

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

المؤتمر الثاني لمديري مكاتب سونا بالولايات

بالتعاون مع المكتب الصحفي برئاسة الجمهورية

ورقة بعنوان:-

مستقبل وكالات الأنباء في ظل التطورات التقنية (سونا نموذجاً)

إعداد الدكتور/ أحمد خليل حامد
جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا



ابريل ٢٠١٢

مقدمة

يقسم العلماء عصور البشرية تبعاً لسيطرة وسائل الاتصال التي عمت في كل منها إلى ثلاثة عصور هي:-

$$\sum \text{العصر القبلي (من القبيلة)}$$
$$\sum \text{عصر جوتنبرج}$$
$$\sum \text{العصر الالكتروني .}$$

أولاً / العصر القبلي :-

هو العصر الذي كان الاتصال يتم فيه من الفم إلى الأذن . انه عصر الكلام والاتصال المباشر وشبه المباشر.

إن أكثر سمات العصر القبلي بروزاً هو انتشار الحروب والصراعات العرقية. واضمحلال المعارف وفساد القيم .
وُجد ذلك واضحاً في توصيف القران الكريم لسير الأمم السابقة والتي اعتمدت معظمها على حجة واحدة في مقاومتها للتغيير (إنا وجدنا آباءنا) .

ثانياً / عصر جوتنبرج :-

إرتبط ظهور المطبعة بالعهد الاوربي الحديث الذي يمتد من ١٤٥٠م - ١٧٨٩م وهي الفترة التي تمتد من ثورة الطباعة إلى الثورتين الفرنسية والصناعية . ذلك أن العام ١٤٥٠م هو العام التقريبي لإجاز جوتنبرج مهمته في اختراع المطبعة . وأياً كانت السنوات . فان إختراع الطباعة كان فاتحة لعهد جديد . إذ يصف الفيلسوف البريطاني فرنسيس بيكون ثلاثية المخترعات (الطباعة . البارود و البوصلة) بأنها قد غيرت كل الأشياء في كل أنحاء العالم.

بينما كتب الكاتب صويل هارتليب (١٦٤١) قائلاً: (إن فن الطباعة سوف ينشر المعرفة لدرجة أن الناس العاديين سيرفضون الحكم الاستبدادي . اذا سيصبحون بفضل الطباعة . على معرفة بحقوقهم وحررياتهم) .

فعصر جوتنبرج هو العصر الذي سادت فيه العين على كل الحواس . إنه عصر الخطوط المستقيمة المرصوفة

ووفقاً (لماكلوهان) فإن أي تطبيق تكنولوجي هو امتداد لأجسادنا . وأن مثل هذا الامتداد يتطلب بالضرورة علاقات جديدة وألواناً من التوازن بين الأعضاء الأخرى للجسم. وهي النقطة التي أشار إليها هيزنبرج في كتابه (الطبيعة في الفيزياء المعاصرة) عندما ذهب إلى أن التقدم التكنولوجي لا يؤدي فقط إلى تغيير عاداتنا وسلوكنا . بل يؤدي كذلك إلى تغيير تفكيرنا وقيمنا.

وتشير الحقائق إلى أن القرون الخمسة التي تلت ظهور المطبعة قد تركت بصمات واضحة على جدر الحضارة الإنسانية . فإذا نظرنا إلى الطباعة باعتبارها مجرد وسيلة لتخزين المعلومات واسترجاعها . فإننا نجد أنها قد خلفت تأثيرات هائلة على البناء الاجتماعي للإنسانية فهي :-

تعد أول ميكنة حقيقية لمهنة معقدة نسبياً هي مهنة الإخبار في الفكر.

أعادت الطباعة تشكيل حوار إنساني تخطى حواجز المكان والزمان.

أسهمت الطباعة في فصل الشعرية عن الغناء . وفصل النثر عن البلاغة وفصل اللغة العامية عن لغة المتعلمين حتى أنه أصبح بالإمكان :-

- قراءة الشعر دون سماعه.

- العزف على آلة موسيقية دون أن يصاحب هذا العزف قصيدة شعرية
(بتهوفن باخ ... وغيرهم).

