

جامعة البحرين

قسم الإعلام والسياحة والفنون



كلية الآداب

مضامين الأخبار الخارجية بالموقع الإلكتروني
لوكالة أنباء البحرين
دراسة تحليلية

أطروحة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

إعداد

إسراء هاشم نعمة

الرقم الجامعي: ٢٠١١٤١٧

إشراف

د. أشرف أحمد عبد المغيث

أستاذ مشارك بقسم الإعلام والسياحة والفنون
جامعة البحرين

مملكة البحرين

يونيو، ٢٠٢٣م

قرار اعتماد لجنة مناقشة الأطروحة

University of Bahrain
Deanship of Graduate Studies
And scientific Research



جامعة البحرين
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

قرار لجنة مناقشة أطروحة

اسم الطالب:	إسماء هاشم نعمة	الرقم الجامعي:	20111417
الكلية:	كلية الآداب	القسم:	قسم الإعلام والسياحة والفنون
البرنامج:	ماجستير في الإعلام	المعدل التراكمي:	3.52
عنوان الأطروحة: مضامين الأخبار الخارجية بالموقع الإلكتروني لوكالة أنباء البحرين دراسة تحليلية			

اجتمعت لجنة المناقشة يوم 12 الموافق 12-Jun-23 بقاعة رقم
مئتي كلية الآداب وبعد مناقشة الطالب المذكور أعلاه علناً توصي لجنة المناقشة بالتالي:

يمنح الطالب تقدير: A- في مقرر الأطروحة: 598

١	دون إجراء أية تعديلات على الأطروحة.
٢	إجراء التعديلات المرفقة مع هذا القرار.

تصديق أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم	المشرف على الأطروحة	التوقيع
1. اشرف عبد المغيث	الممتحن الداخلي	
2. د شعيب الغياشي	الممتحن الخارجي	
3. د عبد الله الكندي		

6 Approved at the University Council 6th meeting, 2013
In accordance with Decision No. 736/2013 dated 14/3/2013
Modified by University Council Decision No. 2043/2013 dated 20/11/2013.

استمارة إيداع البحث

University of Bahrain
Deanship of Graduate Studies
And scientific Research



جامعة البحرين
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

استمارة إيداع البحث

اسم الباحث:	إسراء هاشم نعمة
عنوان البحث:	مضامين الأخبار الخارجية بالموقع الإلكتروني لوكالة أنباء البحرين
سنة النشر:	2023
الكلية:	كلية الآداب
القسم:	قسم الإعلام والسياسة والفنون
البريد الإلكتروني:	e.hashim.7@gmail.com
رقم الاتصال:	37747709

إقرار الباحث بالموافقة على الشروط التالية:

يحق لجامعة البحرين إتاحة وتوفير الرسالة أو الأطروحة المذكورة أعلاه في مكتبة الجامعة أو من خلال موقع الإسهامات البحثية للجامعة أو على نطاق أوسع في الخارج؛ كما ويمكن إعادة طباعة الرسالة إذا اقتضت الحاجة لذلك أو رقمتها مع إتاحتها على شبكة الأنترنت وذلك حسب تقدير إدارة الجامعة.

تنطبق هذه الشروط على جميع النسخ بما في ذلك النسخ الإلكترونية

تعتبر هذه الرسالة أو الأطروحة من المواد المحمية والتي تخضع إلى حقوق النشر والتأليف، ولا يجوز نشر أي اقتباس من الرسالة بدون توثيق المصدر.

التاريخ: 20/11/2023

توقيع الباحث:

10 | Approved at the University Council 6th meeting, 2013
In accordance with Decision No. 736/2013 dated 14/3/2013
Modified by University Council Decision No. 2043/2013 dated 20/11/2013.

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مضامين الأخبار الخارجية في الموقع الإلكتروني لوكالة أنباء البحرين (بنا)، والتصنيف الجغرافي لها، إلى جانب رصد القيم الإخبارية التي تتضمنها الأخبار الخارجية المنشورة على موقع الوكالة، وتحديد نوعها ومضمونها. كما تهدف الدراسة إلى التعرف على القوى الفاعلة في الأخبار الخارجية التي تنشرها (بنا)، والاتجاه الذي تتبناه في نشر وصناعة الأخبار الخارجية، وتحديد طبيعة الصور الإعلامية وأنواع الوسائط المتعددة المنشورة مع الأخبار الخارجية؛ وذلك للوقوف على أوجه القصور والتميز لدى وكالة أنباء البحرين (بنا) من خلال الدور الذي تؤديه في صناعة الأخبار الخارجية.

وتُعَدُّ هذه الدراسة من الدراسات الكيفية التي توظف المنهج المسحي الإعلامي من خلال أداة تحليل المضمون للأخبار الخارجية المنشورة على الموقع الإلكتروني لوكالة أنباء البحرين (بنا) والتي تصنفها الوكالة على هذا النحو: (الأخبار الخليجية، الأخبار العربية، الأخبار العالمية)، في الفترة من سبتمبر إلى نوفمبر 2022م، واعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على أسلوب الحصر الشامل لتحليل "الأخبار الخارجية" المنشورة على وكالة أنباء البحرين، في الفترة المحددة، واستهدف تحليل مضمون الأخبار الخارجية لـ (1179) خبراً خارجياً منشوراً على الموقع الإلكتروني للوكالة، وقد صُمِّمَت استمارة تحليل المضمون ضمن (11) فئة، واعتمدت الدراسة على نظرية عناصر "الجدارة الإخبارية" - The Components of Newsworthiness.

وخلُصَّت الدراسة إلى جملة من النتائج، أهمها: أن وكالة أنباء البحرين (بنا) تحرص على نشر الأخبار بشكل فوري إلى جانب اهتمامها بأن تكون الأخبار الخارجية ذات تأثير عالٍ وقرب جغرافي أو نفسي من جمهورها المستهدف، وأن غالبية نوع الأخبار (الخليجية، والعربية) الخارجية المنشورة على موقع الوكالة أخبار جادة "Hard News"، بينما الأخبار العالمية الخارجية متنوعة بين الأخبار الجادة والأخبار الخفيفة "Soft News"، وأن الحياد يشكل ملامح الصورة الكلية التي تتبناها الوكالة في صناعة الأخبار الخارجية، وأن هناك اعتماداً على الصور الأرشيفية بدلاً عن الصور الآنية للأحداث، في ظل انخفاض شديد في نشر الوسائط المتعددة المرافقة للأخبار الخارجية، كما بينت نتائج تحليل المضمون وجود تنوع في القيم والمضامين الإخبارية المنشورة في وكالة أنباء البحرين.

وأوصت الدراسة برفع معدل الاهتمام بالقيم الإخبارية في صناعة الأخبار الخارجية المنشورة على موقع الوكالة، بما يسهم في تعزيز تجارة الأخبار وزيادة فرص استهلاك الأخبار في وكالات الأنباء الخليجية والعربية والعالمية، وتفعيل المزايا والخصائص التي يتيحها الموقع الإلكتروني للوكالة، والتي من شأنها أن تسهم في إبراز المحتوى الإخباري بصورة متكاملة، ورفع عدد وكفاءة العاملين في الوكالة وتعزيز مهاراتهم في استخدام التكنولوجيا الحديثة.

الكلمات المفتاحية: المضامين الإخبارية، الأخبار الخارجية، وكالة أنباء البحرين (بنا)، الموقع الإلكتروني،

القيم الإخبارية

الإهداء

إلى صاحب الفضل عليّ بعد الله

إلى الرجل الصبور الغيور الخلق الطيب

إلى سيد البيت وسر تكامل أركانه

إلى سر قوتي واعتمادي في دربي

إلى صاحب الحب غير المشروط والعطاء اللامحدود

إلى الذي ظل مبتسمًا للحياة مؤمنًا بقضاء الله وقدره

إلى من فقدناه وظلت روحه أسيرة أفئدتنا

إلى من كان سندًا و عونًا وأبًا وصديقًا مخلصًا

إلى روح أبي

جمعني الله بك في الجنة

أسأل الله أن يكتب لك في كل حرفٍ أجرًا

الشكر والتقدير

بدايةً أشكر الله عز وجل على نعمه التي لا تُعدُّ ولا تحصى

الحمد لله أنَّ التوفيق من عنده، الحمد لله أنَّ الخير من ملكه، الحمد لله على النجاح وفرحته.

وعملًا بمبدأ "من لا يشكر الناس لا يشكر الله"

فإنني أتوجه بالشكر والتقدير إلى أستاذي المشرف على هذه الدراسة د. أشرف أحمد عبد المغيث

وإلى جامعة البحرين، وجميع منتسبيها على كل ما بذلوه في سبيل إيصالنا إلى ما طمحنا إليه،

والشكر والتقدير إلى عائلتي الذين زرعوا التفاؤل في دربي ولم يتوانوا عن تشجيعي ومؤازرتي،

والشكر كذلك لكل من كان لي عونًا وسندًا حتى نهاية الطريق

فما كان لهذه الدراسة أن ترى النور لولا دعمكم ومساندكم

شكرًا جزيلاً لكم جميعاً

الفهرس

الموضوع	رقم الصفحة
قرار اعتماد لجنة مناقشة الأطروحة	أ
استمارة إيداع البحث	ب
ملخص الدراسة	ج
الإهداء	د
الشكر والتقدير	هـ
الفهرس	و
قائمة الجداول	ح
قائمة الأشكال	ط
الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة	
1-1 المقدمة	2
2-1 مشكلة الدراسة	3
3-1 أهداف الدراسة	4
4-1 تساؤلات الدراسة	5
5-1 أهمية الدراسة	6
6-1 حدود الدراسة	6
7-1 مصطلحات الدراسة	6
الفصل الثاني الإطار النظري	
1-2 النظرية المستخدمة في الدراسة	10
2-2 فرضيات النظرية	12
3-2 الخلاصة	15
4-2 الدراسات السابقة	16
5-2 التعقيب على الدراسات	28
الفصل الثالث الإطار المعرفي	
1-3 وكالات الأنباء ووظائفها وأنواعها	29
1-1-3 تمهيد	30
2-1-3 أنواع وكالات الأنباء	31
3-1-3 وظائف وكالات الأنباء ودورها	32
4-1-3 وكالات الأنباء العالمية	32

33	3-1-5 وكالات الأنباء العربيّة
37	3-2 وكالة أنباء البحرين (BNA)
37	3-2-1 تمهيد
37	3-2-2 التأسيس
39	3-2-3 الاختصاص والتطوير
الفصل الرابع الطريقة والإجراءات	
46	4-1 نوع الدراسة
46	4-2 منهج الدراسة
46	4-3 مجتمع الدراسة
47	4-4 أدوات جمع البيانات
47	4-5 الصدق
47	4-6 ثبات التحليل
الفصل الخامس نتائج الدراسة التحليليّة	
50	5-1 النتائج العامّة
54	5-2 نتائج دراسة تحليل المضمون من خلال الإجابة عن تساؤلات الدراسة
77	5-3 الخاتمة
79	5-4 التوصيات
80	5-5 المراجع والملاحق
80	5-5-1 المراجع العربيّة
87	5-5-2 المراجع الأجنبيةّة

قائمة الجداول

الجدول	رقم الصفحة
جدول (1) توزيع الأخبار في الأقسام (الخليجية والعربية والعالمية) في وكالة أنباء البحرين وفقاً لشهور التحليل	54
جدول (2) القوة الفاعلة في الأقسام الإخبارية (الخليجية والعربية والعالمية) في وكالة أنباء البحرين	56
جدول (3) اتجاه الأخبار في الأقسام الإخبارية (الخليجية والعربية والعالمية) في وكالة أنباء البحرين	57
جدول (4) نوع الأخبار في الأقسام الإخبارية (الخليجية والعربية والعالمية) في وكالة أنباء البحرين	60
جدول (5) مصدر الأخبار في الأقسام الإخبارية (الخليجية والعربية والعالمية) في وكالة أنباء البحرين	62
جدول (6) طبيعة الصور الإخبارية في الأقسام الإخبارية (الخليجية والعربية والعالمية) في وكالة أنباء البحرين	64
جدول (7) موضوع الصور الإخبارية في الأقسام الإخبارية (الخليجية والعربية والعالمية) في وكالة أنباء البحرين	65
جدول (8) القيم الإخبارية في الأقسام الإخبارية (الخليجية والعربية والعالمية) في وكالة أنباء البحرين	67
جدول (9) عدد الأخبار لكل قيمة من القيم الإخبارية بحسب أنواع الأخبار الخارجية المنشورة على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا)	69
جدول (10) استمرارية الأخبار في الأقسام الإخبارية (الخليجية والعربية والعالمية) في وكالة أنباء البحرين	71
جدول (11) الوسائط المتعددة المستخدمة في الأقسام الإخبارية (الخليجية والعربية والعالمية) في وكالة أنباء البحرين	73
جدول (12) عدد قراءات الأخبار في الأقسام الإخبارية (الخليجية والعربية والعالمية) في وكالة أنباء البحرين	75

قائمة الأشكال

الشكل	رقم الصفحة
الشكل (1) التأثير المشترك للعوامل الإخبارية (News Factors) والقيم الإخبارية (News Values) على الجدارة الإخبارية (News Worthiness)	11
الشكل (2) يبين هيكل وزارة شؤون الإعلام بعد صدور مرسوم بتنظيمها في 2016م	40

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

- المقدمة.
- مشكلة الدراسة.
- أهداف الدراسة.
- تساؤلات الدراسة.
- أهمية الدراسة.
- حدود الدراسة.
- مصطلحات الدراسة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

1-1 المقدمة

أدى الصحفيون -منذ نشأت الصحافة- رسالتهم النبيلة بكل مهنية وموضوعية وحيادية، واختاروا موضوعاتهم الإخبارية استناداً إلى حدسهم المهني الذي كان يقودهم إلى انتقاء الأحداث التي تستحق التغطية، وغض النظر عن الأحداث الأخرى.

وعندما اهتمّ الدارسون بفهم وتحليل كيفية انتقاء الصحفيين لهذه الأحداث، تنبّهوا إلى وجود مجموعة من الخصائص الكامنة في الحدث نفسه، تجذب الانتباه له، وترشّحه أكثر من غيره ليكون محتوى إعلامياً قابلاً للنشر، وتمت تسميتها قيماً إخبارية، وهكذا تحولت الممارسة القائمة على الحدس إلى معرفة ذات أسس ومناهج نظرية.

ولا يزال الكم الكبير من الأخبار يتناول الأنشطة الرسمية والاقتصادية والتجارية والأحداث الكبرى، إضافة إلى الأخبار الاجتماعية والمتعلقة بالمشاهير ذات الأهمية، إلا أنّ الاختلاف الوحيد يكمن في وجود جمهور واسع لوسائل الإعلام الجماهيرية والذي يميّز بالتنوع والكثرة، من هنا أصبح لزاماً على المؤسسات الإعلامية أن تتبع سياسة تنوع الأخبار؛ لكسب عدد أكبر من الجمهور. (ماكومز، وهولبرت، وكيوسيس، ووانتا 2012، ص. 36)

وفي ما يتعلق بمضمون الأخبار ونتيجة وجود جمهور واسع لوسائل الإعلام الجماهيرية والذي يتميز بالعدد الكبير والتنوع الكثير؛ أصبح لزاماً على المؤسسات الإعلامية أن تتّبع سياسة تنوع الأخبار، لكسب عدد أكبر من الجمهور بتقديم الأخبار ذات الأهمية أو الجدارة لنشرها أو عرضها، وذلك ما يُسمّى بالقيمة الإخبارية، وهي القواعد التي بموجبها يمارس العاملون بوسائل الإعلام فرض أحكامهم التقويمية وتفصيلاتهم لشيء على شيء، مما يوجه عملية جمع الأخبار وانتقائها وتقديمها. ثم جاءت شبكات التواصل الاجتماعي وما تحمله من قيم إخبارية خاصة بها في عملية الانتقاء والنشر، والتي أصبحت إحدى العلامات البارزة في العصر الحديث، وأحد أهم العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام. (عبد الحميد، 2014، ص. 23)

كما شكلت الأخبار الخارجية التي تنتشر على المواقع الإلكترونية أهمية كبيرة بالنسبة للجمهور، خاصة وأنها تنتشر المعلومات والأخبار بشكل فوري وأني لشريحة كبيرة من المتلقين،

حيث إنَّها تعبر الحدود والأقاليم عبر صفحاتها الإلكترونية التي يمكن الوصول إليها في كل زمان ومن أي مكان في العالم. (جونى، عباس، 2013، ص. 135)

وفي ظل ما تشهده وسائل الإعلام الحديثة من منافسة؛ أصبح لزاماً على وسائل الإعلام التقليدية الظهور بمنظور جديد وإمكانيات جديدة لتطوير أسلوب عملها الإخباري وإكسابه صفة التميز، وهذا ما قامت به وكالات الأنباء الوطنية في المنطقة. وجاء إنشاء وكالة أنباء البحرين بصفتها مؤسسة إعلامية حديثة، قامت بإنشاء وحدات وأقسام معنية بالإعلام الإلكتروني، والتي تقدم المعلومات الشاملة في مختلف المجالات: السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والسياحية، حيث أرست وحدة الإعلام الإلكتروني استراتيجية مستمرة لتطوير هذه الوحدة. (النعمي، 2017، ص. 42)

وبناءً على ما تقدم؛ فإنّ الدراسة التي أماننا تتناول مضامين الأخبار الخارجية في الموقع الإلكتروني لوكالة أنباء البحرين (بنا) بصفتها أحد مصادر الأخبار المحلية والخارجية، وذلك للتعرف على مضامين الأخبار الخارجية المنشورة في الموقع الإلكتروني للوكالة، والوقوف على الملامح العامة للأساسيات والعوامل التي بناءً عليها تُختار الأخبار الخارجية وتُنشر، بهدف الوصول إلى التوصيات التي من شأنها أن تُسهم في تطوير محتوى قسم الأخبار الخارجية.

1-2 مشكلة الدراسة

في زمنٍ تتسارع فيه الأحداث، وتتوالى فيه التغيرات وتتهافت فيه مختلف الجهات على احتكار وجمع المعلومات، يزداد نفوذ وكالات الأنباء يوماً بعد يوم، وذلك بفضل إمكانياتها الضخمة ومؤهلاتها البشرية والمادية، وكذا توزعها عبر أقطار العالم، فوكالات الأنباء تُعدُّ واحدة من أهم المصادر التي تعتمد عليها النخب في استقاء آخر الأخبار ومتابعة المستجدات حول العالم، فوكالات الأنباء هي مؤسسات تَمُدُّ الصحف والمجلات ومحطات الإذاعة والتلفاز وجهات أخرى بالأخبار، والمشترون هم من يُسهم في عملية دفع التكاليف مقابل حصولهم على الأخبار التي لن يحصلوا عليها من غير الوكالة، وتعتمد غالبية أجهزة الإعلام على وكالات الأنباء التي تمثل مركز تجميع الأخبار. وتُعدُّ وكالات الأنباء أداة لنقل الأحداث والوقائع والأشخاص والقيم في جميع المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها، وتضطلع بدور دولي على نطاق بالغ الاتساع بسبب حجمها ووسائلها التكنولوجية الحديثة التي تستعين بها، وعليه؛ فإن تطوير المضامين الإخبارية واستراتيجيات اختيار الأخبار ونشرها أمر بالغ الأهمية، لتمكين الوكالات من مواصلة أداء دورها وفق رغبات واحتياجات جماهيرها المستهدفة. (الدليمي، 2011، ص. 56)

ومن جهة أخرى، فإن عملية تحليل مضمون الأخبار المنشورة في وكالات الأنباء، وتحديد مستويات اهتمام كل وكالة أنباء يُعدُّ أمرًا مهمًا في الكشف عن الأداء الإعلامي الفعلي لهذه الوكالات، بالإضافة إلى التعرف على القيم السائدة فيها، وذلك وفقًا لما توليه من أهمية في كل مرحلة من مراحل صناعة الأخبار، بداية من جمعها مرورًا باختيار موضوعاتها وتحريرها وتوزيعها على المواقع والصحف، وانتهاءً بتوقيت وطريقة نشرها.

وبناءً على ما تقدم؛ فإن مشكلة الدراسة الحالية تتمثل في التعرف على القيم الإخبارية والملاحم والآليات التي تدار بها عملية صناعة الأخبار الخارجية المنشورة على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا) وذلك من خلال تحليل مضامين الأخبار.

1-3 أهداف الدراسة

تتمثل أهداف الدراسة الحالية في الآتي:

الهدف الرئيس: التعرف على مضامين الأخبار الخارجية في الموقع الإلكتروني لوكالة أنباء البحرين (بنا).

ومن الهدف الرئيس تتفرع الأهداف الثانوية الآتية:

1. التعرف على التصنيف الجغرافي للأخبار الخارجية المنشورة على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا).
2. رصد القيم الإخبارية التي تتضمنها الأخبار الخارجية المنشورة على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا).
3. تحديد نوعية الأخبار الخارجية المنشورة على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا).
4. تحديد مضمون الأخبار الخارجية المنشورة على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا).
5. التعرف على القوى الفاعلة في الأخبار الخارجية المنشورة على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا).
6. التعرف على الاتجاه الذي تتبناه وكالة أنباء البحرين (بنا) في نشر وصناعة الأخبار الخارجية على موقعها.
7. تحديد طبيعة الصور الإعلامية المنشورة مع الأخبار الخارجية على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا).
8. تحديد أنواع الوسائط المتعددة المنشورة مع الأخبار الخارجية على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا).

9. الوقوف على أوجه القصور لدى وكالة أنباء البحرين (بنا) من خلال الدور الذي تؤديه في صناعة الأخبار الخارجية، وذلك من خلال تحليل مضمون المدة الزمنية المحددة، وتحديد المعوقات التي تواجه الوكالة في صناعة الأخبار الخارجية.
10. الوقوف على أوجه التميز لدى وكالة أنباء البحرين (بنا) من خلال الدور الذي تؤديه في صناعة الأخبار الخارجية، وذلك من خلال تحليل مضمون المدة الزمنية المحددة، وتحديد المعوقات التي تواجه الوكالة في صناعة الأخبار الخارجية.

1-4 تساؤلات الدراسة

تتمثل أسئلة الدراسة الحالية في ما يلي:

التساؤل الرئيس: ما طبيعة مضامين الأخبار الخارجية في الموقع الإلكتروني لوكالة أنباء البحرين (بنا)؟

ويتفرع عنه التساؤلات الثانوية الآتية:

1. ما التصنيف الجغرافي للأخبار الخارجية المنشورة على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا)؟
2. ما القيم الإخبارية التي تتضمنها الأخبار الخارجية المنشورة على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا)؟
3. ما نوع الأخبار الخارجية المنشورة على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا)؟
4. ما مضمون الأخبار الخارجية المنشورة على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا)؟
5. ما الاتجاه الذي تتبناه وكالة أنباء البحرين (بنا) في نشر وصناعة الأخبار الخارجية المنشورة على موقعها؟
6. ما القوى الفاعلة في الأخبار الخارجية التي تنشرها وكالة أنباء البحرين (بنا)؟
7. ما طبيعة الصور الإعلامية المنشورة مع الأخبار الخارجية على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا)؟
8. ما طبيعة أنواع الوسائط المتعددة المنشورة مع الأخبار الخارجية على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا)؟

1-5 أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من كونها إحدى الدراسات الإعلامية الحديثة التي تتناول موضوع مضامين الأخبار الخارجية في الموقع الإلكتروني لوكالات الأنباء، والذي يعد واحدًا من الموضوعات المهمة التي لا بُدَّ أن تُدرس؛ من أجل استمرار عملية تطوير صناعة الأخبار وتحديثها ونشرها في وكالات الأنباء، كما تتبع أهمية الدراسة الحالية من كونها الدراسة الأولى من نوعها في مملكة البحرين التي تناولت موضوع مضامين الأخبار الخارجية في الموقع الإلكتروني لوكالة أنباء البحرين (بنا).

بالإضافة إلى شُح الدراسات الإعلامية العربية التي تناولت موضوع مضامين الأخبار الخارجية في المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الوطنية العربية بشكل عام.

كما تكتسب الدراسة الحالية أهميتها من كونها سعت إلى تقديم إضافة علمية في إطار التعرف على الملامح العامة لكيفية صناعة الأخبار الخارجية واختيارها في وكالة أنباء البحرين (بنا)، وعلى الطبيعة المهنية التي تمارسها الوكالة في مجال النشر الصحفي، إذ من المؤمل أن تُسهم الدراسة بشكل أساسي في خطط التطوير المستقبلية المتعلقة بالممارسات الإعلامية الخاصة بالوكالة.

1-6 حدود الدراسة

تتمثل حدود الدراسة الحالية في ما يلي:

1. الحدود الموضوعية: تقتصر الدراسة الحالية على موضوع مضامين الأخبار الخارجية في الموقع الإلكتروني لوكالة أنباء البحرين (بنا).
2. الحدود المكانية: تقتصر الدراسة الحالية على الموقع الإلكتروني لوكالة أنباء البحرين (بنا)، وهو ما يمكن وصفه بالحدود الافتراضية.
3. الحدود الزمنية: أجريت الدراسة الحالية على الأخبار الخارجية المنشورة على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا) خلال الفترة من سبتمبر إلى نوفمبر 2022م.

1-7 مصطلحات الدراسة

1-7-1 وكالات الأنباء

هي "مؤسسات خاصة أو تعاونية أو حكومية تعمل في مجال جمع الأخبار والمعلومات وإمداد المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية بها مقابل أجر" (الشميلة، كافي، اللحام، 2015، ص. 7).

وهي "مراكز أو مؤسسات إعلامية للتوزيع الإخباري، إذ تختص بتزويد الصحف ومحطات الإذاعة والتلفاز بالأخبار والتقارير الصحفية، كما تلعب دور الممول الرئيسي للمعلومات الإخبارية الآنية، وبالتالي تقوم الوكالة بدور الصحفيين". (الشجيري، 2014، ص. 16)

ويعرفها البعض بأنها "مؤسسات وشركات دولية وإقليمية وقومية تعمل في مجال إمداد الصحف ووسائل الإعلام والهيئات المعنية العامة والخاصة بما تحتاجه من أخبار وتفسيرات ومعلومات وصور مقابل أجر بهدف تحقيق الربح أو بالمجان لتحقيق أهداف سياسية ودعائية لمالكيها سواء كانوا أفرادًا أو دولاً" (نصر، عبدالرحمن، 2014، ص. 124)، كما يمكن تعريفها بأنها "مؤسسة تقدم خدمة إخبارية حيث تُعنى بتجميع الأخبار وتغطية الأحداث بالصورة والكلمة والصوت، وتقوم بتوفير خدماتها الإخبارية إلى مختلف المؤسسات الإعلامية كالإذاعة والتلفزيون والصحف والشبكة العنكبوتية". (مصطفى، 2011، ص. 19)

التعريف الإجرائي: ويقصد به وكالة أنباء البحرين (بنا).

1-7-2 مضامين الأخبار

ويقصد بها المحتوى المفاهيمي أو المعرفي أو نواة الخبر ومرتكزه، وهو أساس الخبر وما يدور حوله الحدث بشكل رئيس، أو الوظيفية المفاهيمية أو المعرفية الكبرى المتحققة كقضية، أو المعنى الحرفي أو الدلالي للحدث، والأفكار الرئيسة والرسائل الإعلامية في الخبر والتي تعكس الحدث وتروي تفاصيله. (الضبع، 2011، ص. 23)

التعريف الإجرائي: ويقصد بها مضامين الأخبار الخارجية المنشورة على الموقع الإلكتروني لوكالة أنباء البحرين (بنا).

