وأثيوبيــا حيــث بلغــت نســبتهم (72.0%) ، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (17.3%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (10.7%).

32. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن التشريعــات الإعلامية بشــأن السياســات الإعلاميــة لــدي الســودان ضعيفــة حيــث بلغــت نســبتهم (58.7%) ، بينمــا بلغت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (21.3%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (20.0%).

33. ان غالبيــة أفــراد العينــة موافقــين عــلى أن التخطيــط للسياســات الإعلاميــة يــؤدي لترقيــة الإنتــاج الأخبــاري والبرامجــي ويســاهم في تطويــر العلاقــات بين الســودان وأثيوبيــا حيــث بلغــت نســبتهم (92.0%)، بينمــا بلغــت نســبة غــير الموافقــين عــلى ذلــك (4.0%) ، أمــا نســبة الذيــن لا علــم لهــم بذلــك (4.0%).

ثانيا: الإحصاءات الوصفية لعبارات محور راي الخبراء الاثيوبيين

فيمــا يــلي جــدول يوضــح المتوســط والإنحــراف المعيــاري والأهميــة النســبية لعبــارات المقيــاس وترتيبهــا وفقــا لإجابــات المســتقصى منهــم .

جدول رقم (20) الإحصاءات الوصفية لعبارات محور راي الخبراء الاثيوبيين

العبارات	الإنحراف المعياري	المتوسط	الدلالة	الترتيب
توجد سياسات إعلامية لوسائل الإعلام السودانية والأثيوبية	1.14	3.5	أوافق	16
السياسات الإعلامية بين وسائل الإعلام السودانية والأثيوبية دائماً ما تكون غير مستقرة.	1.09	3.75	أوافق	4
توجد سياسات إعلامية للإذاعة والتلفزيون	1.11	3.83	أوافق	2
السياسات الإعلامية لدى الإذاعة والتلفزيون في البلدين دائماً ما تكون شفاهة	1.06	3.42	لا علم لي	18
السياسات الإعلامية دائماً تصلكم عن طريق النشرات الدورية	1.07	3.11	لا علم لي	11
يتم التعرف على السياسات الإعلامية عن طريق رابط إلكتروني في البلدين	1.12	2.96	لا علم لي	33
السياسات الإعلامية يتم التبلغ عنها عادة من خلال الاجتماع الخاص بتحرير الأخبار وإعداد البرامج شفاهة	1.19	3.46	أوافق	17
السياسات التحريرية تنزل علينا من خلال مكتوب عبر مدير المؤسسة أو مدير البرامج أو رئيس التحرير	1.18	3.61	أوافق	10
السياسات الإعلامية تستنبطونها من خلال متابعتكم للقاءات وتصريحات المسؤولين بالحكومة	1.2	3.36	لا علم لي	21
أشارك في وضع السياسة الإعلامية للمؤسسة التي أعمل فيها من خلال وظيفتي	1.2	3.61	أوافق	11
السياسات الإعلامية ترسم لنا حدوداً فاصلة بين عمل الإعلامي والإعلانات التجارية وتحدد خطوطاً واضحة بين الإعلامي والشركات ورجال الأعمال	1.37	3.24	أوافق	26
السياسات الإعلامية تفصل بين العمل الإعلامي للوطن والحزب	1.3	3.72	أوافق	6
السياسات الإعلامية هي التي تحدد لنا تناول المصطلحات السياسية في التناول الإعلامي لقضايا البلدين	1.16	3.32	لا علم لي	23
توجد سياسة تحريرية واضحة لتناول أخبار السودان وأثيوبيا	1.09	3.71	أوافق	8

العبارات	الإنحراف المعياري	المتوسط	الدلالة	الترتيب
السياسات الإعلامية إنتاج أخبار وبرامج نوعية لتغطية الأحداث في كلا البلدين	1.26	3.22	لا علم لي	27
يتم أطلاعنا على السياسة الإعلامية بين السودان وأثيوبيا عن طريق شخص مسؤول بالخارجية أو عن طريق هيئة مسؤولة من ذلك	1.21	3.64	أوافق	9
من فوائد السياسات الإعلامية عمل قوائم مرجعية للمتحدثين والخبراء في مختلف الموضوعات بما يعزز العلاقات بين البلدين	1.12	3.1	لا علم لي	32
تتبع الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان التخطيط المنهجي السياسات الإعلامية	1.07	3.29	لا علم لي	25
تتبع هيئة الإذاعة الأثيوبية التخطيط المنهجي السياسات الإعلامية	1.15	3.54	أوافق	15
السياسات الإعلامية لدي الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان يتم وضعها عن طريق رئاسة الجمهورية بجانب وزارة الإعلام وتنزل لنا عن طريق المدير العام للهيئة	1.22	3.32	لا علم لي	24
يتم وضع السياسات الإعلامية لدي هيئة الإذاعة الأثيوبية عن طريق رئاسة الجمهورية ووزارة الإعلام وتنزل لنا عن طريق المدير العام للهيئة	1.07	3.33	لا علم لي	22
الذين يشاركون في صنع الخطط للسياسات الإعلامية هم المدير العام ومدير البرامج ومدير إدارة الأخبار ورئيس تحرير الأخبار بالهيئة	1.17	3.12	لا علم لي	30
توجد مرجعية للمعلومات لرسم ملامح التخطيط للسياسات الإعلامية بهيئة الإذاعة والتلفزيون بالسودان	1.1	3.14	لا علم لي	29
توجد مرجعية للمعلومات لرسم ملامح التخطيط للسياسة الإعلامية لهيئة الإذاعة الأثيوبية	1.06	3.71	اوافق	8
تتم المراجعة الدورية وتقويم السياسات الإعلامية بالسودان	1.07	3.36	لا علم لي	20
تتم المراجعة الدورية وتقويم السياسات الإعلامية بأثيوبيا	1.18	3.96	اوافق	1
ضعف الإلمام بالتخطيط للسياسات الإعلامية بين الهيئتين الإذاعيتين أدى إلى ضعف الإنتاج الأخباري والبرامجي في البلدين	1.22	3.72	اوافق	6

العبارات	الإنحراف المعياري	المتوسط	الدلالة	الترتيب
كثيراً ما أثرت الأفكار والمعتقدات والأيدولوجيات للقائم بعملية الاتصال الإعلامي على فاعلية التخطيط للسياسات الإعلامية وربط علاقة السودان وأثيوبيا	1.13	3.2	لا علم لي	28
دائماً ما يتم عقد دورات تدريبية تساعد علي صقل الخبرات وتأهيل المقدرات العاملة في مجال التخطيط للسياسات الإعلامية الخاصة بالسودان	1.05	3.58	اوافق	13
دائماً ما يتم عقد دورات تدريبية تساعد علي صقل الخبرات وتأهيل القدرات العاملة في مجال التخطيط للسياسات الإعلامية الخاصة بأثيوبيا	1.09	3.41	لا علم لي	19
التخطيط للسياسات الإعلامية يؤدي لترقية الإنتاج الأخباري والبرامجي ويساهم في تطوير العلاقات بين السودان وأثيوبيا	1.05	3.75	اوافق	3
التشريعات الإعلامية بشأن السياسات الإعلامية لدي السودان ضعيفة	1.13	3.55	اوافق	14
التشريعات الإعلامية بشأن السياسات الإعلامية لدي أثيوبيا ضعيفة	1.08	3.6	اوافق	12

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

يتضح من الجدول رقم (20) ما يلى:

أهم عبارة من عبارات محور(قياس راي الخبراء الاثيوبيين) من وجهة نظر الخبراء باثيوبيا هي (تتم المراجعة الدورية وتقويم السياسات الإعلامية بأثيوبيا) حيث بلغ متوسط اجابات أفراد العينة على العبارة (3.96) بإنحراف معياري (1.18) تليها العبارة (توجد سياسات إعلامية للإذاعة والتلفزيون) حيث بلغ متوسط اجابات أفراد العينة على العبارة (3.83) بإنحراف معياري (1.11) وأقل عباره في الاهمية من وجهة نظر العينة هي (يتم التعرف على السياسات الإعلامية عن طريق رابط إلكتروني في البلدين) حيث بلغ متوسط العبارة (2.96) بإنحراف معياري (1.12).

ثالثاً: اختبار الفروق لعبارات محور تقييم راي الخبراء باثيوبيا

ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية تم إستخدام اختبار (χ^2) لدلالة الفروق . وفيما يلي جدول يوضح نتائج التحليل الوصفي لعبارات المحور،

جدول رقم (21) اختبار الفروق لعبارات محور قياس راي الخبراء الاثيوبيين.

العبارات	قيمة χ^2	مستوى المعنوية	الدلالة
توجد سياسات إعلامية لوسائل الإعلام السودانية والأثيوبية	42.4	0.000	قبول
السياسات الإعلامية بين وسائل الإعلام السودانية والأثيوبية دائماً ما تكون غير مستقرة.	39.1	0.000	قبول
توجد سياسات إعلامية للإذاعة والتلفزيون	26.4	0.000	قبول
السياسات الإعلامية لدى الإذاعة والتلفزيون في البلدين دائماً ما تكون شفاهة	19.2	0.001	قبول
السياسات الإعلامية دائماً تصلكم عن طريق النشرات الدورية	31.2	0.000	قبول
يتم التعرف على السياسات الإعلامية عن طريق رابط إلكتروني في البلدين	19.3	0.001	قبول
السياسات الإعلامية يتم التبلغ عنها عادة من خلال الاجتماع الخاص بتحرير الأخبار وإعداد البرامج شفاهة	27.5	0.000	قبول
السياسات التحريرية تنزل علينا من خلال مكتوب عبر مدير المؤسسة أو مدير البرامج أو رئيس التحرير	33.9	0.000	قبول
السياسات الإعلامية تستنبطونها من خلال متابعتكم للقاءات وتصريحات المسؤولين بالحكومة	21.7	0.000	قبول
أشارك في وضع السياسة الإعلامية للمؤسسة التي أعمل فيها من خلال وظيفتي	19.00	0.001	قبول
السياسات الإعلامية ترسم لنا حدوداً فاصلة بين عمل الإعلامي والإعلانات التجارية وتحدد خطوطاً واضحة بين الإعلامي والشركات ورجال الأعمال	23.9	0.000	قبول
السياسات الإعلامية تفصل بين العمل الإعلامي للوطن والحزب	28.8	0.000	قبول
السياسات الإعلامية هي التي تحدد لنا تناول المصطلحات السياسية في التناول الإعلامي لقضايا البلدين	36.8	0.000	قبول
توجد سياسة تحريرية واضحة لتناول أخبار السودان وأثيوبيا	21.0	0.001	قبول
السياسات الإعلامية إنتاج أخبار وبرامج نوعية لتغطية الأحداث في كلا البلدين	18.7	0.003	قبول

يتم أطلاعنا على السياسة الإعلامية بين السودان وأثيوبيا عن طريق شخص مسؤول بالخارجية أو عن طريق هيئة مسؤولة من ذلك	25.5	0.000	قبول
من فوائد السياسات الإعلامية عمل قوائم مرجعية للمتحدثين والخبراء في مختلف الموضوعات بما يعزز العلاقات بين البلدين	20.7	0.001	قبول
تتبع الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان التخطيط المنهجي السياسات الإعلامية	17.8	0.004	قبول
تتبع هيئة الإذاعة الأثيوبية التخطيط المنهجي السياسات الإعلامية	17.1	0.005	قبول
السياسات الإعلامية لدي الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان يتم وضعها عن طريق رئاسة الجمهورية بجانب وزارة الإعلام وتنزل لنا عن طريق المدير العام للهيئة	31.1	0.000	قبول
يتم وضع السياسات الإعلامية لدي هيئة الإذاعة الأثيوبية عن طريق رئاسة الجمهورية ووزارة الإعلام وتنزل لنا عن طريق المدير العام للهيئة	16.40	0.006	قبول
الذين يشاركون في صنع الخطط للسياسات الإعلامية هم المدير العام ومدير البرامج ومدير إدارة الأخبار ورئيس تحرير الأخبار بالهيئة	16.3	0.0212	قبول
توجد مرجعية للمعلومات لرسم ملامح التخطيط للسياسات الإعلامية بهيئة الإذاعة والتلفزيون بالسودان	15.0	0.0045	قبول
توجد مرجعية للمعلومات لرسم ملامح التخطيط للسياسة الإعلامية لهيئة الإذاعة الأثيوبية	22.7	0.000	قبول
تتم المراجعة الدورية وتقويم السياسات الإعلامية بالسودان	32.3	0.000	قبول
تتم المراجعة الدورية وتقويم السياسات الإعلامية بأثيوبيا	39.00	0.000	قبول
ضعف الإلمام بالتخطيط للسياسات الإعلامية بين الهيئتين الإذاعيتين أدى إلى ضعف الإنتاج الأخباري والبرامجي في البلدين	19.8	0.001	قبول
كثيراً ما أثرت الأفكار والمعتقدات والأيدولوجيات للقائم بعملية الاتصال الإعلامي على فاعلية التخطيط للسياسات الإعلامية وربط علاقة السودان وأثيوبيا	20.1	0.001	قبول

دائماً ما يتم عقد دورات تدريبية تساعد علي صقل الخبرات وتأهيل القدرات العاملة في مجال التخطيط للسياسات الإعلامية الخاصة بالسودان	15.4	0.020	قبول
دائماً ما يتم عقد دورات تدريبية تساعد علي صقل الخبرات وتأهيل القدرات العاملة في مجال التخطيط للسياسات الإعلامية الخاصة بأثيوبيا	33.1	0.000	قبول
التخطيط للسياسات الإعلامية يؤدي لترقية الإنتاج الأخباري والبرامجي ويساهم في تطوير العلاقات بين السودان وأثيوبيا	35.3	0.000	قبول
التشريعات الإعلامية بشأن السياسات الإعلامية لدي السودان ضعيفة	34.5	0.000	قبول
التشريعات الإعلامية بشأن السياسات الإعلامية لدي أثيوبيا ضعيفة	29.7	0.000	قبول

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

يتضح من الجدول (21) يتبين ما يلي :

1. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الأولى (42.4) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة لصالح الموافقين على وجود سياسات إعلامية لوسائل الإعلام السودانية والأثيوبية.
2. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثانية (39.1) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن السياسات الإعلامية بين وسائل الإعلام السودانية والأثيوبية دائماً ما تكون غير مستقرة.
3. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثالثة (26.4) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على وجود سياسات إعلامية للإذاعة والتلفزيون.
4. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الرابعة (19.2) بمستوى معنوية (0.001) وهذه

القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بالسياسات الإعلامية لدى الإذاعة والتلفزيون في البلدين دائماً ما تكون شفاهة.

5. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الخامسة (31.2) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بالسياسات الإعلامية دائماً تصلكم عن طريق النشرات الدورية.

6. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة السادسة (19.3) بمستوى معنوية (0.001) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بالتعرف على السياسات الإعلامية عن طريق رابط إلكتروني في البلدين.

7. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة السابعة (27.5) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن السياسات الإعلامية يتم التبلغ عنها عادة من خلال الاجتماع الخاص بتحرير الأخبار وإعداد البرامج شفاهة

8. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثامنة (33.9) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن السياسات التحريرية تنزل علينا من خلال مكتوب عبر مدير المؤسسة أو مدير البرامج أو رئيس التحرير.

9. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة التاسعة (18.1) بمستوى معنوية (0.002) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن السياسات الإعلامية تستنبطونها من خلال متابعتكم للقاءات وتصريحات المسؤولين بالحكومة.

10. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة العاشرة (21.7) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بالمشاركة في وضع السياسة الإعلامية للمؤسسة التي أعمل فيها من خلال وظيفتهم.

11. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الحادية عشر (19.0) بمستوى معنوية (0.001) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن السياسات الإعلامية ترسم لنا حدوداً فاصلة بين عمل الإعلامي والإعلانات التجارية وتحدد خطوطاً واضحة بين الإعلامي والشركات ورجال الأعمال.

12. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثانية عشر (23.9) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على ان السياسات الإعلامية تفصل بين العمل الإعلامي للوطن والحزب.

13. بلغت قيمة(χ^2)للعبارة الثالثة عشر (28.8) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين يوافقون على ان السياسات الإعلامية هي التي تحدد لنا تناول المصطلحات السياسية في التناول الإعلامي لقضايا البلدين.

14. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الرابعة عشر (36.8) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم توجد سياسة تحريرية واضحة لتناول أخبار السودان وأثيوبيا.

15. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الخامسة عشر (18.7) بمستوى معنوية (0.003) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بان السياسات الإعلامية إنتاج أخبار وبرامج نوعية لتغطية الأحداث في كلا البلدين.

16. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة السادسة عشر (25.5) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على انهم باطلاعهم على السياسة الإعلامية بين السودان وأثيوبيا عن طريق شخص مسؤول بالخارجية أو عن طريق هيئة مسؤولة من ذلك.

17. بلغت قيمة(χ^2)للعبارة السابعة عشر (20.7) بمستوى معنوية (0.001) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بأن من فوائد السياسات الإعلامية عمل قوائم مرجعية للمتحدثين والخبراء في مختلف الموضوعات بما يعزز العلاقات بين البلدين.

18. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الثامنة عشر (17.8) بمستوى معنوية (0.004) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا يعملون تتبع الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان التخطيط المنهجي السياسات الإعلامية.

19. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة التاسعة عشر (17.1) بمستوى معنوية (0.005) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على ان تتبع هيئة الإذاعة الأثيوبية التخطيط المنهجي السياسات الإعلامية.

20. بلغت قيمة (χ^2) للعبارة الحادية والعشرون (31.1) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم بأن السياسات الإعلامية لدي الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان يتم وضعها عن طريق رئاسة الجمهورية بجانب وزارة الإعلام وتنزل لنا عن طريق المدير العام للهيئة.

21. بلغت قيمة(χ^2) للعبارة الثانية والعشرون (16.4) بمستوى معنوية (0.006) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك

يشـير الى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد العينـة ولصالح الذيـن لا علـم لهـم بوجـود مرجعيـة للمعلومـات لرسـم ملامـح التخطيـط للسياسـات الإعلاميـة بهيئـة الإذاعـة والتلفزيـون بالسـودان.

22. بلغـت قيمـة (χ^2) للعبـارة الثانيـة والعـشرون (16.3) بمسـتوى معنويـة (0.0212) وهـذه القيمـة أقـل مـن مسـتوى المعنويـة (5%) وعليـه فـإن ذلـك يشـير الى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد العينـة ولصالح الذيـن لا علـم لهـم بوجـود مرجعيـة للمعلومـات لرسـم ملامـح التخطيـط للسياسـات الإعلاميـة بهيئـة الإذاعـة والتلفزيـون بالسـودان.

23. بلغـت قيمـة (χ^2) للعبـارة الثالثـة والعـشرون (15.0) بمسـتوى معنويـة (0.0045) وهـذه القيمـة أقـل مـن مسـتوى المعنويـة (5%) وعليـه فـإن ذلـك يشـير الى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد العينـة ولصالح الذيـن لا علـم لهـم بوجـود مرجعيـة للمعلومـات لرسـم ملامـح التخطيـط للسياسـات الإعلاميـة بهيئـة الإذاعـة والتلفزيـون بالسـودان.

24. بلغـت قيمـة (χ^2) للعبـارة الرابعـة والعـشرون (22.7) بمسـتوى معنويـة (0.000) وهـذه القيمـة أقـل مـن مسـتوى المعنويـة (5%) وعليـه فـإن ذلـك يشـير الى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد العينـة ولصالح الموافقـين عـلى ووجـود مرجعيـة للمعلومـات لرسـم ملامـح التخطيـط للسياسـة الإعلاميـة لهيئـة الإذاعـة الأثيوبيـة.

25. بلغـت قيمـة(χ^2) للعبـارة الخامسـة والعـشرون (32.3) بمسـتوى معنويـة (0.000) وهـذه القيمـة أقـل مـن مسـتوى المعنويـة (5%) وعليـه فـإن ذلـك يشـير الى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد العينـة ولصالح الذيـن لا علـم لهـم بالمراجعـة الدوريـة وتقويـم السياسـات الإعلاميـة بالسـودان.

26. بلغـت قيمـة(χ^2) للعبـارة السادسـة والعـشرون (39.0) بمسـتوى معنويـة (0.000) وهـذه القيمـة أقـل مـن مسـتوى المعنويـة (5%) وعليـه فـإن ذلـك يشـير الى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد العينـة ولصالح الموافقـين عـلى أن تتـم مراجعـة دوريـة وتقويـم السياسـات الإعلاميـة بأثيوبيـا .

27. بلغـت قيمـة (χ^2) للعبـارة السـابعة والعـشرون (19.8) بمسـتوى معنويـة (0.001) وهـذه القيمـة أقـل مـن مسـتوى المعنويـة (5%) وعليـه فـإن ذلـك

يشـير الى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد العينـة ولصالح الموافقـين عـلى أن ضعـف الإلـمام بالتخطيـط للسياسـات الإعلاميـة بـين الهيئتـين الإذاعيتـين أدى إلى ضعـف الإنتـاج الأخبـاري والبرامجـي في البلديـن.

28. بلغـت قيمـة(χ^2) للعبـارة الثامنـة والعـشرون (20.1) بمسـتوى معنويـة (0.001) وهـذه القيمـة أقـل مـن مسـتوى المعنويـة (5%) وعليـه فـإن ذلـك يشـير الى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد العينـة ولصالح الذيـن لا علـم لهـم بـأن كثـيراً مـا أثـرت الأفـكار والمعتقـدات والأيدولوجيـات للقائـم بعمليـة الاتصـال الإعلامـي عـلى فاعليـة التخطيـط للسياسـات الإعلاميـة وربـط علاقـة السـودان وأثيوبيـا.

29. بلغـت قيمة(χ^2) للعبارة التاسـعة والعشرون (15.4) بمسـتوى معنوية (0.020) وهـذه القيمـة أقـل مـن مسـتوى المعنويـة (5%) وعليه فـإن ذلك يشـير الى وجود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابات أفـراد العينـة ولصالـح الموافقـين على أن دائمـاً مـا يتـم عقـد دورات تدريبية تسـاعد علي صقـل الخـبرات وتأهيـل المقدرات العاملـة في مجـال التخطيط للسياسـات الإعلاميـة الخاصة بالسـودان.

30. بلغـت قيمـة (χ^2) للعبـارة الثلاثـون (33.1) بمسـتوى معنويـة (0.000) وهـذه القيمـة أقـل مـن مسـتوى المعنويـة (5%) وعليـه فـإن ذلـك يشـير الى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد العينـة ولصالـح الذيـن لا علـم لهـم دائمـاً مـا يتـم عقـد دورات تدريبيـة تسـاعد عـلي صقـل الخـبرات وتأهيـل القـدرات العاملـة في مجـال التخطيـط للسياسـات الإعلاميـة الخاصـة بأثيوبيـا.

31. بلغـت قيمـة(χ^2) للعبـارة الحاديـة والثلاثـون (35.3) بمسـتوى معنويـة (0.000) وهـذه القيمـة أقـل مـن مسـتوى المعنويـة (5%) وعليـه فـإن ذلـك يشـير الى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد العينـة ولصالح الموافقـين عـلى أن التخطيـط للسياسـات الإعلاميـة يـؤدي لترقيـة الإنتـاج الأخباري والبرامجـي ويسـاهم في تطويـر العلاقـات بـين السـودان وأثيوبيـا.

32. بلغـت قيمـة(χ^2) للعبـارة الثانية والثلاثون (34.5) بمسـتوى معنويـة (0.000) وهـذه القيمـة أقـل مـن مسـتوى المعنويـة (5%) وعليه فـإن ذلك يشـير الى وجود فـروق ذات دلالـة إحصائية بين إجابـات أفراد العينـة ولصالح الموافقـين على أن عند التشريعـات الإعلاميـة بشـأن السياسـات الإعلامية لدي السـودان ضعيفة.

33. بلغت قيمة(χ^2) للعبارة الثالثة والثلاثون (29.7) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الذين لا علم لهم التشريعات الإعلامية بشأن السياسات الإعلامية لدي أثيوبيا ضعيفة.

المقارنة في متوسط الاستجابة بين الخبراء السودانيين والاثيوبيين:

وفيما يلي جدول يوضح نتائج التحليل الوصفي لعبارات المحور

جدول رقم (22) اختبار الفروق في متوسط الاستجابة في محور قياس راي الخبراء السودانيين والاثيوبيين.

العبارات	متوسط الاستجابة للخبراء السودانيين	متوسط الاستجابة للخبراء الاثيوبيين	قيمة t	المعنوية
توجد سياسات إعلامية لوسائل الإعلام السودانية والأثيوبية	3.31	3.5	34.059	0.000
السياسات الإعلامية بين وسائل الإعلام السودانية والأثيوبية دائماً ما تكون غير مستقرة.	3.49	3.75	27.080	0.000
توجد سياسات إعلامية للإذاعة والتلفزيون	3.44	3.83	27.407	0.000
السياسات الإعلامية لدى الإذاعة والتلفزيون في البلدين دائماً ما تكون شفاهة	3.35	3.42	33.111	0.000
السياسات الإعلامية دائماً تصلكم عن طريق النشرات الدورية	3.04	3.11	25.514	0.000
يتم التعرف على السياسات الإعلامية عن طريق رابط إلكتروني في البلدين	2.95	2.96	26.125	0.000
السياسات الإعلامية يتم التبلغ عنها عادة من خلال الاجتماع الخاص بتحرير الأخبار وإعداد البرامج شفاهة	3.77	3.46	27.096	0.000
السياسات التحريرية تنزل علينا من خلال مكتوب عبر مدير المؤسسة أو مدير البرامج أو رئيس التحرير	3.59	3.61	24.877	0.000

العبارات	متوسط الاستجابة للخبراء السودانيين	متوسط الاستجابة للخبراء الاثيوبيين	قيمة t	المعنوية
السياسات الإعلامية تستنبطونها من خلال متابعتكم للقاءات وتصريحات المسؤولين بالحكومة	3.95	3.36	22.232	0.000
أشارك في وضع السياسة الإعلامية للمؤسسة التي أعمل فيها من خلال وظيفتي	3.20	3.61	25.624	0.000
السياسات الإعلامية ترسم لنا حدوداً فاصلة بين عمل الإعلامي والإعلانات التجارية وتحدد خطوطاً واضحة بين الإعلامي والشركات ورجال الأعمال	3.99	3.24	27.654	0.000
السياسات الإعلامية تفصل بين العمل الإعلامي للوطن والحزب	3.13	3.72	28.876	0.000
السياسات الإعلامية هي التي تحدد لنا تناول المصطلحات السياسية في التناول الإعلامي لقضايا البلدين	3.88	3.32	29.712	0.000
توجد سياسة تحريرية واضحة لتناول أخبار السودان وأثيوبيا	3.12	3.71	26.800	0.000
السياسات الإعلامية إنتاج أخبار وبرامج نوعية لتغطية الأحداث في كلا البلدين	3.44	3.22	29.009	0.000
يتم أطلاعنا على السياسة الإعلامية بين السودان وأثيوبيا عن طريق شخص مسؤول بالخارجية أو عن طريق هيئة مسؤولة من ذلك	3.20	3.64	31.982	0.000
من فوائد السياسات الإعلامية عمل قوائم مرجعية للمتحدثين والخبراء في مختلف الموضوعات بما يعزز العلاقات بين البلدين	3.77	3.1	32.567	0.000
تتبع الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان التخطيط المنهجي السياسات الإعلامية	2.99	3.29	33.317	0.000
تتبع هيئة الإذاعة الأثيوبية التخطيط المنهجي السياسات الإعلامية	3.11	3.54	27.391	0.000

العبارات	متوسط الاستجابة للخبراء السودانيين	متوسط الاستجابة للخبراء الاثيوبيين	قيمة t	المعنوية
السياسات الإعلامية لدي الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان يتم وضعها عن طريق رئاسة الجمهورية بجانب وزارة الإعلام وتنزل لنا عن طريق المدير العام للهيئة	3.75	3.32	40.911	0.000
يتم وضع السياسات الإعلامية لدي هيئة الإذاعة الأثيوبية عن طريق رئاسة الجمهورية ووزارة الإعلام وتنزل لنا عن طريق المدير العام للهيئة	3.20	3.33	37.830	0.000
الذين يشاركون في صنع الخطط للسياسات الإعلامية هم المدير العام ومدير البرامج ومدير إدارة الأخبار ورئيس تحرير الأخبار بالهيئة	3.80	3.12	38.761	0.000
توجد مرجعية للمعلومات لرسم ملامح التخطيط للسياسات الإعلامية بهيئة الإذاعة والتلفزيون بالسودان	3.17	3.14	32.238	0.000
توجد مرجعية للمعلومات لرسم ملامح التخطيط للسياسة الإعلامية لهيئة الإذاعة الأثيوبية	3.07	3.71	31.739	0.000
تتم المراجعة الدورية وتقويم السياسات الإعلامية بالسودان	3.01	3.36	24.214	0.000
تتم المراجعة الدورية وتقويم السياسات الإعلامية بأثيوبيا	3.24	3.96	33.317	0.000
ضعف الإلمام بالتخطيط للسياسات الإعلامية بين الهيئتين الإذاعيتين أدى إلى ضعف الإنتاج الأخباري والبرامجي في البلدين	4.21	3.72	27.391	0.000
كثيراً ما أثرت الأفكار والمعتقدات والأيدولوجيات للقائم بعملية الاتصال الإعلامي على فاعلية التخطيط للسياسات الإعلامية وربط علاقة السودان وأثيوبيا	4.08	3.2	40.911	0.000

العبارات	متوسط الاستجابة للخبراء السودانيين	متوسط الاستجابة للخبراء الاثيوبيين	قيمة t	المعنوية
دائماً ما يتم عقد دورات تدريبية تساعد علي صقل الخبرات وتأهيل القدرات العاملة في مجال التخطيط للسياسات الإعلامية الخاصة بالسودان	3.04	3.58	37.830	0.000
دائماً ما يتم عقد دورات تدريبية تساعد علي صقل الخبرات وتأهيل القدرات العاملة في مجال التخطيط للسياسات الإعلامية الخاصة بأثيوبيا	3.11	3.41	38.761	0.000
التخطيط للسياسات الإعلامية يؤدي لترقية الإنتاج الأخباري والبرامجي ويساهم في تطوير العلاقات بين السودان وأثيوبيا	4.39	3.75	32.238	0.000
التشريعات الإعلامية بشأن السياسات الإعلامية لدي السودان ضعيفة	4.21	3.55	31.739	0.000
التشريعات الإعلامية بشأن السياسات الإعلامية لدي أثيوبيا ضعيفة	3.16	3.6	24.214	0.000

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

يتضح من الجدول (22) يتبين ما يلي:

1. توجد فروق معنوية لصالح الموافقين من الخبراء الاثيوبيين على وجود سياسات إعلامية لوسائل الإعلام السودانية والأثيوبية حيث بلغت قيمة (t=34.059) بمستوي معنوية (0.000).

