

جامعة مولود معمري تيزي وزو
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
فرع علوم الإعلام و الاتصال



العنوان :

واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في وكالات الأنباء
- دراسة حالة وكالة الأنباء الجزائرية -
- خلال الفترة 2018 / 2019 -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ 2019/11/03

أمام اللجنة المكونة من السادة :

الأستاذة :(موكس).....رئيسا

الأستاذة :(عليش).....مشرفا

الأستاذ :(صديقي).....مناقشا

إشراف الأستاذة :

إكرام عليش

إعداد الطالبين :

- نورالهدى حمو

- مجيد بركان

شكر و تقدير

أشكر الله عز وجل الذي أنعم عليّ بنعمة العلم ووفّقني لإنجاز هذا العمل

المتواضع.

كل الشكر و التقدير لأستاذتي : إكرام عليش عليّ توجيهاتها العلمية القيمة

و دعمها المعنوي الكبير.

الشكر موصول إلى كل ما ساهم في إنجاز العمل

الطالبين

الإهداء

إلى نرجس المحبرة... و فيض الحنان الذي لا يقف في طريقه حائق...

إلى والدي الكريمين أطال الله في عمرهما...

و إخوتي لامية و شمزاناد ...

إلى أعمر صديقاتي هاجر و رفيقة و فتية...

نور الهدى

الإهداء

أحمد الله عز وجل على عونه لإتمام هذا العمل

إلى الذي وهبني كل ما يملك حتى أحقق له أماله على من كان يدعيني قدما

نحو الأمام لنيل المبتغى إلى الإنسان الذي يمتلك الإنسانية بكل قوة إلى الذي

سهر على تعليمي بتضحيات جسام مترجمة في تقديمه للعلم إلى مدرستي

الأولى في الحياة

أربي الغالي على قلبي رحمه الله وأسكنه فسيح جنانه

إلى التي وهبت فلذة كبدي كل العطاء والحنان إلى التي صبرت على كل

شيء التي رحمتني حق الرحمة و كانت سندي في الشدائد و كانت دعواتها

لي بالتوفيق تبرعني خطوة بخطوة في عملي و حياتي إلى أمي اعز ملاك على

القلب و العين أطال الله في عمرها

إلى كل محابتي اهدي هذا العمل المتواضع

ملخص الدراسة

باتت تكنولوجيا الاتصال الجديدة تلعب دورا بارزا في حياة الأفراد و المجتمعات جعلتها تدخل العديد من المؤسسات باختلاف نوعية عملها وذلك لمواكبة التطورات الحديثة ومحاولة الخروج من النظام الكلاسيكي في الاتصال واقتناء وسائل حديثة مكنتها من التجديد والتنويع في مصادر المعلومة.

وتعد عملية استخدام تكنولوجيا الاتصال في المؤسسات الإعلامية من المتطلبات الجديدة لمجاراة التطورات الكبيرة في بنية العمل و لذلك من الواجب على إدارة هذه المؤسسات أن تعطي أهمية خاصة لتبني هذا المفهوم، كما يجب عليها أن تولد الاستعدادات لدى عاملها لتطبيقه، وأن توفر المستلزمات الأساسية والمتطلبات الخاصة لنجاحه .

هدفت الدراسة التي قمنا بها لمعرفة الدور الذي تلعبه تكنولوجيا الاتصال الجديدة وواقع استخدامها في وكالة الأنباء الجزائرية ولمعالجة الأشكال المطروحة طرحنا تساؤلات فرعية التساؤل الأول كان حول تكنولوجيا الاتصال الجديدة المستخدمة في الوكالة ، التساؤل الثاني حول تساهم هذه التكنولوجيا في زيادة فعالية الأداء داخل الوكالة التساؤل الثالث حول وضع وكالة الأنباء الجزائرية بالمقارنة مع الوكالات المتقدمة .

كما لم يكن اختيارنا للموضوع من باب الصدفة أو عشوائيا بل جاء لعدة أسباب أهمها:

من أهداف دراستنا إبراز الدور الكبير لتكنولوجيا الاتصال الجديدة في زيادة فعالية أنشطة الوكالة. الهدف الثاني رصد العوائق السلبية والآثار الايجابية عند اعتماد وكالة الأنباء الجزائرية لتكنولوجيا الاتصال الجديدة . الهدف الثالث الاطلاع المهتمين في ميدان الوكالة بأهمية الموضوع وما يمكن أن يقدمه من إسهامات فيما يخص عصره القطاع .

وكان مجتمع الدراسة من موظفي وكالة الأنباء الجزائرية (صحفي، مراسلي محررين و مترجمين ، رؤساء التحرير) وتم استخدام المنهج والعينة للوصول إلى النتائج الدقيقة واعتمادنا على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من المبحوثين

إضافة إلى الملاحظة وذلك لكشف ظروف استخدام تكنولوجيا الجديدة من خلال المرحلة الاستكشافية بهدف جمع معلومات عن تاريخ الوكالة ونشاطاتها وكذا التكنولوجيات المستخدمة .

وتم تقسيم الاستمارة إلى أربعة محاور: المحور الأول يضم البيانات الشخصية والمحور الثاني جاء لمعرفة مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة في الوكالة، محور الثالث جاء حول اثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة على أداء المؤسسة أما المحور الرابع فخاص بواقع وكالة الأنباء الجزائرية.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- أن هناك استخدام لتكنولوجيا الاتصال الجديدة في وكالة الأنباء الجزائرية وأن وكالة الأنباء الجزائرية عملت على تطوير وإدخال أحدث التكنولوجيات إلى الوكالة .

- إن العوامل الديمغرافية للمبحوثين لا تؤثر في نسبة استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الجديدة فيما يخص الأقدمية وكذا الاستفادة من التدريب والتكوين على استخدام هذه التكنولوجيات الجديدة.

- إن استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة في وكالة الأنباء الجزائرية أدى إلى تحسين مستوى أداء الوكالة حيث ساهمت في تحسين أداء الصحفيين وتحقيق الرضي الوظيفي داخل الوكالة، ولكن يبقى الأمر لا يكفي كون النقص في الدورات التدريبية داخل الوكالة يدفع الصحفيين إلى تكوين أنفسهم خارج الوكالة.

- توصلت وكالة الأنباء إلى استحضار العديد من التجهيزات و تكنولوجيا الاتصال الجديدة ومواكبة التطور ما يجعل منها متفوقة في العديد من المجالات الإعلامية ولكن مازال المشوار طويلا للحاق بوكالات الأنباء العالمية.

Les technologies de communication modernes jouent un rôle de premier plan dans la vie des individus et des communautés.

L'utilisation de la technologie de communication dans les organisations de médias est l'une des nouvelles exigences pour suivre l'évolution majeure de la structure du travail conditions spéciales pour son succès.

Le but de notre étude était de déterminer le rôle des nouvelles technologies de la réalité de son utilisation dans l'APS, ainsi que de traiter les formulaires soulèves. Nous avons pose des questions subsidiaires. Et la troisième question sur le statut de la APS par rapport aux agences développées.

Notre sélection du sujet n'était pas fortuite ou aléatoire, mais venait pour plusieurs raisons, dont les plus importantes sont :

L'un des objectifs de notre étude est de souligner le rôle important des nouvelles technologies de la communication pour accroître l'efficacité des activités de l'Agence. Le deuxièmes objectif est de surveiller les obstacles négatifs et les effets positifs lors de l'adoption de la nouvelle technologie de communication par APS.

Le troisième objectif est d'informer les personnes intéressées par le domaine de l'Agence de l'importance du sujet et de la contribution que celui-ci peut apporter à la modernisation du secteur.

La population à l'étude était composée de membres du personnel de l'APS (journaliste, correspondants, éditeurs, traducteurs et éditeurs).

La méthodologie et l'échantillon ont été utilisés pour obtenir des résultats précis. A fin de collecter des informations sur l'histoire et activités de l'Agence, ainsi que sur les technologies utilisées.

Le questionnaire était divisé en quatre axes : le premier incluait les données personnelles.

L'étude a abouti à un certain nombre de résultats, dont les plus importants sont :

- Il existe une utilisation des nouvelles technologies de communication dans l'APS et l'APS a travaillé à développer et à introduire les dernières technologies à l'agence.
- Les facteurs démographiques des répondants n'affectent pas le pourcentage d'utilisation de la nouvelle technologie de communication en termes d'ancienneté, ni les avantages de la formation et de la formation à l'utilisation de cette nouvelle technologie.
- L'utilisation des nouvelles technologies de communication dans l'APS a permis d'améliorer les performances de l'agence, contribuant ainsi à améliorer les performances des journalistes et à améliorer la satisfaction au travail au sein de l'agence, mais elle n'est pas suffisante, car le manque de cours d'eux-mêmes en dehors de l'agence.
- L'agence de presse a évoqué de nombreux nouveaux équipements et technologies de communication, en gardant le rythme du développement, le rendant supérieur dans de nombreux domaines des médias, mais il reste encore un long chemin à faire pour rattraper les agences de presse internationales.

خطة الدراسة

مقدمة

الإطار المنهجي

1. الإشكالية
2. تساؤلات فرعية
3. أسباب اختيار الموضوع
4. أهداف الدراسة
5. أهمية الدراسة
6. منهج الدراسة
7. أدوات الدراسة
8. مجالات الدراسة
9. مجتمع البحث وعينة الدراسة
10. تحديد المفاهيم
11. الدراسات السابقة

الإطار النظري

الفصل الأول : ماهية تكنولوجيا الاتصال الجديدة

المبحث الأول : مفهوم تكنولوجيا الاتصال الجديدة

المبحث الثاني : نشأة تكنولوجيا الاتصال الحديثة

المبحث الثالث: خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة

المبحث الرابع : ايجابيات و سلبيات تكنولوجيا الاتصال الحديثة

الفصل الثاني: ماهية وكالة الأنباء

المبحث الأول: مفهوم وكالة الأنباء

المبحث الثاني: نشأة وكالة الأنباء

المبحث الثالث: أقسام وكالة الأنباء

المبحث الرابع: أهم وكالات الأنباء العالمية

المبحث الخامس: خصائص و مهام وكالة الأنباء

الفصل الثالث: واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في وكالة الأنباء الجزائرية

المبحث الأول : وكالات الأنباء العربية و العالمية

المبحث الثاني : دور وكالات الأنباء و أهميتها في العملية الإعلامية

المبحث الثالث : تكنولوجيا الاتصال الحديثة المستخدمة في وكالة الأنباء الجزائرية

المبحث الرابع : برقية وكالة الأنباء

الجانب التطبيقي

- نشأة وكالة الأنباء الجزائرية

- الخدمات الإخبارية

- شبكة الاتصال

- الهيكل التنظيمي

تحليل نتائج الدراسة

- تحليل الجداول

- تحليل المقابلات

- نتائج الدراسة

- خاتمة

- قائمة المراجع

مقدمة

يعيش العالم اليوم تقدما كبيرا، حيث أصبحت المعلومة مصدرا أساسيا ذات تأثير قوي وواضح على جميع الأنشطة التي يقوم بها الأفراد أو المؤسسات وتقوم هذه الأخيرة (المؤسسات) تتوقف على امتلاكها لأكبر قدر من المعلومات ومعرفة كيفية التحكم فيها وتنظيمها ثم إرسالها، ومن أجل ذلك تم استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة لقدرتها الهائلة على التخزين وسرعتها الفائقة في الاسترجاع وبذلك دخلت تكنولوجيا الاتصال الجديدة كمبتكر جديد ضمن أهم البنى التحتية للمؤسسات وكمدخل من مداخل المؤسسة الحديثة المفتوحة التي تريد أن تواكب التطورات الجديدة، فشبكات الاتصال المتطورة بمردوديتها العالية بإمكانها تحقيق مكاسب مباشرة فهي تمكن من الاتصال بسهولة أكبر وتساهم في الوصول إلى مصادر المعلومات.

ومع المزايا الكبيرة التي تتمتع بها تكنولوجيا الاتصال الجديدة نجد أن بعض المؤسسات في مختلف بقاع العالم وبغض النظر عن نشاطها تستخدم تكنولوجيا الاتصال الجديدة في نشاطاتها لتضاف إلى سلسلة القنوات الاتصالية التقليدية المستخدمة وذلك للاتصال بالفروع والأقسام وكذا مختلف الفاعلين الداخليين أو الخارجيين على السواء.

ما كادت الصحافة تشق طريقها كوسيلة إعلام واتصال جماهيرية حتى ظهرت مؤسسات إعلامية جديدة أعطتها دفعا قويا للقيام بمهامها ألا وهي وكالات الأنباء.

ويعتبر شارل هافاس المؤسس الأول لوكالات الأنباء، فلا يمكن لأي صحيفة في العالم تريد تغطية شاملة للأحداث في حيز عملها أن تكتفي بفريقها الصحفي، فكل الصحف بما فيها الوسائل الإعلامية الأخرى (التلفزيون و الراديو) لابد أن تستعين بوكالات الأنباء المحلية أو الدولية.

والمؤسسات الجزائرية ليست بمنأى عن هذا التطور ومن ضمن المؤسسات الجزائرية التي أدركت أهمية تكنولوجيا الاتصال الجديدة و انعكاساتها على الاتصال والمؤسسة وكالة الأنباء.

ونظرا لهذا التطور، أردنا من خلال دراستنا أن نبين مدى مجارة الصحفيين الجزائريين للتقنيات الحديثة للاتصال الجديدة وتحكمهم فيها، من خلال تسليط الضوء على طبيعة العلاقة التي تربط الصحفي بتقنيات الاتصال الجديدة، وانعكاسها على الأداء الإعلامي، واستخدام الصحفيين الجزائريين لتكنولوجيا الاتصال الجديدة وهو موضوع دراستنا.

ونظرا للتجربة الفتيحة التي تمر بها الجزائر في المجال الإعلامي ولأن اغلب المؤسسات الإعلامية تعد ناشئة رغم ما حققته من تقدم، فقد اخترنا أن تكون دراستنا الميدانية، بوكالة الأنباء الجزائرية، نظرا لمالها من باع طويل في التعامل مع التكنولوجيا الاتصالية الجديدة، وإمكانيات التي توفرها الدولة لرصد ومتابعة المستجدات في هذا الميدان باعتباره جهازا تعول الدولة عليه في رسم السياسة الإعلامية والسياسية والاقتصادية، وأخيرا الانفتاح و التوسع الذي عرفه في السنوات الأخيرة بفتح المجال للإعلام على الخواص.

ولهذا سنحاول دراسة واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة في وكالة الأنباء فرع الجزائر كميدان للدراسة، بحيث نركز فيها على تكنولوجيا الاتصال المستخدمة و مساهمتها في زيادة فعالية الأداء داخل الوكالة، ولهذا فقد اخترنا لدراستنا خطة تضمنت :

- تطرقنا فيه إلى إشكالية الدراسة، مداخلها النظرية ومنهجيتها بدءا بتحديد الإشكالية و عرض أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، الدراسات السابقة مرورا بتحديد المفاهيم، ثم نتناول نقطة أخرى الإجراءات المنهجية للدراسة بدءا بمجتمع البحث العينة إلى المنهج وأخيرا الأدوات المعتمدة.

- تضمن ثلاث فصول تعرضنا في **الفصل الأول** إلى ماهية تكنولوجيا الاتصال الجديدة والذي تم التطرق فيه إلى مفاهيم عامة (المفهوم، النشأة الخصائص ، الايجابيات و السلبيات)، أما **الفصل الثاني** فيتعلق بدراسة ماهية وكالة الأنباء و الذي تم التطرق فيه إلى (مفهوم وكالة الأنباء، نشأة وكالة الأنباء، أقسام وكالة الأنباء، أهم وكالات الأنباء العالمية، خصائص ومهام وكالة الأنباء)، ويعرض **الفصل الثالث** واقع استخدام الاتصال الجديدة في وكالة الأنباء الجزائرية حيث تم التطرق فيه إلى (دور وكالات الأنباء وأهميتها في العملية الإعلامية، تكنولوجيا الاتصال الجديدة المستخدمة في وكالة الأنباء برقية وكالة الأنباء) .

- قمنا بدراسة واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة في وكالة الأنباء الجزائرية (نشأة وكالة الأنباء الجزائرية، خدمات الإخبارية، شبكة الاتصال)، إضافة إلى عرض البيانات واستخلاص النتائج من خلال عرض الجداول وتفسيرها وتحليل واستخلاص النتائج الجزئية ثم النتائج العامة.

الجانب المنهجي

- 1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
- 2- أسباب اختيار الموضوع
- 3- أهداف الدراسة
- 4- أهمية الدراسة
- 5- المنهج المستخدم
- 6- أدوات جمع البيانات
- 7- حدود ومجال الدراسة
- 8- مجتمع البحث و عينة الدراسة
- 9- تحديد المفاهيم
- 10- الدراسات السابقة

1- تحديد إشكالية الدراسة

إن الاتصال وسيلة قديمة صاحبت الإنسان في جل مراحل تكوين المجتمع البشري إذ يعتمد تفعيل العلاقات الاجتماعية بين الأفراد في مختلف المجتمعات على الاتصال بالدرجة الأولى حيث لا يمكن الاستغناء عنه فإن أي نشاط اجتماعي أو تقدم إنساني يستدعي حتما وجود هذا العنصر الهام .

كذلك هو الحال بالنسبة للمؤسسات فهي تحتاج للاتصال مهما كان نشاطها سواء اقتصادي أو إعلامي أو ثقافي...، وذلك لتوفير المعلومات والبيانات الضرورية لاستمرارية العملية الإدارية، ثم التحكم في سير هذه المعلومات داخل بناءها التنظيمي باعتبار الاتصال العملية التي يتم من خلالها نقل الرسائل وتبادلها عبر قنوات اتصالية تفرضها طبيعة العلاقات الوظيفية التي تربط مختلف أعضاء المؤسسة وذلك بغرض التأثير على سلوك الأفراد أو الجماعات، والتسيير أو التعديل فيها كذا تطوير أساليب العمل وتقوية العلاقات الاجتماعية داخل المؤسسة .

وبناء على ذلك تتشكل قنوات اتصالية عديدة تعمل على ضمان السير الحسن للموارد المادية .

والبشرية للمؤسسة في إطارها الداخلي، وحسب رضا الجمهور وولائه والاستحواذ على متعاملين جدد وكذا اخذ الروابط بالمؤسسات ذات الصلة بنشاط المؤسسة المتنوعة في إطارها الخارجي، وهذا ما يضمن لها البقاء في ظل سوق العمل والمنافسة .

فالعالم يعيش اليوم تقدا تكنولوجيا كبيرا، أين احتل فيه قطاع المعلومات والاتصالات الصدارة بين القطاعات التقليدية الأخرى، حيث أصبحت المعلومة أو المعلومات مصدرا أساسيا ذات تأثير قوي وواضح على جميع الأنشطة التي يقوم بها الأفراد أو المؤسسات أو قطاع الإعلام والاتصال، فأى مؤسسة تتوقف قوتها على امتلاكها الأكبر قدر من المعلومات ومعرفة كيفية التحكم فيها وتصنيفها وتنظيمها ثم إرسالها، ومن أجل ذلك تم استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة لقدرتها الهائلة على التخزين وسرعتها الفائقة في الاسترجاع، وقد أدت التطورات التكنولوجية الحديثة في ميدان المعلوماتية خصوصا إلى ظهور أنظمة اتصالية حديثة

تعمل على توفير الظروف الملائمة لنقل الرسائل وتداولها في أسرع وقت وبأقل تكلفة .

وبذلك دخلت تكنولوجيا الاتصال الجديدة كمدخل مهم من مدخلات المؤسسة الحديثة مهما كان نشاطها التي تريد أن تواكب التطورات الجديدة، إذ ساهم ظهور تكنولوجيا الاتصال الجديدة إلى ظهور الاقتصاد الشبكي الرقمي المفتوح، الذي نقل المؤسسة التقليدية إلى مؤسسة مفتوحة تقدم منتجاتها وخدماتها إلى كل الأفراد في أي وقت وفي أي مكان .

فلقد افرز هذا العنصر العديد من آليات تصنيع المعرفة والمزيد من الوسائل التكنولوجية الحديثة التي جعلت العالم قرية كونية صغيرة، ولعبت تكنولوجيا الاتصالات ممثلة في الانترنت دورا كبيرا في نقل الثورة المعلوماتية و التكنولوجيا من الشمال إلى الجنوب، مروراً بالشرق والغرب في نفس اللحظة وكل ذلك سينقلها إلى كافة الأنظمة السياسية والاقتصادية والاجتماعية، الثقافية والتربوية، الإعلامية والإعلانية لكل المجتمعات .

أصبحت اليوم المؤسسات تواجه شكلا جديدا من المنافسة لم يعرف من قبل حتى أن البعض اصطلح على تسمية هذا الوضع بالثورة الجديدة لتكنولوجيا الاتصال المعلومات و الاتصال، التي غيرت مجرى الحياة في جميع النواحي الاقتصادية الاجتماعية والثقافية، ونحن اليوم في عصر التكنولوجيا الجديدة (تكنولوجيا الاتصال الحديثة) أو ما يعرف باقتصاد المعرفة .

لقد أحدثت الشبكات تغيرات جذرية في كيفية نقل المعلومات ومشاركتها بين الموظفين داخل المؤسسة، مما يسير العملية الاتصالية، حيث شهدت العمليات الاتصالية تحولات جذرية من الشكل التقليدي إلى الشكل الإلكتروني، وتعمل المؤسسات بشكل جدي على دعم عملية الاتصال وتوفير كافة أسباب نجاحها، كما أنها تعمل على تحسين الاتصال الداخلي كما وكيفا، كونها تساهم بقوة في التنسيق وأداء المهام وتحقيق الأهداف، مما جعل المؤسسة أكثر تحكما في العملية الاتصالية بحيث تستطيع تحديد الأوقات المناسبة له ونوع الرسائل والقنوات الاتصالية، ويتم هذا بسرعة من أجل توفير الوقت والتكلفة .

ومع كل المزايا الكبيرة التي تتمتع بها تكنولوجيا الاتصال الجديدة ، نجد أن بعض المؤسسات في مختلف بقاع العالم وبغض النظر عن نشاطها، أنها تستخدم تكنولوجيا الاتصال الجديدة في نشاطاتها اليومية، لتضاف إلى سلسلة القنوات الاتصالية التقليدية المستخدمة، وذلك بالفروع والأقسام و كذا مختلف الفاعلين الداخليين أو الخارجيين على السواء ، فمثلا نجد أن ما يقارب 80 % من المؤسسات الأمريكية في عام 1990، كانت قد ربطت كل أجزائها وفروعها بشبكة الانترنت وأدخلتها إلى تنظيماتها المختلفة لتعرف شخصيتها وأهدافها ونشاطها، وتمارس من خلالها أعمالها وتتصل من خلالها بجمهورها المختلفة من اجل زيادة إنتاجيتها وتوفير التكاليف و الوقت .

والمؤسسات الجزائرية بمختلف قطاعاتها ليست بمنأى عن هذا التطور، إذ لو نظرنا إليها لمسنا التأثير الواضح للاقتصاد الشبكي الرقمي عليها، حيث أن هذه الأخيرة مرت بمرحلة انتقالية من فكرة كانت تعتمد فيها على طرق التسيير و الإنتاج الكلاسيكية، إلى مرحلة عصرية معتمدة على طرق التسيير العصري القائمة على منظومة الشبكات المعلوماتية من الانترنت والانترانت والإكسترنت ، وذلك خاصة بعد جهود الدولة الجزائرية عن طريق إستراتيجية نشر الحواسيب والبحث والتطوير في ميدان تكنولوجيا الاتصال الجديدة .

ومن بين أهم المؤسسات الجزائرية في قطاع الإعلام التي أدركت أهمية تكنولوجيا الاتصال الجديدة وسارعت إلى تبنيها هي وكالة الأنباء الجزائرية، فهي مؤسسة دائمة تبحث عن جديد ودائم ما تمتاز بالسرعة في نقل معلوماتها، ولكن عملية تبني المؤسسة التكنولوجيات الاتصالية الجديدة لا تعكس بالضرورة تبني الأفراد لها وهذا ما جعلنا نقف عند هذه المؤسسة لدراسة الإشكال التالي :

• ما هو واقع استخدام التكنولوجيا الاتصال الجديدة في وكالة الأنباء الجزائرية ؟

1- تساؤلات الدراسة

وتندرج تحت هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية :

- ما تكنولوجيا الاتصال الجديدة المستخدمة في الوكالة ؟
- هل تساهم تكنولوجيا الاتصال الجديدة في زيادة فعالية الأداء داخل الوكالة ؟
- ما وضع وكالة الأنباء الجزائرية بالمقارنة مع الوكالات المتقدمة ؟

2- أسباب اختيار الموضوع

تعود أسباب اختيار الموضوع إلى:

أسباب ذاتية :

- رغبتنا في معرفة وضع وكالة الأنباء الجزائرية في مجال تكنولوجيا الاتصال الجديدة .
- رغبتنا في معرفة الانعكاسات التي أحدثتها تكنولوجيا الاتصال الجديدة في وكالة الأنباء الجزائرية.
- الاطلاع على تكنولوجيا الاتصال الجديدة ومدى قدرتها على تحقيق الكثير من المنافع للوكالة.
- رغبتنا في معرفة واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة وأهم الوسائط الاتصالية على مستوى هذه المؤسسة الإعلامية.
- اهتمامنا بتكنولوجيا الاتصال وحرصه على مواكبة مثل هذه التطورات العلمية.

أسباب موضوعية:

- محاولة إضافة موضوع جديد للمواضيع السابقة من خلال تشخيص وضع وكالة الأنباء الجزائرية في مجال تكنولوجيا الاتصال الجديدة.
- قرب الدراسة مع طبيعة الماستر تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة.
- إثراء المكتبة الجامعية إلى مثل هذه المواضيع المتخصصة كمراجع.

3- أهداف الدراسة

نسعى من خلال هذا البحث الوصول إلى الأهداف التالية:

- إبراز الدور الكبير لتكنولوجيا الاتصال الجديدة في زيادة فعالية أنشطة الوكالة .
- رصد العوائق السلبية والآثار الايجابية عند اعتماد وكالة الأنباء الجزائرية لتكنولوجيا الاتصال الجديدة.
- اطلاع المهتمين في ميدان الوكالة بأهمية الموضوع وما يمكن أن يقدمه من إسهامات فيما يخص عصره القطاع .

4- أهمية الدراسة

تظهر أهمية هذا البحث من خلال حداثة الموضوع ومختلف عناصره، حيث تم الجمع بين متغيرات ذات أهمية بالغة في الوقت الراهن، وبالنظر إلى المزايا العديدة التي يمنحها التطبيق الجيد لتكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال مسايرة المؤسسة للتطورات التكنولوجية، من المهم التعرف على واقع المؤسسات محليا ومستواها في تكنولوجيا المعلومات، ومدى وعي مسيرتها بدور هذه تكنولوجيا الجديدة واستخداماتها الفعلية وذلك من أجل تحسين صورتها، خاصة بعد أن عرفت هذه التكنولوجيا تطورا ملحوظا في السنوات الأخيرة.

5- الإجراءات المنهجية للدراسة

1-6- منهج الدراسة

عند القيام بأي دراسة علمية لابد من إتباع خطوات فكرية منظمة وعقلانية هادفة إلى بلوغ نتيجة ما، وذلك بإتباع منهج معين يتناسب وطبيعة الدراسة التي سنتطرق لها.

وبذلك فقد عرف المنهج بأنه: " الأسلوب أو الطريقة الواقعية، التي يستعين بها الباحث لمواجهة مشكلة بحثه أو في دراسة لمشكلة موضوع البحث".