1-7-3 الموقع الإلكتروني

تعرف بأنها مجموعة من الصفحات المترابطة والتي تحتوي على نصوص معينة، أو صور، أو فيديو، أو ملفات صوتية وغير ذلك من الملفات، بحيث يكون هذا الموقع موجوداً أو مستضافاً على خادم (سيرفر) معين في إحدى الشركات المستضيفة، ويمكن الدخول إليه عن طريق شبكة الإنترنت من أي موقع في العالم. (فهيم، علوان، 2023، ص. 1992)

التعريف الإجرائي: ويقصد به الموقع الإلكتروني لوكالة أنباء البحرين (بنا).

1-7-4 الأخبار الخارجيّة

تُعرف الأخبار الخارجيّة بأنّها الأخبار التي تسلط الضوء على الأحداث التي تقع خارج البلد الذي تصدر منه الأخبار، والتي تلبي احتياجات الجماهير بما يحدث خارج موطنها. وتهتم الوكالات بنشر الأخبار الخارجيّة بغض النظر عن الوطن الذي تنتمي إليه هذه الأحداث أو المجتمع الذي يقع فيه الحدث. (غازي، 2021، ص. 146)

وهناك من عرفها بأنّها "الأخبار التي تتناول الأحداث والوقائع والقضايا والأفكار الهامة التي تقع في الدول الأجنبية في أغلب الأحوال ولا تمت بصلة إلى أبناء أو منشآت الدولة التي تصدر منها الصحيفة". (عباس، 2004، ص. 207)

التعريف الإجرائي: ويقصد بها الأخبار الخارجيّة المنشورة على الموقع الإلكتروني لوكالة أنباء البحرين (بنا).

الفصل الثاني

الإطار النظري

- النظرية المستخدمة في الدراسة.
- الدراسات السابقة.
- التعقيب على الدراسات السابقة.

الفصل الثاني

الإطار النظري

2-1 النظرية المستخدمة في الدراسة

نظرية عناصر "الجدارة الإخبارية" - The Components of Newsworthiness.

في عام 1965م قدّم كلّ من البروفيسور يوهان فنسنت غالتونغ، وماري هولمبو روج مجموعة من العوامل والقيم التي يتم على أساسها تقييم الأخبار الجديرة بالنشر، أطلقوا عليها أسم "العوامل الإخبارية"، و"القيم الإخبارية" وعليه، فإنّ توفّرت العوامل الإخبارية وهي الصفات التي تحتوي عليها القصة الإخبارية والتي تتفق مع سياسات وتوجهات تحرير الوسيلة الإعلامية، وتوفّرت مجموعة من القيم الإخبارية في الحدث فإنّها تساهم في عمليّة اختيار الحدث وترشيح الموضوع لتحريره وصناعة الخبر منه وهو ما يعرف بـ "الجدارة الإخبارية". (Ruge، Galtung، 1965، ص ص. 64-91)

كما قدم (Ruge، Galtung، 1965، ص ص. 64-91) أسساً لنظرية (الجدارة الإخبارية) والتي بموجبها يتم تحديد "الجدارة الإخبارية" وهي كلما زادت عدد القيم الإخبارية بجانب العوامل الإخبارية في الحدث زادت احتماليّة اختياره لصناعة الخبر، وكلما قلت في الحدث زادت نسبة استبعاد الحدث وعدم صناعة الخبر.

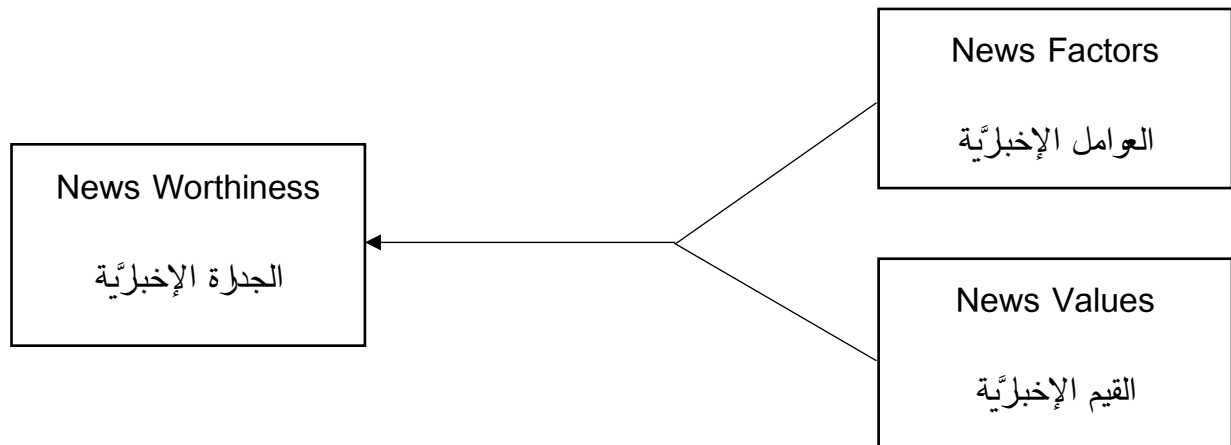
ويشير (O'Neill، Harcup، 2001، ص 266) إلى القيم التي تُسهم في اختيار الأحداث لصناعة الأخبار (كيف تصبح الأحداث أخباراً؟)، ويوضّح أنّها تتأثر بعدة عوامل ومنها: الفوريّة، والصراع، والقرب الجغرافي، والشهرة، والفائدة، والتأثير والأهميّة، والاستمراريّة، وهي كلما وُجدت أسهمت في اختيار الحدث ليكون خبراً منشوراً، وهي مجتمعة كلها أو بعضها بجانب العوامل الإخبارية تسمى (الجدارة الإخبارية).

وتُفسّر النظرية آليّة تحديد واختيار الأخبار القابلة للنشر بناءً على عاملين رئيسين، هما: الخصائص، ومجموعة المعايير التي تستند عليها وسائل الإعلام في عمليّة الاختيار، حيث إنّ الفكرة الأساسيّة التي تقوم عليها النظرية تُشبه طريقة اختيار الأخبار باختيار الفواكه عند شرائها، أي عندما يريد أي شخص شراء الفاكهة، فإنّه سيركز على خصائص معيّنة، مثل: اللون والحجم والرائحة والطعم بناءً على المعايير التي يستند عليها في عمليّة الاختيار، في حين أنّ هذه الخصائص -في الواقع- منفردة ليس لها أي قيمة، إنّما رغبة الفرد في الحصول عليها وفق معاييرها، جعلت من هذه الخصائص ذات قيمة، كما إنّ هذه الخصائص تتغيّر حسب حاجة الفرد ومن فرد

إلى آخر، لو أراد أي شخص صنع فطيرة فواكه، ستكون الخصائص التي يبحث عنها في الفاكهة هي (الطعم والرائحة) على عكس شخص آخر أراد اقتناء فاكهة لتزيين غرفة معيشته حيث إنّ الخصائص التي سيبحث عنها هي (اللون والحجم)، الأمر ذاته ينطبق على صناع القرار في عملية اختيار الأخبار في غرف صناعة الأخبار. (Kepplinger، 2006، ص ص. 26-29)

وعلى ما تقدّم؛ فإن النظرية عزّفت الخصائص "بالعوامل الإخبارية"، كما عزّفت المعايير "بالقيم الإخبارية"، والعوامل الإخبارية مع القيم الإخبارية تؤديان إلى إيجاد "الجدارة الإخبارية"، حيث يشير مصطلح "العوامل الإخبارية" (news factors) إلى الأحداث والموضوعات، والصفات التي تحتوي عليها القصة الإخبارية والتي تتفق مع سياسات وتوجهات تحرير الوسيلة الإعلامية. أما مصطلح "القيم الإخبارية" (news values)، فإنه يشير إلى كل ما يؤثر على عملية اختيار وتفضيل خبر عن غيره، في حين أنّ مصطلح "الجدارة الإخبارية" (news worthiness) يشير إلى وجود العوامل الإخبارية اللازمة والقيم الإخبارية المطلوبة لاختيار الأحداث والموضوعات لتحريرها ونشرها. (Kepplinger، 2006، ص ص. 26-29)

كما يمكن التفريق بين "العوامل الإخبارية" و"القيم الإخبارية" في مجموعة من العناصر، حيث إنّ "القيم الإخبارية" هي العناصر التي يجب توفرها كلها أو بعضها في الخبر لكي يمكن عدّه خبراً، أما "العوامل الإخبارية" فهي الأسس التي تحدد وسائل الإعلام على ضوءها صلاحية نشر الخبر بناءً على توجهاتها وأهدافها. (نصر، عبد الرحمن، 2014، ص. 69)



الشكل (1)

التأثير المشترك للعوامل الإخبارية (News Factors) والقيم الإخبارية (News Values) على الجدارة الإخبارية (News Worthiness)

يوضح الشكل أعلاه (شكل 1) التأثير المشترك للعوامل الإخبارية (News Factors) والقيم الإخبارية (News Values) على الجدارة الإخبارية (News Worthiness)، حيث تقدم هذه

النظرية شرحاً عن كيفية اختيار القصة للنشر والتنبؤ بالجدارة الإخبارية للقصة. (Kepplinger، 2006، ص ص. 26-29)

ووفقاً لنظرية عناصر "الجدارة الإخبارية" - The Components of Newsworthiness
يتم اختيار الأخبار بناءً على:

1- العوامل الإخبارية (News Factors).

2- القيم الإخبارية (News Values).

كما يتم احتساب الجدارة الإخبارية (News Worthiness) وفقاً للنظرية من خلالهما.

2-2 فرضيات النظرية

تفترض النظرية بأنه متى ما وجدت "العوامل الإخبارية" اللازمة بحسب وسيلة الإعلام، ووجدت "القيم الإخبارية" الضرورية في الحدث أو الموضوع فإنها تحقق "الجدارة الإخبارية"، وعليه؛ فإن الحدث يمكن ترشيحه واختياره من بين الأحداث الأخرى، لصناعة الخبر ونشره في وسائل الإعلام. (Kepplinger، 2006، ص. 29)

وتعرف الجدارة الإخبارية (News Worthiness) على أنها احتمالية اختيار قصة إخبارية للنشر، بمعنى أن تكون القصة مثيرة للاهتمام بدرجة كافية ليتم نشرها من خلال وسائل الاعلام.

والمقصود بعملية انتقاء الأخبار، هو البحث عن الجدارة الإخبارية للأنباء لتحرير ما يجب أن يختار، وما يجب أن يُهمل، وأي الأنباء تحتل المكانة البارزة، وأي الأخبار جديرة بالعناوين الضخمة، فعملية انتقاء الأخبار من مصادرها من أعقد المراحل التي يمر بها الخبر الصحفي، وبموجب الجدارة الإخبارية، يتخذ قرار اختيار أو إهمال الأحداث اليومية من قبل المحررين. (عكاك، 2011، ص. 118)

وهي العناصر التي يحتوي عليها الحدث، والتي إن وجدت كلها أو مجموعة منها في الحدث فإنها تسهم في زيادة فرصة انتقاء الحدث لصناعة الأخبار، وترشحه أكثر من غيره ليكون محتوى إعلامياً قابلاً للنشر. (بالمر، 2000، ص. 17)

كما تعرف "العوامل الإخبارية" (News Factors) بأنها "مجموعة من الخصائص والصفات التي يتميز بها الحدث عن باقي الأحداث، وهذه الخصائص تم حصرها تاريخياً من خلال متابعات الأخبار التي تنشرها وسائل الإعلام، إلا أنه لا يوجد اتفاق نهائي على عدد عناصر الخبر الصحفي ولا ماهية هذه العناصر، ويعود ذلك إلى اختلاف الأيديولوجيات القائمة في المجتمعات وسياسات

التحرير والاستراتيجيات التي تتبعها وسائل الإعلام في اختيار المواد والأحداث التي تستحق النشر وفق توجهاتها". (التميمي، 2008، 76)

ومن أهم العوامل التي تعتمد عليها الوسائل الإعلامية في اختيار الأخبار هي (طبيعة الجمهور، وسياسة وسيلة الإعلام وتوجهاتها، والمساحة المخصصة لهذا النوع من الأخبار، وتوجهات أصحاب القرار في وسيلة الإعلام). (نصر، عبد الرحمن، 2014).

أما "القيم الإخبارية" (News Values) فتعرف بأنها معايير تؤثر في اختيار الأحداث وتقديمها كأخبار تستحق النشر. كما تعرف على أنها "مبادئ توجيهية عامة أو معايير تحدد مدى الأهمية التي تعطيها وسيلة الإعلام للقصة الإخبارية". (O'Neill، Harcup، 2009، ص 79)، وهي كذلك "الإطار الإدراكي والدلالي الصريح أو الضمني الذي يجعل القائم بالاتصال قادرًا على إدراك وانتقاء الأخبار الأكثر أهمية من بين عدد كبير من الوقائع أو المعلومات، وهي المكونات الجوهرية التي تتشكل منها الأخبار وتتميز بتمييزها وتغيب بغياب أبرزها". (نصر، عبد الرحمن، 2014، ص. 71)

وهي مجموعة المعايير أو العناصر التي تقوم على أساسها الأخبار الصحفية، والعامل الحاسم في تقييم الخبر إلى جانب سياسة الصحيفة، وعليه؛ فإنَّ نشر أي خبر لا يقوم على أساس توفر أكبر عدد من العناصر المكونة للخبر، بل على أساس قيمة ووزن كل عنصر من العناصر المكونة للخبر أو هي المعيار الذي بموجبه يمارس المحترفون في وسائل الاتصال أحكامهم التقييمية وتفضيلاتهم لشيء على شيء، مما يوجّه عملية جمع الأخبار وانتقائها وتقديمها. (ربيع، 2005، 68)

وتتلخص القيم الإخبارية في الآتي:

1. **الجدة أو (الفورية):** ومن خلال هذه القيمة يُراعى أن يكون الخبر جديدًا، ولم يسبق معرفته من قبل، وأن يكون موائكًا للأحداث، كما إن الأخبار -على وجه العموم- تفقد ثقلها وأهميتها في الأغلب عندما تكون قديمة، وتمثل الجدة في الأخبار عنصر استقطاب لاهتمامات الجمهور المتلقي، ويقصد به الخبر الذي يحدث للمرة الأولى، أو ذلك الخبر الذي يحدث دوريًا على فترات متباعدة. (نصر، عبد الرحمن، 2014)
2. **الصراع:** ويقصد بهذه القيمة الأحداث التي تعكس صدامًا بين الأشخاص أو المؤسسات أو الدول بحيث تكتسب قيمة إخبارية، وتتجسد هذه القيمة في أخبار الحروب والثورات والكوارث والأزمات والحروب الأهلية والانتخابات السياسية وصراع الجماعات والأحزاب والطبقات والمصالح وصراع الدول، وفي هذه الحالات تطفئ تلك الأخبار

وتطوراتها السياسية والميدانية على واجهة نشرات الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، كما تحتل الصفحات الأولى في كل صحف العالم لأهميتها وجدتها وانتشار اهتمام أوساط الرأي العام في منطقة وقوعها وفي العالم بوقائعها، كما إنَّ عنصر الصراع يشمل الاختلاف بين الآراء وعرض وجهات النظر المتباينة للأفراد. وقد أبدت وسائل الإعلام اهتمامًا كبيرًا بالأخبار التي تحمل أو تتضمن هذه القيمة، إذ إنَّ الخبر الصحفي لا بُدَّ أن يُشبع لدى القارئ رغبته في تتبع هذا الجانب الدرامي من الحياة، فالصراع يشكل أحد مراكز الاهتمام الرئيسة عند الإنسان (إبراهيم، 2020، ص. 78).

3. القرب الجغرافي أو النفسي: الخبر الذي يثير الجمهور هو القريب منه أي الذي يدور في محيط جغرافية القراء وعواطفهم، وتعني مدى اقتراب الجمهور من الأشخاص أو الأماكن أو الموضوعات الواردة في الخبر، وهذه القيمة ترشح جملة من الأخبار القريبة جغرافيًا أو نفسيًا أو عاطفيًا من الجمهور، وعادة ما تشكل هذه القيمة فارقًا كبيرًا بالنسبة لوسائل الإعلام المحلية التي تبحث عن الخبر الخاص بمحيطها القريب جغرافيًا وثقافيًا. (نصر، عبد الرحمن، 2014، ص. 76)

4. الشهرة: والمراد بالشهرة أن يكون الخبر متعلقًا بشخصية مهمة وبارزة على المستوى السياسي أو الرياضي أو الفني، فموت رئيس أو ملك، أو موت فنان كبير الشهرة، أو موت لاعب كرة قدم مشهور جدًا هي أخبار تجذب الاهتمام الكبير، حيث تهتم وسائل الإعلام بهذه القيمة التي تُعدُّ من القيم الإخبارية ذات الأهمية البالغة، فكلما ازدادت شهرة الشخص الذي يتناوله الخبر، زادت أهمية الخبر وازدادت فرصته في النشر، بل وفي احتلال مكان بارز على صفحات الجريدة. وتعني قيمة الشهرة ارتباط الخبر الصحفي بالشخصيات البارزة أو التي تحتل مكانة اجتماعية معينة، لكن أهمية الشهرة لا تنطبق على الأشخاص فقط وإنما تتعلق أيضًا بالأماكن التي لها قيمة تاريخية، والكتب، وغيرها. (عكاك، 2011، ص. 130)

5. الفائدة: تعد قيمة الفائدة واحدة من أهم القيم الإخبارية التي تهتم الجمهور، فالجمهور عادة يثير اهتمامه الخبر الذي يحصل من خلاله على فوائد شخصية، ويطلع من خلاله على المعلومات والبيانات التي تضيف له فائدة وقيمة شخصية يستزيد منها وتُسهم في زيادة معرفته ومداركه العلمية والمعرفية. (النعيمي، 2017، ص. 68-69)

6. الغرابة أو الطرافة: فهو عنصر يشير إلى الجانب غير المألوف في الخبر، أي ذلك الخبر الذي يقدم مضمونًا لم يعتده الناس. تقاس هذه القيمة التي يتم على أساسها

يُفضّل خبرٌ على آخر بمدى خروج الخبر عن المألوف الذي اعتاده الناس. (النعمي، 2017، ص ص. 68-69)

7. **الضخامة:** تولي وسائل الإعلام أهمية كبيرة لقيمة الضخامة التي قد تكون كمية وقد تكون نوعية، وتتوقّر الضخامة الكمية في الخبر إذا كانت تمس أكبر عدد من الأفراد أو الأشياء، وتتوقّر الضخامة النوعية إذا كان الخبر يمسّ مرفقاً حيويّاً يهم المجتمع أو يمسّ مشكلة سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية. (الضبع، 2011، ص. 258)

8. **التأثير والأهمية:** ويقصد بها أن يشكل الخبر أهمية بالغة بالنسبة لعدد كبير من الفئة المستهدفة من الجمهور للوسيلة الإعلامية، إذ إنّه كلما كانت الأخبار تهم أكبر عدد منهم، أُختير هذا الخبر للنشر، فالأخبار الصحفية تتفاوت بحسب أهميتها، فكلما كان الخبر خاصاً بشرائح واسعة من أبناء المجتمع، متعلّقاً بأمر مصيري لهم، أو يغطي حدثاً بارزاً على الصعيد الداخلي أو الخارجي، ازدادت أهميته، واحتل مكانة متميزة في الصحيفة، كما إنّ الاهتمامات الإنسانية تتبع من كونها قيمة إخبارية من حقيقة أنّ الخبر يجب أن يكون عن الناس ومن أجلهم. (ربيع، 2005، ص. 76)

9. **الاستمرارية:** تمثل هذه القيمة ثقلًا مهمًا بالنسبة للأحداث التي تدوم مدة طويلة، وتكون قابلة للتغطية المستمرة عدة أيام أو أشهر أو حتى انتهاء الحدث الذي يستمر طويلاً وتتعلق عادةً بالحروب والكوارث والمحاكمات الطويلة، فكل حدث ينجح بتخطي حاجز الاختيار لمرة واحدة، تزداد احتمالات استمراريّة ظهوره في وسائل الإعلام، لأنّ تخطي الحاجز فيه من الاعتراف بقيمته الإخبارية وأهميته، ووسائل الإعلام تتعقب (Follow up) الأحداث، لذلك الحدث الذي أثبت أهميته سابقاً، فمن المرجح بأنه سيحصل على تغطية مراراً وتكراراً. (السيد، 2015، ص. 22)

2-3 الخلاصة

تُفسّر النظرية المكوّنة من عنصرين لاختيار الأخبار آلية تحديد واختيار الأخبار القابلة للنشر، بناءً على عاملين رئيسيين، وهما: "العوامل الإخبارية" و"القيم الإخبارية"، حيث تُشكّل العوامل الإخبارية في مجملها السياسات والتوجهات التي تهتم بها وسيلة الإعلام وتضعها أولويات في عملها، وتحدد بناءً عليها صلاحية نشر الخبر، ومن أهم العوامل التي تعتمد عليها الوسائل الإعلامية في اختيار الأخبار هي (طبيعة الجمهور، وسياسة وتوجهات وسيلة الإعلام، والمساحة المخصصة لهذا النوع من الأخبار، وتوجهات أصحاب القرار في وسيلة الإعلام)، أما "القيم الإخبارية" فهي العناصر التي يتوجب توقّرها كلها أو بعضها في الأخبار وتتمثل في (الجدة أو الفورية، والصراع، والشهرة، والقرب الجغرافي، والفائدة، والطرافة، والاستمرارية، والأهمية،

والضخامة)، وعليه؛ فإنَّ النظرية تقتض بأنَّه متى ما وجدت "العوامل الإخبارية" اللازمة بحسب وسيلة الإعلام، ووجدت "القيم الإخبارية" الضرورية في الحدث أو الموضوع فإنَّها تحقق "الجدارة الإخبارية"، لذا؛ فإنَّ الحدث يمكن ترشيحه واختياره من بين الأحداث الأخرى، لصناعة الخبر ونشره في وسائل الإعلام.

2-4 الدراسات السابقة

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على عدد من الدراسات السابقة والتي من شأنها أن تساعد في تكوين رؤية واضحة عن موضوع الدراسة، تنوعت ما بين الدراسات العربية والأجنبية وتم ترتيبها تنازلياً من الأحدث إلى الأقدم.

2-4-1 الدراسات العربية:

أ. دراسة (إسلام، 2022)

تهدف دراسة (إسلام، 2022) "الإخراج في مواقع وكالات الأنباء العربية: دراسة تحليلية مقارنة على موقعي وكالتي الأنباء "الجزائرية" و "الإماراتية" إلى التعرف على شكل الإخراج في مواقع وكالات الأنباء العربية، من خلال التعرف على تصميم صفحاتها الرئيسية، والعناصر البنائية المكونة لها، وأساليب إخراجها، وطريقة وضع المضامين الإعلامية على صفحاتها، واعتمدت الدراسة المنهج المسحي، ومن خلال توظيف أداة تحليل المضمون للإجابة عن إشكالية الدراسة لمعرفة أوجه التشابه والاختلاف بين موقع الوكالتين.

وتوصلت الدراسة إلى أنَّ موقعي الوكالتين يتشابهان في الاعتماد على الأسلوب المختلط والاتجاه الرأسي في إخراج الصفحة الرئيسية، بالإضافة إلى اعتماد اللون الرمادي في كتابة المتون، بينما يختلفان في بعض الأمور لعلَّ أبرزها: اعتماد "موقع وكالة الأنباء الجزائرية" على قوائم تجوال ثابتة وعلى الخطوط كفواصل بين الموضوعات، بينما "موقع وكالة الأنباء الإماراتية" يعتمد على قوائم تجوال تفرعية وعلى الإطارات كفواصل بين الموضوعات.

ب. دراسة (بالحرزم، غادي، 2021)

تسعى الباحثتان (بالحرزم، غادي، 2021) إلى معرفة دور الترجمة في وكالة الأنباء ومدى إسهامها في صناعة الخبر وترويجه عبر الحدود اللغوية في دراسة "الترجمة الإعلامية وظاهرة التحكم والتحيُّز الإخباري في وكالة الأنباء" كما تناقش الدراسة ظاهرة التحيُّز والانحياز في صياغة

الخبر ونشره عبر وكالات الأنباء، كون هذه الظاهرة تُعدُّ إحدى تبعات التدفق الإعلامي وسطوة التحكم الإخباري.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والاطلاع على دراسات أخرى في المجال نفسه، حيث توصلت الباحثتان إلى نتائج مفادها أن وكالات الأنباء العالمية هي مصنع الأخبار؛ لذلك فهي تتفرد بخصريّة توزيعها عبر العالم لمختلف وسائل الإعلام، مما يتيح لها فرصة التحكم في المعلومات وبسط النفوذ فتتحكم بمسار التدفق الإعلامي وتمير الرسائل، كما يقوم العمل في الوكالات على ترويج الأفكار وصناعة الاهتمامات وتشكيل الرؤى من خلال رسائلها، كما يتم توظيف الأخبار لأغراض سياسية لتمير مخططات تخدم السياسات الغربية التي تتحكم بتسيير هذه الوكالات، وهذا يُعدُّ تفسيراً لظاهرة الاختلال الإخباري في تبادل الأخبار، كما توصلت الباحثتان إلى أنّ الترجمة الإعلامية عبارة عن استراتيجية يقوم من خلالها المترجم بإعادة إنتاج الخبر بأسلوب يخضع لظروف التلقي في اللغة المستهدفة.

ج. دراسة (باديس، 2021)

سعى الباحث (باديس، 2021) في دراسته "وكالات الأنباء بين الخضوع لهيمنة الدولة والاستقلالية: دراسة حالة في الجزائر والمغرب" إلى الوقوف على حالة وكالات الأنباء بين الخضوع لهيمنة الدولة والاستقلالية، وتناول حالة الجزائر والمغرب، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي والتحليلي وأداة دراسة الحالة في دراسته.

وتوصلت الدراسة إلى أنّ كل من الدولتين وإن دخلت عملياً في مسار تحرير الإعلام الثقيل بخطى متسارعة وقد سبق ذلك الإعلام المكتوب بكثير، إلا أنّ كل منهما بقيت حذرة جداً تجاه مسألة السيطرة على وكالات الأنباء، فكلتا الدولتين أبقت نظام سيطرة شبه مطلقة على المؤسسات التوجيهية للمعلومة بوصفها مصادر رسمية للمعلومات المتاحة داخل الدولتين. في حين أنّ مسار التحرير وفق نمط الاقتصاد الحر الذي تبنته كل منهما كان يلزم استكمال عملية التحرير وتوفير الاستقلالية بوصفها ضرورية لتوفير شروط التنمية.

د. دراسة (المحمود، 2020)

من خلال الدراسة "درجة اعتماد الصحافة الأردنية اليومية على وكالة الأنباء الأردنية (بترا) في الحصول على الأخبار المحلية" سعى الباحث (المحمود، 2020) إلى الوقوف على درجة اعتماد الصحافة الأردنية اليومية على وكالة الأنباء الأردنية (بترا) في الحصول على الأخبار المحلية، وبيان الدور الذي تقوم به وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، في إمداد الصحف اليومية بالأخبار المحلية، على الرغم من وجود مراسلين ومندوبين لتلك الصحف، إضافة إلى سعي الدراسة إلى بيان دوافع اعتماد الصحفيين على (بترا)، واعتمد الباحث على المنهجين: الوصفي، والمسحي في دراسته.