وقد أشارت كثير من الدراسات التي تناولت وسائل الاتصال من وجهة نظر علم الاجتماع ، أشارت دون موارد إلى مواضع التأثير السيكولوجي والاجتماعي للمطبعة على المجتمع ، فتمثل أبرز أشكالها في :-

∑ ظهور القوميات :-

لقد مكنت الكلمة المطبوعة الجماعات من إيجاد إطار فكري تتحلق حوله بدلا عن مظلة القبيلة . فالتوحيد السياسي للسكان من خلال اللغات العامية والتجمعات اللغوية كان أمرا غير معقول قبل أن تحول الطباعة كل لغة عامية إلى وسيلة اتصال جماهيري ممتدة. فتفجرت القبيلة - كشكل ممتد للأسرة ولروابط الدم - بفضل الطباعة . ثم ما لبثت أن حلت محلها روابط اجتماعية متجانسة مولفة من أناس تم تأهيلهم لأن يكونوا أفرادا.

∑ توسع التعليم ومحو الأمية:-

أضفت حروف الطباعة على الإنسان شخصية قوية ، إذ منحته شجاعة التعبير في مجال الكتابة والحديث. وقد كان تأثير ذلك واضحا ، فقد ظهرت معايير أخلاقية وقيم نبيلة للكتاب والقراء ، وهى قيم ما كان للفرد فرصة للتباهى بها في عصر القبيلة . والحق يقال ، أنه ما زال هنالك من يتمنون أنه لو لم يظهر العصر الذى كانت الطباعة فاتحته ، فكما كل القصص فان لقصة الطباعة جانب آخر مأساوى . يمكن استعراضه على النحو التالى:

فقد استهجن النساخون - الذين هددت الطباعة عملهم - مجئ المطبعة منذ البداية .

وبالنسبة الى رجال الكنيسة فقد حرمتهم المطبعة من جوانب كثيرة متعلقة بصناعة المرجعية الدينية التى كانوا يتمتعون بها. ذلك أن المطبعة سوف تمكن القراء ذوى المكانة المتدنية فى الهرم الاجتماعى والثقافى ، من دراسة النصوص الدينية بانفسهم . دون الاعتماد على المرجعيات . و حتى بالنسبة للحكومات ، لم تكن الطباعة محل ترحيب .

ورغم كل ذلك توسعت الكلمة المطبوعة . وبتخطيها للحدود المعرفية للسكان بما يجري خارج قراهم وبلدانهم ، بدأ الناس يهتمون بما يحدث فى الأماكن الأخرى ، فتسارع إنشاء دور الطباعة فى المدن التجارية ، لتصبح معرفة القراءة والكتابة مهارة مهمة ولدت الرغبة فى التعليم ، وغيّرت بطريقة غير مباشرة البنية الاجتماعية.

∑ نمو الأسواق الجماهيرية :-

لقد أحدثت الطباعة تأثيرا اجتماعيا واقتصاديا هاما تمثل فى ظهور الصناعة ونمو الأسواق الجماهيرية. إذ أطلقت المطبوعات وما صاحبها من قراءة ، أطلقت الطاقات السيكولوجية والاجتماعية الهائلة للناس خلال عصر النهضة. فانفك الأفراد من قيود جماعاتهم التقليدية مما قادهم إلى تجريب المخاطر والمغامرة فى مجالات الصناعة والتجارة . فأوجدت هذه الأسواق الجماهيرية حاجة فعلية فى أنفس الناس ورغبة حقيقية لتخطي borders الحدود .

فخلال مسيرة الإنسانية فى العصر القبلي كان الآخر يمثل دائما شكلا من أشكال التحدي . فثقافة القبيلة تمثل سلسلة من الأسوار يعيش خلفها شكل آخر من المجتمع. فكان ذلك أقوى سبب لظهور الحاجة إلى المعلومات ، ودخول المعلومات من بعد ذلك إلى باحة السلع.

ولكن ذلك لم يدم طويلاً فبدخول عصرNew Papersحينها بدأ النساخون فى إصدار وريقاتهم الإخبارية

جوتنبرج تحول الإعلام إلى الشكل المطبوع فجعل ذلك بظهور الطرق في القرن الثامن عشر. فظهرت في العقود القليلة التالية إبتكارات عديدة في صناعة الإتصال نتيجة لطلب السوق الإستهلاكية . وذلك من خلال الرغبة في الحصول علي المعلومات بشكل فوري ودقيق . والإتصال مع أماكن بعيدة جغرافياً بغية الحصول علي خدمات سريعة حول بعض الموضوعات . مثل (شراء السلع ، البضائع ، المعاملات البنكية ، التعرف علي نظم البيئة وتغيراتها المحتملة) فلعب ذلك دوراً محورياً في ظهور مؤسسات تتجر في المعلومات كسُلع ، هي وكالات الأنباء.