فالمنهج إذن هو الطريقة المتبعة للإجابة عن الأسئلة التي تثيرها إشكالية البحث، كما أن اختياره لا يأتي من قبيل الصدفة أو لميل ورغبة الباحث لمنهج دون آخر، بل أن موضوع الدراسة وأهدافها هما اللذان يفرضان نوع المنهج المناسب، وهذا الاختيار الدقيق هو الذي يعطي مصداقية وموضوعية أكثر للنتائج المتوصل إليها.

وبما أن دراستنا تتمحور حول: " واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة في وكالة الأنباء الجزائرية "، فإنها تنتمي إلى الدراسات الميدانية الشائعة في بحوث الاتصال، والتي تقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها والعلاقة بين الحقائق المرتبطة فقد حدد لهذه الدراسة منهج وفق ما تتطلبه دراسة واقع الاستخدام الفعلي لتكنولوجيا الاتصال الجديدة واثرت هذا الاستخدام على الوكالة و الاتصال، فالقيام بجمع وجرد كل المعلومات المتعلقة بالموضوع وكذا تشخيص مؤشرات الدراسة استلزم استخدام " المنهج المسحي" الذي يعني: " الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من خلال العناصر المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير مصطنعة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك.

منهج دراسة حالة

يختلف الباحثين في تحديد دراسة الحالة، هل هي منهج ضمن مناهج البحث أم أنها إحدى الطرق التي عن طريقها يتم إجراء بحث معين. أو يمكن اعتبارها إحدى أدوات جمع البيانات.

يذهب قاموس علم الاجتماع عن « Fairchild » الاجتماع إلى أن دراسة الحالة منهج في البحث الذي وضعه Fairchild طريقه يمكن جمع البيانات ودراستها، بحيث يمكن رسم صورة كلية لوحدة معينة في علاقاتها المتنوعة وأوضاعها الثقافية.

دراسة الحالة هي الدراسة التي تهتم بحالة فرد أو جماعة أو مؤسسة يصعب على الباحث استخدام المناهج الأخرى من أجل جمع معلومات عن أفراد مجتمع الدراسة بأسلوب معمق، لا يؤخذ بهذه الطريقة جميع التخصصات أو دراسة مجموعات صغيرة من أفراد أو أسلوب من أساليب البحث الوصفي، يزود الباحث ببيانات كمية و كيفية عن عوامل متعددة تتعلق بفرد أو مؤسسة أو أسرة أو عدد قليل من الأفراد أو نظام اجتماعي أو حالات محددة. تتضمن هذه البيانات جوانب شخصية وبيئية نفسية وغيرها، مما يمكن الباحث من إجراء وصف تفصيلي متعمق لحالة موضوع الدراسة.¹

لدراسة موضوع البحث، قمنا باستخدام المناهج المعتمدة في البحوث الاقتصادية والاجتماعية بصفة عامة. فبالنسبة للجانب النظري ارتأينا أن يتم تجميع أجزاء البحث لتكوين القاعدة النظرية المأخوذة من مختلف المراجع ويعتبر الأسلوب الوصفي مناسب لتقرير الحقائق والتعريف بمختلف المفاهيم ذات الصلة بالموضوع، وهذا ما يتناسب مع طبيعة الموضوع، أما في الجانب التطبيقي اعتمدنا على منهج دراسة حالة - دراسة حالة وكالة الأنباء الجزائرية " الذي يعتمد الدراسة التطبيقية بغية وصف واقع استخدام الوسائل الجديدة للاتصال واستخلاص النتائج التي تخدم أغراض البحث.

أما فيما يخص أدوات البحث والدراسة فقد اعتمدنا في الجزء النظري من هذا البحث على المسح بالاعتماد على المراجع المتنوعة ما بين الكتب والرسائل... إضافة إلى استخدام مواقع متنوعة لشبكة الانترنت، أما عن أدوات الدراسة

¹ - حورية بولعويديت: استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكرة مكملة شهادة ماجستير في الاتصال العلاقات العامة، كلية علوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2008. 2007. ص 36.

الميدانية، فتمت باعتمادنا أداة جمع البيانات من خلال الاستبيان والملاحظة والمقابلة¹.

2-6- أدوات جمع المعلومات

1-2-6 الملاحظة

تعرف بأنها تقنية مباشرة للتقصي، تستعمل عادة في مشاهدة مجموعة ما بصفة مباشرة بهدف اخذ معلومات كيفية من اجل فهم المواقف و السلوكيات.

ويعرف احمد بن مرسلي الملاحظة العلمية: " بأنها مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية، حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين وهي عملية مقصودة تسير وفق الخطة المرسومة للبحث في إطار المنهج المتبع، وهدفها ينحصر في مشاهدة الجوانب الخاضعة للدراسة".

كما تعتبر الملاحظة من الوسائل المنهجية التي يعتمد عليها الباحث في جمع المادة العلمية والحقائق من مكان إجراء الدراسة، ذلك أن الملاحظة هي: "كوسيلة بحثية تتمتع بفوائد كبيرة تميزها عن الوسائل الأخرى، حيث تعطي للباحث إمكانية ملاحظة سلوك وعلاقات وتفاعلات المبحوثين والاضطلاع على أنماط أساليب معيشتهم، تتيح للباحث ملاحظة الأجواء الطبيعية غير المصطنعة لمجتمع البحث حيث أن المبحوثين لا يعرفون أن سلوكهم وعلاقاتهم وتفاعلاتهم تحت الدراسة والفحص، لذا يكون تصرفهم طبيعيا وتكون علاقاتهم وتفاعلاتهم سليمة وبعيدة عن التصنع التكلفة"².

وقد استخدمنا الملاحظة في جمع المعلومات خاصة ما تعلق منها بخصوصية استخدام التكنولوجيا الاتصالية الجديدة من طرف الصحفيين الجزائريين وكذا تأثيرها على العمل الصحفي في الجزائر، ذلك باعتماد الملاحظة العلمية للظاهرة عن طريق وصفها محاولة معرفة العلاقات الموجودة بين عناصرها.

¹ - بوعلی فريدة، فوضیل حکیمة: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي بالمؤسسة، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات شهادة الماستر في علوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة ألكلي محند اولحاج، 2013.2014، ص 0.
² - حسن محمد الحسن : الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، ط2، بيروت، دار الطليعة، 1996، ص107.

6-2-2 استمارة الاستبيان

يعتبر الاستبيان من أكثر وسائل البيانات شيوعا واستخداما في المنهج الوصفي التحليلي، كذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين ويعتمد الاستبيان على استمارة الاستبيان في جمع المعلومات.

يعرف الدكتور محمد عبد الحميد الاستمارة على أنها أسلوب لجمع البيانات تستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة، وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات.

يعتبر الاستبيان من أدوات البحث الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية، خاصة في علوم الإعلام والاتصال، حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث، وقد استخدمنا أسلوب الاستبيان كأداة رئيسية في البحث كونه: "يساعد الباحث على جمع المعلومات من عينة كبيرة العدد مهما تميزت بالانتشار أو التشتت، بالإضافة إلى عدم تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين أثناء الاستقصاء، ويوفر كثيرا من الوقت والجهد ويساعد على تصنيف البيانات وتبويبها، مما يرفع من درجة الثبات ودقة النتائج".¹

6-2-3 المقابلة

تعتبر المقابلة من ضمن تقنيات جمع البيانات في العلوم الاجتماعية التي يفضلها يتم جمع البيانات والمعلومات بكمية هائلة حول آراء، اتجاهات، تصورات معايير... الخ المبحوثين، هذه الجوانب النفسية والعقلية التي يصعب التعرف عليها وتسجيلها عن طريق الملاحظة المباشرة وحتى استمارة الاستبيان في بعض الأحيان، وتعرف عموما بأنها: "التبادل اللفظي الذي يتخذ وجهًا لوجه بين القائم بالمقابلة وبين شخص آخر أو أشخاص آخرين".²

إن علاقة وجه لوجه التي تنتجها المقابلة تجعلها أداة مرنة، هذه المرونة تمكن الباحث عموما من استطلاع الإجابة والبيانات من المبحوث نفسه دون الاعتماد على الآخرين، ومن المعروف أن هناك عدة أنواع للمقابلات العلمية يختلف

1 - محمد عبد الحميد: دراسات الجمهور في وسائل الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1993، ص 18.
2 - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في البحوث الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2001، ص 55.

استخدامها باختلاف الغرض من ذلك، وقد استخدمنا هذه الدراسة نمطين من المقابلة¹.

7- مجالات الدراسة

لهذه الدراسة ثلاثة مجالات هي :

✓ **المجال الجغرافي** : للوصول إلى معلومات وحقائق عن موضوع الدراسة المتمثل في استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة في وكالة الأنباء الجزائرية من بئرمرادرايس ودالي إبراهيم (نموذجاً) ومن خلال تحديد العينة من الصحفيين العاملين في الوكالة اتجهنا إلى هذه المؤسسة لكونها المكان الأكثر الملائمة لهذه الدراسة .

✓ **المجال البشري** : ويتضمن جمهور البحث الذين شكلتهم الدراسة من الصحفيين مستخدمي تكنولوجيا الاتصال الجديدة كمصادر للمعلومة الصحفية.

✓ **المجال الزمني** : وهي الفترة الممتدة من بداية الدراسة إلى الحصول على النتائج يعني المدة المستغرقة في الدراسة الخاصة بالجانب الميداني حيث بدأت زيارتنا في المقر الرئيسي لبئرمرادرايس من بداية شهر افريل للتعرف على الصحفيين في مقر عملهم.

فيما قمنا بزيارة مقر الوكالة الخاص بالسبعي البصري لدالي إبراهيم في بداية شهر ماي أين استطلعنا على كل مجريات العمل الصحفي وكانت الزيارة في المقرين أكثر من ثمانية مرات لتسهيل بناء الاستمارة الاستبيان ليتم توزيعها 2019/05/13 وتم استلامها في يوم 2019/ 05/ 19 لتتم بعد ذلك عملية التفريغ وتحليل البيانات .

8- مجتمع البحث و العينة

تحديد عينة الدراسة

العينة هي جزء من المجتمع الكلي المراد تحديد سماته بنسبة مئوية يتم حسابها طبقاً للمعايير الإحصائية و طبيعة مشكلة البحث ومصادر بياناته.

والعينة هي مجموعة من الوحدات تخضع للدراسة التحليلية أو الميدانية ويجب أن تكون ممثلاً تمثيلاً صادقاً ومتكافئاً مع المجتمع الأصلي ويمكن تعميم نتائجها عليه. فهي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة ويشترط

¹ - حسن محمد الحسن: الأسس العلمية لمنهج البحث الاجتماعي، ط2، بيروت، دار الطليعة، 1996، ص107.

في هذا العدد أن يكون ممثلاً للمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع.¹

ونظراً لاقتصار عينتنا على الصحفيين الجزائريين العاملين في وكالة الأنباء الجزائرية ومستخدمي تكنولوجيا الاتصال الجديدة كوسيلة لنقل المعلومة فقد قمنا باختيار أسلوب العينة العمدية أو القصدية .

العينة القصدية :

تنطوي العينة المقصودة على استخدام الباحث المعيار أو حكم خاص من جانبه حيث انه يمكن من تكوين عينته بواسطة اختيار الحالات التي يعتقد أنها تمثل مجتمع البحث وتصبح العينة المقصودة بديلاً ضرورياً لأي نموذج العينات الاحتمالية إذا كانت حدود ومجتمع الدراسة غير معروفة أو في حالة يتغير فيها تلك الحدود، أو إذا كان الوقت المتاح للبحث أو مختلف الإمكانات الأخرى محدود للغاية بحيث لا تسمح بتصميم العينات الاحتمالية.

وقد قمنا باختيار العينة القصدية ذلك إن مجتمع الدراسة يتميز بالتباين و التغير بحيث إن دراستنا لا تقتصر على فرع واحد بل قمنا بها في فرعين فرع العام بالجزائر العاصمة لبئر مراد راييس وفرع المتخصص بالسمعي البصري لدالي إبراهيم الجزائر العاصمة، و لذلك فضلنا الاعتماد على العينة القصدية لكي نكون واضحي الوجهة بطريقة اضمن و اقل تكلفة وبأسرع وقت .

وعليه فقد اخترنا عينة تتكون من 80 مفردة موزعة بين القطاعين الاعلاميين في الجزائر حيث خصصنا 40 استمارة للقطاع العام لوكالة الأنباء إضافة إلى 40 استمارة للقطاع السمعي البصري لدالي إبراهيم .

9- تحديد المفاهيم:

1-9 الاستخدام

إن مع تطور التكنولوجيا بصفة عامة وتكنولوجيا الاتصال بصفة خاصة غلب توظيف مصطلح استخدام أو استعمال في أحيان أخرى، وهذا لتجسيد العلاقة بين الإنسان الآلة والتقنية، وما يطبع هذه العلاقة من تفاعل مشاركة، وما قد يؤدي user المستخدم في المستقبل من اندماج بين الآلة الإنسان ويعرف الاستخدام "بأنه ما يستخدمه الفرد فعليا من المعلومات أي انه الاستخدام العقلي للمعلومات التي

¹ - حسن محمد الحسن: الأسس العلمية لمنهج البحث الاجتماعي، ط2، بيروت، دار الطليعة، 1996، ص110.

يحتاجها بالفعل، إضافة إلى أن الاستخدام ربما يرضي احتياجات المستفيد، أو لا يرضيها وذلك عندما لا يجد المعلومات التي لا يحتاجها بالفعل".

والاستخدام في مجال الانترنت يتخذ مفهومين هما:

الاستخدام العام: و هو الدخول إلى الشبكة دون تحديد مسبق لعملية الاستخدام.

الاستخدام الخاص: و هو الاستخدام المتخصص الذي يكون في غالب الأحيان في إطار عمل.

مثال: التجارة الإلكترونية، البيع و الشراء... الخ.

2-9 التكنولوجيا

التكنولوجيا عموما كظاهرة قديمة قدم الإنسان و الشيء الحديث فيما هو اللفظ و كلمة تكنولوجيا كلمة معربة و لا أصل لها في كتب اللغة العربية و قواميسها وتقابلها كلمة معربة و لا أصل لها في الكتب العربية وقواميسها، وتقابلها كلمة " تقنية " والتي يمكننا أن نطلقها على كلمة "تكنولوجيا" وكلمة تكنولوجيا مكونة من مقطعين هما:

" تكنيك " والذي معناه "الطريق" أو "الوسيلة" و"لوجي" التي تعني العلم، ويكون معنى الكلمة كلها " علم الوسيلة" والذي بها يستطيع الإنسان أن يبلغ مراده.¹

وقد عرفت الموسوعة الفلسفية السوفيتية التكنولوجيا بأنها: " مجموع الآلات والآليات والأنظمة ووسائل السيطرة والتجميع والتخزين ونقل الطاقة والمعلومات كل تلك التي تخلق لأغراض الإنتاج والبحث والحرب".²

وهذا التعريف حصر التكنولوجيا في مجرد آلات ووسائل، على عكس بعض التعاريف التي وسعت مفهوم التكنولوجيا إلى مجموع معارف وتطبيقات علمية، على غرار التعريفين الذين قدمهما يعقوب فهد العبيد في كتابه التنمية التكنولوجية، حيث يقول أن: " التكنولوجيا تطبيق المعرفة، أي معرفة الوسيلة حيث أن العلم هو معرفة العلة والسبب".

¹ - عبد الباسط محمد عبد الوهاب: استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي و التلفزيوني...دراسة تطبيقية ميدانية ، ذ.م.ن.: المكتب الجامعي الحديث ، 2005، ص 82.

² - محمد الزعبي : التغيير الاجتماعي ، د.ط ، القاهرة ، دار الطليعة ، 1998 ، ص 85.

وعموماً فإن التكنولوجيا كما يحددها "زاهر احمد" تتمثل في مفاهيم أساسية:
التكنولوجيا عملية : وهو التطبيق المنظم للمحتوى العلمي أو المعلومات، بغرض أداء محدد يؤدي في النهاية إلى حل مشكلة معينة.
التكنولوجيا كمنتج: محصلة تطبيق الأساليب العلمية، يكون في المساعدة في إنتاج الآلات **hard ware** والمواد الخام **soft ware** و الخامات ويطلق على الآلات.
التكنولوجيا كمزيج للأسلوب والمنتج: من هذا يتضح أن عملية الاختراع تصاحبها عملية الإنتاج وبالتالي لا يمكن فصل التكنولوجيا كأسلوب عنها كمنتج، وأوضح مثال على ذلك هو الحاسب الآلي فنفس الجهاز يصاحبه دائماً تطور في إنتاج البرامج وتوسع كبير فيها.¹

3-9 الاتصال

تناولت الكثير من الدراسات موضوع الاتصال منذ ظهور هذا المصطلح إلى الآن، وسنحاول الآن تقديم أهم التعاريف التي أحاطت بمفهوم الاتصال.
حيث يرجع أصل كلمة " اتصال" أي "مشترك" أو "عام"، وبالتالي فإن " الاتصال كعملية يتضمن المشاركة أو التفاهم حول **Common** شيء أو فكرة أو إحساس أو اتجاه أو سلوك أو فعل ما".²
أما في اللغة العربية فقد ورد تحديدها في قاموس المحيط ولسان العرب على أنها مشتقة من "وصل" والذي يعني الصلة وبلوغ الغاية، فوصل الشيء وصولاً وتوصل إليه أي انتهى إليه وبلغه ويعني أيضاً " المواصلات والبلاغ".³
ويعرف الاتصال اصطلاحاً على أنه: " نقل الأفكار والمشاعر والمعلومات والتأثيرات بالإضافة للتوزيع والتفاوض ".
كما يعرفه "كارل هوفلاند" على أنه: " العملية التي يقدم خلالها القائم بالاتصال منبهات عادة رموز لغوية، لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين مستقبلي الرسالة ".⁴

1 - عيد الباسط محمد عبد الوهاب، مرجع سابق، ص ص82، 83.

2 - حسن عماد مكاري، ليلى حسين: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط4، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003، ص23.

3 - فضيل دليو : مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري ، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية ، 1998، ص9.

4 - جيهان احمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة ، دار الفكر العربي، 1978، ص ص50، 52.

4-9 تكنولوجيا الاتصال الحديثة

لتحديد مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة لا بد أن نعرج على تعريف تكنولوجيا الاتصال، حيث يرى "روبن و برنت " أنها: " أي أداة أو وسيلة تساعد على إنتاج أو توزيع أو تخزين أو استقبال أو عرض البيانات"¹.
ويخلص هذا التعريف تكنولوجيا الاتصال في آلات تمكن من توزيع و تخزين واستقبال البيانات.

وهو نفس المذهب الذي ذهب إليه التعريف الأتي الذي ترى صاحبه أن تكنولوجيا الاتصال: " آليّة أو تقنية تعمل على إنتاج أو تخزين أو استرجاع أو استقبال أو عرض المعلومات".

وورد تعريفها في **المعجم الإعلامي** بأنها: " مجمل المعارف والخبرات المترجمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والإدارية والتنظيمية المستخدمة في جميع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها، أي توصيلها إلى الأفراد والمجتمعات"².

وما يلاحظ على هذا التعريف أنه جمع بين النظر إلى تكنولوجيا الاتصال كعلم وكتقنية تستخدم لإرسال المعلومات وتوصيلها.

تكنولوجيا الاتصال كثيرا ما تتداخل مع مصطلح آخر هو **تكنولوجيا المعلومات**، لذا ارتأينا أن نقدم تفصيلا عن تكنولوجيا المعلومات.

حيث تعرف تكنولوجيا المعلومات بأنها: " عملية جمع و تخزين ومعالجة ونشر المعلومات واستخدامها مع الاعتراف بأهمية الإنسان والأهداف التي يضعها والقيم التي يستخدمها في تحديد مدى تحكمه في تكنولوجيا ومساهمته في إثراء حياته"³.

ويرى " نبييل علي" أن تكنولوجيا الاتصال : "رافد لتكنولوجيا المعلومات" على أساس أن المادة الخام لتكنولوجيا المعلومات هي البيانات والمعلومات والمعارف، وأدواتها الأساسية بلا منازع هي الكمبيوتر وبرمجياته، التي تستهلك طاقته الحاسوبية في تحويل هذه المادة الخام إلى سلع وخدمات معلوماتية، إما التوزيع فيتم من خلال التفاعل الفوري بين الإنسان والآلة، أو من خلال أساليب البث المباشر وغير المباشر، كما هي الحال في أجهزة الإعلام أو من خلال شبكات البيانات، التي تصل بين كمبيوتر وآخر أو بينه وبين وحداته الطرفية.

1 - حسن عماد مكاري: تكنولوجيا الاتصال في عصر المعلومات، 2، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1997، ص63.

2 - محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، القاهرة دار الفجر، 2004، ص 166.

3 - محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، القاهرة، دار الرحاب، 2005، ص141.

بينما يرى الأستاذ " سعد لبيب " إن تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات هما وجهان لعملة واحدة على أساس إن : " ثورة تكنولوجيا الاتصال قد سارت على التوازي مع ثورة تكنولوجيا المعلومات التي كانت نتيجة لتفجر المعلومات وتضاعف الإنتاج الفكري في مختلف المجالات، وظهور الحاجة إلى تحقيق أقصى سيطرة ممكنة على فيض المعلومات المتدفقة، وبناء على ما سبق فإنه لا يمكن الفصل الآن بين تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، فقد جمع بينهما النظام الرقمي الذي تطورت إليه نظم الاتصال، وارتبطت شبكات الاتصال مع شبكات المعلومات، بذلك فقد انتهى عهد استقلال نظم المعلومات عن نظم الاتصال تطور كل منهما.

وتعتبر كلمة "حديثية" التي تضاف إلى تكنولوجيا الاتصال نسبية، لأنها تتوقف على مدى تطور المجتمع وعلى المدى الزمني فما هو حديث في زمن معين قديم في آخر.

إلا إن اغلب التعارف تشير إلى أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة، هي تلك التكنولوجيا التي تجمع بين الاتصال عن بعد والكمبيوتر.

وقد ورد تعريفها في الموسوعة الإعلامية بأنها: " الأدوات والنظم التي تساعد على القيام بالاتصال وتتمثل هذه الأدوات أساسا في الحاسبات الالكترونية ".¹

وهو نفس الرأي الذي يعرضه "فضيل دليو" في تعريفه لها حيث قال أنها: " تعني أساسا تلك الموصولة بالكمبيوتر، ولها آثار عدة تشمل مجالات وتطبيقات متنوعة مثل تشخيص المعارف عموما وتنظيم المؤسسات خصوصا ".²

وهناك من وسع مفهومها ليشمل: "الوسائل الالكترونية المستخدمة في الإنتاج والتسجيل الكهرومغناطيسي، والذي توج باستخدام الشبكات الأرضية التي تستخدم الألياف الضوئية ذات الكفاءة العالية في حمل الرسائل المعلومات، هذا بالإضافة إلى استخدام الحاسوب وما يتصل به من تقنيات".

وقد لخص عبد الهادي عثمان تعريف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في: "القنوات الجديدة التي يمكن من خلالها نقل وبث الثورة المعلوماتية من مكان لآخر ".³

1 - محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، ج2، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص805.

2 - فضيل دليو : وسائل الاتصال وتكنولوجياته، الجزائر ، منشورات جامعة منتوري ، د.س.ن، 1998، ص147.

3 - ممدوح عبد الهادي عثمان: التكنولوجيا مدرسة المستقبل: "الواقع و المأمول"، www.edc.gov.sa، (2008/02/23).

10- الدراسات السابقة :

أسئلة كثيرة تدور في ذهن الطالب أو الباحث الذي يقوم بكتابة موضوع علمي، والتي يجب أن يكون يعرف الإجابة عنها.

تمثل الدراسات السابقة احد الأجزاء المهمة من خطة البحث العلمي، وهي تعد بمثابة الجزء الثاني المتعلق بالإطار النظري لمنهج البحث العلمي المقدم، وترتبط به بصورة مباشرة ووثيقة، وهي تمثل أرضية غنية بالمعلومات لمن لديه الرغبة في التعرف على كل جوانب المشكلة أو الفرضية موضوع البحث.

كان المنهج التقليدي في تعامل الباحث العلمي مع خطة البحث يتمثل في عناصر البحث التالية: (اسم الباحث العلمي، عنوان البحث، منهج الدراسة أدوات البحث العلمي، الفرضيات، نتائج البحث، مدى اتفاق منهج البحث أو اختلافه مع ما يقوم به الباحث من دراسات)، وفي الوقت الحالي تجاوز البحث العلمي تلك الطريقة النمطية، انطلق نحو أفاق جديدة تهدف إلى استخدام الدراسات السابقة على اعتبارها جزء أساسيا من خطة البحث.

يمكن تعريف الدراسات السابقة بأنها: "الأبحاث السابقة التي يرجع إليها الباحث، من اجل الحصول على البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع البحث ومن ثم القيام بدراساتها بشكل جيد، ثم تحليلها بالطرق العلمية والمنهجية المستخدمة في البحث العلمي، وبعد ذلك تحديد مدى التشابه والاختلاف فيما بينها وبين فرضيات البحث العلمي المقدم".

يعد تلخيص الدراسات السابقة على درجة كبيرة من الأهمية عند القيام بإجراء البحث العلمي نظرا لقيام الباحث العلمي بالتنقيب عن استفسارات لأسئلة متعددة تعلق بذهنه، لذا يتطلب الأمر الاستعانة بالدراسات والمؤلفات العلمية السابقة ذات الصلة بموضوع البحث، وتمنح الدراسات السابقة الباحث العلمي كل التفاصيل المتعلقة بفرضية البحث، نظرا لقيامه بجمع المعلومات من أكثر من مرجع أو مصدر، ويساعده ذلك على الوقوف على التفاصيل الدقيقة لموضوع البحث وتمثل الدراسات السابقة مظهرا أخلاقيا بالنسبة للباحث العلمي من جانبين، الأول يتمثل في قيامه ببذل الجهد والتعرف على كل ما يخص موضوع الدراسة، والثاني يتمثل في نسب المجهودان إلى أهلها عن طريق الإشارة إلى مؤلفي المصادر والدراسات السابقة، وقد تمثل تلك الدراسات مفتاحا لجميع المشكلات التي افترضها

الباحث العلمي، في حالة ما إذا توافقت أو دعمت مع ما هو مطروح في منهج البحث العلمي.

1-10- الدراسة الأولى: وهي بعنوان " استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التلفزيون الجزائري - دراسة وصفية تحليلية بمحطة ورقلة الجهوية - " لـ جمال الدين بن عائشة ، بوعزة عدة" من جامعة قاصدي مرباح - ورقلة - مذكرة لنيل شهادة الماستر ، في علوم الإعلام والاتصال تخصص تكنولوجيا : الإعلام والاتصال الحديثة ، وذلك سنة 2014- 2015 .

تدور إشكالية هذه الدراسة حول واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التلفزيون الجزائري في محطة ورقلة الجهوية ؟ ودراسة أهمية تكنولوجيا الاتصال الحديثة ومدى انعكاساتها على الاتصال في منظومة المؤسسة . حيث حاول الباحث معرفة واقع التلفزيون الجزائري في ظل استخدام التكنولوجيا وإلى أي مدى تؤثر تكنولوجيا الاتصال الحديثة على فعالية أداء تلفزيون الجزائر من ورقلة، ووسائل الاتصال الأكثر استعمالا في المؤسسة، إضافة إلى مدى توفير المؤسسة لعمالها تكوينا في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة وما مدى تأثير على أداء العمال .

