

اتجاهات السياسة الإخبارية لوكالة أنباء الإمارات

دراسة ميدانية على عينة من العاملين في الوكالة

د. عبدالعزيز خلف خليل الجبوري

الأستاذ المساعد بكلية الإمارات للتكنولوجيا - أبو ظبي

مقدمة:

تمثل وكالات الأنباء مصدراً مهماً رئيساً للأخبار ضمن مسار العملية الإعلامية ، وتبوّأت هذه المؤسسات مركز الصدارة في التعامل مع الأحداث، ومتابعتها، وتغطية مجرياتها للجمهور عبر شبكاتها ومراسليها في مختلف البلدان والمناطق الساخنة من العالم. وتشكل الأهمية الإخبارية لوكالة الأنباء الإماراتية كونها المصدر الرئيس والرسمي لتزويد وسائل الإعلام المحليّة بالأخبار الفاعلة والموثوقة والرسمية ذات الصلة بالدولة، والشبكات والوكالات الصحفية العربية والأجنبية في الخارج بالأخبار والأحداث المهمة العامة والسياسية لدولة الإمارات العربية المتحدة.

تأسست وكالة أنباء الإمارات (وام) في نوفمبر من عام 1976، وهي الوكالة الرسمية لدولة الإمارات العربية المتحدة، وبدأت تبث إرسالها في 18 يونيو 1977 بواسطة وكالة أنباء الإمارات بثمان لغات وهي: العربية والإنجليزية والفرنسية والإسبانية والبرتغالية والصينية والروسية والأوردية على مدار 24 ساعة يومياً. وترتبط (وام) باتفاقيات للتعاون والتبادل الإخباري مع معظم الوكالات العربية والدولية، وهي عضو في اتحاد وكالات الأنباء العربية واتحاد وكالات أنباء دول منظمة التعاون الإسلامي واتحاد وكالات الأنباء الآسيوية⁽¹⁾. إن الدور الإعلامي والإخباري المهم لوكالة الأنباء الإماراتية أتى انسجاماً مع سياستها الإخبارية التي أطلعت بها عبر أكثر من (40) عاماً، وهي بذلك تكون جزءاً مهماً من السياسة العامة للدولة وتوجهاتها.

تعدّ السياسة الإخبارية العامل الأكثر أهمية وتأثيراً في صياغة وإنتاج الرسالة الإعلامية وكيفية تقديمها للجمهور، وعلى الرغم من أهمية وكالة (وام) في نقل واستلام الرسائل الإعلامية وإعادة صياغة تحريرها، إلا أن البحوث والدراسات التي أُجريت حولها قليلة ونادرة. ونسعى في هذه الدراسة إلى تحقيق رؤى إعلامية وإخبارية أكثر اكتمالاً وفعاليةً وتأثيراً بما يتناسب وواقع النظام السياسي العالمي، ودور وكالة الأنباء الإماراتية في صياغة رسالة إعلامية من خلال العاملين فيها تتناسب وهذا الواقع.

موضوع ومشكلة البحث:

جاء إنشاء وكالة الأنباء الإماراتية عام (1976) تعبيراً عن حاجة إعلامية وسياسية حقيقية لغرض توفير بيئة مهمة تخدم أهداف الإعلام الإماراتي، وإيجاد مؤسسة صحفية مستقلة تُعنى بالخبر المحلي والعربي والدولي. ويأتي الاهتمام بدراسة اتجاهات سياسة (وام) الإخبارية من خلال محورها نظراً للدور الذي مارسته منذ أكثر من أربعين عاماً مضت على الصعيدين الداخلي والخارجي والتمثيل في تغذية وسائل الإعلام المحليّة . من صحف وإذاعة وتلفزة . بالأخبار المختلفة، وإطلاعها على ما يجري من أحداث وتطورات في الميادين كافة، وبالأخص السياسية منها، فضلاً عن ترويج أخبار الإمارات المختلفة للخارج، عن طريق تزويد وكالات الأنباء العربية والأجنبية المشتركة بخدماتها الإخبارية المتنوعة. ويمكن صياغة مشكلة البحث بالإجابة على الاسئلة الآتية:

- 1 - ما أهم المضامين الإخبارية والموضوعات السياسية التي تبثها (وام)، وما الأدوار التي كلفت بها في مختلف المجالات على المستويات المحلية والأقليمية والدولية؟
- 2 - كيف كانت تقوم (وام) بوظيفتها الإعلامية (الإخبارية) السياسية المرسومة لها كجهاز إعلامي مرتبط بالدولة؟
- 3 - ما هي أنماط وأساليب العمل والآلية التي كانت تنتهجها (وام) في صنع الرسالة الإعلامية السياسية المراد بثها للخارج والداخل؟

أهمية البحث:

يكتسب البحث أهمية من أهمية وكالة أنباء الإمارات ودورها في نقل الرسالة الإعلامية عن مختلف النشاطات التي تقوم بها الدولة في مختلف المجالات محلياً وعربياً وعالمياً.

وحيث أن لكل وكالة أنباء سياسة إخبارية تتعامل بها مع الصحف والإذاعات

والهيئات الإعلامية بما لها من تأثير على الرأي العام .
وتعد وكالة الأنباء الإماراتية الوسيلة الإعلامية الرئيسة بوصفها الممول الرئيس والرسمي لوسائل الإعلام الأخرى المحلية والخارجية، ومن هنا تكمن أهمية البحث في أنه يتناول بالبحث والتحليل اتجاهات السياسة الإخبارية ل(وام) من وجهة نظر العاملين فيها، في محاولة للتعريف باتجاهات السياسة الإخبارية العامة لدولة الإمارات العربية المتحدة، وطريقة تناول الأخبار بالوكالة، بما يعزز مكانة الدولة على المستويين الإقليمي والدولي.

أهداف البحث:

- نسعى في هذا البحث الى معرفة أهداف واتجاهات السياسة الإخبارية ل(وام) منذ عام 1999 ولغاية 2019، فكان لابدّ من التعرف إلى:
- 1 - طبيعة السياسة الإخبارية لوكالة الأنباء الإماراتية، ونمط وآليات عملها واتجاهاتها وأساليبها ومصادرها الإخبارية.
 - 2 - صياغة الرسالة الإخبارية السياسية وتحديد المسؤوليات في (وام) ومعرفة مستوى أدائها.
 - 3 - أهم المواصفات المهنية والسمات الشخصية للعاملين في الأقسام الصحفية ممن لهم مشاركة فاعلة في سلسلة المراحل التي تقطعها الأخبار السياسية منذ الحصول عليها من المصدر.
 - 4- كيف يتم استقاء الأخبار في (وام) وصناعتها ابتداءً من جمعها ومعالجتها وصولاً إلى توزيعها على المشتركين.
 - 5- آراء العاملين في حقل الأخبار السياسية من الذين أسهموا في تطبيق وتنفيذ سياسة (وام) الإخبارية.

حدود البحث:

- تتمثل حدود البحث في الآتي :
- 1 -الحدود المكانية أو الموضوعية (مجتمع البحث): ويراد بها الموقع أو البيئة أو المجتمع الذي يتمثل بالعاملين في وكالة (وام) والمتمثل بمدراء الأقسام الصحفية ومعاونيهم وسكرتاريي التحرير، والمحررين، والمندوبين، بخصائصهم المهنية والصحفية مع التركيز على أقسامها وشُعَبِها الصحفية الأساسية.
 - 2 - الحدود الزمنية: تم تحديد مدة البحث بمدة زمنية تمتد من عام (1999

ولغاية (2019)، لتكون الحدود الزمنيّة للبحث.

تحديد مجتمع البحث:

لغرض إعطاء صورة واضحة عن اتجاهات السياسة الإخبارية ل (وام) فقد تمت الاستعانة بالعاملين في الأقسام الصحفيّة للوكالة ، الذين يمثلون مجتمع البحث الأصلي، وبما أن مجتمع البحث هو نشاط السياسة الإخبارية ل (وام) ، وفقد تم اختيار (30) مبحثاً للإجابة على استمارة الإستبيان بصورتها النهائية.

منهج البحث وأدوات وأساليب جمع البيانات والمعلومات:

أ - منهج البحث:

وظفّت الدراسة منهج المسح Survey Method، كما استعان الباحث بالمنهج التاريخي للبحث في مراحل تطور السياسة الإعلامية والاتصاليّة في الإعلام الإماراتي. ولم تكن هذه المعالجة التاريخيّة استعراضاً تسجيلياً للأحداث حسب تسلسل وقوعها، إنما هي محاولة لتفسير الأحداث ضمن الشروط الموضوعيّة والسياق الزمني لها.⁽²⁾

واعتمد الباحث بشكل رئيس على تحليل المضمون، الذي يهدف إلى تسجيل الحقائق تسجيلاً وصفيّاً كأداة للبحث العلمي، من خلال عرض الموضوع بطريقة موضوعيّة ودقيقة .

