

## فاعلية وكالة السودان للأنباء في معالجة قضايا الاقتصاد الوطني

### The effectiveness of the Sudan News Agency in addressing issues related to the national economy

دكتور بكري المكي محمد علي - استاذ الإعلام المساعد بكلية علوم الاتصال - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

Dr. Bakri Elmakki Mohamed Ali - Assistant Professor of Media at the Faculty of Communication Sciences – Sudan University of Science and Technology

Email: [bakrinews@gmail.com](mailto:bakrinews@gmail.com)

أ. هنادي مالك محجوب - قسم الصحافة والنشر - كلية علوم الاتصال - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

T. Hanadi Malik Mahgoub - Department of Journalism and Publishing – Faculty of Communication Sciences – Sudan University of Science and Technology

Email: [hanadialnorani9@gmail.com](mailto:hanadialnorani9@gmail.com)

#### المستخلص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على (فاعلية وكالة السودان للأنباء في معالجة قضايا الاقتصاد الوطني) وقد استخدمت المنهج الوصفي التحليلي وأداتي الملاحظة وصحيفة الاستبيان الإلكترونية، وتم تطبيقها على عينة من الصحفيين المتخصصين في تغطية الشؤون الاقتصادية بالصحف والمواقع الإلكترونية، وقد خرجت بعدد من النتائج أهمها: أن وكالة السودان للأنباء تتناول وتعالج قضايا الاقتصاد الوطني بمهنية عالية وتوظف الفنون والأشكال الإعلامية المختلفة والوسائط المتعددة في ذلك، وأنها تركز اهتمامها على قضايا التنمية واستبدال العملة خلال فترة الدراسة، وأكدت الدراسة أن الوكالة الوطنية لا تزال تمثل مصدرا مهما لوسائل الإعلام المحلية والإقليمية والعالمية للحصول على الأخبار الرسمية، وأوصت بتخصيص ميزانية كافية للوكالة لتسيير أنشطتها وأداء مهامها بكفاءة وجودة أعلى، وتدريب وتأهيل العاملين بالوكالة وتزويدهم بالأدوات والوسائل التي تساعدهم على إنجاز مهامهم.

الكلمات المفتاحية: وكالات الأنباء - وكالة السودان للأنباء - الاقتصاد الوطني - الصحفيين المتخصصين.

#### Abstract:

This study aimed to examine the effectiveness of the Sudan News Agency in addressing issues related to the national economy. The research employed the descriptive analytical method, utilizing both observation and an electronic

questionnaire. The questionnaire was administered to a sample of journalists specializing in economic affairs at newspapers and online platforms. The study yielded several key findings, most notably that SUNA addresses national economic issues with a high level of professionalism, utilizing various media forms, journalistic styles, and multimedia tools. It was observed that the agency primarily focused on development issues and currency replacement during the study period. Furthermore, the study confirmed that SUNA remains an essential source of official news for local, regional, and international media outlets. The study recommended allocating an adequate budget for the agency to effectively carry out its activities and improve its performance quality, as well as training and equipping its staff with the necessary tools and resources to enhance their professional output.

Keywords: News agencies – Sudan News Agency (SUNA) – National economy – Specialized journalists.

## أولاً: الإطار النظري للدراسة:

### المقدمة:

تعتبر قضايا الاقتصاد نشاطاً مهماً لوسائل الإعلام نظراً للدور الكبير الذي تؤديه في العالم كونه يمثل ذراعاً مهماً من أذرع العولمة ومحركاً فاعلاً في المشهد السياسي والاجتماعي والثقافي، وتتسابق الإذاعات والفضائيات والصحف بشقيها الورقي والإلكتروني وكذلك وكالات الأنباء المحلية والعالمية في تغطية الفعاليات والأنشطة الاقتصادية المتنوعة؛ كون هذا التناول يحقق لها الكثير من الفوائد والمكاسب المادية والمعنوية، ويمثل هذا الوضع امتداداً للعلاقة الأزلية بين الإعلام والاقتصاد التي بدأت مع ميلاد الصحافة حيث أكدت المراجع الإعلامية التاريخية أن الصحافة بدأت متخصصة اقتصادياً إذ أنها كانت مع صرخة ميلادها الأولى تهتم بأخبار المال والتجارة وتحظى باهتمام رجال المال والنبلاء، وازدادت العلاقة متانة مع تطور التعليم والإعلام وعلوم الاتصال خصوصاً بعد ظهور الإذاعة وبعدها التلفزيون ثم الصحافة الحديثة ووكالات الأنباء بلوغاً لمرحلة التكنولوجيا الرقمية وثورة الإنترنت.

وكان لوكالات الأنباء المحلية والإقليمية والعالمية سبقها في هذا المجال حيث مثلت ولا تزال مصدراً رسمياً لوسائل الإعلام في الحصول على الأخبار والأشكال والفنون الإعلامية الأخرى، كما أنها واكبت التقدم التكنولوجي المذهل واستفادت من تقنياته في تطوير محتواها والوسائل والأدوات التي توظفها لبث رسائل متميزة منحتها الاستمرارية في المجال، بل إن بعضها لا تزال متفوقة ومتقدمة على الكثير من وسائل الإعلام بما فيها الإلكترونية بعد أن اتجهت مبكراً نحو التخصص واستعانته بصحفيين وإعلاميين متخصصين ووفرت لهم التدريب والتأهيل والأدوات والوسائل التي تساعدهم على أداء مهامهم، وتعتبر وكالة السودان للأنباء (سونا) واحدة من وكالات الأنباء العريقة في أفريقيا والعالم العربي حيث ظلت تقدم خدماتها على مدار خمسة عقود لوسائل الإعلام المحلية والإقليمية والدولية.

وقد عايشت الوكالة أحداثاً مهمة شهدها السودان منذ إنشائها في سبعينيات القرن الماضي على المستوى السياسي والاقتصادي والثقافي والاجتماعي والرياضي، وقدمت تغطيات متميزة، ولا تزال الوكالة تمثل المصدر الرسمي للأخبار الحكومية، كما نجحت في أداء رسالتها في تغطية وتناول الأحداث السودانية المختلفة سيما السياسية والاقتصادية في ظروف صعبة عاشها السودان بسبب الحرب التي اشتعلت في الخامس عشر من أبريل من العام 2023 ولا تزال مستمرة، وقد عانى السودان كثيراً وتعرض اقتصاده لتدمير ممنهج وتعرض لخسارة قدرت بنحو مائتي مليار دولار حسب خبراء، اقتصاديين وهيئات معنية، وأبرزت الوكالة حسب ملاحظة الباحثين اهتماماً كبيراً للشؤون الاقتصادية منذ بدء الحرب وهو أمر تعمل الدراسة على تناوله ومعرفة الطرق والأساليب التي تنتهجها في التعاطي معه وذلك وفق الطرق والمناهج العلمية.

### مشكلة الدراسة:

تمثل القضايا الاقتصادية جانبا مهما في التناول الإعلامي وتفرض نفسها انطلاقاً من أهمية الاقتصاد الذي يعتبر المحرك الرئيسي لدائرة الأحداث في العالم، كما أن العلاقة بين وسائل الإعلام والاقتصاد ظلت ممتدة منذ اللحظة الأولى لظهور الصحافة في العالم، وقد أدى ذلك إلى بلوغهما هذه المرحلة التي جعلت منهما فاعلين أساسيين في صنع الأحداث العالمية والمشاركة في صنع القرارات المهمة، وارتبطت وكالات الأنباء تاريخياً بالاقتصاد إلى أن وصلت مرحلة تأسيس وكالات أنباء اقتصادية متخصصة، وتقوم وكالات الأنباء الوطنية بدور مهم في تحريك عجلة التنمية الداخلية من خلال إبراز وتناول وتغطية الأحداث الاقتصادية والمساهمة في معالجة المشاكل والتحديات التي تواجهها، ومن بين تلك الوكالات وكالة السودان للأنباء (سونا) التي تمثل المصدر الرئيسي لأخبار الحكومة، وتتمثل المشكلة الرئيسية للدراسة في التعرف على كيفية تناول ومعالجة الوكالة لقضايا الاقتصاد الوطني خلال فترة الحرب، ودورها في عكس الأنشطة الاقتصادية وتأثير ذلك على الرأي العام.

### أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة انطلاقاً من أهمية الاقتصاد وعلاقته بالإعلام وتأثير كلاهما على الآخر، وتأثيرهما -الاقتصاد والإعلام- على سير الأحداث في العالم، كما أن وكالات الأنباء لا تزال تمثل حضوراً ملفتاً في تغطية الشؤون الاقتصادية ومعالجة القضايا ذات الارتباط به خصوصاً الوكالات الوطنية ومن بينها وكالة السودان للأنباء (سونا) التي تُؤيِّ الأنشطة الاقتصادية أهميتها منذ تأسيسها وتقوم بأدوار مهمة في هذه المرحلة حسب ما لاحظها الباحثان، ومن العوامل التي دفعت الباحثين للاتجاه في هذا السير عدم توفر دراسات علمية حول تناول قضايا الاقتصاد ومعالجة شؤونه من خلال وكالات الأنباء سواء كان ذلك على المحيط السوداني أو العربي، إضافة للتحديات التي واجهها الاقتصاد السوداني بسبب الحرب وغياب أجهزة الإعلام عن متابعة ما يدور عن قرب وعكسه لجمهور القراء والمتابعين.