وكالات الأنباء :-

كان من نتاج حراك المجتمعات في المجالات السياسية ، الاقتصادية والفكرية في أوروبا الغربية في بدايات القرن التاسع عشر ، أن بدأ تدفق المعلومات كمنتوج جانبي لهذا الحراك بغزارة . فتوسع نطاق النظام الإخباري في كل من فرنسا - بريطانيا - ألمانيا - فظهرت وكالات الأنباء كمؤسسات تلعب دور الوسيط في توفير المعلومات الأساسية لوسائل الإعلام.

Havas وكالة هافاس

(Agance France Press (AFP) (وكالة الأنباء الفرنسية لاحقاً)

هي أول وكالة أنباء تظهر في العالم . أنشأها هافاس 1835

Associated Press AP م_وكالة أسوشيتد برس 1848

ومن أكثرها نفوذاً وهي تخضع للملكية تعاونية لوسائل الإعلام الأمريكي . أوسع مؤسسة إخبارية في العالم - كان ظهورها بعد أربعة أعوام من ظهور التلغراف. مقرها الرئيسي مدينة نيويورك .

Reuters وكالة رويترز :

أسسها بول جوليوس رويترز في لندن عام 1851م . وقعت الوكالة عقود تبادل مع كل من (هافاس) في باريس ووكالة (وولف) في ألمانيا . فانتع نشاطها ليغطي الهند وأستراليا ونيوزيلندا والشرق الأقصى.

United Press International وكالة يونايتد برس إنترناشيونال

تأسست في يونيو عام 1907م وهي الوكالة الوحيدة التي تخضع للملكية الخاصة . فقد أسسها ناشرمجموعة صحف (سكربيت هاوارد).

- TASS وكالة تاس السوفيتية

- Xinuha1931 وكالة أنباء الصين الجديدة .

ثالثاً / العصر الإلكتروني :-

وهو عصرنا الذي نعيشه . إنه عالم الفواصل الذي ألغى الخطية المؤدية إلى التحجر والجُمود. لقد وضع هذا العصر حداً لسيطرة العين على سائر الحواس ليعيش الإنسان عالمه بكل حواسه . ذلك أن طريقة نقل المعلومات هي التي تؤدي إلى تنوع السلوك الإنساني. فمضمون الرسالة (أيا كانت) ليس مهماً بقدر أهمية نوعية القناة أو الوسيلة التي تنقلها. وقد عبر (ماكلوهان) عن هذه الحقيقة بعبارته الشهيرة (الرسالة هي The Message is The Media الوسيلة

ومن ناحية أخرى فإن قراءة تاريخ الإعلام يشير إلى أن المعلومات لم تستطع أن تكون أسرع من حاملها إلا عندما ظهر التلغراف . وبظهوره استطاع الإعلام أن ينفصل عن دعاماته الصلبة (الحجر ، الجلود ، وورق البردي ، وغيرها).

وأن الوسائل كامتدادات لحواسنا . تقيم دائما علاقات جديدة ليس فقط بين حواسنا ولكن فيما بينها أيضا . (كما تسبب في تغييرات جذرية في برامج (life) فقد أدى ظهور التلفزيون إلى موت اشهر المجلات في أمريكا الراديو وفي شكل الرواية التسجيلية أو الوصفية .

ومن قبلها كان تأثير الإلثة ظاهراً في أوروبا على المستوى الثقافي إذ تغيرت الرقصات لتغدو شبيهة بحركة (Rock & Roll) بدلا عن (الروك أند رول Twist) فيما عرف برقصة (التويست wheel العجلة)

والحقيقة الأكثر أهمية في حياتنا اليوم هو أن القسم الأعظم من المعلومات والمعارف الإنسانية تخزن كوثائق ورقية وسيبقى ذلك إلى زمن آت . ولكن أهمية الورق كأداة للحصول على المعلومات وحفظها وتوزيعها بدأ في التضاؤل بفعل تأثير العصر الالكتروني. إذ أن وثائق المستقبل المخزنة رقميا سوف تتضمن (صورا ، فيديو ، تعليمات برمجية تفاعلية ، رسوم متحركة ، أو جميع لكل هذه العناصر) وهو ما يعجز عن أدائه تكنولوجيا الورق بكفاءة عالية.