2. توجد فروق معنوية لصالح الموافقين من الخبراء الاثيوبيين على ان السياسات الإعلامية بين وسائل الإعلام السودانية والأثيوبية دائماً ما تكون غير مستقرة حيث بلغت قيمة (t=27.08) بمستوي معنوية (0.000).

3. توجد فروق معنوية لصالح الموافقين من الخبراء الاثيوبيين على وجود سياسات إعلامية للإذاعة والتلفزيون حيث بلغت قيمة (t=27.04) بمستوي معنوية (0.000).

4. توجد فروق معنوية لصالح الموافقين من الخبراء السودانيين على ان السياسات الإعلامية يستنبطونها من خلال متابعتكم للقاءات

وتصريحات المسؤولين بالحكومة حيث بلغت قيمة (t=22.2) بمستوي معنوية (0.000).

5. توجد فروق معنوية لصالح الموافقين من الخبراء الاثيوبيين على انهم يشاركون في وضع السياسة الإعلامية للمؤسسة التي يعملون فيها من خلال وظيفتهم حيث بلغت قيمة (t=25.6) بمستوي معنوية (0.000).

6. توجد فروق معنوية لصالح الموافقين من الخبراء الاثيوبيين على ان يتم اطلاعهم على السياسة الإعلامية بين السودان وأثيوبيا عن طريق شخص مسؤول بالخارجية أو عن طريق هيئة مسؤولة من ذلك حيث بلغت قيمة (t=32.0) بمستوي معنوية (0.000).

7. توجد فروق معنوية لصالح الموافقين من الخبراء السودانيين على ان السياسات الإعلامية لدي الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان يتم وضعها عن طريق رئاسة الجمهورية بجانب وزارة الإعلام وتنزل لنا عن طريق المدير العام للهيئة حيث بلغت قيمة (t=41.0) بمستوي معنوية (0.000).

8. توجد فروق معنوية لصالح الموافقين من الخبراء الاثيوبيين على ان تتم المراجعة الدورية وتقويم السياسات الإعلامية بأثيوبيا حيث بلغت قيمة (t=32.2) بمستوي معنوية (0.000).

9. توجد فروق معنوية لصالح الموافقين من الخبراء السودانيين على ان التخطيط للسياسات الإعلامية يؤدي لترقية الإنتاج الأخباري والبرامجي ويساهم في تطوير العلاقات بين السودان وأثيوبيا (t=33.3) بمستوي معنوية (0.000).

10. توجد فروق معنوية لصالح الموافقين من الخبراء السودانيين على ان التشريعات الإعلامية

11. بشأن السياسات الإعلامية لدي السودان ضعيفة (t=31.7) بمستوي معنوية (0.000).

المحـــور الثانـــي: السياســـة التحريريـــة وانعكاســـاتها عـــلى العلاقـــات الثنائيـــة بـــين الســـودان وأثيوبيـــا

جدول رقم (23) يوضح نتيجة اختبار تي لعبارات المحور

رقم	الفقرة	قيمة اختبار تي	مستوى الدلالة	الوسط	التفسير	الرأي
1	عملت السياسة التحريرية على تعظيم المصالح القومية بين البلدين	10.352	.000	3.8333	دالة	أوافق
2	نجحت السياسة التحريرية على تعزيز التبادل الاقتصادي والتجاري بين البلدين	5.783	.000	3.5267	دالة	أوافق
3	عملت السياسة التحريرية على التبادل الثقافي بين البلدين	8.936	.000	3.7267	دالة	أوافق
4	عززت السياسة االتحريرية حسن الجوار بين البلدين	10.399	.000	3.7800	دالة	أوافق
5	عملت السياسة التحريرية في البلدين على التعاون الدولي بين البلدين	6.686	.000	3.5533	دالة	أوافق
6	نجحت السياسة التحريرية على خلق علاقات التعايش بين شعبي البلدين	6.205	.000	3.5400	دالة	أوافق
7	عملت السياسة التحريرية على تعزيز التعاون الأمني بين البلدين	5.051	.000	3.4200	دالة	أوافق
8	عملت السياسة التحريرية على التقليل من شأن المشاكل الحدودية بين البلدين	1.613	.109	3.1467	غير دالة	أوافق
9	جملة المحور	8.859	.000	28.5267	دالة	أوافق

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

تفسير نتائج الجدول (23) على النحو التالي:

1. بلغت قيمة اختبار تي المحسوبة لدلالة الفروق بين إجابات أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة عملت السياسة التحريرية على تعظيم المصالح القومية بين البلدين((10.352وبلغت قيمة الوسط الحسابي (3.8333) بقيمة احتمالية .000)) وهذه القيمة أقل من قيمة مستوى المعنوية (0.05) وذلك يشير إلىوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الذين أجابوا أوافق.

2. بلغت قيمة اختبار تي المحسوبة لدلالة الفروق بين إجابات أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة **نجحت السياسة التحريرية على تعزيز التبادل الاقتصادي والتجاري بين البلدين** (5.783) وبلغت قيمة الوسط الحسابي (3.5267) بقيمة احتمالية .000)) وهذه القيمة أقل من قيمة مستوى المعنوية (0.05) وذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الذين أجابوا **أوافق**.

3. بلغت قيمة اختبار تي المحسوبة لدلالة الفروق بين إجابات أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة **عملت السياسة التحريرية على التبادل الثقافي بين البلدين** (8.936) وبلغت قيمة الوسط الحسابي (3.7267) بقيمة احتمالية .000)) وهذه القيمة أقل من قيمة مستوى المعنوية (0.05) وذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الذين أجابوا **أوافق**.

4. بلغت قيمة اختبار تي المحسوبة لدلالة الفروق بين إجابات أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة **عززت السياسة التحريرية حسن الجوار بين البلدين** (10.399) وبلغت قيمة الوسط الحسابي (3.7800) بقيمة احتمالية .000)) وهذه القيمة أقل من قيمة مستوى المعنوية (0.05) وذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الذين أجابوا **أوافق..**

5. بلغت قيمة اختبار تي المحسوبة لدلالة الفروق بين إجابات أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة **عملت السياسة التحريرية في البلدين على التعاون الدولي بين البلدين** (6.686) وبلغت قيمة الوسط الحسابي (3.5533) بقيمة احتمالية .000)) وهذه القيمة أقل من قيمة مستوى المعنوية (0.05)

وذلـك يشـير إلى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد الدراسـة لصالـح الذيـن أجابـوا **أوافق**.

6. بلغـت قيمـة اختبـار تـي المحسـوبة لدلالـة الفـروق بـين إجابـات أفـراد الدراسـة عـلى مـا جـاء بالعبـارة **نجحـت السياسـة التحريريـة عـلى خلـق علاقـات التعايـش بـين شـعبي البلديـن** (6.205) وبلغـت قيمـة الوسـط الحسـابي (3.5400) بقيمـة احتماليـة .000)) وهـذه القيمـة أقـل مـن قيمـة مسـتوى المعنويـة (0.05) وذلـك يشـير إلى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد الدراسـة لصالـح الذيـن أجابـوا **أوافـق**.

7. بلغـت قيمـة اختبـار تـي المحسـوبة لدلالـة الفـروق بـين إجابـات أفـراد الدراسـة عـلى مـا جـاء بالعبـارة **عملـت السياسـة التحريريـة عـلى تعزيـز التعـاون الأمنـي بـين البلديـن**(5.051) وبلغـت قيمـة الوسـط الحسـابي (3.4200) بقيمـة احتماليـة .000)) وهـذه القيمـة أقـل من قيمـة مسـتوى المعنويـة (0.05) وذلـك يشـير إلىوجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد الدراسـة لصالـح الذيـن أجابـوا **أوافق..**

8. بلغـت قيمـة اختبـار تـي المحسـوبة لدلالـة الفـروق بـين إجابـات أفـراد الدراسـة عـلى مـا جـاء بالعبـارة **عملـت السياسـة التحريريـة عـلى التقليـل من شـأن المشـاكل الحدوديـة بـين البلديـن** (1.613) وبلغـت قيمـة الوسـط الحسـابي (3.1467) بقيمـة احتماليـة .109)) وهـذه القيمـة **أكـبر** مـن قيمـة مسـتوى المعنويـة (0.05) وذلـك **لا يشـير إلى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة** بـين إجابـات أفـراد الدراسـة لصالـح الذيـن أجابـوا **أوافـق**.

بلغـت قيمـة اختباراتـي المحسـوبة لدلالـة الفـروق بـين إجابـات أفراد الدراسـة عـلى محـور السياسـة التحريريـة وانعكاسـاتها عـلى العلاقـات الثنائيـة بـين السـودان وأثيوبيـا (8.859) وبلغـت قيمـة الوسـط الحسـابي (28.5267) أي (3.5658) (بعـد القسـمة عـلى مجمـوع العبـارات) بقيمـة احتماليـة (.000) وهـذه القيمـة أقـل مـن قيمـة مسـتوي المعنويـة (.05) وذلـك يشـير إلى وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة بـين إجابـات أفـراد الدراسـة لصالـح الذيـن أجابـوا بأوافـق.

ثالثاً: اختبار الفروض:

الفرضية الاولى: (انعدام السياسة التحريرية الإعلامية المكتوبة في وسائل الإعلام السودانية والأثيوبية الحكومية، بل يتم الاستناد على التوجيهات الشفاهية وأحياناً رسائل البريد الإلكتروني.)

من خلال تحليل البيانات نجد ان متوسط الاستجابة للخبراء السودانيين والاثيوبيين للعبارات الخاصة بالفرضية كما في الجدول

جدول رقم (24) يوضح متوسط الاستجابة للخبراء الخاصة بالفرضية الأولى

العبارات	متوسط الاستجابة للخبراء السودانيين	متوسط الاستجابة للخبراء الاثيوبيين	المتوسط العام	الدلالة
توجد سياسات إعلامية لوسائل الإعلام السودانية والأثيوبية	3.31	3.5	3.42	اوافق
السياسات الإعلامية بين وسائل الإعلام السودانية والأثيوبية دائماً ما تكون غير مستقرة.	3.49	3.75	3.57	اوافق
توجد سياسات إعلامية للإذاعة والتلفزيون	3.44	3.83	3.63	اوافق
السياسات الإعلامية لدى الإذاعة والتلفزيون في البلدين دائماً ما تكون شفاهة	3.35	3.42	3.38	اوافق
السياسات الإعلامية دائماً تصلكم عن طريق النشرات الدورية	3.04	3.11	3.07	اوافق
يتم التعرف على السياسات الإعلامية عن طريق رابط إلكتروني في البلدين	2.95	2.96	2.95	لاعلم لي

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

من الجدول (24) يتبين ما يلي : كل العبارات الخاصة بالفرضية متوسطها العام أكبر من (3) ماعدا العبارة الاخيرة وهذا يعني موافقة أفراد العينة على جميع العبارات تقريبا ماعدا العبارة الاخيرة وبالتالي الفرضية متحققة بنسبة كبيرة وفقا لرأي أفراد العينة. يرى الباحث أن هذه النتيجة تؤكد أهمية السياسة التحريرية وأن هذا التقارب يرجع إلى أن السياسة التحريرية

لــدى وســائل الإعــلام الســودانية موجــودة ولكنهــا غــير مكتوبــة، بيــد أن السياســة التحريريــة الأثيوبيــة موجــودة ومكتوبــة وهــذا مــا أظهرتــه نتائــج التحليــل.

الفرضيــة الثانيــة: (السياســة التحريريــة المتبعــة في وســائل إعــلام البلديــن تعكســها وظيفــة القائمــين بإنتــاج الرســالة الإعلاميــة في البلديــن):

مــن خــلال تحليــل البيانــات نجــد ان متوســط الاســتجابة للخــبراء الســودانيين والاثيوبيــين للعبــارات الخاصــة بالفرضيــة كمــا في الجــدول

جدول رقم (25) يوضح متوسط الاستجابة للخبراء الخاصة بالفرضية الثانية

العبارات	متوسط الاستجابة للخبراء السودانيين	متوسط الاستجابة للخبراء الاثيوبيين	المتوسط العام	الدلالة
السياسات التحريرية هي التي تحدد لنا تناول المصطلحات السياسية في التناول الإعلامي لقضايا البلدين	3.36	3.32	3.34	اوافق
السياسات التحريرية ترسم لنا حدوداً فاصلة بين عمل الإعلامي والإعلانات التجارية وتحدد خطوطاً واضحة بين الإعلامي والشركات ورجال الأعمال	3.24	3.99	3.62	اوافق
السياسات التحريرية تفصل بين العمل الإعلامي للوطن والحزب	3.72	3.13	3.40	اوافق
السياسات التحريرية تستنبطونها من خلال متابعتكم للقاءات وتصريحات المسؤولين بالحكومة	3.95	3.88	3.92	اوافق

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

مــن الجــدول (25) يتبــين مــا يــلي: كل العبــارات الخاصــة بالفرضيــة متوســطها العــام أكــبر مــن (3) وهــذا يعنــي موافقــة أفــراد العينــة عــلى جميــع العبــارات تقريبا وبالتــالي الفرضيــة متحققــة بنســبة كبــيرة جــدا وفقــا لــرأي أفــراد العينــة. يــرى الباحــث أن هــذه النتيجــة تؤكــد أهميــة السياســة التحريريــة في تحديــد المصطلحــات السياســية لتنــاول قضايــا البلديــن.

الفرضية الثالثة: (إنتاج البرامج النوعية وبثها بالإذاعة (الراديو والتلفزيون) في السودان وأثيوبيا لا يستند على سياسة تحريرية من خبراء الإعلامفي البلدين).

من خلال تحليل البيانات نجد ان متوسط الاستجابة للخبراء السودانيين والاثيوبيين للعبارات الخاصة بالفرضية كما في الجدول:

جدول رقم (26) يوضح متوسط الاستجابة للخبراء الخاصة بالفرضية الثالثة

العبارات	متوسط الاستجابة للخبراء السودانيين	متوسط الاستجابة للخبراء الاثيوبيين	المتوسط العام	الدلالة
توجد سياسة تحريرية واضحة لتناول أخبار السودان وأثيوبيا	3.12	3.71	3.42	اوافق
السياسات التحريرية إنتاج أخبار وبرامج نوعية لتغطية الأحداث في كلا البلدين	3.44	3.22	3.44	اوافق
من فوائد السياسات التحريرية عمل قوائم مرجعية للمتحدثين والخبراء في مختلف الموضوعات بما يعزز العلاقات بين البلدين	3.77	3.1	3.43	اوافق

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

من الجدول (26) يتبين ما يلي: كل العبارات الخاصة بالفرضية متوسطها العام أكبر من (3) وهذا يعني موافقة أفراد العينة على جميع العبارات تقريبا ماعدا العبارة الاخيرة وبالتالي الفرضية متحققة بنسبة كبيرة جدا وفقا لرأي أفراد العينة. يرى الباحث أن هذه النتيجة تعكس الثقافة المهنية لدى العاملين في الإذاعة (الراديو والتلفزيون) بالهيئتين رغم وجود السياسة التحريرية المكتوبة لدى الجانب الأثيوبي.