ب - أدوات وأساليب جمع البيانات والمعلومات: تم جمع البيانات والمعلومات في ضوء ما توفر من أدلة و حقائق، حيث يبنى تصميم الدراسة استكمال تلك الحقائق والانطلاق منها وصولاً إلى الخروج بنتائج جديدة من خلال مايلي:

1 - الإستبيان⁽³⁾:

يهدف الاستبيان إلى جمع معلوماتٍ وحقائق لا يمكن الوصول إليها بوسائل البحث الأخرى، وذلك من خلال صياغة مجموعة من الأسئلة، المعدة بطرق علمية وبشكل يخدم أغراض البحث الأساسيّة. والاستبيان هو الوثيقة التي يتم بواسطتها جمع البيانات والمعلومات حول ظاهرة موضوع البحث⁽⁴⁾

وفي هذا البحث كان الاستبيان أسلوباً جوهرياً لجمع المعلومات المتعلقة بالاتجاهات والآراء والمواقف المختلفة المتعلقة بعملية معرفة السياسة الإخبارية ل(وام). وقد مر إعداد استمارة الاستبيان بمراحل متعددة؛ كصياغة المحاور الأساسيّة للأسئلة وترتيب الاستمارة وعرضها على العاملين بالوكالة لبيان رأيهم في نوعيّة الأسئلة لغرض الإضافة

والحذف والأخذ بملاحظاتهم، وتم عرض استمارة الاستبيان . المعدلة مبدئياً . على عدد من الخبراء والأساتذة المختصين (المحكمين)⁽⁵⁾: وتم إقرار الاستمارة بشكلها النهائي، استناداً إلى توجيهات وإرشادات المحكمين.

وقام الباحث بتوزيع جميع استمارة الاستبيان بنفسه، على العاملين بالوكالة وبلغ عدد الاستثمارات الموزعة (30) وهو ما وقر للباحث إمكانية شرح أهداف البحث بشكل مناسب وقلل من الإجابات غير الدقيقة أو غير الصادقة.

اختبار الصدق والثبات:

يهدف اختبار صدق الأداة إلى الكشف عن صلاحية الإسلوب أو الأداة لقياس ما هو مراد قياسه⁽⁶⁾، قام الباحث باستخدام أسلوب الصدق الظاهري الذي يقوم على الفحص المبدئي لمحتويات الاختبار، وهو أمر أجراه الباحث حينما عرض النموذج الأولي لاستمارة الاستبيان على المبحوثين ثم إخضاعه لاختبارين عمليين قبل وضع الصيغة النهائية للاستمارة المذكورة بعد عرضها على السادة الخبراء.

أما صدق ثبات التحليل فإنه يعني مدى الاتساق بين البيانات التي تُجمع عن طريق المقاييس نفسها على الأفراد أنفسهم أو الظواهر وتحت الظروف نفسها أو تحت ظروف متشابهة إلى أكبر قدر ممكن.⁽⁷⁾

وتم استخدام معامل ارتباط بيرسون لقياس ثبات الاستبيان وذلك بعد إعادة إجراء الاختبار على مجموعة من الأفراد من الذين أجابوا في المرة الأولى وبفاصلة زمنية مقدارها أسبوعين بين الاختبارين.

وبعد إخضاع إجابات الاختبار للمعادلات الرياضية حسب قانون (بيرسون) كانت النتيجة هي نسبة ثبات (92%) وهي نتيجة تؤكد صدق الثبات.

- المقابلة: سعى الباحث إلى استخدام المقابلة كوسيلة لجمع البيانات من عدد من العاملين في وكالة الأنباء الإماراتية ، واختار الباحث بعض مدراء التحرير العاملين بالوكالة لفترة طويلة بهدف معرفة مايلي:

- 1-آلية العمل الاخباري ومراحل انتقال الخبر في (وام).
- 2-علاقة الأقسام الصحفية والعاملين فيها بالمسؤولين الأعلى مثل رئيس التحرير أو مدير التحرير أو من له حق القرار في بث أخبارها أو رفضها.
- 3-المشاكل والمصاعب والضغوط التي تعترض عمل العاملين في الأقسام الصحفية، وتأثيرها على تطبيق السياسة الإخبارية ل(وام).
- 4-معايير انتقاء العاملين في الأقسام الصحفية وتأهيلهم.

5- ظروف عمل المندوبين والمحريين من النواحي المختلفة، ومدى التعاون بينهما.
 6- تقسيم العمل بين القائمين بالأخبار في كل قسم وشعبة صحفية.
 وتم إجراء المقابلات في أوقات وأماكن مختلفة خلال مدة البحث وكذلك بعد الانتهاء من تفرغ بيانات الاستبيان، وصادف الباحث تعاوناً كاملاً وجيداً من قبل العاملين في (الوكالة) مما كان له أثر مهم في النجاح المقابلات وإنجازها.
-الملاحظة: تعدّ الملاحظة أحد أقدم أدوات البحث العلمي التي يعتمد عليها الباحث لمراقبة ظاهرة ما ثم دراستها للحصول على أدق النتائج الممكنة، وتمتاز بأنها أكثر عمقاً من الأدوات الأخرى كما تسهم في توفير معلومات أكثر دقة وشمولية من الأدوات الأخرى. (8)

وهي أسلوب هام من وسائل تجميع البيانات وتسهم إسهاماً أساسياً في البحث الوصفي. وتخدم الملاحظة الكثير من أهداف البحوث، واستخدام الباحث أسلوب الملاحظة في جميع مراحل البحث تقريباً بدءاً من البحث الاستطلاعية التي سبقت تصميم الخطة والمنهج وانتهاءً بمرحلة تبويب البيانات وتغيير الحقائق التي جمعها.

الدراسات السابقة:

نظراً لعدم وجود دراسات سابقة عن وكالة (وام) ، فقد تم الاستعانة بدراسات مشابهة لعمل وكالات الأنباء ومن أهمها:

1-دراسة الترك، احمد عراي 2018⁽⁹⁾

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على طبيعة معالجة وكالة الأنباء الفرنسية (APF) لمسيرات العودة الكبرى والتعرف على مضامينها، والقضايا التي أولتها اهتماماً، ومصادرها واتجاهها وأساليبها وأهدافها، والعناصر التيبوغرافية لإبرازها.
 من نتائج هذه الدراسة حصول الخبر الصحفي على المرتبة الأولى بنسبة (30،6%) وجاء فن التحرير الصحفي بنسبة (9،31%) ضمن فنون التحرير الصحفي، أما بالنسبة إلى المصادر الصحفية فقد حصل (دون مصدر) على نسبة (4،78%).

2-دراسه أبوهدب، عائشه 2016⁽¹⁰⁾

هدفت هذه الدراسة للتعرف على دور العناصر الإلكترونية في تصميم مواقع وكالات الأنباء الناطقة باللغة العربية في الحصول على الأخبار.
 ومن أبر نتائج الدراسة تفضيل الصحفيين للمواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء العالمية كونها تتصف بالفورية في نقل الأخبار وعرضها.

3-دراسة القحطاني 2013 (11)

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على التغطية الإخبارية لووكالة رويترز لقضايا أمن الخليج العربي، وهي دراسة وصفية طبقت على الإعلاميين العاملين في المؤسسات الإعلامية الكويتية وأعضاء جمعية الصحفيين الكويتية ومن أبرز نتائجها، أن وكالة رويترز تحظى بالأولوية لدى الاعلاميين الكويتيين وتصنف بالمرتبة الأولى من حيث المصادقية.

4-دراسة حامد، أحمد خليل 2012 (12)

تطرقت هذه الدراسة إلى دور وكالات الأنباء السودانية بتدفق المعلومات وتأثيرها على النطاق الإخباري وعملها كوسيط في توفير المعلومات الأساسية لوسائل الإعلام ، وبين أهمية العنصر الإلكتروني ودوره في نقل المعلومات والتطور التكنولوجي الذي أسهم في تطور وكالات الأنباء (وكالة بلومبيرج مثالا).

وأشار إلى أهمية وكالة (سوننا) والغرض الأساسي من انشائها، ودورها في التغطية الإخبارية العالمية ونشرها داخل السودان وتبادل الأخبار مع الوكالات العالمية ، ودورها في خلق كوادر صحفية مقتدره في مجال تخصصها.