أن الوسائل والتكنولوجيات الجديدة التي تمر بها أنفسنا هي عبارة عن جراحة ضخمة تجري على الجسد الاجتماعي بدون تعقيم مما يتطلب منا التبصر والدراسة العلمية لأثار التكنولوجيا على مسارات التطور الإنساني.

فقد وفرت التحسينات المتفرعة من تكنولوجيا الحواسيب والشاشة كتابا إلكترونيا شاملا خفيف الوزن (وأصبح بإمكان القارئ تقليب صفحاته أما بإصبعه أو بأوامر صوتية للبحث عن المقاطع أو e-book الصفحات التي يريدتها ، وستصبح أي وثيقة على الشبكة متاحة عن طريق هذا الجهاز والواقع المثير في التوثيق الرقمي هو إعادة تعريف مصطلح (الوثيقة) ذاتها.

وسوف تترتب على ذلك نتائج عميقة الأثر . إذ سيتعين علينا أن نعيد التفكير فيما نقصده من كلمات مثل (مؤلف - ناشر - مكتب - فصل دراسي - كتاب مدرسي وغيره.)

لقد أدرك الكثيرون حاجتنا إلى أشكال جديدة من المؤسسات الإخبارية التي نستطيع تلبية المتطلبات الجديدة التي أوجدتها التحسينات المتوالية في تكنولوجيا الحواسيب فظهرت وكالات أنباء جديدة بوظائف متنوعة أشهرها .

∑ Bloomberg وكالة بلومبيرج

تأسست عام 1981 في نيويورك . أسسها مايكل بلومبيرج لتلبية الحاجة الماسة لأخبار التجارة والتسويق والاقتصاد . تقدم الوكالة خدماتها لمشتركيها عبر كل القنوات التكنولوجية المتاحة على مدار 24 ساعة

وقد تزامن مع ذلك تأسيسه مؤسسة أطلق عليها Bloomberg L تحول إسمها في عام 1986 الى . مؤسسة الاسواق المبدعة Innovative Market Systems

تقدم الوكالة خدماتها بخمس لغات هي (الإنجليزية - الفرنسية - الأسبانية - الألمانية - اليابانية) ويصل مشتركيها من المؤسسات والأفراد إلى حوالي 7400 مشترك يتوزعون في واحدة وتسعين دولة .

وتركز الوكالة تغطياتها على المواضيع الاقتصادية والتجارية وأسواق المال والتكنولوجيا وأسواق الأسهم.

أطلقت وكالة بلومبيرج أول خدمة تلفزيونية عام 1994م بعنوان (أخبار بلومبيرج التجارية) وتبع ذلك ظهور (تلفزيون معلومات بلومبيرج) وأخيرا (تلفزيون معلومات بلومبيرج الاوروبى) ويصل بث تلفزيون بلومبيرج إلى حوالي مائة مليون مشترك حول العالم . تقدم لهم ثلاث ساعات ونصف من البرامج التلفزيونية. (أخبار بلومبيرج التجارية/ وتلفزيون مشاريع بلومبيرج التجارية الصغيرة. / تلفزيون بلومبيرج الشخصى) .

∑ Dow Jones & Company وكالة داو جونز أند كومباني

كأهم مجلة The Wall Street Journal مجلة تأسست الشركة عام 1882م أصدرت عام 1889م
اقتصادية عالمية فى عصر جوتنبرج .