### أهداف الدراسة: تسعى الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- 1- التعرف على فاعلية تناول وكالة السودان للأنباء للقضايا الاقتصادية.

- 2- الوقوف على الفنون والأشكال الإعلامية التي تستخدمها الوكالة في تناولها ومعالجتها للقضايا الاقتصادية.
- 3- التعرف على أهم القضايا الاقتصادية التي تركز الوكالة على تناولها.
- 4- معرفة المصادر التي تحصل وكالة السودان للأنباء عبرها على الأخبار والمعلومات.
- 5- الوقوف على توظيف الوكالة للوسائط المتعددة في تغطيتها للشؤون الاقتصادية.
- 6- تقديم دراسة إعلامية جديدة تفيد الباحثين والدارسين في مجال الإعلام وعلوم الاتصال.

### تساؤلات الدراسة:

- 1- ما الكيفية التي تتناول بها وكالة السودان للأنباء القضايا الاقتصادية.
- 2- ما أبرز الفنون والأشكال الإعلامية التي توظفها الوكالة في تغطيتها وتناولها للشؤون الاقتصادية.
- 3- ما أهم القضايا الاقتصادية التي تركز عليها وكالة السودان للأنباء.
- 4- ما المصادر التي تعتمد عليها الوكالة في تغطيتها للأنشطة الاقتصادية.
- 5- إلى أي مدى توظف الوكالة الوسائط المتعددة في تناولها للشأن الاقتصادي.
- 6- ما أبرز التحديات التي تواجه الوكالة وتؤثر على سير عملها.

### منهج الدراسة:

تستخدم الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يعرف بأنه (وصف وتحليل دقيق وتفصيلي لظاهرة معينة، أو موضوع محدد من خلال نوعين كمي وكيفي حيث يصف الأول الظاهرة ويوضح خصائصها فيما يضع الثاني وصفا رقميا لها حيث يبين مقدارها وحجمها ودرجة ارتباطها مع الظواهر الأخرى).<sup>(1)</sup>

ويعتبر المنهج الوصفي التحليلي من أكثر المناهج استخداما في الدراسات الإعلامية.

### أدوات الدراسة:

تستخدم الدراسة أداتي الملاحظة وصحيفة الاستبيان، وتعرف الملاحظة بأنها (تركيز الانتباه نحو ظاهرة معينة لدراستها وفهمها).<sup>(2)</sup>، أما صحيفة الاستبيان فهي (أداة أو أسلوب يُستخدم لجمع بيانات من المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة وتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع البحث أو الدراسة دون تدخل الباحث في التقدير الذاتي للمبحوثين)<sup>(3)</sup>.

### حدود الدراسة:

تتمثل الحدود الزمانية للدراسة خلال الفترة من أكتوبر 2024 – مارس 2025 وهي الفترة التي شهدت بروز الكثير من القضايا الاقتصادية كعملية استبدال العملة التي شغلت الرأي العام المحلي كثيرا، وكذلك قضية تدهور قيمة العملة المحلية وغيرها من القضايا الاقتصادية المهمة، أما الحدود المكانية فتتمثل في الفضاء الإلكتروني حيث تتواجد عينة الدراسة والموقع الإلكتروني للوكالة، بينما تتمثل الحدود الموضوعية في فاعلية سونا في تناول ومعالجة قضايا الاقتصاد الوطني.

## مجتمع وعينة البحث:

يتمثل مجتمع البحث الكلي في مجموعة الصحفيين المتخصصين في تغطية الشؤون الاقتصادية بالصحف والمواقع الإلكترونية السودانية، وقد تم اختيار (25) منهم لتمثيل المجتمع.

### التعريفات الإجرائية: (مصطلحات البحث):

● **فاعلية:** الأصل اللغوي للفاعلية هو (فعل) والذي من مشتقاته فاعل وفعال، وهي (كون الشيء يؤدي إلى نتائج وأفعال، أو مقدرة الشيء على التأثير).<sup>(4)</sup>

ويعني بها الباحثان الجهود التي تبذلها وكالة السودان للأنباء في تناول و معالجة قضايا الاقتصاد الوطني وفق سياستها التحريرية.

● **وكالة الأنباء:** وتعرف بأنها (هيئة، أو مؤسسة خاصة أو عامة أو حكومية تعمل في مجال جمع الأخبار والمعلومات و بثها لوسائل الإعلام والأفراد والمؤسسات والهيئات بمقابل، أو بدونه)<sup>(5)</sup>، أما وكالة السودان للأنباء فهي (مؤسسة صحفية مستقلة تلتزم بتوفير خدمة إخبارية وإعلامية متكاملة المنابر والوسائط تتسم بالدقة والاتزان والموضوعية والتنوع والشمول وتغطي الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وتسهم في صنع رأي عام سوداني مستنير ومتابع لما يجري في البلاد).<sup>(6)</sup>

● **معالجة:** هي (عملية تأطير علاجية تفرضها سياسة المؤسسة في التعامل مع الأحداث والمشكلات ونقل الأخبار وعرض الوقائع، وتنطوي هذه العملية على إضافات تفسيرية وممارسة الرصد والتحليل لتقديم معلومات صادقة وموضوعية).<sup>(7)</sup>

● **القضايا الاقتصادية:** يقصد بها (الأحداث أو المشكلات التي تواجه الاقتصاد المحلي أو العالمي ويكون لها تأثير على المجتمعات المحلية أو العالمية).<sup>(8)</sup>

● **الاقتصاد الوطني:** يُعنى به (اقتصاد الدولة الكلي الذي ينطوي على مجموعة من الاقتصادات الفردية التي تنهض بالدولة وتقودها نحو التنمية والتقدم).<sup>(9)</sup>

**الدراسات السابقة:** لم تتوفر للباحثين دراسات سابقة حول تناول وكالات الأنباء ومعالجتها للقضايا الاقتصادية لا على مستوى السودان ولا نطاق المنطقة العربية، ويعزى ذلك لتركيز البحوث والدراسات التي تناولت علاقة وسائل الإعلام بالاقتصاد والتنمية على الصحف والإذاعات والإعلام الإلكتروني، ومن أهم هذه الدراسات:

1 — دراسة أريج محمود سليمان حول معالجة الصحف السودانية للقضايا الاقتصادية<sup>(10)</sup> والتي استخدمت المنهج الوصفي وأدوات الملاحظة والمقابلة وصحيفة الاستبيان، وقد خرجت الدراسة بعدد من النتائج أهمها: أن الصحافة السودانية تهتم بتغطية الأنشطة الاقتصادية وتخصص معظمها صفحة يومية للشؤون الاقتصادية، كما أنها تولى اهتماما كبيرا للقضايا الاقتصادية الوطنية وتبرز المهمة منها في صفحاتها الأولى، وأكدت الدراسة أن صحيفة الرأي العام توظف الفنون الصحفية المختلفة والصورة في تناول القضايا الاقتصادية، وأوصت بتأهيل وتدريب الصحفيين الاقتصاديين وتوفير الوسائل والأدوات التي تساعدهم في تقديم مادة اقتصادية ذات جودة عالية.

2 — دراسة تيسير يحيى الصديق: وقد هدفت للتعرف على دور الصحافة المتخصصة في معالجة الأزمات الاقتصادية في السودان بالتطبيق على صحيفة إيلاف المتخصصة في الشؤون الاقتصادية<sup>(11)</sup>، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي ووظفت أداة وأسلوب تحليل المضمون، وخرجت الدراسة بعدد من النتائج أهمها: أن الصحيفة تركز على الأخبار في تناولها لقضايا الاقتصاد، كما أنها تقدم تفسيراً أو تحليلاً موضوعياً ومهنيًا في تغطيتها وتستعين بخبراء مختصين إلى جانب صحافييها، وأوصت الدراسة بسرعة نشر الأخبار والاهتمام بالقضايا الاقتصادية الولائية.

3 — دراسة هديل محمد عفيفي: وتناولت القضايا الاقتصادية كما يعكسها الأهرام الاقتصادي في مرحلة ما بعد 25 يناير<sup>(12)</sup>، وهدفت الدراسة إلى التعرف على أسلوب معالجة الصحافة المصرية للقضايا الاقتصادية في المرحلة التي تلت فترة حكم الرئيس حسني مبارك وذلك من خلال المنهج الوصفي وأسلوب تحليل المضمون، وكان من أبرز نتائج الدراسة عدم التوازن في استخدام الفنون الصحفية في معالجة القضايا الاقتصادية في مجلة الأهرام الاقتصادي حيث يتم التركيز على الأخبار دون الفنون الأخرى، وتصدر أسلوب المناقشة المرتبة الأولى في قائمة الأساليب المستخدمة.