5 -دراسة شعبان حسن حماده، 2005 (13)

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أدوات ومحددات وأهداف وفعاليّة واتجاهات السياسة الإخبارية لووكالة الأنباء العراقية خلال الفترة من عام 1997-2003 والتي تزامنت مع أحداث عالمية مهمة تمثلت بالحصار الاقتصادي والسياسي والإعلامي والعسكري للعراق من قبل الولايات المتحدة الأمريكية ، وتوصلت الدراسة إلى أنّ السياسة الإعلامية لووكالة واع أصبحت جزءاً من المجابهة سواءً كانت إعلامية أو سياسية أو عسكرية وتستمد سياستها من العقيدة السياسية للدولة .

كما سجلت الدراسة أن الإعلام العراقي في تلك الفترة التزم بمركزيّة الأهداف والاتجاهات والقواعد والأسس السياسيّة والحزبيّة وسَعَتْ إلى تمجيد رموز السلطة أكثر من اهتمامها بتوعية الشعب بمخاطر ما يحاك ضده.

6-درسة صالح شاكر وتوت، 2004 (14)

هدفت الدراسة إلى التعريف بوكالات الأنباء وأنشطتها الفاعلة وسط عالم ساخن الأحداث وتطور تكنولوجيا كبير في تقنية الإعلام، والدور الذي تلعبه الوكالات المحلية في الدول النامية في خضم هذه التحولات.

وتوصلت الدراسة إلى أنّ ظاهرة تدفق الأخبار في اتجاه واحد تمثل أبرز الظواهر في الحياة الدولية الراهنة حيث نجد أن هذا التدفق يوجّه معظمه من الدول الكبرى إلى الدول الصغرى من الدول التي لديها القوة ووسائل التكنولوجيا تجاه الدول الأقل تقدماً مما

خلق مشكلات كبيرة في عدم توازن التدفق الإعلامي وأوجد هيمنة واضحة للأنباء على حساب وكالات الأنباء المحلية، فضلاً عن نوع التغطية الإخبارية للاحداث الدولية حيث يتم استهداف الأحداث أولاً للعالم الغربي في التغطية الإخبارية في وكالات الأنباء العالمية.

النتائج العامة للدراسة الميدانية:

يتناول هذا الجزء من البحث نتائج الدراسة المسحية الخاصة بوكالة أنباء الإمارات (وام) والتي أُجريت على المبحوثين من فئات العاملين بالوكالة وجاءت العينة المختارة التي بلغت مقدارها (30) مفردة من الجمهور كالتالي:

توصيف العينة:

جدول رقم (1) توزيع المبحوثين وفقاً لخصائصهم الديموغرافية من حيث النوع

النسبة	المجموع	الجنس			
		الإناث		الذكور	
		%	ك	%	ك
100	30	30%	9	70%	21

جدول رقم (2) الفئة العمرية للعينة

النسبة	مجموع التكرارات	الفئة العمرية	م
6.67%	2	20 - أقل من 30	1
33.67%	10	30- أقل من 40	2
36.67%	11	40 - أقل من 50	3
23.33%	7	50 فأكثر	4
100%	30		المجموع

جدول رقم (3) توزيع المبحوثين وفقاً لخصائصهم الديموغرافية من حيث المستويات التعليمية

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي	م
76.67%	23	بكالوريوس	1
6.67%	2	دبلوم عالي	2
10%	3	ماجستير	3
6.67%	2	دكتورة	4
100%	30		المجموع

جدول رقم (4) توزيع المبحوثين وفقاً لسنوات خبرتهم في العمل الاعلامي

م	المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
1	5-1	6	20%
2	10-6	8	26.67%
3	15-11	6	20%
4	20-16	6	20%
5	25-21	2	6.67%
6	25 فأكثر	2	6.67%
المجموع		30	100%

جدول رقم (5) دوافع العمل بالاقسام الصحفية في الاخبار السياسية تحديداً

م	الدافع	تكرارات	النسبة	الترتيب
1	الاستعداد الشخصي	20	66.67%	1
2	المكسب المالي	10	33.33%	4
3	الشهرة الصحفية	1	3.33%	11
4	الوجاهة الاجتماعية	2	6.67%	7
5	خدمة المجتمع	12	40.00%	3
6	المتعة و الإثارة	2	6.67%	7م
7	الوصول الى مناصب وظيفية اعلى	4	13.33%	6
8	العمل في احد مكاتب الوكالة خارج الامارات	2	6.67%	7م
9	الرغبة في التعرف على الاحداث والتطورات السياسية في الوطن العربي والعالم	14	46.67%	2
10	الرغبة في العمل بأي وظيفة	2	6.67%	7م
11	الشهادة الحاصل عليها في التخصص الأكاديمي	6	20.00%	5
المجموع		30		

كانت الرغبة في الاستقرار الشخصي هي الدافع الأساسي لغالبية المبحوثين إذ تصدرت جدول الدوافع بنسبة (66.67%) . تلتها دافع معرفة الأحداث والتطورات السياسية في الوطن العربي والعالم في الترتيب الثاني بنسبة (46.67%) وجاء دافع خدمة المجتمع في الترتيب الثالث بنسبة (40.00%) لتأتي المكاسب الشخصية كدافع للعمل في هذا المجال في الترتيب الرابع بنسبة (33.33%) وفي الترتيب الخامس جاءت شهادة التخصص كدافع بنسبة (20.0%) وتأتي بعد ذلك باقي الدوافع بنسب أقل.

جدول رقم (6) الفرص المتاحة لتطوير مهارات وخبرات المبحوثين

م	الفرصة المتاحة	مجموع التكرارات	النسبة
1	الاستمرار بالدراسة والتحليل	6	20.00%
2	المشاركة في الدورات بالامارات	26	86.67%
3	المشاركة بالدورات خارج الامارات	12	40.00%
المجموع		30	100%

احتلت فرصة المشاركة في الدورات بالإمارات الترتيب الأول بنسبة (86.67 %) تلتها فرصة المشاركة بالدورات خارج الإمارات في الترتيب الثاني بنسبة (4.00 %) وأخيراً جاءت فرصة الاستمرار بالدراسة والتحليل بنسبة (20 %) في الترتيب الثالث والأخير لتلك الفرص .

جدول رقم (7) اشتراك المبحوثين في دورات تطويرية خلال عملهم ب(وام)

م	الاشتراك في الدورات التطويرية	مجموع التكرارات	النسبة
1	نعم	26	86.67%
2	لا	4	13.33%
المجموع		30	100%

كانت الغالبية العظمى من العاملين بالوكالة اشتركوا في هذه الدورات وجاءت نسبتهم (86.67 %) والنسبة المكتملة لم تشترك في مثل هذه الدورات .

جدول رقم (8) الدورات التي اشترك المبحوثين في دورات تطويرية خلال عملهم ب(وام)

م	الدورة	مجموع التكرارات	النسبة
1	تحرير الأخبار	26	100%
2	تطوير اللغة العربية	2	7.69%
3	اللغة الانجليزية	9	34.62%
4	سرعة الكتابة والاختزال	9	34.62%
5	الإنترنت	8	30.77%
6	الحاسب الآلي	18	69.23%
	مجموع الذين اشتركوا في الدورات	26	100%

جاءت دورة تحرير الأخبار في مقدمة الدورات التي حازت بنسبة مشاركة حيث اشترك فيها كل الذين قالوا نعم وكانت نسبتهم (100 %) تليها دورة (الحاسب

الآلي بنسبة (69.23 %) وكانت دورة تطوير اللغة العربية هي اقل الدورات التي التحق بها موظفو (وام).

جدول رقم (9) وجود مميزات تمنح للعاملين ب(وام)

م	السدورة	مجموع التكرارات	النسبة
1	توجد	12	40 %
2	لا توجد	18	60 %
	المجموع	30	100 %

بنسبة (60 %) تصدر من قالوا بعدم وجود مميزات تمنح للعاملين ب(وام) وتنام النسبة (40 %) قالوا نعم توجد مميزات تمنحها (وام) للعاملين بها. وتركزت المميزات الممنوحة للعاملين في النقاط الآتية (الاحترام ، التقدير ، سهولة التواصل مع المسؤولين).

جدول رقم (10) الدور الذي يلعبه كل مبحوث في رحلة الخبر

م	الدور	مجموع التكرارات	النسبة
1	جمع الأخبار من المصدر	14	46.67 %
2	تحرير المواد الاخبارية	21	70.00 %
3	مراجعة ما يحرره الزملاء	13	43.33 %
	مجموع المبحوثين	30	100 %

تحرير المواد الإخبارية وبنسبة (70.0 %) جاء في مقدمة المراحل التي يشغلها المبحوثون تلاه جمع الأخبار ثم مراجعة ما يحرره الزملاء بنسب متقاربة بلغت (46.67%، 43.33%) على الترتيب .