تنتهي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية منهجها المسحي الذي يكون عبارة عن وصف للظاهرة المدروسة ليكون في الأخير عبارة عن تحليل وتفسير للنتائج المتحصل عليها، واعتمد على العينة لأنها في جوهرها جزء من مجتمع البحث والنتائج المتحصل عليها تعمم على المجتمع ككل، والعينة المختارة العينة القصدية لمجموعة من العاملين في المؤسسة الإعلامية، تتم الدراسة عن مدى استخدام العاملين بتلفزيون الجزائري من ورقلة لهذه التكنولوجيا في تسهيل الأداء .

وتكمن أهمية الموضوع في الدور الفعال الذي تلعبه تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير المؤسسات من خلال إمكانية الحصول على المعلومات وكيفية معالجتها ثم إيصالها إلى المتلقي في أحسن صورة إضافة إلى محاولة رصد مستوى استخدام التكنولوجيا الحديثة من طرف المحطة المدروسة، وانعكاس هذا الاستخدام على أداء الإعلامي مقارنة بالأسلوب التقليدي .

وهدفت الدراسة إلى تحديد أهم وسائل التكنولوجيا للاتصال الحديثة الأكثر استعمالاً في التلفزيون الجزائري المحطة الجهوية لورقلة، والوقوف على الواقع الحالي لاستخدامه لهذه التكنولوجيا الحديثة، أما عن الحدود الزمنية كانت بداية من 20/04/2015 إلى 29/04/2015 .

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

إن الفرضيات الموضوعية كانت مثبتة جميعها حيث وجد الباحث أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة لعبت دور مهم في تحسين الأداء لدى العاملين بالمؤسسة، في حين كانت نسبة استخدام الحاسوب هي النسبة الأعلى مقارنة مع الوسائل الأخرى ما يثبت الفرضية الثانية، وكانت لبرامج التكوين صدى جيد بحيث أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة أثرت بشكل مباشر على أداء العمال بعدما وفرت المؤسسة التكوين في استخدام هذه الأخيرة .

وخلص القول أن لتكنولوجيا الاتصال الحديثة دور كبير في تحسين مستوى أداء المؤسسة من خلال الاستخدام للوسائل المتاحة من بريد الكتروني والحواسيب وشبكات الانترنت والانترنت، إضافة إلى أن المؤسسة وفرت الدورات التدريبية التي ساعدت بشكل كبير في تحسين أداء العاملين فيها وتجلى ذلك في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخلها.¹

10-2- الدراسة الثانية: وهي دراسة بعنوان "استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية...دراسة ميدانية بقناة الشروق TV " لـ " إيمان قناتلية أميرة أوهيب ، وفاء سلامنة " من جامعة 8 ماي 1945 -قالمة- ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، في تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع، وذلك سنة 2015-2016.

تدور إشكالية هذه الدراسة حول مدى مواكبة قناة الشروق TV لاستخدامات التكنولوجيا الحديثة والرقمية في عملا الإعلامي.

وعلى ضوء ما ذكر صاغت الباحثات إشكاليتهن في التساؤل الآتي :

– ما مدى مواكبة قناة الشروق TV لاستخدامات التكنولوجيا الحديثة والرقمية في عملا الإعلامي؟

¹ - جمال الدين بن عائشة ، بوعزة عدة : استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التلفزيون الجزائري (دراسة وصفية تحليلية بمحطة ورقلة الجهوية) ، دراسة وصفية تحليلية ، مذكرة شهادة الماستر في تخصص تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة ، ورقة 2015 .

وقد تفرعت عن التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية جاءت كما يأتي :

- ما هو الدور الذي يلعبه التكنولوجيا الرقمية في تطوير الأداء الإعلامي للصحفيين العاملين بقناة الشروق وترقية إنتاجهم الصحفية ؟
- ما هي الإشباعات المحققة للصحفيين من خلال استخدامهم للتكنولوجيا الرقمية؟
- هل يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام التكنولوجيا الرقمية على أنشطة وأداء مؤسسة أو قناة الشروق الجزائرية؟
- ما هي أنماط وطرق التكنولوجيا الرقمية المستخدمة من طرف قناة الشروق في أدائها الإعلامي وإنتاجها وتواصلها مع الجمهور؟
- ما هي الإشباعات المحققة للجمهور المتابع للقناة من خلال استخدام التكنولوجيا الرقمية في العالم الإعلامي للقناة؟

تلخصت الدراسة في :

- أن قناة الشروق الإعلامية تستخدم التكنولوجيا الرقمية في عملها الإعلامي بدرجة كبيرة.
- يستخدم صحفيو قناة الشروق الإعلامية أهم التكنولوجيا في عملهم من التجهيزات الرقمية في الاستديو، والأجهزة الرقمية المحمولة، وهذا ما يدل على وعي الصحفيون بأهمية استخدام هذه التقنيات في أعمالهم لتقديم أفضل ما لديهم وإرضاء المشاهدين.
- الصحفيون العاملون في القناة لم يبلغوا بعد المستوى المطلوب في استخدامهم وتحكمهم في كل ما هو جديد وتقني.
- أشارت النتائج إلى أن العدد الذي لم يتلقوا دورات تكوينية أكثر من الذين تلقوا حين الذين تلقوا التكوين كان مكتسبا في إطار العمل اليومي وهذا يدل على عدم اهتمام المؤسسات الإعلامية بتدريب وتكوين عاملها حتى يكونوا مؤهلين لاستخدام كل التقنيات الجديدة، وهذا ما جعلها لا تصل إلى المستوى الإعلامي العالمي.
- فيما يخص مساهمة التكنولوجيا الرقمية في تحسين عمل الصحفيين فيتضح إن الصحفيون يرون أنها ساهمت كثيرا في تحسين عملهم .

– القناة تحاول استغلال الجوانب الايجابية للتكنولوجيا الرقمية أكثر من سلبياتها وهذا ما يؤكد إن دافع تحسين العمل الإعلامي لمواكبة التطورات هو الهدف الأساسي الذي ترمي إليه المؤسسات الجزائرية من خلال إدخال التكنولوجيا الرقمية على أعمالها .

– استخدام التكنولوجيا الرقمية في العمل أصبح اليوم هو السائد لما تحويه هذه الأخيرة من وسائط إعلامية تجمع كافة الوسائل الإعلامية، وكذا لما تبشر به من مستقبل فيفضلها تحررت وسائل الإعلام من التقليد والتقييد إلى التفاعلية والحيوية والمرونة، تستج إن استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية أصبح أمرا بالغ الأهمية.

– إن استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية ساهم في ترقية العمل الإعلامي لكن لم يصل بعد إلى المستوى الاحترافي العالمي، فحتى وإن كانت التكنولوجيا الرقمية تمثل نقطة الحسم وتعتبر مقياسا للتطور والرقمي الإعلامي إلا أن هناك أسباب أخرى قد تساهم في التطور والرقمي بالمستوى الإعلامي عامة يجب مراعاتها.¹

10-3- الدراسة الثالثة: وهي دراسة بعنوان "استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الاتصال الحديثة...دراسة وصفية تحليلية لعينة من صحفي التلفزيون الجزائري" لـ "قرمات عماد، قد محمد الشريف" من جامعة قاصدي مرباح – ورقلة -، مذكرة تخرج لنيل متطلبات ماستر اكايمي، في تكنولوجيا الاتصال الجديدة، وذلك سنة 2014-2015.

تدور إشكالية هذه الدراسة حول دراسة الواقع الإعلامي الجزائري الاتصالي الحديث بعد مجمل التطورات الحادثة في حقل عمله، جراء التكنولوجيا الحديثة.

وعلى ضوء ما ذكر صاغ الباحثان إشكاليتهما في التساؤل الآتي :

– كيف أثرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة بمؤسسة الحديثة التلفزيون الجزائري على عمل الصحفيين الجزائريين؟

¹ - إيمان قناتلية ، أميرة أو هيب ، وفاء سلامة : استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية ، دراسة ميدانية، مذكرة الماستر، تخصص تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع ، سنة 2016 .

وقد تفرعت عن التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية جاءت كما يأتي :

– ما هو واقع البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة التلفزيون الجزائري؟

– ما مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مؤسسة التلفزيون الجزائري؟

– كيف يوظف الصحفيون بالتلفزيون تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل مؤسسة التلفزيون الجزائري؟

– هل يستفيد الصحفيون من دورات تكوينية من أجل التحكم في التكنولوجيا الحديثة للاتصال؟

– هل لتكنولوجيا الاتصال الحديثة دور في تحسين أداء الصحفيين الجزائريين داخل التلفزيون الجزائري؟

تلخصت الدراسة في :

– أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة ساهمت في تحسين الاتصال الداخلي.

– تسهيل الاتصال بين الموظفين.

– تحقيق سرعة تداول المعلومات بين الموظفين حيث قضت الانترنت على عنصر الزمان والمكان.

– ساعدت تكنولوجيا الاتصال الحديثة الصحفيين على انجاز الأعمال في وقتها المحدد.

– زادت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في دقة الأعمال التي تقوم بها العاملين في المؤسسة الإعلامية الجزائرية

– لقد حلت التكنولوجيا الاتصالية الحديثة بالتلفزيون الجزائري عدة خدمات أثرت في العمل الإعلامي.

– امتلاك التلفزيون الجزائري الوسائل اللازمة التي يتطلبها العمل الإعلامي خارج المؤسسة.

– ساهمت خدمات موقع الويب في التلفزيون الجزائري في إسهام الصحفيين في نشر المعلومات والبيانات والصور وإعلانات التسويق والآراء والأفكار، لكن رغم هذا لم تصل بعد وسائل الإعلام الجزائرية إلى مستويات متقدمة في تحديث صفحاتها الالكترونية على شبكة الانترنت.

– تعتبر خدمة البريد الالكتروني، مصدرا الكترونيا رائدا بفضل الخدمات التي يتيحها للصحفيين كالمحادثة وإرسال الرسائل والأعمال واستقبالها في أسرع وقت ممكن.

– يتلقى الصحفيون دورات تكوينية من اجل التمكن من استخدام التكنولوجيا الاتصالية و تظهر أهمية الاستفادة من التدريب.¹

¹ - قرمات عماد، قد محمد الشريف : استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الاتصال الحديثة، دراسة وصفية تحليلية لعينة من صحفيي التلفزيون الجزائري، مذكرة ماستر، تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة، سنة 2015-2014.

الجانب النظري

- 1-الفصل الأول : ماهية تكنولوجيا الاتصال الحديثة
- 1-1- المبحث الأول : مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة
- 2-1- المبحث الثاني : نشأة تكنولوجيا الاتصال الحديثة
- 3-1- المبحث الثالث : خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة
- 4-1- المبحث الرابع : إيجابيات و سلبيات تكنولوجيا الاتصال الحديثة
- 2-الفصل الثاني : ماهية وكالة الأنباء
- 1-2- المبحث الأول : مفهوم وكالة الأنباء
- 2-2- المبحث الثاني : نشأة وكالة الأنباء
- 3-2- المبحث الثالث : أقسام وكالة الأنباء
- 4-2- المبحث الرابع : أهم وكالات الأنباء العالمية
- 5-2- المبحث الخامس : خصائص و مهام وكالة الأنباء
- 3-الفصل الثالث : واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في وكالة الأنباء الجزائرية
- 1-3- المبحث الأول : دور وكالات الأنباء و أهميتها في العملية الإعلامية
- 2-3- المبحث الثاني : تكنولوجيا الاتصال الحديثة المستخدمة في وكالة الأنباء الجزائرية
- 3-3- المبحث الثالث : برقية وكالة الأنباء

الفصل الأول : ماهية تكنولوجيا الاتصال الحديثة

أولا : مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة

قبل الخوض في تعريف تكنولوجيا الاتصال الحديثة وجب علينا تحديد المعنى العام لهذا المصطلح فالجديد في التكنولوجيا هو اللفظ أما الظاهرة فتبقى نفسها فهي قديمة قدم الإنسان ومع التطور وبزوغ الوعي البشري ظهرت العديد من المخترعات الحديثة في ظل التطور الهائل في التكنولوجيا الإعلام والاتصال فنجد كلمة تكنولوجيا هي كلمة تقابلها كلمة تقنية.¹

شهد المجتمع البشري ثورة الاتصال الأولى عندما استطاع الإنسان أن يتكلم حيث أصبح ممكنا لأول مرة أن تجمع البشرية عن طريق الكلام حصيلة ابتكاراتها واكتشافاتها، ثم جاءت ثورة الاتصال الثانية عندما أوصل السومريون إلى اختراع أقدم طريقة للكتابة في العالم، وهي الكتابة المسمارية على الطين نحو 3600 سنة قبل ميلاد، وقد حفظت تلك الألواح الفكر السياسي الاجتماعي والفلسفي في مرحله الأولى، واقتربت ثورة الاتصال الثالثة بظهور الطباعة في منتصف قرن الخامس عشر ميلادي وخاصة بعد اختراع "غوتنبرغ" "Cautenbergue" التاريخي، بينما بدأت معالم ثورة الاتصال الرابعة خلال القرن التاسع عشر، بظهور عدد كبير من وسائل الاتصال الجماهيرية كالراديو والتلفزيون... الخ، أما ثورة الاتصال الخامسة فهي بنت النصف الثاني من القرن العشرين، والذي شهد ابتكارات فاقت كل الابتكارات السابقة، وذلك بموجب الاندماج التاريخي بين ظاهرتي تفجير المعلومات والمعرفة وثورة الاتصال، والذي نتج عنها التكنولوجيا الاتصالية الحديثة والتي تتمثل أساسا في الأجهزة الحاسبة وملحقاتها والبرمجيات المتطورة والتي أدت إلى تحكم أكثر في المعلومات من حيث التجميع والمعالجة والتخزين.²

يعرف " روبن" تكنولوجيا الاتصال بأنها آلة أو تقنية أو وسيلة خاصة تعمل على إنتاج أو تخزين أو استرجاع أو توزيع و استقبال و عرض المعلومات، ويعرفها أيضا أنها مجموعة التقنيات أو الأدوات والوسائل والنظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عمالية الاتصال

1 - محي محمد مسعي : ظاهرة العولمة الأوهام و الحقائق، مطبعة و مكتبة الشعاع، ط1، مصر، 1999، ص38.

2 - عبد المالك بن السبتي :محاضرات في تكنولوجيا المعلومات، مطبوعات جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2002. 2003، ص8.

الجماهيري أو الشخصي أو الجمعي التي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة والمكتوبة والمصورة .

أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية ثم تخزن هذه البيانات والمعلومات ثم استرجاعها في وقت المناسب ثم عملية نشرها، هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين المسموعة أو مسموعة مرئية أو مطبوعة أو رقمية ونقلها من مكان إلى آخر وتبادلها وقد تكون التقنية آية أو الكترونية أو كهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور .

وعرفت أيضا بأنها الوسائل التي تعمل على الحصول على المعلومات الرقمية والمكتوبة واللاسلكية والضوئية ومعالجتها وتخزينها ونشرها بواسطة مجموعة من الأجهزة الالكترونية والاتصالات السلكية والكمبيوتر.¹

وتعرف التكنولوجيا بأنها مجموعة من النظم والقواعد التطبيقية وأساليب العمل التي تستقر لتطبيق المعطيات المستحدثة لبحوث أو دراسات مبتكرة في مجال الإنتاج والخدمات كونها التطبيق المنظم للمعرفة والخبرات المكتسبة التي تمثل مجموعات الوسائل والأساليب الفنية التي يستعملها الإنسان في مختلف نواحي حياته العلمية وبالتالي فهي مركب قوامه المعدات والمعرفة الإنسانية وأيضا التكنولوجيا هي مجموعة المعارف والخبرات المكتسبة التي تحقق إنتاج سلعة أو تقديم خدمة في إطار نظام اجتماعي واقتصادي معين.²

أما محمد علم الدين فيعرف تكنولوجيا الاتصال على أنها مجمل المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها أي توصلها إلى الأفراد والمجمعات.³

وبالفعل فقد أفرزت تكنولوجيا الاتصال الحديثة ثورة حقيقية في نقل المعلومات، تخزينها، كما مكنت من بروز وظهور خدمات جديدة لنقل المعلومات وتداولها زادت من فعالية هذه تكنولوجيا، وانتشر بين المثقفين الكتاب الالكتروني

1 - محي محمد مسعي : ظاهرة العولمة الأوهام و الحقائق، مطبعة و مكتبة الشعاع، ط1، مصر، 1999، ص38.

2 - حسن رضاء النجار: تكنولوجيا الاتصال (المفهوم و التطور، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعام جديد، جامعة البحرين، ابريا 2009، ص 495.

3 - رحيمة الطيب عيس: الوسائط التقنية الحديثة و أثرها على الإعلام المرئي و المسموع، الرياض، السعودية، 2010، ص16.

محل التقليدي أما في مجالي التجارة والاقتصاد فقد برزت مصطلحات تخصصهم نذكر منها التجارة الالكترونية والاقتصاد اللامادي.¹

ثانيا: نشأة تكنولوجيا الاتصال الحديثة

ساهمت التطورات التكنولوجية الحديثة للاتصال بإزالة الفوارق بين الإدارات الاتصالية والحدود التي طالما فصلت بين وسائل الإعلام المختلفة فقد نشأت علاقات معقدة وهي علاقات التي أصبحت تربط الأدوات السمعية والبصرية والاتصالات البعيدة المدى والمعلوماتية والتدخل المتزايد بين أجهزة الإعلام .

إن تطور وسائل الاتصال عمل على توفير المرونة وفرض الاختيار من حيث طرق تجهيز خدمات الاتصال وإمكانية تجمع نظم تكنولوجية، وهي النظم المرتبطة بعمليات الاتصال والتي تساهم في رفع الأداء دخل المؤسسة بشكل كبير.

جاء التطور التكنولوجي السريع في قطاع الإعلام إلى إعادة النظر في التوزيع الذي استطاع أن يحافظ على توازن وجود وسائل الاتصال الجماهيرية فتطورت تطبيقات الوسائل المتعددة في مجال الصوت والصورة الثابتة والمتحركة.

كانت أولى بوادر تكنولوجيا الاتصال الحديثة من خلال اكتشاف العالم البريطاني "وليم ستيفارت" باكتشاف الموجات الكهرومغناطيسية سنة 1924 كما جاء بعد ذلك اختراع التلغراف عام 1837 من طرف "صمويل مورس" حيث ابتكر طريقة للكتابة يعتمد على استخدام "النقط" وقد تم مد خطوط التلغراف السلكية عبر كل أوروبا وأمريكا والهند خلال القرن التاسع عشر، ليحتل التلغراف بعد هذا مكانة خاصة في تكنولوجيا الاتصال التي أدت إلى تطور العديد من الوسائل الالكترونية الأخرى.²

كما تمكن "الكسندر غراهام بيل" سنة 1876 أن يخترع التلفون لنقل الصوت إلى مسافات بعيدة مستخدما تكنولوجيا التلغراف أي سريرات التيار الكهربائي في الأسلاك النحاسية مستبدلا بمطرقة التلغراف بشريحة رقيقة من المعدن تهتز حين يصطدم بها الموجات الصوتية ويمكن من تحويل الصوت إلى تيار كهربائي يسري

¹ - سهام بلقرعي : التعليم الالكتروني ، رؤية مستقبلية جديدة، الجزائر نموذجاً. www.Ulum2008.hi. 2019/04/06 .
² - حسن عماد مكايوي ، ليلي حسن السيد : الاتصال و نظرياته المعاصرة ،الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2002 ، ص 102 ، 103 .

في الأسلاك، وتقوم سماعة الهاتف بتحويل هذه الذبذبات الكهربائية إلى إشارات صوتية.

وفي سنة 1879 اخترع "توماس إديسون" جهاز الفونوغراف وفي سنة 1887 استطاع "إميل برلنغر" من اختراع القرص المسطح flat disk ويستعمل هذا الابتكار من تسجيل الصوت .

وفي عام 1891 تم اختراع جهاز (كينيتو سكوب) عن طريق توماس أديسون وهو لمشاهدة الأفلام السينمائية لكن الثورة الحقيقية للإنتاج الصناعي للأفلام كانت سنة 1894 وبعد ذلك لم يعد جهاز (كينيتو سكوب) له شعبية كبرى تم اختراع جهاز إديسون فيتاسكوب من قبل (جنكنز وارمات) ويعتبر يوم 23 مارس 1896 بداية السينما الأمريكية.¹

وفي سنة 1896 تمكن العالم الايطالي "ماركوني" من اختراع الراديو أو اللاسلكي وكانت تلك المرة الأولى التي ينتقل فيها الصوت إلى مسافات بعيدة بدون استخدام أسلاك، وتم افتتاح أول محطة للبث الإذاعي في أمريكا سنة 1918 .

كما قام الأمريكي "جورج كيري" سنة 1875 في أول محاولة لنقل الصور باستخدام الكهرباء من خلال تسليط الضوء المنعكس عن الصورة على لوح مرصع بالخلايا الضوئية التي تقوم بتوليد تيارات كهربائية تتناسب مع شدة الضوء المنعكس ومن ثم يتم نقل التيارات بالأسلاك إلى عدة من المصابيح الكهربائية .

وفي سنة 1884 قام الألماني "بول نيكو" بتعديل هذا النظام بالتخلي عن نظام المصابيح الكثيرة واستبداله بنظام ميكانيكي يمسح الصورة، وقد بدأت أول تجارب التلفزيون في ألمانيا عام 1935 ببث غير ملون تبعها فرنسا في نفس السنة ثم بريطانيا وفي سنة 1936 ، ثم الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1939 حيث استفادة من دراسات وتجارب في مجال الكهرباء والتصوير الفوتوغرافي والاتصالات السلكية واللاسلكية.²

وفي النصف الثاني من القرن العشرين شهد أشكال لتكنولوجيا الاتصال مما قزم أمامه كل ما تحقق في عدة قرون سابقة ولعل ابرز تلك التكنولوجيا هو امتزاج

1 - حسن عماد مكاوي ، ليلي حسن السيد : مرجع سبق ذكره ، ص 104.

2 - محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، دار عالم الكتب، ط3، القاهرة، 2004، ص 288، 290.

ثلاث ثورات مع بعضها البعض وشركات ما يسمى بالثورة التكنولوجية أو الرقمية وهي ثورة المعلومات المتمثلة في انفجار ضخ في المعرفة وكمية هائلة من المعارف المتعددة والأشكال والتخصصات واللغات وثورة الاتصال والتي تجسدت في تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة بدء بالاتصالات السلكية مرورا بالتلفزيون وانتهاء بالقمار الصناعية والألياف الضوئية، وثورة الحاسبات الالكترونية التي امتدت إلى جوانب الحياة وتدخلت بكافة وسائل الاتصال وقد أطلق على هذه المرحلة عدة تسميات أهمها مرحلة الاتصال المتعدد الوسائط (multimédia) وهي مرحلة التكنولوجيا الاتصالية التفاعلية (interactive) وأيضا مرحلة الوسائط المنهجية (hypermédias) ويعتمد في الأساس على الحاسبات الالكترونية في جيلها الخامس الذي يتضمن أنظمة الذكاء الاصطناعي والألياف الضوئية واسعة الليزر والأقمار الصناعية.¹

ثالثا : خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة

أفرزت تكنولوجيا الاتصال الحديثة ثورة هائلة في مجال نقل المعلومات وكيفية التعامل معها وتخزينها كما مكنت لها من بروز خدمات جديدة لنقل المعلومات وتدولها والتي زادت من فعاليات هذه التكنولوجيا مع أفراد المجتمع بكل أطيافه، فكان الابتكار والاكتشافات دور كبير في تطويرها منذ القدم فنجد أن السومريون من السياسية والاجتماعية والفكرية الفلسفية، وأيضا كان لظهور الطباعة على يد غوتنبرغ في القرن الخامس عشر ميلادي بدأت معالم ثورة اتصال جديدة بظهور عدد كبير من وسائل الاتصال الجماهيرية كالراديو والتلفزيون والتي تنتج عنها التكنولوجيا الاتصال الحديثة، والتي تتمثل أساسا في الأجهزة وملحقاتها ولبرمجيات المتطورة وتميزت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تقديم أفضل الخدمات في معالجة المعلومات الرقمية المكتوبة والصوتية ومعالجتها وتخزينها ونشرها بواسطة محرك من الأجهزة الالكترونية والاتصالات السلكية واللاسلكية والأقمار الصناعية والحاسبات الشخصية وأجهزة التلفزيون والفيديو تكس والتليكس والكابلات المحورية، ونجد من أهم خصائص التي تتميز بها التكنولوجيا الاتصال الراهنة نجد من أبرزها .

¹ - محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير ، دار عالم الكتب ، ط3، القاهرة، 2004، ص290، 288.

التفاعلية: وهي القدرة على تبادل الأدوار بين الأشخاص والمشاركين في عملية الاتصال وتأثيرها على ادوار الآخرين وتبادلها بين مرسل الرسالة الاتصالية ومستقبلية والتفاعلية هي انتهاء فكرة الاتصال الخطي أو طريق وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية .

ويتمد التأثير في بناء المحتوى وتوجيهه سوء كان هذا التأثير تزامنا وعرضا لبرامج أو المحتوى أو لا تزامنا عند التعرض إلى البرامج طبقا البرامج طبقا لخيارات ومن التعرض بالنسبة للمتلقي وذلك ما كان مفقود في الاتصال الجماهيري قبل استخدام بعض الوسائط التقنية الحديثة التي باتت تستخدم معه لتطبيق لمسة من التفاعلية في أثناء العرض مثل استخدام الهاتف أو البريد الإلكتروني في البرامج المحورية.

كما اتسع مفهوم ديمقراطية الاتصال والحق في الاتصال ليشمل المشاركة الايجابية والنشطة في عمليات الاتصال لتلبية حاجاته الاجتماعية المتعددة.¹

الكونية: وهي البنية الأساسية التي تمتاز بها التكنولوجيات الاتصال الحديثة وهي بيئة عالمية دولية وذلك انه المعلومة أن تتبع المسارات المعقدة بعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال الإلكتروني عبر الحدود الدولية من أقصى مكان في الأرض إلى أدناه في أجزاء من الألف في الثانية إلى جانب تتبع مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم والتفاعلية الكونية قابلة للتوصيل والتحويل والتحرك من² أهم السمات التكنولوجيات الحديثة التي تساعد بنسبة كبيرة في زيادة الاتجاه نحو الإعلام المتخصص ولا مركزية الاتصال التي تعتمد على تقديم رسائل متعددة تخاطب الحاجات الفردية الضيقة والجماعات المتجانسة عوض عن الرسائل الموحدة التي تخاطب الجماهير الكبيرة .

التنوع: وتأتي مع المستحدثات التقنية في مجال الاتصال وتعددتها وارتفاع القدرة على التخزين والإتاحة للمحتوى الاتصالي وهو ما ساعد على التنوع في عناصر العملية الاتصالي وتأتي في تنوع أشكال الاتصال المتاحة من خلال وسيلة رقمية وهو الحاسب الشخصي وما يوفره من قدرة بجانب أجهزة ترميز من الاتصالات مثل الاتصال الشخصي والصوتي والكتابي أو عن طريق البريد

¹ - رحيمة الطيب عيس: الوسائط التقنية الحديثة و أثرها على الإعلام المرئي و المسموع، الرياض، السعودية، 2010، ص31، 32.