4 — دراسة رالا احمد عبد الوهاب: وهي دراسة وصفية هدفت إلى التعرف على أطر معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية المحلية والعالمية ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي<sup>(13)</sup>، واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون بالإضافة إلى الاستبانة بالتطبيق على عينة من المواقع الإلكترونية المصرية، وكان من نتائج الدراسة: وجود علاقة دالة إحصائية بين أنماط الملكية الخاصة بالمواقع الإخبارية محل الدراسة واتجاه المعالجة، كما أكدت الدراسة وجود علاقة دالة إحصائية بين متابعة الأخبار الاقتصادية والمستوى الاجتماعي والاقتصادي.

5 — دراسة جيهان سيد أحمد: وتناولت تناول القضايا الاقتصادية عبر وسائل الإعلام الرقمي وعلاقته بمستوى الثقة في الأداء الاقتصادي لدى الجمهور المصري<sup>(14)</sup>، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية وقد اعتمدت منهج المسح على عينة قوامها (400) مفردة، وتم الاعتماد على استمارة الاستقصاء كأداة رئيسية للدراسة التي خرجت بعدة نتائج أبرزها: أن وسائل الإعلام الرقمي تقدم خدمات مهمة لجمهور القراء أهمها -حسب أفراد العينة- إعلانات المناقصات وملفات ومعلومات اقتصادية متخصصة يليها نشر أخبار قطاع البنوك وشركات التحويل العقاري، وأوصت الدراسة بضرورة الاستفادة من الخبراء الاقتصاديين بشكل يساهم في حل القضايا الاقتصادية المثارة عبر وسائل الإعلام الرقمي.

6 — دراسة سهام سلمى عبد الله: وقد هدفت إلى التعرف على دور التلفزيون الأردني في معالجة قضايا الاقتصاد الوطني من وجهة نظر رجال الأعمال الأردنيين<sup>(15)</sup>، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي الذي ينتمي إلى البحوث الوصفية التحليلية والاستبانة أداة بحثية، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: أن التلفزيون الأردني يهتم بالقضايا الاقتصادية ويخصص لها مساحة مقدرة ضمن خارطته البرمجية، وأن رجال المال والأعمال الأردنيين يشاهدون برامجه بنسبة متوسطة نظراً لانشغالهم في الكثير من الأوقات بأعمالهم.

7 — دراسة شيماء محمد حسين: هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الكيفية التي تعالج بها القنوات الإخبارية والمواقع الإلكترونية المصرية القضايا الاقتصادية ودور ذلك في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو أداء الحكومة (16)، واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي من خلال استمارة قبلية، واستمارة بعدية، وكان من أبرز نتائج الدراسة: أن حركة الأسعار تأتي في المرتبة الأولى لدى الباحثين من بين القضايا الاقتصادية وذلك لارتباطها بوضعهم المعيشي والخدمي، وتأتي بعدها الضرائب، ويرى أفراد العينة أن اتجاه الحكومة نحو الإصلاح الاقتصادي إيجابي.

8 — دراسة دعاء عادل محمود: والتي سعت إلى التعرف على أطر تقديم القضايا الاقتصادية والاجتماعية في المواقع المصرية بعد الثورة (17)، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي وذلك لمسح عينة المواقع الإلكترونية وأداة تحليل الأطر للوقوف على المنطلقات الفكرية المتباعدة التي تشكل قاعدة للخطاب المتعلق بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية التي تناولتها المواقع الإلكترونية، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن قضايا البورصة والاستثمار تحتل المرتبة الأولى في قائمة أكثر القضايا الاقتصادية والاجتماعية تناولاً في المواقع الإلكترونية فيما احتلت القضايا التي تهم المواطن وتؤثر على حياته بشكل مباشر مثل الأجور والأسعار والدعم مرتبة متأخرة مما يشير إلى أن مواقع الدراسة لم تستهدف المواطن البسيط في المقام الأول، وأوضحت الدراسة أن عرض القضايا الاجتماعية والاقتصادية في المواقع موضوع الدراسة جاء من غير شرح وتوضيح وتفسير.

9 — دراسة سمية بن عمر وكريمة عرامة: وقد هدفت إلى التعرف على كيفية معالجة الإعلام التلفزيوني في الجزائر لقضايا التنمية الاقتصادية خلال جائحة كوفيد 19 (18)، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي وأداة تحليل المضمون تطبيقاً على برنامج (محاوّر واتجاهات) بالقناة الجزائرية الثالثة، وخرجت الدراسة بعدد من النتائج أبرزها: أن البرنامج موضوع الدراسة يؤدي دوراً مهماً في معالجة القضايا التنموية، وأوصت بتوظيف آليات معالجة ناجعة لتبسيط المحتوى والوصول إلى نطاق واسع من مختلف الجماهير.

10 — دراسة شيماء عبد الحميد عبد الغني: والتي سعت للتعرف على المعالجة الإعلامية للأزمة الاقتصادية العالمية في المواقع الإخبارية الدولية في ضوء استخدام البلاغة الرقمية (19)، وهي من الدراسات الوصفية التي وظفت المنهج المسحي الإعلامي وأداة تحليل المضمون، وخلصت الدراسة إلى أن المواقع التي تم اختيارها كمجال للتطبيق اتفقت في الاعتماد على إبراز مكونات المصادقية التي تدعم مصداقية المضمون الإخباري المقدم، كما كشفت عن تقديم مواقع الدراسة الثلاث لبلاغة الإقناع الرقمية وإعادة تقديم بلاغة الإقناع التقليدية التي تقوم على الثقة والمنطق والعاطفة في صورة رقمية جديدة في المضمون الإخباري.

#### العلاقة بين الدراسة والدراسات السابقة:

تتفق الدراسة مع الدراسات العشر السابقة من حيث الموضوع حيث تناقش جميعها دور وسائل الإعلام في تناول ومعالجة القضايا الاقتصادية وتأثيرها على الرأي العام، وفاعليتها في معالجة شؤون وأنشطة الاقتصاد المتنوعة وإن اختلفت مجالات وميادين التطبيق ما بين الإذاعات المرئية والصحف والمواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، وتتفق كذلك مع سابقتها من حيث المناهج العلمية المستخدمة وأدوات البحث العلمي حيث تستخدم معظمها المنهج الوصفي التحليلي

وصحيفة الاستبيان والملاحظة العلمية وتحليل المضمون، كما تتشابه معظم النتائج التي توصلت إليها الدراسات نظرا لطبيعة المجتمعات التي طبقت فيها وهي المجتمعات العربية التي تتشابه في الكثير من العادات والتقاليد والممارسات والسلوكيات، وتتقارب الفترة الزمنية التي أنجزت فيها الدراسات نوعا ما إذ أن معظمها أجرى خلال السنوات الخمس الأخيرة، وتختلف الدراسات عن سابقتها في أنها تتناول فاعلية وكالات الأنباء في تناول الشؤون الاقتصادية ومعالجتها عند الأزمات وهي الدراسة الأولى من نوعها في السودان خلال هذه المرحلة وفي مقابل ذلك لم تتوفر للباحثين أي دراسة حول علاقة وكالات الأنباء العربية بالشؤون الاقتصادية، وتختلف الدراسات كذلك من حيث التوقيت الذي أجريت فيه حيث تعرض السودان لحرب مدمرة قضت على كل دور المؤسسات الإعلامية وتسبب في إيقاف معظمها بما في ذلك المؤسسات الإعلامية الحكومية التي توقفت عن البث لعدة أشهر قبل أن تستأنف بعضها ومنها وكالة السودان للأنباء (سونا) عملها من مدينة بورتسودان العاصمة الإدارية المؤقتة للسودان، وقد كلفت الحرب الاقتصاد السوداني مليارات الدولارات وأدت إلى خلق العديد من الأزمات الاقتصادية وهو الأمر الذي يجعل من أمر الدراسات العلمية ذات الصلة في هذه المرحلة مهما للغاية.