جدول رقم (11) سياسة (وام)

م	الدور	مجموع التكرارات	النسبة
1	تمتلك تقاليد مهنية راسخة	20	66.67 %
2	تحكمها تصورات وقرارات مزاجية	1	3.33 %
3	تخلط بين الحالتين السابقتين	1	3.33 %
4	تحكمها متغيرات السياسة	8	27 %
	مجموع المبحوثين	30	100 %

تصدرت (تمتلك تقاليد مهنية راسخة) ترتيب هذه السياسات وذلك بنسبة (66.67%) وبفارق كبير نسبياً جاءت (تحكمها متغيرات السياسة) .

بنسبة (27.0%) وجاءت بعد ذلك باقي الاختيارات بنسب ضئيلة (3.33%) .

جدول رقم (12) سياسة (وام)

م	الردود	مجموع التكرارات	النسبة	الوزن الترجيحي
1	اتفق معها دائماً	21	70 %	2.67
2	اتفق معها إلى حد ما	8	26.67 %	
3	لا رأى	1	3.33 %	
مجموع المبحوثين		30	100 %	

(70%) من عينة الدراسة اتفقوا تماماً مع سياسة (وام) وجاءت الموافقة بدرجة مرتفعة غلى وجه العموم وقد بلغت الدرجة الترجيحية المنبئة بمدى الموافقة(2.67).

جدول رقم (13) سياسة (وام)

م	الرأي	مجموع التكرارات	النسبة
1	نعم	28	93.33 %
2	لا	2	6.67 %
المجموع		30	100 %

ارتفاع نسبة الموافقين على أن سياسة (وام) مفيدة ومناسبة وذلك بنسبة (93.33%) .

أسباب من قال (نعم) : تعامل الوكالة الإخباري مع الأحداث ، تطور الوكالة واستخدامها للتكنولوجيا الحديثة تعاونها مع وكالات الأنباء العالمية.

جدول رقم (14) إمكانية تقديم مبادرات واقتراحات للتطوير في (وام)

م	الرأي	مجموع التكرارات	النسبة
1	تسمح	28	93.33 %
2	لا تسمح	2	6.67 %
المجموع		30	100 %

ارتفعت نسبة القائلين بإمكانية تقديم مبادرات واقتراحات لتطوير نمط السياسة الإخبارية المتبعة من قبل (وام) إذ بلغت (93.3%) .

جدول رقم (15) موقف المسؤول من المبادرات والاقتراحات المقدمة لـ (وام)

م	الرأي	مجموع التكرارات	النسبة	الدرجة الترجيحية	دلالة الدرجة
1	الرفض	0	0	2.46	فوق المتوسط
2	القبول	15	53.57		
3	المحاورة	13	46.43		
4	الاهمال	0	0		
المجموع		30	100%		

من هذا العرض نلاحظ...

رفض المبحوثون وجود أي مواقف إهمال أو رفض من المسؤولين لأية مبادرات أو اقتراحات وقال (46.43%) منهم بتحاور المسؤولين معهم بخصوص ما يقدمونه لهم من اقتراحات ، بينما قال (53.57%) بقبول المسؤولين لهذه المقترحات، وقد بلغت الدرجة الترجيحية المبينة لموقف المسؤولين (2.46) أي أنه موقف فوق المتوسط .

جدول رقم (16) الانطباع عن واقع السياسة الاخبارية لـ (وام)

م	الانطباع	عدد النقاط	النسبة
1	السرعة الفورية في متابعة وبث الأخبار والتطورات السياسية المهمة	26	86.67%
2	بث الأخبار المهمة والمعلومات بطريقة موضوعية ومقتعة	24	80%
3	تعزيز القيم الأخلاقية والدينية والروابط الاجتماعية	23	76.67%
4	نشر الوعي السياسي والثقافي وتهذيب الذوق العام	20	66.67%
5	بناء الإنسان الصالح لوطنه ومجتمعه وامته	19	63.33%
6	نقل الأخبار الرسمية والبيانات والنشاطات السياسية لقيادة الدولة الى الرأي العام	17	56.67%
7	التعليق على الأحداث السياسية المهمة في الوطن العربي والعالم وتفسيرها	17	56.67%
8	نقل وجهات النظر والآراء ذات الصلة بالرأي العام المحلي والإقليمي والعربي والعالمي وقوع حدث مهم صادر عن الدولة	16	53.33%
9	انسجام الاخبار مع الطرح السياسي للدولة	15	50%
10	نقل وبث الأخبار التي تتضمن تعرية أعداء الإمارات أمام الرأي العام	9	30%
11	نقل وبث الأخبار التي تهاجم أعداء الإمارات وتمتدح أصدقائه	0	11%
12	نقل ونشر الأخبار المذيلة بعبارة ينشر بتوجيه مركزي	0	12%
المجموع		30	100%

رسمت انطباعات عينة الدراسة من وجهة نظرهم السياسة الإخبارية ل(وام) وأبرزت أهم الموضوعات التي تبثها على كافة المستويات محلية كانت أو اقليمية أو دولية حيث كانت الصورة التي خرجنا بها في هذا الشأن هي (وام) وتبلورت هذه السياسة في: السرعة الفورية في متابعة وبتث الأخبار والتطورات السياسية المهمة، بث الأخبار المهمة والمعلومات بطريقة موضوعية ومقنعة، هذا على المستوى الدولي، نقل وجهات النظر والآراء ذات الصلة بالرأي العام المحلي والإقليمي والعربي والعالمي وقوع حدث مهم صادر عن الدولة ، أما على المستوى المحلي فوجد سياستها تقوم على تعزيز القيم الأخلاقية والدينية والروابط الاجتماعية ، نشر الوعي السياسي والثقافي وتهديب الذوق العام ، بناء الإنسان الصالح لوطنه ومجتمعه وأمته ، نقل الأخبار الرسمية والبيانات والنشاطات السياسية لقيادة الدولة إلى الرأي العام، وعلى المستوى الإقليمي نجدها تعمل على التعليق على الأحداث السياسية المهمة في الوطن العربي والعالم وتفسيرها .

ونجد سياسة (وام) الإخبارية بعيدة عن نقل وبتث الأخبار التي تتضمن تعرية أعداء الإمارات أمام الرأي العام، أو نقل وبتث الأخبار التي تهاجم أعداء الإمارات وتمتدح أصدقائه، كما أنها لا تلجأ إلى نقل ونشر الأخبار المذيلة بعبارة ينشر بتوجيه مركزي.

جدول رقم (17) المصادر التي تستمد منها (وام) توجهاتها وقوانينها

م	المصدر	مجموع التكرارات	النسبة
1	نصوص القوانين	20	66.67 %
2	الخطط المركزي	5	16.67 %
3	الاطلاع على منهج الدولة	5	16.67 %
4	المشاركة في الموضوعات	0	0
	قانون المجلس الوطني	0	0
	المجموع	30	100 %

حصر المبحوثون المصادر في ثلاثة مصادر هي (نصوص القوانين : وحققت النسبة الأكبر إذ بلغت (66.675) وجاء بعدها وبنسبة واحدة (16.67 %) الخطط المركزية، الاطلاع على منهج الدولة.

جدول رقم (18) معايير رفض الخبر

م	المعايير	مجموع التكرارات	النسبة	الترتيب
1	الأخبار تسيء إلى شعب الإمارات	30	100.00 %	1
2	الأخبار تسيء إلى قيادة الإمارات	21	70.00 %	5
3	الأخبار تسيء إلى أصدقاء الإمارات	22	73.33 %	4
4	الأخبار تمدح أعداء الإمارات	18	60.00 %	6
5	الأخبار التي تتناقض مع الطرح السياسي للإمارات	24	80.00 %	3
6	الأخبار التي يرى المحرر أنها تتناقض مع أخلاق المجتمع	27	90.00 %	2
	المجموع	30	100 %	

من هذا العرض نلاحظ أن معايير رفض الخبر جاءت مرتبة تنازليا حسب عدد تكراراتها على النحو الآتي:

الأخبار تسيء إلى شعب الإمارات بنسبة (100 %) ، الأخبار التي يرى المحرر أنها تتناقض مع أخلاق المجتمع بنسبة (90 %) الأخبار التي تتناقض مع الطرح السياسي للإمارات بنسبة (80 %) ، الأخبار تسيء إلى أصدقاء الإمارات (73.33 %).