² - محمد شومان : عولمة الإعلام و مستقبل النظام الإعلامي العربي، مجلة عالم الفكر، الكويت، 1999، ص161.

الإلكتروني أو توفير الاتصال بالجماعات الصغيرة، ومن خلال المؤتمرات أو جماعات النقاش وأيضا تنوع المحتوى الذي يختاره على المواقع المختلفة المنتشرة على شبكة الانترنت سوء وظائف هذا المحتوى أو مجالاته أو المواقع الجغرافية للنشر والإذاعة أو وسائل المتعددة التي يتم ترميز المحتوى الاتصالي من خلالها.

لذلك فإن الاتصال الرقمي من شأنه أن يرفع قدرة في تلبية الحاجات والمحافظة على خصوصية الاتصال والتحكم من خلال البرتوكولات المختلفة التي من شأنه رفع الاهتمامات على مستوى الجمهور المتلقي و التفصيلات الجمعية.¹

اللاتزامية : وتتمثل في إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت للفرد المستخدم ولا يتطلب من المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه ومثال عن ذلك نجد أن نظام البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في وقت دونما حاجة لتواجد مستقبل الرسالة.²

الجماهيرية : تعتمد على مخاطبة الجماهير فحسب في الرسائل عامة ومتطابقة وأصبحت من إمكانية توجيه رسائلها ومضامينها إلى فرد بعينه تستهدف برسائلها إلى جماعة أو فئة معينة تبعا لاهتماماته وحاجاته الخاصة فخرجت بذلك من نطاق العمومية إلى خصوصية الرسائل لحاجة مستقبلها .

كما تعني وسائل الاتصال قد يوجه إلى مجموعة من الأشخاص أو جهة معينة، فقد تمكنت التكنولوجيا الجديدة من السماح للفرد أن يستقل عن المجموعة من حيث الرسائل التي يتابعها.

الانتشار : إن انتشار وشيوع والتطور التكنولوجي الهائل في تصنيع وسائل الاتصال والمعلومات إلى التقليل من تكاليف الإنتاج إلى الحد الذي أتاح لها قدر كبير من الانتشار اتساع نطاق الاستخدام بين الأفراد حيث لم يعد ينظر إلى وسائل التكنولوجيا الحديثة للاتصال ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها وذلك لسبب أن الارتباط بين وسائل الاتصال الحديثة يهدف إلى تخطي الحدود الإقليمية حيث

1 - عامر قنديلجي ، إيمان فاضل السمراني : تكنولوجيا المعلومات و تطبيقاتها،الورق للنشر و التوزيع،ط1، الأردن،2002،ص249،248.
2 - علي بن عبد الله عسيري: الآثار الأمنية لاستخدام الشباب للانترنت،مركز البحوث جامعة نايف العربية للعلوم،ط1،الرياض،2004،ص26.

توفرت إمكانية الاتصال بأي مكان في شتى أنحاء المعمورة عن طريق جهاز الهاتف المحمول أو الهاتف العمومي وأيضا بتعدد وتنوع قنوات البث التلفزيون الفضائي.

كما أتاحت للمتلقين إمكانية التفاعل الحر مع القائمين بالاتصال وتبادل الأدوار الاتصالية وتجاوز مركزية الاتصال، كما أعطت وسائل الاتصال في التسويق والترويج والتجارة حيث تخطت المستوى المحلي والدولي بوتيرة متسارعة وظهور مجتمع المعلومات.

الاحتكارية : أسمت صناعة تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عدد محدود من الدول دون غيرها نقل وتسويق هذه التكنولوجيا في الدول النامية لكن تعمل على الطريقة إدارتها واستخدامها وصيانتها في أحيان كثيرة في هذه الدول ما يجعلها تبسط سيطرتها على المجتمعات المصنفة لهذه التكنولوجيا على الدول المستوردة لها وترسيخ تبعية الدول النامية لدول العالم الأول المصنعة للتكنولوجيا .

الاقتصادية : من أهم المميزات التي تساهم في انتشار هذه التكنولوجيات هو انخفاض أسعارها نتيجة لتداولها ما ساهم ببيروز شركات متنافسة عملت على جذب أكبر عدد من الزبائن وأيضا على تطوير منتجاتها من برامج ومضامين ومنتجات مختلفة على أكثر من مستوى فهي تحقق الجهد في الوقت إضافة إلى الاقتصاد في التكلفة المادية إذ تمثل تكنولوجيا الاتصال دور أدوات فعالة لانجاز الكثير من المهام بتكلفة منخفضة¹.

وباختصار فقد لخص احد الخبراء سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة في قوله: " الخدمات التي أتاحت نتيجة التحول من الصوتي إلى الرقمي ومن الإلكتروني إلى الفوتون، ونحو الرخيص المتاح دوماً ومن الخاص إلى العام والمتنوع إلى الكامل، ومن السلبي أحادي الاتجاه إلى التجاوب ثنائي الاتجاه ومن الثابت إلى النقال، ومن الشفرة الانجليزية إلى الشفرة متعددة الاتجاهات².

1 - عيد القادر الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان، 2005، ص 32.

2 - محمد شطاح: قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا و الايدولوجيا، دار الهدى، الجزائر، 2006، ص 27.

رابعاً : ايجابيات وسلبيات تكنولوجيا الاتصال الحديثة

شهد العصر الحالي ثورة كبيرة في تكنولوجيا الاتصال الحديثة وهو ما زاد من الالتفاف الجماهيري الكبير على هاته التكنولوجيا وما تقدمه من خدمات إعلامية واتصالية في شتى الميادين وعلى تنوع هذه الوسائل فان الاستفادة منها يختلف من ميدان إلى آخر وسنحاول التعرّيج على بعض الايجابيات التي جاءت بها تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

تتجلى هذه التكنولوجيا الرقمية بقدر عالي من الذكاء حيث يمكن للنظام الرقمي أن يراقب التغير في قنوات الإرسال الأصلية ، كما تسمح بتركيب الشبكة الرقمية على طبق ضخم يتيح توفير قناة إرسال رقمية متماسكة من البداية إلى النهاية.¹

كما نجد قدرة التحكم في الصدى إذ يمكن استخدام أداة معينة تقوم بتخزين اللغة المرسلّة إلى محطات الإرسال والوقت الذي تستغرقه الرحلة حتى يصل الاتصال إلى الطرف النهائي المستهدف وأيضاً تعمل تكنولوجيا الاتصال الحديثة على تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة والتي من ابرز ميزاته الضخامة على أن هذا الاتصال الرقمي والانفجار المعلوماتي والمعرفي جاء نتاجاً للتطور الغير مسبق في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات التي استفاد منها الاتصال الرقمي وساهم في تعميم ثورة المعلومات وانتشارها والتي غطت كل المجالات.²

كما عملت تكنولوجيا الاتصال الحديثة على زيادة سرعة إعداد الرسائل الإعلامية في القدرات العالية من حيث تحويلها إلى أشكال مختلفة كما عملت على زيادة القدرة على نشرها وتوزيعها وتخطي مجال المكان والزمان وتجاوز قيود العزلة، كما برز دور الحاسب الآلي وتعامل الفرد معها لوقت طويل حيث يتميز بعدة خصائص استطاع الفرد أن يكسب قدرات في التعليم وانتشار الاستراتيجيات الخاصة بتوظيف الحاسب وبرمجة عن طريق إنتاج البرامج التعليمية ونسخها على الاسطوانات المدمجة.

1 - عيد القادر الفيصل: مرجع سبق ذكره ، 2005، ص 33 .

2 - محمد شطاح : القنوات الفضائية و تأثيرها على القيم الاجتماعية و الثقافية و السلوكية لدى الشباب الجزائري، دراسة ميدانية ، عين مليلة، دار الهدى ، 2002 ، ص 29.

كما جاءت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الفترة الأخيرة بتطور في مجال الهواتف الذكية والأجيال العديدة للهاتف حيث قدمت فرصة التواجد في الملتقيات والندوات من خلال طرح ومناقشة العديد من المواضيع وهو ساعد في انتشار دائرة التعلم المفتوحة والتعلم عن بعد.

في وقت أدى امتزاج وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية مع تكنولوجيا الحاسب الإلكتروني إلى خلق عصر جديد للنشر الإلكتروني وهو ما يظهر في طباعة الكلمات على شاشة التلفزيون وجاءت أنظمة -télé texte- للأجيال الجديدة من أجهزة الاستقبال التي أعطت فرصة متابعة الأخبار والأحداث وبرامج القنوات وأهم عناوين الصحف والمجالات المطبوعة على شاشة التلفزيون.

وأيضا من ميزات تكنولوجيا الاتصال الحديثة نجد الاتصال الرقمي وهي تحقيق تأمين الاتصال ونقل البيانات حيث استخدم هذا النظام الرقمي سابق للأغراض العسكرية ثم انتقلت إلى الاتصالات من النوع التجاري.

كما كان لظهور العديد من الخدمات الاتصالية الحديثة الجديدة مثل الفيديو تكس والتيلكس والبريد الإلكتروني والأقراص المدمجة الصغيرة التي تمكن من تخزين مكاتب عملاقة وهناك اختراعات جديدة بجانب المواقع الإعلامية المعروفة على شبكة الانترنت تقوم بألاف من المواقع الأخرى التي تقدم الخدمة الإعلامية حول الوقائع والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم وكتابة التقارير الإخبارية والتعليقات عليها في إطار الخدمة الإعلامية المتكاملة¹.

إضافة إلى أنها تعمل على جلب الراحة والرفاهية للمستخدمين لما توفره من جهد ووقت ومال وذلك عن طريق جمعها بين مجالي الاتصال عن بعد والكمبيوتر، كما حدث من استهلاك الورق خصوصا بظهور الكتاب الإلكتروني والصحيفة الإلكترونية، وتقدم التقنيات الرقمية الحديثة عشرات القنوات وتتيح فرص كبيرة لبث برامج غير ترفيهية مثل خدمات المعلومات والبرامج التعليمية، كما أنها تزيد من المعرفة والتعليم فبواسطتها يستطيع القارئ بالاتصال توصيل خدمات التعليم والإسهام في علاج أوجه قصور التعليم التقليدي الرسمي، علاوة على أن عالمية الإعلام يمكن أن تمثل ساحة للاحتكاك الحضاري ووسيلة لتنمية

¹ - سمير إبراهيم حسن : الثورة المعلوماتية و عواقبها و آفاقها، مجلة جامعة دمشق للآداب و العلوم الإنسانية، دمشق، 2002، ص 225، 226.

وعى إنسان هذا العصر، وساهمت التكنولوجيا في رفع مستوى جودة المنتج الإعلامي النهائي من خلال ما تتسم به من مرونة وسرعة وقدرة إنتاجية ومن مزاياها سرعتها الفائقة في نقل واستقبال المعلومات والبيانات، فهي تتيح سرعة بمعدل ألف ضعف واحدة.¹

وعموما نلخص كل هذه المزايا في ثلاثة أبعاد وهي:

البعد الزمني: حيث أتاحت أقصى درجات السرعة في نقل المعلومات إلى حد إلغاء الفرق بين زمن البث وزمن الواقعي في حالة البث المباشر عبر الأقمار الصناعية.

البعد المكاني: حيث وفرت كما هائلا من المساحة المطلوبة لتخزين المعلومات ونقلها، كما أنها تكاد تحدد عنصر المسافة مهما بعدت.

البعد الخاص بالوسيلة و علاقتها بالمتلقي: حيث أتاحت "ثورة الاتصال" للمتلقي درجة من التفاعل الايجابي مع هذه التكنولوجيات، كالتلفزيون الذي يستخدم الاتصال الرقمي ويسمح للمتلقي بالتدخل في اختيار البرامج.²

سلبيات تكنولوجيا و الإعلام الاتصال الحديثة

إن القدرة الهائلة لتكنولوجيا الاتصال التي عملت على تحسين قدرات الفرد التكنولوجية في التطور على أكثر من صعيد مثلت هذه التكنولوجيا دور في تقديم المعلومات والانفجار المعلوماتي في سرعة الرسائل، إلا أن هذا التطور ساهم في خلق العديد من المشاكل في حياة البشر وما سببته هذه التكنولوجيا في مخاطر ومن أهم السلبيات ومنها نجد:

ظهور الفجوة المعرفية بين الدول المسيطرة على هذه التكنولوجيا والدول المستوردة لها وهو ما نجده اليوم بين الدول الغربية مثل أوروبا وأمريكا والدول العالم الثالث، فان هناك احتمال زيادة تهميش الدول والعالم الثالث وزيادة العزلة الثقافية أن لم تسارع هذه الدول إلى المشاركة في هذه الثورة التكنولوجية الإعلامية والاتصالية.

1 - عيد الباسط محمد عبد الوهاب: استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي و التلفزيوني، دراسة ميدانية، المكتب الجامعي الحديث، صنعاء، 2005، ص 267-265.

2 - عامر إبراهيم قنديلجي، إيمان فاضل السمراي: تكنولوجيا المعلومات و تطبيقاتها، الورق للنشر و التوزيع، ط1، الأردن، 2002، ص 216.

أيضا كان لاندماج تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في منظومة واحدة هو احد الأدوات الرئيسية للعولمة الراهنة بإبعادها الاقتصادية والسياسية والثقافية، أيا كان القرار سوء كان التأييد أو الرفض فان ذلك لا يغير في الأمر شيئا وهذا ما يجعل الناس في مختلف أنحاء العالم لا يتنفسون هواء جماعيا.

لقد عملت تكنولوجيا الاتصال الحديثة على تكريس وإشاعة قيم الاستهلاك الغربي والقضاء على التنوع الثقافي للمجتمع، في وقت لم يعد هناك مجال الحياة الخاصة للفرد في ظل التطور الهائل لتكنولوجيا الاتصال الحديثة وقد تحولت قيمة الإنسان في خضم ذلك إلى المرئيات المكشوفة على وسائل الاتصال حيث تحولت ميادين الحياة إلى شيء مرئي مسموع للاستهلاك ويتضمن المشهد كل من السلع المادية والمرئية والصورة عن السلع.

تدل العديد من المؤشرات أن تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة تسير إلى انعدام أو وشوك انعدام استطاعت أي فرد أو جهة معنية من التحكم في تدفق المعلومات سواء كانت الجهة المعنية سياسية أو دينية أو اجتماعية.¹

وهذا ما قد يضر بدرجة كبير في الأجيال القادمة في ثقافتها وعاداته والقيم الاجتماعية، لان هذه الوسائل الإعلامية والاتصالية تحمل الكثير من المعلومات والبيانات التي تعمل على تدمير الأخلاق والمبادئ للأطفال والشباب على حدا سوى وهذا يعود لانعدام الرقابة.

كما ساهمت التكنولوجيا الحديثة في مجال الإعلام والاتصال في تكسير اللغة العربية الفصحى بحجة التيسير والبساطة في فهم الرسائل حيث تم الخلط بين المصطلحات حتى أصبحت هذه المصطلحات تزامم اللغة العربية، وساعدت بظهور الكتابة الركيكة والتغيرات الغامضة غير محددة المعنى مما ساهم في اضمحلال الفكر.²

في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة أصبح العالم يسير نحو نمط المجتمعات الغربية وهذا من خلال نقل قيم المجتمع الغربي المتمثل في الأوروبي والأمريكي القومي ليصبح القدوة والمثل فسح المجال لترويج للإيديولوجيات الفكرية الغربية

¹ - سمير إبراهيم حسن: الثورة المعلوماتية و عواقيها و أفاقها، مجلة جامعة دمشق للآداب و العلوم الإنسانية، دمشق، 2002، ص225، 226.

² - عبد الفاتح عبد النبي: تكنولوجيا الاتصال و الثقافة، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 1990، ص86.

وفرضها في الواقع من خلال السياسة الإعلامية الغربية وهذا ما كرستها العديد من الدول بضغط على الشعوب الأخرى من خلال تكنولوجيا الاتصال الحديثة المتطورة اليوم.¹

تحولت حياة الفرد إلى شيء مرئي أو مسموع للاستهلاك، ويتضمن المشهد كلا من السلع المادية المرئية والصورة المادية عن السلع حيث أصبح المشهد في هذه الحالة لغة لسلعة وتقنية مرئية وهذا الواقع بسلب الوجود الإنساني من المعنى الحقيقي بل يتجاوز ذلك الوجود بالوصول ويصبح المرئي هكذا أكثر أهمية من الحقيقة المعاشة ذاتها.²

إضافة إلى أن هذه التكنولوجيات أقل اجتماعية وعاطفية وحميمية، كما انه على الرغم مما قدمته من خبرة عالية في مجال حرية التعبير إلا أن هذه الحرية تقيدت بقيود سياسية، فليس هناك ضمان بان تكنولوجيا الاتصال الحديثة سوف تؤدي إلى عصر جديد مختلف ينطوي على المزيد من حرية التعبير فهناك العديد من المؤشرات التي تشير إلى العكس، كما أن التقنيات أو اللامهايرية تؤدي إلى انقسام الجمهور العريض الواحد على عدد كبير من الجماعات الصغيرة ذات الاتجاهات المتباينة التي تؤدي إلى تقليص الخبرات المشتركة لمعظم أفراد المجتمع، والتكنولوجيا الحديثة من شأنها أن تنتهك خصوصياتها وتتخلص على ما يحدث داخل منازلنا، كما أنها توسع الهوية المعرفية بين من يملكون التكنولوجيا الاتصالية الحديثة ومن يفتقرون إليها، ناهيك عن الغزو الثقافي والمعرفي وانهيار قيم وعادات الشعوب.³

لعبت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التأثيرات الصحية وهذا على السيلولوجي والفيزيولوجي والنفسي للأفراد، فنجد العديد من الأمراض سببها الاستخدام المفرط لهذه التكنولوجيات ومن الأمراض نجد العزلة الاجتماعية التي تحصر الفرد في مجتمع افتراضي يخلو من العامل الاجتماعي كما نجد أيضا من الأمراض والاكتئاب وضعف البصر والإرهاق والقلق وهو ما تثبتته العديد من الدراسات الغربية في هذا المجال.

1 - ياسين خضر الباني: الاتصال الدولي والعربي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ط2006، ص1، ص88.
2 - عيد الرحمان عزي: دراسات في نظرية الاتصال، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط2003، ص1، ص142، ص140.
3 - عامر إبراهيم قنديلجي، إيمان فاضل السمراي: تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، الورق للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2002، ص 216.

الفصل الثاني: ماهية وكالة الأنباء

أولاً : مفهوم وكالة الأنباء

لا يمكن لأي صحيفة في العالم تريد تغطية شاملة للأحداث في حيز عملها أن تكتفي بفريقها الصحفي بما فيها الوسائل الإعلامية الأخرى (التلفزيون، الراديو) لابد لها أن تستعين بوكالات الأنباء.

تعتبر وكالات الأنباء المصدر الأساسي لكل الوسائل الإعلامية إذ تغطي حوالي 75% من المادة الإعلامية المنشورة في الصحف والباقي من توقيع صحفي الجريدة.

وكالة الأنباء عبارة عن مؤسسة صحفية تضم آلاف الصحفيين الموزعين عبر العالم وفي نقاطه الساخنة، ويكلف المراسلون بتغطية كل الأخبار ليل نهار. وكل هذه الأخبار تصب في مركز واحد ثم يقوم المركز بتوزيع أخباره على الصحف والوسائل الإعلامية المشتركة في الوكالة، وللعلم فوكالات الأنباء لا توزع أخبارها مجاناً، وإنما تبيعها للمشتركين.

تعرف وكالات الأنباء بأنها منظمات أو مؤسسات أو هيئات وظيفتها جمع الأخبار والصور والموضوعات الصحفية من مختلف مناطق العالم.¹

عرفت اليونسكو وكالات الأنباء بأنها الوكالات التي تستخدم شبكة من المراسلين لجمع الأنباء عن عدد كبير من البلاد، وتستخدم موظفين في مراكزها الرئيسية لتحرير هذه المواد الإخبارية العالمية فضلاً عن الأخبار المحلية وإرسالها بأسرع ما يمكن إلى مشتركها سواء أكانت صحف أو محطات إذاعية أو تلفزيونية أو وكالات محلية بالإضافة إلى مكاتبها الخارجية .

ويعرفها محمود علم الدين بأنها الجهاز الذي يتولى استقاء الأخبار من مصادرها الأساسية في مناطق متفرقة من العالم وتوزعها على الصحف والإذاعات المسموعة والمرئية بأجهزتها الخاصة .

و هناك من يعرفها بأنها: مؤسسة تقدم خدمة إخبارية حيث تعني بتجميع الأخبار وتغطية الأحداث بالصورة والكلمة والصوت. وتقوم بتوفير خدماتها الإخبارية إلى مختلف المؤسسات الإعلامية كالإذاعة والتلفزيون والصحف والشبكة العنكبوتية .

¹- إبراهيم إمام ومحمد فريد عزت: وكالات الأنباء المعاصرة، (د.ط)، دار الفكر العربي، القاهرة، 1990، ص 7.

كما عرفها الباحث الدكتور عيسى الحسن بأنها مؤسسة خدمية تعمل على تجميع ومعالجة عناصر المعرفة وتصنيعها وتعيد بثها عبر وسائل الاتصال للجماهير أي أن وكالة الأنباء هي مؤسسة إعلامية خدمائية، تتصف وتتميز بطابع خاص، إذ أن مهمتها تتجلى في تجميع ومعالجة عناصر المعرفة المتنوعة تمهيداً لبثها، عبر تقنيات معينة، إلى وسائل الإعلام الجماهيرية التي تعمل بدورها إلى نشرها، اصطفاًنا على نطاق جماهيري .¹

وتحمل وكالة الأنباء عدداً من المسميات باللغة الانجليزية ولكنها ذات معنى واحد، ولا يوجد فرق عند ترجمة هذه المصطلحات إلى اللغة العربية كالمصطلحات التالية : News Agency , Wire Service , Press Agency .²

وكالة الأنباء هي الجهاز الذي يتولى استقاء الأخبار من مصادرها الأساسية في مناطق متفرقة من العالم ، وتوزيعها على الصحف والإذاعات المرئية والمسموعة بأجهزتها الخاصة بها .³

ثانياً : نشأة وكالة الأنباء

ما كادت الصحافة تشق طريقها كوسيلة اتصال جماهيرية حتى ظهرت مؤسسات إعلامية جديدة أعطتهما دفعا قويا للقيام بمهامها ألا وهي وكالات الأنباء .

وتعود الجذور التاريخية لفكرة وكالات الأنباء إلى التجار الفينيقيين الذين كانوا يجمعون الأخبار عن تجارتهم ويبيعونها إلى نظرائهم ليستفيدوا منها. كما تظن " آل روشفيلد " إلى قيمة الأخبار حول ثروة القصر والبلاط البريطاني وفضائح الأمراء والأميرات فكانوا يبيعون هذه الأخبار .

ويعتبر " شارل هافاس " المؤسس الأول لوكالات الأنباء منذ عام 1832 بشارع "جون جاك روسو" بباريس واخذ مكتبه اسم وكالة هافاس منذ عام 1835 . وقد حلت وكالة الأنباء الفرنسية فيما بعد محل وكالة الأنباء هافاس .

أما أكبر وكالات الأنباء التي أنشأت في أوروبا بعد وكالة هافاس، فقد أسسها متمرنان ألمانيان من أصل يهودي كونهما هافاس في باريس وهما : برنارد وولف وجوليوس رويتر .

¹- م م حبيب الملح : وكالات الأنباء العالمية ودورها في الإعلام الدولي ، 2013/10/26 ، ص 1 .

²- محسن الإفريقي : وكالات الأنباء العالمية ، ص 1.

³- شفيق محمود عبد اللطيف: وكالات الأنباء رؤية جديدة، (د.ط) ، دار المعرفة ج.م.ع ، 1119 كورنيش النيل ، القاهرة ، 1978 ، ص 10.

الأول أنشأ في برلين مكتب وولف الذي فتح للجمهور عام 1849 وظل حتى فترة النازية أكبر وكالة أوروبية للإعلام.¹

فأنشئت في ألمانيا وكالة للأخبار وهي " وكالة وولف الصحفية "، وكانت مهمتها نقل الأخبار إلى جانب الإعلانات التجارية، وقد كان نشاطها ممثلاً في ألمانيا والنمسا والمجر والدول الإسكندنافية.

وظل الهدف من إنشائها في بداية الأمر هو الصبغة الإعلانية التجارية إلى جانب الحصول على الأخبار من مصادر متعددة تخدم الصحافة وقت ذلك .

على أن وولف لم يكن يهدف بإنشاء هذه الوكالة إلى التغطية الإخبارية فقط بل كان يرمي من وراء ذلك إلى أنشطة تجارية رأى أنها تتحقق عن طريق وكالته الجديدة في اتجاهاتها.

ولما رأى " وولف " أن حاجة الصحف في ألمانيا أصبحت ملحة في استقاء الأنباء من مدن متعددة عرض خدماته على الصحف مطوراً وسائل الاتصال من البريد إلى البرق بغية مواكبة أسلوب السرعة في نقل الخبر.²

وتنشأ الثاني في لندن عام 1851 وكالة رويتر التي حملت اسمه بعد وضع جبل الأسلاك البحري بين مدينتي دوفر و كالي .

وجاءت وكالة الأنباء الانجليزي بعد ظهور وكالة الأنباء الفرنسية نظراً للمنافسة التقليدية بين بريطانيا وفرنسا، وأصبحت رويتر الوكالة الوحيدة للأخبار في بريطانيا.

كذلك سعت أمريكا للحاق بأوروبا في هذا المجال فأنشأت أول وكالة للأخبار في مدينة نيويورك عام 1848 أسمها أسوشايتد برس، بواسطة عدد من ملاك الصحف التي كانت تصدر في المدينة ثم أصبحت تحمل اسم نيويورك أسوشايتد برس منذ عام 1856، وأخذت الاسم الحالي أسوشايتد برس منذ عام 1892 ، نتيجة لتجمع عدد من الوكالات الصغيرة المنتشرة في الأقاليم الأمريكية المختلفة .

أما وكالة يونائيد برس فقد ولدت عام 1958 عقب دمج وكالتي يونائيد برس و أسوسايشن التي أنشأت عام 1897 وأنترناشيونال نيوز سيرفيس التي أنشأت عام 1909 .

1- لعقاب محمد : مجتمع الإعلام و المعلومات ماهيته و خصائصه ، دار هومة للنشر ، الجزائر ، 2003 ، ص 31 ، 32 .

2- شفيق محمود عبد اللطيف: وكالات الأنباء رؤية جديدة، (د.ط)، دار المعرفة ج.م.ع، 1119 كورنيش النيل، القاهرة، 1978 ، ص 12 ، 13 .

وقد تم دمجها كرد فعل على الاحتكار الذي كانت تمارسه أسوشايتد برس
حيال المؤسسات الإعلامية المختلفة.¹

ثالثا: أقسام وكالات الأنباء

تنقسم وكالات الأنباء إلى خمسة أقسام من الوكالات هي :

1. الوكالات العالمية الكبرى : وهي وكالات تنتشر مكاتبها في شتى أنحاء العالم وتمتد المشتركين فيها بالمواد الخبرية المختلفة التي يطلبونها، ومنها وكالة رويترز ووكالة الصحافة الفرنسية ووكالة اسوشايتد برس و يونايتد برس الأمريكيتين ووكالة تاس السوفيتية . فلا توجد منطقة إلا وتنشط فيها أجهزة الوكالات العالمية، وتملك هذه الوكالات من المعدات والقوة والتكنولوجيا التي تستطيع به جمع الأخبار وتوزيعها باللغات عدة مثل (الانجليزية ، العربية ، الفرنسية ، الألمانية ، البرتغالية ، الروسية والاسبانية)، ولها إمكانات في معظم دول العالم وتستخدم قوة بشرية من المراسلين تجعلها توزع خدماتها الإخبارية على مدار 24 ساعة إلى آلاف الوكالات المحلية أو القومية أو الصحف أو المحطات الإذاعية والتلفزيونية .