ولكن نتيجة لتأثير العصر الإلكتروني على مجمل أشكال الاتصال فى العالم أصدرت المجلة طبعة آسيوية
فى عام 1976 ، والطبعة الأوروبية فى عام 1983م وإضافة إلى هذه ، أصدرت الوكالة مجلات أخرى مثل
Barron / Far Eastern Economic Review

بعد ظهور بلومبيرج بدأت داو جونز فى تحسين خدماتها خوفاً من منافسة بلومبيرج فتملكت نصف أسهم
الأوروبية والآسيوية ، وفى عام 1999م دخلت داو جونز فى شراكة مع رويترز أسست بموجبها CNBC شركة
خدمة الكترونية متطورة عنيت بالمال والأعمال . وتعرف شركة داو جونز بمقياسها الصناعي المسمى (معدل
Dow Jones Industrial Average داو جونز الصناعي)

عصر التقارب التكنولوجى

حكى الأسطورة أن آرشميدس قال مرة (أعطني نقطة إرتكاز وسوف أرفع لك العالم) ولكن يبدو أنه لو عاش
بيننا اليوم ونظر إلى الوسائل الرقمية لقال (سأخذ عيونكم ، أذانكم أعصابكم ، كنقاط إرتكاز) وسوف
أحرك لكم العالم بالمعدل وبالطريقة التي أريدها . وهى حكاية لها دلالات عميقة فى عالمنا المعاصر .

يخبرنا التاريخ أن تأثيرات العصر القبلي قد استمر لأكثر من ثلاثة آلاف سنة . بينما توقفت تأثيرات عصر
جوتنبرج عند حوالي خمسة قرون . لتنتقل الإنسانية الى العصر الإلكتروني الذى لم يمض عليه أكثر من
Alvin Toffler / Alvin Toffler / خمسة عقود حتى بدأنا نستشرف عصر آخر . فلو كان علماء المستقبلات من أمثال
George Orwell/Marshal Mc Luhan أحياء الآن لأضافوا الى عصور البشرية الثلاثة عصر رابعاً
وأطلقوا عليه :

Technological Convergence Era عصر التقارب التكنولوجى

Multimedia وهو العصر الذى نعيشه الآن . عصر أصبح من أبرز سماته إنتشار الوسائط المتعددة
Interactive Technology بتكنولوجياتها المتفاعلة

والتي تنفذ ما يطلب منها فى أى وقت . فهى متجاوبة مع احتياجاتنا وجداول توقيتنا الشخصى . وهى
Main Stream Media (MSM) تكنولوجيا ستلعب أدواراً حاسمة فى فى تغيير هياكل الاعلام التقليدى
من خلال الانماط الاعلامية الجديدة التى أوجدتها بأسماء عديدة منها :-

Online Media أو The We Media .

وتتصف هذه الانماط بثلاثة ملامح هامة :-

الأول - إن هذا النوع من الإتصال يجعل المرسل والمستقبل بعيدين كل البعد عن بعضهما من حيث المكان والزمان .

الثاني - تستطيع الماكينة أن تمنح الرسالة صفة الديمومة ، وذلك عبر إنتاجها وحفظها على الورق والأقراص الممغنطة أو
عبر مادة أخرى .

الثالث - تستطيع (الألة) تمديد الرسالة (بالتضخم أو الإرسال عبر المسافات).

(. وقد يكون المرسل معروفاً فى حالات E - Conference / E. Mail وهى يمكن أن يكون المرسل فرداً أو مجموعة من الناس)
(. وفى الجانب الآخر ، فإن القنوات فى هذا النوع من الاتصال Chat Groups) أو غير معروف فى حالات أخرى مثل (E. Mail مثل)
محددة جداً. ذلك أنه فى الإتصال الشخصى يستطيع المرسل أن يستخدم عدة وسائل . إلا أنه فى هذا النوع من الإتصال لا
Telephone through the Internet يستطيع غير أن يستخدم جهازاً واحداً أو جهازين اثنين)

والرسالة فى هذا الوضع . يمكن أن تكون رسالة خاصة أو عامة . وهى - غالباً - رخيصة فى إنتاجها . بينما يمكن أن يكون
رجع الصدى مباشرة أو متأخراً قليلاً .

مثلما يحدث في الإتصال الشخصي ، أو أن يكون Semantic أما التشويش في هذا الوضع فقد يكون تشويشا لغويا تشويشا ميكانيكي ناجماً عن تداخل أجزاء الرسالة نظراً للصعوبات التي تواجه الآلة .

وتندرج تحتها قنوات اعلامية ومعلوماتية عديدة أشهرها :-

■ The Websites

لقد درجت كثير من الشركات الدولية على جعل مواقعها الالكترونية واحات للزبائن . كما تقوم شركات أخرى (مثل شركات الادوية) بجعل مواقعها مصادر حقيقية للاعلام من خلال المعلومات المتوفرة بها .