جدول رقم (19) عراقيل تحد من إنجاز عمل المحرر

م	المعايير	مجموع التكرارات	النسبة
1	تقييدات السياسة الإعلامية	30	100 %
2	ضعف القدرة والخبرة المهنية للمسؤولين	20	66.67 %
3	ضعف قدرات الصحفيين أنفسهم وقلة خبراتهم	13	43.33 %
4	ضعف الإمكانيات الفنية والتكنولوجية	13	43.33 %
	المجموع	30	100 %

من هذا العرض نلاحظ أن: (100 %) وهي تمثل عينة الدراسة اتفقت على الترتيب الأول لعنصر (تقييدات السياسة الإعلامية).

يليهما عنصر (ضعف القدرة والخبرة المهنية للمسؤولين) بنسبة 66.67 % في الترتيب الثاني. وفي الترتيب الثالث والثالث مكرر جاء عنصرا (ضعف قدرات الصحفيين أنفسهم وقلة خبراتهم، ضعف الإمكانيات الفنية والتكنولوجية) بنسبة (43.33 %).

جدول رقم (20) الاعتبارات الأكثر أهمية

الترتيب	نسبة	تكرارات	الاعتبار الأكثر أهمية
2	20.16 %	25	مصدر الخبر
3	16.94 %	21	إدارة الوكالة
5	12.90 %	16	عامة القراء
4	16.13 %	20	المسؤولين في الدولة
6	11.29 %	14	وكالة أنباء خارجية
1	22.58 %	28	السياسة الإعلامية أو الخط السياسي للوكالة

من هذا العرض نلاحظ أن : السياسة الإعلامية أو الخط السياسي للوكالة جاء في المركز الأول بنسبة (22.58 %). مصدر الخبر جاء في المركز الثاني بنسبة (20.16 %) . إدارة الوكالة جاءت في الترتيب الثالث بنسبة (16.94 %). المسؤولين في الدولة جاء في الترتيب الرابع بنسبة (16.13 %). عامة القراء جاء في الترتيب الخامس بنسبة (12.90 %). وكالة أنباء خارجية في الترتيب السادس والاخير بنسبة (11.29 %).

جدول رقم (21) التأيي في أخبار (وام)

الرأي	دائماً	أحياناً	نادراً	المجموع	الدرجة الترجيحية	دلالة الدرجة
تكرار	17	10	3	30	2.461	فوق المتوسط
نسبة	56.67%	33.33%	10.00%	100.00%		

من هذا العرض نلاحظ أن (56.67 %) وضعوا (وام) ضمن الوكالات المتأينة دائماً ، هناك (33.33 %) من عينة الدراسة رأوا أن (وام) أحياناً تكون متأينة ، بينما هناك (105) قالوا إنها غير متأينة في أخبارها، بلغت الدرجة الترجيحية 2.461 أي أن التأيي في (وام) يكون فوق المتوسط

جدول رقم (22) الرأي فيما تقدمه (وام) من خدمات

الرأي	جيدة	غير جيدة	المجموع
تكرارات	30	0	30
نسبة	100.00 %	0.00 %	100.00 %

اتفقت عينة الدراسة بكاملها دون استثناء على جودة الخدمة التي تقدمها (وام) وهو رأي واحد لا يحتمل مقارنات مع آراء أخرى ولذلك سنكتفي بهذه النتيجة .

جدول رقم (23) الرأي فيما تجرته (وام) من دراسات تحليل وتقويم لسياستها الإخبارية

الرأي	بانتظام	أحيانا	نادرا	لا	الدرجة الترجيحية	دلالة الدرجة
تكرارات	16	13	1	0	2.5	مرتفعة
نسبة	% 53.33	% 43.33	% 3.33	% 0.00		

بنسبة (53.33%) من عينة الدراسة قالوا أن (وام) تجري دراسات تحليل وتقويم لسياستها الإخبارية بانتظام، بينما قال (43.33%) ان (وام) أحيانا ما تجري دراسات تحليل وتقويم لسياستها الإخبارية، وقال (3.33%) من عينة الدراسة أن (وام) نادراً ما تجري دراسات تحليل وتقويم لسياستها الإخبارية هذا وقد ارتفعت الدرجة الترجيحية لهد الرأي الى (2.5) مما يعني الموافقة المرتفعة على انتظام (وام) في قيامها بدراسات تحليل وتقويم لسياستها الإخبارية .

جدول رقم (24) ما تتصف به السياسة الإخبارية في (وام)

الرأي	نعم	أحيانا	لا	الدرجة الترجيحية	دلالة الدرجة
الرد بشكل الرد يومي على التحديات والمواقف التي يختلقها الخصم	8	9	13	1.83	متوسط
	% 26.67	% 30.00	% 43.33		
اعتماد اسلوب التغييرات المفاجئة في القرارات والاجراءات الإعلامية	7	11	12	1.83	متوسط
	% 23.33	% 36.67	% 40.00		
اللجوء إلى التريث والحصافة والتخمين لغياب الدراسة العلمية والتوجيهات المستقرة	6	17	7	1.96	متوسط
	% 20.00	% 56.67	% 23.33		

من العرض السابق يتضح أن: الموافقة على هذه البدائل جاءت متوسطة بين أفراد العينة وأن كانت هناك فروق واضحة بين بديل (اللجوء الى التريث والحصافة والتخمين لغياب الدراسة العلمية والتوجيهات المستقرة) وبين البديلين الآخرين مما يجعلنا نرجح أن هذا البديل هو الغالب بين أفراد العينة .

جدول رقم (25) الاتصال الشخصي بالقيادات ودوره في توجيه سياسة (وام)

الرأي	فاعل	محدود الفاعلية	غير فاعل	الدرجة الترجيحية	دلالة الدرجة
تكرارات	6	17	7	1.967	متوسط
نسبة	% 20.00	% 56.67	% 23.33		

من هذا العرض نلاحظ أن الاتصال الشخصي بالشخصيات و القيادات السياسية والإعلامية البارزة يكون دوره متوسط في توجيه سياسة (وام) حيث بلغت الدرجة الترجيحية المنبئة عن هذا الدور (1.967) ما هي المستلزمات والإجراءات الأكثر جدوى في تحقيق أفضل الخدمات الإخبارية بـ(وام)

جدول رقم (26) والإجراءات الأكثر جدوى في تحقيق أفضل الخدمات الإخبارية في (وام)

م	الاجراء	تكرارات	النسبة	الترتيب
1	التمويل المادي	14	% 46.67	1
2	التنسيق مع الوكالات الاخرى	6	% 20.00	2
3	منح فرص التدريب للعاملين	4	% 13.33	3
4	وضع الإنسان المناسب في المكان المناسب	4	% 13.33	م3
5	تجاوز الروتين في إنجاز متطلبات العمل	2	% 6.67	5

من هذا العرض نجد أن (التمويل المادي) جاء في الترتيب الأول بنسبة (46.67 %) ، (التنسيق مع الوكالات الأخرى) جاء في الترتيب الثاني بنسبة (20.0 %) ، (منح فرص التدريب للعاملين) جاء في الترتيب الثالث بنسبة (13.33 %) ، (وضع الإنسان المناسب في المكان المناسب) جاء في الترتيب الثالث مكرر بنسبة (13.33 %) ، (تجاوز الروتين في إنجاز متطلبات العمل) جاء في الترتيب الخامس بنسبة (6.67 %) ، أصحاب الخبرة (5-) وفي الترتيب الرابع بين أصحاب الخبرة (1- ، 10-) وقد اقتصر هذا الإجراء على هذه الوظائف فقط .

جدول رقم (27) صفات السياسة الإخبارية ل(وام) المقدمة للخارج والداخل

الصفة	دائما	أحيانا	لا	الدرجة الترجيحية	الترتيب	دلالتل الدرجة
صادقة	8	5	-	2.615	7	مرتفع
موضوعية	25	5	-	2.833	1	مرتفع
واضحة	23	6	1	2.733	4	مرتفع
مقنعة	22	8	-	2.733	4م	مرتفع
متزنة	23	7	-	2.767	3	مرتفع
دقيقة	24	6	-	2.8	2	مرتفع
مؤثرة	21	9	-	2.645	6	مرتفع

من هذا العرض يتضح: ارتفاع الدرجات الترجيحية لكافة الصفات التي طرحتها صحيفة الدراسة مما يعني موافقة عينة البحث على صحة هذه الصفات بدرجة مرتفعة وإن كانت هناك فروق بين الدرجات الترجيحية لكل صفة إلا أنها تدور جميعها في حيز الموافقة بدرجة مرتفعة وهي أعلى درجات الرضا والموافقة.