الفرضية الرابعة: (عدم وضوح الرؤية الاستراتيجية في الهيئتين لتخطيط وإنتاج الرسالة الإعلامية تسبب في غياب المعلومات وتقويمها إعلامياً)

من خلال تحليل البيانات نجد ان متوسط الاستجابة للخبراء السودانيين والاثيوبيين للعبارات الخاصة بالفرضية كما في الجدول:

جدول رقم (27) يوضح متوسط الاستجابة للخبراء الخاصة بالفرضية الرابعة

العبارات	متوسط الاستجابة للخبراء السودانيين	متوسط الاستجابة للخبراء الاثيوبيين	المتوسط العام	الدلالة
تتم المراجعة الدورية وتقويم السياسات التحريرية بأثيوبيا	3.29	2.99	3.14	اوافق
توجد مرجعية للمعلومات لرسم ملامح التخطيط للسياسات التحريرية بهيئة الإذاعة والتلفزيون بالسودان	3.14	3.17	3.16	اوافق
توجد مرجعية للمعلومات لرسم ملامح التخطيط للسياسة التحريرية لهيئة الإذاعة الأثيوبية	3.71	3.07	3.39	اوافق
تتم المراجعة الدورية وتقويم السياسات التحريرية بالسودان	3.36	3.01	3.19	اوافق
تتبع الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان التخطيط المنهجي السياسات التحريرية	3.96	3.24	3.60	اوافق

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

من الجدول (27) يتبين ما يلي: كل العبارات الخاصة بالفرضية متوسطها العام أكبر من (3) وهذا يعني موافقة أفراد العينة على جميع العبارات وبالتالي الفرضية متحققة بنسبة كبيرة جدا وفقا لرأي أفراد العينة. يعزي الباحث هذه النتيجة إلى أن الجانب الأثيوبي رغم أنه استطاع أن يطبق سياسات تحريرية مكتوبة إلا أنه لم يتمكن من تقويمها التقويم اللازم، وهذا يؤكد أهمية إتباع منهج التقويم للسياسات من وقت لآخر، غير أن الباحث يرى أن نتيجة الخبراء المبحوثين السودانيين أظهرت أنهم لا يعانون من ضعف منه التقويم والتخطيط الاستراتيجي لها.

الفرضية الخامسة: (عدم إلمام القائمين بإنتاج الرسالة الإعلامية في الهيئتين بالتشريعات الإعلامية كان وراء التناول الإعلامي السلبي لقضايا البلدين):

من خلال تحليل البيانات نجد ان متوسط الاستجابة للخبراء السودانيين والاثيوبيين للعبارات الخاصة بالفرضية كما في الجدول.

جدول رقم (28) يوضح متوسط الاستجابة للخبراء الخاصة بالفرضية الخامسة

العبارات	متوسط الاستجابة للخبراء السودانيين	متوسط الاستجابة للخبراء الاثيوبيين	المتوسط العام	الدلالة
التشريعات التحريرية بشأن السياسات الإعلامية لدي السودان ضعيفة	4.21	3.55	3.78	اوافق
التشريعات التحريرية بشأن السياسات الإعلامية لدي أثيوبيا ضعيفة	3.16	3.6	3.38	اوافق
السياسات التحريرية لدي الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان يتم وضعها عن طريق رئاسة الجمهورية بجانب وزارة الإعلام وتنزل لنا عن طريق المدير العام للهيئة	3.75	3.32	3.54	اوافق
يتم وضع السياسات التحريرية لدي هيئة الإذاعة الأثيوبية عن طريق رئاسة الجمهورية ووزارة الإعلام وتنزل لنا عن طريق المدير العام للهيئة	3.20	3.33	3.27	اوافق

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

من الجدول (28) يتبين ما يلي: كل العبارات الخاصة بالفرضية متوسطها العام أكبر من (3) وهذا يعني موافقة أفراد العينة على جميع العبارات وبالتالي الفرضية متحققة بنسبة كبيرة جدا وفقا لرأي أفراد العينة. يعزي الباحث هذه النتيجة أن عينة المبحوثين تتمتع في محيط العمل الإعلامي خاصةً في الهيئتين العامتين للإذاعة (الراديو والتلفزيون) لا تعانيان من ضعف في التشريعات والقوانين وإنما في تطبيق تلك التشريعات والقوانين على أرض الواقع.

الفرضية السادسة: (الرسالة الإعلامية المتعارف عليها تعمل على تعزيز العلاقات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتعاون الأمني لحدود البلدين)

من خلال تحليل البيانات نجد ان متوسط الاستجابة للخبراء السودانيين والاثيوبيين للعبارات الخاصة بالفرضية كما في الجدول

جدول رقم (29) يوضح متوسط الاستجابة للخبراء الخاصة بالفرضية السادسة

العبارات	متوسط الاستجابة للخبراء السودانيين	متوسط الاستجابة للخبراء الاثيوبيين	المتوسط العام	الدلالة
كثيراً ما أثرت الأفكار والمعتقدات والأيدولوجيات للقائم بعملية الاتصال الإعلامي على فاعلية التخطيط للسياسات التحريرية وربط علاقة السودان وأثيوبيا	4.08	3.2	3.64	اوافق
من فوائد السياسات التحريرية عمل قوائم مرجعية للمتحدثين والخبراء في مختلف الموضوعات بما يعزز العلاقات بين البلدين	3.16	3.6	3.38	اوافق

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

من الجدول (29) يتبين ما يلي: كل العبارات الخاصة بالفرضية متوسطها العام أكبرمن (3) وهذا يعني موافقة أفراد العينة على جميع العبارات وبالتالي الفرضية متحققة بنسبة كبيرة جدا وفقا لرأي أفراد العينة. يرى الباحث أن هذه النتيجة تؤكد على أهمية السياسة التحريرية في تعظيم المصالح الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية والأمنية بين البلدين.

الفرضية السابعة: (وجود ميثاق شرف إعلامي وسياسة تحريرية لكل بلد، لا تمنع إعمال المعايير المهنية والموضوعية في إنتاج الرسالة الإعلامية)

من خلال تحليل البيانات نجد ان متوسط الاستجابة للخبراء السودانيين والاثيوبيين للعبارات الخاصة بالفرضية كما في الجدول

جدول رقم (30) يوضح متوسط الاستجابة للخبراء الخاصة بالفرضية السابعة

العبارات	متوسط الاستجابة للخبراء السودانيين	متوسط الاستجابة للخبراء الاثيوبيين	المتوسط العام	الدلالة
السياسات التحريرية هي التي تحدد لنا تناول المصطلحات السياسية في التناول الإعلامي لقضايا البلدين	3.88	3.32	3.59	اوافق
توجد سياسة تحريرية واضحة لتناول أخبار السودان وأثيوبيا	3.12	3.71	3.50	اوافق
السياسات التحريرية إنتاج أخبار وبرامج نوعية لتغطية الأحداث في كلا البلدين	3.44	3.22	3.33	اوافق

المصدر: من اعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

من الجدول (30) يتبين ما يلي: كل العبارات الخاصة بالفرضية متوسطها العام أكبر من (3) وهذا يعني موافقة أفراد العينة على جميع العبارات وبالتالي الفرضية متحققة بنسبة كبيرة جدا وفقا لرأي أفراد العينة. يرى الباحث أن هذه النتيجة تعكس أهمية العمل بالسياسات التحريرية في تناول المصطلحات السياسات وإنتاج الرسالة الإخبارية والبرامج النوعية للبلدين.

الفرضية الثامنة: (عدم تلبية احتياجات جمهور الإعلام في البلدين يتوقف على السياسة التحريرية المتبعة)

من خلال تحليل البيانات نجد ان متوسط الاستجابة للخبراء السودانيين والاثيوبيين للعبارات الخاصة بالفرضية كما في الجدول

جدول رقم (31) يوضح متوسط الاستجابة للخبراء الخاصة بالفرضية الثامنة

العبارات	متوسط الاستجابة للخبراء السودانيين	متوسط الاستجابة للخبراء الاثيوبيين	المتوسط العام	الدلالة
ضعف الإلمام بالتخطيط للسياسات التحريرية بين الهيئتين الإذاعيتين أدى إلى ضعف الإنتاج الأخباري والبرامجي في البلدين	4.21	3.72	3.90	اوافق
التخطيط للسياسات التحريرية يؤدي لترقية الإنتاج الأخباري والبرامجي ويساهم في تطوير العلاقات بين السودان وأثيوبيا	4.39	3.75	4.07	اوافق

المصدر: من إعداد الكاتب بالاستناد الى تحليل بيانات الاستبانة 2021 م

من الجدول (31) يتبين ما يلي: كل العبارات الخاصة بالفرضية متوسطها العام أكبر من (3) وهذا يعني موافقة أفراد العينة على جميع العبارات وبالتالي الفرضية متحققة بنسبة كبيرة جدا وفقا لرأي أفراد العينة. يرى الباحث أن هذه النتيجة تؤكد على أهمية السياسة التحريرية في تقوية العلاقات بين البلدين من خلال المعلومات والحقائق لتلبية احتياجات المستمعين والمشاهدين في البلدين. أضف إلى ذلك عدم وجود مرجعية لأسماء الخبراء والمتحدثين للتعليق على كل الأحداث في البلدين أضعف المنتوج الذي يبث عبر الإذاعة (الراديو والتلفزيون) في البلدين.

مما تقدم نجد أن جميع فرضيات الدراسة قد تحققت وفقاً لرأي أفراد العينة ونتائج التحليل الإحصائي مما يدل على صحة صياغة الفرضيات من قبل الباحث وإحكام صياغتها.

الخاتمة

تنـاول الكتـاب الإعـلام وانعكاسـاته عـلى العلاقـات السـودانية الأثيوبيـة خـلال (2019-2020م) في خمسـة فصـول شـمل كل فصـل ثـلاث مباحـث، وغطـت هـذه الفصـول بمباحثهـا الدراسـة في جوانبهـا النظريـة إلى جانـب الدراسـة الميدانيـة وخـرج الكتـاب بعـدد مـن النتائـج وهـي:

1. أكـدت الدراسـة عـلى أن السياسـة التحريريـة عملـت عـلى تعظيـم المصالـح القوميـة بـين السـودان وأثيوبيـا.
2. نجحـت السياسـة التحريريـة في تعزيـز التبـادل الاقتصـادي والتجـاري بـين البلديـن.
3. أسهمت السياسة التحريرية على التبادل الثقافي بين البلدين.
4. عززت السياسة التحريرية حسن الجوار بين البلدين.
5. دفعت السياسة التحريرية في البلدين على التعاون الدولي بينهما.
6. نجحـت السياسـة التحريريـة عـلى خلـق علاقـات التعايـش بـين شـعبي البلديـن.
7. عملت السياسة التحريرية على تعزيز التعاون الأمني بين البلدين.
8. قللت السياسة التحريرية من شأن المشاكل الحدودية بين البلدين.
9. كشـفت الدراسـة أن أثيوبيـا لديهـا سياسـة تحريريـة مكتوبـة وتـم تطبيقهـا منـذ 2014/7/17م، بينمـا كشـفت الدراسـة أن السـودان لديـه سياسـة تحريريـة شـفهية وليسـت مكتوبـة رغـم صـدور قانـون وأمـر تأسـيس للهيئة العامـة للإذاعـة والتلفزيـون لسـنة 2014م.
10. أكـدت الدراسـة فاعليـة السياسـة التحريريـة في إنتـاج الرسـالة الإعلاميـة وانعكاسـاتها عـلى العلاقـات الدوليـة خاصـةً حالـة السـودان وأثيوبيـا.
11. كشـفت الدراسـة اتجاهـات الجمهـور المتلقـي لبرامـج الإذاعـة (الراديـو والتلفزيـون) بالسـودان وأثيوبيـا.

12. أظهرت الدراسة أن السياسة التحريرية لعدد من وسائل الإعلام العالمية سياسية تحريرية مكتوبة ويتم الالتزام بها في إنتاج الأخبار والبرامج الإذاعية المسموعة والمرئية.

13. كشفت الدراسة عن الميز التي تحققها السياسة التحريرية لدى وسائل الإعلام الأثيوبية خاصةً المكتوبة، بينما أظهرت عدم استقرارها في وسائل الإعلام السودانية لأنها سياسات تحريرية شفاهية.

14. أبانت الدراسة أن المشاكل والقضايا والتحديات التي تواجه وسائل الإعلام في السودان وأثيوبيا خاصةً في مجالات السياسة التحريرية والتقانة لها تأثير على مشاكل وقضايا البلدين، وقلل من دور وسائل الإعلام تجاه الدور الإيجابي في العمل على تهدئة وحل تلك المشاكل والقضايا لشعبي البلدين.

15. أوضحت الدراسة ضرورة تنظيم برامج تدريبية لإنتاج رسالة إعلامية إيجابية لمصلحة السودان وأثيوبيا وتوظيف القدرات والإمكانات لدى كليات الإعلام ومؤسساته المهنية في البلدين لصالح تأهيل القائمين بالاتصال بكل من الإذاعة (الراديو والتلفزيون) بالسودان وأثيوبيا.

16. كشفت الدراسة أن الواقع الذي تعمل فيه وسائل الإعلام خاصةً الإذاعة (الراديو والتلفزيون) بالسودان يحتاج إلى تنسيق وعمل إعلامي علمي لمعالجة القضايا والمشاكل التي تحد من الأداء في البلدين وتبادل الإمكانات والقدرات لصالح إنتاج رسالة إعلامية تعزز لعلاقات البلدين.

17. أكدت الدراسة على دور الإذاعة (الراديو والتلفزيون) في خدمة العلاقات الدولية وتقوية وتعزيز علاقات الشعوب خاصةً بين السودان وأثيوبيا.

18. أظهرت الدراسة أن السياسة التحريرية والاهتمام بها تشكل أحد أهم الأبعاد الإعلامية للأمن القومي والخطاب الإعلامي وأنها تشكل حماية لقيم الدولة من التهديدات الخارجية.

19. كشفت الدراسة أن السياسة التحريرية (المكتوبة) تساهم في الحفاظ على السيادة الوطنية وتعزز للعلاقات الثنائية والإقليمية والدولية وأنها تساهم في تقوية العلاقات الثنائية وتوصيل رسالتها للجمهور.

20. كشفت الدراسة ضعف الإلمام بالتخطيط والتخطيط الاستراتيجي للسياسة الإعلامية والتحريرية بين الهيئتين العامتين للإذاعة (الراديو والتلفزيون) مما أدى لضعف الإنتاج الإخباري والبرامجي بين البلدين.

21. أظهرت الدراسة أن السودان يتمتع بتراث فني وثقافي كبير يستمع ويشاهده الجمهور الأثيوبي. ويمكن توظيفه لتعزيز وتقوية العلاقات الثنائية بين البلدين. بينما كشفت الدراسة أن السودان لا يولي الاهتمام المماثل للتراث الفني الثقافي الأثيوبي في الإذاعة والتلفزيون بالسودان.