ووظف الباحث أداة الاستبانة التي توصلت إلى أن (62.5%) من الفئة التي أُجري البحث عليها أقرّوا بأنّ الأخبار تنشر الصياغة نفسها، كما ترد من مصدرها (بترا)، وأن نسبة (74.5%) منهم يعتقدون بأنّ أخبار (بترا) تكون جاهزة للنشر كما هي، ولكن بتتسيب الأخبار إلى الصحيفة وليس إلى المصدر، كما إنّ الصحف الأردنية اعتمدت على وكالة الأنباء الأردنية (بترا) في نقل الأخبار المحلية السياسية بدرجة مرتفعة، وبدرجة متوسطة في نقل الأخبار الأمنية ثم الاقتصادية ثم بقية الأخبار، وكشفت الدراسة أنّ المبحوثين يرون أنّ من أسباب اعتماد الصحف على وكالة الأنباء الأردنية (بترا) بدرجة مرتفعة تعود لأسباب، منها أنّها: وكالة حكومية، وموثوقة، وقريبة من صانع القرار، وتمتلك كادرًا مهنيًا كبيرًا وكفؤًا. وأخيرًا، أن تقييم رؤساء تحرير الصحف وكوادرها الصحفيّة للأخبار التي تبثها الوكالة جاء بدرجة مرتفعة.

هـ. دراسة (خروبي، 2018)

يستعرض الباحث (خروبي، 2018) من خلال هذه الورقة البحثية "المقولة الإعلامية نموذج وكالة المغرب العربي للأنباء" مسيرة تأسيس وكالة المغرب العربي للأنباء منذ بدايتها في 1959م تحت شعار "الخبر مقدس والتعليق حر" بهدف تنظيم واستغلال خدمة إعلامية تستجيب لحاجيات الصحافة المغربية وتطوير الخدمات الإخبارية بواسطة كل الوسائل التقنية وتوزيع أخبار أفريقيا الشمالية والخارج، وبعد تغيير النظام القانوني للوكالة في 1974م أصبحت مؤسسة تابعة للدولة.

وبالاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي؛ استعرض الباحث الجانب التنظيمي لوكالة المغرب العربي للأنباء، كما لم يتم تحديد الأداة المستخدمة في هذه الورقة البحثية، واستعرض الباحث الطبيعة القانونية للوكالة المتمثلة في قوانين تعود إلى مرحلة السبعينات، الأمر الذي يؤثر تأثيرًا مباشرًا على أدائها، على الرغم من التطور في إنتاج الأخبار، كما ناقش الباحث خدمات

الوكالة وقسمها إلى قسمين، الأول: جمع وتوزيع الأنباء المحليّة، والقسم الآخر: ضبط توزيع واستخدام الأخبار المتدفقة من المصادر المختلفة سواء محلية أو عربيّة. وفي ما يخص استراتيجية وكالة المغرب العربي للأنباء يتم تقسيمها إلى أولاً: تسويق منتج الوكالة والذي من خلاله تعمل الوكالة على جعل منتوجها الإخباري أكثر ملاءمة لرغبات الزبائن وعلى خلق خدمات جديدة تعتمد تقنية الصورة وتقديم النشرات الإلكترونيّة وخلق التسويق لبنك المعلومات وتعزيز إمكانيات المتلقي لاستقبال هذه الخدمات المتنوّعة، وثانياً: استراتيجية التعامل مع المشتركين من خلال نشر وجهات نظر المملكة المغربيّة وأهدافها وسياساتها، كما تعمل على تزويد المشتركين بالأخبار الدوليّة.

و. دراسة (العيقة، 2016)

تهدف دراسة (العيقة، 2016) بعنوان "إدارة الجودة في المؤسسات الإعلامية: دراسة مقارنة بين وكالة الأنباء الجزائريّة ووكالة الأناضول للأنباء" إلى فحص مسألة الجودة الشاملة في وكالات الأنباء، التي تُعدّ أبرز مصادر الأخبار لوسائل الإعلام في الوقت الراهن، كما يهدف الباحث إلى عقد مقارنة بين إدارة الجودة في وكالة الأنباء الجزائريّة، ووكالة الأناضول للأنباء التركيّة، والتي تقارن مدى تطبيق مبادئ الجودة الشاملة في كل من الوكالتين من خلال أربعة معايير، هي: (الأفراد، والأفكار، والموارد الماديّة، والأهداف)، للوصول إلى ضرورة استفادة وكالة الأنباء الجزائريّة من مبادئ الجودة الشاملة، وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي والتحليلي في دراسته، ووظف الباحث أداة تحليل المضمون.

وتوصلت الدراسة الى نتائج تتلخص في أهميّة رفع وكالة الأناضول مستوى إنتاجيتها بصفقتها علامة عالميّة في الصحافة الموثوقة، وتحقيق رضا العملاء والعاملين فيها، وزيادة فعاليّة الوكالة من خلال تحسينات مستمرة. وتوصّلت الدراسة إلى أنّ دور وكالة الأنباء الجزائريّة يشهد تقلّصاً وانحساراً على المستوى الوطني، وأوضحت النتائج أيضاً أنه في ظل المتغيّرات المتسارعة في العمل الصحفي يتطلب من المؤسسات الإخباريّة اعتماد أنظمة التسيير المتطورة والتي تضمن نتائج أفضل.

ز. دراسة (أبو هذب، 2016)

الباحثة (أبو هذب، 2016) في دراسة "تصميم مواقع وكالات الأنباء العالميّة الناطقة باللغة العربيّة وعلاقته بيسر استخدام هذه المواقع للحصول على الأخبار" تهدف إلى التعرف على دور العناصر البنائيّة الإلكترونيّة في تصميم صفحات مواقع وكالات الأنباء العالميّة الناطقة باللغة العربيّة ومدى تأثير هذه العوامل على طريقة عرض المضمون الذي تقدّمه هذه الوكالات وتأثير

ذلك على مدى يسر استخدام مواقع وكالات الأنباء، حيث إنّ مواقع وكالات الأنباء تُعدّ واحدة من أهم المصادر التي يُعتمد عليها في جمع المادة الإخبارية، كما إنّ التطور التكنولوجي الذي يشهده المجال الإعلامي جعل من الجماهير مستخدمين لهذه المواقع، ولم يقتصر الأمر على الصحفيين فحسب.

واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي من خلال مسح العناصر والأشكال التي يقوم عليها تصميم المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء العالمية الناطقة باللغة العربية ومسح الجمهور (المستخدمين) من خلال مسح تفضيلات وآراء المستخدمين، كما اعتمدت الباحثة على أسلوب المقارنة من خلال المقارنة بين مواقع وكالات الأنباء محل الدراسة (الفرنسية، والأناضول، ورويترز) لرصد التشابه والاختلاف وإجراء مقارنات كمية وكيفية على المبحوثين من ناحية السمات الديموغرافية (السن، والجنس، والحالة الاجتماعية) وعلاقة ذلك بتفضيلاتهم، وبالاعتماد على أداة تحليل الشكل وأداة الاستقصاء توصلت الباحثة إلى أنّ الوكالات الثلاث تتشابه في شكل تصميم الصفحة الرئيسية واعتمادهم جميعاً الأسلوب المختلط في التصميم، وتختلف الوكالات في أحجام الخطوط المستخدمة في العناوين، وانفردت وكالة الأنباء الفرنسية بتوفير خاصية التعليق على المادة، كما توصلت النتائج إلى أنّ وكالة رويترز الوكالة الأكثر تفضيلاً، ويرجع ذلك إلى شبكة مراسليها المنتشرة حول العالم، الأمر الذي يسهل بدوره الحصول على المعلومات والأحداث، كما توصلت الباحثة إلى أنّ المواقع الإخبارية تفرط في الاهتمام بالجوانب الجمالية على حساب الجوانب الوظيفية.

ح. دراسة (زيدان، جامع، 2015)

تهدف الدراسة "صناعة الأخبار وتسويقها في وكالة أنباء الإعلام العراقي وموقعها الإلكتروني" للباحثين (زيدان، جامع، 2015) إلى الوصول إلى الكيفية التي تتم فيها صناعة الأخبار وتسويقها في وكالة أنباء الإعلام العراقي، في ظل تطورات التقنية واحتدام المنافسة بين المنصات الرقمية، التي شهدت في الآونة الأخيرة تنوعاً في استعمال الأساليب الفنية التحريرية للأخبار وأساليب تقديم الأخبار وعرضها، وتوظيف الوسائط المتعددة المرافقة للأخبار، والسرعة الفورية في نشر المعلومات والأخبار، وتُعدّ هذه الدراسة دراسةً وصفيةً تعتمد على منهج المسح، كما لم تحدد الدراسة الأداة المستخدمة.

وقد توصل الباحثان إلى عدة نتائج، أهمها: أنّ العاملين في مجال صناعة الأخبار وتسويقها في الوكالة هم من اختصاصات مختلفة متنوعة علمية وإنسانية، وذلك للإسهام في تكامل عملية صناعة الأخبار، مما يدل على أنّ كادر الوكالة ذو اختصاص بصناعة الأخبار، كما تبين أنّ

العمل في الموقع الإلكتروني يختلف عن تحرير الأخبار داخل الوكالة من خلال إمكانية متابعة الأخبار وتأمين انتشارها والرجوع إليها في أي وقت، وأنّ هناك معايير متكاملة يفترض أن يتم التركيز عليها في عملية صناعة الأخبار، حيث تصدر معيار الأهمية قائمة المعايير، وأن العاملين في الوكالة يتبنون أسلوب الهرم المقلوب (تقديم الأكثر أهمية فالمهم)، وأن الاعتبار الأمنية جاءت في مقدمة اهتمام العاملين في صناعة الأخبار.

ط. دراسة (ستار، 2013)

تهدف دراسة "فاعلية وكالات الأنباء الوطنية في عصر التدفق الحر للمعلومات: وكالة السودان للأنباء أنموذجاً" للباحث (ستار، 2013)، إلى التعرف على مدى فاعلية وكالات الأنباء، ومدى صمود الوكالات الوطنية في ظل العولمة، وتدفق المعلومات، ومواكبتها للتطورات التكنولوجية والتقنية في التغطية الإخبارية. وقد وظفت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، واعتمد الباحث على الاستقصاء والمقابلة أداتين لجمع المعلومات.

وحُصّلت الدراسة إلى ما يلي: لوكالات الأنباء الوطنية تأثير متفاوت في وسائل الإعلام التقليدية، وكذلك اعتماد وسائل الإعلام التقليدية على الوكالات الوطنية بوصفها مصدرًا للأخبار، وبيّنت الدراسة نجاح الوكالات الوطنية في متابعة الأحداث المحلية وتغطيتها، وأظهرت الدراسة أنّ شبكة الإنترنت لها تأثير إيجابي على الوكالات الوطنية بحيث فتحت أبوابًا جديدة لتقديم خدماتها، كما أثبتت الدراسة أنه أحيانًا ما تلجأ وسائل الإعلام التقليدية لأخذ أخبارها ومعلوماتها من الوكالات الوطنية، كما أكدت على أهمية تطوير وتأهيل وكالات الأنباء الوطنية من خلال زيادة المخصصات المالية والاستقرار الإداري وتدريب الكوادر وإدخال التكنولوجيا والتقنيات الحديثة.

ي. دراسة (الفليح، 2012)

يسعى الباحث (الفليح، 2012) في دراسته "دور وكالة الأنباء الأردنية (بترا) في صناعة الخبر المحلي من وجهة نظر الصحفيين في الصحف اليومية" إلى رصد وتحليل تغطية وكالة الأنباء الأردنية (بترا) في صناعة الأخبار المحلية كأحد مصادر الأخبار والمعلومات الرئيسة للصحافة الأردنية، وهدفت الدراسة إلى الوقوف على الأسس والمعايير المستخدمة في جمع واختيار الأخبار وتحريرها وبثها، والتعرف على تقييم الصحفيين الأردنيين لتغطية وكالة الأنباء الأردنية (بترا) من وجهة نظرهم، علاوة على بيان مستوى صناعة الأخبار المحلية، ودورها في خدمة المجتمع المحلي من وجهة نظر الإعلاميين العاملين في الصحف موضوع البحث.

واعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي الذي يقوم على تشخيص الظاهرة، موظفًا أداة الاستبانة، وتكوّن مجتمع الدراسة من الصحفيين الأردنيين العاملين في مجال الصحافة، والمنتسبين لنقابة الصحفيين الأردنيّة، في الصحف: الرأي، والدستور، واليوم، والعرب، والغد.

وخلّصت الدراسة إلى أنّ مستوى أهميّة القيمة الخبريّة في وكالة الأنباء الأردنيّة (بترا) من خلال هذه الدراسة كان مرتفعًا، وهذا دليل واضح على اهتمام عيّنة الدراسة بقيمة الخبر المطروح من الوكالة، كما تبين أنّ مستوى أهميّة حجم التغطية ونوعها في الوكالة من وجهة نظر العيّنة كانت متوسطة، وهذا يدل على الاهتمام المتفاوت في تغطية الخبر في الوكالة من محافظة إلى أخرى، كما توصّلت الدراسة إلى أنّ مستوى أهميّة المهنيّة للأخبار في الوكالة كانت أهميّة متوسطة من وجهة نظر عيّنة الدراسة.

2-4-2 الدراسات الأجنبية

أ. دراسة (Shaheen, 2021)

تهدف دراسة "هل تضع وكالات الأنباء الدوليّة جدول أعمال الصحف الإنجليزيّة الباكستانيّة؟ تحليل نقدي لثلاث صحف يوميّة إنجليزيّة لباكستان. الإعلام العالمي والاتصالات" للباحث (Shaheen, 2021) إلى قياس اعتماد الصحافة الباكستانيّة الإنجليزيّة على وكالات الأنباء الدوليّة، اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي في دراستها وأداة تحليل المضمون. وقد اختيرت الصفحات الدوليّة لثلاث صحف إنجليزيّة (AP و AFP و Reuter)، وأجري تحليل المحتوى الكمي لمعرفة مستوى اعتماد الصحافة الباكستانيّة الإنجليزيّة على وكالات الأنباء الدوليّة.

وتوصّلت الدراسة إلى أنّ هناك إسهامًا ضئيلاً للغاية للصحف في حالة المحتوى الإخباري الدولي، فهي تعتمد في الغالب على المحتوى الأجنبي وتشره، وبالكاد تحاول الصحف الباكستانيّة تعيين مراسليها، وعلى ذلك يتعين عليهم نسخ المحتوى المتاح نفسه، من قبل وكالات الأنباء الدوليّة مثل: (AP و AFP و Reuter).

ب. دراسة (Ran, 2018)

هدفت دراسة "وكالات الأنباء الدوليّة في عصر الاتصالات العالميّة: تدفق الدوائر التلفزيونيّة المغلقة والعوامل التي تؤثر على اختيار وسائل الإعلام الأمريكيّة للأخبار المتعلقة بالصين" للباحث (Ran, 2018)، إلى فحص وقياس تصوّرات الأوليّة لوكالة الأنباء (CCTV+) بين الصحفيين الأمريكيين في عام 2011م، وهي اللحظة التي شهدت إطلاق منصتي (CCTV News و Content) و(CCTV+)، وهي خدمة إخباريّة عالميّة تطلقها وكالة الأنباء (CCTV).

واعتمد الباحث على المنهج الوصفي والتحليلي لملاءمته طبيعة البحث، إضافة إلى المنهج المسحي، ووظّف الباحث أداة المقابلة وتحليل الاستطلاعات، وتم تحليل البيانات للوصول إلى كيفية تأثير العوامل الأيديولوجية على اختيار الصحفيين الأمريكيين للأخبار التي تبثها (CCTV+).

وتوصّلت الدراسة إلى أنّ أهم سمات التغطية الإخبارية في عملية صنع القرار للصحفيين الأمريكيين هي: دقة توقيت محتوى الأخبار الدولية، ومدى ملاءمتها للجمهور المحلي، واستقلالية التحرير، وحدد البحث أيضًا الدقة والموضوعية والقيمة الترفيهية كأهم ثلاث قيم إخبارية تؤثر على اتخاذ قرارات الصحفيين الأمريكيين.

ج. دراسة (Gynnild, 2017)

تهدف دراسة "قوة المحتوى المرئي في وكالات الأنباء" للباحث (Gynnild, 2017)، إلى بيان قوة المحتوى المرئي في وكالات الأنباء، وذلك عبر الكشف عن التحديات التحريرية الناتجة عن معالجة وإعداد المحتوى المرئي ذي التقنية العالية من قبل الشبكات العالمية لوكالات الأنباء، وبناءً على هذه التحديات؛ فإن الهدف العام للدراسة هو التعرف على آلية إعداد وتحرير المواد الإعلامية المرئية من قبل وكالات الأنباء كجهات فاعلة في الصحافة في المجتمع الإلكتروني، حيث اعتمد الباحث في الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي لملاءمته طبيعة البحث.

وتكوّنت الدراسة من العروض التقديمية الذاتية للصحف: (رويترز) و(وكالة فرانس برس)، و(أسوشيتد برس)، إضافة إلى الوكالة الإسكندنافية (Scanpix) وعملاتها.

واعتمد الباحث على أداة تحليل المضمون، إضافة إلى المقابلات، وكشفت الدراسة عن أنّ القوة المرئية لوكالات الأنباء تعتمد على ثلاث عمليات مترابطة للتعامل مع الصور، هذه العمليات هي: البنية التحتية للوكالة، والبنية التحتية التكنولوجية، والبنية التحتية العالمية لغرفة الأخبار.

د. دراسة (Welbers, Atteveldt, et al, 2016)

تهدف دراسة "حارس بوابة بين حراس بوابات: تأثير وكالات الأنباء على الصحف المطبوعة والإلكترونية في هولندا" للباحث (Welbers, Atteveldt, et al, 2016) إلى التعرف على تأثير وكالة أنباء وكالة الصحافة الهولندية العامة (Algemeen Nederlands Persbureau - ANP) وهي أكبر وكالة أنباء في هولندا، على تغطية وتنوع الأخبار السياسية في الصحف الوطنية الهولندية.

واعتمد الباحثون في الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي لملاءمته طبيعة البحث، وجمعوا المقالات الإخبارية من النسخ المطبوعة والإلكترونية لخمس صحف وطنية في هولندا، وهي: (De

(Telegram) و (Algemeen Dagblad) و (De Volkskrant) و (Trouw) و (NRC Handelsblad) وفي ما يتعلق بوكالة الصحافة الهولندية العامة (ANP) والصحف المطبوعة، فقد جمع الباحثون المقالات من قاعدة بيانات (LexisNexis) لمدة ثلاث سنوات منفصلة: 1996م و 2008م و 2013م.

ووظف الباحثون أداتين، الأولى أداة تحليل المضمون، والأخرى هي أداة قياس تشابه المستندات (document similarity measure)، كما استعمل الباحثون تحليل النص الحسابي؛ لتحليل التأثير على الصحف المطبوعة على مدى ثلاث سنوات (1996م و 2008م و 2013م) كما قاموا بمقارنة التأثير على الصحف المطبوعة والإلكترونية في عام 2013م.

وتشير النتائج إلى أن تأثير وكالة الصحافة الهولندية العامة (ANP) على الصحف المطبوعة قد ارتفع قليلاً ومع ذلك، وجدت الدراسة أن الصحف الإلكترونية تعتمد اعتماداً كبيراً على وكالة الصحافة الهولندية العامة (ANP) وهي متشابهة للغاية نتيجة لهذا الاعتماد، كما إنَّ لوكالة الصحافة الهولندية العامة (ANP) تأثيراً على الصحف الإلكترونية.

هـ. دراسة (Usman et al., 2016)

تهدف الدراسة "وكالات الأنباء كوكلاء للعولمة" للباحث (Usman et al., 2016) إلى الوقوف على وكالات الأنباء بصفاتها عوامل من عوامل العولمة، والآثار السلبية للعولمة على البلدان النامية، وفحص عمل وكالات الأنباء الدولية كوكلاء للعولمة، والكشف عن التغطية الإخبارية لهذه الوكالات، وبيان كيف تتبع وكالات الأنباء الأخبار للعالم، ووكالات الأنباء الإقليمية والوطنية، وقد اعتمد الباحثون في الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي لملاءمته طبيعة البحث. موظفين أيضاً أداة تحليل المضمون.

وتوصلت الدراسة إلى الكشف عن السبب وراء تفضيل أخبار الدول المتقدمة بسبب التكنولوجيا العالية التي تتمتع بها، إذ يمكن للإنتاج الإخباري أن يصل إلى أي مكان في العالم، كما أدى عدم التوازن في تدفق الأخبار إلى إنشاء المزيد من وكالات الأنباء وتشكيل النظام العالمي الجديد للمعلومات والاتصالات (NWICO)، ومع ذلك ما زالت وكالات الأنباء تُهيمن على وسائل الإعلام في جميع أنحاء العالم.

و. دراسة (Kulshmanov and Ishanova, 2014)

تهدف دراسة "وكالات الأنباء في عصر العولمة وتحديات الواقع الجديد" للباحث (Kulshmanov and Ishanova, 2014) إلى الكشف عن ميزات عمل وكالات الأنباء من حيث وضع ما بعد الحداثة، فهناك مقارنة بين مبادئ العمل التقليدية والجديدة، وتحديد الاتجاهات والقضايا الجديدة في تطوير وكالات الأنباء في سياق التحديات العالمية، حيث يحتل نظام وكالات الأنباء الإعلامية الحديثة في البداية مكانة خاصة بوصفها موردًا رئيسًا للمعلومات لوسائل الإعلام، ولكن مع ظهور الإنترنت، أصبح هناك تواصل مباشر وآني مع الجمهور، بالإضافة إلى العديد من الميزات الجديدة الأخرى، وقد اعتمد الباحثان في الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي لملاءمته طبيعة البحث، ولم تحدد الدراسة الأداة التي وظفتها.

وتوصلت الدراسة إلى أنه لا تزال وكالات الأنباء هي المورد الرئيس للأخبار والعديد منها في تطور مستمر، وإلى أن وكالات الأنباء تواجه تحديات كثيرة متمثلة بالحصول على حقوق النشر، ومواجهة القرصنة الإلكترونية، والمشكلات المالية المعقدة، وشح المصادر الإخبارية الموثوقة، والحاجة إلى البحث المستمر عن طرق جديدة للعمل واسترجاع المعلومات، كما توصلت إلى ضرورة مراجعة المبادئ الأساسية لعمل وكالات الأنباء، وخاصة في ما يتعلق بالدقة والجودة.

ز. دراسة (Kheeshadeh, 2012)

تهدف دراسة "تحديد آثار العولمة على وكالات الأنباء الوطنية (إذاعة إيرنا (IRNA) وإسنا (ISNA)) وإذاعة جمهورية إيران الإسلامية (Islamic Republic of Iran Broadcasting) في رأي المراسلين والمهنيين والباحثين في مجال علوم الاتصال" للباحث (Kheeshadeh, 2012) إلى الأساليب التي تتبعها وكالات الأنباء في صناعة الأخبار، في ظل العولمة والتطورات التكنولوجية التي يشهدها العالم، وانعكاسات هذه التطورات على أداء وكالات الأنباء، وذلك في إطار مجتمع إحصائي يتألف من وكالة أنباء الجمهورية الإسلامية الإيرانية (IRNA)، ووكالات أنباء (ISNA)، وإذاعة جمهورية إيران الإسلامية، بالإضافة إلى المتخصصين في الصحافة والعلماء في مجال علوم الاتصال.

واعتمد الباحث على المنهج المسحي، وأداة الاستبانة، حيث خلصت الدراسة إلى أن العولمة تعد عاملاً إيجابياً له دور مؤثر في تغيير الأساليب التقليدية في صناعة الأخبار، والذي مكّن وكالات الأنباء من استعمال المزيد من التقنيات الحديثة، كما أشارت الدراسة إلى أن هناك دوراً إيجابياً لتقنيات الاتصال الجديدة والإنترنت في زيادة سرعة الوصول إلى المعلومات وتحريها ونشرها على أوسع نطاق.

ح. دراسة (Johnston and Forde, 2011)

تهدف دراسة "الشريك الصامت: وكالات الأنباء وأخبار القرن الواحد والعشرين" للباحث (Johnston and Forde, 2011) إلى الوقوف على الانتشار الواسع لمحتوى وكالات الأنباء، وخصوصًا في ما يتعلق بوكالة الأنباء الأسترالية (أسوشيتد برس (AAP)).

وظّفت الدراسة أداة المقابلة وذلك مع القائمين على الصحف عبر الإنترنت، بالإضافة إلى إجراء بعض التحقيقات في قرارات مجلس الصحافة الأسترالي (APC).

وتوصلت الدراسة إلى أنه يتم التعامل مع المادة الإعلامية التي تصل عبر أسوشيتد برس الأسترالية (AAP)، أو أي وكالة أنباء، بشكل مختلف عن البيانات الصحفية، والبيانات الصادرة عن الإخطارات المباشرة للصحفيين وخلافها، حيث يفترض الصحفيون والمحررون أن النسخ الواردة عبر وكالات الأنباء قد خضعت فعليًا للمراجعات والتحقق، وتحتوي على مواد أصلية ونتيجة لذلك؛ فغالبًا ما يتم نقل نسخة من أسوشيتد برس الأسترالية (AAP) أو وكالات أخرى ونشرها ووضعتها على الموقع الإخباري الإلكتروني للمشارك في أسرع وقت ممكن مع تغيير يسير أو دون تغيير.

ط. دراسة (Agbi, 2008)

تهدف دراسة "التحديات التي تواجه وكالات الأنباء النيجيرية في عصر العولمة" للباحث (Agbi, 2008) إلى تحديد التحديات التي تواجه وكالات الأنباء الأفريقية في عصر الحضارة والتكنولوجيا، حيث استعرضت الدراسة طبيعة وكالات الأنباء الأفريقية، واختصاصاتها، كما سلطت الضوء أيضًا على التحديات التي تواجه وكالات الأنباء في أفريقيا.

ووظّف الباحث في دراسته المنهج التحليلي لملاءمته طبيعة البحث وموضوعه، ووظّف أيضًا أداة الملاحظة، حيث خلّصت الدراسة إلى أنّ جميع التحديات التي تواجه وكالات الأنباء الأفريقية هي نتيجة لزيادة المنافسة التكنولوجية، وأنّ جميع الوكالات اعتمدت استراتيجيات الإنترنت لتقليل تكاليف الاتصالات الخاصة بجمع الأخبار وتوصيل الأخبار إلى المشتركين، كما أشارت الدراسة إلى أنّ وكالات الأنباء لا تمتلك الموارد اللازمة لتشغيلها وتطويرها بشكل فعال وأنّها تفتقر إلى مصادر دخل ثابتة وكافية.

ي. دراسة (Bielsa, 2008)

تهدف دراسة "الدور المحوري لوكالات الأنباء في سياق العولمة: منهج تاريخي" للباحث (Bielsa, 2008) إلى الكشف عن العلاقة بين العولمة والإعلام من خلال التطور التاريخي لمجال الأخبار العالمية، ودراسة دور ومسارات ووكالات الأنباء العالمية في ذلك، كما سلطت الدراسة الضوء على التطورات في مجال الأخبار العالمية وظهور أنواع جديدة من المؤسسات الإعلامية.

والباحثة في دراستها وظّفت المنهج الوصفي والتحليلي لملاءمته طبيعة البحث، وأغفلت ذكر الأداة المستخدمة في الدراسة، وتوصلت إلى أنّ وكالات الأنباء العالمية كان لها دور فعال في إنشاء البنى التحتية المادية لإنتاج المعلومات وتداولها وفي تطوير الشبكات العالمية، بدءاً من التلغراف (telegraph)، الذي أصبح في النصف الثاني من القرن التاسع عشر أول نظام للاتصالات العالمية بعد قرن من الزمان في الاستخدام الرائد لتكنولوجيا المعلومات، وكانت وكالات الأنباء وما تزال أهم المنظمات في مجال الأخبار العالمية، ولها دور رئيس أو غير مباشر في تزويد وسائل الإعلام بالمعلومات في جميع أنحاء العالم.