جدول رقم (28) السياسة الإعلامية ومساهمتها في تطوير العمل الصحفي

الرأي	نعم	أحيانا	لا	الدرجة الترجيحية	دلالتل الدرجة
تكرارات	20	8	2	2.6	مرتفعة
نسبة	% 66.67	% 26.67	% 6.67		

من هذا العرض نلاحظ أن: (نعم) السياسة الإعلامية ل(وام) كانت تسهم في تطوير العمل الصحفي الخدمة الأخبارية المقدمة للجمهور الداخلي والخارجي وقد حاز هذا الرأي على نسبة كبيرة من عينة الدراسة إذ بلغت النسبة (66.7%) ، (أحيانا) جاءت بعدها وبنسبة (26.67%) ، (لا) وبفارق نسبي كبير جاءت بنسبة (2.67) في الترتيب الاخير ، وقد تأكد إحصائياً ارتفاع الدرجة الترجيحية المنبئة بالموافقة المرتفعة على هذا الرأي إذ بلغت هذه الدرجة (2.6).

جدول رقم (29) الاختلاف بين (وام) ووسائل الاعلام الإماراتية في النشر والسياسة الإخبارية

الرأي	نعم	أحيانا	لا	الدرجة الترجيحية	دلالتل الدرجة
تكرارات	18	12	0	2.6	مرتفعة
نسبة	% 60.00	% 40.00	% 0.00		

من هذا العرض يتضح أن (60 %) من عينة الدراسة أقرّوا أن هناك اختلافاً جوهرياً بين سياسة وسائل الإعلام الإماراتية كالتلفزيون والإذاعة والمجلات والدوريات في النشر بين السياسة الإخبارية ل(وام)، (40 %) قالوا أحياناً تكون هناك هذه الاختلافات، وهذا وتشير الدرجة الترجيحية (2.6) إلى الموافقة المرتفعة على هذا الرأي بين عينة الدراسة.

جدول رقم (30) عن مدى الاختلاف بين سياسة وام الاخبارية وسياسة وسائل الاعلام الاخرى

الرأي	كبير جدا	كبير	قليل	الدرجة الترجيحية	دلالة الدرجة
تكرارات	8	6	4	2.222	فوق المتوسط
نسبة	% 44.44	% 33.33	% 22.22		

من هذا العرض يتضح أن (44.44 %) أجابوا بأن الاختلاف الحادث بين (وام) ووسائل الإعلام الإماراتية في النشر والسياسة الإخبارية كبير جداً، بينما قال (33.33 %) بأن هذا الاختلاف كبير، في الوقت الذي قال فيه (22.22 %) أنه قليل، وعلى ذلك فقد جاء مدى الاختلاف فوق المتوسط إذ بلغت الدرجة الترجيحية (2.222).

جدول رقم (31) الإجراءات الإعلامية التي تتبعها (وام) للرد على السياسة الإعلامية المعادية

الاجراء	نعم	أحيانا	لا	الدرجة الترجيحية	دلالة الدرجة
إهمال السياسة الإعلامية المعادية واستمرار (وام) في سياستها الإعلامية	21	9	0	2.7	مرتفعة
	% 70	% 30	% 0		
إجراءات وإطلاق تصريحات ذات طابع رسمي وإعلامي ودعائي	4	19	7	1.9	متوسط
	% 13.33	% 63.33	% 23.33		
بث تعليقا حول الأخبار العالمية سم الناطق الرسمي ل(وام)	9	4	17	1.48	أقل من المتوسط
	% 30.00	% 13.33	% 56.67		
إعداد معلومات واحصائيا وبثها لدحض الأخبار المعادية	17	11	2	2.5	مرتفعة
	% 56.67	% 36.67	% 6.67		

من هذا العرض نلاحظ (بلغت الدرجة الترجيحية لهذه الإجراءات (2.208) أي موافقة فوق المتوسط لها من أفراد عينة الدراسة وتفصيلاً جاءت الدرجات الترجيحية

لكل إجراء على حده كالاتي :

إهمال السياسة الإعلامية المعادية واستمرار (وام) في سياستها الإعلامية : جاء هذا الإجراء في المقدمة بدرجة ترجيحية مرتفعة بلغت (2.7) وهي تنبئ عن موافقة أكبر من أي إجراء آخر .

إعداد معلومات وإحصائيا وبثها لدحض الأخبار المعادية : جاء هذا الإجراء في الترتيب الثاني من حيث الموافقة بدرجة ترجيحية بلغت (2.5)

إجراءات وإطلاق تصريحات ذات طابع رسمي وإعلامي ودعائي : لم ينل هذا الاجراء نفس درجة القبول لدى عينة الدراسة وجاء بدرجة متوسطة حيث بلغت الدرجة الترجيحية له (1.9).

بث تعليقات حول الأخبار العالمية سم الناطق الرسمي ل(وام) : أقل إجراء حاز على موافقة لأفراد عينة الدراسة حيث جاءت درجته الترجيحية المعيرة عن مدى الرضا والقبول بهذا الإجراء (1.48) أي أقل من المتوسط .

جدول رقم (32) ما كانت (وام) تتزوده من السلطة السياسية

العبرة	نعم	أحيانا	لا	الدرجة الترجيحية	دلالة الدرجة
تفصيلات دقيقة للأهمية التي تفرضها المتغيرات السياسية الدولية والعربية والإقليمية على صعيد تحقيق السياسة الإعلامية للإمارات	26	4	0	2.867	مرتفعة
تحديد واضح للأهداف الإعلامية المقرونة بالخطط التكتيكية المناسبة بما يحقق نسبة عالية للسياسة الإخبارية ل(وام).	22	7	1	2.7	مرتفعة

جدول رقم (33) الرأي في وجود دراسة مرسومة ب(وام) يقوم عليها التخطيط

الرأي	نعم	أحيانا	لا	الدرجة الترجيحية	دلالة الدرجة
تكرارات	22	7	1	2.7	مرتفعة
نسبة	73.33%	23.33%	3.33%		

ارتفعت نسبة القائلين بنعم التخطيط قائم على دراسة مرسومة إذ بلغت نسبتهم (73.33 %) وقد بلغت الدرجة الترجيحية المنبئة بمدى الموافقة على الرأي (2.7) أي أن الموافقة على هذا الرأي جاءت مرتفعة.

جدول رقم (34) الرأي في وجود أسلوب مستمر لمتابعة التخطيط للسياسة الإخبارية ل(وام)

الرأي	نعم	أحياناً	لا	الدرجة الترجيحية	دلالة الدرجة
تكرارات	23	6	1	2.773	مرتفعة
نسبة	% 76.67	% 20.00	% 3.33		

من هذا العرض نلاحظ أن (76.67 %) من عينة الدراسة وافقوا على القول أن هناك أسلوباً مستمراً لمتابعة التخطيط للسياسة الإخبارية ل(وام) ، وأن (20.0%) قالوا أحياناً يوجد هذا الأسلوب ، وبنسبة ضئيلة جاء الرأي الراض لوجود مثل هذا الأسلوب. وقد ارتفعت الدرجة الترجيحية لتسجل (2.773) أي أن هذا الأسلوب موجود بدرجة مرتفعة. هكذا قالت عينة الدراسة.

جدول رقم (35) اهمية متابعة وتقييم التخطيط للسياسة الإخبارية ل(وام)

الرأي	مهم جداً	أحياناً مهم	متوسط الاهمية	الدرجة الترجيحية	دلالة الدرجة
تكرارات	17	11	2	2.5	مرتفعة
نسبة	% 56.67	% 36.67	% 6.67		

من هذا العرض يتضح أن متابعة وتقييم التخطيط للسياسة الإخبارية ل(وام) مهم بدرجة مرتفعة حيث بلغت الدرجة الترجيحية المنبئة عن الموافقة على هذا الرأي (2.5).

جدول رقم (36) الرأي في نجاح (وام) في التخطيط لسياساتها الإخبارية

الرأي	نعم	لا	المجموع
تكرارات	28	2	30
نسبة	% 93.33	% 6.67	% 100.00

أجمعت عينة الدراسة - إلا مفردتين (6.67%) على نجاح تخطيط (وام) لسياساتها الإخبارية وذلك بنسبة (93.33%) وهو ما سنستعرض تأثير المتغيرات الديموجرافية عليه فقط.

جدول رقم (37) عملية صياغة أهداف الرسالة الإخبارية ل(وام) وبثها تسبقها عملية إعداد متكامل في هذه الأهداف

الهـدف	نعم	أحياناً	لا	الدرجة الترجيحية	دلالة الدرجة
تكرار وضوح مضمون وأسلوب التعامل	25	4	1	2.8	مرتفع
	% 83.33	% 13.33	% 3.33		
تكرار تحديد الشرائح التي تتجه اليها الرسالة وخصائص كل منها	19	11	0	2.633	مرتفع
	0.63333	0.36667	0		
تكرار التركيز على الشريحة الأم	19	11	0	2.633	مرتفع
	0.63333	0.36667	0		

بلغت الدرجة الترجيحية لمدى الموافقة على هذه الاهداف (2.689) مما يعني الموافقة الكبيرة على عملية الأعداد المتكامل لهذه الأهداف حيث تنبئ هذه الدرجة بالنجاح المرتفع ، كانت الموافقة بنسبة مرتفعة والاعتقاد الكبير في أن عملية صياغة أهداف الرسالة الإخبارية ل(وام) وبثها تسبقها عملية إعداد متكامل في هذه الأهداف إذ دلت الدرجات الترجيحية على هذا النجاح وإن كان هدف (وضوح مضمون وأسلوب التعامل) هو الأكثر نجاحاً وقبولاً.