22. أكدت الدراسة على ضرورة تقوية وتطوير العلاقات بين السودان وأثيوبيا من خلال برامج الإذاعة والتلفزيون في البلدين. وكشفت الدراسة غياب خريطة برامجية يعتمد عليها في الهيئتين.

23. أوضحت الدراسة أن المناسبات التي تمر على البلدين من أعياد وطنية ومناسبات اجتماعية (المواسم الزراعية والإنتاج وأيام التراث والثقافة) لا تحظى بالتغطية الإذاعية (الراديو والتلفزيون) الكافية في البلدين.

24. أوضحت الدراسة الإمكانات المقدرة التي تحظى بها المكتبة الإذاعية بالهيئة العامة للإذاعة الأثيوبية (أغاني سودانية، مواد أرشيفية تاريخية مهمة) لم تستفد منها الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان، كما كشفت الدراسة أن المكتبة الإذاعية بالهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان بها مواد إذاعية (أثيوبية) يمكن الاستفادة منها في البرامج الإذاعية لأثيوبيا.

ثانياً: التوصيات:

توصل الكاتب لعدد من التوصيات وهي:

1. أن تكون لدولة السودان سياسة تحريرية مكتوبة حتى يتسنى لوسائل الإعلام القيام بمهامها وواجباتها على الوجه الأكمل.

2. أن تعمل أثيوبيا على تقويم سياساتها التحريرية التي أجازها البرلمان وتعمل بها وسائل الإعلام وهيئة الإذاعة الأثيوبية (الراديو والتلفزيون) بصورة دورية تجويداً للأداء وفقاً لما نص عليه قرار إجازتها من

البرلمان الذي حدد أن تقوّم هذه السياسات كل خمس سنوات من تاريخ إجازتها.

3. ضرورة أن تقوم هيئتي الإذاعة (الراديو والتلفزيون) بالسودان وأثيوبيا بعمل سياسات تحريرية مشتركة وإنشاء إذاعات وقنوات مشتركة تتوافق وطبيعة وخصوصية علاقات البلدين أسوةً بقرار الإذاعات والقنوات المشتركة مثل (إذاعة وادي النيل من الخرطوم والقاهرة).

4. يوصي الباحث بتنظيم لقاءات علمية منهجية لكيفية وضع وتطوير السياسات التحريرية بصورة مشتركة بين السودان وأثيوبيا تحقيقاً لأهداف تعزيز وتطوير العلاقات الثنائية بين البلدين.

5. أن يهتم القائمون على وضع السياسات التحريرية بأمر الإذاعات والقنوات الخاصة في البلدين من مشاركة في وضع تلك السياسات والعمل على تبنيها تعزيزاً وتقويةً وتطويراً وتعميقاً للعلاقات بين السودان وأثيوبيا.

6. على إدارة هيئتي الإذاعة (الراديو والتلفزيون) بالسودان وأثيوبيا إيلاء الاهتمام ببرنامج تدريب مشترك للعاملين في الإذاعة والتلفزيون في البلدين لرفع كفاءتهما وتقديم برامج ذات خصوصية تخدم وتطور علاقات البلدين.

7. أهمية تشجيع البحث العلمي من هيئتي الإذاعة (الراديو والتلفزيون) في البلدين وتقوية عمل إدارات البحوث والدراسات بكلا الهيئتين وتطوير أداء دراسات الرأي العام لمعرفة اتجاهاته خاصة مستقبلي برامج الإذاعة والتلفزيون.

8. أهمية أن تتبنى الإذاعة (الراديو والتلفزيون) في السودان وأثيوبيا علاقات تنسيقية وتعاون وثيق بينهما وبين الإذاعات والتلفزيونات والقنوات بالمركز والولايات والأقاليم والتأكد من التزام تلك الإذاعات والتلفزيونات بالسياسات الإعلامية والتحريرية المشتركة في البلدين.

9. أهمية عقد مؤتمر للإعلام المشترك خاصة لمراجعة وتقويم السياسات الإعلامية والتحريرية، ووضع وإجازة موجهات وضع البرامج الإذاعية والتلفزيونية المشتركة بين السودان وأثيوبيا وبما يعزز ويقوي ويطور تلك العلاقات إلى الأفضل.

10. مراجعة وتقويم وتقوية السياسات الإعلامية والتحريرية على مستوى

قيادات البلدين والمشتغلين بوضع السياسات الإعلامية والتحريرية بما يخدم سياسة حسن الجوار والقيم الإنسانية المشتركة والمصالح المتبادلة.

11. يوصي الباحث هيئتي الإذاعة (الراديو والتلفزيون) في السودان وأثيوبيا للإسراع بتكوين فريق هندسي فني من البلدين لمراجعة أداء أدوات وسائل البث الإذاعي والتلفزيوني والأقمار الاصطناعية لضمن تغطية البث لمناطق وجغرافية البلدين.

12. إعداد برامج إذاعية وتلفزيونية ذات طبيعة خاصة لسكان الحدود في البلدين خاصة تلك التي بها مشروعات للتنمية (سد النهضة، بني شنقول، الفقشة) بما يعزز للعيش بأمان وسلام ومحبة ومودة وتراعي مصالح البلدين بوضع سياسات إعلامية وتحريرية أكثر تخصصاً لهذه المناطق.

13. فتح مكاتب للهيئتين بكل من الخرطوم وأديس أبابا لتبادل نظام الأخبار الذي يقدم بكل من الإذاعة والتلفزيون في البلدين بما يقلل من الأخبار الشخصية إلى الأخبار الموضوعية ذات الأثر والانعكاس الإيجابي لصالح السودان وأثيوبيا.

14. أهمية وضرورة الاهتمام بنظام المعلومات وقواعد البيانات الخاصة بالإذاعة (الراديو والتلفزيون) في السودان وأثيوبيا والعمل على تحديثها أول بأول.

15. أهمية إنشاء شبكة ترابط الإذاعة (الراديو والتلفزيون) في السودان وأثيوبيا، وتشكيل أقسام وإدارات متخصصة بها لتحقيق الانتشار للممارسات الإعلامية مثل (الإذاعات المجتمعية والمجلات المصغرة (Zines) والإنتاج الفيلمي والتلفزيوني، وغيرها) لتحقيق الانتشار بل والتوسع أيضاً في محتواها، والتعبئة المطلوبة.

16. الاستفادة من إسهام الانترنت في التفاعل مع الإذاعة (الراديو والتلفزيون) في البلدين بإتاحة فرص للنشر والتفاعل والاتصال، خاصة بعد ظهور الجيل الثاني من شبكة الويب والتي جعلت من الانترنت مجالاً خصباً لنشأة العديد من الممارسات الإعلامية التي تتنوع ما بين النص والصوت والصورة والفيديو، والمدونات المكتوبة والمسموعة والمرئية وتطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي والتدوين المصغر على (تويتر) ومواقع

صحافة المواطن ومواقع المصدر المفتوح (Open Source Websites) وذلك بغرض استقطاب جمهور هذه الوسائط لجمهور الإذاعة والتلفزيون في السودان وأثيوبيا.

17. على إدارات الإذاعة والتلفزيون بالسودان وأثيوبيا إعلان السياسات الإعلامية والتحريرية الموثقة (مكتوبة) في مواقع العاملين مما يساعد على نشر الوعي وعدم وقوعهم في الخطأ أو المزاجية والأهواء الفردية ويجعل من مصلحة السودان وأثيوبيا الهدف الاسمى والرسالة الإعلامية.

18. توثيق مفهوم الدراسة أو التخصص في أجزاء منها مثل:

19. أثر وضع السياسات الإعلامية والتحريرية في استقرار المؤسسات الإعلامية خاصةً الإذاعة (الراديو والتلفزيون).

20. استخدامات التقنية في تطوير برامج السياسات الإعلامية والتحريرية.

21. العلاقات الفردية ما بين علم الإعلام والعلوم الأخرى في مجال السياسات الإعلامية والتحريرية.

22. العمل على إزالة المعوقات التي تواجه الأجهزة الإعلامية في البلدين والعاملين فيهما خاصة عند تغطية أحداث الأزمات والكوارث وتنمية روح المسئولية الكاملة بين وسائل الإعلام وأفراد المجتمع والأجهزة الأخرى.

23. تنمية الثقافة الإعلامية بالنشر والتوعية للسياسات الإعلامية والتحريرية ترسيخاً لمفاهيم التعاون المجتمعي والمؤسسي والإعلامي بما يحقق الازدهار والنجاح والاستقرار.

24. ضرورة الاهتمام بالبرامج الإذعية والتلفزيونية التي تعالج الأحداث والظواهر والتطورات الخاصة بالحياة الثقافية والاجتماعية والاهتمام بجمهورها النوعي وتخصيص وقيام الأيام المشتركة والمفتوحة التي تبث عبر الهيئتين.

25. أهمية السياسات الإعلامية والتحريرية تجاه أخبار النجوم والسينما والمسرح والرسم، من خلال توظيف برامج إذاعية وتلفزيونية قائمة على السياسات الإعلامية بشان (الصحافة الفنية، المسرح، السينما، الموسيقى،

وصناعــة الفنــون التشــكيلية).

26. تبــادل الإرث الثقــافي والفنــي والســياسي الــذي تحويــه المكتبــات الإذاعيــة والتلفزيونيــة بــكل مــن الســودان وأثيوبيــا.

27. أن تهتــم السياســات الإعلاميــة والتحريريــة بــين الســودان وأثيوبيــا بالإعــلام الريــاضي في جميــع ضروبــه خاصــة عــلى صعيــد برامــج الإذاعــة والتلفزيــون واســتيعاب كل مــا هــو جديــد في المجــال الريــاضي والتجــاوب معه وذلــك بغرض تكويــن اتجاهــات إيجابيــة لــدى الجمهــور نحــو مفاهيــم الرياضــة التنافســية والرياضــة للجميــع، وتوعيــة الجماهــير الرياضيــة بمبــادئ الــروح الرياضيــة والســيطرة عــلى الجمهــور الريــاضي وتوجيــه مشــاعره نحــو وجهــات محــددة، والتأثــير في ســلوكيات الجماهــير ودفعهــم للمشــاركة الفعالــة في تحقيــق أهداف وفلســفة الرياضــة في المجتمــع.

28. الاهتمــام بالبرامــج الأخباريــة والبرامــج التثقيفيــة والحواريــة والترويحيــة والترفيهيــة والتجاريــة (التســويق عــبر وســائل الإعــلام) القائمــة عــلى سياســات إعلاميــة وتحريريــة متفــق عليهــا بــين الســودان وأثيوبيــا.

29. عمل دراسات وبحوث في السياسات الإعلامية في مجالات الصحافة.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المصادر:

القرآن الكريم، سورة النمل، الآيات 22-23، سورة الحجرات، الآية 13.

كتب السنة النبوية:

1. البخاري، كتاب شرح البارئ لصحيح البخاري، كتاب البيوع، باب الحلال بين والحرام بين وبينهما أمر متشابهات، الحديث رقم 1946.
2. البيهقي والطبراني، كتاب سلسلة الأحاديث الصحيحة، للشيخ محمد ناصر الدين الألباني، المجلد الثالث، 3/106.
3. مسلم: المدخل إلى السنن الكبرى للبيهقي «باب لا تُحدث قوماً حديثاً لا تبلغهُ» حديث رقم490.
4. صحيح مسلم (حديث رقم: 2564).

القواميس والمعاجم:

1. أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور، لسان العرب، بيروت، ، ط1، دار صادر، 1995م.
2. الفيروز أبادي، القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1987م.
3. المعلم بطرس البستاني، محيط المحيط، قاموس مطول للغة العربية، لبنان، دون تاريخ.
4. المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، القاهرة، الطبعة الثانية منقحة، مطبعة الشروق الدولية، القاهرة، 2011م

الدراسات والبحوث العلمية:

1. أحمد عمر عبد الرسول، العوامل المؤثرة في انتقاء المادة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2010م.

2. أسامة ميرغني راشد، فاعلية الإعلام الجديد في تشكيل الوعي السياسي بالسودان، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة أفريقيا العالمية، 1439هـ - 2018م.

3. إكرام الصادق بشرى، السياسات التحريرية وانعكاساتها على إنتاج البرامج الإخبارية، بالتطبيق على إذاعة أم درمان القومية، 2013 – 2016م، كلية الدراسات الإعلام، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 1438هـ - 2017م.

4. أميمة الخير عوض إبراهيم، مستقبل العلاقات السودانية الأثيوبية على ضوء المصالح المائية المشتركة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات الاقتصادية والاجتماعية، جامعة النيلين، 2019م.

5. بدر الدين أحمد إبراهيم، تكنولوجيا البث الفضائي وتطور الإنتاج التلفزيوني، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ديسمبر 2000م.

6. حديد الطيب السراج، تخطيط وإنتاج البرامج في تلفزيون السودان، دراسة وصفية تحليلية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، 2005م.

7. حمدي حسب الرسول سليمان الثابت والمتغير في سياسة السودان الخارجية تجاه أثيوبيا دراسة دكتوراه غير منشوره، جامعة افريقيا العالمية 1434 -2013 م

8. خالد محمد عربي، العوامل المؤثرة في إنتاج برامج الأخبار الإذاعية، دراسة حالة لإدارة البرامج الإخبارية في الإذاعة السودانية، رسالة ماجستير غير منشورة، 2008-2009م، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2009م.

9. رمضان حسن مبروك، رمضان حسن مبروك، التخطيط الإعلامي في الدول النامية، رسالة ماجستير (القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1976م).

10. صباح حسن عثمان، إدارة المؤسسات الإعلامية وانعكاساتها على إنتاج الرسالة التلفزيونية بالتطبيق على تلفزيون السودان في الفترة من

2017م-2019م، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان، 2019م.

11. الطيب إمام الشيخ، التطور التقني وأثره في إدارة المؤسسات الإعلامية، دراسة وصفية تحليله على الهيئة السودانية للإذاعة والتلفزيون، قطاع التلفزيون، رسالة ماجستير غير منشورة في الفترة من 2001م – 2003م، كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية، 2003م.

12. عبدالله حسن تامون، السياسات الإخبارية وانعكاساتها على الأداء المهني بالفضائيات العربية، دراسة حالة بقناتي الجزيرة والعربية، في الفترة من يناير 2010م – 2015م، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة أفريقيا العالمية، 1439هـ - 2017م

13. عثمان عوض الكريم محمدين، تخطيط البرامج في تلفزيون السودان (1995م – 1998م)، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية، 2000م.

14. كوثر إبراهيم الضو، دور التلفزيون في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا السياسية، دراسة تطبيقية على مشاهدي تلفزيون السودان، كلية الإعلام، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2010م.

15. كوثر أحمد عبد القادر، السياسات الإعلامية العربية ودورها في تطوير الفضائيات الوطنية، دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على الفضائية السودانية في الفترة من 2006م- 2008م، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية، 2009م.

16. محمد عبد الهادي علام، الإشكاليات التي تواجه الإعلام البديل، دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، جامعة عين شمس، 2016م.