ك. دراسة (Boyd-Barrett, 2000)

وتهدف دراسة "وكالات الأنباء الوطنية والدولية: قضايا الأزمات وإعادة التنظيم" للباحث (Boyd-Barrett, 2000) إلى دراسة قضايا الأزمات وإعادة التنظيم في وكالات الأنباء الوطنية والدولية، حيث اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي في دراسته، ولم تحدد الدراسة الأداة التي وظّفتها. وتوصلت الدراسة إلى أنّ هناك اختلافاً في سياسات واستراتيجيات صناعة الأخبار بين وكالات الأنباء الوطنية ووكالات الأنباء الدولية أو العالمية، وأشارت الدراسة إلى أنّ وكالات الأنباء الدولية والوطنية تُسهم في عمليات العولمة، كما أشارت إلى انخفاض عدد وكالات الأنباء الدولية في السنوات الأخيرة، في المقابل أوضحت الدراسة أنّ وكالات الأنباء الوطنية تواجه مجموعة كبيرة من التحديات التي قد تهدد استمراريتها في أداء دورها، والتي تتمثل، بحسب الدراسة، في العلاقات بين الوكالات وأصحاب وسائل الإعلام، والعلاقات بين الوكالات والدولة وزيادة المنافسة الإخبارية.

2-5 التعقيب على الدراسات

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة والتي شملت الدراسات العربيّة والأجنبيّة، توصلت الباحثة إلى أنّ هناك اختلافًا في المشكلات البحثيّة، والأهداف والتساؤلات والإجراءات التي قام بها الباحثون للوصول إلى النتائج والتوصيات، كما توصلت الباحثة إلى أنّ أوجه التشابه في هذه الدراسات تتلخص في:

- أكدت كل الدراسات السابقة أهميّة وكالات الأنباء بوصفها مصدرًا من مصادر الأخبار والتي ما زال الجمهور يعتمد عليها في استقاء آخر الأخبار والمستجدات العالميّة، بوصفها مصدرًا موثوقًا.
- اعتمدت غالبية الدراسات السابقة التي استعرضتها الباحثة على المنهج الوصفي والمسحي وأداة تحليل المضمون، كون هذه الأداة الأنسب لتحليل مضامين إخباريّة منشورة لوكالات الأنباء.
- تناولت الدراسات العربيّة والأجنبيّة السابقة: المضامين، والأساليب والسياسات التحريريّة، ومصادر المعلومات، والتطور التكنولوجي، والإنترنت في محاولة لفهم العمليّة التي يتم من خلالها اختيار الأحداث والموضوعات لنشرها عن طريق وكالات الأنباء في العالم.
- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع بحثها في جوانب عديدة، حيث اعتمدت المنهجية بناءً على الدراسات السابقة، واختيار أداة التحليل، كما أسهمت الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة إلى جانب صياغة أهداف وتساؤلات الدراسة، وتقادي التكرار والتماثل بحيث تمكّنت الباحثة من معالجة مشكلة بحثيّة جديدة تُسهم في إثراء البحوث العلميّة المتخصصة في مجال الإعلام.

الفصل الثالث

الإطار المعرفي

- وكالات الأنباء ووظائفها وأنواعها.
- وكالة أنباء البحرين.

الفصل الثالث

الإطار المعرفي

3-1 وكالات الأنباء ووظائفها وأنواعها

3-1-1 تمهيد

ظهرت وكالات الأنباء العالمية تلبيةً لرغبات جمهور القراء حول العالم في معرفة أخبار العالم، وحاجة الصحف المتزايدة لنشر الأحداث الإقليمية والعالمية في زمن تتسارع فيه الأحداث، وتتوالى فيه المتغيرات، وذلك بعد ما كانت الصحف المحلية تُعنى بنشر الأخبار وتفاصيل الأحداث المحلية والتي تقع في نطاق جغرافي محدود. ومع التطور الذي شهده العالم في الجانب الإعلامي والصحفي، تعاظمت مسؤوليات وكالات الأنباء العالمية، وتطورت إمكانياتها ومؤهلاتها البشرية والمادية، وانتشرت انتشاراً واسعاً حول العالم، وتوسع نطاق عملها من جمع الأخبار إلى توزيع الأخبار ونشرها، وذلك لأسباب تجارية وأخرى سياسية (الدليمي، 2011، 53)، واستمرت وكالات الأنباء في التطور لإيجاد أساليب سريعة ومتطورة لتبادل المعلومات والأخبار تماشياً مع المتطلبات الحضارية والتقدم الذي شهدته وسائل الإعلام جميعها، وذلك بعدما أصبحت الأساليب التقليدية لا تلبي حاجة الجمهور المعرفية من الأحداث والأخبار بصورة آنية أو فورية، وكانت وكالات الأنباء -من بين وسائل الإعلام- أول من بدأ في إدخال التقنيات الحديثة في نطاق عملها لتحقيق الأهداف المرجوة وضمان وصول رسائلها الإعلامية إلى الجماهير كافة في العالم، وعلى أوسع نطاق بما يخدم أهدافها ومصالحها وتوجهاتها. (محمد، 2011، ص. 145)

وتتمثل الدوافع الفعلية لظهور وكالات الأنباء في بطء نُظم جمع الأخبار ونقلها، إلى جانب التكلفة المالية الباهظة للحصول على الخبر بالنسبة للصحيفة التي تتطلب وجود مراسلين ومحررين حول العالم، بالإضافة إلى تنوع مصادر الأخبار والتي تتطلب كذلك وجود شبكة مراسلين متخصصين في فروع ومجالات مختلفة. ويمكن تقسيم العوامل التي أسهمت في نشأة وكالات الأنباء وتطورها إلى عوامل تكنولوجية وعوامل اجتماعية وعوامل إعلامية، كما وتُعدُّ وكالات الأنباء إما مؤسسات خاصة أو تعاونية أو حكومية، تعمل في جمع الأخبار والمعلومات وإمداد المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية بها مقابل أجر، وقد تتخذ صفة دولية أو إقليمية أو قومية، إما لأسباب تجارية أو لتحقيق أهداف سياسية أو دعائية لمالكها. (الشمائلة، كافي، اللحام، 2015، ص ص. 14-17).

3-1-2 أنواع وكالات الأنباء

تتقسم وكالات الأنباء إلى ثلاث مجموعات رئيسية، وهي: وكالات وطنية تقوم بجمع المعلومات من البلد الذي تعمل فيه ثم تعالجه وترسله إلى الخارج، كما تقوم بنشر الأخبار التي تصلها من الخارج في البلد الذي تعمل فيه، ووكالات إقليمية وهي وكالات وطنية تحولت إلى مراكز لتبادل الأخبار بين عدة دول تقع في منطقة واحدة أو بين دول متجاورة، ووكالات عالمية وهي الوكالات التي تجمع وتعالج وتخزن وترسل الأخبار من وإلى العالم، كما تقدم هذه الوكالات خدمات متنوعة وفي مجالات متعددة، منها العامة والخاصة، وتصنف الوكالات إلى أنماط متعددة، وذلك بحسب الدليل الصادر عن المؤتمر العالمي لوكالات الأنباء (News Agencies - World Congress) وهي الوكالات الوطنية، والوكالات المتعددة الجنسيات، والوكالات شبه العالمية، والوكالات العالمية، والوكالات المتخصصة. (مصطفى، 2011، ص ص. 64-66)

3-1-2-1 الوكالات الوطنية

جاءت نشأة وكالات الأنباء الوطنية لإرضاء الاحتياجات الإخبارية لأسواقها من جهة، وللتحكم في تدفق الأخبار الخارجية من وإلى الدولة من جهة أخرى، وتعد وكالات الأنباء الوطنية مصدرًا مهمًا للأخبار المحلية والتي تعتمد عليها وكالات الأنباء العالمية، من خلال اتفاقيات تبادل وتوزيع الأخبار، حيث تقوم وكالة الأنباء الوطنية بتوريد أخبار الدولة إلى الوكالات العالمية في مقابل منحها امتياز نشر الأخبار العالمية في داخل الدول وعلى المؤسسات الإعلامية المختلفة ومنها الصحفية والإذاعية والتلفزيونية. (شفيق، 2019، ص. 33)

وتعدُّ وكالات الأنباء الوطنية المصدر الإخباري الرسمي للدولة، وتؤدي دورين أساسيين، هما: تغطية الأحداث التي تقع داخل الدولة وتوزيعها على الصحف ووسائل الإعلام المحلية، وعلى وكالات الأنباء العالمية، والصحف ووسائل الإعلام الأجنبية، واستقبال أخبار وبرقيات وخدمات الوكالات الدولية وإعادة توزيعها على وسائل الإعلام بعد تصفيتها وتحريرها، وبذلك تقوم الدولة بدور حارس البوابة بهدف السيطرة على تدفق الأخبار الآتية من الخارج والخارجة من الدولة. (الشمالية، كافي، اللحام، 2015، ص ص. 19-20)

3-1-2-2 وكالات الأنباء العالمية

تقوم وكالات الأنباء العالمية، على وجه العموم، بتجميع الأخبار من دول العالم، وتمتلك هذه الوكالات معدات وإمكانات تكنولوجية حديثة وتمتلك كوادر بشرية ضخمة ومتخصصة ومن دول وثقافات مختلفة، ولها مكاتب في مختلف دول العالم توزع من خلالها الأخبار على الآلاف من الوكالات والصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون على مدار الساعة، وجميع هذه الوكالات تقدم

خدماتها وبعده لغات، مثل: اللغة العربيّة والإنجليزيّة والفرنسيّة والألمانيّة والبرتغاليّة والروسيّة والإسبانيّة وغيرها. (محمد، 2011، ص. 186)

وتقاس دوليّة الوكالة بضخامة حجمها وطاقتها الهائلة وانتشارها الواسع وعدد العالمين فيها وكثرة مكاتبها الخارجيّة ووفرة مراسليها وتنوع لغات خدماتها، إلى جانب قوة الوكالة الاقتصاديّة والسياسيّة، وقرب مراسليها من صناع القرار، مثل: وكالة ترانس، ووكالة يونايتد برس، ووكالة أسوشيتد برس، ووكالة رويترز، ووكالة الأنباء الفرنسيّة. (مصطفى، 2011، ص. 70)

3-1-3 وظائف وكالات الأنباء ودورها

تعدّ وكالات الأنباء من أبرز وسائل الإعلام تأثيرًا على المستوى المحلي والعالمي، ويعود ذلك لكونها تعمل ضمن نطاق واسع لا تحده حدود جغرافيّة، بل على العكس تمامًا فمع تطور التكنولوجيات الحديثة وتقدم التكنولوجيا أصبح نطاق عمل الوكالات يغطي بقع جغرافيّة كثيرة. (الدليمي، 2011، ص ص. 55-59)

والإعلام عمومًا يؤدي وظائف كثيرة ومتنوعة أهمها: وظائف إخباريّة وتوجيهيّة ووسطيّة وإعلانيّة وترفيهيّة ونفسيّة وعلاجيّة، وتمارس من خلال وسائل الإعلام الجماهيريّة والتي تعدّ وكالات الأنباء إحدى أبرز هذه الوسائل، وتعدّ الوظائف الإخباريّة من أهم الوظائف التي تؤديها وكالات الأنباء، من خلال الجمع والصياغة والبت والنشر للأخبار والمعلومات، وتعدّ الأخبار التي تستقيها وكالة الأنباء من الوقائع والأحداث المتنوعة بصورة مباشرة هي أكثر كمًّا واتساعًا وحجمًا ووزارة من تلك التي يمكن الحصول عليها من وسائل الإعلام الجماهيريّة الأخرى. (الشميلة، كافي، اللحام، 2015، ص. 29)

وبفضل قدرة وكالات الأنباء التكنولوجيّة وكوادرها التي تستعين بها في جمع الأنباء وتوزيعها بلغات عديدة في مختلف أنحاء العالم وقدرتها الماليّة؛ فإنّ هذه الوكالات تؤدي دورًا عالميًا مهمًا في نقل الأنباء وتبادلها عبر القارات، وتسهم في تنوير الجماهير وتجعلهم مواكبين للتطورات العالميّة في جميع النواحي التنمويّة والسياسيّة والاجتماعيّة والاقتصاديّة والثقافيّة. (مصطفى، 2011، ص. 77)

3-1-4 وكالات الأنباء العالميّة

كان للصحافة أثر في نشأة وكالات الأنباء، حيث شهد عام 1825م ولادة أول وكالة أنباء في العالم، إذ قام شارل هافاس (Charles-Louis Havas) بتأسيس مكتب له في فرنسا لتوزيع الأخبار، فعُدّ هذا الحدث إيدانًا بقيام وكالات الأنباء، ولم يكن تأسيس هذا المكتب نتيجة فكرة خطرت لهافاس، بل إنّ العوامل والظروف التي سادت ثلاثينيات القرن التاسع عشر، ومنها -على

وجه التحديد - وضع الصحافة في أوروبا، حتمت إيجاد مؤسسة إخبارية تُعنى بجمع وتهيئة الأخبار الجديدة وإيصالها إلى الصحف التي كانت بحاجة ماسة إليها. (العويني، 1990، ص. 105)

وتعدُّ وكالات الأنباء الدوليَّة والعربيَّة، من أهم مصادر التزود بالأخبار، وهي مؤسسات وضعت لكياناتها ركائز إداريَّة وفنيَّة وماليَّة جعلتها تستمر في عطائها الإخباري بشكل عام، وقد ظهرت وكالات الأنباء الدوليَّة - كما هو معروف - في الدول الأكثر تطورًا في العالم، إذ كان الطلب على الأنباء الدوليَّة والوطنيَّة قد وصل إلى الذروة الكاملة تقريبًا، وذلك لعدة أسباب، وهي:

- 1 نمو التجارة والاستثمارات في العالم، الأمر الذي تطلب وجود مصدر ثابت يُعتمد عليه للحصول على المعلومات الموثوق بها والمتعلقة بالشؤون الاقتصادية العالميَّة.
- 2 حاجة التجارة والتوجه الاستثماري إلى إمداد ثابت من المعلومات التي تتعلق بالأحلاف الدوليَّة والأمن العسكري.
- 3 النمو السكاني الذي نتج عن نمو التجارة الدوليَّة، والتوسع الاستعماري الذي ساعد في خلق طلب شعبي كبير للأنباء. (محمد، 2011، ص ص. 145-149)

وكان تأثير اكتشاف التلغراف عام 1837م الذي تم بواسطة المخترع الأمريكي (صمويل مورس) على العمل الإخباري وتوزيع الأخبار تأثيرًا كبيرًا، إذ سار خطوات كبيرة إلى الأمام، وبدلاً من استعمال ساعة البريد، وظف أول مؤسس لوكالة أنباء في العالم شارل لويس هافاس التلغراف لبث وتوزيع الأخبار، إضافة إلى الحمام الزاجل الذي كان ينقل الأخبار بين المدن المختلفة، وبذلك، استطاعت وكالة هافاس السيطرة على معظم الأخبار الجديدة، مما دفع بالصحف إلى التلief للمشاركة فيها، فأصبح وضعها قويًا وازدادت أرباحها يومًا بعد آخر، ولا سيما بعد ازدياد عدد الصحف في أوروبا. (إمام، عزت، 2006، ص ص. 63-67)

3-1-5 وكالات الأنباء العربيَّة

تزامن قيام الدول القوميَّة في الوطن العربي مع ظهور الوكالات الوطنيَّة، حيث ظهرت الحاجة بعد الاستقلال إلى وجود وكالات أنباء وطنيَّة تعبّر عن الدولة وتذود عن مصالحها وتخاطب شعبها على وجه الخصوص، والشعوب الأخرى عامَّة، كما إنَّ ظهور الصحف في الدول الحديثة مهّد الطريق لظهور وتأسيس وكالات الأنباء الوطنيَّة، والتي جسدت أحد أهم ركائز الدولة المدنيَّة الحديثة بعد الاستقلال. (إمام، عزت، 2006، ص. 225)

وتُعدُّ وكالات الأنباء في الدول العربيَّة مرجعًا بالنسبة لمجمل الوظائف التي يؤديها الإعلام العربي على المستويين المحلي والإقليمي، نظرًا للدور المتميِّز الذي تتفرد به وكالات الأنباء في نظام وسائل الإعلام الجماهيريَّة، لذا؛ فإنَّ وكالات الأنباء العربيَّة تتحمل مسؤوليَّة خاصة تجاه

وسائل الإعلام العربيّة، فهي تقوم بدورها الإعلامي في تزويد وسائل الإعلام بالأحداث والأخبار بصفة مستمرة ودوريّة، وتُعدّ بالنسبة لها مصدرًا للأخبار والأحداث العربيّة والشرقيّة والعالميّة. (شفيق، 2019، ص. 57)

وتشكّل وكالات الأنباء العربيّة مصدرًا رئيسًا للأخبار التي تعتمد عليها وسائل الإعلام كالصحافة والإذاعة والتلفاز، وهي بشكل عام تجمع وتوزع الأخبار المحليّة، وتضبط توزيع واستخدام الأخبار المتدفقة من المصادر المختلفة، محليّة كانت أو عربيّة أو عالميّة، بحيث تراعى وجهة النظر العربيّة والرسميّة. (الشمائلة، كافي، اللحام، 2015، ص. 100).

ودأبت الدول العربيّة في خمسينيات القرن العشرين بتأسيس وكالاتها الإخباريّة وتطويرها، وبدأت في العمل على تحقيق المنجزات، ففي جمهوريّة مصر العربيّة، تأسست وكالة الأنباء المصريّة، على يد وكالات الأنباء الأجنبيّة التي افتتحت في العاصمة المصريّة، وكانت أخبار هذه الوكالات تصل من الخارج عن طريق شركة ماركوني الأجنبيّة، التي أنهت الحكومة المصريّة عقد امتيازها أثناء العدوان الثلاثي على مصر عام 1956م، وتم ضمها إلى هيئة المواصلات السلكيّة واللاسلكيّة المصريّة. (عزت، 1980، ص. 23)

وفي عام 1935م، أُصدِرَت نشرة باسم "وكالة الشرق العربي" وقد شجعتها الحكومة المصريّة، وبعض الحكومات العربيّة، عن طريق الاشتراك في نشرتها، كما اشتركت فيها الصحف المصريّة واللبنانيّة والسوريّة والعراقيّة والتونسيّة والمغربيّة والصحف العربيّة في أمريكا اللاتينيّة، واستمرت هذه الوكالة في عملها إلى أن توقفت أثناء الحرب العالميّة الثانية، حيث لم تستطع الحصول على الأخبار، أو إرسالها إلى المشتركين في الخارج، وأيضًا لعدم إعانة الحكومات العربيّة لها. (عزت، 1980، ص. 189).

وفي المغرب: أُسِّسَت وكالة المغرب العربي للأنباء في 1959م، كشركة خاصة ذات أسهم اسميّة يمتلكها المواطنون المغاربة فقط، وفي ذلك الحين، كانت الوكالات الأجنبيّة هي التي توزع أخبار شمال أفريقيا، داخل دول المغرب العربي وخارجها، وكانت أجهزة الإعلام المغربيّة تعتمد اعتمادًا كاملاً في الحصول على أخبارها من هذه الوكالات الأجنبيّة، مما كان يشكل تأثيرًا على الرأي العام المغربي، في مختلف المجالات السياسيّة والاقتصاديّة والاجتماعيّة، وذلك لأنّ الأخبار المغربيّة التي كانت توزعها هذه الوكالات الأجنبيّة لم تكن تلبي الاحتياجات الوطنيّة، كما إنّها في بعض الأحيان كانت تشوّه هذه الأخبار أو تهمل نشرها. (الشمائلة، كافي، اللحام، 2014، ص.

(117)

أما في العراق فأنشئت وكالة الأنباء العراقية بموجب القانون رقم 158 لسنة 1959م الصادر في 22 سبتمبر 1959م، وذلك لتأدية واجبها في الدفاع عن مصالح الجمهورية العراقية، وتعريفها في الخارج، وعرض إنجازاتها، وأوجه نشاطها، والرد على الدعايات غير الصحيحة التي تروج ضدها، وفي 09 نوفمبر 1959م، بدأت الوكالة بمباشرة أعمالها الفعلية بثلاثة أقسام تم نقلها من مديرية الإذاعة، وهي: قسم الأخبار الداخلية، وقسم الأخبار الخارجية، وقسم الإنصات (الاستماع)، كما تم الاستفادة من الأجهزة الصحفية والفنية المتوفرة في التلفزيون والصحف المحلية. وقد انحصر عمل الوكالة منذ ذلك الحين حتى عام 1969م على تزويد الإذاعة بنشرات الأخبار، معدة وجاهزة للقراءة، وتوزيع نشرة أخبار محلية على الصحف العراقية، وإصدار نشرات استماع تضم ما تذيعه الإذاعات العربية من أخبار وتعليقات، وغيرها. (عزت، 1980، ص. 89)

وفي الأردن: أسست "وكالة الأنباء الأردنية" في 17 يناير 1965م، كقسم إخباري تابع لدائرة المطبوعات والنشر في وزارة الإعلام، يتولى إصدار نشرة صغيرة، تتضمن أهم أخبار الدولة الرسمية وأوجه النشاط العام والقطاع الخاص في مختلف الميادين، وتعد هذه الوكالة الجهاز الرسمي، ومصدر الأخبار الرئيس لجميع المؤسسات الإعلامية الأردنية، كالإذاعة والتلفزيون والصحف اليومية والأسبوعية، وإلى ذلك فهي ترصد وكالات الأنباء العربية والأجنبية، والصحفيين العرب والأجانب بأخبار الأردن الرسمية والخاصة في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والفنية والعلمية والزراعية وغيرها. (عزت، 1980، ص. 114)

وفي المملكة العربية السعودية: أسست "وكالة الأنباء السعودية (واس)" في 23 يناير 1971م، كمديرية عامة تابعة لوزارة الإعلام، ومركزها الرئيس مدينة الرياض، وتهدف هذه الوكالة إلى نقل أخبار المملكة العربية السعودية إلى مختلف وسائل الإعلام في أرجاء العالم، لإطلاع الرأي العام العالمي على وجهات نظر المملكة، وما تمثله من اتجاه إسلامي هي والدول الإسلامية الأخرى، وذلك في المحيطين الداخلي والخارجي، وبما يجري في العالم من تطورات واختراعات وغيرها. (الأمانة العامة لمجلس التعاون في دول الخليج العربي، 1990، ص. 17)

في الكويت: أنشئت "وكالة الأنباء الكويتية (كونا)" في 6 أكتوبر 1976م، وكان الغرض من إنشائها تجميع الأخبار والمواد الإخبارية لعرض الحقائق وتوزيع هذه المواد على المؤسسات الإخبارية والأفراد، ولتزويدها بأكثر قدر ممكن من الخدمات الإخبارية الكاملة غير المتحيزة، لمجابهة الدعايات الاستعمارية والصهيونية المضللة، التي تشوه الحقائق، ولتسد الفراغ الموجود في ميدان استقاء الأخبار في المنطقة، ونقلها إلى الرأي العام العالمي بصدق ونزاهة. (العويني، 1984، ص. 271)

وفي دولة الإمارات العربيّة المتحدة: أنشئت "وكالة أنباء الإمارات (وام)" في 18 يونيو 1977م، حيث قامت ببث نشرة أخبار محلية داخل الإمارات العربيّة المتحدة التي يتكون منها الاتحاد، واعتباراً من أول أبريل 1978م، بدأت الوكالة تذييع نشرة أخبار في دول الخليج وبيروت على شبكة وكالة رويتر، وذلك لمدة ساعة واحدة يومياً على فترتين صباحيّة ومساءليّة. (الأمانة العامة لمجلس التعاون في دول الخليج العربي، 1990، ص. 11)، ويكتسب تأسيس وكالة الأنباء الإماراتيّة أهميّة إضافيّة لكونها تقوم بربط الإمارات السبع التي يتكون منها الاتحاد بهويّة إعلاميّة واحدة بالإضافة إلى نشر المنجزات التي تحقّقها الدولة وإطلاع سكان كل إمارة على شؤون الإمارات الأخرى. (إمام، عزت، 2006، ص. 257)

3-2 وكالة أنباء البحرين (BNA)

3-2-1 تمهيد

تُعدُّ وكالة أنباء البحرين (بنا) المصدر الرئيس والرسمي لنقل الأحداث ونشر الأخبار المحليَّة، والأخبار الخليجيَّة والعربيَّة والعالميَّة بأنواعها المختلفة من أخبار سياسيَّة واقتصاديَّة واجتماعيَّة ورياضيَّة وثقافيَّة وعلميَّة، إلى جانب أخبار الحوادث وغيرها، وتمتلك وكالة أنباء البحرين خبرة عريقة في مجال الصحافة والإعلام، وكوادر وظيفيَّة وتقنيات حديثة لتغطية مختلف الأحداث والفعاليَّات، مما بوأها مكانة بارزة بين وكالات الأنباء العالميَّة، وبدأت وكالة أنباء البحرين العمل الإعلامي والإخباري، بمنظور جديد وإمكانات عالية، واكتسب أسلوب عملها الإخباري صفة التميز، نظرًا لسرعة تغطيتها للمؤتمرات والأنشطة والفعاليَّات والأخبار والأحداث والتقارير والتحقيقات، وتمتلك وكالة أنباء البحرين قاعدة تواصل مع أكثر من 800 مؤسسة وشخصيَّة إعلاميَّة بهدف إمدادها بالأخبار المحليَّة الرسميَّة الصادرة من المملكة، والحصول منها بالمقابل على الأخبار الخارجيَّة المختلفة، كما وقعت الوكالة مذكرات تعاون وتبادل إخباري مع أكثر من 24 وكالة عربيَّة وعالميَّة، وتعمل وفق منظومة متكاملة من خلال توزيع الأخبار المحليَّة والعالميَّة باللغتين العربيَّة والإنجليزيَّة. (بنا، 2023، ف. ف. 3-1)

3-2-2 التأسيس

شهدت دول الخليج العربي عددًا من المبادرات والمشاريع المشتركة في ما بينها، وكان الإعلام أحد هذه المشاريع لما له من أهميَّة بالغة في الانفتاح على العالم ونقل الصورة الحقيقيَّة عن دول الخليج وحفظ مصالحها، وعن تراثها وحضارتها وثقافتها؛ فكان لزامًا لذلك تأسيس جهاز إعلامي موحد يضطلع بمهمة نقل الأحداث الخليجيَّة إلى العالم، ويساعد على تأطير العمل الإعلامي في دول الخليج ويعزز التعاون في ما بينها، ويكون له الدور الأعظم في تطوير العمل الإعلامي وتنظيم برامج التدريب والتطوير للعاملين في هذا القطاع، الأمر الذي نتج عنه تأسيس "وكالة أنباء الخليج". (الأمانة العامة لمجلس التعاون في دول الخليج العربي، 1990، ص. 63)

وتاريخيًّا، فقد تبلورت فكرة الوكالة عام 1976م، حينما نظَّم وزراء الإعلام بدول الخليج العربي اجتماعًا أقيم في الإمارات العربيَّة المتحدة، وتحديدًا في أبو ظبي، واتفقوا على إنشاء الوكالة، وعلى أن تكون مملكة البحرين مقرًّا لها، وبتاريخ 17 مارس من العام ذاته، أصدر خبراء الإعلام بدول الخليج العربي بيانًا جاء فيه قرار تأسيس وكالة أنباء الخليج، إضافة إلى ما تم الاتفاق عليه في ما يتعلق بالترتيبات الأوليَّة لإنشاء الوكالة، وتشكيل هيئة الوكالة، ولجنة عمل فنيَّة لبحث

تفاصيل الكادر الوظيفي، بحيث أوكلت مهام الإشراف على اللجنة لوزير الإعلام في البحرين. (النعمي، 2017، ص. 10)