جدول رقم (38) المستويات التي تهتم بها صياغة أهداف الرسالة الإخبارية ل(وام)

مستوى	نعم	أحياناً	لا	الدرجة الترجيحية	دلالت الدرجة
صناع القرار	27	3	0	2.9	مرتفعة
قادة الرأي	25	5	0	2.83	مرتفعة
النخبة المتفقة	23	7	0	2.77	مرتفعة

بدرجة ترجيحية عامة بلغت (2.833) ارتفعت الموافقة على أن صياغة أهداف الرسالة الإخبارية لسياسة وام تهتم بشكل مباشر بالمستويات الثلاثة التي تضمنهم

سؤال صحيفة الدراسة مما يعني الموافقة شبه التامة من عينة البحث على اهتمام اهداف الرسالة الإخبارية لسياسة (وام) .

كان المستوى (صناع القرار) هو أكثر مستوى جاءت الموافقة الكبيرة عليه يليه مستوى (قادة الفكر) ثم (النخبة المثقفة) علماً بأن المستويات الثلاثة تتمتع بموافقة ورضا عينة الدراسة بدرجة مرتفعة وهي أعلى درجات النجاح او الموافقة أو الرضا.

جدول رقم (39) يبين ترتيب أهداف الخبر في (وام)

م	الهدف	تكرارات	النسبة	الترتيب
1	الأخبار	23	76.67 %	الاول
2	خدمة الدولة الوطنية	21	70.00 %	الثاني
3	تزويد الناس بالمعلومات	20	66.67 %	الثالث
4	التثقيف	14	46.67 %	الرابع

من هذا العرض نلاحظ أن الأخبار: جاء في الترتيب الأول بنسبة (76.67 %) ، خدمة الدولة الوطنية : جاء في الترتيب الثاني بنسبة (70.0 %) ، تزويد الناس بالمعلومات : جاء في الترتيب الثالث بنسبة (66.67 %) ، التثقيف : جاء في الترتيب الأخير بنسبة (46.67 %).

جدول رقم (40) مدى تحقيق اهداف السياسة الاخبارية في (وام)

العبارة	نجاح جدا	نجاح	فوق المتوسط	متوسط	الدرجة الترجيحية	دلالة الدرجة
طرح قضايا الإمارات وموافقة الساسة على النطاق الإقليمي	20	7	3	0	3.26	فوق المتوسط
طرح قضايا الإمارات وموافقة الساسة على النطاق القومي	0	18	8	4	2.46	متوسط
طرح قضايا الإمارات وموافقة الساسة على النطاق الدولي	11	7	8	4	2.83	متوسط
مواجهة السياسات الإعلامية	9	9	8	4	2.76	متوسط

من هذا العرض يتضح أن : طرح قضايا الإمارات وموافقة الساسة على النطاق الإقليمي : حازت على أعلى درجات الموافقة مقارنة بباقي الأهداف المطروحة فقد بلغت درجتها الترجيحية (3.26) وهي موافقة فوق المتوسط . طرح قضايا الإمارات وموافقة الساسة على النطاق الدولي : جاءت الموافقة عليها في الترتيب الثاني من الأهمية بدرجة ترجيحية (2.83) وهي درجة متوسطة، مواجهة السياسة الإعلامية

: جاءت الموافقة عليها في الترتيب الثالث من الأهمية بدرجة ترجيحية (2.76) وهي درجة متوسطة، طرح قضايا الإمارات وموافقة الساسة على النطاق القومي : بأقل درجة ترجيحية بالمقارنة بباقي الأهداف جاء هذا الهدف بدرجة ترجيحية بلغت (2.46) وهي درجة متوسطة. وترتيب هذه الدرجات أكثر أهداف السياسة الإخبارية تحقيقاً.

جدول رقم (41) الرأي حول تناسب الامكانيات الفنية والتكنولوجية ب(وام) مع التطور الحاصل في تكنولوجيا الاتصال

الرأي	نعم	لا	المجموع
تكرارات	27	3	30
نسبة	% 90.00	% 10.00	% 100.00

أجاب (90 %) من عينة الدراسة بأنه نعم الإمكانيات الفنية والتكنولوجية ب(وام) تتناسب مع التطور الحاصل في تكنولوجيا الاتصال وفي حالة الإجابة بلا طلبت صحيفة الدراسة تحديد ما تفتقده (وام) في هذا المجال ووضعت ثلاثة احتمالات وكانت الإجابة كالاتي: الكوادر الهندسية والفنية : اتفقت المجموعة التي قالت ب(لا) على أن وكالة (وام) تنقصها الكوادر الهندسية والفنية المدربة ، الأجهزة والمعدات الاتصالية والمتطورة والحديثة تقنيا وتكنولوجيا : اتفقت المجموعة التي قالت ب(لا) على أن وكالة (وام) لا تنقصها الأجهزة والمعدات الاتصالية المتطورة والحديثة تقنياً وتكنولوجياً ، الموارد المالية الداعمة للجانب التقني : اتفقت المجموعة التي قالت ب(لا) على أن وكالة (وام) لا تنقصها الموارد المالية الداعمة للجانب التقني. وهذا يعني في رأي هؤلاء أن الإمكانيات المادية لا تنقص (وام) وأما الامكانيات البشرية . من وجهة نظرهم، هي ما تحتاج إليه (وام).

جدول رقم (42) الرأي في دور التطور التكنولوجي في تقدم سياسة وام الإخبارية

الرأي	نعم	لا	المجموع
تكرارات	29	1	30
النسبة	% 96.67	% 3.33	1

من هذا العرض نلاحظ أن كل عينة الدراسة باستثناء (3.33 %) قالوا نعم، فإن مستلزمات العمل الصحفي من الناحية التقنية مقياساً أساسياً في تقدم سياستها الإخبارية .

جدول رقم (44) تأثير تطور تكنولوجيا الاتصال في سياسة (وام)

الترتيب	النسبة	نعم	المهمة
1	% 90	27	السرعة والدقة في بث الأخبار
2	% 60	18	تأمين ارسال نشرات (وام) إلى مشتركها في الداخل والخارج
3	% 53.33	16	استلام النشرات من الوكالات العربية والأجنبية
4	% 33.33	10	استلام أخبار وتقارير مراسلي وام في المحافظات والخارج

قامت عينة الدراسة بترتيب هذه المهام كما هو مبين ولوحظ ان عينة الدراسة أعطت أولوية للخبر الصحفي وما يميزه ، ويمتاز به من سرعة في النقل والبث ودقة في استيفاء عناصره والتأكد من مصادره ، وارجعوا ذلك إلى التكنولوجيا التي تستخدمها (وام) في هذا المجال .

نتائج الدراسة:

1. كانت أكثر الدوافع للعمل بالأقسام الصحفية بوكالة الأنباء الاماراتية (وام) هي الاستعداد الشخصي ، الرغبة في التعرف على الأحداث والتطورات السياسية في الوطن العربي ، خدمة المجتمع .
2. كانت المشاركة في الدورات بالإمارات هي الفرصة الغالبة المتاحة لتطوير مهارات وخبرات العاملين بالوكالة .
3. كانت (السرعة الفورية في متابعة وبث الأخبار والتطورات السياسية المهمة ، بث الأخبار المهمة والمعلومات بطريقة موضوعية ومقنعة) كان هو الانطباع السائد بين غالبية الباحثين عن سياسة (وام) الإخبارية .
4. كانت (نصوص القوانين) هي المصدر الأساسي الذي تستمد منه (وام) توجهاتها وقوانينها .
5. الأخبار التي تسيء إلى شعب الإمارات والأخبار التي يرى المحرر أنها تتناقض مع أخلاقيات المجتمع هما أكبر معيارين يمكن أن يرفض بث الخبر بسببهما .
6. تقيدت السياسة الإعلامية وضعف القدرة والخبرة المهنية للمسؤولين هما أكثر ما يجد من إنجاز عمل المحرر .
7. السياسة الإعلامية أو الخط السياسي للوكالة ، مصدر الخبر هما أهم الاعتبارات من منظور محرر الأخبار عند صياغة الخبر
8. التريث والحصافة والتخمين لغياب اللجوء إلى الدراسة العلمية والتوجيهات

المستقرة هو أكثر ما تتصف به السياسة الإخبارية ل(وام) حيث كانت الموافقة على هذا الرأي موافقة متوسطة بدرجة ترجيحية 1.96 وهي أعلى درجة بين البدائل التي طرحتها الدراسة

9. جاء تقييم المبحوثين لدور الاتصال الشخصي بالقيادات السياسية والاعلامية والتوجهات المستمرة تقيماً بدرجة متوسطة.