17. معتصم بابكر مصطفى، الإذاعات الدولية وتأثيرها في تشكيل الرأي العام، دراسة وصفية تحليلية على اتجاهات الرأي العام السوداني، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية، 1997م.

18. موسى طه تاي الله، دور الإدارة الإستراتيجية في تطوير المؤسسات الإعلامية بالتطبيق على الهيئة السودانية للإذاعة والتلفزيون، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في الإدارة العامة، في الفترة 2001م-2005م غير منشور- جامعة الخرطوم، كلية الدراسات العليا، معهد دراسات الإدارة العامة والحكم الاتحادي، ربيع الأول 1427هـ- الموافق ابريل 2006م.

19. هاشم محمد محمد صالح – بحث بعنوان (نظم وسياسات الاتصال – دراسة تحليلية لسياسات وبنيات الاتصال في السودان – رسالة دكتوراه منشورة – جامعة أم درمان الإسلامية – كلية الإعلام- 1999م.

20. هشام محمد عباس، الممارسة الإعلامية للقائم بالاتصال في الإعلام السوداني، دراسة تطبيقية على عينة من القيادات الإعلامية في الفترة 1995م- 2002م، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية، 2003م.

21. هند حسانين أحمد، العوامل المؤثرة على السياسات التحريرية للمواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء العربية، رسالة دكتوراه منشورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة أسيوط، يوليو- ديسمبر 2018م

22. ياسر محجوب الحسين، دور الفضائيات العربية في تشكيل الرأي العام، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، فبراير 2008م.

الكتب العربية:

1. اسماعيل علي سعيد، الاتصال الإنساني في الفكر الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2007م.

2. إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، الطبعة الثانية، القاهرة، دار الفكر العربي، 1985م.

3. إبراهيم عبد الله المسلمي، إدارة المؤسسات الصحفية، ط2، دار الفكر العربي، 2007م.

4. إبراهيم محمد عبد الهادي المليجي، الإدارة وأنواعها وعملياتها، القاهرة، دار المعرفة الجامعية، 2003م.

5. ابـن عيـسى الطاهـر، بالطاهـر، فاعليـة المسـلم المعـاصر، روايـة في الواقـع والطمـوح، دار البيـادق، بـيروت، لبنـان، 2013م.

6. أبـو الحسـن عبـد الموجـود، التطويـر الإداري في منظمـات الرعايـة الاجتماعيـة، ط1، الإسـكندرية، المكتـب الجامعـي، 2007م.

7. أبوبكـر منـوي، التخطيـط القومـي والإقليمـي والمحـلي، المنظمـة العربيـة للعلـوم الإداريـة، القاهـرة، بـدون تاريـخ.

8. أحمـد بـدر، مناهـج البحـث في علـم المعلومـات والمكتبـات، المملكـة العربيـة السـعودية، الريـاض، دار المريـخ للنـشر، 1988م.

9. اسـماعيل عـلي سـعيد، أشرف فهمـي خوخـة، السياسـات الإعلامية في المؤسسـات الحكوميـة، دار المعرفـة الجامعية، ط1، الإسـكندرية، 2011م.

10. أمـين فـؤاد وعـلي محمـد، الأصـول العلميـة لـلإدارة والتنظيـم، القاهـرة، مطابـع الـولاء الحديثـة، 2006م.

11. جمـال العطيفـي، الحـق في الإعـلام في قضيـة التخطيـط الإعلامـي في الوطـن العربـي.

12. حديـد الطيـب الـسراج، الإعـلام الإذاعـي ودوره في الوعـي القومـي في السـودان، الخرطـوم، 2011م.

13. حسـن عمـاد مـكاوي، عاطـف عـدلي العبـد، نظريـات الإعـلام، ط1، مركـز بحـوث الـرأي العـام، القاهـرة، 2007م.

14. الحكيـم فـواز، سوسـيولوجية الإعـلام الجماهـيري، ط1، دار أسـامة للنـشر والتوزيـع، 2011م، عمـان، الأردن.

15. حميـد حامـد الدليمـي، التخطيـط الإعلامـي (المفاهيـم والإطـار العـام)، دار الـشروق، عمـان، 1998م.

16. الرجبـي، محمـود، كيـف تعـد وتقـدم برنامجـاً تلفزيونيـاً، عمـان، مؤسسـة الفرسـان للنـشر والتوزيـع، 2014م.

17. زيدان عبد الباقي، المنهج في البحوث الاجتماعية، ط5، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1975م.

18. سعد لبيب، دراسات في العمل التلفزيوني العربي، بغداد، العراق، 1984م.

19. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام(الأسس والمبادئ)، عالم الكتب، القاهرة، 1983م.

20. سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، القاهرة، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، 1995م.

21. شريف اللبان وهشام عطية، مقدمة في مناهج البحث العلمي، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2008م.

22. صالح بن حمد العساف، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، ط1، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2003م، مكتبة العبيكان.

23. عاطف عدلي العبد، التخطيط الإعلامي (الأسس النظرية والنماذج التطبيقية)، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2009م.

24. عامر إبراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2008م.

25. عبدالحميد إبراهيم، دليل الرسائل الجامعية من البداية إلى النهاية، ط1، دار المعارف، القاهرة، 1992م.

26. عبدالرازق محمد الدليمي، التخطيط الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012م.

27. عصام حسن الدليمي، علي عبدالرحيم صالح، البحث العلمي أسسه ومناهجه، دار الرضوان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014م.

28. علي السلمي، التخطيط والمتابعة، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 1995م.

29. علي عبدالفتاح كنعان، التخطيط وتنظيم البرامج الإعلامية، دار الإمام للنشر، عمان، 2014م.

30. عـوض إبراهيـم عـوض، الإذاعـة في نصـف قـرن، الخرطـوم، شركـة الخرطـوم للطباعـة والنـشر، أبريـل 2001م.

31. فـوزي غرابيـة وآخـرون، أسـاليب البحـث العلمـي في العلـوم الاجتماعيـة والإنسـانية، عمـان، دار وائـل للنـشر، 2008م.

32. ماجـد الكيلانـي، التربيـة والتجديـد وتنميـة الفاعليـة عنـد العربـي المعـاصر، دار القلـم، دبـي، الإمـارات، دون تاريـخ.

33. محمـد الكرخـي، التخطيـط الاسـتراتيجي المبنـي عـلى النتائـج، وزارة الثقافـة والفنـون، الدوحـة، قطـر، بـدون تاريـخ.

34. محمـد النـادي، الإيجابيـة حيـاة الأفـراد والمجتمعـات، دار القلـم، دبـي، الإمـارات، بـدون تاريـخ.

35. محمـد سـعد الديـن، قـراءة في الإعـلام المعـاصر والإعـلام الإسـلامي، دار بـيروت المحروسـة، بـيروت، 1991م.

36. محمـد سـيد محمـد، المسـئولية الإعلاميـة في الإسـلام، القاهـرة، مكتبـة الناجحـي، القاهـرة، مـصر، دار الرفاعـي، 1983م.

37. محمـد شـومان، العولمـة ومسـتقبل الإعـلام، القاهـرة، مركـز الدراسـات السـودانية، 2000م.

38. محمـد عبدالحميـد، البحـث العلمـي في الدراسـات الإعلاميـة، عالـم الكتـب، جامعـة حلـوان، القاهـرة، 2000م.

39. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، الفجر للنشر والتوزيع، 2003م.

40. مختـار التهامـي، تحليـل مضمـون الدعايـة في النظريـة والتطبيـق، القاهـرة، دار المعـارف.

41. مصطفـى يوسـف كافي، الإعـلام والـرأي العـام والعلاقـات العامـة في مواجهـة الأزمـات، دار الحامـد للنـشر والتوزيـع، 2017م.

42. منـال هـلال المزاهـرة، نظريـات الاتصـال، ط1، دار المسـيرة للنـشر والتوزيـع والطباعـة، عمـان، الأردن، 2012م.

43. هشام محمد عباس زكريا، القائم بالاتصال رؤية في الواقع السوداني، ط1، الخرطوم، مطبعة الجمهورية.

44. الكتب المترجمة:

45. ساهيد أديجوموبي، تاريخ أثيوبيا، ترجمة: مصطفى مجدي الجمال، المركز القومي للترجمة، القاهرة، مصر، ط1، 2018م.

46. هريرن شيلرر، تكنولوجيا الإعلام واقتصاد السودان، ترجمة عبد السلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة، العدد (206)، 2000م.

المجلات و الدوريات:

1. هادي نعمان العيني، ملاحظتان حول حدود ومجالات استخدام مناهج وطرق البحث العلمي، بحوث الإذاعة والتلفزيون في الوطن العربي، مجلة الشئون العربية، تونس، فبراير، 1999م.

2. أمين حسن عمر، ورقة عمل بعنوان: هوامش على ورقة الإستراتيجية الإعلامية، مركز الدراسات الإستراتيجية الخرطوم، سلسلة أوراق إستراتيجية بعنوان، السياسات الإعلامية في السوان.

3. جمال محمد ضلع : التغير السياسي والتحول الديمقراطي في أثيوبيا، بحث مقدم إلى مؤتمر مستقبل الديمقراطية في افريقيا مركز البحوث والدراسات الافريقية جامعة القاهرة، الفترة من 18 – إلى 19 مارس 2000.

4. مجلة الإذاعة والتلفزيون، أثيوبيا العدد الخاص بمناسبة اليوبيل الذهبي للتلفزيون الإثيوبي، مجلة الإذاعة والتلفزيون، السودان، العدد .

5. التقارير:

6. راشويت موكوندو، تقرير منظمة دعم وسائل الإعلامالدولية (ISM)، كوبنهاجن، 2018م. 79ـ السياسة التحريرية لوسائل الإعلامالأثيوبية، لهيئة الإذاعة (الراديو والتلفزيون) (Ethiopian Broadcasting Policy، EBC) ، 2014.

7. مركـز دراسـات الـشرق الأوسـط وأفريقيـا، علاقـات السـودان بالشرق الأوسـط وأفريقيـا، الخرطـوم، التقريـر السـنوي لعـام 2002م، ص 142 .

المقابلات الشخصية:

1. الأمانـة العامـة لمجلـس الـوزراء بأثيوبيـا مديـر إدارة الإحصـاء السـكاني – أديـس أبابـا.

2. الأمانـة العامـة لمجلـس الـوزراء بالسـودان مديـر إدارة الإحصـاء السـكاني – الخرطـوم.

3. الأمين العام المجلس الأعلى للصحافة والإعلام الأثيوبية، أديس أبابا.

4. الأمين العام لمجلس الاتصالات الأثيوبية، أديس أبابا.

5. أمين المجلس القومي للتخطيط الإستراتيجي بالسودان – الخرطوم.

6. أمـين المجلـس القومـي للصحافـة والمطبوعـات الصحفيـة، بالسـودان – الخرطـوم

7. مدير التخطيط الإستراتيجي بأثيوبيا- أديس أبابا.

8. مدير العلاقات العامة بوزارة الإعلام السودانية

9. مدير العلاقات العامة بوزارة العدل بأثيوبيا- أديس أبابا.

10. مدير العلاقات العامة بوزارة العدل بالسودان- الخرطوم

11. مدير الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون – أثيوبيا.- أديس أبابا.

12. مدير الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون السودان، أم درمان - الملازمين

13. مدير وكالة الأنباء الأثيوبية.

14. مدير وكالة الأنباء السودانية (سونا).

15. مديـرو البرامـج بالإذاعـة والتلفزيـون بالسـودان وأثيوبيـا. (أم درمـان – أديـس أبابا).

16. المواقع الإلكترونية:

17. موقع هيئة الإذاعة البريطانية B.B.C على الشبكة الدولية، الإنترنت. متاح على الرابط: https://www.bbc.com/، تم الدخول بتاريخ 20 ديسمبر 2017م. الساعة 12:21.

18. موقع هيئة الإذاعة والتلفزيون بأثيوبيا على فيس بوك..https://www.facebook.com/

19. موقع هيئة الإذاعة والتلفزيون بأثيوبيا على تويتر .https://twitter.com/ebczena/

20. موقع وكالة الأنباء السودانية (سونا). https://www.suna-sd.net

21. موقع وكالة الأنباء الأثيوبية. https://www.ena.et

22. موقع السفارة السودانية بأثيوبيا . https://123vusa.info

23. صفحة السفارة الأثيوبية بالخرطوم . https://facebook.com

24. الموقع الإلكتروني لموقع شبكة الجزيرة الإخبارية. https://www.aljazirra.net

25. موقع الهيئة العامة لإذاعة والتلفزيون «أم درمان» .https://suna-sd.net/posts/alhyy-alaaam-llathaaa-oaltlfzyon-ohyyalathaaa-oaltlfzyon-balshmaly-tokaaan-mthkr-tfahm

الملاحق

ملحق رقم (1)

جامعة أفريقيا العالمية

عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي والنشر

كلية الإعلام

قسم الإذاعة والتلفزيون

استبـانة تحليل للخبراء

فاعلية السياسة التحريرية في إنتاج الرسالة الإعلامية

وانعكاساتها على العلاقات الثنائية

دراسة وصفية حالة السودان وأثيوبيا

للفترة (1430هـ - 1442هـ / 2009م -2020م)

الأخ الكريم / الأخت الكريمة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

نرجـو التكـرم بمـلء هـذه الاسـتمارة، علمـاً بـأن مشـاركتك المقـدرة بالـرأي والمعلومة يسـاعد الباحـث في أن يتحصـل عـلى مادة علميـة في مجـال البحـث العلمي، والاسـتبانة وسـيلة وأداة بحثيـة علميـة كميـة تسـتخدم لأغـراض البحـث العلمـي فقط.

هذا ويرجو الباحث التكرم بالإجابة بدقة عليها. لتسهم في تحقيق المضمون

ولكم الشكر

الباحث/ مزمل سليمان حمد محمد عبد الله

السودان – الخرطوم

1440 هـ - 2019م

البيانات الشخصية:

1/ **النوع:** (ذكر / أنثى)

2/**العمر:**

أ/ 25 -30 سنة ب/ 31- 36 سنة ج/ 37- 42 سنة

د/ 43-48 سنة هـ/ 49 سنة فأكثر

3 / **المستوى التعليمي**

أ/ جامعي ب/ فوق الجامعي

4/ **التخصص:** .....

5/ **المهنة:**

أ/ صحفي ب/ سياسي ج/ إداري بالإذاعة

د/ إداري بالتلفزيون هـ/ مذيع و/ مراسل

ز/ مصور ح/ منتج ط/ ناشر

أخرى تذكر: .....