■ Free Correspondents

وهم مجموعة من الهواة يوجدون في مواقع الاحداث فيمدون وسائل الاعلام بتقارير حية مصورة عن تلك الاحداث ، فتبنى الوسائل قصصها الاخبارية على تلك التقارير .

■ Blogs

عبارة صحف حائطية- بمفهومها القديمBlogs .والWeblogتولد هذا المصطلح من دمج لكلمتي MySpace ,Face book إلا أنها تحرر الكترونيا وتقدم لجمهور افتراضى عبرالمواقع الاجتماعية مثل (تعليقاتBlogs وغيرها. وفى احيان اخرى قد لاتكون صحيفة بالمفهوم المتعارف عليه . بل يمكن أن يحوى ال المتصفحين لموضوع من الموضوعات .

ولقد أصبحت هذه المواقع الآن تمثل مصادر للصحافيين لكثير من الاخبار التراجيدية والكوارث الطبيعية

■ Pod casting Portable on Demand Casting

وهى وسيلة اعلام رقمية تبث عبر الانترنت برامج مسموعة ومرئية ويمكن الاستماع اليها iPod ,MP3 . Portable Media Player او مشاهدتها باستخدام بعض البرمجيات مثل Apple Inc.وهى برمجيات طورتها شركة

■ RSS - Really Simple Syndication

وهى طريقة أسهل من الشرح. إذ أنه ما عليك الا أن تشترك فى موقع مستخدما لتتلقى الاخبار عبر المراسلين المتطوعين حول Aggregatorبرنامج قارىء يسمى الجمع العالم

وهى كما نلاحظ انماطا اتصالية تلعب دورين مختلفين .

تقوم بوظائف وسائل الاعلام بشكليه (المكتوب والالكترونى) We Media فكل أشكال ال بشكل تفاعلى .

Free Resources كما أنها أصبحت تشكل مصادر معلومات مجانية لوسائل الاعلام الاخرى . وهما أمران يهددان مسيرة وكالات الأنباء بنماذجها القديمة بشكل فعلى .

وكالة السودان للأنباء وعصر التقارب

لا أود أن أكتب عن نشأة وتطور (سونا) حتى لا أصبح كمن يبيع الناس أشياءهم . ولكن دعونا ننظر فى الوكالة فى ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة .

فوكالة السودان للأنباء (سونا) هي وكالة الأنباء الرسمية السودانية وهي هيئة عامة مستقلة. مقرها

الرئيسى بولاية الخرطوم. ولها مكاتب فرعية في الولايات. تم تنظيمها بموجب قانون «قانون وكالة السودان للأنباء لسنة ١٩٩١». الوكالة عضو في اتحاد وكالات الأنباء العربية.

أغراض الوكالة:

Σ جمع الأخبار من داخل السودان وخارجه ونشرها على أجهزة الإعلام والجمهور داخل السودان وخارجه

Σ تغطية الأخبار العالمية والعمل على نشرها داخل السودان

Σ الحصول على الأخبار العالمية من مكاتبها الخارجية أو من الوكالات والإذاعات والمراسلين ونشرها وتوزيعها داخل السودان

Σ تبادل الأخبار مع وكالات الأنباء الأخرى المحلية ، أو الإقليمية أو العالمية

Σ توثيق أوجه التعاون مع وكالات الأنباء الإقليمية والعالمية وتدعيم الروابط بمجمعات الأنباء الإقليمية والعالمية

Σ مراعاة القيم والتقاليد الأصيلة للشعب السوداني. في جميع الأخبار ونشرها وتوزيعها

Σ تحقيق سياسات الدولة المرسومة ومراعاة مصالح الوطن في جميع الأحوال

Σ تطوير مركز للمعلومات والبحوث لخدمة أغراضها أو خدمة أى جهات أخرى تحتاج لمثل هذه المعلومات والبحوث

Σ العمل على خلق كادر صحفى مدرب ومقتدر في مجال أغراضها

Σ القيام بكل الأعمال والمهام الإعلامية والأخبارية أو أى أعمال أخرى متصلة أو متعلقة بها .