10. كان التمويل المادي هو أكثر الإجراءات التي تتخذها (وام) في تحقيق أفضل الخدمات الإخبارية حيث قال بذلك 46.67%

11. كانت صفة الموضوعية والدقة والالتزان والموضوعية هي أكثر الصفات التي تتصف بها السياسة الإخبارية ل(وام) حيث كانت الدرجة الترجيحية المبينة لمدى الموافقة على هذه الصفات درجة مرتفعة .

12. ساهمت السياسة الإعلامية ل(وام) في تطوير العمل الصحفي والخدمة الإخبارية المقدمة للجمهور في الداخل والخارج فقد كانت الدرجة الترجيحية المبينة لدى موافقة على هذا الرأي درجة مرتفعة .

13. كان إهمال السياسة الإعلامية المعادية واستمرار (وام) في سياستها الإعلامية هو أكثر الإجراءات التي يمكن ل(وام) اتخاذها تجاه هذه السياسات المعادية يليها إعداد معلومات واحصائيات وبنها لدحض الأخبار المعادية.

14. حاز خيار تفضيلات دقيقة للاهمية التي تفرضها المتغيرات السياسية الدولية والعربية والإقليمية على صعيد تحقيق السياسة الإعلامية للإمارات . حاز هذا الخيار على موافقة مرتفعة من قبل الباحثين بدرجة ترجيحية بلغت 2.867.

15. نجح (وام) في التخطيط لسياستها الإخبارية جاء الرأي في نسبة 93.33%.

16. جاءت (الأخبار) في صدارة ترتيب أهداف الخبر فقد جاءت بنسبة 76.67% يليها (خدمة الدولة الوطنية) بنسبة 70% ، أما تزويد الناس بالمعلومات فقد جاء بنسبة (66.67%) وأخيراً جاء التثقيف في ذيل الترتيب بنسبة (46.67%)

17. جاء مستوى (صناع القرار) في صدارة المستويات التي تهم بها صياغة أهداف الرسالة إذ كانت درجته الترجيحية (2.9) أي تمت الموافقة على أولوية هذا الهدف بدرجة تكاد تكون كاملة ، يليه مستوى (قادة الفكر) ثم (النخبة المثقفة) .

18. حققت السياسة الإخبارية ل(وام) نجاحاً كما تشير الدرجات الترجيحية في (طرح قضايا الإمارات وموافقة الساسة على النطاق الإقليمي) ثم (النطاق الدولي) ثم (مواجهة السياسات الإعلامية) وأخيراً على (المستوى القومي) باستثناء (الإقليمي) الذي حقق درجة ترجيحية فوق المتوسط جاءت الأهداف الأخرى بدرجة

ترجيحية (متوسط)

19. اعتبر ما يقرب من 97% من عينة الدراسة أن تطور (وام) في مستلزمات العمل الصحفي من الناحية الفنية يعد مقياساً أساسياً في تقدم سياستها الإخبارية .
20. اعتبر 90% من آراء عينة الدراسة أن تكنولوجيا الاتصال كانت لها الأثر الأكبر في سياسة (وام) الاخبارية في السرعة والدقة في نقل الاخبار وبثها ثم جاء بعد ذلك تأمين ارسال النشرات الى المشتركين في الداخل والخارج ثم استلام النشرات من الوكالات العربية والأجنبية وأخيراً استلام أخبار وتقارير مراسلي (وام) في المحافظات والخارج... أي أن التطور في تكنولوجيا الاتصالات والتي تأخذ بها (وام) كان له الأثر الأكبر كما قلنا سابقاً في خدمة الخبر من حيث السرعة والدقة في بثه للجمهور أو الوكالات الأخرى .

توصيات الدراسة:

1. زيادة أعداد المشتركين في الدورات التدريبية ليصل التدريب لكل العاملين.
2. تنوع موضوعات الدورات لتضم موضوعات لها صلة بالعمل الصحفي كالتنمية البشرية مثلاً.
3. الاهتمام باللغة العربية والعمل على اشراك أكبر عدد في برامجها .
4. الاهتمام بتقديم مميزات ملموسة للعاملين بالوكالة اسوة بما يقدم في المؤسسات الاعلامية الاخرى
5. المحافظة على آلية عمل السياسة الاخبارية والعمل على تدعيمها .
6. النظر بجدية فيما يقدم للوكالة من مقترحات ومبادرات لتطوير نمط السياسة الإخبارية في (وام) وتنفيذ الجيد منها والقابل للتنفيذ.
7. العمل على تكوين كوادر فنية وهندسية مدربة لإسعاف الوكالة بتقديم خدمات أكثر جودة.

مراجع البحث:

- 1- <https://ar.wikipedia.org/wiki> - الموقع الالكتروني
- 2- شعبان حسن حماده، اتجاهات السياسة الاخبارية لوكالة الانباء العراقية، اطروحة دكتوراه غير منشوره، جامعة بغداد، كلية الاعلام، 2005، ص10.
- 3- محمد أزهر محمد سعيد وآخرون، أصول البحث العلمي، ط2، نينوى، مطبعة جامعة صلاح الدين، 1986، ص61.
- 4- د. محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، جدة، دار الشروق، 1983، ص223.
- 5- د. جمال زكي والسيد ياسين، أسس البحث الاجتماعي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1962، ص168. نقلا عن اطروحة شعبان حماده <https://www.drasah.com/Description/com.ur6&3042=id?aspx> -الموقع الالكتروني
- 7- الترك، احمد عرابي حسين، معالجة وكالات الانباء الدولية لمسيرات العودة الكبرى، دراسة حالة وكالة الانباء الفرنسية، مجلة الباحث الاعلامي، كلية الاعلام، جامعة بغداد، العدد 42 لسنة 2018، ص109-134.
- 8- ابو وهذب، عائشه، تصميم وكالات الانباء العالمية الناطقة باللغة العربية، وعلاقته بتيسير هذه المواقع للحصول على الاخبار، رسالة ماجستير غير منشوره، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2016.
- 9- القحطاني، ناصر، التغطية الاخبارية لوكالة رويترز لقضايا امن الخليج، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، الاردن، عمان، جامعة الشرق الاوسط، 2013.
- 10- حامد، أحمد خليل، مستقبل وكالات الانباء في ظل التطورات التقنية، سونا غودجا، ورقة بحثية، المؤتمر الثاني لمديري وكالة الانباء السودانية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، ابريل 2012، للمزيد انظر الموقع الالكتروني http://www.20120520120405884/publications_staff/edu.sustech.pdf
- 11- شعبان حسن حماده، اتجاهات السياسة الإخبارية لوكالة الأنباء العراقية 1997-2003، أطروحة دكتوراه غير منشوره، جامعة بغداد، كلية الاعلام، 2005
- 12- صالح وتوت، أهمية وكالات الانباء كمصدر من مصادر الاعلام، مجلة اهل

البيت ، العدد 1 ، 2004 ، بحث منشور ، العراق ، كربلاء جامعة اهل البيت عليهم السلام.

(*) تناولت كتب البحث العلمي مصطلح الاستبيان بالعديد من المترادفات الأخرى مثل: الاستقصاء، الاستفتاء، الاستخبار، والاستطلاع، كلها ترجمة للمصطلح الإنكليزي Questionnaire .

(*) الخبراء الذين عرضت عليهم استمارة الاستبيان هم:

- 1 - أ.د إبراهيم أبو عركوب- كلية الإعلام والاتصال -جامعة العين للعلوم والتكنولوجيا. العين
- 2- أ.د سعد سلمان المشهداني -قسم الإعلام - كلية الآداب -جامعة تكريت
- 3- أ.د فريد صالح فياض -قسم الإعلام - كلية الآداب -جامعة تكريت
- 4- أ.م.د محمد أحمد فياض- كلية الإمارات للتكنولوجيا - أبو ظبي.
- 5- أ.م.د عبدالملك الدناني- كلية الإمارات للتكنولوجيا - أبو ظبي.
- 6- أ.م.د معين صالح الميثمي - كلية الإمارات للتكنولوجيا - أبو ظبي.