وعلى رغم من تأكيد وكالات الأنباء العالمية أنها تقف على الحياد من الأخبار التي تزود المشتركين بها، وأنها تبثها بموضوعية تامة ولا توجهها حسب أفكار ورؤى سياسية معينة ، فإن لها تأثيرا كبيرا على حركة على التدفق الدولي للأخبار يأخذ اتجاهها واحدا هو من الغرب إلى الشرق، بمعنى أن حجم الأنباء التي تحملها هذه الوكالات يفوق عدة مرات كمية الأنباء التي تنقلها عن دول العالم الثالث فيما يطلق عليه بالاختلال الكمي، وفي الوقت نفسه، فإن نوعية الأنباء تحمل تحيزا واضحا في مصلحة الغرب وتحاملا أكثر وضوحا على دول العالم الثالث، فيما يعرف بالاختلال الكيفي .

2. الوكالات متوسطة الحجم : وهي تلك الوكالات التي تملك مكاتب توزيع خارجي كبيرة ولم يأتي تصنيفها ضمن الوكالات العالمية مثل وكالة أنباء الصين ووكالة الأنباء اليابانية kyodo ووكالة الأنباء الألمانية (DPA)، وغيرها من الوكالات المتوسطة الحجم والتي لم ترقى إلى مصاف الوكالات العالمية ولكنها في الوقت

¹- لعقاب محمد: مرجع سبق ذكره ، ص 31 ، 32 ، 33 .

نفسه اكبر من الوكالات المحلية وهذه الوكالات تشترك أيضا مع الوكالات العالمية في خدمة الأخبار.¹

3. الوكالات متعددة الجنسية أو الوكالات الإقليمية : وهي الوكالات الأنباء التي تسعى إلى إرضاء الحاجات الإخبارية لمناطق جغرافية معينة، وتضم عدد من الدول التي تختلف أنظمتها السياسية، أو فئة من البلدان التي يجمعها انتماء سياسي معين، وهي تقع بين الوكالات العالمية والوكالات التي ليس لها انتماءات قومية محددة ومثال على ذلك مجمع وكالات دول عدم الانحياز (NANAP) ووكالة دول البحر الكاريبي (CANA) ، ووكالة الأنباء الإسلامية ومقرها جدة في المملكة العربية السعودية التي أنشئت إيماناً من الدول الإسلامية بأهمية وجود وكالة أنباء تعنى بمصالح الأمة الإسلامية، وترصد جوانب التنمية فيها وتنقل أخبارها وأخبار الدول الأخرى على أسس من القيم والمبادئ الإسلامية الصحيحة بعيدة عن التشويه والتحريف.²

4. الوكالات المحلية : وهي الوكالات تملكها معظم الدول، ومهمتها الرئيسية تغطية الأخبار المحلية إضافة إلى أهم الأخبار العالمية، وقد عرفتها اليونسكو بأنها الوكالات التي تقوم بجمع الأخبار المحلية (الأهلية) وتقوم بتوزيعها في بلادها، وقد نشأة هذه الوكالات من الخطر الذي تشكله وكالات الأنباء الكبرى على الأخبار فكان لابد من التشجيع على ظهور وكالات أنباء محلية في جميع أنحاء دول العالم لكنها تتسم في معظمها بقدراتها المحدودة على جمع وبحث الأخبار نتيجة لقدراتها البشرية والمادية والتكنولوجية المحدودة، وكذلك بسبب خضوعها لحكوماتها بشكل مباشر أو غير مباشر، فضلا عن الإجراءات البيروقراطية التي تعرقل حركاتها للاضطلاع بمتطلبات العمل الإعلامي ومن هذه الوكالات وكالات الأنباء في الدول العربية .

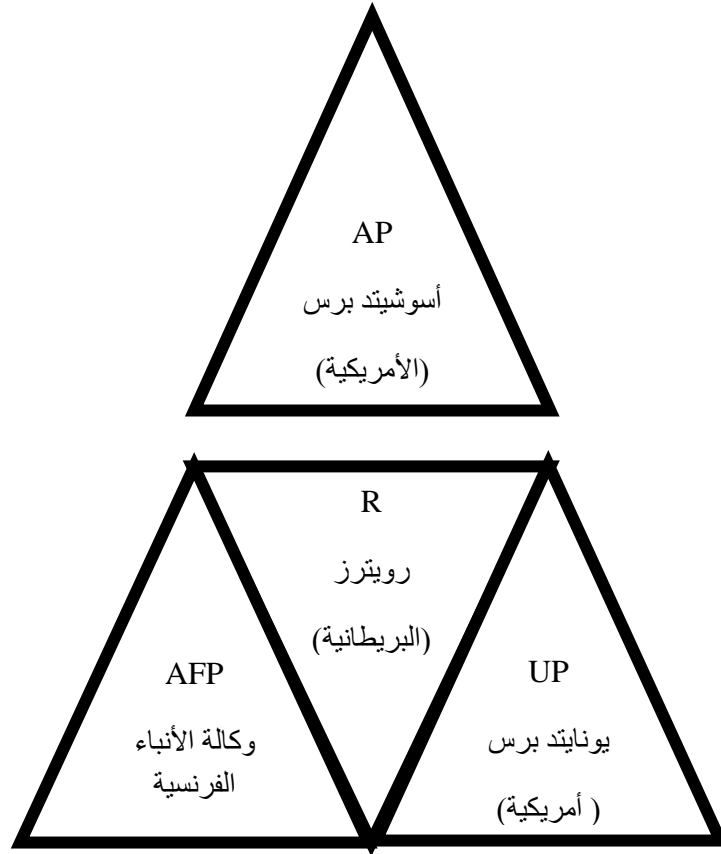
5. الوكالات المتخصصة : وهي الوكالات المتخصصة في نوعيات من الأخبار مثل الاقتصادية أو الرياضية، ومثل هذه الوكالات تكونون تابعة لكبريات الصحف الأمريكية مثل صحف (النيويورك تايمز لوس أنجلس تايمز ، وواشنطن بوست) ويطلق على بعض هذه الوكالات اسم وكالات الأعمدة وهي منتشرة

¹ - م م حبيب الملح : وكالات الأنباء العالمية ودورها في الإعلام الدولي ، 2013/10/26 ، ص 3.

² - م.م.حبيب : نفس المرجع ، ص 4.

في الولايات المتحدة الأمريكية على وجه الخصوص ومنها أيضا وكالات المادة الإخبارية المصورة مثل وكالة الأنباء العالمية المصورة التي تأسست عام 1919م.¹

رابعا : أهم وكالات الأنباء العالمية



هناك أربع وكالات تسيطر على 85 % من التدفق العالمي للأخبار بينما يقدر آخرون أنها تحتكر 80 % من التدفق و هو ما يدل على الاتفاق أنها تتمتع بسيطرة احتكارية على تدفق الأنباء والمعلومات في العالم وهذه الوكالات هي :

1. وكالة رويترز (Reuters)
2. وكالة أسوشيتد برس (Associated Press) (AP)
3. وكالة يوناييتد برس (United Press International) (UPI)

¹ - م.م.حبيب : مرجع سبق ذكره ، ص5، 6.

4. وكالة الأنباء الفرنسية (Agency France Press) (AFP)

وتعد وكالات الأنباء الأربع وهي الأسوشيتدبرس و اليوناييتدبرس – الأمريكيتان، رويترز البريطانية ووكالة الصحافة الفرنسية مصدرا رئيسيا للأنباء للكثير من وسائل الإعلام في دول العالم وخاصة العالم الثالث بحيث أصبحت هذه الوكالات تحتكر معظم الأنباء الدولية وتهيمن على النشاط الإعلامي لكثير من الدول وهو ما يدل على أن الحاجة تزداد إلى هذه الوكالات العالمية بسبب سعة إمكانياتها وقدراتها وانتشارها وهي المصدر الأساسي وصاحبة الفضل في الحصول على الخبر على مصادره الأصلية أو تقوم بنقل الأخبار عن طريق الوسائل الإعلامية وعلى جهود الوكالات المحلية وصحافتها في كثير من البلدان.

ومع تطور تكنولوجيا الاتصال التي أصبحت احد سمات العصر، فإن الوكالات العالمية للأنباء لم تتأثر إطلاقا، كما يعتقد بعض المعنيين بان اتساع مجالات الاتصال المختلفة قد أضعفت أهمية وكالات الأنباء بل على العكس من ذلك تعد اليوم من أكثر المؤسسات الإعلامية استفادة من هذا العصر إذ لم يقتصر بثها على الكلمات فحسب بل أن هناك مئات الصور والرسوم والبيانات وكل ما يساعد على الإحاطة بكل ما يجري في العالم وبجميع الاهتمامات، توزعها على الوسائل الإعلامية في خدماتها.

وإذا ما أخذنا بالحسبان فإن فكرة تأسيس وكالات الأنباء العالمية قد وضعت على أساس تزويد المشتركين فيها من أفراد وشركات ورجال الأعمال بانباء التجارة والمال وأسعار البضائع وحالة السوق إلى أن تطورت لتشمل فيما بعد الأخبار بأنواعها والتي كانت في بدايتها مشروعات تجارية فحسب فقد أصبحت الأخبار الاقتصادية والمالية أفضى للمنافسة الدائمة بين الوكالات الأربع.

ولكن تنوع الخدمات الإعلامية لهذه الوكالات الأربع الكبرى والانتقال من سوق المعلومات العامة إلى سوق المعلومات المتخصصة الذي يحقق ربحا وإيرادا أكثر من السوق الأول يتطلب امتلاك هذه الوكالات التقنيات الخاصة بنشر هذه المعلومات ومستلزماتها والاستفادة من المتخصصين بالمجالات التقنية فضلا عن القائمين بالاتصال الذين أصبحوا متخصصين بمجالات تقديم المحتوى.. لذا فإن توظيف مثل هذه الطاقات الإنتاجية التكنولوجية والبشرية أصبح يتطلب استثمارا ضخما باتجاهات الإنتاج أو البث ودراسة الجدوى في إطار البناء المؤسسي ومن ثم

فان المعلومات التي تبث أصبحت تعمل وفقا لبناء ضخم بآلياته ومن أجل تلافي المنافسة بين هذه الوكالات العالمية والمخاطر المالية والحفاظ

على مستوياتها تجاه المنافسة فقد اتبعت خطوات يمكن تلخيصها بالاتي:
 أ- احتكار التقنيات الخاصة بنشر المعلومات.
 ب- تحقيق النزعة الربحية من خلال توظيف هذه التقنيات لخدمة السوق العالمية في تقديم المعلومات المتخصصة والعامه التي تنتج وتوزع على كل قارات العالم.

ومن هذين المنطلقين تتضاعف شدة المنافسة بين الوكالات الأربع فيقول (فيليب كيفر) في سنة 1985 ويفضل ترخيص خاص اتسم بخرقه لكل مظاهر المودة غدت (AFP) وكالة الصحافة الفرنسية أول وكالة تتمكن من استخدام البرق البصري ولم تتمكن منافساتها من الحصول على ترخيص باستخدامه إلا بعد خمس سنوات لاحقا.¹

وتعتبر هذه الوكالات أهم آليات السيطرة الشمالية على النظام الإعلامي الدولي، إذ يقدر عدد الكلمات التي تنتجها هذه الوكالات الأربع بـ 33 مليون كلمة يوميا.

وسنطوي تفاصيل مختصرة عن هذه الوكالات الأربع .

وكالة رويترز

تعد وكالة رويترز البريطانية من اكبر الوكالات العالمية في مجال الأخبار والمعلومات تأسست عام 1851 م في بريطانيا أسسها آنذاك مهاجر ألماني من أصول يهودية يدعى "إسرائيل بن جوزاخات" والذي اعتنق المسيحية وسمى "بول جوليوس رويترز" والذي بدء في تقديم خدماته إلى الصحف البريطانية والذي لم تلاقى الاهتمام في بداية الأمر إلا أنه بعد ظهور الكابل بين باريس ولندن عام 1851 بدأت الصحف باستلام الأخبار بصورة أسرع وزاد الاهتمام بها وعاد الأمل إلى جوليوس رويترز وتضاعف العمل في خدمة أخبار الصحف.²

تزود وكالة رويترز بالمواد الصحفية أكثر من 120 بلدا وتنتشر أخبارها بشكل منتظم ولديها 4100 مشترك وعدد مكاتبها 163 مكتب موزعة في العديد من دول العالم فيما يبلغ بثها اليومي 5 ملايين كلمة.

¹- سليمان صالح : صناعة الأخبار في العالم المعاصر، الطبعة الثانية، دار الثقافة العلمية، الإسكندرية، 2001، ص 91.

²- م م حبيب الملح : وكالات الأنباء العالمية ودورها في الإعلام الدولي ، 2013/10/26 ، ص 7 .

تشرف على إدارتها أربع جمعيات للاتحادات الصحفية وهي جمعيتا، مالكي الصحف البريطانية ووكالة الصحافة المتحدة الاسترالية ووكالة الصحافة النيوزيلندية ووكالة برس اسوشيشن.¹

حصلت نقطة التحول في رويترز عام 1858 عندما تعاقدت صحيفة المورننك ادفرتايرز (MorningAdvertiser) لنشر الأخبار التي كان يبيعها لأشخاص من ذوي الرتب العالية لقاء عمولة كبيرة وذلك بهدف أن المواضيع التي ستنتشر في صفحات الجريدة سوف توسع من دائرة قرائها وأيدت هذه الجريدة الفكرة وأخذت تنشر هذه الأخبار، وفعلا تضاعف قرائها وأصبحت الجريدة أكثر تميزا من غيرها وأخذت بقية الصحف تتسابق على عقد اتفاقيات مع رويترز حتى أصبحت تقريبا الصحف كافة مشاركة في النشرات الإخبارية التي تصدرها لهم رويترز .

كما حصل مكتب رويتر على نص خطاب نابليون الثالث إلى المجالس التشريعية الفرنسية الذي أعلن فيه الحرب على النمسا مما اكسب رويترز الشهرة الواسعة.

تمكن جوليوس رويترز بعد عام 1865 من إنشاء خط كابل يربط مكتبه بألمانيا و كابل آخر يربط شمال القارة الأمريكية وأصبحت الوكالة منذ ذلك التاريخ شركة مساهمة وبين الفترة من 1860- 1880 سيطرت بريطانيا على كثير من الدول وكان لهذا انعكاس ايجابي على الوكالة فتوسعت أعمالها وامتدت إلى قطاع البنوك والصناعة . وبعد وفاة جوليوس رويترز عام 1899 خلفه ابنه في رئاسة الوكالة حتى عام 1916 حيث توفي هو الآخر وألت ملكية رويترز إلى مؤسسة أهلية سميت (رويترز المتحدة) برئاسة المدير العام الجديد رودريك جونز الذي عمل قبل ذلك مديرا لروترز في جنوب إفريقيا.

وفي عام 1925 اشترت نصف أسهم رويترز مؤسسة صحفية بريطانية هي جمعية الصحافة (The Press Association) التي كانت تحتل صحف المقاطعات البريطانية ، و في 29 / 11 / 1941 تم شراء النصف المتبقي من الأسهم جمعية بريطانية هي جمعية ناشري الصحف (The News PaperPublisher) والتي تمثل الصحف اللندنية وبهذا أصبحت الوكالة مملوكة بالكامل للصحف البريطانية . وفي عام 1942 دخلت رويترز في شركة مع جمعية الصحافة

¹- د.صالح شاكور و توت: أهمية وكالة الأنباء كمصدر من مصادر الإعلام، (د.ط)، (د.د ن) ، 2004 ، ص 262 .

الاستراتيجية وجمعية الصحافة النيوزلية ، وعقدت الاتحادات الأربعة فيما بينها اتفاقا ينص على عدم السماح لإجراء أي تغييرات في الأسهم حتى عام 1962 وكذلك الاتفاق على الاستقلال والاستقامة في خدمة الأخبار، وتعرضت رويترز إلى منافسة الولايات المتحدة الأمريكية ووكالة ناسا لكنها حافظت على قوتها في إفريقيا ودول السوق الأوروبية المشتركة وتعاملت الوكالة مع 77 وكالة أنباء وطنية وخاصة، وتبث رويترز كلمات تقدر بالملايين وتستطيع بث الأخبار عن الأحداث بعد دقيقتين أو أقل من وقوعها.¹

وفي عام 1960 اشترت بعض أسهم شركة الأخبار التلفزيونية العالمية (News Vis) وواصلت الشراء حتى عام 1962، إذ اشترت الشركة كاملة وأعدت تسميتها لتطلق عليها شركة تلفزيون رويترز وتعد هذه الشركة الآن أهم مصدر دولي للأخبار التلفزيونية. إذ تصل أخبارها إلى 1.5 مليار متلقي وتقدم خدماتها مباشرة إلى جمهور وسائل الإعلام عن طريق الاتصال الفضائي والأرضي وتعتبر خدمات تلفزيون رويترز الأقدم والأهم من حيث الحالية والمتابعة والأحداث الجديدة في العالم أما المنافس الوحيد لتلفزيون رويترز فهو خدمة أخبار تلفزيون اسوشيتدبرس التي بدأت عام 1994 .

ويعتمد موقف وكالة رويترز كمؤسسة أخبار دولية رائدة على أربع عناصر للقوة هي :

1. شبكة أخبار ومعلومات دولية تعرف بسرعتها ودقتها واستقامتها وعدم تحيزها .
2. شبكة اتصال متطورة باستمرار وخط إنتاج يتميز بالجودة والاتساع.
3. دعم مالي شامل لتغطية الأوقات والأحداث الراهنة ولتوفير المعلومات التاريخية المطلوبة .
4. سمعة دولية معترف بها إلى جانب تطورات وتطبيقات تكنولوجية متواصلة.²

وكالة أسوشيتدبرس

يعود تاريخ هذه الوكالة الإخبارية إلى منتصف القرن التاسع عشر، إذ اجتمع مسؤولين يمثلون ست صحف في مدينة نيويورك وبالتحديد في مقر صحيفة نيويورك صن ليناقتشوا قضية التكاليف المرتفعة لجمع الأخبار وخاصة من أوروبا بواسطة

¹- م.م.حبيب الملح : وكالات الأنباء العالمية ودورها في الإعلام الدولي ، 2013/10/26 ، ص 8 ، 9.

²- م.م.حبيب الملح : نفس المرجع ، ص 9.

التلغراف، وكان التلغراف كاختراع جديد قد جعل من نقل الأخبار عملية ممكنة وسهلة لكن ظلت تكاليف استخدامه مرتفعة بعض الشيء لدرجة لا تستطيع معها بعض الصحف توفير تلك الخدمات بشكل منفرد، وطرح ديفيد هال يومها حلا يكمن في التعاون بين صحف مدينة نيويورك لمواجهة شركات التلغراف حتى لا تؤثر على تدفق الأخبار، وعلى الرغم من الاختلافات التي ظهرت في حينها إلا أن صحف نيويورك الست اتفقت في نهاية المطاف على خطة تاريخية مشتركة وكانت هي ولادة وكالة أسوشيتدبرس .

وأسوشيتد برس عبارة عن وكالة أمريكية يعود تأسيسها إلى العام 1848م قدمت نفسها لأوروبا كمؤسسة غير عادية باسم الجمعية التعاونية لأصحاب الصحف ... واكتسبت بالتدرج صفتها العمومية لكل البلاد، والتي احتكرت فيما بعد العمل الإعلامي والإخباري في كل الولايات المتحدة الأمريكية.

بدأت هذه الوكالة منذ نشأتها بالاهتمام بالأخبار وظلت متمسكة بهذا الاهتمام إلى اليوم وتشارك في ملكية هذه الوكالة غير الربحية والسيطرة عليها في الوقت الراهن قرابة 15500 صحيفة .

أسوشيتد برس عبارة عن اتحاد بين أشخاص يملكون أو يمثلون الصحف وعملها جمع وتوزيع وتبادل الأخبار من أجل نشر هذه الأخبار في الصحف التي يملكونها أو يمثلونها، وبواسطة الأخبار التي تحصل عليها وتوزعها على الصحف تحقق زيادة في عدد مشتركي وقراء الصحف ومشاهدي التلفزيون وبالتالي زيادة في حجم الإعلانات وأسعارها وبهذه الطريقة وليس بطريقة بيع الأخبار تحقق الوكالة أرباحها¹.

يشرف على إدارتها مجلس مكون من 18 عضوا من كبار الممولين، وتتناسم النفوذ في احتكار المادة الإخبارية منذ بداية عملها في الوكالات الأوروبية عام 1872 م والذي استمر حتى عام 1943 دخلت الـ (A.P) عصر الالكترونيات والبث الفضائي جنباً إلى جنب مع نظيراتها الأربعة الأخرى ويقدر بثها اليومي بـ 3 ملايين كلمة، بينما يتلقى أخبارها وتحقيقاتها حوالي مليار شخص في العالم.²

¹- م.حبيب الملح : مرجع سبق ذكره ، ص 9 ، 10 .

² - <http://www.wakalet2.htm> (16 /02/2019),12787 oct

ومنذ عام 1931 فتحت هذه الوكالة فروعها في لندن وباريس وبرلين ثم تغلغت في السوق الأوروبية للأخبار، وتقوم حالياً بتقديم خدماتها إلى أكثر من 15 ألف جريدة وإلى محطات الإذاعة والتلفزيون في أكثر من 115 بلداً، ولديها أكثر من 1100 مكتب داخل الولايات المتحدة و70 مكتب خارج الولايات المتحدة، يبلغ عدد موظفيها أزيد عن 5 آلاف موظف ومعدل حجم الأخبار المغطاة أربع وعشرين ساعة يعادل 20 مليون كلمة.¹

وفي الوقت الراهن، تبيع وكالة أسوشيتدبرس أخبارها وصورها وخدماتها الصحفية إلى ما يقارب 8.500 مشترك دولي، وترجم مادتها الصحفية تلك إلى ست لغات عالمية، وحصدت الوكالة سبع وعشرين جوائز بالتزير Prizes Pulitzer في مجال الصورة بشكل لم تحققه أي مؤسسة إخبارية أخرى.

وسعت أسوشيتدبرس خدماتها بإصدار ملحق مشترك مع داو جونز متخصص في الأخبار الاقتصادية وأسواق المال والأعمال، ويوزع على فئة خاصة من المشتركين ووسائل الإعلام في ثلاثة وأربعين دولة حول العالم. ولمواجهة الطلب المتزايد على الأخبار الرياضية، كانت أسوشيتدبرس أول وكالة أنباء دولية تطلق خدمة أخبار رياضية متخصصة منذ عام 1946.

تنشر الوكالة كذلك تقويماً سنوياً لأهم الأحداث الرياضية العالمية في العام الواحد. واليوم تبتث الوكالة حوالي 9.600 كلمة في الدقيقة الواحدة لمختلف أنواع الأخبار.

أما أخبار أسوشيتدبرس التلفزيونية التي كان منافسها الرئيسي وكالة رويتر فكانت تجمع من سبعين مكتباً فرعياً للوكالة حول العالم، ويشترك في خدماتها أكثر من ثلاث مائة مؤسسة إعلامية وشبكات تلفزيونية أبرزها، CBS, CNN, News NBC, ABC, FOX وتقدم هذه الخدمة أبرز وأهم أخبار الأمريكيتين الشمالية والجنوبية، آسيا وأوروبا.

¹- د.صالح شاكور وتوت : أهمية وكالات الأنباء كمصدر من مصادر الإعلام ، (د.ط) ، (د.ن) ، 2004 ، ص326-325.

وفي منتصف تسعينات القرن العشرين، بدأت الوكالة في تقديم القصص الإخبارية الأهم على المستوى اليوم الواحد عن طريق الأقمار الصناعية إلى الشبكات التلفزيونية.¹

وقد نشطت الوكالة في أوروبا عن طريق تعاقدتها مع هافاس و رويترز وولف وتعاونها في مجال الخدمة الإخبارية ولقيت الوكالة قبولا من جانب الصحف الأوروبية التي اعتمدت عليها كمصدر للأخبار التي ترد إليها من الأمريكيتين، واخذ مجال التعاون بدعم الوكالة إلى الحد الذي جعلها تجني الكثير من عوائد نشاطها وبالتالي جعلها تقف في المرتبة الأولى للوكالات العالمية.

واسوشيتيدبرس تعتبر الوكالة الرئيسية المعتمدة في اتحاد أمريكا الشمالية ومرت الوكالة في منافسات هائلة أثرت عليها ماديا، إذ كانت تنافسها وكالة رويترز ووكالة يونائتيدبرس أنترناشيونال ولكن انسحبت من المنافسة يونائتيدبرس وظل المنافس الوحيد لها رويترز.

ومن ناحية الخدمات التلفزيونية فقد بدأت المؤسسة التلفزيونية التابعة إلى الوكالة بإرسال نشرات الأنباء إلى العالم في الساعة الرابعة من صباح يوم الأحد 23/ 11/ 1994 ، وتسمى APTV وغطت أحداث هامة في العالم مثل زلزال الفلبين، أحداث تيمور الشرقية ، وحرب الشيشان.

وتعد وكالة اسوشيتيدبرس أكبر وكالة أنباء في العالم، وأن أكثر من مليار متلقي يتعرضون لأخبارها كل يوم وتصل إلى أكثر من 15500 وسيلة إعلامية في 112 دولة وتستخدم هذه الوكالة خمس لغات، وهناك من يعتبرها العمود الفقري لصناعة الأخبار في الولايات المتحدة الأمريكية وتدققها عبر العالم، فضلا عن أنها قامت بإنشاء خدمات مالية قوية توفر المعلومات الاقتصادية والمالية بسرعة كبيرة وذلك بالاشتراك مع داو جونز التي تملك صحيفة الـ وول ستريت جورنال، وقد واجهت الوكالة تحديا خطيرا يتمثل في تطور الخدمات الإخبارية على الانترنت، وقد قللت هذه الخدمة من ميزات التقليديّة في تغطية الأخبار وتوزيعها، ورغم طرح

¹- ماكفايل توماس : الإعلام الدولي النظريات - الاتجاهات - الملكية ، ترجمة و تقديم د.حسني محمد و عبد الله الكندي (دار الكتاب الجامعي، العين الطبعة الأولى 2003) ص 243، 244.

حلول لها وهي عرض أخبار يوم أمس على الانترنت في حين تعرض أخبارها اليومية على مشتركيها فقط إلا أنها لازالت لم تحسم هذا الموضوع.¹

يونيتدبرس

قامت وكالة يونيتد برس بأنشطتها بعد تطويرها واتخاذها الشكل المتكامل كوكالة إخبارية وذلك بعد أن تم إدماج وكالتي انترناشيونال نيوز سرفيس ويونيتدبرساسوسيشن عام 1958 لتكونا ما يسمى بوكالة يونيتدبرس .

وتعد هذه الوكالة من أهم الوكالات في أمريكا ولها 100 مكتب داخل الولايات المتحدة و 528 مكتب في دول العالم ومعدل البث اليومي لها 14 مليون كلمة وتبث أخبارها بخمسين لغة وتعمل لمدة 24 ساعة يوميا.