### ثانيا: وكالة السودان للأنباء (سونا):

شهدت خمسينيات القرن الماضي ظهور وكالات أنباء صغيرة في الخرطوم يملكها أفراد كوكالة أنباء (إفريقيا الجديدة) لصاحبها الأستاذ عبد الرحمن مختار، ووكالة (أخبار الخرطوم) التي أسسها إدريس البناء، ووكالة (الصحافة السودانية) التي يملكها عبد الكريم عثمان،<sup>(20)</sup> وكانت هذه الوكالات محدودة النشاط وتعمل بأجهزة بدائية وقد شملها جميعا قرار التأميم الذي أصدره رئيس جمهورية السودان الأسبق جعفر نميري.<sup>(21)</sup>

وبعد فترة وجيزة من تنفيذ قرار التأميم أعلن الرئيس عن عزم الحكومة على إنشاء وكالة أنباء وطنية رسمية رأى القائمون على أمرها أن تقتصر مرحلتها الأولى على توفير الحد الأدنى من الضروريات التي يتطلبها التأسيس والاكتفاء بالصورة التي تمكنها من مقابلة التزاماتها المالية، وأن تكون قادرة على تغطية الاحتياجات العاجلة للصحافة المحلية وأجهزة الإعلام الرسمية، وأن تكون قادرة كذلك على التقاط الأخبار المذاعة والمرسلة من المؤسسات الإخبارية العالمية المهمة وذلك لربط البلاد بما يحدث في الخارج ومتابعة الأحداث اليومية.<sup>(22)</sup>

بدأت وكالة السودان للأنباء (سونا) عملها رسميا في العام 1973 ووضع لها قانون شبيه بقانون وكالة أنباء الشرق الأوسط المصرية، ولم يقتصر دورها على بث الأخبار فقط بل كانت تمثل جهاز اتصال ومعلومات للحكومة حيث وفرت لها أجهزة اتصال قوية في الداخل والخارج، وكانت تنقل أخبار الأقاليم إلى رئاسة الجمهورية، كما كانت تتلقى تقارير السفارات السودانية وذلك بسبب ضعف أجهزة الاتصال بوزارة الخارجية وتقوم بإرسالها سرا إلى الوزارة، وقد كانت الوكالة في مرحلتها الأولى تابعة لرئاسة الجمهورية ومرتبطة بها حتى أن صحيفة (لوموند) الفرنسية قالت أن رئيس الجمهورية هو رئيس أيضا للوكالة، وقد زار الرئيس سونا في العام 1984 ووزع الأوسمة والنياشين على بعض قادتها.

وكانت الوكالة تصدر عشرات النشرات في اليوم يتم توزيع بعضها على المشتركين من الصحف والإذاعات والهيئات والمؤسسات الحكومية والسفارات الأجنبية، كما تقوم الوكالة بتوزيع

نشرة خاصة على المسؤولين تتضمن الأخبار المنقولة من الصحف والإذاعات ووكالات الأنباء الأجنبية التي تنتقد أداء الحكومة وسياساتها والتي يحظر نشرها على وسائل الإعلام المحلية.

وتضم الوكالة عددا من الأقسام والإدارات يعمل بها عدد من الصحفيين والإعلاميين المؤهلين في مجالات التحرير الإعلامي واللغات والترجمة، ولها عدد من المراسلين داخل وخارج السودان.

وقد كانت (سوننا) تمثل واحدة من أجهزة إعلام حكومة الفترة العسكرية الثانية في السودان (1969 - 1985) واعتمدت عليها صحيفتا (الصحافة) و(الأيام) وكذلك الإذاعة والتلفزيون بصورة أساسية في الحصول على الأخبار الرسمية القومية والإقليمية مقابل رسوم تسدد شهريا، وقد استمرت في أداء عملها بعد سقوط حكومة نميري لكنها دورها تراجع واعتراه الضعف بعد عودة الصحف الحزبية والصحف المستقلة. (23)

عندما استولى نظام الإنقاذ على السلطة في السودان في يونيو من العام 1989 أحكم سيطرته على الوكالة الوطنية للأنباء وعمل على تسخيرها لخدم مشروعه السياسي والترويج له، وباتت (سوننا) جزءا من الإعلام الرسمي للإذاعة والتلفزيون وصحيفتي (الإنقاذ الوطني) و(السودان الحديث)، وقد وضعت الحكومة العسكرية يدها على مفاصل الوكالة وعينت عددا من الموالين للسلطة على رأس الوكالة وإدارتها المهمة، وقد وفرت لها أرضية وبيئة جيدة للعمل حيث استجابت معدات وأدوات ووسائل متطورة على عدة مستويات وجوانب، وقد تطورت الوكالة نسبيا لكنها لم تبلغ المرحلة المطلوبة من التقدم إلى أن سقط نظام الإنقاذ في العام 2019، لتنتقل إلى إدارة جديدة في ظل حكومة انتقالية غير مستقرة وتشهد حالة من عدم الاستقرار مما أثر بصورة واضحة على مستوى أدائها قبل أن تشتعل الحرب في الخرطوم في أبريل من العام 2023.

### الموقع الرسمي للوكالة:

واكبت وكالة السودان للأنباء (سوننا) التطورات التي شهدتها العالم في مجال التكنولوجيا الرقمية والاتصالات حيث انشأت موقعها الإلكتروني في تسعينيات القرن الماضي والذي ظل يوفر الخدمات الإخبارية الرسمية والمتنوعة لوسائل الإعلام المحلية والعالمية، ويهتم الموقع بنشر الأخبار السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية والرياضية عبر الفنون والأشكال الإعلامية المختلفة، ويوظف الوسائط المتعددة والصورة بأشكالها المختلفة في تغطية الأحداث والأنشطة المهمة، كما يهتم الموقع بالأخبار والتقارير العالمية ذات التأثير على الوضع في السودان، وقد فرضت ظروف الحرب على الوكالة الانتقال إلى مدينة بورتسودان العاصمة الإدارية المؤقتة للسودان، وقد ازدادت مهمتها صعوبة في ظل توقف معظم وسائل الإعلام الوطنية بما فيها الرسمية التي تتخذ من العاصمة الخرطوم مقرا لدورها حيث فرض عليها الوضع تغطية الأنشطة الرسمية المكثفة على مدار الساعة في مختلف جوانبها وتقديم الخدمات الإعلامية المتنوعة لوسائل الإعلام المحلية والعالمية التي لم تتمكن من التواجد ميدانيا لتغطية الحرب.

وقد كان نشاط الموقع الرسمي للوكالة على شبكة الإنترنت فاعلا خصوصا بعد أن تولى الاستاذ خالد الإعيسر مهمة وزير الثقافة والإعلام حيث أولى (سوننا) عنايته وحرص على تنظيم منبر رسمي دوري يتواجد فيه كبار المسؤولين في الدولة لمناقشة القضايا التي تهم الرأي العام، وازداد

نشاط الوكالة بصورة ملحوظة حيث باتت تنظم فعاليات وأنشطة مهمة على مدار الأسبوع تجد تغطية إعلامية مكثفة خصوصا عبر المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.

### ثالثا: الاقتصاد الوطني:

يعنى بالاقتصاد (الاستغلال الأمثل لكل ما يملكه المجتمع من موارد محدودة من خلال مجموعة من الأنشطة والعمليات بالاعتماد على العوامل الرئيسية وهي الأرض والعمل ورأس المال والمشروع).<sup>(24)</sup>

وهناك عدة أنواع للاقتصاد منها الاقتصاد الكلي، والاقتصاد الجزئي، وتأتي أهميته كونه يساعد على تفادي الكثير من الأزمات والمشاكل الاقتصادية، أما الاقتصاد الوطني فيقصد به (اقتصاد الدولة الكلي الذي ينطوي على مجموعة من الاقتصادات الفردية التي تنهض بالدولة)<sup>(25)</sup>، ويقوم الاقتصاد الوطني على العديد من الأنشطة الاقتصادية والعمليات التي تجري في أسواق الإنتاج والتوريد، ويرتبط ارتباطا وثيقا بالاقتصاد العالمي، ويتأثر بعدة عوامل أهمها: كفاءة الموارد البشرية واستثمار رؤوس الأموال وتوافر الموارد الطبيعية والتطور التكنولوجي.

ويرتبط الاقتصاد الوطني شأنه شأن الاقتصاد العالمي بوسائل الإعلام التي تؤدي أدوار مهمة في التنمية الاقتصادية خصوصا في البلدان النامية، وتحرص حكومات هذه الدول على الاستفادة من الإعلام الرسمي وغير الرسمي وتوظيفه في تحقيق أهداف في المجال الاقتصادي التي تندرج في الغالب في إطار برامجها السياسية، وقد قام الإعلام المتخصص بأدوار مهمة في هذا الجانب، وفي السودان تجد قضايا الاقتصاد حظها من التغطية عبر وسائل الإعلام المحلية خصوصا الصحافة التي ارتبطت منذ ظهورها قبل أكثر من مائة عام بالشؤون الاقتصادية حيث ظلت الصحف العامة تخصص صفحة يومية للشؤون الاقتصادية وتبرز الاخبار الاقتصادية المهمة في صفحاتها الأولى حسب العديد من الدراسات التي تناولت تغطية الشؤون السياسية في الصحافة الوطنية،<sup>(25)</sup> وقد شهد السودان ظهور صحف اقتصادية مبكرا كصحيفة (النيل) التي ظهرت في ثلاثينيات القرن الماضي، وصحيفة (الغرفة التجارية) التي تأسست في ذات الفترة.<sup>(26)</sup>، وأولت الإذاعة السودانية الشؤون الاقتصادية مبكرا عبر عدة برامج وفنون إعلامية متنوعة وكذلك التلفزيون قبل ظهور الإذاعات المتخصصة في نهاية القرن الماضي والتي كان من بينها إذاعة اقتصادية، لتظهر بعد ذلك عدة صحف اقتصادية متخصصة قبل أن تتوقف بسبب الحرب.