وفي يوليو 1976م أصدر المغفور له -ياذن الله تعالى- صاحب العظمة الشيخ عيسى بن سلمان آل خليفة طيب الله ثراه، مرسومًا بالتصديق على اتفاقيه إنشاء "وكالة أنباء الخليج"، وتم التوقيع عليها في البحرين في يونيو 1976م من قبل وزراء الإعلام بدول الخليج العربي، وكان تاريخ 01 أبريل 1987م هو أول أيام البث الرسمي لوكالة أنباء الخليج "واخ". (النعمي، 2017، ص. 11)

ومرت وكالة أنباء الخليج بمراحل عدة، صُقلَت فيها مهارات المحررين من خلال تبادل الزيارات مع زملائهم في وكالات الأنباء الخليجية والعربية، وإشراكهم في الدورات التدريبية المحلية والخارجية، كذلك في التغطيات الخارجية للمؤتمرات، وحضور الندوات وزيارات كبار المسؤولين. (شفيق، 2019، ص. 63)

وكان لذلك دور كبير في خلق التواصل والتعارف وتبادل المعرفة والمعلومات مع زملاء المهنة في الدول الشقيقة، إلى جانب ذلك، فقد شهد العمل التقني طفرات عديدة نتيجة لمواكبة التطورات الحديثة، فمن أسلوب العمل التحريري التقليدي الورقي واليدوي، والبث المباشرة عبر شركة الاتصالات باستخدام الإرسال والاستقبال، إلى أسلوب التقنية الحديثة في البث والاستقبال عبر الأقمار الصناعية، حتى جاءت ثورة التقنية الحديثة في مطلع التسعينات، والتي جرى فيها إدخال الحاسب الآلي في مختلف مجالات العمل، فتغيّرت وتيرة العمل، وأسهم استعمال التطبيقات والبرامج الصحفية والخبرية في الحاسب الآلي في إحداث سرعة في البث ووفرة في الكم الخبري. (النعمي، 2017، ص. 28)

ويمكن القول، بأن وكالة أنباء الخليج أضحت في تلك الفترة واحدة من أبرز المؤسسات الإعلامية الخليجية وأهمها، واستطاعت أن تحتل مكانة في هذا المجال، حيث أصبحت واحدة من أهم وكالات الأنباء في المنطقة، كل ذلك -فقط- بعد أربع سنوات من انطلاقها، وفي أبريل 1980م، أطلقت وكالة أنباء الخليج خدماتها باللغة الإنجليزية، وذلك بمعدل ساعتين يوميًا، حيث يتم توزيع النشرة الإخبارية بما فيها من أخبار وتقارير وأحداث خاصة بمنطقة الخليج بواسطة أجهزة الإرسال، وذلك داخل دول الخليج والدول العربية ودول أوروبا. (الأمانة العامة لمجلس التعاون في دول الخليج العربي، 1990، ص. 63)

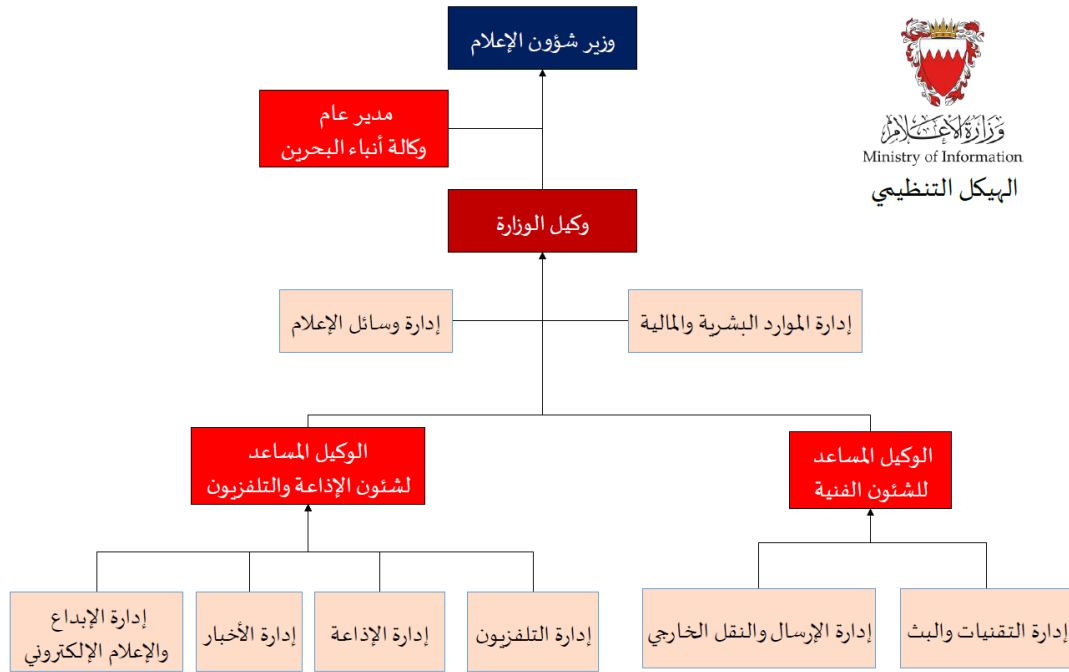
3-2-3 الاختصاص والتطوير

في 27 يونيو 1987 تغير اسم وكالة أنباء الخليج إلى وكالة أنباء البحرين، وتحولت فعلياً في مارس 1988م إلى وكالة وطنية بحرينية متخصصة في الشؤون المحلية الداخلية، وبث الأخبار الخليجية والعربية والعالمية، وأصبحت وفق مقتضيات العمل الإعلامي البحريني وكالة وطنية تتعاطى مع الإذاعة والتلفزيون تحقيقاً لمفهوم التنسيق بين أجهزة الإعلام، ولتحقيق الاستفادة القصوى من الخبرات الصحفية العاملة فيها. (النعمي، 2017، ص. 28)

وفي إطار التطورات التي شهدتها الإعلام في مملكة البحرين، في ظل المسيرة التنموية الشاملة لمملكة البحرين بقيادة حضرة صاحب الجلالة الملك حمد بن عيسى آل خليفة ملك البلاد المعظم حفظه الله ورعاه، شهدت وكالة أنباء البحرين (بنا) نهضة تطويرية شملت أجهزتها وكوادرها ومواردها، حتى أصبحت منصة لنشر الأخبار المحلية والأخبار الخارجية بدقة، ومركزاً رائداً وشبكة للتواصل بين وسائل الإعلام المحلية والإقليمية والعالمية، ومن بين التطورات التي شهدتها الوكالة هو إعادة هيكلة العمل الفني بالوكالة، حيث تضم الوكالة كلاً من: قسم للتحليل والمراسلين، وقسم للبحوث والمعلومات، وقسم للإعلام الإلكتروني، ووحدة للتصوير، ووحدة للتبادل الإخباري، ووحدة للتحليل والترجمة الصحفية. (النعمي، 2017، ص. 28)

وواصلت وكالة أنباء البحرين (بنا) نشاطها كوجه إعلامي حضاري مشرق ينقل ويصنع الأخبار المحلية بشكل خاص والعربية والعالمية بشكل عام من البحرين إلى مختلف دول العالم، بفضل الدعم المتواصل واللامحدود من قبل الحكومة في مملكة البحرين. (خلف، 2015، ص 105)

كما أسهمت الوكالة بدورٍ محوريٍّ ومهمٍّ من خلال شمولية تغطيتها للفعاليات الإخبارية التي اتخذت عدة مناحي وجوانب ومنها الأخبار السياسية والاقتصادية والثقافية وغيرها من الجوانب الإخبارية الأخرى، مما أهلها أن تكون الجهاز الذي تنقل الوكالة عبره كلمة البحرين ورسالتها إلى الخارج. (بني بكر، 2007، ص. 310)



الشكل (2) يبين هيكل وزارة شؤون الإعلام بعد صدور مرسوم بتنظيمها في 2016م

وتعاقب على إدارة الوكالة عدد من الكفاءات الوطنية البحرينية، فقد تولى منصب مدير عام الوكالة سعادة السيد نبيل بن يعقوب الحمير، ومن ثم تولى الأستاذ خالد بن عبدالله الزياتي مسؤولية وكالة أنباء البحرين (بنا) في عام 1992م، كما صدر مرسوم لسنة 2002م بتعيينه مديراً عاماً ورئيس تحرير الوكالة بدرجة وكيل وزارة مساعد. (بنا، 2023، ف. ف. 1-3)

كما تولى السيد عبد الله سلمان حسن منصب مدير وكالة أنباء البحرين (بنا) في 2006م، وفي عام 2010م صدر مرسوم بإعادة تنظيم هيئة شؤون الإعلام آن ذاك لتتبع الوكالة مباشرة رئيس هيئة شؤون الإعلام، حيث تولى سعادة الدكتور علي بن محمد الرميحي مهمة الإشراف على الوكالة، فيما صدر في عام 2011م قرار بتعيين السيد مهند سليمان النعيمي مديراً لوكالة أنباء البحرين. (بنا، 2023، ف. ف. 1-3)

وفي عام 2016م صدر مرسوم بتنظيم وزارة شؤون الإعلام، لتتبع بموجبه وكالة أنباء البحرين (بنا) وزير شؤون الإعلام مباشرة، كما هو مبين في الشكل (2)، وصدر في عام 2017م قرار بتكليف سعادة السيد عبد الرحمن بحر وكيل وزارة شؤون الإعلام بالإشراف على عمل الوكالة. (بنا، 2023، ف. ف. 1-3)

ويقع مبنى وكالة أنباء البحرين (بنا) في مجمع وزارة شؤون الإعلام في مدينة عيسى، والذي تم افتتاحه في سبتمبر 2014م، تحت رعاية سمو الشيخ محمد بن مبارك آل خليفة الممثل الخاص لجلالة الملك المعظم، ويمتد مبنى الوكالة على مساحة تزيد عن ألفي متر مربع، ويتسم المبنى الجديد للوكالة، بقربه من الأبنية الرئيسة في مجمع الإعلام كمركز أخبار تلفزيون البحرين، وتلفزيون وإذاعة البحرين. (بنا، 2023، ف. ف. 1-3)

وضمّت وكالة أنباء البحرين (بنا) منذ تأسيسها عددًا من الوحدات، وهي:

وحدة التحرير: يديرها رؤساء كلّ في مجاله وتخصصه، وهي باللغتين العربيّة والإنجليزيّة، وتوكل إليها مهام نشر وتوزيع الأخبار والتعليقات والتحقيقات من جميع أوجه نشاط الدولة، وتوزيعها عبر شبكة الوكالة ومتابعة الأنباء من جميع مصادرها داخل البحرين وخارجها عن طريق المراسلين ووكالات الأنباء والإذاعات ومختلف وسائل الإعلام الأخرى، ويعمل في هاتين الودحتين عدد من المحررين يؤدون تلك المهام إضافة إلى نشر وتوزيع الأخبار التي تتعلق بأوجه نشاط الدولة عبر شبكة الوكالة ومتابعة الأنباء من مصادرها الداخليّة والخارجيّة عن طريق المراسلين، ووكالات الأنباء، والإذاعات والصحف. (النعمي، 2017، ص. 43)

وحدة الرصد الإذاعي: تعمل وحدة الرصد الإذاعي على مدار الساعة وتتركز مهامها في استقبال الأخبار من مصادرها الأصليّة وتحريرها وصياغتها واختيار الصالح من المادة الإخبارية وتسجيل التعليقات والبرامج التي تبثها الإذاعات العربيّة والأجنبيّة. (النعمي، 2017، ص. 43)

وحدة الحاسب الآلي: تتولى هذه الوحدة الإشراف على سير عمل الوكالة الفني وخطوط اتصالاتها الداخليّة والخارجيّة وصيانة أجهزتها واستلام وإرسال الصور الفوتوغرافيّة والإشراف على موجودات الوكالة من المعدات والآلات والأجهزة وتقديم المقترحات الفنيّة لتطوير عمل الوكالة. (النعمي، 2017، ص. 43)

وحدة الإنترنت: وتُعنى بالصفحة الخاصة بالوكالة التي تقدم المعلومات الشاملة عن البحرين في مختلف المجالات: السياسيّة، والاقتصاديّة، والاجتماعيّة، والسياحيّة، وقد أُرست وحدة الإعلام الإلكتروني استراتيجيّة مستمرة لتطوير هذه الوحدة من خلال استخدام أجهزة خاصة متطورة خاصة حتى تم التمكن من إيصال صوت إذاعة البحرين باللغتين العربيّة والإنجليزيّة وصوت وصورة تلفزيون البحرين إلى العالم عن طريق الإنترنت. (النعمي، 2017، ص. 43)

وشهدت الوكالة تطورات في بنيتها وأقسامها وآلية عملها، بهدف مواكبة التطورات الإعلامية في مجال صناعة الأخبار، للوصول إلى مستوى مهني عالٍ يمكنها من أداء دورها على الوجه الأكمل، وقد شهدت التطورات إنشاء أقسام تتناسب مع هيكله العمل الفني بالوكالة، وهذه الأقسام على النحو الآتي:

قسم التحرير والمراسلين: وهو القسم المعني بإعداد وتحرير وصناعة وترجمة الأخبار ومد وسائل الإعلام المحلية والخارجية بها، كما يضم القسم وحدة تحرير الأخبار، ووحدة المراسلين. (النعمي، 2017، ص. 62)

قسم البحوث والمعلومات: والذي يعمل على مدار الساعة في استقبال الأخبار من مصادرها الخارجة المتنوعة والمختلفة، وبثها وتوزيعات من خلال النشرات اليومية، كما تشمل مهام القسم، تزويد المحررين بالمعلومات اللازمة لصناعة الأخبار. (النعمي، 2017، ص. 62)

قسم الإعلام الإلكتروني: والذي يختص بالموقع الإلكتروني لوكالة أنباء البحرين ومواقع التواصل الاجتماعي التابعة للوكالة، وخدمات البث الإذاعي والتلفزيوني على الموقع، إلى جانب تقديم الدعم الفني لأقسام الوكالة الأخرى. (النعمي، 2017، ص. 64)

وحدة التصوير: وهي وحدة تضم فريقاً من المصورين المحترفين لتغطية الأحداث والفعاليات على مدار الساعة. (النعمي، 2017، ص. 64)

وحدة التبادل الإخباري: وهي وحدة معنية بتبادل الأخبار مع مختلف وكالات ووسائل الإعلام العالمية بمختلف اللغات. (النعمي، 2017، ص. 64)

وحدة التحرير والترجمة: وتختص هذه الوحدة بإعداد وتحرير وصياغة وترجمة الأخبار باللغة الإنجليزية، ومد وسائل الإعلام الداخلية والخارجية بها. (النعمي، 2017، ص. 64)

وأثبتت وكالة أنباء البحرين (بنا) من خلال دورها الذي تؤديه وتوجهها الإعلامي الذي يعطي الصورة الحقيقية عن الإعلام البحريني، أثبتت أنها تعمل وفق آلية عمل متكاملة الجوانب من خلال توزيع الأخبار المحلية والعالمية باللغتين العربية والإنجليزية، وبث التقارير الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية على المشتركين والمستقبلين لخدماتها (خلف، 2015، ص 106)

وترتبط وكالة أنباء البحرين (بنا) باتفاقيات تعاون وتبادل أخباري مع عدد من الوكالات العربية والعالمية، مما أتاح لها توزيع أخبارها وإيصال صوتها إلى دول العالم المختلفة. وقد وقعت وكالة أنباء البحرين (بنا) عددًا من الاتفاقيات ومذكرات التفاهم والتعاون مع عدد من ووكالات

ووسائل الإعلام الخليجيّة والعربيّة والعالميّة، وتتضمن عدة مجالات ومنها التبادل الإخباري وتسهيل مهام المراسلين وتبادل الصور ومقاطع الفيديو وتبادل الخبرات، ومن هذه الوكالات (النعمي، 2017، ص. 43):

- 1- وكالة الأنباء الروسيّة.
- 2- وكالة الأنباء الإيطاليّة.
- 3- وكالة الأنباء الإسبانيّة.
- 4- وكالة الأنباء الهنديّة.
- 5- وكالة الأنباء البرتغاليّة.
- 6- وكالة الأنباء الأذريّة.
- 7- وكالة الأنباء الباكستانيّة.
- 8- وكالة الأنباء الأوكرانيّة.
- 9- وكالة الأنباء اللبانيّة.
- 10- وكالة الأنباء المصريّة.
- 11- وكالة الأنباء الكوريّة الجنوبيّة.
- 12- وكالة الأنباء الكازاخستانيّة.
- 13- وكالة الأنباء الماليزيّة.
- 14- وكالة الأنباء الإماراتيّة.
- 15- وكالة الأنباء السعوديّة.
- 16- وكالة الأنباء القطريّة.
- 17- وكالة الأنباء العمانيّة.
- 18- وكالة الأنباء الكويتيّة.
- 19- وكالة أنباء الشرق الأوسط.
- 20- وكالة الأنباء السودانيّة.
- 21- وكالة الأنباء الصوماليّة.
- 22- وكالة الأنباء الموريتانيّة.
- 23- وكالة الأنباء الفلسطينيّة.
- 24- وكالة الأنباء التونسيّة.

- 25 وكالة الأنباء القبرصيَّة.
- 26 وكالة الأنباء الليبيَّة.
- 27 وكالة الأنباء اللبنانيَّة.

الفصل الرابع

الطريقة والإجراءات

- نوع الدراسة.
- منهج الدراسة.
- مجتمع الدراسة.
- أدوات جمع البيانات.
- الصدق.
- ثبات التحليل.

الفصل الرابع

الطريقة والإجراءات

4-1 نوع الدراسة

تتتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، والتي تهدف إلى وصف الأحداث أو الأشياء وجمع الحقائق والمعلومات والملاحظات عنها، ووصف الظروف الخاصة بها وتقرير حالتها كما هي عليه في الواقع، وتهتم الدراسات الوصفية كذلك بتقرير ما ينبغي أن تكون عليه الأشياء والظواهر التي تتناولها الدراسة، وذلك في ضوء قيم ومعايير معينة واقتراح الأساليب التي يمكن أن تُتبع للوصول بها إلى الصورة التي ينبغي أن تكون عليه في هذه المعايير والقيم، كما يعرف المنهج الوصفي بأنه منهج يُعنى بالدراسات التي تهتم بتجميع وتلخيص وتصنيف حقائق ومعلومات مدروسة مرتبطة بسلوك مجموعة من الناس، أو الأشياء أو سلسلة أحداث أو مؤسسة فكرية أو أي نوع آخر من القضايا التي يرغب الباحث بتحليلها ودراستها لغرض تقييمها والتنبؤ بها وضبطها أو التحكم بها. (العبيدي، العبيدي، 2010، ص. 64)

ويعرف البحث الوصفي بأنه "دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة، أو موقف، أو مجموعة من الناس، أو مجموعة من الأحداث، أو مجموعة من الأوضاع، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، دون الدخول في أسبابها". (عمر، 2008، ص. 210)

4-2 منهج الدراسة

تتماشى هذه الدراسة مع المنهج المسحي الإعلامي والذي يعرف بأنه "جهد علمي منظم يساعد على وصف الظاهرة، والحصول على معلومات وبيانات عن الظاهرة، أو مجموعة من الظواهر وتقديم صورة واقعية أو أقرب إلى ما تكون إلى الواقع عن الظاهرة" (عمر، 2008، ص. 216) حيث تم مسح كامل ودقيق للأخبار الخارجية المنشورة على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا) للوصول إلى أهداف الدراسة.

4-3 مجتمع الدراسة

المقصود بمجتمع الدراسة هو كل أفراد الدراسة التي يتم تحليلها، كما تعرف بأنها جميع أفراد الظاهرة المقصود دراستها (الحيزان، 2004، ص. 71)، والتي يمكن تحديدها هنا بأنها الأخبار الخارجية المنشورة على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا).

واعتمدت الدراسة على أسلوب الحصر الشامل لتحليل "الأخبار الخارجية" المنشورة على وكالة أنباء البحرين، في الفترة من سبتمبر إلى نوفمبر 2022م، ويقصد بأسلوب الحصر الشامل جمع البيانات من جميع مفردات المجتمع، ويمكن توظيف هذا الأسلوب عندما يكون حجم المجتمع محدودًا، وذلك لحصر جميع عناصر المجتمع بلا استثناء، ويتميز بالشمول وعدم التحيز، ودقة النتائج. (الجندي، دياب، 2014، ص.22)

وقد حُدِّدَت المدة الزمنية من سبتمبر إلى نوفمبر 2022م كونها مدة اتسمت بانعدام وجود العواصف الإخبارية، أي عدم وجود أحداث عالمية نالت اهتمام وسائل الإعلام بشكل واسع.

4-4 أدوات جمع البيانات

تم اعتماد أداة استمارة تحليل المضمون والتي تعرف بأنها أداة تستخدم لتصنيف وفهرسة المواد الإعلامية من خلال تقسم المضمون إلى فئات بالاستناد إلى افتراضات يفترضها القائم على التحليل، والتي تخدم الهدف الرئيس للدراسة كما تجيب عن أسئلة الدراسة.

وفي هذه الدراسة استهدفت الباحثة تحليل مضمون الأخبار الخارجية المنشورة على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا) والتي تكونت من (1179) خبرًا، ضمن إطار تحليل الدراسة، وهو إطار الأخبار الخارجية، حيث صُمِّمَت استمارة تحليل المضمون ضمن (11) فئة.

4-5 الصدق

اتبعت الباحثة في هذه الدراسة الصدق الظاهري، وتأكدت من الصدق الظاهري لأداة تحليل المضمون ومدى صلاحيتها، من خلال عرض الاستمارة على عدد من أساتذة الإعلام المتخصصين⁽¹⁾ للتأكد من قدرتها على الإجابة عن أسئلة الدراسة وتحقيق أهدافها، وقد حَكَّم الأساتذة الاستمارة وأجازوها، وذلك بعد الأخذ بملاحظاتهم بما يتناسب مع طبيعة الدراسة وأهدافها، وقد اعتمدت الباحثة على اتفاق الأساتذة المختصين بنسبة (80%) فما فوق على فئات الاستمارة، لإثبات صلاحيتها وسلامة صياغتها.

4-6 ثبات التحليل

أجرت الباحثة اختبارًا لمدى ثبات أداة تحليل المضمون المستخدمة في هذه الدراسة، بهدف التعرف على مضامين الأخبار الخارجية في الموقع الإلكتروني لوكالة أنباء البحرين (بنا)، ويُشار بالثبات هنا إلى حدوث توافق أو تطابق بين النتائج التي يتوصل إليها أكثر من باحث يستخدم فئات التحليل نفسها على المضمون نفسه، وعليه؛ قامت الباحثة بالاستعانة بأحد الباحثين في مجال

(1) انظر الملحق (1) أسماء المحكمين.

الإعلام (الباحثة أمينة محمود عبد الله)، لتحليل (5%) من عينة الدراسة التي بلغ عددها (1179) خبرًا، بين الأخبار الخليجية والعربية والعالمية، خلال شهر سبتمبر وأكتوبر ونوفمبر من العام 2022م، والمتمثلة في (59) خبرًا، بنفس الفئات والوحدات بعد توضيحها وشرح مشكلة الدراسة والأهداف والتساؤلات محل الدراسة للباحث، وجاءت درجة الاتفاق مرتفعة بين الباحثة والباحث الآخر أولًا، والباحثة مع نفسها ثانيًا، بعد تحليل (5%) من عينة الدراسة بمعدل (59) خبرًا، مؤكدًا ذلك ارتفاع مستوى الثبات، بما يعني صلاحية استمارة تحليل المضمون، وذلك من خلال المعادلة الآتية:

معامل الثبات = $(2 * \text{عدد الحالات المتفق عليها}) / (\text{عدد فئات التحليل عند المصحح الأول} + \text{عدد فئات التحليل عند المصحح الثاني})$

الفصل الخامس

نتائج الدراسة التحليلية

- النتائج العامة.
- نتائج دراسة تحليل المضمون من خلال الإجابة عن تساؤلات الدراسة.
- الخاتمة.
- التوصيات.
- المراجع والملاحق.

الفصل الخامس

نتائج الدراسة التحليلية

1-5 النتائج العامة

من خلال الاستعراض السابق لنتائج الدراسة التحليلية، يمكننا صياغة أهم النتائج في النقاط الآتية:

- كشفت الدراسة أنَّ هناك اهتمامًا كبيرًا من وكالة أنباء البحرين بنشر وصناعة الأخبار الخليجية، حيث حصلت على المرتبة الأولى بناءً على معدل الأخبار المنشورة لكل دولة خليجية البالغ عددها (6) دول، أي ما يعادل (53) خبرًا لكل دولة ($53 = 6/318$)، وعليه؛ فإنَّ من الواضح أنَّ الوكالة تعتمد على "قيمة الجدة أو الفورية إلى جانب قيمة القرب الجغرافي" في صناعة الأخبار الخارجية.
- توصلت الدراسة إلى أنَّ شهر سبتمبر جاء في المرتبة الأولى من حيث عدد الأخبار، وذلك بنسبة (38.3%)، ثم شهر أكتوبر بنسبة (31.1%) ثم شهر نوفمبر بنسبة (28.7%)، ويرتبط ارتفاع عدد الأخبار المنشورة في شهر سبتمبر بالأحداث العالمية المختلفة التي حدثت ضمن المدة الزمنية المحددة.
- أوضحت الدراسة أنَّ القوة الفاعلة الأولى جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (80.7%)، ثم القوة الفاعلة الثانية في المرتبة الثانية بنسبة (19.3%)، حيث بينت نتائج التحليل تركيز وكالة أنباء البحرين على القوى الفاعلة الأولى في صناعة الأخبار الخارجية، وإغفال ذكر القوى الفاعلة الثانية، ويعود ذلك إلى نشر الأخبار من قبل وكالة أنباء البحرين، من مصادرها الرسمية أو وكالات الأنباء الأخرى الرسمية التي تقوم بصناعة الأخبار من وجهة القوى الفاعلة الأولى في الغالب.
- توصلت الدراسة إلى أنَّ السياسة التنفيذية لوكالة أنباء البحرين (بنا) للأخبار الخارجية تعتمد على أسلوب الوكالات الدولية في نشر الأخبار العالمية فقط، وذلك يفسر سبب انخفاض عدد الأخبار التي تشتمل على القوى الفاعلة الأولى والثانية، حيث إنَّ مجمل الأخبار العالمية تغطي القوى الفاعلة الأولى.
- كشفت الدراسة أنَّ الأخبار المحايدة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (82.6%)، ثم الأخبار الإيجابية بنسبة (16.8%)، وأخيرًا الأخبار السلبية بنسبة (0.6%)، والذي يوضح أنَّ السياسة التحريرية لوكالة أنباء البحرين (بنا) في صناعة الأخبار الخارجية

والتي تتخذ فيها موقف الحياد في المجمل، تتسق مع السياسة الخارجية لمملكة البحرين والتي تتجلى بوضوح في اتجاهات طرح الأخبار الخارجية.

■ بينت الدراسة أنَّ الأخبار السياسيَّة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (47.8%)، ثم أخبار الحوادث بنسبة (22.8%)، ثم الأخبار غير المصنفة بنسبة (10.6%)، ثم الأخبار الاقتصاديَّة بنسبة (6.9%)، ثم الأخبار الثقافيَّة بنسبة (4.1%)، ثم الأخبار الاجتماعيَّة بنسبة (3.6%)، ثم الأخبار العلميَّة بنسبة (2.6%)، ثم الأخبار الدينيَّة بنسبة (1%)، ثم الأخبار الرياضيَّة بنسبة (0.7%)، ومن الواضح أنَّ وكالة الأنباء تولي اهتماماً أكبر بالأخبار السياسيَّة على حساب بقيَّة الأخبار في حين أنَّ هناك أخباراً أخرى قد تحتوي على قيم إخباريَّة، تشكل اهتماماً بالنسبة للجمهور المستهدف.