والسبب في ذلك الإدماج ما بدا لوكالة أسوشيتدبرس من أنشطة احتكارية وقد اتخذت مسارا مغايرا للاسوشيتدبرس في تحركاتها، حتى أن يونيتدبرس بعدت كل البعد عن الشكل الاحتكاري الذي سلكته الاسوشيتد برس .. وبدأت يونيتدبرس والصحف العالمية تتعاقدان بشكل دعم من نشاطها علاوة على الإذاعات التي وجدت فيها بغيتها أكثر من أية وكالة.

ومن الميزات البارزة لهذه الوكالة أنها تحرر النشرات الإخبارية بالأسلوب الإذاعي نفسه مما وجه إليها جميع محطات الإذاعة في العالم، وهذا ما جعل يونيتدبرس تجني أرباحا طائلة من جراء هذه السياسة، وتنبهت وكالة اسوشيتدبرس مؤخرا إلى هذا الاتجاه فحذت حذو يونيتدبرس.

وتتميز اليونيتدبرس بطابع فريد، كما يشير الدكتور إبراهيم إمام أستاذ الإعلام : " فهي ليست ممثلة لاتحاد تعاوني من ممولي الصحف كأسوشيتدبرس، مما يقيدها بعض الشيء بالالتزام الصحفي " ولقد اتخذت من مكائنها في العواصم العالمية أدوات لإعداد نشرات الأخبار وتحريرها بما يتلاءم هو وطابع البلد، كما أنها تتلقى الأنباء وتقوم بتوزيعها عن طريق هذه المكاتب دون أن ترجع إلى المركز

¹- م حبيب الملح : وكالات الأنباء العالمية ودورها في الإعلام الدولي ، 2013/10/26 ، ص 9 ، 10.

الرئيسي للوكالة كما تفعل الوكالات الأخرى، وتبلغ الصحف المشتركة في هذه الوكالة ومحطات الإذاعة 7 آلاف¹.

وكالة الأنباء الفرنسية

تعد هذه الوكالة امتدادا لوكالة (هافاس) الفرنسية التاريخية التي أسسها اليهودي البرتغالي شارل هافاس في باريس في عام 1835، قام بشبكة من الاتصالات التي تخدم أغراض وكالته، وكان شعاره الذي رفعه آن ذاك هو " الإعلام في خدمة الإعلام ". واستمرت حتى الحرب العالمية الثانية. وقد عاودت نشاطها بعد أن تحررت فرنسا من سيطرة ألمانيا عام 1944 وكانت مدعومة من قبل الحكومة الفرنسية إلا أنها استقلت كلياً عام 1957، تعرضت مجموعة هافاس لازمات مالية حادة آلت بعدها ملكيتها إلى وكالة الأنباء الفرنسية بوصفها مؤسسة عامة ذات شخصية مستقلة على الصعيد المالي والإداري.

تطورت وكالة الأنباء الفرنسية في بداية التسعينات لتصبح إمبراطورية منافسة، حيث استخدمت التكنولوجيا الالكترونية المتقدمة في عمليات الإرسال. واخذ يشرف على إدارتها مجلس يمثل الصحف والإذاعة والشعب إضافة إلى ممثل عن الوكالة نفسها.. وتقدم هذه الوكالة خدماتها بخمس لغات هي الفرنسية والألمانية والعربية والاسبانية والانجليزية ولها 12.500 ألف مشترك و187 مكتب منتشرة في العديد من دول العالم ويبلغ معدل بثها اليومي 2 مليوني كلمة.

وفي عام 1991 بلغ ما تبثه يوميا نحو نصف مليون كلمة باللغات الانجليزية والاسبانية والعربية والبرتغالية والألمانية، بالإضافة إلى اللغة الأصلية الفرنسية².

وتعتبر وكالة الأنباء الفرنسية من الوكالات الإخبارية الدولية التي توفر لعملائها نصوصا كاملة للمقالات، وتشمل اهتمامات الوكالة الفرنسية العديد من الموضوعات السياسية والاقتصادية والدبلوماسية والثقافية والتجارية والرياضية الدولية، بواسطة شبكة من مراسيلها في كل قارات العالم³.

1- شفيق محمود عبد اللطيف: وكالات الأنباء، رؤية جديدة، دار المعارف 111900 كورنيش النيل، القاهرة ج. م. ع، 1978 ، ص 19، 20.

2- محمد لعقاب : مجتمع الإعلام و المعلومات : ماهيته و خصائصه ، الجزائر ، دار هومة للنشر، 2003 ، ص 17.

3- توماس ماكفيل : الإعلام الدولي النظريات - الاتجاهات - الملكية ، ترجمة و تقديم د. حسني محمد و عبد الله الكندي، دار الكتاب الجامعي، العين الطبعة الأولى، 2003 ، ص 244 ، 245 .

وبهذا الانطلاق في مجال الخدمة الإعلامية وتنشيط العمل الأدبي والفني نافست الوكالة وكالتي "وولف" و"رويتير"، وأصبح ذلك التنافس حافزا لكي تسيطر على مناطق كبيرة من أوروبا والمستعمرات الفرنسية، وخلال الحرب العالمية الأولى بدت الوكالة تتخذ شكلا نشيطا مستغلة الوضع السياسي والعسكري في أوروبا .

وفي الحرب العالمية الثانية امتدت إلى أجهزتها يد النازية لتستغلها في أهدافها العدوانية ضد الحلفاء بعد ما سعت السلطة الألمانية إلى نزع الثوب الإعلاني عنها لتتفرغ لأهدافها، ولما أحست وكالة هافاس بسوء أحوالها الاقتصادية سارعت ألمانيا بمدّها بالأموال لكي تعوضها عما فقدته من جراء فقدانها للإعلانات وقيمتها الاقتصادية.

على انه خلال تلك الحرب بدا واضحا أن مكتب هذه الوكالة في لندن قد تحول إلى سلاح يقاوم نشاط النازية، وأطلق على ذلك المكتب اسم " الوكالة الفرنسية الحرة" وأخذت المكاتب الأخرى تحذو نفسه فانشأ في الجزائر ما يسمى "بووكالة فرنسا، إفريقيا" وذلك عام 1942، لكن تلك المكاتب تحولت إلى العمل السري من اجل التحرير، وكان ذلك كله إشارة البدء لقيام " وكالة الأنباء الفرنسية " في 30 من سبتمبر عام 1944 بشكلها الحالي المتكامل، إذ آلت إليها مكاتب "هافاس" والمكاتب التي أنشأها النازيون.

وجدير بالذكر أن نشير هنا إلى أن وكالة الأنباء الفرنسية مرت بعدة تقلبات جوهرية، وظلت الأزمات مستمرة حتى عام 1956، إذ انفصلت الوكالة عن الدولة وبعدت عن سيطرتها عليها.

للكالفة ما يقرب من مائة مكتب في عواصم العالم يشغلها أكثر من ألف موظف، كما أن هناك 39 وكالة محلية تحصل على الأنباء من الوكالة الفرنسية التي تخدم دول العالم حاليا إلى جانب خدمتها في مجال التقارير والتحليلات والصور والإعلانات، وترتبط بعقود مع 35 وكالة للأخبار في 28 دولة من بينها الوكالات الأربع الكبرى .

للوكالة الفرنسية ثلاثة مراكز استماع في العالم : هي هونج كونغ وباريس وبيروت، وكلها تدعم نشاط الوكالة من حيث السرعة والإتقان. 1

خامسا : خصائص و مهام وكالة الأنباء

خصائص وكالة الأنباء

- أ. لا تستهدف تحقيق الربح المادي .
- ب. توزع خدماتها إما مجانا أو في إطار اتفاقيات تبادل مع الوكالات الأخرى.
- ج. تعمل كأداة من أدوات الدعاية للحكومة في الداخل و الخارج .
- د. تعكس صورة الإعلام الرسمي بكل تجلياتها في التعبير عن سياسة الدولة .
- هـ. الالتزام الدقيق بالتعبير عن فلسفة وسياسة الدولة والسياسات العامة للحكومة .
- و. لا تتعارض مع فلسفة وسياسة الدولة .²

مهام وكالة الأنباء

¹- شفيق محمود عبد اللطيف: وكالات الأنباء، رؤية جديدة، دار المعارف 111900 كورنيش النيل، القاهرة ج . م .ع، 1978 ، ص 20 ، 22 .
²- محمد فريد عزت : وكالات الأنباء في العالم العربي، ط2 ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1998 ،
<http://jarire07.blogspot.com>، 2019/04/16 .

ليكون أهم مهمات وكالة الأنباء تمثيل الصحف ووسائل الإعلام ، أو العمل بالنيابة عنها في أكبر عدد ممكن من المدن و العواصم لمراقبة الأحداث و جمع الأخبار من معظم أنحاء العالم ونقلها إلى الصحف المشتركة في نشراتها.

وقد أخذت وكالة الأنباء اسمها من طبيعة عملها كوكيل أو ممثل للصحف ووسائل الإعلام وأن نقل الأحداث حسب وسئلي ومالكين في المجتمع المتحضر ووظيفة رئيسية مستقلة ، فحاجة المجتمع إلى نقل الرسائل الإعلامية ومعرفة دائمة حتى يكيف نفسه مع الظروف المحيطة، من أجل ضمان الوصول إلى حلول للمشكلات التي يتعرض لها ويحقق إشباع الاحتياجات التي يواجهها. فالصحفي يعمل كوكيل أو ممثل للجمهور لاختيار المعلومات التي تحتم هذا الجمهور و بنقلها إليه .

ومع أن وكالات الأنباء هي المصدر الرئيسي للصحافة و الينبوع الأول للنشرات الإخبارية والموضوعات التي تذييعها محطات الإذاعة والتلفزيون فإنها لم تظفر بعناية الباحثين واهتمام الدارسين.

والوكالات هي التي تدير من وراء الكواليس العملية الإعلامية عبر حواس يقظة وذهن ناشط داخل المجتمع الواحد وفي المحيط الخارجي، بتنوعه واتساعه وعمقه، وتعقده في عصر فرضت فيه التكنولوجيا نفسه مقياسا لحضارة جديدة.¹

¹- سليمان صالح : صناعة الأخبار في العالم المعاصر، ط2، دار الثقافة العلمية، الإسكندرية،
<http://jarire07.blogspot.com/2019/04/16>

الفصل الثالث : واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة في وكالة الأنباء الجزائرية

أولا : دور وكالات الأنباء و أهميتها في العملية الإعلامية

تعتبر وكالات الأنباء من ابرز وسائل الإعلام تأثيرا على الصاعدين الداخلي والخارجي . وهذا التأثير ناتج عن سببين أساسيين هو أن وكالة الأنباء لا يقتصر عملها على المحيط الداخلي وإنما نطاق عملها المحيط الخارجي فهي قادرة على الوصول إلى مناطق وبقع جغرافية تعجز وسائل الإعلام الأخرى عن الوصول إليها بسبب الأجهزة المستخدمة في نقل الخبر وبثه.

وتعرف وكالات الأنباء بأنها المؤسسة التي تمتلك إمكانيات واسعة تمكنها من استقبال الأخبار ونقلها وتستخدم شبكة من المراسلين لجمع الأخبار في عدد كبير من دول العالم . كما تستخدم العديد من المحررين في مركزها الرئيسي يتولون تحرير المواد الإخبارية عالمية كانت أم محلية وإرسالها بأسرع وقت إلى مكاتب الوكالة في الخارج للتوزيع المحلي على الصحف ومحطات الإذاعة وإلى وكالات الأنباء المتعاقدة معها والصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون وخارج المناطق المشتركة فيها مباشرة.

وتعد وكالات الأنباء أيضا وسيلة من وسائل الإعلام غير المباشر تصل إلى الجمهور من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية المعروفة كالصحافة المكتوبة والصحافة المسموعة والصحافة المسموعة المرئية.

وهي المصدر الرئيسي الذي تعتمد عليه وسائل الإعلام وتقتبس منه الأخبار والمعلومات والمموم الرئيسي لهذه الوسائل بالمادة الإخبارية على اختلاف أنواعها وأشكالها وتقوم بدور عالمي هام في نقل وتبادل الأنباء عبر القارات ويؤهلها للقيام بهذا الدور قدراتها التكنولوجية وكوادرها البشرية المدربة التي تستعين بها في جمع الأنباء وتوزيعها بلغات عديدة في مختلف أنحاء العالم، فضلا عن قدراتها المادية التي تجعلها قادرة على نقل أخبار العالم وتشكيل التصورات عن الأشخاص والشعوب والثقافات والوصول إلى كل إنسان على سطح الكرة الأرضية.

كما أن وكالات الأنباء هي مصنع الأخبار في العالم تستخدمها الدول كافة فهي مؤسسات كاملة واحتكارات دولية لا يستهان بها تستخدمها الدول الكبرى في تنفيذ سياستها نشرًا وهجومًا ودفاعًا ودسائس فهي السلاح الرابع مع أسلحة البر والجو والبحر¹.

لهذا فإن الصحيفة والإذاعة قادرتان على تغطية مناطق جغرافية في الغالب تكون قريبة إلى مناطق البث إلا إذا استخدمت وسائل تقوية في الغالب تكون قريبة إلى مناطق جغرافية متعددة وهي عملية قد تكون صعبة في كثير من الحالات.

ثانياً: تكنولوجيا الاتصال الجديدة المستخدمة في وكالة الأنباء

الهاتف

يمثل الهاتف من أهم وسائل الاتصال الصوتي ومن أقدمها وأكثرها انتشاراً بين الناس، والهاتف ليس أداة للتواصل بين الأفراد والجماعات، ولكنها أداة تلعب دورها في إنتاجية والتسويق وإيصال الخدمات للكثير من المؤسسات، وينظر إليه كقناة اتصال غير مباشر بين المراسل والمستقبل عند مزاولة عملية الاتصال وقد تطور الهاتف في حجمه وشكله ومزاياه عدة مرات، وأصبحت هناك شبكات هاتفية من أحدث الابتكارات في عالم الاتصالات الهاتفية الصوري أو الهاتف الفيديو الذي يستطيع نقل الصورة مع الصوت بسرعة هائلة، وهو مزود بذاكرة تؤهله لحزن الصور واسترجاعها عند الحاجة ومشاهدتها على الشاشة أو طباعتها على الورق وينتشر حالياً الهاتف النقال بشكل واسع بين الناس. ويستخدم الهاتف كوسيلة اتصال بالهواتف الأخرى المنتشرة جغرافياً بطريقتين أساسيتين²:

1. **طريقة الاتصال المباشر** : من المتحدث على الهاتف (أ) إلى متحدث آخر على الهاتف (ب)
2. **طريقة الاتصال غير المباشر** : وذلك عن طريق ربط الخط الهاتفي مع وسيلة أخرى من وسائل الاتصال ونقل المعلومات مثل التلكس والحواسيب وغيرها.

¹- محمد فريد عزت: وكالات الأنباء في العالم العربي، ط2، دار الفكر العربي، القاهرة، 1998،

2001، <http://jarire07.blogspot.com>، 2019/04/16.

²- عامر إبراهيم قنديلجي، إيمان فاضل السمراي: تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، ط1، الوراق، عمان، الاردن، 2002، ص216.

ويمكن للاتصال الهاتفي (المباشر وغير المباشر) أن يكون بشكليين أساسيين

هما:¹

- (1) **الاتصال السلبي:** عبر الأسلاك الموصلة بين الهواتف المختلفة، وعبر محطات مركزية تنتشر في المدينة أو المؤسسة.
- (2) **الاتصال اللاسلكي:** دون الحاجة إلى وجود أسلاك، وعن طريق البث والتوصيل للأموح الأرضية أو الاتصالات الفضائية.

وهناك طريقتان تستخدمان لنقل الكم الهائل من المعلومات بين الهواتف²:

طريقة استخدام الكابل: الذي يضم عددا من الأسلاك النحاسية عالية التحميل أي القدرة على نقل كميات هائلة من الرسائل والمعلومات تستخدم كذلك في نقل المعلومات والصور البرامج التلفزيونية بين الحواسيب وهناك الكابل البحري الذي يربط بين الدول والقارات.

ومع التطورات التي تشهدها وسائل وتكنولوجيا الاتصال، أخذت الاتصالات الهاتفية تتحول إلى نظام جديد رقمي يعمل عن طريق ترجمة موجات البث الإلكتروني إلى جزئيات تفصل بينهما مسافات. وهذه الجزئيات هي نتاج الأرقام الثنائية، وهي أصغر الوحدات في معالجة البيانات، ويعتبر هذا النوع من الأنظمة أكثر دقة وفعالية ويمكن الاعتماد عليه أكثر من وسائل الاتصال التقليدية، وهو مناسب لمختلف أنواع الاتصالات والأكثر ملائمة للاتصال مع الحواسيب بالإضافة إلى أنه يعطي نوعية أفضل بالنسبة للصوت والصورة المنقولة.

الفاكسميلي (الناسخ الهاتفي) Facs mile: وهو "جهاز يقوم ببث الرسائل والنصوص والصور والوثائق المكتوبة عبر خطوط الهاتف العادي". ولهذا فهو يشبه آلة التصوير الصغيرة، غير أنها متصلة بالهاتف لإرسال الوثيقة، فما على المرسل إلا أن يضعها في الجهاز، ثم يدير رقم هاتف جهاز الفاكس المرسل إليه، وبمجرد أن يفتح الخط أو يتم الاتصال، تتحرك الأداة الفاحصة الإلكترونية

¹- لمين علوي: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتأثيرها على تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسير، فرع إدارة الأعمال، جامعة الجزائر، 2004، ص 25.

²- عامر إبراهيم قنديلجي، إيمان فاضل السمراي: مرجع سبق ذكره، ص 212، 215.

في جهاز الإرسال وتحول الصفحة المرسله إلى مجموعة من الإشارات الكهربائية الرقمية مرة أخرى إلى نسخة طبق الأصل من الوثيقة الأصلية ثم يطبعها.¹

فالفاكس، هو عبارة عن تقنية اتصال حديثة تشمل على:

1. جهاز استنساخ الكتروني صغير مرتبط بخط الهاتف

2. جهاز هاتف مرتبط بخط هاتفي

ويمكن تحديد أهم مميزات وخصائص الفاكس على النحو التالي :

- سهولة الاستخدام ولا تحتاج إلى خبرة أو فني متخصص
- رخيص الثمن ويمكن للأفراد شرائه
- لا يحتاج إلى متطلبات كثيرة، فخطوط الهاتف متوفرة في كل مكان.
- مناسب جدا لنقل الوثائق والرسائل المالية والقانونية وكافة المطبوعات.
- من الصعب إرسال الوثائق عبر وسائل أخرى غير الفاكس بنفس السرعة والدقة والتكلفة.
- يمكن إرسال الرسائل والوثائق إلى عدة جهات في نفس الوقت.
- يمكن حمل الفاكس ونقله إلى مكان وبسهولة.

الأقمار الصناعية

بشكل عام، تصنف الاتصالات إلى نوعين رئيسيين هما:

أولاً: الاتصالات الأرضية، سواء كانت سلكية أو لاسلكية

ثانياً: الاتصالات الفضائية التي تتم عن طريق الأقمار الصناعية

يعرف القمر الصناعي بأنه: " مركبة فضائية تدور حول الكرة الأرضية، لها أجهزة لنقل إشارات الراديو والبرق والهاتف والتلفزيون، وترسل محطات على سطح الأرض (المحطات الأرضية) الإشارات إلى القمر الصناعي الذي يبث الإشارات بعد ذلك إلى محطات أرضية أخرى، وجاءت فكرة الأقمار الصناعية

¹- محمد دياب مفتاح : معجم مصطلحات نظم و تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات ،الدار الجامعية للنشر، القاهرة،1995، ص 63.

معززة لطرق الاتصال عبر الأثير وكانت سعة الانتقال للدوائر الهاتفية التي تنقلها هذه الأقمار مغربة إلى حد كبير"¹

ويتكون القمر الصناعي من:

أجهزة الاستلام و الإرسال

أجهزة التكبير و التضخيم

جهاز تتبع الأرض

محرك الاشتعال الرئيسي

الهوائيات

الخلايا الشمسية للطاقة

جهاز تتبع الشمس

محركات صاروخية جانبية

خزانات الوقود

وتقدم الأقمار الصناعية خدماتها لكونها محطات تحويل فضائية لبث إشارات ترسل بواسطة المحطات الأرضية والتي تعمل أيضا على ربط شبكات الاتصالات الأرضية من خلال شبكات الهاتف.²

الانترنت

مفهوم الانترنت: "هي مجموعة الأجهزة الالكترونية المرتبطة فيما بينها والمتأثرة جغرافيا والتي تسمح بتمرير المعطيات بسهولة وبطريقة اقتصادية من نقطة إلى أخرى"³

كما أنها: " وهي تجميع لشبكات متصلة فيما بينها لتشكل بذلك عالمية اكبر "

¹- الشافعي منصور : مملكة العلم و التكنولوجيا ، ايتراك للنشر، مصر، 2000 ، ص 82.

²- عامر إبراهيم قنديلجي ، إيمان فاضل السمراني : تكنولوجيا المعلومات و تطبيقاتها، ط1، الوراق، عمان، الاردن 2002، ص 230.

³- محمد لعقاب : الانترنت و عصر ثورة المعلومات ، ط1، دار هومة للطباعة و النشر، الجزائر، 1999، ص ص 31 و 30.

وبذلك فهي تتصف بمجموع من الخصائص تميزها عن باقي الشبكات يمكن تلخيصها كما يلي :

مفتوحة ماديا ومعنوية : أي يمكن لأي شبكة أن ترتبط بها.

علاقة و متنامية : أي أنها حققت ما لم تحققه أي تقنية سابقة من حيث السرعة والابتكار والنمو.

العشوائية: أي أن المعلومات تتواجد فيها بشكل متناثر مما دفع بعدة جهات إلى إنشاء فهارس وتطوير برامج للبحث، كما يصعب الرقابة عليها أو محاسبة من ينشر فيها.

الشعبية: فلا توجد وسيلة حاليا تضاهي شعبيتها وهي ليست مقصورة على جهة معينة.

وسيلة للتجارة الالكترونية: فهي تعد وسيلة تجارية وتسويقية فعالة مقارنة مع الوسائل الأخرى.

متطورة باستمرار : ساهمت البحوث المنجزة في تكنولوجيا المعلومات في تطورها المستمر ونموها نحو الأحسن.¹

الخدمات التي تقدمها الانترنت : تقدم الانترنت خدمات جليلة لمستخدميها نذكر منها :

البريد الالكتروني : وهو أهم خدمة تقدمها هذه الشبكة حيث تسمح بإرسال واستقبال رسائل الكترونية من وأي مشركي الشبكة العالمية، ويمتاز البريد الالكتروني بـ : سرعة وصول الرسالة وعدم ضياعها وانخفاض تكلفتها.

تمنح إمكانية حفظها وطباعتها أو إعادة إرسالها.

السرية في الاتصال عند استعمال التشفير

إمكانية توزيع في الرسالة إلى عدد من الصناديق دفعة واحدة.

الإشتراك في الندوات والمؤتمرات الالكترونية

¹- هشام بن عبد الله عباس: المكتبات في عصر الانترنت تحديات و مواجهات ،مجلة العربية 3000، العدد2001، ص ص 296، 298.

خدمة بروتوكول نقل الملفات وتبادلها: تسمح هذه الخدمة بالاتصال المؤقت بين حسابين بنقل الملفات وتحويلها من حساب إلى آخر وبذلك تعد وسيلة للتبادل السريع.

المجموعات الإخبارية: وهي منتديات تجمع بين أفراد لهم اهتمام موحد بنفس الموضوع تعالجه وتناقشه بهدف زيادة الاستفادة العامة لهم.

خدمة الشبكة العنكبوتية العالمية : وهي أهم خدمة للإنترنت في المجال التجاري وتشمل حقل واسع من المعلومات في شتى الميادين لكونها تربط كما هائلا من المؤسسات المتنوعة (تجارية، علمية حكومية) وتسمح بالإبحار وتصفح في الإنترنت كونها تشمل اغلب خدماتها.

خدمة بروتوكول الربط عن بعد : ويمكن المستخدم من التنقل عبر شبكات الإنترنت الجزئية المتصلة بالإنترنت للحصول على معلومات معينة.

خدمة مجموعة نقاش : حيث تسمح هذه الخدمة لمشاركتها بالتعبير عن آرائهم حول موضوع معين يحدد على أساس الاشتراك في مجموعة ويشترط فيها احترام آراء الآخرين واحترام موضوع النقاش.

خدمة الاتصال المباشر: تمكن هذه الخدمة باستعمال الإنترنت كوسيلة اتصال مباشرة بين الأفراد والمؤسسات بغية تخفيض التكلفة.¹

الانترنت

وتعرف بأنها: " شبكة داخلية خاصة بالمؤسسة ولكنها تستخدم بروتوكولات الانترنت وأدواتها"

كما أنها " شبكة محلية تعتمد تقنيات الانترنت والشبكة العنكبوتية والسطح البيئي الذي تتميز به الحواسيب الميكروية، ويهدف استخدامها إلى تحسين آليات الاستغلال المشترك للموارد والمعلومات والرفع من كفاءة العمل الذي يميز المؤسسة أو شركة المعنية أي أنها شبكة داخلية تخص منظمة معينة تستعمل بروتوكولات الانترنت كي تسمح للعاملين فيها بالاتصال بعضهم البعض والوصول إلى المعلومات بطريقة

¹- إبراهيم بختي : تكنولوجيا و نظم المعلومات في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة على الخط -<http://ba.univ-ourgladz.orgla.dz/pmb/opac.css/index.php> ، 2019/04/26 ، 17:11.

أسرع وأقل تكلفة وأكثر كفاءة وبذلك فهي تتسم بكونها لا تتعدى حدود العلاقات الداخلية بين الأفراد.¹

فيما يخص الفرق بين الانترنت والانترنت نذكرها كالتالي :

من جانب الملكية: الانترنت: غير مملوكة لأحد.

الانترنت: هي ملك للمؤسسة التي تستضيفها.

من جانب الوصول: الانترنت: أي شخص يمكنه الوصول إليها.

الانترنت: وصول للأشخاص المسموح لهم فقط.

من جانب المحتوى: الانترنت: تحتوي على مواضيع ومعلومات مختلفة ومتعددة.

الانترنت: تحتوي على مواضيع ومعلومات خاصة بالمؤسسة.²

ثالثا : برقية وكالات الأنباء

تحتوي البرقية من الناحية الشكلية كما يحررها صحافيو وكالات الأنباء العالمية والوطنية على عدد من العناصر الثابتة.

وإذا كانت هناك اتجاهات عامة تبرز من خلال ممارسة مختلف الوكالات في العالم لتكوّن تقاليد خاصة لصحافة الوكالة وتتجاوز الحدود الوطنية فإنه يجب ألا نقلل من قيمة الخصائص التحريرية التي تتميز بها كل وكالة. فكل وكالة فخورة بتجربتها الخاصة وكثيرا ما تقوم الوكالات بوضع أدلة مهنية لمساعدة متدربيها من الصحفيين (كتاب أسلوب).

وقد تبدو بعض الأساليب الشكلية المنتهجة صارمة غير أن الأمر يتعلق بتراث جماعي لا يستطيع صحافي الوكالة تغييره بقرار فردي.

فبالأساليب التحريرية الفردية التي يمكن أن تجد مكانا على مستوى صحيفة يومية أو أسبوعية لا تقبل بالوكالة وهكذا فإن التغييرات لا يمكن أن تنفذ على مستوى المؤسسة إلا بقرار تتخذه رئاسة التحرير.

1- مراد رابيس: اثر تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم التسويق، فرع إدارة الأعمال، جامعة الجزائر، 2006، ص 46.