تصلح ملاحظة العالم (أرنولد توينبى) فى توصيف حالنا والاخرين اليوم . فقد قال (أن التأريخ قد أثبت فى مرات كثيرة أنه عندما تلتقى حضارة ومجتمع قبلى . فإن المجتمع الأبسط هو الذى تتحلل مؤسساته وتنهار أسس إقتصاده بسبب الطاقات النفسية التى تطلقها الحضارة).

واليوم فإننا فى العالم الثالث قد أصبحنا - بفضل التكنولوجيا - نجاور تماما . بل ونطلّ فى كل حين على الحضارة الغربية المادية عبر بواباتها الالكترونية. مما يحتم علينا فى السودان إعادة تحديد أغراض الوكالة بشكل يمكنها من المنافسة والحياة بعيدا عن الدعم الحكومى . فقد إنتهى العهد الذى كنا نجادل فيه الآخرين عن التدفق المتوازن للمعلومات (عالم واحد و أصوات متعددة) .

إن القراءة التحليلية لأغراض الوكالة يدلنا بوضوح على أنه أن لنا أن نتوقف قليلا لنندلف الى مداخل عصر التقارب التكنولوجى بوعى وتبصر (فجمع الاخبار وبيعها ، تغطية الاخبار ، الحصول على الاخبار ، تبادل الاخبار) الواردة على صدر الأغراض قد كانت أغراضا للوكالات عند نهاية الألفية الثانية . حينما كنا نعيش العصر الإلكتروني . وحينما كانت الاخبار سلعة مربحة فى عمليات الاجار .

أما اليوم فإن أهم غرض مدون فى أغراض الوكالة هو الغرض الأخير من أغراضها . والذى تمت صياغته بحياء جم . إذ جاء فيه (القيام بكل الاعمال والمهام الاعلامية والاخبارية أو أى أعمال أخرى متصلة بها .

فهل يمكن للوكالة بوضعها الحالى أن تعيش وتنافس الآخرين ؟

والإجابة الوحيدة المتاحة فى هذا العصر . أنه ممكن .

شريطة أن تستوفى الوكالة معايير الاتصال التي حددها خبراء عصر التقارب التكنولوجي في ثمان نقاط :

1. التفاعلية: Interactivity

حيث يتبادل المرسل والمتلقي الأدوار ، عليه فإنه يطلق علي القائمين بعملية الإتصال لفظ مشاركين بدلاً عن (مصدر ومتلقي) وتكون ممارسة عملية الإتصال ثنائية الإجهاد وتبادلية .

2. التفتيت: Demystification

وتعني تعدد الرسائل التي يمكن الإختيار من بينها لتلائم الأفراد والجماعات الصغيرة المتجانسة بدلاً من توحيد الرسائل لتلائم الجماهير العريضة .

3. التزامن: Synchronization

وهو تمكّن المشارك من إرسال وإستقبال الرسائل في الوقت المناسب ، كما في حالة البريد الإلكتروني ، حيث توجه الرسائل في أي وقت بغض النظر عن تواجد متلقي للرسالة في ذلك الوقت أو عدم وجوده .

4. الحركة والمرونة: Mobility & Flexibility

حيث يمكن تحريك الرسائل الجديدة بسهولة ويسر من مكان إلي آخر (الحاسب الشخصي - كاميرات الفيديو المحمولة ، الهاتف المحمول) .

5. قابلية التحويل: Convertibility

لقد أتاح الإتصال الرقمي لمستخدميه ، إمكانية تحويل الإشارات المسموعة إلي رسائل مطبوعة أو مصورة وبالعكس .

6. قابلية التوصيل: Connectivity

وتعني إمكانية ربط الأجهزة ذات النظم المختلفة ، بغض النظر عن الشركة المنتجة .

7. الإبتسار: Ambiguity

ويعني تحويل الوسائل الجديدة من مجرد كونها وسائل ترفيه وترف ، إلي وسائل ضرورية ووظيفية ، إنتشار التلفزيون المحمول ، والهاتف الخليوي .

8. العولمة: Globalization

Pod casting (نموذجاً) حيث أصبحت بيئة الإتصال متعولمة تتخطى حواجز الزمان المكان والرقابة .)