وتتناول وسائل الإعلام السودانية العامة والمتخصصة قضايا الاقتصاد المختلفة عبر الخبر والتقارير والتحليل والرأي لكنها تركز اهتمامها على أهمها كقضايا التنمية والإنتاج والأسعار والأجور والضرائب والتضخم والإنتاج الزراعي والحيواني، إضافة لقضايا النفط والتبادل التجاري.

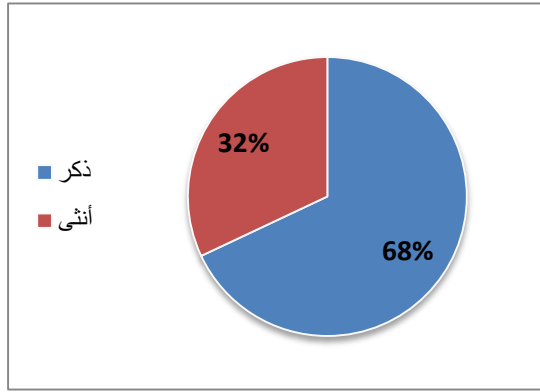
#### رابعاً: الدراسة الميدانية

##### البيانات الأولية لعينة الدراسة:

تميزت مفردات عينة الدراسة بمجموعة من الصفات الديموغرافية تمثلت في (النوع، العمر، سنوات الخبرة، مكان العمل). فيما يلي التوزيعات بالتكرارات والنسب المئوية لهذه المتغيرات:  
جدول (1): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب النوع

النوع	العدد	النسبة المئوية
ذكر	17	%68
أنثى	8	%32
المجموع	25	%100

المصدر: إعداد الباحث من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2025)



شكل (1): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب النوع

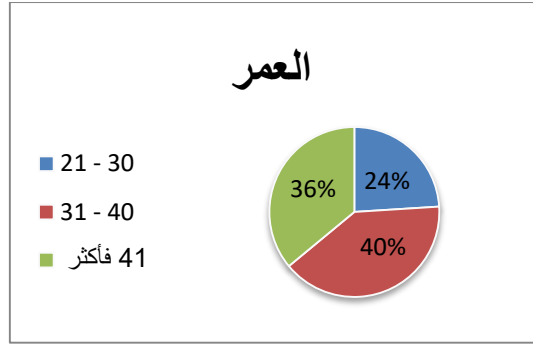
المصدر: بيانات الجدول (1)

يوضح الجدول (1) والشكل (1) توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع، ويتضح أن هناك (17) مشاركاً بنسبة مئوية (68%) من الذكور، وهناك (8) مشاركاً بنسبة مئوية (32%) من الإناث. مما يدل على أن نسبة كبيرة ممن يعملون في مجال الصحافة الاقتصادية هم من الذكور.

جدول (2): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب العمر

العمر	العدد	النسبة المئوية
21 - 30	6	4%2
31 - 40	10	%40
41 فأكثر	9	%36
المجموع	25	%100

المصدر: إعداد الباحثان من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2025)



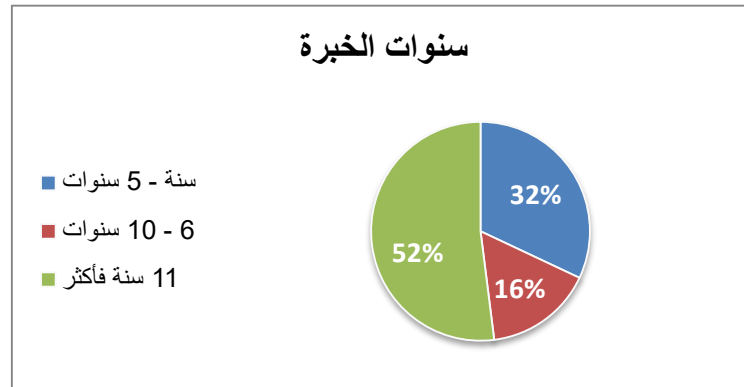
شكل (2): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب العمر  
المصدر: بيانات الجدول (2)

الجدول (2) والشكل (2) يوضحان توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر، ويتضح أن هناك (6) مشاركاً بنسبة مئوية (2%4) من الفئة العمرية (21-30) سنة، و(10) مشاركين بنسبة (40%) تقع أعمارهم ضمن الفئة العمرية (31-40) سنة، وهناك (9) مشاركين بنسبة (36%) من عينة الدراسة أعمارهم ضمن الفئة العمرية (41 سنة فأكثر). من هذه النتيجة يتضح وجود توازن نسبي بين الفئات العمرية، إلا أن النسبة الغالبة من عينة الدراسة من الفئة الوسطى (31-40) مما يعكس اهتمام هذه الفئة الناضجة مهنيًا من الصحفيين الاقتصاديين بالقضايا الاقتصادية ومعالجتها وبذلك إعطاء نتائج أكثر موضوعية وفاعلية للدراسة العلمية.

جدول (3): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	العدد	النسبة المئوية
سنة - 5 سنوات	8	32%
سنوات 6 - 10	4	16%
11 سنة فأكثر	13	52%
المجموع	25	100%

المصدر: إعداد الباحثان من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2025)



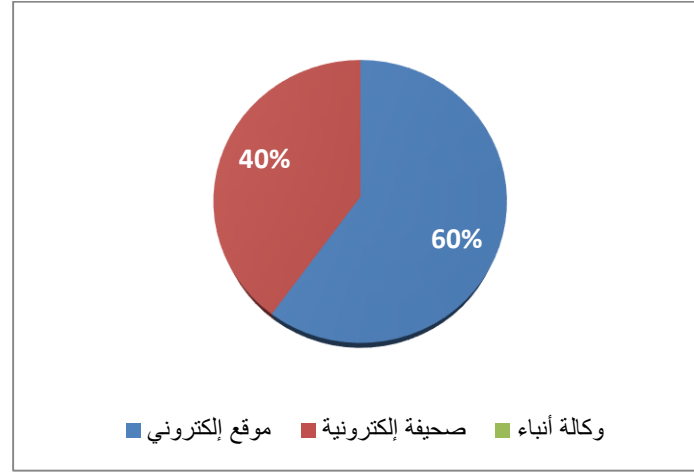
شكل (3): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب سنوات الخبرة.  
المصدر: بيانات الجدول (3)

الجدول (3) والشكل (3) يوضحان توزيع عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة، ويتضح أن هناك (8) مشاركاً بنسبة مئوية (32%) من (سنة – 5 سنوات) خبرة، و(4) مشاركين بنسبة (16%) من (6 – 10 سنوات)، وهناك (13) مشاركاً بنسبة (52%) من عينة الدراسة لديها (11 سنة فأكثر) خبرة، والتي تمثل النسبة الغالبة من عينة الدراسة مما يدل على الحصول على معلومات موثوقة وأكثر فاعلية للخروج بنتائج وتوصيات تخدم الإعلام الاقتصادي.

جدول (4): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب مكان العمل.

النسبة المئوية	العدد	مكان العمل
60%	15	موقع إلكتروني
40%	10	صحيفة إلكترونية
0%	0	وكالة أنباء
100%	25	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2025)



شكل (4): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب مكان العمل

المصدر: بيانات الجدول (4)

الجدول (4) والشكل (4) يوضحان توزيع عينة الدراسة حسب متغير مكان العمل، ويتضح أن هناك (15) مشاركاً بنسبة مئوية (60%) يعملون لدى موقع صحفي إلكتروني، و(10) مشاركين بنسبة (40%) يعملون لدى صحيفة إلكترونية، بينما لم يكن هناك من يعمل لدى وكالة أنباء السودان من أفراد العينة. ويشير هذا التوزيع إلى أن الدراسة تتركز بشكل أكبر ضمن المنصات الرقمية المستقلة أو التابعة لمؤسسات إعلامية، مع غياب ممثلي وكالات الأنباء، مما يعكس محدودية مساهمتها المباشرة في معالجة فاعلية وكالة السودان للأنباء في تناول القضايا الاقتصادية كونها لا تعكس مجتمع الصحفيين الاقتصاديين ككل.

القسم الثاني: البيانات الموضوعية.