2- إبراهيم بختي : دور الانترنت و تطبيقاته في مجال التسويق ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسويق، جامعة الجزائر، 2003-2002، ص23.

1) السطر الأول من البرقية

يبدو هذا السطر في شكل أرقام وحروف كثيرا ما تكون غير مفهومة من قبل المشترك وفعلا فان الأمر يتعلق بإشارات خاصة بالوكالة معدة لتصنيف البرقية ضمن تدفق إنتاج الوكالة .

ولا يمثل هذا السطر أهمية خاصة بالنسبة إلى المشترك لكنه يكتسي أهمية بالغة بالنسبة إلى تنظيم العمل داخل الوكالة (ترقيم البرقية، رمزها الإعلامي بالنسبة إلى الوكالات التي تستخدم الكمبيوتر، عدد كلماتها، صبغتها الاستيعالية :

(1) النبأ الخاطف (فلاش) .

(2) النشرة (أو المسبق) .

(3) النبأ العاجل .

(4) برقية عادية .

2) عنوان البرقية

يتكون من كلمة مفتاحية أو من جملة تفيد بإيجاز الموضوع الذي ستعرضه البرقية.

تقتصر بعض الوكالات على الكلمات المفاتيح بينما يكتفي بعضها الآخر بالعنوان ويذهب صنف ثالث إلى الجمع بين الكلمات المفاتيح والعنوان، من ذلك مثلا ما ورد بإحدى برقيات أسيو شيند برس (أب) :

- (الشرق الأدنى) (كلمة مفتاح تحدد المنطقة المعنية بالخبر) "اتضح بان أغلبية الدول الأعضاء بالأمم المتحدة تؤيد تنظيم دورة خاصة بفلسطين " فهذه جملة عنوان تلخص البرقية .

وتتسم عناوين البرقيات على مستوى الأسلوب ، بالبعد عن التصنع الذي يلاحظ في عناوين مقالات الصحف اليومية و الأسبوعية .

وعنوان البرقية معد للمشاركين الذين لا يعملونه كما هو في نشراتهم ومن المفروض أن يمكنهم من تحديد الموضوع الرئيسي بسرعة ودقة.¹

¹ - د.المهدي الجندوبي : صحافة الوكالة صحافة الأساس ، نشر معهد الصحافة و علوم الأخبار، 1984 ، ص 110.

ولا يجب أن يغيب عن ذهن صحفي الوكالة وهو يحزر عنوانا أن المشترك يتقبّل سيلا من البرقيات التي قد تكتسي كلها في نظره نفس الأهمية، وهو يعتمد على العناوين في مرحلة أولى من مراحل انتقاء البرقيات.

إن العناوين الرديئة التي لا تتطابق مع المحتوى الحقيقي للخبر، من شأنها أن توقع المشترك في الخطأ وتفوتّ عليه فرصة الوقوف على البرقيات المهمة أو أنها تضيّع عليه وقته بجرّه إلى قراءة برقيات خارج اهتماماته.

3) تاريخ البرقية

يتمثل في ذكر المدينة التي جمع وحرّر الخبر بها. ويمكن أن تكون المدينة التي جدّ بها الحدث. وهذا يعني أن صحفي الوكالة موجود فعلا بالمكان الذي جدّ به الحدث الذي يرويّه:

- (مراسل وكالة وات بصفاقس "بالجنوب التونسي" الذي حضر الخطاب الذي ألقاه الوزير الأول بصفاقس ذاتها). وبهذا الاعتبار فإنه يؤرخ برقيته بذكر "صفاقس" ويرسلها إلى مقر الوكالة بالعاصمة تونس ومن هناك يعاد إرسالها إلى مشركي الوكالة.

وهكذا فإن الإشارة إلى مدينة صفاقس تبقى في الصبغة النهائية للبرقية التي تصل إلى المشتركين.

ويتيسر للصحفي أن ينقل خبرا حول حدث وقع على بعد بضع مئات أو آلاف الكيلومترات من المدينة التي يوجد بها.

وفي هذا الحال يتعين أنيستند حتما إلى احد المصادر:

- (حسب إذاعة طرابلس الملتقطة بالعاصمة التونسية) مثلا وعلى هذا الأساس تكون إذاعة طرابلس مصدر الخبر الذي يتعلق بنشاط تمّ بطرابلس.

إلا أن صحفي الوكالة لم يكن له أي اتصال مباشر بالمكان الذي وقع به الحدث. ذلك أن أوّل اتصال له بالحدث كان بتونس وذلك بفضل الاستماع إلى الإذاعة الليبية. وهكذا يؤرخ برقيته انطلاقا من تونس المكان الذي يوجد به أثناء جمع الخبر حتى وان كان محتوى الخبر المنقول لا يتصل مطلقا بتونس.

ومباشرة بعد ذكر اسم المدينة يعيّن اليوم والشهر (اللذين بثّ فيهما الخبر في اتجاه المشترك) متبعين باسم الوكالة أو رمزها وهو ما تفعله وكالة رويتر الانجليزية و ف ب ب الفرنسية .

وفي هذا الصدد تقتصر وكالة اب (الأمريكية) على ذكر اسم المدينة ورمز الوكالة أما التاريخ فإنه يورد بمكان آخر، وتعين وكالة وات (التونسية) مباشرة بعد اسم المدينة، اليوم والشهر والسنة فالرمز و.ا.ب، ويتعلق التاريخ المنصوص عليه بمطلع البرقية باليوم الذي بث فيه الخبر ويمكن أن يتناسب هذا مع تاريخ حصول الحدث (وهي الحالة الأكثر انتشارا باعتبار أن الوكالات لا تغطي عادة إلا الوقائع الأحداث عهدا)، غير انه يصادف أن يكون الحدث قد جد البارحة وفي هذه الحال هناك فرق واضح بين تاريخ البث وتاريخ حصول الحدث.

ويمكن رمز الوكالة، المشترك الذي يتلقى خدمات وكالات مختلفة من التعرف بسرعة على البرقية ومصدرها.

وكثيرا ما تنص وكالة وات بالنسبة إلى الأحداث الدولية على اسمين اثنين

هما:

وات واسم الوكالة العالمية التي نقلت عنها نقلا كليا أو جزئيا البرقية (افب / وات، رويترز / وات) وتعتبر هذه الإشارة المزدوجة في الحقيقة عن مسؤولية مزدوجة (إزاء المشترك).

وعندما تنقل بعض الوكالات عرضا أخبارا عن وكالات أخرى فإنه بإمكانها الاقتصار على ذكر المصدر ضمن نص البرقية ذاته دون الاضطرار إلى ذكر اسم الوكالة المصدر زيادة عن اسمها الخاص (حسب وكالة أنباء الشرق الأوسط (مصر).¹

4) مقدمة البرقية

تبدأ بعد التاريخ مباشرة الفقرة الأولى من البرقية المسماة عادة المقدمة.

فالمقدمة هي فقرة يتراوح طولها بين ثلاثة أو خمسة أسطر (بين 20

و 40 كلمة) يضع فيها صحفيو الوكالة في الأغلب ما يلي :

(أ) المعلومات الأكثر حداثة (آخر تطورات الحدث)

(ب) أهم المعلومات حسب مضمونها (من بين التي تشتمل عليها البرقية)

(ج) عناصر الخبر التي تستجيب أكثر إلى اهتمامات المشتركين بالوكالة وذلك

بالنظر إلى موقعهم الجغرافي وقطاع نشاطهم المهني ومشاعرهم، وفي هذه الحال

¹- د. المهدي الجنوبي : صحافة الوكالة صحافة الأساس ، نشر معهد الصحافة و علوم الأخبار، 1984 ، ص 110.

يتحدث الاختصاصيون عن قانون القرب بحيث يتأثر الناس بالأحداث التي ترونها الصحافة بالقياس مع المسافة المعنوية والمسافة المادية التي توجد بين الواقعة وأشخاصهم ذاتها (حصول حادث بأحد الأحياء يشغل بال سگان هذا الحي حتى وان كان بسيطا أكثر مما يشغلهم حادث أكثر خطورة جدّ بمكان آخر).

تجيب المقدمة بصورة عامة عن الأسئلة الأساسية التي يمكن تقديمها

في شكل سلسلتين على النحو التالي:

- من فعل أو قال ماذا متى و أين ؟
- وماذا متى و أين ؟.

الحالة الأولى تسمى مقدمة "من" لأنها تدور حول شخصية وتجب

على السؤال من ؟ (تغطية نشاط شخصية عامة).

ويميّز المقدمة في الحالة الثانية المسماة "مقدمة ماذا؟"، الجواب على السؤال

"ماذا؟" (عرض واقعة لا تتصل بالضرورة بأحد الأشخاص : زلزال، صدور

تقرير ...)

ويمكن اعتبار هذه السلسلة من الأسئلة نواة أساسية للتحريير الإخباري.

وينبغي على صحفي الوكالة أن يدرك أنها بمثابة المعيار الذي يمكنه من التثبيت قبل

الشروع في التحريير من امتلاكه للعناصر الأساسية المكوّنة للخبر.

إن قلة الخبرة لدى الصحفيين الشبان يقضي بهم إلى نسيان الإجابة على احد

هذه الأسئلة حتى وان كانوا واعين بأهميتها (كأن يغفلوا تحديد المكان (أين)

أو الزمان (متى؟...)) وهكذا فان الإجابة الآلية على هذه الأسئلة لا يمكن اكتسابها

إلا عن طريق الممارسة التحرييرية المستمر الطويلة .

وتذكر الوكالات أيضا في مقدمة البرقية المصدر الذي استمال وكالة.

به (حسب إذاعة كابول من مصدر امني ...) ويمثل تحديد المصدر احد التقاليد

التي رسخت لدى صحفي الوكالة . فالصحفي عندما ينسب الخبر إلى مصدر

ما فانه يؤكد بذلك دوره كوسيط بين المصدر و الأطراف الفاعلة المعنية بالحادث

من جهة والمشارك من جهة أخرى .

ويعتقد بعض صحفيي الوكالة أنهم يوفرون لأنفسهم بهذه الطريقة نصيبا اكبر

من الموضوعية باعتبار أنهم لا "يختلفون" ما يكتبون (لا رأى للصحفي

فيما يكتبه).

و بإيجاز يمكن القول بان هؤلاء الصحفيين يرون انه يكفي أن يتجردوا كمحررين للخبر حتى يضمنوا مزيدا من الموضوعية لما ينقلونه من أخبار.

إن ذكر المصدر يحمله درجة من المسؤولية ولكنه لا يجرد الصحفي من دوره في وجوب التأكد من صحة الخبر.

وعندما يكون صحفيو الوكالة شاهدي عيان مباشرين للحدث يمكنهم أن يأخذوا على عاتقهم مسؤولية الوقائع التي شاهدوها من دون الحاجة إلى مصدر.

والملاحظ أن الاستعمال الأكثر انتشارا هو تحديد المصدر منذ الفقرة الأولى من البرقية (مقدمة البرقية) غير انه يمكن أيضا أن نعمل ذلك مباشرة بعد المقدمة في بداية الفقرة الثانية من البرقية.

و يستحسن ألا يقع تأخير ذكر المصدر لان ذلك من شأنه أن يؤدي إلى عدم الانتباه إلى وجوده في صلب نص البرقية، وهو ما تفعله بعض الوكالات التي تذكر المصدر في الفقرة الثالثة أو حتى فيما يليها من الفقرات، ويؤدي الانشغال المستمر للمهنيين فيما يتعلق بمصدرة برقياتهم - إلى ابتداع جملة من التعابير التي تبين المصدر بطريقة دقيقة نسبيا ، وتقرب أحيانا من الكليشيهات التي يصعب التخلص منها.

ويعتبر معظم صحفيو الوكالة مقدمة البرقية بأنها نواتها الأساسية. إذ انه يمكن أن تشكل بمفردها خبرا قابلا للنشر في شكل نبأ موجز (ينبغي على الصحيفة التي تتلقى برقية أن تكون قادرة على حذف الفقرات الثلاث أو الأربع الأخيرة منها ، و ألا تحتفظ إلا بالمقدمة دون أن تكون في حاجة إلى إعادة تحريرها).

فالمقدمة ينبغي أن تحمل للمشترك بسرعة ووضوح خبرا أو عنصرا من خبر أكثر تعقيدا.

ويجب تجنّب إثقال المقدمة على مستوى الفقرة الأولى من البرقية بحشد من العناصر دفعه واحدة الأمر الذي قد يغيب العنصر الرئيسي ويؤدي إلى الغموض.

لذا فان التدريب على تحرير مقدمة البرقية يمكن أن يعتبر أهم التمارين التي يقوم بها المحررون في الوكالة. وفي هذا الصدد يقول صحفيو الوكالة القدامى: عندما توفّق في اختيار المقدمة الجيدة، يمكنك أن تعتبر انك أنهيت تحرير الخبر كاملا.

و قد اكسب استعمال الكمبيوتر في الوكالات مقدمة البرقية دورا متزايدا الأهمية باعتبار أن الصحفيين الذين يتلقون خدمة الوكالة يقيّمون أهمية البرقيات

بالاعتماد على قراءة المقدمة في شاشة الكمبيوتر ثم يستحضرون نص البرقية كاملاً متى رأوا أن مقدمتها مثيرة للاهتمام.

نموذج برقية مع لوحة مفاتيح تشرح كل مكوناتها

و.ا.ب / ب - 66 (1)

لبنان

المبادرة الإيطالية والضغط الخارجية (2) . روما 83/09/14

(وات/المجمع (3)

تعرض السيد بتينو كراكسي الوزير الأول الاثتراكي الايطالي (4) في الأسبوع الماضي (5) إلى عدة ضغوطات القصد منها حمله على التخلي عن المبادرة التي كان سيتخذها بلبنان (6) وكذلك على تأجيل الزيارة التي كان سيقوم بها السيد وليد جنبلاط الزعيم الدرزي ورئيس الحزب التقدمي اللبناني (7) إلى روما، هذا ما نقلته الوكالة الكويتية للأنباء " كونا " (8) عن برقية صادرة بروما (9) .

وأضافت الوكالة (11) نقلاً عن مصدر ايطالي موثوق به (12) أن تلك الضغوط مسطرة بالخصوص على الوزير الأول الايطالي من قبل الحكومة الأمريكية التي عبرت عن " عميق أسفها " عقب المكالمة الهاتفية التي جرت بين السيدين كراكسي وجنبلاط.¹

ولم تكن الولايات المتحدة حسب نفس المصدر مرتاحة أيضاً لتصريحات الوزير الايطالي للشؤون الخارجية السيد جوليو اندريوتي التي كان ابرز فيها الدور السوري في كل مجهود سلمي بالمنطقة مؤكداً أن المسألة الفلسطينية تحتل مرتبة أساسية ضمن قائمة الاهتمامات الإيطالية . (يتبع) (14)

(15) و.ا.ب / كونا / ب س هـ / 412

و.ا.ب / ب - 67 (1)

لبنان

(16) المبادرة الإيطالية والضغط ... (اثنان انتهى)

(17) رئيس الحكومة الإيطالية تعرض أيضاً حسب نفس المصدر للضغط " الشديدة وغير المنتظرة " المسطرة من قبل الرئيس الفرنسي فرنسوا ميتران

¹- د. المهدي الجندي: صحافة الوكالة صحافة الأساس ، نشر معهد الصحافة و علوم الأخبار، 1984 ، ص 110.

الذي طالب " بالإيقاف الفوري لمساعي الحكومة الإيطالية الرامية إلى التصرف المفرد في لبنان " .

و من جهة أخرى أفادت الوكالة نقلا عن نفس المصدر بان الأحزاب السياسية الداخلية المكونة (18) لحكومة الائتلاف وفضت من ناحيتها مساندة مخططات الوزير الأول الإيطالي منحازة بصفة " غير متبصرة " حسب نفس المصدر – إلى الأطروحات الأمريكية.

غير أن السيد كراكسي مصمم رغم الضغوط على مواصلة (19) مجهوداته لصالح تسوية الأزمة اللبنانية ، حسب نفس المصدر .

(14) و.ا.ب / كونا / ب س هـ / 1415

(1) السطر الأول من البرقية يتضمن إشارات فنية متغيرة بتغيير الوكالة المرسله. ففي هذا المثال يتضمن هذا السطر الإشارات التالية : الأحرف الأولى لأسم الوكالة المرسله (وات) والمصلحة التي منها صدرت البرقية (علما بان المصلحة " ب " هي مصلحة الأخبار الدولية باللغة الفرنسية) فالعدد الترتيبي للبرقية (و يتعلق الأمر هنا بالبرقية السادسة والستين الصادرة عن " وات " من هذه المصلحة أثناء يوم 83/09/14.

(2) عنوان البرقية المتكون من كلمة مفتاح هي لبنان باعتباره بلدا معنيا بالخبر متبوعة بجملة عنوان تلخص الخبر.

(3) تاريخ البرقية ذكر اسم المدينة التي منها نقل الخبر الرئيسي (روما) متلو بتعيين اليوم والشهر والسنة و الأحرف الأولى لاسم الوكالة المرسله (وات – مجمع البلدان غير المنحازة).

(4) الفاعل الرئيسي في الخبر المنقول (قدّم للقارئ وفقا لوظيفته السياسية الإجابة عن السؤال من ؟

(5) الجواب عن السؤال : متى وقع الخبر المنقول المتعلق بالضغوط المسالطة على الوزير الأول الإيطالي

(6) الجواب على السؤال: ماذا ؟ (الضغوط المسالطة على الوزير الأول الإيطالي).

(7) الفاعل الثاني في الخبر قدم وفقا لوظيفته السياسية.

(8) مصدر الخبر المنقول من قبل وات : ويتعلق بنقل برقية أوردتها الوكالة الكويتية كونا-

(9) الجواب عن السؤال أين ؟

(10) المقدمة (الفقرة الأولى من البرقية)

(11) تذكير محرر وات بمصدره ويتعلق دائماً بعناصر مأخوذة عن الوكالة الكويتية كونا

(12) مصدر الوكالة الكويتية قدم بصورة جزئية ووصف بأنه " موثوق به " .

(13) الفقرة الثانية من البرقية

(14) ملاحظة (يتبع) لتنبئه المشترك إلى أن البرقية ثانية مكتملة للأولى ستبث في وقت وشيك.

(15) السطر الأخير من البرقية يحمل الإشارات الفنية التالية: الأحرف الأولى لاسم الوكالة (وات) - مصدر وكالة (وات) بالنسبة إلى هذه البرقية (الوكالة الكويتية كونا) ثم الأحرف الأولى لاسم محرر البرقية بوكالة (وات) (ب.س.هـ) وزمن إصدار البرقية.

(16) عنوان البرقية المكرر جزئياً والمتبوع ببيان العدد الرتبي للبرقية ضمن سلسلة البرقيات المتعلقة بخبر واحد: ويتعلق الأمر هنا بالجزء الثاني من السلسلة المتكوّنة من برقيتين، ثم بعد العدد الرتبي مباشرة هناك إشارة تفيد بأن الأمر يتعلق بأخر برقية من المجموعة : وعلى هذا الأساس ينبغي ألا ينتظر المشترك جزءاً ثالثاً.

(17) و (18) و (19) الفقرات الأولى والثانية والثالثة من البرقية الثانية .وهي لا تشتمل على مقدمة.

5) جسم البرقية

هو مجموعة الفقرات التي تكوّن إضافة إلى المقدمة، البرقية وينبغي ألا تشمل البرقية على أكثر من أربع أو خمس فقرات (بحيث يتراوح عدد كلماتها بين 150 و 250 في أقصى الحالات).

تحمل كل فقرة عنصراً إخبارياً رئيسياً ومجموعة من العناصر الثانوية التي تكمل العنصر الرئيسي وتوضحه.

وترتب مختلف الفقرات على مستوى نفس البرقية بطريقة تدرجية تنازلية وحسب نظام درجات تسميته في المهنة وفي كتب الصحافة بالهرم المقلوب الذي يمكّن الصحافي من وضع العنصر الأهم بمقدمة البرقية وإرجاء العناصر الأقل أهمية إلى الفقرات الأخرى.

وتبدو البرقية في أكثر الأحيان في شكل نص يحتوى على عدد محدود من الفقرات وخلافا لمقالات الصحف والمجلات لا يشتمل نص البرقية على عناوين فرعية كما انه لا وجود لسؤال متبوع بجواب فيما يتعلق بالأحداث الصحفية التي تنشر في صورة تقارير.

غير أن هناك برقيات خالية تماما من النص تقدّم معلومات على شكل خام مثل برقيات تسعيرة البورصة أو السوق المالية وأسعار المواد والعملات... والنتائج الرياضية (الترتيب في مسابقة أو مباراة الزمن، النقاط، عدد الميداليات). ونتائج الانتخابات (فرز الأصوات بمكاتب التصويت، النتائج الجمالية بحسب كل مترشح وجهة...) الخ...

(6) السطر الأخير من البرقية

انه يتضمن هو الآخر إشارات تقنية تماما كما هو شأن السطر الأول: الأحرف الأولى لاسم صحفي الوكالة الذي حرر البرقية (أو لاسم الصحفي الذي أعاد تحريرها إذا كان الأمر كذلك)، تحديد ساعة إصدار البرقية وتعيين اليوم من السنة الخ...¹

(7) البرقيات المتسلسلة

البرقيات على العموم نصوص مستقلة بذاتها فكل برقية عنوانها الخاص ومقدمة وهي تغطي خبرا معينا ويمكن أن تغطي عدة برقيات مستقلة نفس الحدث والعلاقة بين مختلف هذه البرقيات تقوم على الموضوع. غير انه يصادف أيضا أن يستدعي نفس الحدث (لنفس الموضوع) أكثر من برقية واحدة (ملخص خطاب هام بثلاث أو أربع برقيات). وفي هذه الحال تحرر الوكالة سلسلة من البرقيات المترابطة في موضوعها وفي تحريرها لأنها ستنتشر في نص واحد من قبل الجرائد. وهنا لا بد من الحرص على احترام المواصفات الشكلية التالية :

¹ - د. المهدي الجندي : صحافة الوكالة صحافة الأساس ، نشر معهد الصحافة و علوم الأخبار، 1984 ، ص 110.

(أ) البرقيات التي تكوّن سلسلة يتصدّر لها عدد ترتيبى يوضّح التعاقب المنطقي لمختلف البرقيات المكونة لنفس السلسلة.

" كاسترو يدعو الولايات المتحدة إلى مضاعفة مساعدتها وخفض منققات التسلح (1).

" كاسترو يدعو الولايات المتحدة .. (2).

" كاسترو يدعو الولايات المتحدة .. (3). (انتهى)

(ب) يجب أن تذكر في آخر كل برقية من البرقيات التي تكوّن السلسلة عبارة " يتبع " وهي عبارة معدة لجلب انتباه المشترك إلى أن برقية أو عدة برقيات مكملة للبرقية التي يتلقاها سوف تصله في وقت لاحق.

ومن الهام أن نعرف أن البرقيات التي تنتمي إلى نفس السلسلة لا ترسل إلى المشتركين بالضرورة بصورة متتابعة وعلى هذا الأساس يمكن أن تتخلها برقيات لا صلة لها بموضوع البرقيات السابقة.

(ج) إن صحفيي الوكالة ليسوا مجبورين على إعادة تحديد تاريخ كل برقية من برقيات المجموعة مباشرة بعد العنوان الذي كرر كلياً أو جزئياً وذلك بإيراده في مختلف البرقيات المكونة للسلسلة. وإنما يمكنهم الاكتفاء بتاريخ البرقية الأولى مع تكرار اسم المدينة حيث استقي الخبر بالنسبة أن البرقيات الأخرى (مثال الوكالة الفرنسية ف.ب) هذا وتقتصر بعض الوكالات على تاريخ البرقية الأولى من المجموعة .

(د) وتشترك برقيات السلسلة الواحدة في المقدمة وهي مقدمة البرقية الأولى من السلسلة إما البرقيات الأخرى من نفس السلسلة فليس لها مقدمة. وهي تشكل على المستوى التحريري امتداداً مباشراً للبرقيات التي سبقتها في السلسلة.

و يمكن القول بكل بساطة أن البرقيات المتسلسلة تشكل في الواقع برقية طويلة مجزأة إلى جزأين أو عدة أجزاء لتيسير إرسال النص.

(ص) تحدد بعض الوكالات منذ البرقية الأولى عدد البرقيات التي تكون مجموعة واحدة، ويمكن هذا العمل المشترك من تقدير حجم الموضوعات مسبقاً بالنسبة إلى المجموعة التي ينتظرها (وهو أيضاً عمل ذو فائدة كبيرة لسكربتير تحرير الصحف اليومية).

(8) التكملة و الإلغاء والتصحيح

يصادف أن يتحصل صحفي الوكالة بعد أن حرر برقيته و أرسلها على عناصر جديدة تكملها. وعندها يمكنه أن يحرر برقية ثانية مستقلة عن الأولى أو أن يحرر تكملة لها. وفي هذا الحال يحرر برقية بدون مقدمة معدة لتستعمل كتكملة مباشرة للبرقية الصادرة التي تعالج نفس الموضوع. ويمكن أن تكون هناك تكملة واحدة أو عدة نصوص مكتملة على إن الأفضل هو ألا يلجأ إلى التكملة إلا نادرا.¹

ومن جهة أخرى قد يحصل صحفي الوكالة بعد أن حرر وأرسل برقيته على عناصر جديدة تكملها.

وعندها يمكنه أن يحرر برقية ثانية مستقلة عن الأولى أو أن يحرر تكملة لها. وفي هذه الحال يحرر برقية ثانية بدون مقدمة معدة لتستعمل كتكملة مباشرة للبرقية الصادرة التي تعالج نفس الموضوع. ويمكن أن تكون هناك تكملة واحدة أو عدة نصوص مكتملة على أن الأفضل هو ألا يلجأ إلى التكملة إلا نادرا.

ومن جهة أخرى قد يتفطن صحفي الوكالة بعد إصدار البرقية إلى أن بعض العناصر التي حررها كاذبة أو جزئيا. فعندما تكون لديه عناصر يطمئن أكثر إلى صحتها يحرر برقية أخرى في نفس الموضوع معدة لتعويض البرقية الكاذبة. وفي هذه الحال تستعمل بعض الوكالات عبارة: " تلغي وتعوض " لتنبية المشترك إلى التغيير الذي ينبغي عليه إدخاله وعندما يتعلق الأمر فقط بسهو و خطأ جزئي يحرر الصحفي برقيات تصحيحية تقتصر على لفت انتباه المشترك إلى اسم لم يكتب بوضوح أو إلى رقم خاطئ تسلل إلى نص البرقية (" الرجاء قراءة السطر الرابع بالفقرة الثانية من البرقية كما يلي ...)

و هكذا ويجب تلافي الإكثار من التصحيحات والإلغاءات التي توشك عندما تتكرر أن تزج المشتركين . غير انه يجب ألا نتردد في الإقدام على ذلك عند الضرورة.

(9) النبا الخاطف (فلاش) ، النشرة (المسبق) والخبر العاجل

البرقية مثلما يدلّ عليها اسمها هي خبر يجب أن يصل في اقرب وقت ممكن إلى المشتركين إلا أن الوكالات سعيا منها إلى إكساب عملية إرسال بعض البرقيات

¹- د. المهدي الجنوبي : صحافة الوكالة صحافة الأساس ، نشر معهد الصحافة و علوم الأخبار، 1984 ، ص 110.

مزيديا من السرعة ترتب برقياتها وفقا لدرجة استعجاليتها وتميز عامة على هذا الأساس أربعة مستويات.