وبما أننا في السودان قد أصبح بمقدورنا اليوم تخزين المعلومات والتعامل معها عبر تقنيات الوسائط المتعددة الآتية :

1. استخدام الكمبيوتر والمعلومات الرقمية والبيث الرقمي :

إستخدام الكمبيوتر في مجال الإتصال الفضائي ومجال الإتصال المسموع والمقروء .

2. استخدام الألياف الضوئية :

Blue شاهد السودان ثورة معلوماتية حقيقية هائلة من خلال ثورة الإتصالات التي تبلورت في إستخدام الألياف الضوئية و التي تتسم بقلعة Information Super Highways (السن الأزرق) مما زاد من إستخدامات طرق المعلومات فائق السرعة Tooth التكلفة .

3. انظام الحزم الواسعة (العريضة) المدمجة: IBS:

ظلت صناعة الهاتف والكابل والإذاعة والتلفزيون والأقمار الاصطناعية ، تعمل كصناعات مستقلة نسبياً ، إلا أنها ونظراً للتطور في خدمات الألياف الضوئية ، فقد إجهت نحو التكامل لخلق مايعرف بحزم الموجات الواسعة .

∑ Integrated Broadband Systems (IBS) أنظمة الحزم الواسعة - المدمجة

∑ Integrated Broadband Network (IBN) شبكة الحزم الواسعة المدمجة

وهي أنظمه تقدم خدمات مترابطة من المعلومات والصور والأصوات ومتاحة من خلال الشبكات، ولعل أهم خصائص هذا النظام، أن خدماته ستكون متاحة للمنازل والمكاتب في المستقبل .

4. وسائل الإتصال التفاعلية :

لقد تحققت إنجازات كثيرة غطت مجالات الاتصال ، ولكن أهمها علي الإطلاق هي أنظمة الإتصال التفاعلية ، التي حولت كل العملية من كونها إتصالاً (أحادي الجانب) إلي تواصل (تفاعلي) .

لهذا ، فإنه بإمكاننا دخول سوق الميديا العالمى بقدرة تنافسية عالية شريطة أن تبنى تلك الخطوات على أسس علمية .
وحتى يتم ذلك تتقدم الورقة بمقترحاتها فى هذا الأمر .

مقترحات الورقة :

تتقدم الورقة بمقترحين رئيسيين هما :

∑ أن يصدر قانون للوكالة يكون بعيدا عن أبوة الدولة ليتمكنها من التنافس والحياة فى عالم شديد التغير .

∑ أن تعاد هيكله الوكالة بطريقة تمكنها من التعاطى مع منتجات الاعلام الجديد . وذلك بدخولها الى سوق الميديا الدولى بمنتجات سودانية خالصة مثل :-

١. برامج تلفزيونية
٢. أفلام تسجيلية (وروائية فى المستقبل)
٣. مشبعة بقيمنا Games. إنتاج ألعاب الكمبيوتر
٤. لاغراض التثقيف المحلى ، والمثاقفة على المستوى Computer Animations إنتاج وتسويق أفلام الكارتون الدولى .
٥. صناعة الاعلانات الساكنة والتفاعلية على مستوى الوطن العربى .
٦. القيام بأعمال الناشرين
٧. الدخول فى شركات - مع المؤسسات الدولية الشبيهة - تعطى الوكالة حق ترجمة ودبلجة منتجاتهم وتوزيعها بالأسواق العربية .
دعونا نسأل أنفسنا بصدق :-
لماذا لاتصبح سونا (عقارا إلكترونيا) فى عالم لاتستطيع أن تؤثر فيه إلا إذا أجدت صنعة منتجات الإلكترون .

والله ولى التوفيق

مراجع الورقة

١. بيل جيتس ، المعلوماتية بعد الانترنت (طريق المستقبل)
٢. توبى أ. هف ، فجر العلم الحديث .
٣. حسن محمد الزين مدنى ، الاتصال الدولى .
٤. فرانك كليش . ثورة الإنفوميديا (الوسائط المعلوماتية وكيف تغير عالمنا وحياتك)
٥. الطيب على عبد الرحمن. العولة (قدر أم اختيار)
٦. مارشال ماكلوهان . كيف نفهم وسائل الاتصال .
Michio Kako ,Visions ,

How Science Will Revolutionize the 21st Century and Beyond

Alvin Toffler , Future Shock

Richard J. Barents & Ronald E. Muller Global Reach : The Power Of the Multinational Corporations