المحور الأول: الفائدة التي أحصل عليها من متابعتي لوكالة السودان للأنباء.  
جدول (5): التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات المحور (ن=25)

م	العبرة	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
1	تمثل مصدرا رئيسيا للأخبار بالنسبة لي	10	40%	7	28%	1	4%	6	24%	1	4%
2	تقدم لي معلومات متنوعة	7	28%	9	36%	2	8%	7	28%	0	0%
3	تمنحني أفكارا لإنتاج تحقيقات وتقارير صحفية	4	16%	8	32%	3	12%	9	36%	1	4%
4	تساعدني في تطوير قدراتي في التحرير الصحفي	6	24%	6	24%	3	12%	1	4%	0	0%
5	تساعدني في فهم واستيعاب القضايا المهمة بسهولة ويسر	7	28%	6	24%	4	16%	8	32%	0	0%

المصدر: إعداد الباحثان من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2025م)

تشير نتائج الجدول (5) إلى أن الغالبية تتجه نحو الموافقة بشدة بنسبة (40%) وأوافق بنسبة (28%) كون الوكالة تمثل مصدراً رئيسياً للأخبار بالنسبة للمبحوثين، بينما أجاب (24%) بلا أوافق و(4%) لكل من محايد ولا أوافق بشدة، وقد وافق نسبة (36%) و(28%) بأوافق بشدة كونها تقدم معلومات متنوعة للمبحوثين بينما أجاب (8%) بمحايد و(28%) بلا أوافق، وجاءت إجاباتهم على العبارة الثالثة بنسبة (36%) بلا أوافق وبنسبة متقاربة (32%) بأوافق، مما يشير إلى اختلاف المبحوثين حسب مستوى استفادته من محتوى الوكالة لإنتاج أفكار لتحقيقات وتقارير الصحفية. في حين أجاب (16%) بأوافق بشدة و(4%) بلا أوافق بشدة، و(12%) محايد. ولم يوافق (40%) من المبحوثين على العبارة الرابعة، مما يشير إلى عدم مساهمة الوكالة في تطوير قدرات المبحوثين في التحرير الصحفي، بينما أجاب (24%) لكل من أوافق وأوافق بشدة، في حين أجاب (12%) بمحايد. وحول العبارة الرابعة، أكدت نسبة (32%) أنها لا تساعد في فهم واستيعاب القضايا المهمة بسهولة ويسر، بينما أجاب (24%) بأوافق و(28%) بأوافق بشدة، في حين أجاب (16%) بمحايد.

المحور الثاني: مهنية وكالة السودان للأنباء.

جدول (6): التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات المحور (ن=25)

م	العبرة	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
1	تلتزم وكالة السودان للأنباء بالموضوعية في تغطيتها للأحداث المحلية والعالمية.	8	32%	7	28%	4	16%	5	20%	1	4%
2	تحرص وكالة السودان للأنباء على الالتزام بالدقة في تغطيتها الإخبارية.	6	24%	7	28%	7	28%	4	16%	1	4%
3	تعالج وكالة السودان للأنباء الموضوعات الإعلامية بحياد تام.	2	8%	5	20%	9	36%	7	28%	2	8%
4	تلتزم وكالة السودان للأنباء بمعايير صحة الأخبار وفق مصادر موثوقة.	6	24%	12	48%	4	16%	2	8%	1	4%
5	تلتزم وكالة السودان للأنباء بأخلاقيات العمل الإعلامي.	7	28%	8	32%	7	28%	1	4%	2	8%

المصدر: إعداد الباحثان من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2025م)

تشير نتائج الجدول (6) إلى أن الغالبية في العبارة الأولى تتجه نحو الموافقة بشدة بنسبة (32%) وأوافق بنسبة (28%)، مما يؤكد التزام وكالة السودان للأنباء بالموضوعية في تغطيتها للأحداث المحلية والعالمية، بينما أجاب (16%) بمحايد و(20%) بلا أوافق و(4%) بلا أوافق بشدة. أما العبارة الثانية حول حرص وكالة السودان للأنباء على الالتزام بالدقة في تغطيتها الإخبارية فقد أجاب بنسبة متساوية (28%) لكل من أوافق ومحايد فيما أجاب (2%) بأوافق بشدة، و(16%) بلا أوافق و(4%) بلا أوافق بشدة. والعبارة الثالثة فيما لم يوافق (28%) على كونها تعالج الموضوعات الإعلامية بحياد ولم يوافق بشدة (8%)، بينما أجاب (36%) بمحايد و(20%) بأوافق و(8%) أوافق بشدة. وجاءت العبارة الرابعة بأوافق بنسبة (48%) و (2%) بأوافق بشدة مما يشير إلى أن الغالبية ترى أن وكالة السودان للأنباء تلتزم بمعايير صحة الأخبار وفق مصادر موثوقة، بينما أجاب (16%) بمحايد و(8%) بلا أوافق و(4%) بلا أوافق بشدة. وقد وافق الغالبية بنسبة (32%) و(28%) بأوافق بشدة بأن وكالة السودان للأنباء تلتزم بأخلاقيات العمل الإعلامي فيما أجاب (28%) بمحايد و(4%) بلا أوافق و(8%) بلا أوافق بشدة.

المحور الثالث: تناول وكالة السودان للأنباء لقضايا الاقتصاد الوطني.  
جدول (7): التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات المحور (ن=25)

م	العبرة	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
1	تتناول وكالة السودان للأنباء قضايا الاقتصاد الوطني بصورة شاملة.	6	24%	9	36%	5	20%	3	12%	2	8%
2	تساهم وكالة السودان للأنباء في معالجة القضايا الاقتصادية من خلال طريقة طرحها وعرضها لها.	6	24%	7	28%	5	20%	5	20%	2	8%
3	تعتمد وكالة السودان للأنباء على مصادر موثوقة ومعلومة في تناولها ومعالجتها لقضايا الاقتصاد الوطني.	10	40%	7	28%	3	12%	3	12%	2	8%
4	توظف وكالة السودان للأنباء الفنون والأشكال الإعلامية المختلفة في تغطيتها لقضايا الاقتصاد الوطني.	3	12%	6	24%	10	40%	4	16%	2	8%
5	تستخدم وكالة السودان للأنباء أساليب ووسائل جذبة في تناولها لقضايا الاقتصاد الوطني.	4	16%	5	20%	7	28%	6	24%	3	12%

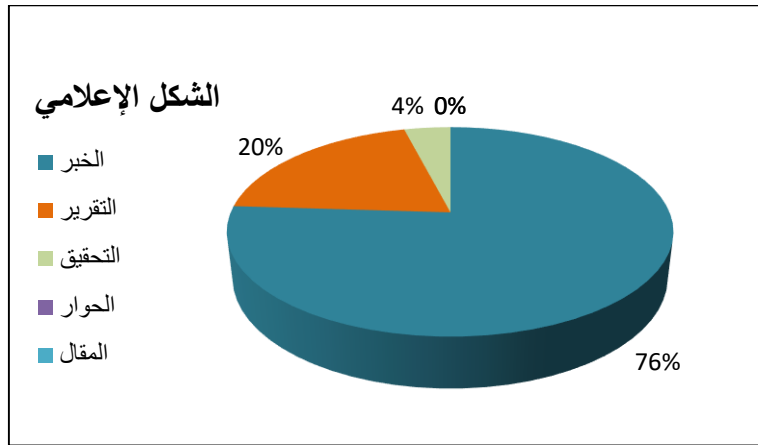
المصدر: إعداد الباحثان من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2025م)

تشير نتائج الجدول (7) إلى الاتجاه العام للمبحوثين في العبارة الأولى بنسبة (36%) أوافق وأوافق بشدة بنسبة (2%4) بأن وكالة السودان للأنباء تتناول قضايا الاقتصاد الوطني بصورة شاملة، فيما أجاب (20%) بمحايد و(12%) بلا أوافق و(8%) بلا أوافق بشدة. وجاءت العبارة الثانية بنسب متقاربة وبلغت أوافق بنسبة (28%) وأوافق بشدة (2%4) بينما محايد ولا أوافق (20%) لكل منهما و(8%) لا أوافق بشدة، مما يشير إلى وجود تفاوت في تقييم مساهمة وكالة السودان للأنباء في معالجة القضايا الاقتصادية. والعبارة الثالثة بنسبة (40%) بأوافق بشدة و(28%) أوافق، مما يشير إلى اعتماد وكالة السودان للأنباء على مصادر موثوقة ومعلومة بينما أجاب (12%) بمحايد ولا أوافق لكل منهما، و(8%) بلا أوافق بشدة. وجاءت العبارة الرابعة بموقف محايد بنسبة (40%) مما يشير إلى عدم الوضوح لدى أغلب المبحوثين بمدى توظيف وكالة السودان للأنباء الفنون والأشكال الإعلامية المختلفة في تغطيتها لقضايا الاقتصاد الوطني، بينما أجاب (2%4) بأوافق و(12%) بأوافق بشدة، بينما لم يوافق (16%) ولم يوافق بشدة (8%). أما العبارة الخامسة فقد عبر (28%) بمحايد، و(2%4) لم يوافقوا على أن الوكالة تستخدم أساليب ووسائل جذبة في تناولها لقضايا الاقتصاد الوطني، و(12%) لم يوافقوا بشدة. بينما وافق بشدة (16%) ووافق (20%)، مما يشير إلى تردد عينة البحث في مدى استخدام الوكالة للأساليب الجاذبة، مع اختلاف الرأي بنسبة متساوية بين الموافقة وعدمها.