■ أوضحت الدراسة أن غالبية نوع الأخبار (الخليجيَّة، والعربيَّة) الخارجيَّة المنشورة على وكالة أنباء البحرين (بنا) هي أخبار جادة “Hard News” مثل الأخبار السياسيَّة والاقتصاديَّة، بينما الأخبار العالميَّة الخارجيَّة متنوعة بين الأخبار الجادة والأخبار الخفيفة “Soft News”، وقد يعود ذلك إلى طبيعة عمل وكالات الأنباء في المنطقة.

■ توصّلت الدراسة إلى أنَّ وكالة أنباء البحرين (بنا) تشير إلى المصادر المحددة الخارجيَّة التي تنقل منها الأخبار، مما يضيف مصداقيَّة أكبر لووكالة أنباء البحرين (بنا).

■ أوضحت الدراسة أنَّ الصور الأرشيفيَّة المصاحبة للأخبار جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (81.3%)، ثم الصور الآنيَّة المصاحبة للأخبار في المرتبة الثانية بنسبة (18.7%)، وذلك بسبب عدم نقل الخبر والتقاط الصور الآنيَّة للحدث، وحقوق الملكية الفكرية للصور، لذا؛ يتم استخدام صور أرشيفيَّة لأشخاص أو أحداث سابقة عوضاً عن ذلك.

■ وبينت الدراسة أنَّ صور الأحداث المصاحبة للأخبار جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (74.6%)، ثم صور الأشخاص المصاحبة للأخبار في المرتبة الثانية بنسبة (25.4%).

■ توصّلت الدراسة إلى أنَّ قيم الجدة أو الفوريَّة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (43.6%)، ثم قيمة القرب الجغرافي أو النفسي بنسبة (19.1%)، ثم قيمة التأثير والأهميَّة بنسبة (12.1%)، ثم قيمة الضخامة بنسبة (10.5%)، ثم قيمة الصراع بنسبة (5.6%)، ثم قيمة الاستمراريَّة بنسبة (4.7%)، ثم قيمة الفائدة بنسبة (2.3%)، ثم قيمة الشهرة بنسبة (1.3%)، ثم قيمة الطرافة والغرابة بنسبة (0.9%).

■ أكدت الدراسة أنَّ سياسة نشر الأخبار الخارجيَّة في وكالة أنباء البحرين (بنا) تعتمد على قيمة (القرب الجغرافي أو النفسي)، وخاصة في الأخبار الخليجيَّة والعربيَّة،

وعليه؛ فإنّ ذلك يؤثر على تجارة الأخبار ويقلل من فرصة استهلاك الأخبار في وكالات الأنباء العالميّة، كون قيمة (القرب الجغرافي أو النفسي) لا تتحقق في الوكالات العالميّة.

- كشف الدراسة أنّ الأخبار غير المتسلسلة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (89.7%)، ثم الأخبار المتسلسلة في المرتبة الثانية بنسبة (10.3%)، وقد يعود ذلك لانخفاض أعداد الصحفيين والمحررين العاملين بالوكالة، حيث إنّ استمرار التغطية الإعلاميّة للحدث يتطلب تواجدًا مستمرًا للصحفيين في مكان الحدث أو اتصالًا مباشرًا بموقع الحدث.

- أوضحت الدراسة أنّ الصور جاءت كأكثر وسائل الإبراز المستخدمة في الأخبار بنسبة (99.3%)، ثم الإنفو جرافيك في المرتبة الثانية بنسبة (0.7%). ولم تُوظف مقاطع الفيديو والمقاطع الصوتيّة لإبراز الأخبار.

- توصّلت الدراسة إلى أنّ متوسط قراءات الأخبار في جميع الأقسام جاءت بمتوسط حسابي بلغت قيمته (2554.2)، ما يؤكد أنّ هناك اهتمامًا كبيرًا من قبل القراء بالأخبار العربيّة، تليها الأخبار العالميّة وآخرها الأخبار الخليجيّة، والمكانة التي تحتلها وكالة أنباء البحرين (بنا) بين وكالات الأنباء العربيّة والعالميّة، والتي تجعل منها مصدرًا موثوقًا لاستقاء آخر مستجدات الساحات العربيّة والعالميّة.

- كشفت الدراسة وبحسب الجدول (2) وجود عدد كبير من القراءات للأخبار العربيّة والعالميّة، وهناك اهتمام ومتابعة لمثل هذه الأخبار على موقع وكالة أنباء البحرين، غير أنّ الجدول (6) يوضح انخفاض نشر الأخبار المتسلسلة على موقع وكالة أنباء البحرين، وارتفاع نسبة نشر الأخبار غير المتسلسلة بشكل كبير، مما قد لا يلبي احتياجات الجمهور المستهدف الذي قد يولي اهتمامًا بمتابعة آخر تطورات الأحداث، مما يؤثر سلبيًا على عدد قراءات الأخبار.

- أظهرت الدراسة أنّ قيم الجودة والفوريّة تأتي في المرتبة الأولى من إجمالي الأخبار الخارجيّة في جميع الفئات التي تم تحليلها في الدراسة، وهي تختلف عن القيم الإخباريّة في وكالة أنباء الإعلام العراقي بحسب دراسة (زيدان، جامع، 2015)، حيث تتصدر قيمة الأهميّة قائمة المعايير في عمليّة صناعة الأخبار وتسويقها.

- كشفت الدراسة أنّ قيم الجودة والفوريّة تحتل المرتبة الأولى من إجمالي الأخبار الخارجيّة في جميع الفئات، وتأتي قيمة القرب الجغرافي والنفسي في المرتبة الثانية كما تأتي في المرتبة الثالثة قيمة التأثير والأهميّة، وهي تختلف عن دراسة (Ran, 2018)، حيث تشير الدراسة السابقة إلى أنّ قيمة الدقة وقيمة الموضوعيّة والقيمة الترفيهيّة أهم ثلاث قيم إخباريّة تؤثر على اتخاذ قرارات الصحفيين الأمريكيين.

- توصلت الدراسة إلى أنَّ وكالة أنباء البحرين (بنا) تولي اهتمامًا بالغًا بقيمة الجودة أو الفوريَّة إلى جانب قيمة القرب الجغرافي أو النفسي وقيمة التأثير عند نشر الأخبار الخارجيّة على موقعها الإلكتروني، مما يدل على أنَّ الوكالة في سياستها التحريريَّة تحرص على نشر الأخبار بشكل فوري وآني لمواكبة الأحداث والمتغيّرات المتسارعة لحظة بلحظة إلى جانب اهتمامها بأن تكون الأخبار الخارجيّة ذات تأثير عالٍ وقرب جغرافي أو نفسي من جمهورها المستهدف.
- كشفت الدراسة أنَّ الأخبار الخارجيّة المنشورة على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا) تتضمن قيمًا إخباريّة متنوعة، وأنها بذلك تسعى إلى تحقيق الجدارة الإخباريّة، وأنها تحرص على تنوُّع أخبارها الخارجيّة من حيث النوع، حيث تغطي الأخبار مختلف المجالات، وذلك تلبيةً لرغبات جمهورها المستهدف.
- بينت الدراسة وجود بعض أوجه القصور، كالاغتماد الكبير على المصادر المحددة الخارجيّة في الأخبار الخارجيّة المنشورة على موقع الوكالة، والاعتماد على الصور الأرشيفيّة بدلاً عن الصور الآنيّة للأحداث، والانخفاض الشديد في نشر الوسائط المتعددة المرافقة للأخبار الخارجيّة مثل الفيديو ومقاطع الصوت والإنفو جرافيك.
- كشفت الدراسة عن تميُّز عمليّة صناعة الأخبار الخارجيّة ونشرها في وكالة أنباء البحرين (بنا) والمنشورة على موقعها الإلكتروني من خلال تنوع القيم والمضامين الإخباريّة للأخبار.

5-2 نتائج دراسة تحليل المضمون من خلال الإجابة عن تساؤلات الدراسة

يجيب الجدولان أدناه عن تساؤل الدراسة الآتي:

- ما التصنيف الجغرافي للأخبار الخارجية المنشورة على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا)؟

جدول (1)

يوضح توزيع الأخبار في الأقسام (الخليجية والعربية والعالمية) في وكالة أنباء البحرين وفقاً لشهور التحليل

الشهور	الأخبار الخليجية		الأخبار العربية		الأخبار العالمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
شهر سبتمبر	122	38.4	91	38.9	238	38.0	451	38.3
شهر أكتوبر	103	32.4	78	33.3	209	33.3	390	33.1
شهر نوفمبر	93	29.2	65	27.8	180	28.7	338	28.7
الإجمالي	318	100	234	100.0	627	100.0	1179	100.0

يتضح من الجدول السابق أنَّ وكالة أنباء البحرين (بنا) تصنف الأخبار الخارجية في ثلاث فئات، وهي (الأخبار الخليجية، والأخبار العربية، والأخبار العالمية)، وبحسب نتائج التحليل في الجدول السابق؛ فإنَّ الوكالة تولي اهتماماً كبيراً بنشر وصناعة الأخبار الخليجية، حيث حصلت على المرتبة الأولى في نسبة الأخبار المنشورة لكل دولة خليجية البالغ عددها (6) دول، مقارنة بالأخبار العربية والعالمية، أي ما يعادل (53) خبراً لكل دولة (53=6/318)، وعليه فإنَّ من الواضح أنَّ الوكالة تعتمد على "القرب الجغرافي" في صناعة الأخبار الخارجية.

كما يتضح من الجدول أنَّ شهر سبتمبر حصد النصيب الأكبر من عدد الأخبار المنشورة بنسبة (38.3%)، ويعود ذلك إلى الحدود الجغرافية للفئة نفسها، حيث إنَّ الأخبار العالمية تغطي مساحة جغرافية أكبر مقارنة بفئة الأخبار العربية والأخبار الخليجية.

كما يرتبط ارتفاع عدد الأخبار المنشورة في شهر سبتمبر بالأحداث العالمية المختلفة التي حدثت ضمن الفترة الزمنية المحددة، مقارنة بشهري أكتوبر ونوفمبر اللذين شهدا انخفاضاً في عدد الأخبار المنشورة على الوكالة.

وبيّن جدول رقم (1) الآتي:

- على مستوى الأخبار الخليجيّة: جاء شهر سبتمبر في المرتبة الأولى من حيث عدد الأخبار، وذلك بنسبة (38.4%)، ثم شهر أكتوبر بنسبة (32.4%) ثم شهر نوفمبر بنسبة (29.2%).
- على مستوى الأخبار العربيّة: جاء شهر سبتمبر في المرتبة الأولى من حيث عدد الأخبار، وذلك بنسبة (38.9%)، ثم شهر أكتوبر بنسبة (33.3%) ثم شهر نوفمبر بنسبة (27.8%).
- على مستوى الأخبار العالميّة: جاء شهر سبتمبر في المرتبة الأولى من حيث عدد الأخبار، وذلك بنسبة (38%)، ثم شهر أكتوبر بنسبة (33.3%) ثم شهر نوفمبر بنسبة (28.7%).

جدول (2)

يوضح عدد قراءات الأخبار في الأقسام الإخبارية (الخليجية والعربية والعالمية) في وكالة أنباء البحرين

المتوسط الحسابي	مجموع عدد القراءات	تصنيف الأخبار
100.4	31939	الأخبار الخليجية
5945.0	1391127	الأخبار العربية
2533.3	1588362	الأخبار العالمية
2554.2	3011428	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق اهتمام القراء الكبير بالأخبار العربية، يلي ذلك الأخبار العالمية وأخرها الأخبار الخليجية، ويوضح ذلك المكانة التي تحتلها وكالة أنباء البحرين (بنا) بين وكالات الأنباء العربية والعالمية والتي تجعل منها مصدراً موثقاً لاستقاء آخر مستجدات الساحات العربية والعالمية.

ويتضح من الجدول السابق ما يلي:

- على مستوى الأخبار الخليجية: جاء متوسط قراءات الأخبار في هذا القسم بمتوسط حسابي بلغت قيمته (100.4).
- على مستوى الأخبار العربية: جاء متوسط قراءات الأخبار في هذا القسم بمتوسط حسابي بلغت قيمته (5945).
- على مستوى الأخبار العالمية: جاء متوسط قراءات الأخبار في هذا القسم بمتوسط حسابي بلغت قيمته (2533.3).
- على مستوى جميع الأقسام: جاء متوسط قراءات الأخبار في هذا القسم بمتوسط حسابي بلغت قيمته (2554.2).

يجيب الجدولان أدناه عن تساؤل الدراسة الآتي:

- ما القيم الإخبارية التي تتضمنها الأخبار الخارجية المنشورة على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا)؟

جدول (3)

يوضح القيم الإخبارية⁽²⁾ في الأقسام الإخبارية (الخليجية والعربية والعالمية) في وكالة أنباء البحرين

القيمة الخبرية		الأخبار الخليجية		الأخبار العربية		الأخبار العالمية		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الجدّة أو الفوريّة		253	41.7	110	27.6	496	51.3	859	43.6
الصراع		2	0.3	58	14.6	51	5.3	111	5.6
الشهرة		3	0.5	1	0.3	21	2.2	25	1.3
القرب الجغرافي أو النفسي		248	40.9	120	30.2	8	0.8	376	19.1
الفائدة		32	5.3	0	0.0	13	1.3	45	2.3
الطرافة أو الغرابة		1	0.2	0	0.0	17	1.8	18	0.9
الاستمرارية		6	1.0	30	7.5	56	5.8	92	4.7
التأثير والأهميّة		60	9.9	54	13.6	124	12.8	238	12.1
الضخامة		1	0.2	25	6.3	180	18.6	206	10.5
الإجمالي		606	100	398	100.0	966	100.0	1970	100.0

يبين الجدول أعلاه، القيم الإخبارية الأكثر تكراراً في الأخبار الخارجية التي تنشر على موقع وكالة أنباء البحرين، وبحكم طبيعة عمل وكالات الأنباء حول العالم، تحتل قيم الجدّة والفوريّة المرتبة الأولى من إجمالي الأخبار الخارجية في جميع الفئات بنسبة (43.3%) حيث يعكس ذلك

(2) وحدة العد هي القيمة الخبرية وليس الخبر.

حرص وكالة أنباء البحرين على نشر الأخبار فور حدوثها باللحظة، وذلك لأن السبق الإخباري يُعدُّ واحدًا من أهم مميّزات وكالات الأنباء، كما تأتي قيمة القرب الجغرافي والنفسي في المرتبة الثانية بنسبة (19%) ويفسر ذلك اهتمام وكالة أنباء البحرين بنشر الأخبار والأحداث التي تحدث في النطاق الجغرافي حول مملكة البحرين، كما تأتي في المرتبة الثالثة قيمة التأثير والأهمية بنسبة (12.1%) وذلك يوضح التزام وكالة أنباء البحرين بنشر كل ما هو مهم وذو تأثير على الساحة الدوليّة والإقليمية عوضًا عن نشر أخبار عديمة القيمة لملء صفحات موقع الوكالة فقط، وتأتي قيمة الضخامة في المرتبة الرابعة بنسبة (10.5%) ويعود ذلك إلى نشر الوكالة للأحداث والأخبار الضخمة، والتي يُعدُّ تجاهلها من قبل المؤسسات الإعلامية من قبيل التعتيم الإعلامي.

يتضح من الجدول رقم (1) والجدول السابق أنّ سياسة نشر الأخبار الخارجية في وكالة أنباء البحرين (بنا) تعتمد على قيمة (القرب الجغرافي أو النفسي)، وخاصة في الأخبار الخليجية والعربية، وعليه؛ فإنّ ذلك يؤثر على تجارة الأخبار ويقلل من فرصة استهلاك الأخبار في وكالات الأنباء العالمية، كون قيمة (القرب الجغرافي أو النفسي) لا تتحقق في الوكالات العالمية.

كما أظهرت النتائج أنّ قيم الجودة والفورية تأتي في المرتبة الأولى من إجمالي الأخبار الخارجية في جميع الفئات التي تم تحليلها في الدراسة، وهي تختلف عن القيم الإخبارية في وكالة أنباء الإعلام العراقي بحسب دراسة (زيدان، جامع، 2015)، حيث تصدر قيمة الأهمية قائمة المعايير في عملية صناعة الأخبار وتسويقها.

وأظهرت النتائج أيضًا أنّ قيم الجودة والفورية تحتل المرتبة الأولى من إجمالي الأخبار الخارجية في جميع الفئات، وتأتي قيمة القرب الجغرافي والنفسي في المرتبة الثانية، كما تأتي في المرتبة الثالثة قيمة التأثير والأهمية، وهي تختلف عن دراسة (Ran, 2018)، حيث تشير الدراسة السابقة إلى أنّ الدقة والموضوعية والقيمة الترفيهية أهم ثلاث قيم إخبارية تؤثر على اتخاذ قرارات الصحفيين الأمريكيين.

كما يوضح الجدول السابق ما يلي:

- على مستوى الأخبار الخليجية: جاءت قيم الجودة أو الفورية في المرتبة الأولى بنسبة (41.7%)، ثم قيمة القرب الجغرافي أو النفسي بنسبة (40.9%)، ثم قيمة التأثير والأهمية بنسبة (9.9%)، ثم قيمة الفائدة بنسبة (5.3%)، ثم قيمة الاستمرارية بنسبة (1%)، ثم قيمة الشهرة بنسبة (0.5%)، ثم قيمة الصراع بنسبة (0.3%)، وأخيرًا قيمة الطرافة والغرابة بنسبة (0.2%).

■ على مستوى الأخبار العربيّة: جاءت قيمة القرب الجغرافي أو النفسي في المرتبة الأولى بنسبة (30.2%)، ثم قيم الجدة والفوريّة في المرتبة الثانية بنسبة (27.6%)، ثم قيمة الصراع بنسبة (14.6%)، ثم قيمة التأثير والأهميّة بنسبة (13.6%)، ثم قيمة الاستمراريّة بنسبة (7.5%)، ثم قيمة الضخامة بنسبة (6.3%)، ثم قيمة الشهرة بنسبة (0.3%). ولم ترد قيم الفائدة وقيم الطرافة والغربة في أخبار هذا القسم.

■ على مستوى الأخبار العالميّة: جاءت قيم الجدة أو الفوريّة في المرتبة الأولى بنسبة (51.3%)، ثم قيمة الضخامة بنسبة (18.6%)، ثم قيمة التأثير والأهميّة بنسبة (12.8%)، ثم قيمة الاستمراريّة بنسبة (5.8%)، ثم قيمة الصراع بنسبة (5.3%)، ثم قيمة الشهرة بنسبة (2.2%)، ثم قيمة الطرافة والغربة بنسبة (1.8%)، ثم قيمة الفائدة بنسبة (1.3%)، ثم قيمة القرب الجغرافي أو النفسي بنسبة (0.8%).

■ على مستوى جميع الأخبار: جاءت قيم الجدة أو الفوريّة في المرتبة الأولى بنسبة (43.6%)، ثم قيمة القرب الجغرافي أو النفسي بنسبة (19.1%)، ثم قيمة التأثير والأهميّة بنسبة (12.1%)، ثم قيمة الضخامة بنسبة (10.5%)، ثم قيمة الصراع بنسبة (5.6%)، ثم قيمة الاستمراريّة بنسبة (4.7%)، ثم قيمة الفائدة بنسبة (2.3%)، ثم قيمة الشهرة بنسبة (1.3%)، ثم قيمة الطرافة والغربة بنسبة (0.9%).

جدول (4)

يوضح عدد الأخبار لكل قيمة من القيم الإخبارية بحسب أنواع الأخبار الخارجية المنشورة
على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا)

نوع الخبر / القيمة الخبرية	سياسي		اقتصادي		اجتماعي		رياضي		ديني		ثقافي		حوادث		علمية		غير مصنفة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الجدة أو الفورية	402	50.3	64	46.4	27	39.1	7	43.8	11	47.8	36	40.0	202	48.4	16	42.1	88	41.3	451	32.2
الصراع	97	12.1	0	0.0	0	0.0	1	6.3	0	0.0	0	0.0	13	3.1	0	0.0	0	0.0	111	7.9
الشهرة	15	1.9	1	0.7	2	2.9	0	0.0	0	0.0	2	2.2	1	0.2	2	5.3	1	0.5	24	1.7
القرب الجغرافي أو النفسي	144	18.0	35	25.4	10	14.5	4	25.0	7	30.4	36	40.0	3	0.7	0	0.0	9	4.2	248	17.7
الفائدة	7	0.9	10	7.2	4	5.8	0	0.0	3	13.0	6	6.7	0	0.0	6	15.8	6	2.8	42	3.0
الطرافة أو الغريبة	1	0.1	1	0.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	3	0.7	12	31.6	1	0.5	18	1.3
الاستمرارية	34	4.3	0	0.0	0	0.0	3	18.8	0	0.0	3	3.3	14	3.4	0	0.0	33	15.5	87	6.2
التأثير	76	9.5	23	16.7	21	30.4	0	0.0	1	4.3	6	6.7	38	9.1	1	2.6	47	22.1	213	15.2
الضخامة	23	2.9	4	2.9	5	7.2	1	6.3	1	4.3	1	1.1	143	34.3	1	2.6	28	13.1	207	14.8
الإجمالي	799	100	138	100	69	100	16	100	23	100	90	100	417	100	38	100	213	100	1401	100

يشير الجدول السابق إلى أنَّ (50.3%) من الأخبار الخارجية السياسية (الخليجية والعربية والعالمية) تضمّنت قيمة الجدة أو الفورية، تليها قيمة القرب الجغرافي أو النفسي بنسبة (18%)، تليها قيمة الصراع بنسبة (12.1%)، مما يدل على أنَّ الوكالة تولي اهتماماً كبيراً بهذه القيم عند صناعة الأخبار السياسية ونشرها.

كما يشير الجدول إلى أنَّ (46.4%) من الأخبار الخارجية الاقتصادية (الخليجية والعربية والعالمية) تضمّنت قيمة الجدة أو الفورية، تليها القرب الجغرافي أو النفسي بنسبة (25.4%)، تليها قيمة التأثير بنسبة (16.7%)، مما يؤكد اهتمام الوكالة بنشر الأخبار الاقتصادية بشكل فوري والتي لها تأثير مباشر على الجمهور المستهدف.

ويشير الجدول أيضاً إلى أنَّ (39.1%) من الأخبار الخارجية الاجتماعية (الخليجية والعربية والعالمية) تضمّنت قيمة الجدة أو الفورية تليها قيمة التأثير بنسبة (30.4%)، تليها قيمة القرب الجغرافي أو النفسي بنسبة (14.5%)، كما يشير الجدول إلى أنَّ (43.8%) من الأخبار الخارجية الرياضية (الخليجية والعربية والعالمية) تضمّنت قيمة الجدة أو الفورية تليها قيمة القرب الجغرافي أو النفسي بنسبة (25%)، تليها قيمة الاستمرارية (18.8%).

ومن خلال الجدول يُلاحظ أيضًا أنَّ (47.8%) من الأخبار الخارجية الدينية (الخليجية والعربية والعالمية) تضمّنت قيمة الجدة أو الفورية تليها قيمة القرب الجغرافي أو النفسي بنسبة (30.4%)، وتليها قيمة الفائدة (13%)، كما يشير الجدول إلى أنَّ (40%) من الأخبار الخارجية الثقافية (الخليجية والعربية والعالمية) تضمّنت قيمة الجدة أو الفورية وتساويها كذلك قيمة القرب الجغرافي أو النفسي بالنسبة نفسها، تليهما قيمتي الفائدة والتأثير بنسبة (6.7%) لكل قيمة.

ويشير الجدول إلى أنَّ (48.4%) من أخبار الحوادث الخارجية (الخليجية والعربية والعالمية) تضمّنت قيمة الجدة أو الفورية، تليها قيمة الضخامة بنسبة (34.3%) تليها قيمة التأثير بنسبة (9.15%)، كما يُلاحظ من الجدول السابق أنَّ (42.1%) من الأخبار الخارجية العلمية (الخليجية والعربية والعالمية) تضمّنت قيمة الجدة أو الفورية تليها قيمة الطرافة أو الغرابة بنسبة (31.6%)، تليها قيمة الفائدة بنسبة (15.8%).

ومما سبق؛ يُلاحظ أنَّ وكالة أنباء البحرين (بنا) تولي اهتمامًا بالغًا بقيمة الجدة أو الفورية إلى جانب قيمة القرب الجغرافي أو النفسي وقيمة التأثير عند نشر الأخبار الخارجية على موقعها الإلكتروني، مما يدل على أنَّ الوكالة في سياستها التحريرية تحرص على نشر الأخبار بشكل فوري وأني لمواكبة الأحداث والمتغيرات المتسارعة لحظة بلحظة إلى جانب اهتمامها بأن تكون الأخبار الخارجية ذات تأثير عالٍ وقرب جغرافي أو نفسي من جمهورها المستهدف.

كما يُلاحظ من التحليل السابق أنَّ الأخبار الخارجية المنشورة على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا) تتضمن قيمًا إخبارية متنوعة، وأنها بذلك تسعى إلى تحقيق الجدارة الإخبارية، وأنها تحرص على تنوع أخبارها الخارجية من حيث النوع، حيث تغطي الأخبار مختلف المجالات، وذلك تلبيةً لرغبات جمهورها المستهدف.

يجيب الجدولان أدناه عن تساؤل الدراسة الآتي:

- ما نوع الأخبار الخارجية المنشورة على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا) ؟

جدول (5)

يوضح طبيعة مصدر الأخبار في الأقسام الإخبارية (الخليجية والعربية والعالمية) في وكالة أنباء البحرين

مصدر الأخبار	الأخبار الخليجية		الأخبار العربية		الأخبار العالمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مصدر غير محدد	145	45.6	89	38.0	63	10	297	25.2
مصدر محدد خارجي	173	54.4	145	62.0	564	90	882	74.8
الإجمالي	318	100.0	234	100	627	100	1179	100

يتضح من الجدول السابق أنَّ وكالة أنباء البحرين (بنا) تعتمد على المصادر المحددة الخارجية بشكل أكبر من المصادر غير المحددة، حيث يبين الجدول أنَّ (90%) من الأخبار العالمية تأتي من مصادر محددة خارجية تليها الأخبار العربية بنسبة (62%) تبعاً بالأخبار الخليجية بنسبة (54.5%) وهي نسب اعتماد مرتفعة على المصادر المحددة الخارجية مقارنة بالمصادر غير المحددة والتي بلغ الاعتماد عليها نسبة (25.2%) بالجموع الكلي بين جميع فئات الأخبار (الخليجية والعربية والعالمية).

كما لوحظ من خلال التحليل أنَّ وكالة أنباء البحرين (بنا) تشير إلى المصادر المحددة الخارجية التي تنقل منها الأخبار، مما يضيف مصداقية أكبر للوكالة.

وبين الجدول السابق ما يلي:

- على مستوى الأخبار الخليجية: جاءت المصادر المحددة الخارجية للأخبار في المرتبة الأولى بنسب (54.4%)، ثم المصادر غير المحددة للأخبار بنسبة (45.5%).

- على مستوى الأخبار العربيّة: جاءت المصادر المحددة الخارجيّة للأخبار في المرتبة الأولى بنسب (62%)، ثم المصادر غير المحددة للأخبار بنسبة (38%).
- على مستوى الأخبار العالميّة: جاءت المصادر المحددة الخارجيّة للأخبار في المرتبة الأولى بنسب (90%)، ثم المصادر غير المحددة للأخبار بنسبة (10%).
- على مستوى جميع الأقسام: جاءت المصادر المحددة الخارجيّة للأخبار في المرتبة الأولى بنسب (74.8%)، ثم المصادر غير المحددة للأخبار بنسبة (25.2%).