ثانياً: البيانات الموضوعية:

6/ واقعية السياسة التحريرية في السودان وأثيوبيا

ضع علام على الإجابة التي تراها صحيحة:

العبارة	أوافق تماماً	أوافق	لا علم لي	لا أوافق	لا أوافق مطلقاً
1. يوجد سياسة تحريرية لوسائل الإعلام السودانية والأثيوبية.					
2. السياسة التحريرية بين وسائل الإعلام السودانية والأثيوبية دائماً ما تكون غير مستقرة.					
3. توجد سياسة تحريرية للإذاعة والتلفزيون.					
4. السياسة التحريرية لدى الإذاعة والتلفزيون في البلدين دائماً ما تكون شفاهة.					
5. السياسة التحريرية دائماً تصلكم عن طريق النشرات الدورية.					
6. يتم التعرف على السياسة التحريرية عن طريق رابط إلكتروني في البلدين.					
7. السياسة التحريرية يتم التبلغ عنها عادة من خلال الاجتماع الخاص بتحرير الأخبار وإعداد البرامج شفاهة.					
8. السياسة التحريرية تنزل علينا من خلال مكتوب عبر مدير المؤسسة أو مدير البرامج أو رئيس التحرير.					
9. السياسة التحريرية تستنبطونها من خلال متابعتكم للقاءات وتصريحات المسؤولين بالحكومة.					
10. أشارك في وضع سياسة تحريرية للمؤسسة التي أعمل فيها من خلال وظيفتي.					
11. السياسة التحريرية ترسم لنا حدوداً فاصلة بين عمل الإعلامي والإعلانات التجارية وتحدد خطوطاً واضحة بين الإعلامي والشركات ورجال الأعمال.					
12. السياسة التحريرية تفصل بين العمل الإعلامي للوطن والحزب					

13. السياسة التحريرية هي التي تحدد لنا تناول المصطلحات السياسية في التناول الإعلامي لقضايا البلدين.					
14. توجد سياسة تحريرية واضحة لتناول أخبار السودان وأثيوبيا.					
15. السياسة التحريرية إنتاج أخبار وبرامج نوعية لتغطية الأحداث في كلا البلدين.					
16. يتم أطلاعنا على السياسة التحريرية بين السودان وأثيوبيا عن طريق شخص مسؤول بالخارجية أو عن طريق هيئة مسؤولة من ذلك.					
17. من فوائد السياسة التحريرية عمل قوائم مرجعية للمتحدثين والخبراء في مختلف الموضوعات بما يعزز العلاقات بين البلدين.					
18. تتبع الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان التخطيط المنهجي السياسة التحريرية.					
19. تتبع هيئة الإذاعة الأثيوبية التخطيط المنهجي السياسة التحريرية.					
20. السياسة التحريرية لدي الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان يتم وضعها عن طريق رئاسة الجمهورية بجانب وزارة الإعلام وتنزل لنا عن طريق المدير العام للهيئة.					
21. السياسة التحريرية ترسم لنا حدوداً فاصلة بين عمل الإعلامي والإعلانات التجارية وتحدد خطوطاً واضحة بين الإعلامي والشركات ورجال الأعمال.					
22. السياسة التحريرية تفصل بين العمل الإعلامي للوطن والحزب					
23. السياسة التحريرية هي التي تحدد لنا تناول المصطلحات السياسية في التناول الإعلامي لقضايا البلدين.					
24. توجد سياسة تحريرية واضحة لتناول أخبار السودان وأثيوبيا.					

25. يتم وضع السياسة التحريرية لدي هيئة الإذاعة الأثيوبية عن طريق رئاسة الجمهورية ووزارة الإعلام وتنزل لنا عن طريق المدير العام للهيئة.					
26. الذين يشاركون في صنع الخطط للسياسة التحريرية هم المدير العام ومدير البرامج ومدير إدارة الأخبار ورئيس تحرير الأخبار بالهيئة.					
27. توجد مرجعية للمعلومات لرسم ملامح التخطيط للسياسة التحريرية بهيئة الإذاعة والتلفزيون بالسودان.					
28. توجد مرجعية للمعلومات لرسم ملامح التخطيط للسياسة التحريرية لهيئة الإذاعة الأثيوبية.					
29. تتم المراجعة الدورية وتقويم السياسات الإعلامية بالسودان.					
30. تتم المراجعة الدورية وتقويم السياسة التحريرية بأثيوبيا.					
31. ضعف الإلمام بالتخطيط للسياسة التحريرية بين الهيئتين الإذاعيتين أدى إلى ضعف الإنتاج الأخباري والبرامجي في البلدين.					
32. كثيراً ما أثرت الأفكار والمعتقدات والأيدولوجيات للقائم بعملية الاتصال الإعلامي على فاعلية التخطيط للسياسة التحريرية وربط علاقة السودان وأثيوبيا.					
33. دائماً ما يتم عقد دورات تدريبية تساعد علي صقل الخبرات وتأهيل المقدرات العاملة في مجال التخطيط للسياسة التحريرية الخاصة بالسودان.					
34. دائماً ما يتم عقد دورات تدريبية تساعد علي صقل الخبرات وتأهيل القدرات العاملة في مجال التخطيط للسياسة التحريرية الخاصة بأثيوبيا.					
35. التخطيط للسياسة التحريرية يؤدي لترقية الإنتاج الأخباري والبرامجي ويساهم في تطوير العلاقات بين السودان وأثيوبيا.					

36. التشريعات الإعلامية بشأن السياسة التحريرية لدي السودان ضعيفة.						
37. التشريعات الإعلامية بشأن السياسة التحريرية لدي أثيوبيا ضعيفة.						

ثالثاً: السياسة الإعلامية وانعكاساتها على العلاقات الدولية بين السودان وأثيوبيا:

العبارة	أوافق تماماً	أوافق	لا علم لي	لا أوافق	لا أوافق مطلقاً
1. عملت السياسة التحريرية على تعظيم المصالح القومية بين البلدين.					
2. نجحت السياسة التحريرية على تعزيز التبادل الاقتصادي والتجاري بين البلدين.					
3. عملت السياسة التحريرية على التبادل الثقافي بين البلدين.					
4. عززت السياسة التحريرية حسن الجوار بين البلدين.					
5. عملت السياسة التحريرية في البلدين على التعاون الدولي بين البلدين.					
6. نجحت السياسة التحريرية على خلق علاقات التعايش بين شعبي البلدين.					
7. عملت السياسة التحريرية على تعزيز التعاون الأمني بين البلدين.					
8. عملت السياسة التحريرية على التقليل من شأن المشاكل الحدودية بين البلدين.					

رابعاً: محور السياسات التحريرية:

العبارة	أوافق تماماً	أوافق	لا علم لي	لا أوافق	لا أوافق مطلقاً
1. توجد سياسة تحريرية واضحة بشأن العلاقات بين السودان وأثيوبيا.					
2. للوصول إلى الحقيقية ونشرها لأخبار البلدين يتم دون تحيز.					
3. تعمل على عدم تحريف الوقائع والمعلومات والاقتباسات تحت أي ذرائع.					
4. تعمل عدم التلاعب بمحتوى الصور المتعلقة بالأخبار بحيث تؤدي إلى تشويه الوقائع.					
5. التحرى والدقة في نقل الخبر أهم لدينا من تحقيق سبق صحافي.					
6. التمسك بالمعايير المهنية كالصدق والحياد والدقة والتوازن دون تغليب اعتبارات سياسية أو عقائدية أو غيرها هو منهجنا في صياغة وبث أخبار البلدين.					
7. تقديم وجهات النظر المختلفة في تناول القضايا والبرامج دون محاباة أو انحياز لطرف على حساب الطرف الآخر.					
8. التعامل الموضوعي مع التنوع في المجتمع دون التميز على أساس الدين أو الجنس أو الإعاقة منهجنا في صياغة وتقديم الأخبار وإعداد وتقديم البرامج.					
9. الاعتراف بالخطأ فور وقوعه وتقديم الإعتذار المناسب وتفادي تكراره من أسس التحرير الأخباري لدينا في الإذاعة والتلفزيون.					
10. مراعاة الشفافية في التعامل مع الأخبار ومصادرها بما في ذلك حقوق الملكية الفكرية.					
11. عدم التعدي على خصوصية شخص لعمل خبر إلا في حالة التحقيق الصحافي في قضية خطيرة.					
21. التمييز بين الخبر والرأي في الخبر.					
13. القائم بالاتصال في إعلام البلدين يحتكم إلى ميثاق شرف مهني.					

خامساً: محور التحديات والمعوقات:

أ/ في تقديركم ما الرؤية الإستراتيجية القومية الشاملة بشأن السياسة التحريرية؟

1. .....
2. .....
3. .....
4. .....
5. .....
6. .....

ب/ كيفية تطوير الرؤية الإستراتيجية الإعلامية للهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان وهيئة الإذاعة الأثيوبية؟

1. .....
2. .....
3. .....
4. .....
5. .....

ج/ مقترحات لمواكبة الخطط البرامجية للإستراتيجية الإعلامية للسودان وأثيوبيا:

1. .....
2. .....
3. .....
4. .....
5. .....
6. .....

د/ مـا الآليـات المتبعـة للتطويـر والتدريـب للـكادر البـشري بالإذاعـة والتلفزيـون بالسـودان وأثيوبيـا:

1. .....
2. .....
3. .....
4. .....
5. .....
6. .....

هـ/ مـا الخطـط والبرامـج التـي تنتهجهـا الهيئـة العامـة للإذاعـة والتلفزيـون بالسـوداني وأثيوبيـا لمواكبـة التطـور التقنـي عـلى المسـتوى العالمـي:

1. .....
2. .....
3. .....
4. .....
5. .....
6. .....

و/ مـا المعالجـات التـي يمكـن مـن خلالهـا وتوفـير الاحتياجـات الضروريـة لعمـل الإذاعـة والتلفزيـون بالسـودان وأثيوبيـا:

1. .....
2. .....
3. .....
4. .....
5. .....
6. .....

ز/ رؤيتك المستقبلية للسياسة التحريرية بين السودان وأثيوبيا؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ي/ مقترحات لقيام مجلس للسياسات الإعلامية بين السودان وأثيوبيا:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

بسم الله الرحمن الرحيم

ملحق رقم (2)

جامعة أفريقيا العالمية

عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي والنشر

كلية الإعلام

قسم الإذاعة والتلفزيون

استبـانة الجمهور

فاعلية السياسة التحريرية في إنتاج الرسالة الإعلامية وانعكاساتها على العلاقات الثنائية

دراسة وصفية حالة السودان وأثيوبيا

للفترة (1430هـ - 1442هـ / 2009م -2020م)

الأخ الكريم / الأخت الكريمة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

نرجـو التكـرم بمـلء هـذه الاسـتمارة، علمـاً بـأن مشـاركتك المقـدرة بالـرأي والمعلومة يسـاعد الباحـث في أن يتحصـل عـلى مادة علميـة في مجـال البحـث العلمي، والاسـتبانة وسـيلة وأداة بحثيـة علميـة كميـة تسـتخدم لأغـراض البحـث العلمـي فقط.

هذا ويرجو الباحث التكرم بالإجابة بدقة عليها. لتسهم في تحقيق المضمون

ولكم الشكر

الباحث/ مزمل سليمان حمد محمد عبد الله
السودان – الخرطوم
1440 هـ - 2019م

البيانات الشخصية:

1/ النوع: (ذكر / أنثى)

2/العمر:

أ/ 18-23 سنة ب/ 23- 28 سنة ج/ 28-33 سنة د/ 33-38 سنة هـ/ 38 سنة فأكثر

3 / المستوى الأكاديمي:

أ/ أساس ب/ ثانوني

ج/ جامعي د/ فوق الجامعي

ثانياً: البيانات الموضوعية:

1/ فاعلية السياسات الإعلامية في تعزيز العلاقات الدولية بين السودان وأثيوبيا.

ضع علام على الإجابة التي تراها صحيحة:

العبـارة	أوافق تماماً	أوافق	لا علم لي	لا أوافق	لا أوافق مطلقاً
1. دائماً اسمع وأشاهد أخبار عن السودان وأثيوبيا في الإذاعة والتلفزيون.					
2. يومياً أستمع لأغاني أثيوبية عبر الإذاعة السودانية وأشاهدها عبر تلفزيون السودان					
3. يومياً أستمع لأغاني سودانية عبر إذاعة أديس أبابا والتلفزيون.					
4. تستضيف الإذاعة الأثيوبية والتلفزيون الأثيوبي محللين وخبراء سودانيين.					
5. تستضيف الإذاعة السودانية والتلفزيون السوداني محللين وخبراء أثيوبيين.					

6. الأحداث التي تحدث في السودان نتابعها عبر إذاعة أثيوبيا والتلفزيون.					
7. الأحداث التي تحدث في أثيوبيا نتابعها عبر إذاعة السودان والتلفزيون.					
8. للأسف أخبار السودان وأثيوبيا أتابعها من إذاعات وقنوات أجنبية.					
9. أي زيارة لمسؤول من أثيوبيا للسودان أعرفها من خلال متابعتي لإذاعة وتلفزيون أثيوبيا.					
10. أي زيارة لمسؤول من السودان لأثيوبيا أعرفها من خلال متابعتي لإذاعة وتلفزيون السودان					
11. زيارات الفرق الفنية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية الأثيوبية للسودان أعرفها من خلال متابعتي للإذاعة والتلفزيون الأثيوبي.					
12. زيارات الفرق الفنية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية السودانية لأثيوبيا أعرفها من خلال متابعتي للإذاعة والتلفزيون السوداني.					
13. مواعيد بث الأغاني والأخبار السودانية في إذاعة وتلفزيون أثيوبية مناسبة.					
14. مواعيد بث الأغاني والأخبار الأثيوبية في إذاعة وتلفزيون السودان مناسبة.					
15. فترة بث إذاعة أثيوبية على الموجة الـ F.M قليلة.					
16. فترة بث تلفزيون أثيوبية باللغة العربية قليلة.					
17. فترة بث إذاعة السودان عن أثيوبية اليومية قليلة.					
18. فترة، بث تلفزيون السودان عن أثيوبية يومياً قليلة.					
19. الإذاعة والتلفزيون في السودان حريصان على تناول عرض أخبار الجالية الأثيوبية في السودان.					
20. إذاعة وتلفزيون أثيوبية حريصان على تناول وعرض أخبار الجالية السودانية في أثيوبيا.					
21. اللغة الإعلامية المستخدمة في الإذاعة والتلفزيون السوداني عن أثيوبية مفهومة لديك.					

22. أخبار المزارعين ورجال الأعمال والاقتصاد عن المزارعين والتجار السودانيين أتابعها عن إذاعة وتلفزيون أثيوبيا.					
23. أخبار المزارعين ورجال الأعمال والاقتصاد عن المزارعين والتجار الأثيوبيين أتابعها عن إذاعة وتلفزيون السودان.					
24. أفضل برامج إذاعة وتلفزيون في إذاعة أثيوبية هو ما يطلبه المستمعون.					
25. أفضل برامج إذاعي وتلفزيوني في إذاعة وتلفزيون السودان هو ما يطلبه المستمعون.					
26. عند حدوث تطورات سياسية في السودان أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون السودان.					
27. عند حدوث تطورات سياسية في أثيوبيا أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون أثيوبيا.					
28. عند حدوث تطورات سياسية في السودان أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون أثيوبيا.					
29. عند حدوث تطورات سياسية في أثيوبيا أفضل أن أعرف حقيقتها من إذاعة وتلفزيون السودان.					

مقترحات:

أكتب عن أهم البرامج التي ترغب في أن تستمع وتشاهدها في إذاعة وتلفزيون السودان عن أثيوبيا:

1. .....
2. .....
3. .....
4. .....
5. .....
6. .....

أكتب مقترحاتك عن أهم البرامج التي ترغب في أن تستمع أو تشاهدها في إذاعة وتلفزيون أثيوبيا عن السودان:

1. .....
2. .....
3. .....
4. .....
5. .....