المحور الرابع: توظيف وكالة السودان للأنباء للأشكال الإعلامية والوسائط المتعددة.  
جدول (8): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب أبرز الفنون والأشكال الصحفية التي توظفها وكالة السودان للأنباء في تغطيتها لقضايا الاقتصاد الوطني.

النسبة المئوية	العدد	الشكل الصحفي
76%	19	الخبر
20%	5	التقرير
4%	1	التحقيق
0%	0	الحوار
0%	0	المقال
100%	25	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2025)

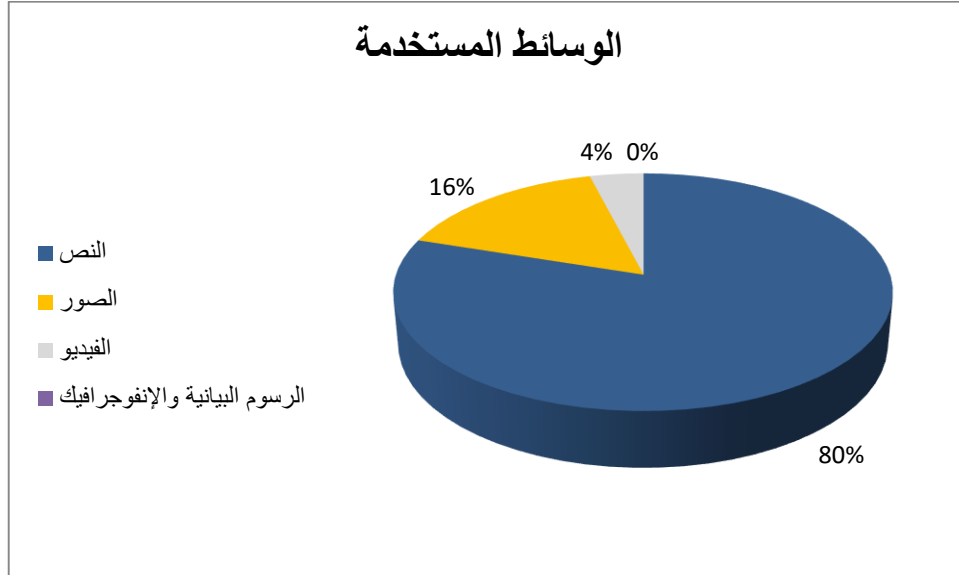


الشكل (8) يوضح بأن الخبر هو أكثر الأشكال الصحفية توظيفاً من قبل وكالة السودان للأنباء في تغطيتها لقضايا الاقتصاد الوطني حسب متابعة المبحوثين بنسبة (76%)، بينما حاز التقرير على (20%)، والتحقيق بنسبة قليلة بلغت (4%)، بينما لم يتم توظيف الحوار والمقال في هذه القضايا حسب رأي المبحوثين، ونستنتج أن الوكالة تركز على نقل الأخبار والتقارير الخاصة بالاقتصاد الوطني أكثر من طرحها ومناقشتها من خلال الحوار والتحقيقات مما يؤدي لنسبة أقل في معالجة الأزمات والمشكلات الاقتصادية.

جدول (9): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب أبرز أشكال الوسائط المتعددة التي توظفها وكالة السودان للأنباء في معالجتها لقضايا الاقتصاد الوطني.

النسبة المئوية	العدد	الوسائط المستخدمة
80%	20	النص
16%	4	الصور
4%	1	الفيديو
0%	0	الرسوم البيانية والإنفوجرافيك
100%	25	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2025)

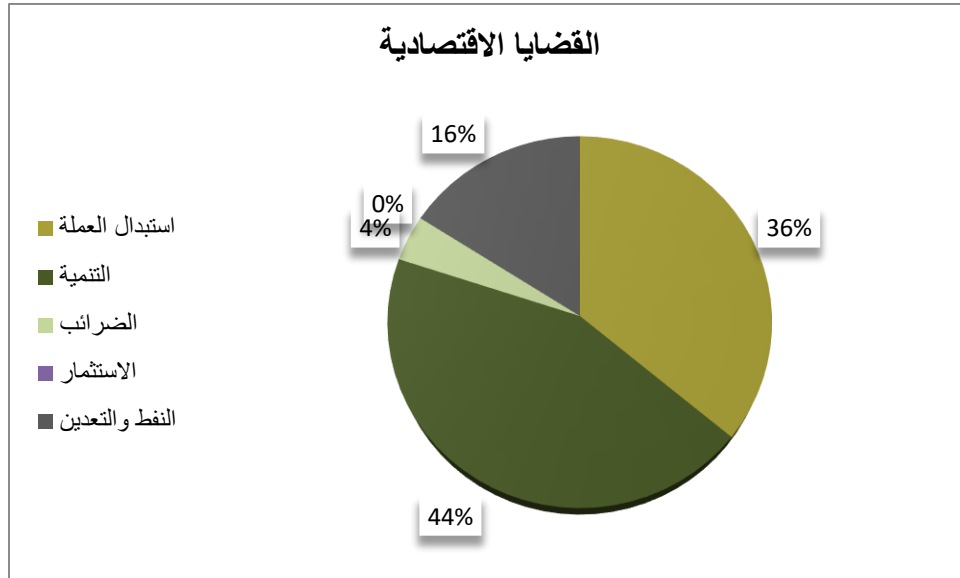


الشكل (9) يوضح بأن النص هو أكثر أشكال الوسائط المتعددة توظيفاً من قبل وكالة السودان للأنباء في معالجتها لقضايا الاقتصاد الوطني حسب متابعة الباحثين بنسبة (80%)، بينما حازت الصور على نسبة (16%)، والفيديو بنسبة قليلة بلغت (4%)، بينما لم يتم توظيف الرسوم البيانية والإنفوجرافيك في هذه القضايا، ونستنتج أن الوكالة تركز على استخدام النص الصحفي بنسبة كبيرة مقارنة بالأشكال الأخرى، وهذا يأتي تزامناً مع نسبة توظيف الخبر كما في الجدول السابق (8)، مما يعكس قصوراً في توظيف أشكال الوسائط المتعددة المختلفة، حيث حصلت الرسوم البيانية والإنفوجرافك على نسبة (0%) وهي تُعد مهمة خاصة في مجال الاقتصاد؛ إذ أنها تساهم في تحويل الكيف إلى كم قابل للقياس، كما تسهل فهم أبعاد الأزمة الاقتصادية ومشكلاتها.

المحور الخامس: أهم قضايا الاقتصاد الوطني التي تركز عليها وكالة السودان للأنباء:  
جدول (10): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب أهم قضايا الاقتصاد الوطني التي تركز عليها وكالة السودان للأنباء:

النسبة المئوية	العدد	القضية
36%	9	استبدال العملة
44%	11	التنمية
4%	1	الضرائب
0%	0	الاستثمار
16%	4	النفط والتعدين
100%	25	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2025)



الشكل (10) يوضح بأن قضية التنمية في المرتبة الأولى كأكثر القضايا التي تركز عليها وكالة السودان للأنباء حسب رأي المبحوثين بنسبة (44%)، تليها قضية استبدال العملة بنسبة (36%)، وفي المرتبة الثالثة قضية النفط والتعدين بنسبة (16%)، والرابعة قضية الضرائب (4%)، بينما يتفق أفراد العينة على أنها لا تهتم بقضايا الاستثمار أثناء فترة إنجاز هذه الدراسة.

## المحور السادس: المشاكل التي تواجه وكالة السودان للأنباء.

جدول (11): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب أهم المشاكل التي تواجه وكالة السودان للأنباء.

النسبة المئوية	العدد	المشكلة
52%	13	إهمال الدولة والحكومة
64%	16	ضعف الميزانية المخصصة
52%	13	ضعف تأهيل الكوادر الإعلامية والإدارية
28%	7	عدم توفر بيئة جيدة للعمل
44%	11	غياب التخطيط

المصدر: إعداد الباحثان من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2025)

الجدول (11) يوضح المشاكل التي تواجه وكالة السودان للأنباء وفق اختيار من متعدد للمبحوثين، وحصلت مشكلة ضعف الميزانية على أعلى تصويت بلغ (16) صوتاً، تليها مشكلتي إهمال الدولة والحكومة، وضعف تأهيل الكوادر الإعلامية والإدارية بـ(13) صوتاً لكل منهما، و(11) صوتاً لغياب التخطيط، وأخيراً (7) أصوات لعدم توفر بيئة جيدة للعمل. وتشير هذه النتائج إلى أن وكالة السودان للأنباء تواجه مشكلات في جوانب متعددة.