جدول (6)

يوضح استمرارية الأخبار في الأقسام الإخبارية (الخليجية والعربية والعالمية) في وكالة أنباء البحرين

الاستمرارية	الأخبار الخليجية		الأخبار العربية		الأخبار العالمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
خبر متسلسل	21	6.6	53	22.6	48	7.6	122	10.3
خبر غير متسلسل	297	93.4	181	77.3	579	92.4	1057	89.7
الإجمالي	318	100.0	234	100	627	100	1179	100

تتطلب التغطيات الإعلامية الجيدة نشر أخبار بصورة متسلسلة، وذلك لاستمرار تزويد القارئ بأخر مستجدات القضايا والأخبار على مختلف المستويات الإقليمية والعالمية، يوضح الجدول السابق انخفاض نشر الأخبار المتسلسلة على موقع وكالة أنباء البحرين، وارتفاع نسبة نشر الأخبار غير المتسلسلة بشكل كبير، وقد يعود ذلك لانخفاض أعداد الصحفيين والمحررين العاملين بالوكالة، حيث إن استمرار التغطية الإعلامية للحدث يتطلب التواجد المستمر للصحفيين في مكان الحدث أو الاتصال المباشر بموقع الحدث.

كما يتبين من الجدول السابق ما يلي:

- على مستوى الأخبار الخليجية: جاءت الأخبار غير المتسلسلة في المرتبة الأولى بنسبة (93.4%)، ثم الأخبار المتسلسلة في المرتبة الثانية بنسبة (6.6%).
- على مستوى الأخبار العربية: جاءت الأخبار غير المتسلسلة في المرتبة الأولى بنسبة (77.3%)، ثم الأخبار المتسلسلة في المرتبة الثانية بنسبة (22.6%).
- على مستوى الأخبار العالمية: جاءت الأخبار غير المتسلسلة في المرتبة الأولى بنسبة (92.4%)، ثم الأخبار المتسلسلة في المرتبة الثانية بنسبة (7.6%).
- على مستوى جميع الأقسام: جاءت الأخبار غير المتسلسلة في المرتبة الأولى بنسبة (89.7%)، ثم الأخبار المتسلسلة في المرتبة الثانية بنسبة (10.3%).

يجيب الجدول أدناه عن تساؤل الدراسة الآتي:

- ما مضمون الأخبار الخارجية المنشورة على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا)؟

جدول (7)

يوضح نوع الأخبار في الأقسام الإخبارية (الخليجية والعربية والعالمية) في وكالة أنباء البحرين

نوع الخبر	الأخبار الخليجية		الأخبار العربية		الأخبار العالمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
سياسي	192	60.4	176	75.2	195	31.1	563	47.8
اقتصادي	50	15.7	2	0.9	29	4.6	81	6.9
اجتماعي	9	2.8	3	1.3	30	4.8	42	3.6
رياضي	2	0.6	1	0.4	5	0.8	8	0.7
ديني	10	3.1	0	0.0	2	0.3	12	1.0
ثقافي	31	9.7	15	6.4	2	0.3	48	4.1
حوادث	2	0.6	26	11.1	241	38.4	269	22.8
أخبار علمية	8	2.5	0	0.0	23	3.7	31	2.6
أخبار غير مصنفة	14	4.4	11	4.7	100	15.9	125	10.6
الإجمالي	318	100.0	234	100	627	100	1179	100

يتضح من الجدول السابق، أنَّ الأخبار السياسية تأتي في المرتبة الأولى بنسبة (47.8%) في فئات جميع الأخبار الخليجية والعربية والعالمية، والمنشورة على موقع وكالة أنباء البحرين، والذي يوضح ترتيب أولويات الوكالة في النشر، حيث تولي اهتماماً كبيراً بالأخبار السياسية، تليها أخبار الحوادث بنسبة (22.8%)، وهناك مجموعة كبيرة من الأخبار التي لا يتم تصنيفها ضمن فئة محددة.

ويتضح من الجدول السابق أنَّ غالبية نوع الأخبار (الخليجية، والعربية) الخارجية المنشورة على وكالة أنباء البحرين (بنا) هي أخبار جادة "Hard News" مثل الأخبار السياسية والاقتصادية، بينما الأخبار العالمية الخارجية متنوعة بين الأخبار الجادة والأخبار الخفيفة "Soft News"، وقد يعود ذلك إلى طبيعة عمل وكالات الأنباء في المنطقة.

ويتضح من الجدول السابق ما يلي:

- على مستوى الأخبار الخليجية: جاءت الأخبار السياسية في المرتبة الأولى بنسبة (60.4%)، ثم الأخبار الاقتصادية في المرتبة الثانية بنسبة (15.7%)، ثم الأخبار الثقافية بنسبة (9.7%)، ثم الأخبار غير المصنفة بنسبة (4.4%)، ثم الأخبار الدينية بنسبة (3.1%)، ثم الأخبار الاجتماعية بنسبة (2.8%)، ثم الأخبار العلمية بنسبة (2.5%)، ثم كل من الأخبار الرياضية وأخبار الحوادث بنسبة (0.6%) لكل واحدة منهما.
- على مستوى الأخبار العربية: جاءت الأخبار السياسية في المرتبة الأولى بنسبة (75.2%)، ثم أخبار الحوادث بنسبة (11.1%)، ثم الأخبار الثقافية بنسبة (6.4%)، ثم الأخبار غير المصنفة بنسبة (4.7%)، ثم الأخبار الاجتماعية بنسبة (1.3%)، ثم الأخبار الاقتصادية بنسبة (0.9%)، ثم الأخبار الرياضية (0.4%). ولم تكن هناك أخبار علمية أو أخبار دينية في هذا القسم.
- على مستوى الأخبار العالمية: جاءت أخبار الحوادث في المرتبة الأولى بنسبة (38.4%)، ثم الأخبار السياسية في المرتبة الثانية بنسبة (31.1%)، ثم الأخبار غير المصنفة بنسبة (15.9%)، ثم الأخبار الاجتماعية بنسبة (4.8%)، ثم الأخبار الاقتصادية بنسبة (4.6%)، ثم الأخبار العلمية بنسبة (3.7%)، ثم الأخبار الرياضية بنسبة (0.8%)، ثم الأخبار الدينية والأخبار الثقافية في المرتبة النهائية بنسبة (0.3%) لكل واحدة منهما.
- على مستوى جميع الأقسام: جاءت الأخبار السياسية في المرتبة الأولى بنسبة (47.8%)، ثم أخبار الحوادث بنسبة (22.8%)، ثم الأخبار غير المصنفة بنسبة (10.6%)، ثم الأخبار الاقتصادية بنسبة (6.9%)، ثم الأخبار الثقافية بنسبة (4.1%)، ثم الأخبار الاجتماعية بنسبة (3.6%)، ثم الأخبار العلمية بنسبة (2.6%)، ثم الأخبار الدينية بنسبة (1%)، ثم الأخبار الرياضية بنسبة (0.7%).

يجيب الجدول أدناه عن تساؤل الدراسة الآتي:

- ما القوى الفاعلة في الأخبار الخارجية التي تنشرها وكالة أنباء البحرين (بنا)؟

جدول (8)

يوضح القوة الفاعلة في الأقسام الإخبارية (الخليجية والعربية والعالمية) في وكالة أنباء البحرين

القوى الفاعلة	الأخبار الخليجية		الأخبار العربية		الأخبار العالمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
قوى فاعلة أولى	198	62.3	172	73.5	581	92.7	951	80.7
قوى فاعلة ثانية	120	37.7	62	26.5	46	7.3	228	19.3
الإجمالي	318	100.0	234	100	627	100	1179	100

يوضح الجدول السابق أنّ الأخبار ذات القوى الفاعلة الأولى هي الأخبار السائدة في جميع فئات التحليل ضمن الأخبار الخليجية والأخبار العربية والأخبار العالمية، يرجع ذلك إلى السياسة التحريرية التي تتبعها وكالة أنباء البحرين في التركيز على القوى الفاعلة الأولى في الأخبار، ونشر الأخبار من مصادرها الرسمية أو وكالات الأنباء الأخرى الرسمية التي تقوم بصناعة الأخبار من وجهة نظر القوى الفاعلة الأولى.

كما يُستنتج من الجدول السابق أن السياسة التنفيذية لوكالة أنباء البحرين (بنا) للأخبار الخارجية تعتمد على أسلوب الوكالات الدولية في نشر الأخبار العالمية فقط، وذلك يُعسر سبب انخفاض عدد الأخبار التي تشتمل على القوى الفاعلة الأولى والثانية، حيث إنّ مجمل الأخبار العالمية تغطي القوى الفاعلة الأولى.

كما يتضح من الجدول السابق الآتي:

- على مستوى الأخبار الخليجية: جاءت القوة الفاعلة الأولى في المرتبة الأولى بنسبة (62.3%)، ثم القوة الفاعلة الثانية في المرتبة الثانية بنسبة (37.6%).
- على مستوى الأخبار العربية: جاءت القوة الفاعلة الأولى في المرتبة الأولى بنسبة (73.5%)، ثم القوة الفاعلة الثانية في المرتبة الثانية بنسبة (26.5%).

- على مستوى الأخبار العالمية: جاءت القوة الفاعلة الأولى في المرتبة الأولى بنسبة (92.7%)، ثم القوة الفاعلة الثانية في المرتبة الثانية بنسبة (7.3%).
- على مستوى جميع الأقسام: جاءت القوة الفاعلة الأولى في المرتبة الأولى بنسبة (80.7%)، ثم القوة الفاعلة الثانية في المرتبة الثانية بنسبة (19.3%).

يجيب الجدول أدناه عن تساؤل الدراسة الآتي:

- ما الاتجاه الذي تتبناه وكالة أنباء البحرين (بنا) في نشر وصناعة الأخبار الخارجية المنشورة على موقعها؟

جدول (9)

يوضح اتجاه الأخبار في الأقسام الإخبارية (الخليجية والعربية والعالمية) في وكالة أنباء البحرين

اتجاه الخبر	الأخبار الخليجية		الأخبار العربية		الأخبار العالمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
إيجابي	164	51.6	32	13.7	2	0.3	198	16.8
سلبي	0	0	2	0.9	5	0.8	7	0.6
محايد	154	48.4	200	85.5	620	98.9	974	82.6
الإجمالي	318	100.0	234	100	627	100	1179	100

يتضح من الجدول السابق تصدرُ الاتجاه المحايد في فئة الأخبار العالمية بنسبة (98.9%)، ويرجع ذلك إلى طرح الوكالة للأخبار العالمية دون تحيز، في حين بلغت نسبة الاتجاه الإيجابي في فئة الأخبار الخليجية (51.6%) والذي يفسر طبيعة العلاقات والروابط المشتركة بين دول الخليج العربي ومملكة البحرين والتي تمتاز بالتعاون والشراكات الاستراتيجية والتاريخ ووحدة المصير، في حين لوحظ انخفاض شديد في نسبة الاتجاه السلبي في جميع فئات الأخبار (الخليجية والعربية والدولية) والذي يوضح امتناع وكالة أنباء البحرين عن طرح أي أخبار باتجاه سلبي في فئة الأخبار الخليجية، في حين تم طرح خبرين باتجاه سلبي في الأخبار العربية و (5) أخبار باتجاه سلبي في فئة الأخبار العالمية، والذي يدل على أن السياسة التحريرية لوكالة أنباء البحرين (بنا) تتسق مع السياسة الخارجية لمملكة البحرين والتي تتجلى بوضوح في اتجاهات طرح الأخبار الخارجية.

ويتضح من الجدول السابق ما يلي:

- على مستوى الأخبار الخليجية: جاءت الأخبار الإيجابية في المرتبة الأولى بنسبة (51.6%)، ثم المحايدة في المرتبة الثانية بنسبة (48.4%).
- على مستوى الأخبار العربية: جاءت الأخبار المحايدة في المرتبة الأولى بنسبة (85.5%)، ثم الأخبار الإيجابية في المرتبة الثانية بنسبة (13.7%) ثم الأخبار السلبية في النهاية بنسبة (0.9%).
- على مستوى الأخبار العالمية: جاءت الأخبار المحايدة في المرتبة الأولى بنسبة (98.9%)، ثم الأخبار السلبية في المرتبة الثانية بنسبة (0.8%)، ثم الأخبار الإيجابية بنسبة (0.3%).
- على مستوى جميع الأقسام: جاءت الأخبار المحايدة في المرتبة الأولى بنسبة (82.6%)، ثم الأخبار الإيجابية بنسبة (16.8%)، وأخيراً الأخبار السلبية بنسبة (0.6%).

يجيب الجدولان أدناه عن تساؤل الدراسة الآتي:

- ما طبيعة الصور الإعلامية المنشورة مع الأخبار الخارجية على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا)؟

جدول (10)

يوضح طبيعة الصور الإخبارية في الأقسام الإخبارية (الخليجية والعربية والعالمية) في وكالة أنباء البحرين

الصور من حيث الزمن		الأخبار الخليجية		الأخبار العربية		الأخبار العالمية		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
آنية	130	40.9	41	17.5	49	7.8	220	18.7	
أرشيفية	188	59.1	193	82.5	578	92.2	959	81.3	
الإجمالي	318	100.0	234	100	627	100	1179	100	

يرتبط جدول (10) بجدول (5) الذي تم تحليله سابقاً، حيث إن اعتماد وكالة أنباء البحرين على المصادر الخارجية للأخبار كان مرتفعاً، وقد يعود ذلك إلى عدم وجود مراسلين للوكالة خارج الدولة، الأمر الذي ينعكس بدوره على الصور التي تنشر مع الأخبار على موقع الوكالة، حيث تعتمد (بنا) على الصور الأرشيفية بنسبة مرتفعة في جميع فئات الأخبار الخليجية والعربية والعالمية، حيث بلغت (81.3%)، وذلك بسبب عدم وجود صحفيين بوكالة أنباء البحرين يقومون بنقل الخبر والنقاط الصور الآنية للحدث، وحقوق الملكية الفكرية للصور التي يلتقطها مراسلو وكالات الأنباء الأخرى أو الصحف، لذا يلجأ المعنيون إلى استعمال صور أرشيفية لأشخاص أو أحداث سابقة عوضاً عن ذلك.

كما يبين الجدول السابق الآتي:

- على مستوى الأخبار الخليجية: جاءت الصور الأرشيفية المصاحبة للأخبار في المرتبة الأولى بنسبة (59.1%)، ثم الصور الآنية المصاحبة للأخبار في المرتبة الثانية بنسبة (40.9%).

- على مستوى الأخبار العربيّة: جاءت الصور الأرشيفيّة المصاحبة للأخبار في المرتبة الأولى بنسبة (82.5%)، ثم الصور الآنيّة المصاحبة للأخبار في المرتبة الثانية بنسبة (17.5%).
- على مستوى الأخبار العالميّة: جاءت الصور الأرشيفيّة المصاحبة للأخبار في المرتبة الأولى بنسبة (92.2%)، ثم الصور الآنيّة المصاحبة للأخبار في المرتبة الثانية بنسبة (7.8%).
- على مستوى جميع الأقسام: جاءت الصور الأرشيفيّة المصاحبة للأخبار في المرتبة الأولى بنسبة (81.3%)، ثم الصور الآنيّة المصاحبة للأخبار في المرتبة الثانية بنسبة (18.7%).

جدول (11)

يوضح موضوع الصور الإخبارية في الأقسام الإخبارية (الخليجية والعربية والعالمية) في وكالة أنباء البحرين

الصور من حيث الموضوع	الأخبار الخليجية		الأخبار العربية		الأخبار العالمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
شخص	127	39.9	89	38	84	13.4	300	25.4
حدث	191	60.1	145	62	543	86.6	879	74.6
الإجمالي	318	100.0	234	100	627	100	1179	100

يوضح الجدول رقم (11) طبيعة الصورة المرافقة للأخبار المنشورة على وكالة أنباء البحرين، والتي يتبين أنها ترتبط بالأحداث بنسب عالية في جميع فئات الأخبار الخليجية والعربية والعالمية، إلا أن الصور المرتبطة بالأحداث في الأخبار العالمية تتصدر التحليل بنسبة (86.6%) من إجمالي الأخبار، ويعود ذلك إلى أهمية نشر الصور الخاصة بالأحداث نفسها عوضاً عن الأشخاص، لتنتقل الصورة الحية، والتي تعطي دلالة على الحدث نفسه على مستوى الأخبار الخليجية والعربية، كما يُبين الفكر السائد في صناعة الأخبار في مدارس صناعة الأخبار الغربية، حيث إن الأحداث هي التي تصنع الأخبار وليس الأشخاص، ويرجح ذلك استخدام صور تمثل الأحداث نفسها وليس الأشخاص، كما إن الصورة المرتبطة بالحدث تغني عن سرد تفاصيل بسيطة قد يكون من غير المهم ذكرها في الخبر نفسه؛ لأن الصورة تكفي.

ويبين الجدول أعلاه ما يلي:

- على مستوى الأخبار الخليجية: جاءت صور الأحداث المصاحبة للأخبار في المرتبة الأولى بنسبة (60.1%)، ثم صور الأشخاص المصاحبة للأخبار في المرتبة الثانية بنسبة (39.9%).
- على مستوى الأخبار العربية: جاءت صور الأحداث المصاحبة للأخبار في المرتبة الأولى بنسبة (62%)، ثم صور الأشخاص المصاحبة للأخبار في المرتبة الثانية بنسبة (38%).

- على مستوى الأخبار العالميّة: جاءت صور الأحداث المصاحبة للأخبار في المرتبة الأولى بنسبة (86.6%)، ثم صور الأشخاص المصاحبة للأخبار في المرتبة الثانية بنسبة (13.4%).
- على مستوى جميع الأقسام: جاءت صور الأحداث المصاحبة للأخبار في المرتبة الأولى بنسبة (74.6%)، ثم صور الأشخاص المصاحبة للأخبار في المرتبة الثانية بنسبة (25.4%).

يجيب الجدول أدناه عن تساؤل الدراسة الآتي:

- ما نوع الوسائط المتعددة المنشورة مع الأخبار الخارجية على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا)؟

جدول (12)

يوضح الوسائط المتعددة المستخدمة في الأقسام الإخبارية (الخليجية والعربية والعالمية) في وكالة أنباء البحرين

الوسائط المتعددة	الأخبار الخليجية		الأخبار العربية		الأخبار العالمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
صورة	311	97.8	233	99.6	627	100	1171	99.3
إنفو جرافيك	7	2.2	1	0.4	0	0.0	8	0.7
الإجمالي	318	100.0	234	100	627	100	1179	100

يوضح الجدول السابق اعتماد وكالة أنباء البحرين على نشر الصور المرافقة للأخبار المنشورة على موقع الوكالة بشكل أساسي، بنسبة بلغت (99.3%)، في حين تم نشر (8) إنفو جرافيك مرافق للخبر من إجمالي عدد الأخبار المنشورة التي بلغ عددها (1179) خبراً، كما يوضح الجدول عدم نشر أي وسائط متعددة أخرى مثل: الفيديو ومقاطع الصوت، ويبين هذا التحليل قصوراً واضحاً في الاهتمام بنشر الوسائط المتعددة التي ترافق الأخبار، ويعود ذلك لأسباب عديدة أهمها: نقص الكادر الإعلامي ونقص المهارات اللازمة لتصميم الوسائط المتعددة وصناعتها.

كما يتضح من نتائج التحليل أنّ وكالة أنباء البحرين (بنا) لم تستفد الاستفادة الكاملة من مزايا موقعها الإلكتروني والخصائص التي يتيحها الموقع والتي من شأنها أن تسهل وتبسط المعلومات وتدعم إيصالها على وجه أكثر سلاسة إلى الجمهور المستهدف.

كما يوضح الجدول السابق ما يلي:

- على مستوى الأخبار الخليجية: جاءت الصور كأكثر وسائل الإبراز المستخدمة في الأخبار في المرتبة الأولى بنسبة (97.8%)، ثم الإنفو جرافيك في المرتبة الثانية

بنسبة (2.2%)، ولم تُوظَّف مقاطع الفيديو والمقاطع الصوتية لإبراز الأخبار في هذا القسم.

■ على مستوى الأخبار العربية: جاءت الصور كأكثر وسائل الإبراز المستخدمة في الأخبار في المرتبة الأولى بنسبة (99.6%)، ثم الإنفو جرافيك في المرتبة الثانية بنسبة (0.4%)، ولم تُوظَّف مقاطع الفيديو والمقاطع الصوتية لإبراز الأخبار في هذا القسم.

■ على مستوى الأخبار العالمية: جاءت الصور كأكثر وسائل الإبراز المستخدمة في الأخبار بنسبة (100%)، ولم يُوظَّف الإنفو جرافيك ومقاطع الفيديو والمقاطع الصوتية لإبراز الأخبار في هذا القسم.

■ على مستوى جميع الأقسام: جاءت الصور كأكثر وسائل الإبراز المستخدمة في الأخبار بنسبة (100%)، ولم يُوظَّف الإنفو جرافيك ومقاطع الفيديو والمقاطع الصوتية لإبراز الأخبار في هذا القسم.

5-3 الخاتمة

انطلاقاً من الدور المحوري والمهم للإعلام في مختلف المجتمعات، لنقل الأحداث والمعارف والمعلومات والأخبار حول ما يدور في هذه المجتمعات، وإيماناً بالدور الذي تمارسه وكالات الأنباء لنقل الأحداث والوقائع بكل مهنية واحترافية، سعياً لتلبية الحاجات المعرفية للأفراد والجماعات والصحف ووكالات الأنباء من جهة وتحقيق السبق الإعلامي ومواجهة المنافسة الإعلامية من جهة أخرى، سعت هذه الدراسة إلى التعرف على مضامين الأخبار (الخليجية، والعربية، والعالمية) المنشورة على الموقع الإلكتروني لوكالة أنباء البحرين (بنا) نظراً لكونها تُعد المصدر الأساس لإمداد الأفراد بالمعلومات والمعرفة المتنوعة حول مملكة البحرين والدول الخليجية والعربية والعالمية، وخاصة في ظل التحديات المختلفة التي تواجه الصحف ووسائل الإعلام، والتي أدت إلى ضرورة الاستعانة بوكالات الأنباء لتزويدها بالمعارف والأخبار ونقل الأحداث اليومية والآنية والحصريّة.

وقد وظّفت الدراسة المنهج المسحي الإعلامي، حيث تم تحليل مضمون الأخبار الخارجية المنشورة على وكالة أنباء البحرين (بنا) خلال ثلاثة أشهر (سبتمبر وأكتوبر ونوفمبر من العام 2022م) بأسلوب الحصر الشامل، وقد تركزت عناصر التحليل في الدراسة الحالية على تحديد الإطار الجغرافي للأخبار الخارجية (خليجي، وعربي، وعالمي)، وتحليل القوى الفاعلة في هذه الأخبار، ورصد اتجاه الأخبار (سلبى، إيجابى، محايد)، ومضمون الأخبار وموضوعاتها، وتحليل القيم الإخبارية، والتعرف على طبيعة الصور المصاحبة للأخبار، إلى جانب التعرف على عدد قراءات ومشاهدات الأخبار في مختلف الأقسام ضمن إطار الدراسة، ومدى تسلسل هذه الأخبار، وتوظيف الوسائط المتعددة المساندة للخبر كالصور والفيديوهات، ومقاطع الصوت والإنفو جرافيك.

وقد خلّصت الدراسة إلى أنّ وكالة أنباء البحرين (بنا) تراعى، في عملية صناعة الأخبار الخارجية ونشرها، التنوع في القيم والمضامين الإخبارية، حيث جاءت قيم الجودة أو الفورية في المرتبة الأولى، ثم قيمة القرب الجغرافي أو النفسى ثم قيمة التأثير والأهمية تليها بقيّة القيم الإخبارية، كما تنوعت موضوعات الأخبار المنشورة على موقع الوكالة حيث كان الموضوع السياسي للأخبار في المرتبة الأولى، ومع أنّ هذه النتيجة تُعدّ طبيعياً وانعكاساً حقيقياً للأحداث والأوضاع السياسية المحيطة، فإنّه من جانب آخر يُعدّ إغفالاً لبقية الأخبار الأخرى التي قد تشكل أهمية بالنسبة للجمهور المستهدف كالأخبار الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها، كما إنّ هناك ارتفاعاً في صناعة الأخبار الخليجية، رغم أنّ هناك اهتماماً أكبر من الجمهور المستهدف بالأخبار العربية، كما توصلت الدراسة إلى وجود اهتمام كبير من وكالة أنباء البحرين (بنا) بالأخبار العالمية ولا سيما الأخبار التي تركز على البيئة والمناخ والحوادث، مثل: الزلازل

والبراكين وحالات الغرق.. إلخ، ولذلك أوصت الدراسة بأهمية مراعاة صناعة الأخبار وفق محددات الجدارة الإخبارية، من خلال مراعاة الجمهور المستهدف، والتأثير الإخباري المرجو.

كما توصلت الدراسة إلى سيطرة الاتجاه المحايد على الأخبار في الأقسام الثلاثة (الخليجية، والعربية، والعالمية)، وهو ما يُعدُّ مؤشرًا جيدًا على قدرة الوكالة على صناعة الأخبار والأحداث ونشرها بصورة دقيقة وبمصادقية عالية، دون الانحياز إلى طرف أو تغليب وجهة نظر على الأخرى، كما أوصت الدراسة بإبراز الجوانب الإيجابية من الأخبار التي تخدم الأجندة الوطنية ومصالح مملكة البحرين، ومصالح الدول الصديقة والحليفة.

وكشفت الدراسة أيضًا عن أهمية نشر الأخبار بصورة متسلسلة، وذلك لاستمرار تزويد القارئ بآخر مستجدات القضايا والأخبار على مختلف المستويات الإقليمية والعالمية، بما يعزز عامل الاستمرارية. ومع الجوانب الكثيرة المضيئة التي كشفت عنها الدراسة الحالية، فإنها في الوقت نفسه أشارت إلى بعض الجوانب السلبية، والتي تتمثل في اعتماد الوكالة الإخبارية على الصور الأرشيفية بوصفها وسيلة مساعدة لإبراز الأخبار وبنسبة كبيرة، وهو ما يحد من مصداقية الوكالة، حيث إن الصور الطبيعية والحية تُضفي المصداقية على الأخبار، وتضع الوسيلة الإعلامية في مكانة متميزة لدى الجمهور، وتساعد على المنافسة في ظل ساحة إعلامية متنوعة.

كما يُعدُّ اعتماد الوكالة على الصور -فقط- بوصفها وسيطًا لإبراز الأخبار من أهم النقاط السلبية التي كشفت عنها هذه الدراسة، لا سيما وأن هناك مجموعة أخرى من الوسائط المؤثرة، مثل: الإنفو جرافيك والمقاطع المرئية والصور المتحركة والرسوم البيانية وغيرها من الأشكال التي تدعم الأخبار وتجذب الانتباه.

وكشفت الدراسة أنَّ هناك علاقة عكسية بين العوامل الإخبارية والقيم والإخبارية، وذلك بالاستناد إلى النظرية المستخدمة في الدراسة، حيث إنه كلما قلَّت القيم الإخبارية في الخبر الخارجي المنشور على موقع الوكالة، زاد الاعتماد على العوامل الإخبارية على حساب القيم في اختيار الموضوع أو الحدث لصناعة الخبر، أي إنَّ نسبة العوامل الإخبارية في الخبر تساوي منقوص نسبة القيم الإخبارية.