مقترحات عامة لتطوير البرامج الإذاعية والتلفزيونية بالسودان وأثيوبيا:

1. .....
2. .....
3. .....
4. .....
5. .....
6. .....

ملحق رقم (3)

IN THE NAME OF ALLAH THE MERCIFUL

THE COMPASSIONATE

INTERNATIONAL UNIVERSITY OF AFRICA

FACULTY OF MASS COMMUNICATION

RADIO AND TELEVISION DEPARTMENT

(FORM) AUDIENCE QUESTIONNAIRE

The effectiveness of editorial policy in producing the media message and its implications on international relations

A descriptive comparative study between Sudan and Ethiopia

For the period (1438 AH - 1442 AH / 2017 - 2020)

A thesis submitted to obtain a PHD. Degree in Media (Radio & TV.)

Dear Brother / Honorable Sister:

Peace, mercy and blessings of Allah be upon you

Please kindly fill out this form, knowing that your appreciated participation in opinion and information helps the researcher to obtain a scientific data in the field of scientific research, this questionnaire is a quantitative scientific research tool used for scientific research purposes only.

The researcher kindly requested that your answer to be accurate and a fruitful contribution.

Best Regards

Student: Muzamil Suleiman Hamad

Sudan - Khartoum

2019

I . PERSONAL DATA:

1. Gender: (Male / Female)

2. Age:

A) 18-23 years B) 23-28 years

C) 28-33 years D. 33-38 years

E. 38 years and over

3. Educational Level:

A . Primary B . Secondary

C . University D . Above university

I I . THE OBJECTIVE DATA:

The effectiveness of editorial policy in strengthening international relations between Sudan and Ethiopia.

Put asterisk (√) on the answer you think is correct:

STATEMENT	I totally agree	I agree	I don't know	I don't agree	I don't agree atall
1. I always listen and watch news about Sudan and Ethiopia on radio and television..					
2. Every day I listen to Ethiopian songs on Sudanese radio and watch it on Sudan TV.					
3. Every day I listen to Sudanese songs on Addis Ababa radio and TV.					
4. Ethiopian Radio and Ethiopian TV host Sudanese analysts and experts.					
5. Sudanese Radio and Sudanese TV are hosting Ethiopian analysts and experts.					
6. The events that happen in Sudan, we follow through Ethiopian Radio &TV.					
7. The events that occur in Ethiopia are followed up on Sudan Radio and television.					
8. Unfortunately, I am following news from Sudan and Ethiopia on foreign radio and TV channels.					
9. Any visit by an Ethiopian official to Sudan I know through my follow-up to Ethiopia Radio and TV.					
10. Any visit by an official from Sudan to Ethiopia, I know it through my follow-up to Sudan Radio and TV.					
11. Visits by Ethiopian artistic, cultural, social and economic groups to Sudan, I know it through my follow-up on Ethiopian radio and TV.					
12. The visits of Sudanese artistic, cultural, social and economic teams to Ethiopia, I know it through my follow-up on Sudanese radio and TV.					
13. The dates of broadcasting Sudanese songs and news on Ethiopian radio and TV are appropriate.					
14. The dates for broadcasting Ethiopian songs and news on Sudan Radio and TV are appropriate.					
15. The Ethiopian radio broadcasting period on the FM band is few.					
16. The broadcast period of Ethiopian TV in Arabic is few.					
17. Sudan Radio daily broadcast about Ethiopia is few.					

STATEMENT	I totally agree	I agree	I don't know	I don't agree	I don't agree atall
18. Sudan TV daily broadcast about Ethiopia is few.					
19. Sudan Radio &TV are keen to tackle the news of the Ethiopian community in Sudan.					
20. Ethiopian Radio &TV to tackle the news of the Sudanese community in Ethiopia.					
21. The media language used by Sudanese Radio &TV about Ethiopia is understandable to you.					
22. The media language used by the Ethiopian Radio &TV about Sudan is understandable to you.					
23. I follow Sudanese farmers, businessmen and economics news on Ethiopia Radio &TV.					
24. I follow Ethiopian farmers, businessmen and economics news on Sudan Radio &TV.					
25. The best radio and television program on Ethiopian radio is "with the audience".					
26. The best radio and television program on Sudan radio is "with the audience".					
27. When political developments occur in Sudan, I would prefer to know its truth via Sudan Radio &TV.					
28. When political developments occur in Ethiopia, I would prefer to know its truth via Ethiopia Radio &TV.					
29. When political developments occur in Sudan, I would prefer to know its truth via Ethiopia Radio &TV.					
30. When political developments occur in Ethiopia, I would prefer to know its truth via Sudan Radio &TV.					

Suggestions:

A. Write about the most important programs that you would like to listen to and watch on Sudan Radio and Television about Ethiopia:

1) .....

2) .....

3) .....

4) .....

5) .....

B. Write your suggestions on the most important programs that you would like to listen to or watch on Ethiopian Radio and Television about Sudan:

6) .....

7) .....

8) .....

9) .....

10) .....

C. General Suggestions for developing radio and television programs in Sudan and Ethiopia:

11) .....

12) .....

1) .....

2) .....

3) .....

ملحق رقم (4)

IN THE NAME OF ALLAH THE MERCIFUL THE COMPASSIONATE

INTERNATIONAL UNIVERSITY OF AFRICA

Deanship of Graduate Studies, Scientific Research and Publishing

FACULTY OF MASS COMMUNICATION

RADIO AND TELEVISION DEPARTMENT

(FORM) QUESTIONNAIRE FOR EXPERT ANALYSIS

The effectiveness of editorial policy in producing the media message and its implications on international relations

A descriptive comparative study between Sudan and Ethiopia

For the period (1438 AH - 1442 AH / 2017 - 2020)

A thesis submitted to obtain a PHD. Degree in Media (Radio & TV.)

Dear Brother / Honorable Sister:

Peace, mercy and blessings of Allah be upon you

Please kindly fill out this form, knowing that your appreciated participation in opinion and information helps the researcher to obtain a scientific data in the field of scientific research, this questionnaire is a quantitative scientific research tool used for scientific research purposes only.

The researcher kindly requested that your answer to be accurate and a fruitful contribution.

Best Regards

Student: Muzamil Suleiman Hamad

Sudan - Khartoum - 2020

I. PERSONAL DATA:

Gender: (Male/ Female:

Age: A 25-30 years B. 31-36 years

C. 37-42 years D. 43-48 years

E. 49 years and over

Educational Level:

A . University B. Above university

Specialization: ……

5. Profession:

A . Journalist B . Politician

C . Administrative on radio

D .TV administrator E . Broadcaster

F . Correspondent G . Cameraman

H . Producer I . Publisher

Others; mention it : ……

II. THE OBJECTIVE DATA:

6 . Reality of editorial policy in Sudan and Ethiopia

Put asterisk (√) on the answer you think is correct:

STATEMENT	I totally agree	I agree	I don't know	I don't agree	I don't agree atall
1. There are editorial policy for the Sudanese and Ethiopian media.					
2. Editorial policy between the Sudanese and Ethiopian media are always unstable.					
3. There are editorial policy for radio and television.					
4. Editorial policy of radio and television in both countries are always oral.					
5. Editorial policy always come to you via periodic bulletins.					
6. Editorial policy are identified through an electronic link in the two countries.					
7. Editorial policy are usually reported orally during the editing and programming meeting.					
8. Editorial policies are communicated to us through a letter written by the director of the institution, the programs director or the chief editor.					
9. You develop editorial policy by following up on the meetings and statements of government officials.					
10. I participate in the development of editorial policy for the institution in which I work through my job.					
11. Editorial policy draw a boundary between the work of the media and commercials, and define clear lines between the media, companies and businessmen.					
12. Editorial policy separate the media work of the homeland and for the party.					
13. Editorial policy is what determine our political terminology in media coverage of the two countries' issues.					
14. There is a clear editorial policy for news of Sudan and Ethiopia.					

15. Editorial policy produce quality news and programs to cover events in both countries.					
16. We are informed about the editorial policy between Sudan and Ethiopia through a person in charge of the Ministry of Foreign Affairs or through a body responsible for that.					
17. Among the benefits of editorial policy is the work of reference lists for speakers and experts on various topics in a manner that enhances relations between the two countries.					
18. Sudan Radio & Television Corporation (SRTC) follows systematic planning of editorial policy.					
19. The Ethiopian Broadcasting Corporation (EBC) follows systematic planning of editorial policy.					
20. Editorial policy of Sudan Radio & Television Corporation (SRTC) is set by the Presidency of the Republic next to the Ministry of Information and revealed to us through the Director General of the SRTC.					
21. Editorial policy is set by the Ethiopian Broadcasting Corporation (EBC) through the Presidency of the Republic and the Ministry of Information, and are transmitted to us through the General Director of EBC.					
22. Those involved in making editorial policy plans are the general manager, director of programs, director of news department, and the news editor–in-chief for the Corporation.					
.32 There is an information reference for shaping editorial policy planning for Sudan Radio & Television Corporation (SRTC).					
.42 There is an information reference to shape features for the Ethiopian Broadcasting Corporation's editorial policy.					
.52 There is a periodic review and evaluation for editorial policy in Sudan.					
26. There is a periodic review and evaluation for editorial policy in Ethiopia.					
27. The weak awareness of editorial policy planning between the two broadcasting organizations has led to weak news and program production in both countries.					

28. The ideas, beliefs, and ideologies of the media communication process often influenced the effectiveness of planning editorial policy and of linking Sudan and Ethiopia's relationship.					
29. Training sessions are always held to help perfect the experiences and qualify the capabilities working in the field of editorial policy planning in Sudan.					
30. Training sessions are always held to help hone the experiences and qualify the workforce in the field of editorial policy planning in Ethiopia.					
.13 Editorial policy planning leads to the development of news and program production and contributes to develop relations between Sudan and Ethiopia.					
32. Media legislation regarding Sudan's editorial policy is weak.					
33. Media legislation regarding editorial policy in Ethiopia is weak.					

III. Editorial policy and its implications on international relations between Sudan and Ethiopia:

STATEMENT	I totally agree	I agree	I don't know	I don't agree	I don't agree atall
1. Editorial policy maximized national interests between the two countries.					
2. Editorial policy succeeded in promoting economic and trade exchange between the two countries.					
3. The Editorial policy worked on the cultural exchange between the two countries.					
4. Editorial policy promoted good neighborhood between the two countries.					
5. The Editorial policy of the two countries worked on international cooperation between the two countries.					
6. Editorial policy succeeded in creating coexistence relations between the peoples of the two countries.					
7. The Editorial policy has strengthened security cooperation between the two countries.					
8. Editorial policy has played down the border problems between the two countries.					

IV. The Editorial Policies:

STATEMENT	I totally agree	I agree	I don't know	I don't agree	I don't agree atall
1. There are clear editorial policies for relations between Sudan and Ethiopia.					
2. Accessing the truth and publishing it to the news of the two countries with no bias.					
3. It aims not misrepresent facts, information and quotations under any pretexts.					
4. It aims not to manipulate the content of news-related images to distort the facts.					
5. Investigation and accuracy in reporting the news is more important than getting the scoop.					
6. Adherence to professional standards such as honesty, impartiality, accuracy and balance without giving priority to political, ideological or other considerations is our approach in drafting and broadcasting news of the two countries.					
7. Presenting different points of view regarding issues and programs without favoritism or bias towards one party at the expense of the other party.					
8. Objectively dealing with diversity in society without discrimination based on religion, gender or disability is our approach to drafting and presenting news and preparing and presenting programs.					
9. Admitting the error as soon as it occurs and providing the appropriate apology and avoiding its recurrence are among the bases of our news editing on radio and television.					
10. Consider transparency in dealing with news and its sources, including intellectual property rights.					
11. Not to violate the privacy of a person to do news except in the case of a press investigation into a serious case.					
12. Distinguish between news and opinion in the news.					
13. The media practitioner of the two countries follows a professional code of conduct.					

V. The challenges and obstacles:

A. In your opinion, what is the comprehensive national strategic vision regarding editorial policy?

1) ----------

2) ----------

3) ----------

4) ----------

5) ----------

6) ----------

B. How to develop the media strategic vision for Radio and Television Broadcasting Corporation in Sudan and Ethiopia?

1) ----------

2) ----------

3) ----------

4) ----------

5) ----------.....----------

C. Proposals for program plans to keep pace with the media strategy in Sudan and Ethiopia.

1) ----------

2) ----------

3) ----------

4) ----------.....----------

5) ----------.....----------

6) ----------.....----------

D. What are the mechanisms used to develop and train the human cadre on radio and television in Sudan and Ethiopia?

1) ----------

2) ----------

3) ----------

4) ----------

5) ----------

6) ----------

E. What are the plans and programs pursued by the Radio and Television Corporation in Sudan and Ethiopia to keep pace with technical development at the global level?

1) ----------

2) ----------

3) ----------

4) ----------

5) ----------

6) ----------

F. What are the treatments that can be used to provide the necessary needs for radio and television work in Sudan and Ethiopia?

1) ----------

2) ----------

3) ----------

4) ----------

5) ----------

6) ----------

G. Your future vision for editorial policy between Sudan and Ethiopia?

1) ----------

2) ----------

3) ----------

4) ----------

5) ----------

6) ----------

H. Proposals for an editorial policy council between Sudan and Ethiopia:

1) ----------

2) ----------

3) ----------

4) ----------

5) ----------

6) ----------

ملحق رقم (5)

شعارات الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بالسودان

ملحق رقم (6)

شعارات الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بأثيوبيا

دار آريثيريا للنشر والتوزيع
Arrythria for Publishing and Distribuation

الناشر
دار آريثيريا للنشر والتوزيع – الخرطوم – السـودان
جوال: 00249122094856 - 121566207
البريد إلكتروني: arithriaforpublishing@gmail.com

د. مزمل سليمان حمد

- تاريخ الميلاد: 1966/5/9م - الدامر.
- دكتوراه الفلسفة في الإعلام، كلية الإعلام جامعة أفريقيا العالمية
- دكتوراه الفلسفة في الإعلام، كلية الاعلام، جامعة أمدرمان الإسلامية
- دكتوراه الفلسفة في الآداب والعلوم الانسانية والترجمة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة عبد المالك السعدي -المغرب.
- ماجستير الإعلام من كلية الدراسات العليا، جامعة أم درمان الإسلامية.
- بكالوريوس، تخصص علوم الاتصال من كلية، جامعة وادي النيل.
- دبلوم معهد التربية - شندي، نظام الأربع سنوات

العضوية:

- عضو اتحاد الصحافيين السودانيين.
- عضو اتحاد الصحافيين العرب.
- عضو اتحاد الصحافيين الدوليين.
- عضو الجمعية السودانية لعلوم الاتصال وهي: (جمعية سودانية علمية مهنية تعنى بعلوم الاتصال تسعى للنهوض بالإعلام السوداني).
- رئيس مؤسس لرابطة الإعلاميين لمحلية الدامر - ولاية نهر النيل - السودان.
- رئيس مؤسس لرابطة الاعلاميين بولاية نهر النيل.

مؤلفات:

- كتاب: عبر الأثير: يحكي عن تاريخ العمل الإذاعي
- كتاب: السودان وزامبيا - علاقة الدم والتاريخ.
- كتاب: أمير الطرب: الفنان حسن خليفة العطبراوي.

APD
دار آريثريا للنشر والتوزيع
Arrythria for Publishing and Distribuation