## النتائج:

1. تشير الدراسة إلى أن عينة المبحوثين تتركز بشكل أكبر ضمن المنصات الرقمية المستقلة أو التابعة لمؤسسات إعلامية، مع غياب ممثلي وكالات الأنباء. حيث 60% من المبحوثين يعملون لدى مواقع إلكترونية، بينما يعمل 40% لدى صحيفة إلكترونية.
2. أكدت الدراسة على حرص وكالة السودان للأنباء على الالتزام بالدقة في تغطيتها الإخبارية، وذلك بموافقة 52% من المبحوثين.
3. بيّنت الدراسة أن متابعة وكالة السودان للأنباء تساعد نسبياً في فهم واستيعاب المبحوثين للقضايا الاقتصادية المهمة بسهولة ويسر، بموافقة نسبة 52% من المبحوثين.
4. أظهرت الدراسة أن وكالة السودان للأنباء تتناول القضايا الاقتصادية بصورة شاملة، بموافقة 60% من المبحوثين.
5. أكدت الدراسة أن وكالة السودان للأنباء تعتمد على مصادر موثوقة ومعلومة في تناولها ومعالجتها لقضايا الاقتصاد الوطني بموافقة 68% من المبحوثين.
6. أوضحت الدراسة أن وكالة السودان للأنباء تساهم في معالجة القضايا الاقتصادية من خلال طريقة طرحها وعرضها لهذه القضايا حسب رأي المبحوثين بنسبة 52%.
7. بيّنت الدراسة أن قضية التنمية من أهم القضايا التي تركز عليها وكالة السودان للأنباء حسب رأي المبحوثين بنسبة (44%)، تليها قضية استبدال العملة بنسبة (36%).
8. كشفت الدراسة أن الخبر هو أكثر الأشكال الصحفية توظيفاً من قبل وكالة السودان للأنباء في تغطيتها لقضايا الاقتصاد الوطني حسب متابعة المبحوثين بنسبة (76%)، بينما حاز التقرير على (20%)، والتحقيق (4%).
9. بيّنت الدراسة أن وكالة السودان للأنباء توظف الأشكال الإعلامية في تغطيتها وتناولها لقضايا الاقتصاد الوطني لكن بنسب متفاوتة.
10. أكدت الدراسة أن النص هو أبرز أشكال الوسائط المتعددة التي توظفها وكالة السودان للأنباء في معالجتها لقضايا الاقتصاد الوطني بموافقة 80% من المبحوثين، بينما حصلت الأشكال الأخرى على نسبة ضعيفة.
11. أوضحت الدراسة أن مشكلة ضعف الميزانية من أهم المشاكل التي تواجه وكالة السودان للأنباء وفق اختيار من متعدد للمبحوثين بتصويت بلغ (16) صوتاً بنسبة (64%).

## التوصيات:

### توصي الدراسة بالتالي:

1. تخصيص ميزانية كافية لوكالة السودان للأنباء (سونا) لمساعدتها على أداء مهامها على النحو المطلوب.
2. تأهيل وتدريب العاملين بالوكالة -كل في تخصصه- لتقديم خدمة إعلامية متكاملة.
3. زيادة المساحة المخصصة لقضايا وشؤون الاقتصاد الوطني في جوانبه المختلفة نظرا للدور المتعاظم الذي يقوم به في خدمة التنمية الوطنية.
4. توظيف الفنون والأشكال الإعلامية المختلفة وتقديم عمل إعلامي يتناسب مع متطلبات العصر ويلبي حاجة القارئ الرقمي ووسائل الإعلام المختلفة التي تمثل وكالة السودان للأنباء مصدرا رئيسيا لها للحصول على الاخبار.
5. مواكبة المستجدات فيما يلي الوسائل والأدوات والاستفادة في الوسائط المتعددة وتقنيات الذكاء الاصطناعي لتقديم مواد إعلامية متنوعة تتناسب مع تاريخ وسمعة سونا.
6. التركيز على القضايا الاقتصادية الأكثر أهمية كالاستثمار والصناعة والتنمية الزراعية وغيرها من الأنشطة التي يذخر بها السودان والتي تمثل عماد التنمية المستدامة.
7. تشجيع البحوث والدراسات العلمية الإعلامية التي تتناول تاريخ الوكالة ومراحل تطورها ودورها في تغطية الأحداث الوطنية المهمة وذلك لتقديم الفوائد للباحثين والطلاب والتوثيق للوكالة.

## قائمة المراجع:

1. السيد أحمد المصطفي، البحث الإعلامي، منشورات قاريونس، بنغازي، الجماهيرية العربية الليبية 1994.
2. خالد عبد اللد درار، البحث العلمي في الاتصال الجماهيري، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم 2012.
3. محمد بن عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية: أسسها وأساليبها ومجالاتها، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، الرياض، الطبعة الثانية 2004.
4. سهام حسن علي الشجيري، وكالات الأنباء والتحكم الإخباري دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، الطبعة الأولى 2014.
5. الموقع الرسمي لوزارة الثقافة والإعلام السودانية على شبكة الإنترنت.
6. أسامة غازي المدني، اتجاهات النخبة الاقتصادية السعودية نحو معالجة المواقع الإلكترونية السعودية على شبكة الإنترنت للأزمة المالية العالمية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى، الرياض 2009.
7. رسلان خضور وغسان إبراهيم، علم الاقتصاد، الجامعة السورية الافتراضية، الجمهورية العربية السورية، 2020.
8. حيدر علي الأسدي، علم الاقتصاد الإعلامي ودوره في تنشيط اقتصاديات البلدان، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، الطبعة الأولى 2019.
9. أريج سليمان محمود، معالجة الصحف السودانية للقضايا الاقتصادية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2020.
10. تيسير يحيى الصديق محمد زين، توظيف الصحافة المتخصصة في معالجة الأزمات الاقتصادية في السودان، مجلة علوم الاتصال، كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية، المجلد السابع، العدد الثالث، سبتمبر، 2020.
11. هديل محمد عفيفي، القضايا الاقتصادية كما يعكسها الأهرام الاقتصادي في مرحلة ما بعد 25 يناير، العدد الثامن عشر، الجزء الأول، 2017.
12. ر.اللا أحمد محمد عبد الوهاب، أطر معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع المحلية والعالمية ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي، مجلة البحوث الإعلامية، العدد الخامس والخمسون، الجزء السادس، أكتوبر 2020.
13. جيهان سيد أحمد يحيى، التعرض للقضايا الاقتصادية عبر وسائل الإعلام الرقمي وعلاقته بمستوى الثقة في الأداء الاقتصادي لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، العدد الرابع والخمسون، الجزء الثاني، يوليو 2020.
14. سهام سلمى عبد الله السنيد، دور التلفزيون الأردني في معالجة قضايا الاقتصاد الوطني من وجهة نظر رجال الأعمال الأردنيين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2021.
15. شيماء محمد حسنين، دور المعالجة الإخبارية للقضايا الاقتصادية المحلية في القنوات الإخبارية والمواقع الإلكترونية المصرية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحن أداء الحكومة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة،

16. دعاء عادل حمود، أطر تقديم القضايا الاقتصادية والاجتماعية بعد الثورة في المواقع المصرية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد الثاني،
17. سمية بن عمر وكريمة عرامة، المعالجة الإعلامية لقضايا التنمية الاقتصادية بالجزائر خلال جائحة كوفيد 19، مجلة الإحياء، المجلد 22، العدد 30، يونيو 2022.
18. شيماء عبد الحميد عبد الغني، المعالجة الإعلامية للأزمة الاقتصادية العالمية في المواقع الإخبارية الدولية في ضوء استخدام البلاغة الرقمية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد 2024، الجزء الأول، العدد 86، يناير 2024.
19. بكري المكي، الصحافة السودانية، كلية الإعلام، جامعة السودان المفتوحة، 2021.
20. صلاح عبد اللطيف، الصحافة السودانية تأريخ وتوثيق - 1899 - 1989، الخرطوم.
21. الموقع الرسمي لوكالة السودان على شبكة الإنترنت.
22. صلاح عبد اللطيف، مرجع سابق.
23. رسلان خضور، مرجع سابق.
24. إبراهيم أحمد إبراهيم، اقتصادات صناعة الصحافة، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى 2009.
25. حيدر علي الأسدي، الإعلام الاقتصادي، دار أمجد للنشر والتوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية، الطبعة الأولى 2019.