4-5 التوصيات

بناءً على الأهداف التي سعت إليها الدراسة الحالية، ومن خلال النتائج التي تم التوصل إليها، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات لوكالة أنباء البحرين (بنا) التي قد تُسهم في تطوير عملية صناعة الأخبار الخارجية المنشورة على الموقع الإلكتروني للوكالة:

- توصي الدراسة برفع معدل الاهتمام بالقيم الإخبارية في صناعة الأخبار الخارجية المنشورة على الموقع الإلكتروني لوكالة أنباء البحرين (بنا)، بما يُسهم في تعزيز تجارة الأخبار وزيادة فرص استهلاك الأخبار في وكالات الأنباء الخليجية والعربية والعالمية.
- توصي الدراسة بتنفيذ المزايا والخصائص التي يتيحها الموقع الإلكتروني للوكالة، والتي من شأنها أن تُسهم في إبراز المحتوى الإخباري بصورة متكاملة.
- توصي الدراسة بزيادة عدد العاملين في الوكالة ورفع كفاءتهم وتعزيز مهاراتهم في استخدام التكنولوجيا الحديثة.
- توصي الباحثة بإعداد المزيد من الدراسات والبحوث التي تتناول المضامين الإخبارية للأخبار المحلية المنشورة على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا)، من قبل الباحثين في مجال الإعلام.
- أخيراً توصي الدراسة بزيادة التنسيق والتعاون مع وكالات الأنباء في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية وفي الدول العربية والدول العالمية.

5-5 المراجع والملاحق

5-5-1 المراجع العربيّة

إبراهيم، إسماعيل. (1998). فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، القاهرة: دار الفجر للنشر.

إبراهيم، رباب. (2020). محاضرات في الخبر الصحفي وفنونه، شبين الكوم: جامعة المنوفية.
ابن منظور، محمد بن مكرم بن علي. (1993). لسان العرب، ط3، جمهورية مصر العربية: دار إحياء التراث.

أبو الليل، محمود نجب. (2018). تاريخ الصحافة، الجيزة: وكالة الصحافة العربيّة.

أبو النصر، مدحت. (2014). قواعد ومراحل البحث العلمي، القاهرة: مجموعة النيل العربيّة.

أبو زيد، فاروق. (1986). مدخل إلى علم الصحافة، القاهرة: عالم الكتاب.

أبو زيد، فاروق. (1981). فن الخبر الصحفي، جدة: مكتبة العلم.

إحدادن، زهير. (2002). مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

أدهم، محمود. (1987). فن الخبر مصادره وعناصره مجالات الحصول عليه تطبيقاته العملية، ط2، القاهرة: هليوبوليس.

المسلمي، إبراهيم عبد الله. (1999). مدخل إلى الصحافة، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

إمام، إبراهيم. (1994). وكالات الأنباء، ط1، القاهرة: دار الفكر العربي.

إمام، عزت. (2006). وكالات الأنباء المعاصرة النشأة - التطور - الدور - الفعاليات، القاهرة: دار الفكر العربي.

الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربيّة. (1990). وكالات الأنباء في دول مجلس التعاون، الرياض: الأمانة العامة.

آيار، فريد. (2004). سماسرة الأخبار: دراسة حول وكالات الأنباء الدولية ومناطق النفوذ، الكويت: وكالة الأنباء الكويتية "كونا".

- البحراوي، د. محمد. (2023). وكالات الأنباء في عصر الإعلام الرقمي، الإسكندرية: دار التعليم الجامعي.
- بخيت، د. السيد. (2011). الجديد في بحوث الصحافة مدارس غربية وإسهامات عربية، دولة الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي.
- بشير، د. بهاء الدين. (2021). عوامل تشكيل القيم الإخبارية للقنوات الفضائية العربية في عصر الإعلام الرقمي، قناة الإمارات الفضائية أنموذجاً، مجلة البحوث والدراسات، العدد 17.
- بدران، عبد الله. (2002). الخبر الصحفي في منهج الإعلام الإسلامي، ط1، سوريا: دار المكتبي.
- بلحازم، أمينة. (2021). الترجمة الإعلامية وظاهرة التحكم والتحيز الإخباري في وكالات الأنباء، الجزائر: جامعة وهران.
- بنا. (2023) الموقع الإلكتروني لوكالة أنباء البحرين (بنا).
- بني بكر، د. جهاد. (2007). نور المعرفة، عمان: دار الكتاب الثقافي.
- التميمي، هاشم حسن. (2008). فلسفة الخبر الصحفي: دراسة لمفهوم القيمة خبرية في الصحافة العراقية عمان: دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع.
- جابر، عماد الدين علي أحمد. (2021). الاتجاهات الحديثة في دراسات القيم الإخبارية في المدرستين الأكاديميتين العربية والغربية كلية الآداب، 1(58)، جامعة حلوان مجلة البحوث الإعلامية.
- الجندي، دياب. (2014). الإحصاء والحاسب الآلي تطبيقات، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- جواد، عبد الستار. (2001). فن كتابة الأخبار: عرض شامل للقوالب الصحفية وأساليب التحرير الحديثة، عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- جوني، باسم وحيد. (2011). مصادر الأخبار الخارجية في الصحف العراقية، جامعة بغداد: كلية الإعلام.
- حافظ، أسما حسين. (2000). الخبر الصحفي: أصوله العامة، القاهرة: دار الأمين للنشر والتوزيع.

- حداد، نبيل. (2010). في الكتابة الصحفية: السمات، الأشكال، القضايا، المهارات، الدليل، عمان: دار جرير للنشر والتوزيع.
- حسن، محمد عبد الغني. (2005). مهارات إدارة السلوك الإنساني: متطلبات التحديث المستمر للسلوك، ط2، مصر: مركز تطوير الأداء والتنمية.
- حمزة، عبد اللطيف. (2002). المدخل في فن التحرير الصحفي، ط 5 القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- الحيزان. (2004). البحوث الإعلامية أسسها - أساليبها - مجالاتها، الرياض: مطبعة السفير.
- خلف، د. ياسر. (2015). وكالات الأنباء ودورها الإعلامي، عمان: الجندرية للنشر والتوزيع.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2010). الدعاية والإرهاب، عمان: دار جرير للنشر والتوزيع.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2011). الإعلام الدولي في القرن الحادي والعشرين، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- رايت، جارلز. (1983). المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- ربيع، عبد الجواد سعيد. (2005). فن الخبر الصحفي، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- رشتي، جيهان احمد. (1986). الإعلام الدولي، القاهرة: دار الفكر العربي.
- رمضان، محمد عبد الفتاح محمود. (2017). دور اتجاهات التصميم في زيادة قابلية استخدام المواقع الإلكترونية التجارية بالأردن، كلية العمارة والتصميم، الأردن: جامعة الشرق الأوسط.
- زلطة، عبد الله. (2004). فن الخبر: الأسس النظرية والتطبيقات العلمية، ط2، القاهرة: دار الفكر العربي.
- الزبيدي، طه أحمد. (2009). دليل الإعلام الإسلامي، عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع.
- سليمان، إيمان محمد. (2018). توجهات عملية الإصلاح الإعلامي في مصر بعد ثورة 25 يناير 2011: دراسة على اتجاهات الصفوة وممارسات النظام الساسي، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- سليمان، صالح. (2003). الإعلام الدولي، ط1. الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.

السيد، سعيد محمد السيد، ومكاوي، حسن عماد. (1999). الإخبار الإذاعية والتلفزيونية، القاهرة: المكتبة المركزية.

السيد، إبراهيم. (2015) الاتجاهات الحديثة في الإعلام الصحفي، الرياض: دار طيبة للنشر والتوزيع.

الشحيري، سهام. (2014). وكالات الأنباء والتحكم الإخباري: دراسة في الاختلال الإخباري بين وكالات الأنباء الدولية والعربية، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

شرف، إيمان عبد الله. (2007). التربية الأخلاقية للطفل، القاهرة: عالم الكتب.

شفيق، د. حسنين. (2019). وكالات الأنباء وما بعد الإنترنت، جمهورية مصر العربية: دار فكر وفن.

الشمالية، كافي، اللحام. (2015). وكالات الأنباء العربية والعالمية، عمان: دار الإعصار العلمي.

الصابر، نيرمين عبد الغفار. (2018). العوامل المؤثرة في تطور الصحافة العلمية في مصر: دراسة نقدية تاريخية للفترة من 1914 حتى 1960، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

صالح، سليمان. (1998). صناعة الأخبار في العالم المعاصر، ط1، القاهرة: دار النشر للجامعات .

صالح، سليمان. (2003). الإعلام الدولي، ط1، القاهرة: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.

صليبا، جميل. (1982). المعجم الفلسفي، ج1، بيروت: دار الكتاب اللبناني.

الضبع، رفعت. (2011) الخبر، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

طعمة، ماجد. (1994). موسوعة السياسة، ج7، ط1، بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر.

عاطف، نهى. (2009). الإعلام الدولي، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.

عباس، كمال (2004) الاتصال السياسي، بيروت: الدار العربية للعلوم.

عبد الحميد، صلاح. (2014). الإعلام الدولي وتأثيره، عمان: دار المنهل للنشر.

عبد الخالق، سهام. (2005). معايير تكوين أجندة الأخبار الخارجية في نشرة الأخبار في التلفزيون المصري وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحو النشرة والدول مصدر الأحداث، رسالة دكتوراه غير من منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

عبد اللطيف، صلاح. (2004). الصحافة المتخصصة، الإسكندرية: الدار الجامعية.

العبد الله، مي. (2010). نظريات الاتصال، بيروت: دار النهضة العربية.

عبد النبي، سليم. (2010). الإعلام التلفزيوني، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

عبد النبي، عبد الفتاح إبراهيم. (1989). سوسيولوجيا الخبر الصحفي: دراسة في انتقاء و نشر الأخبار، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

عبد الحميد، صلاح. (2014) القصة الإخبارية في نشرات الأخبار الفضائية، القاهرة: مؤسسة طبية للنشر والتوزيع.

العبيدي، العبيدي. (2010). طرق البحث العلمي، عمان: ديبونو للطباعة والنشر والتوزيع.

عزت، د. محمد فريد محمود. (1983). وكالات الأنباء في العالم العربي، ط1 جدة: دار الشروق.

عكاك، فوزية. (2011). القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة، جامعة الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام.

العويني، د. محمد. (1990). الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

العويني، د. محمد. (1984). الإعلام الخليجي دراسة في إعلام دول مجلس التعاون الخليجي، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

غازي، د. خالد (2021) التحرير الصحفي.. توظيف تكنولوجيا الاتصال، الجيزة: وكالة الصحافة العربية.

غيث، محمد. (2002). فن كتابة الأخبار، ط2، القاهرة: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

الفار، محمد جمال. (2006). المعجم الإعلامي، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

فهمي، وعلوان (2023) تصميم المواقع الإلكترونية ومعايير تقييمها، الجيزة: وكالة الصحافة العربية.

فؤاد، بداني. (2015). سوسيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية: دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم جامعة وهران: كلية العلوم الاجتماعية.

قاسمي، إسماعيل وآخرون. (2006). القيم الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها: دراسة مقارنة بين نشرات الأخبار في التلفزيون الجزائري وقناة الجزيرة وقناة TF1 الفرنسية، كلية العلوم الإنسانية والإعلام، جامعة الجزائر.

القاضي، أميرة فتحي إبراهيم. (2017). تأثير الإعلام الجديد على بناء أجندة نشرات الأخبار في التلفزيون الحكومي والخاص، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

كولون، ميشيل. (1992). احذروا الإعلام، تر: ناصرة السعدون، بغداد، وزارة الثقافة والإعلام، مركز أبحاث أم المعارك.

ماكومز، وهولبرت، وكويسيس، ووانتا. (2012). الأخبار والرأي العام آثار الإعلام على الحياة المدنية، الجزائر: الدار الجزائرية للنشر والطبع والتوزيع.

مبروك، محمد شعبان. (2018). اتجاهات الخطاب الصحفي نحو قضية العدالة الاجتماعية في مصر (1960-2011): دراسة تحليلية تطويرية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، القاهرة: كلية الإعلام.

منتشر، ملفين. (1992). تحرير الأخبار في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، تر: أديب خضور، ط1، دمشق: المكتبة الإعلامية.

مجمع اللغة العربية. (1989). معجم ألفاظ القرآن الكريم، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب.

محمد، د. محمد (2011) الاتصال الدولي، القاهرة: دار الفكر العربي.

مذكور، مرعي. (2002). الصحافة الإخبارية، ط1، القاهرة: دار الشروق.

مصالحة، محمد حمدان. (1989). صناعة الأخبار في وسائل الإعلام، ع (2)، الأردن: مجلة التوثيق الإعلامي.

مصطفى، د. فريد. (2010). وكالات الأنباء بين الماضي والحاضر، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

معيوف، عرفات مفتاح. (2014). معايير التغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية، 17(1)، البلقاء للبحوث والدراسات.

المهداوي، فارس حسن شكر. (2009). أخبار العراق في الفضائيات العربية: تحليل مضمون لأخبار العراق في قناتي "الجزيرة" و "العربية" الفضائيتين، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك.

ملياني، رويدا. (2002). عوامل تشكيل القيم الإخبارية في تلفزيون أبو ظبي: دراسة حالة النشرات الإخبارية، جامعة السلطان قابوس، سلطنة عُمان.

نصر، حسني، وعبد الرحمن، سناء. (2018). الخبر الصحفي: التحرير الصحفي في عصر المعلومات، القاهرة: دار الكتاب الجامعي.

النعمي، مهند سليمان. (2017). "وكالة أنباء البحرين" صوت البحرين إلى العالم، المنامة: مؤسسة الأيام.

هاشكوفيتش، سلافوي، وفرست، باروسلاف. (1981). مدخل إلى الصحافة: صحافة وكالة الأنباء، تر: حيان، بيروت: دار الفارابي.

النعمي، مهند. (2017) ألف باء تاء ... صحافة، المنامة.

واصل، خالد زكي. (2017). محددات صناعة القرار التحريري في الصحافة المصرية وانعكاساتها على الأداء المهني، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

يعقوب، عبد الحليم موسى. (2001). الصحافة والقيم الإخبارية، عمان: الحامد للنشر والتوزيع.

Allern S (2002) Journalistic and commercial news values. Nordicom Review 23(1-2): 137-152.

Barnett S and Seymour E (1999) A Shrinking Iceberg Travelling South: Changing Trends in

Bednarek M and Caple H (2014) Why do news values matter? Discourse & Society 25(2): 135-158.

Bartholomé G, Lecheler S and de Vreese C (2015) Manufacturing conflict? How journalists intervene in the conflict frame building process. The International Journal of Press/Politics 20(4): 438-457.

British Television. London: Campaign for Quality Television.

Best, S. (2000). Der Intra-Extra-Media-Vergleich. Ein wenig genutztes Analyseinstrument und seine methodischen Anforderungen [Comparison of intra- and extra-media data: A seldom used design and its methodological conditions]. Publizistik, 45, 51-69.

Boukes, M., Jones, N. P., & Vliegenthart, R. (2022). Newsworthiness and story prominence: How the presence of news factors relates to upfront position and length of news stories. Journalism, 23(1), 98-116. <https://doi.org/10.1177/1464884919899313>.

Eilders C (2006) News factors and news decisions: Theoretical and methodological advances in Germany. Communications 31(1): 5-24.

Fishman, M. (1980). Manufacturing the news. Austin, TX: University of Texas Press

Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in four Norwegian Newspapers.

Harcup T and O'Neill D (2001) What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies* 2(2): 261–280.

Kepplinger, H. M., & Ehmig, S. (2006). Predicting news decisions: An empirical test of the twocomponent theory of news selection. *Communications*, 31, 25–43.

Kepplinger, H.M. (2008). News Values. In *The International Encyclopedia of Communication*, W. Donsbach (Ed.). <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecn031>

Kolmer, C. (2000). Die Treuhandanstalt. Eine Input-Output-Analyse zu Theorien der Nachrichtenauswahl [Treuhand Agency: Theories of news selection tested by an input–output analysis]. Bonn: Innovatio.

Mitchell A and Holcomb J (2016) State of the News Media 2016. Washington, DC: Pew Research Center.

Mothes C, Knobloch-Westerwick S and Pearson GD (2019) The PFAD-HEC model: Impacts of news attributes and use motivations on selective news exposure. *Communication Theory* 29(3): 339–359.

O'Neill, D. and T. Harcup. (2009). News values and selectivity. In T. Wahl-Jorgensen, K. Hanitzsch, (2009). *The handbook of journalism studies*, New York: Routledge.

Harcup, T. & D.O'Neill. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies*, 2(2), 261-280.

Reinemann C, Stanyer J, Scherr S, et al. (2012) Hard and soft news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism* 13(2): 221–239.

Semetko HA and Valkenburg PM (2000) Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication* 50(2): 93–109.

Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1996). *Mediating the message: Theories of influences on mass media content*, 2nd edn. New York: Longman.

Shoemaker, P., & Cohen, A. A. (2006). *News around the world: Practitioners, content, and the public*. New York: Routledge.

Staab, J. F. (1990). *Nachrichtenwert-Theorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt* [Theory of news values: Formal structure and empirical relevance]. Freiburg: Alber.

Strömbäck J, Karlsson M and Hopmann DN (2012) Determinants of news content. *Journalism Studies* 13(5–6): 718–728.

Skovsgaard M (2014) A tabloid mind? Professional values and organizational pressures as explanations of tabloid journalism. *Media, Culture & Society* 36(2): 200–218.

Trilling D, Tolochko P and Burscher B (2017) From newsworthiness to shareworthiness: How to predict news sharing based on article characteristics. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 94(1): 38–60.

Touri, Maria. (2009). News blogs: Strengthening democracy through conflict prevention. *Aslib Proceedings*. 61. 10.1108/00012530910946910.

Westerstahl, J., & Johansson, F. (1994). Foreign news: News values and ideologies. *European Journal of Communication*, 9, 71–89

Wilke, J. (1984). The changing world of media reality. *Gazette*, 34, 175–190.

الملاحق

ملحق (1) أسماء المحكمين

1. الدكتور/ جمال عبد العظيم - أستاذ الإعلام السياسي بكلية الآداب - جامعة البحرين.
2. الدكتور/ عدنان بومطيع - أستاذ الإعلام السياسي بكلية الآداب - جامعة البحرين.
3. الدكتور/ حاتم الصريدي - أستاذ علوم الإعلام والاتصال بكلية الآداب - جامعة البحرين.
4. الدكتور/ عبد الله الطاهر - أستاذ الإعلام بكلية الاتصال وتقنيات الإعلام - الجامعة الخليجيّة

ملحق (2) التعريفات الإجرائية

- التعريفات الإجرائية لاستمارة تحليل مضمون الأخبار الخارجية المنشورة على موقع

وكالة أنباء البحرين (بنا):

فئات القوى الفاعلة:

1. فئة القوى الفاعلة الأولى: وهي الشخصيات والقيادات البارزة التي تتخذ القرارات وتصدر التصريحات من خلالها وتكون محل تسليط الأضواء.
2. فئة القوى الفاعلة الثانية: وهي الشخصيات الأقل تأثيراً في الخبر والتي تأتي كجزء مصاحب للخبر نفسه ولا تقوم باتخاذ القرارات، بل تقوم بتنفيذها في بعض الأحيان، وتكون لها تصريحات ثانوية.

فئات الإطار الجغرافي وهي الفئة الجغرافية التي ينتمي إليها الخبر المنشور على موقع وكالة أنباء البحرين.

1. خليجي: أي خبر منشور على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا)، ويخص دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، باستثناء مملكة البحرين.
2. عربي: أي خبر منشور على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا)، ويخص الدول العربية، باستثناء دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية ومملكة البحرين.
3. عالمي: أي خبر منشور على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا)، باستثناء الدول العربية ودول مجلس التعاون لدول الخليج العربية ومملكة البحرين.

فئات الاتجاه وهي اتجاه الخبر المنشور على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا)

1. الاتجاه الإيجابي: تأييد أو نظرة إيجابية.
2. الاتجاه السلبي: معارضة أو نظرة سلبية واستنكار.
3. محايد: دون أي اتجاه واضح والاكتفاء فقط بسرد الخبر.

فئات الموضوعات وهي موضوعات الأخبار المنشورة على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا)

1. الأخبار السياسية وهي الأخبار التي تتناول الشأن السياسي المحلي والعالمي.

2. الأخبار الاقتصادية وهي الأخبار التي تناقش المال والأعمال والاقتصاد بكل مجالاته.
3. الأخبار الاجتماعية وهي الأخبار التي تتناول موضوعات اجتماعية.
4. الأخبار الرياضية وهي الأخبار التي تناقش الرياضة بجميع أنواعها وبآخر تطوراتها.
5. الأخبار الدينية وهي الأخبار التي تتناول موضوعات دينية بمختلف الديانات والمذاهب.
6. الأخبار الثقافية وهي الأخبار التي تتناول موضوعات الثقافة والأدب.
7. أخبار الحوادث وهي أخبار عن حوادث وكوارث حول العالم.
8. أخبار علمية وهي الأخبار التي تناقش اكتشافات علمية أو نظريات علمية أو بحوث علمية.
9. أخبار غير مصنفة وهي أخبار متنوعة غير مصنفة يتم تجميعها كلها تحت قسم واحد.

فئة المصدر وهي مصدر الخبر المنشور على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا)

1. مصدر غير محدد: وهو أن وكالة أنباء البحرين نشرت الخبر أو أعادت نشر خبر منشور على وسائل إعلامية دون ذكر مصدره.
2. مصدر محدد خارجي: أي أعادت الوكالة نشر خبر منشور على وسائل إعلامية أخرى مع ذكر المصدر.

فئة الصور المصاحبة للخبر

من حيث الزمن

1. الصور الآنية: وهي صور التقطت خلال الحدث الذي يتناوله الخبر، صورة حديثة تم التقاطها بشكل فوري من قبل وكالة أنباء البحرين (بنا).
2. الصور الأرشيفية: وهي صور التقطت سابقاً لأشخاص أو أماكن يتناولهم الخبر.

من حيث الموضوع

1. صور شخصية: وهي صور لأشخاص معينين ضمن الخبر المنشور على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا) وليس بالضرورة أن تكون أرشيفية، قد تكون صورة شخصية من موقع الحدث.

2. صورة الحدث: وهي صورة الحدث نفسه الذي يتناوله الخبر المنشور على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا).

فئة القيم الإخبارية

1. الجودة أو الفورية: ويقصد بها الخبر الذي يحدث للمرة الأولى، أو الخبر الذي يحدث دورياً على فترات متباعدة.
2. الصراع: الأحداث التي تعكس صداماً بين الأشخاص أو المؤسسات أو الدول بحيث تكتسب قيمة إخبارية.
3. الشهرة: يعني أن يكون الخبر متعلقاً بشخصية مهمة وبارزة على المستوى السياسي أو الرياضي أو الفني أو المستويات الأخرى.
4. القرب الجغرافي أو النفسي: مدى اقتراب الجمهور من الأشخاص أو الأماكن أو الموضوعات الواردة في الخبر.
5. الفائدة: وهي الأخبار التي تعود بالفائدة على المتلقي مثل معلومة جديدة أو حكمة أو قيمة.
6. الغرابة أو الطرافة: الجانب غير المألوف في الخبر أي ذلك الخبر الذي يقدم مضموناً لم يعتده الناس.
7. الاستمرارية: الأحداث التي تدوم مدة طويلة وتكون قابلة للتغطية المستمرة عدة أيام أو أشهر أو حتى انتهاء الحدث الذي يستمر طويلاً، وتتعلق عادةً بالحروب والكوارث والمحاكمات الطويلة.
8. التأثير والأهمية: الأخبار التي تخص شرائح واسعة من أبناء المجتمع، ويتعلق بأمر مصيري لهم، أو يغطي حدثاً بارزاً على الصعيد الداخلي أو الخارجي، ازدادت أهميته، واحتل مكانة متميزة.
9. الضخامة: هو الخبر الذي يمسّ أو يثير اهتمام أكبر عدد من القراء لاحتوائه على معلومات مهمة أو ما يغطيه من أحداث ذات شأن، تنعكس أو تؤثر بشكل كبير على حياة القراء لأنها تتعلق بشؤونهم أو مجتمعتهم.

فئة الاستمرارية

1. خبر متسلسل: أي هو خبر متصل بأخبار تم نشرها مسبقاً على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا) عن الموضوع نفسه، وهو بمثابة متابعة له.

2. خبر غير متسلسل: هو خبر غير متصل بأي خبر آخر ويتم نشره لأول مرة على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا).

فئة الوسائط المتعددة المرفقة بالخبر

1. صورة: وهي صور ترفق مع الخبر للتوضيح وشد اهتمام القارئ وتعريفه أكثر بالخبر المنشور، سواء كانت صورة لشخص أو مكان أو حدث.
2. فيديو: وهو مقطع فيديو ينشر مع الخبر، تم تصويره خلال الحدث الذي يتناوله الخبر.
3. مقطع صوتي: وهو مقطع صوت ينشر مع الخبر تم تسجيله خلال الحدث الذي يتناوله الخبر.
4. إنفو جرافيك: وهو شكل من أشكال الوسائط المتعددة يحتوي على معلومات بشكل مبسط، له تأثير بصري ويحظى بتفاعل القارئ من خلال تحويل معلومات كثيرة على هيئة نقاط أساسية، يرفق بالخبر ويتناول موضوع الخبر المنشور.

فئة التفاعل مع الخبر

عدد القراءات: ويقصد به عدد الزوار الذي قرأوا الخبر المنشور على موقع وكالة أنباء البحرين (بنا).

ملحق (3) استمارة تحليل المضمون

مضامين الأخبار الخارجية في الموقع الإلكتروني لوكالة أنباء البحرين (بنا) - استمارة تحليل
مضمون

[illegible][illegible]

Abstract

The study aims to identify the contents of foreign news on the Bahrain News Agency's (BNA) website, particularly within the strategy followed by the agency on the geographical coverage of foreign news, the overall picture that the news agency follows on its website when publishing foreign news, monitoring the content published on foreign news, indicating types of media images, and indicating the type of news statements used and its specifications.

The above will be leveraged to find out the pros and cons of the BNA website's role in publishing foreign news.

This study is considered a qualitative study that uses a descriptive survey method using a content analysis tool for external news published on BNA's website, which the agency classifies as follows: (Gulf news, Arab news, international news), from the period between September to November 2022.

In this study, the researcher relied on the "intentional sample", and targeted the analysis of the content of 1179 external news statements published on the website. The content analysis form was designed within 11 categories, and the study relied on the Component of Newsworthiness for news selection.

The study concluded a number of results, the most important of which is that the agency is committed in its editorial policy to publishing news immediately, in addition to its commitment for foreign news to have a high impact, geographical or psychological from its target audience, and that the majority of foreign (Gulf and Arab) news published on the agency's website is hard news, while foreign international news varies between serious news and soft news. Furthermore, the study concluded that the agency is committed to impartiality in order to form the features of the overall image that the agency follows in the foreign news industry, and that there is reliance on archival images rather than real-time images of events, in light of a significant decrease in the publication of multimedia accompanying foreign news, and the results of the content analysis demonstrated the existence of a diversity of values and contents published in BNA.

Following the study, there are a number of recommendations to be taken into consideration, whereby focusing on factoring more news values in drafting foreign news contributes to enhancing news trade and increasing news publications in Gulf, Arab and international news agencies. Moreover, activating the advantages and characteristics offered by the agency's website highlighting the content news in an integrated manner, raising the number and efficiency of the Agency's employees and enhancing their modern technological skills.

Keywords: news content, external news, Bahrain News Agency (BNA), website, news values.

UNIVERSITY OF BAHRAIN

College of Arts



Department of Mass
Communication, Tourism
and Fine Arts

Contents of foreign news on the website of the Bahrain News Agency An analytical study

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Master Degree in Mass Communication

Submitted by
Esra Hashim Neama
University Number: 20111417

Supervised by
Dr. Ashraf Ahmed Abdelmogeth
Associate Professor
University of Bahrain

Kingdom of Bahrain
June, 2023