النبا الخاطف (فلاش) النشرة النبا المسبق، النبا العاجل والبرقية العادية

ويتضمن النبا الخاطف (فلاش) عددا محدودا جدا من الكلمات ويقدم خبرا هاما جدا (وفاة رئيس دولة، إعلان حرب، زلزال الخ...) والنبأ الخاطف هو برقية في شكلها الأبسط بحيث تتشكّل من مجموعة من الكلمات التي لا عنوان لها ولا مقدمة وترفق عند تقبلها بانطلاق جرس لتنبه المشترك إلى أهمية الخبر الذي وقع بثه على البرقية الكاتبة أو شاشة الكمبيوتر.

ويكون هذا النوع من البرقيات متبوعا دائما في الدقائق التالية من إصداره بمجموعة من البرقيات القصيرة التي تتوسّع في محتوى الخبر المنقول بواسطة النبا الخاطف (الفلاش). ويمكن أن يتكون تعاقب البرقيات هذا من نشرات وأنباء عاجلة والنبأ الخاطف (الفلاش) الأولوية المطلقة من حيث الإرسال.

النشرة (المسبق) والنبأ العاجل

عندما لا تقتضي استعجالية الخبر إرسال نبأ خاطف فإنه يعتمد إلى المستوى الأدنى المباشرة من الاستعجالية وهنا تأتي النشرة (أو المسبق) في المرتبة الثانية. إما النبا العاجل فيحتل المرتبة الثالثة وهكذا فإن النشرة والنبأ العاجل يمثلان أنصاف برقيات تتكون على الأقل من المقدمة.

وبعد سلسلة من النشرات و الأنباء العاجلة التي تعالج نفس الموضوع يحرر صحفي الوكالة موضوعا تأليفيا تكرر فيه وتستكمل كل العناصر التي تم بثها بصورة مبعثرة فيما يتصل بواقعة معينة طور التغطية على امتداد عدة ساعات.

ويجب الإشارة إلى أن عددا كبيرا من صحفيي الوكالة اصطلموا في الواقع على ثلاث درجات من الاستعجالية وهي: النبا الخاطف (الفلاش)، النشرة (المسبق) أو النبا العاجل والبرقية العادية وقد شاع هذا الاستعمال لدى وكالات الأنباء العربية.

ويعود إلى صحفي الوكالة أمر تقدير الخبر المنقول ودرجة استعجالية البرقية التي تنقل هذا الخبر حق قدرهما ويكون حجم البرقية مناسباً عكسية لاستعجاليتها هذا ويجب للتمكن من إبلاغ الخبر بسرعة أن نختصر إلى أقصى درجة الوقت اللازم للتحريير والنقل.

(10) البرقية العادية

تمثل البرقية العادية بحجمها الذي يصل في أقصى الحالات إلى ما بين 200 و250 كلمة نوع البرقية الأكثر استعمالاً من قبل صحفيي الوكالة. فهي بالنسبة إليهم المجال الذي في إطاره هم مدعوون إلى ممارسة مختلف الأشكال الصحفية. ولا يمكننا أن نتحدث عن أشكال خاصة بصحافة الوكالة لكن الصحفيين المدربين على الأشكال الرئيسية للتحريير الصحفي (كالحديث الصحفي والريبورتاج والتحقيق والتعليق والتحليل والتقريير الصحفي) يكتفون هذه الأشكال وفقاً لمتطلبات صحافة الوكالة.¹

¹- د. المهدي الجندي: صحافة الوكالة صحافة الأساس، نشر معهد الصحافة وعلوم الأخبار، 1984، ص 110.

الجانب التطبيقي

- المبحث الأول : نشأة وكالة الأنباء الجزائرية
- المبحث الثاني: الخدمات الإخبارية
- المبحث الثالث : شبكة الاتصال
- تحليل الجداول
- نتائج الدراسة
- خاتمة

أولا : نشأة وكالة الأنباء الجزائرية

أنشأت وكالة الأنباء الجزائرية يوم أول ديسمبر 1967 في خضم حرب التحرير لتكون سفيرا لها على الساحة العالمية.

وقد كانت وسائل الإعلام الأجنبية تستغل أخبار وأج الأولى وهي تبث عبر آلة السحب التقليدية "الرونيو" وكانت تحمل ألوان العلم الوطني.

بدأت وكالة التي كانت تعتبر ركيذة من ركائز ثورة نوفمبر 1954 في العمل بضعة أشهر قبل الاستقلال بعد وقف إطلاق النار في قسبة الجزائر، هذه المدينة التاريخية.

كما عملت الوكالة بنشاط على تحضير فترة ما بعد الحرب و الكفاح من اجل تشييد الوطن وتعزيز السيادة الوطنية بالإضافة إلى أداء واجبها التضامني مع الكفاح من اجل تحرير العالم الثالث.

بعد الاستقلال كان مقر وأج في شقة على مستوى شارع كريم بلقاسم (أيرو آبيتا) فطورت قسمها التحرير وشرعت في بسط شبكتها عبر التراب الوطني وقامت باقتناء تجهيزات تقنية وتزودت بقانون أساسي يكلفها بمهمة الخدمة العمومية، كما شرعت في تكوين صحفيين وتقنيين وأعاون الركن.

وفي أول افريل 1963، انتقلت الوكالة إلى بناية تقع في شارع ارنستوشي غيفارا حيث مكثت ثلاثين سنة، بدأت في بث أخبارها بالتلغراف. ارتبطت بأهم الوكالات العالمية وكذا بوكالات وطنية وامتدت شبكتها إلى مكاتب جهوية مع التفكير في وضع ممثليات لها في الخارج كما كانت مصالحتها للتصوير تبث صورا عن الجزائر في طور التشييد بواسطة جهاز التليغراف (مصورة تليغرافية).

وفي 19 نوفمبر 1985 ، أصبحت وأج مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي واجتماعي قبل أن تصبح يوم 20 افريل 1991 مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري.

في جانفي 1985 انتقلت الوكالة إلى مقرها الجديد في القبة و خاضت معركة التكنولوجيا الجديدة فشرعت في أول جانفي 1994 لأول مرة في نظامها التحريري بالإعلام الآلي.

وفي 25 افريل 1995 بدأت تبث أخبارها أليا، دشنت وأج يوم 18 فبراير 1998 موقع انترنت الخاص بها بعد أن كانت تبث صفحاتها من خلال مركز الدراسات والأبحاث في الإعلام العلمي والتقني لمدة أكثر من سنة. وفي 5 جويلية

1998 بدأت الوكالة في بث صفحاتها باللغة العربية ومنتجها مباشرة عبر الانترنت وهذا يعد نقطة انطلاق مرحلة جديدة في إدخال وأج في طرق الإعلام والاتصال السريعة على المستوى العالمي.

في نوفمبر 1998 بدأت تجاربها في البث عبر القمر الصناعي مما يسمح لها بتوسيع خدماتها إذ سيتمكن زبائنها من الآن فصاعدا من استعمال بنوك معطياتها وخدماتها المختصة حسب الطلب وصورها الرقمية ومنتجاتها وصورها المعلوماتية عن بعد وفي الوقت الحقيقي.

وفي مطلع القرن الواحد والعشرين انتقلت الوكالة إلى مقرها الجديد والدائم الكائن بحي الينابيع نهج الإخوة بوعدو بئر مراد رايس -الجزائر-، فالمقر الجديد يسمح للوكالة بمواكبة كل التطورات التكنولوجية فهو يحتوي على (Bloc-3) فهو مجهز بأحدث الوسائل التكنولوجية.

ثانيا : الخدمات الإخبارية

تقدم وأج في اللغتين العربية والفرنسية خدمات إعلامية سياسية واقتصادية واجتماعية وكذا أخبار ثقافية ورياضية ومتفرقات من مصادر متعددة ومتنوعة إلى مختلف وسائل الإعلام : الصحافة المكتوبة والسمعية والمصورة والمؤسسات الوطنية وكذا الممثلات الدبلوماسية والأجهزة الأخرى .. وتقدم وأج خدمة إعلامية اقتصادية موجهة خاصة إلى المتعاملين الاقتصاديين.

وتبث وأج أربعة وعشرون ساعة على أربعة عشرون ساعة وسبعة أيام مما يقارب (500 برقية و 100 ألف كلمة) يوميا يجمعها ويعالجها الصحفيون الموزعون عبر المصالح الأثنى عشر لأقسام التحرير على مستوى المقر و53 مكتبا جهويا منظما في اثني عشر تنسيقية وأربعة عشر ممثلية بالخارج تجمع الخبر من المصادر الأولى مع انجاز لقاءات وتحاليل وتقارير إخبارية حول كل موضوع ذي اهتمام محلي أو وطني أو دولي.

وعلى مستوى قسم التحرير المركزي تجمع وتعالج هذه الأخبار من طرف اثني عشر رئاسة تحرير: سياسي واجتماعي وثقافي ورياضي وتحاليل و جهوي وتحقيقات واقتصاد وبنك معلومات وقسم دولي وترجمة وانترنت.

وعلى المستوى الجهوي يتم جمع هذه المعلومات عن طريق شبكة مراسلين منظمين في 12 تنسيقية تغطي جميع التراب الوطني.

وعلى الصعيد الدولي ، فان وأج ممثلة في 15 عاصمة دولية : بيروت بروكسل ، القاهرة دكار لندن، باريس الرباط، روما، تونس، واشنطن، مدريد موسكو، عمان ، اديس بابا، جوهانسبورغ.

إضافة إلى شبكتها الخاصة لجمع الأخبار تلتقط وأج عبر الساتل أو الخطوط المتخصصة 22 وكالة عالمية ووطنية وأوربية وافريقية وعربية .

وتمثل حصة وأج 30 % من مجموع الإنتاج الإخباري للصحافة الوطنية المكتوبة التي تمثل احد المستعملين الأساسيين لمصالح أخبار الوكالة مثلها مثل التلفزيون وقنوات الإذاعة الوطنية.

ثالثا : شبكة الاتصال

تستعمل وكالة الأنباء الجزائرية لاستقبال البرقيات ومعالجتها وبنها شبكة تلغرافية خاصة. على الصعيد الوطني يتم ربط مكتب ولأئي بتنسيقية جهوية تربط بدورها بالمقر عبر متعدد الإرسال (4 خطوط).

وعلى الصعيد الدولي فان شبكة الربط الجزائر / تونس والجزائر / الرباط والجزائر / نواكشوط شبكة تلغرافية تعددية يتم من خلالها استقبال عدد كبير من خدمات الوكالات فيما يتم ربط الجزائر بباريس عن طريق الانترنت.

أما فيما يتعلق بالمكاتب الأخرى كمكتب روما ومدريد وواشنطن والقاهرة وعمان وموسكو فان الإرسال يتم عن طريق الفاكس أو عن طريق جهاز الكمبيوتر من خلال استعمال برنامج معلوماتي والشبكة الهاتفية العادية.

مشاريع تطوير شبكة الاتصال

تم التفكير من جديد حول شبكة الاتصال من حيث أسسها الثلاثة وهي:

الاتصال بين مختلف مكاتب العمل في نفس المكان.

- الاتصال بين مختلف مواقع وأج والمقر.

- الاتصال بين وأج ومحيطها (المشتركين و الوكالات...) و ستمحور شبكة وأج التي تتضمن ---المكاتب الجهوية و الدولية ووكالات الأنباء حول المحاور التالية :

الانترنت للمكاتب الدولية.

- الانترنت للمكاتب الولائية والتنسيقات المركزية الجهوية.
 - السائل للمشتركين والتمثيلات الدبلوماسية الجزائرية والوكالات الأجنبية.
- وتتوي وأج بناء نظامها المستقبلي على أساس أرضية تستجيب لأربع تستجيب لأربع معايير أساسية التالية:
- هندسة الاتصال ذات هياكل مفتوحة.
 - بنية وظيفة أحادية.
 - تسيير الإعلام المتعدد الوسائط.
 - الاستقلالية في التجهيزات .
- وستسمح هذه الأرضية باستعمال شبكة الانترنت والانترنت الخاصة.
- وسيكون البريد الالكتروني المهمة الأساسية لنظام التحرير المخطط له مما يسمح لصحفي وأج بالتواصل والتبادل الرسائل الالكترونية بخصوص تغطية الأحداث ومذكرات العمل بين صحافي المقر أو بين صحافي المقر والصحفيين الآخرين في المكاتب الجهوية و الدولية.

البث عبر الساتل

وبالتنسيق مع مؤسسة البث الإذاعي و التلفزيوني ، شرعت وأج في مشروع البث عن طريق الساتل من خلال اوتلسات 16 درجة شرقا لتغطية أوروبا وشمال إفريقيا وجزء من الشرق الأوسط .

ويمكن الحل في استعمال رافع رقمي لقناة التلفزيون المخصصة لبث برنامج التلفزة الوطنية (الجيريان تيفي) .

على غرار وكالات الأنباء الكبيرة، تضخ وأج الموجودة في الانترنت تحت تصرف زبائنها مجموعة ممن الخدمات حسب الطلب.

ويمكن الوصول إلى هذه المنتجات في موقع APS.DZ ، وهكذا يمكننا الحصول على الأخبار بفضل فهرس يراجع عبر الاستشارة حسب الموضوع (سياسة ، اقتصاد، رياضة ، ثقافة...الخ).

من الممكن أيضا الحصول على كل أخبار وأج التي تبث في المباشر يوميا والتي تجدد عبر التراب في اللغات العربية والفرنسية والانجليزية والأمازيغية.

الخدمة العمومية

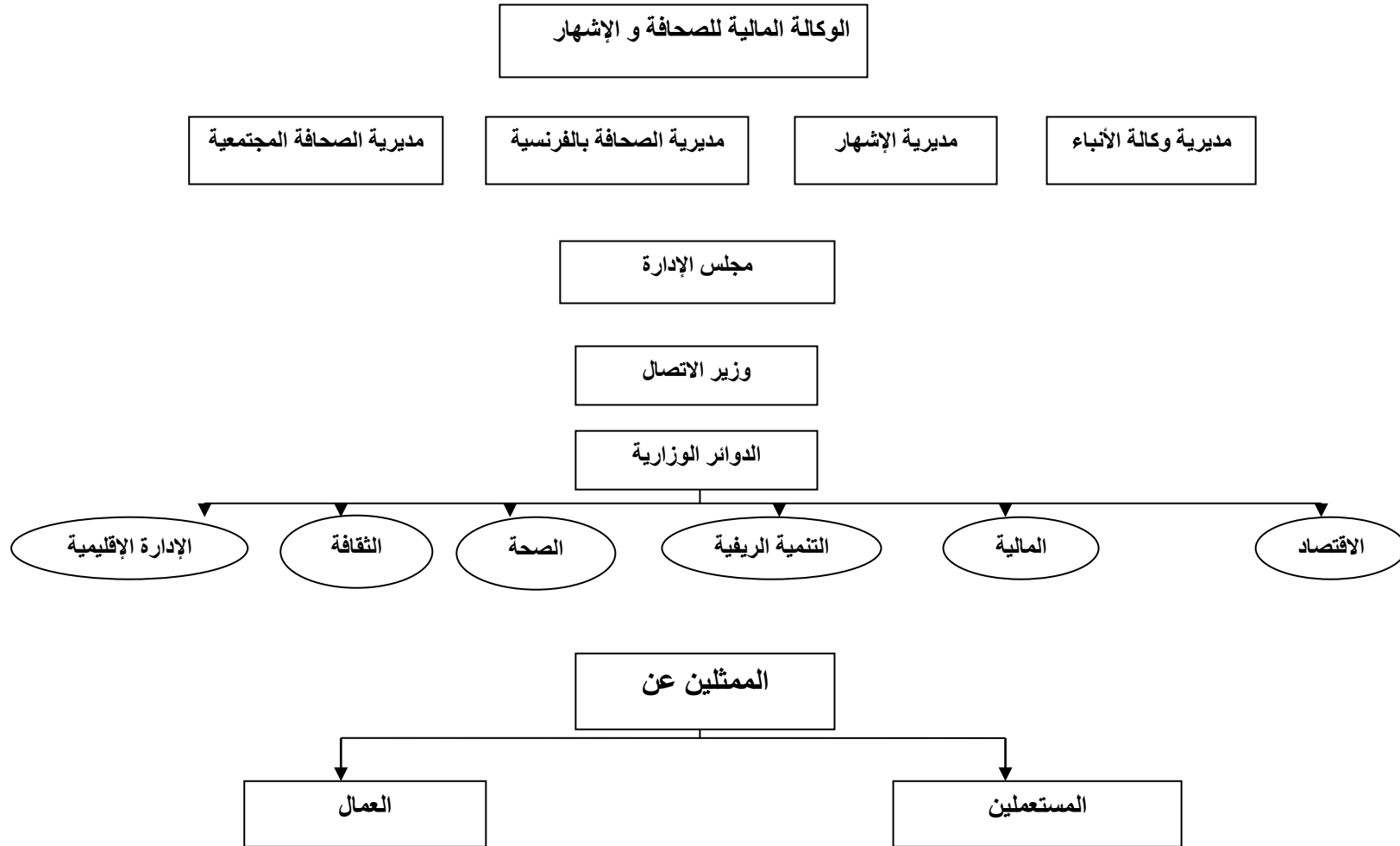
استثمار مجمل مكاتب الوكالة الوطنية بالداخل والخارج لتحقيق الموقع الأفضل لخدمة العمومية والإعلام الموضوعي . (رئيس الجمهورية السيد اليامين زروال في التعليمية الرئاسية رقم 17).

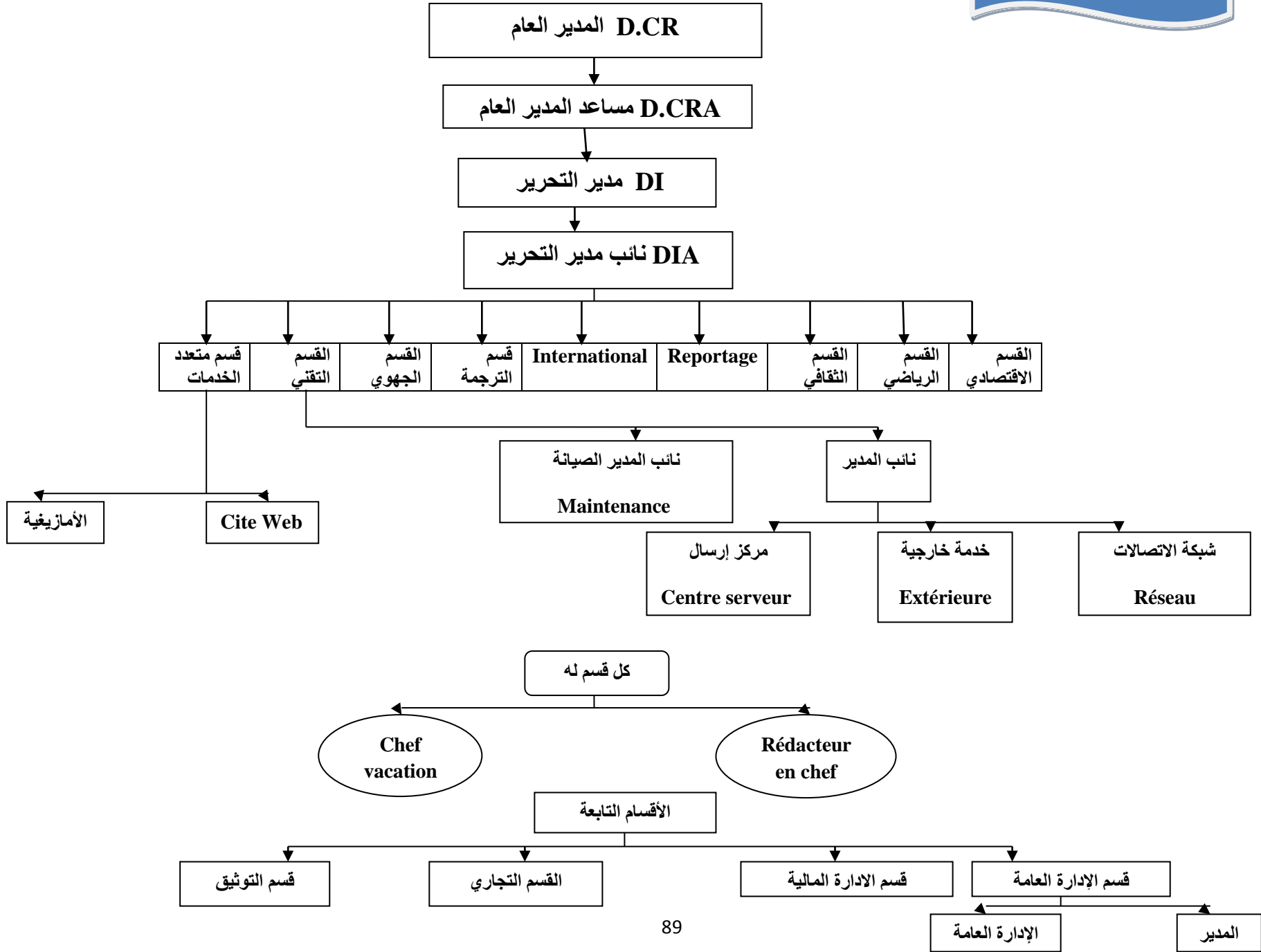
تؤدي وأج مهمتها المتمثلة في الخدمة العمومية بتطوير المنتج الإعلامي العام والمتخصص، ذي الطابع السياسي والاقتصادي والثقافي والاجتماعي خاصة للتعريف بأعمال وانجازات الجزائر. (الوضع القانوني 91/104 ليوم 20 افريل 1991).

تجمع وأج و تعالج وتنشر بالجزائر والخارج كل الأحداث والأخبار والتعليق والتوثيق المكتوب والمصور المشكل لقاعدة إعلام موضوعي في إطار احترام قواعد أخلاقيات المهنة ومتطلبات مهمتها المتمثلة في الخدمة العمومية. (دفتن الشروط الملحق بالوضع القانوني).¹

¹ - الموقع الرسمي لوكالة الأنباء الجزائرية : <http://www.aps.dz/ar/Page 10.asp>.

الهيكل التنظيمي للوكالة المالية للصحافة و الإشهار





تمهيد :

اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة القصدية المتمثلة في شريحة الصحفيين المستخدمين لتكنولوجيا الاتصال الجديدة في وكالة الأنباء الجزائرية ، وقد أجريت الدراسة في الفترة الممتدة ما بين مارس وأبريل بلغت عدد الاستمارات التي وزعت 100 استمارة و المسترجعة والصالحة للدراسة 80 استمارة ، والتي وزعت على فرعي الجزائر العاصمة فرع " بئرمرادرايس " الرئيسي والذي وزعنا فيه 80 استمارة واستلمنا منهم 65 استمارة و الفرع الخاص بالسلمي البصري " دالي إبراهيم " الذي وزعنا فيه 17 استمارة و استلمنا 15 استمارة وذلك راجع إلى بعض الصحفيين الذين لم يرجعوا الاستمارة بسبب انشغالهم و البعض الذين خرجوا في إجازات .

وقبل ذلك تم تصحيح الاستمارة من قبل الأساتذة في الجامعة و التي سمحت لنا بالحصول على بعض الملاحظات التي أفادتنا في تصحيح بعض الأسئلة الغامضة أو غير المفهومة وتوسيع اختيارات لتمكين الباحثين من الإجابة على أسئلة الاستمارة بدقة .

اعتمدنا في تحليل البيانات الخاصة بالعينة على 5 متغيرات لمعرفة استخدامات الصحفيين لهذه التكنولوجيا الجديدة : الجنس ، السن ، المستوى التعليمي ، الأقدمية في العمل ، الوظيفة بالوكالة .

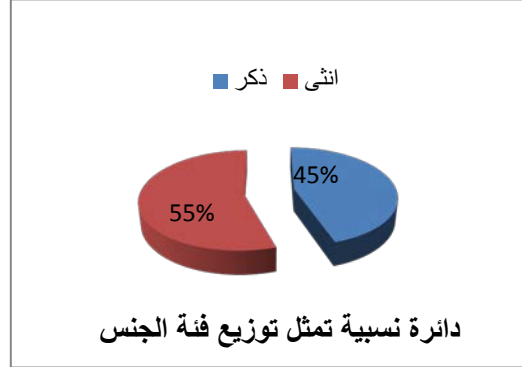
وبناء على هذا تشكلت لنا استمارة الدراسة و التي تتكون من أسئلة مغلقة لتسهيل الإجابة على الصحفيين نظرا لعدة اعتبارات منها انشغالهم و ضيق الوقت للإجابة على الأسئلة المفتوحة و قد تشكلت لنا عينة الدراسة و خصائصها على الشكل التالي :

تحليل البيانات الميدانية و تفسيرها :

التحليل الكمي للجداول : المحور الأول : البيانات الشخصية

الجدول (01) : يبين فئة الجنس

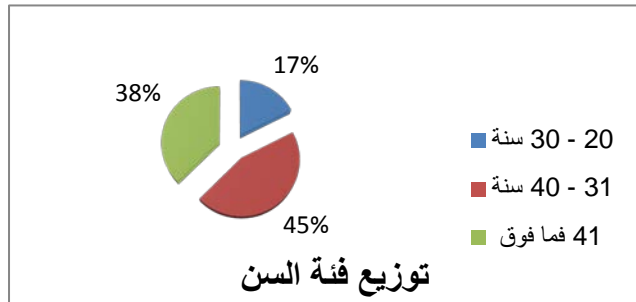
%	التكرار	توزيع فئة السن
45	36	ذكر
55	44	أنثى
100	80	المجموع



يتبين من خلال النتائج الواردة في الجدول الذي يوضح توزيع المبحوثين حسب الجنس حيث بلغت نسبة الذكور من العينة 45 % بينما قدرت نسبة الإناث 40 % وبذلك يتجاوز عدد الإناث نسبة 50% من المبحوثين حيث تعتبر هذه العينة مرتفعة مقارنة بنسبة الذكور ويعود السبب في ذلك كون عنصر الإناث قد دخل بقوة في المجال الإعلامي مقارنة بالسنين الماضية ، إضافة إلى تجاوز المجتمع معتقد أن مكان المرأة في البيت لا العمل وبغض النظر إلى كون مهنة الصحافة تعتبر مهنة المتاعب إلى أن المرأة استطاعت أن تتحدى نفسها أولاً وتتحدى الجنس الذكري ثانياً وتتجاوز كل المعتقدات المجتمعية والعوائق.

الجدول (02) : يبين توزيع فئة السن

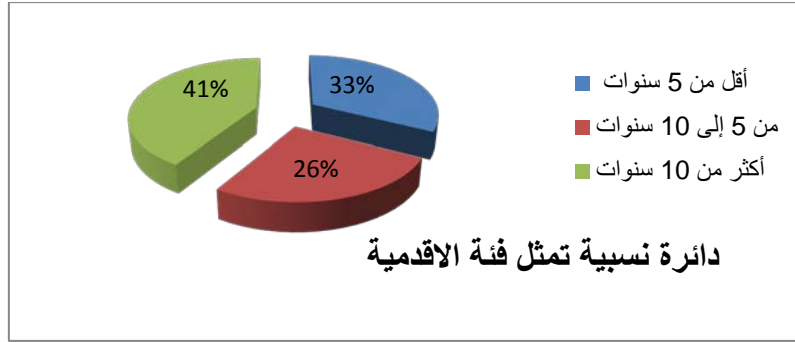
%	التكرار	توزيع فئة السن
17.5	14	20 - 30 سنة
45	36	31 - 40 سنة
37.5	30	41 فما فوق
100	80	المجموع



تبين من خلال النتائج الواردة في الجدول المتحصل عليها من إجابات المبحوثين أن غالبية أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين 31 - 40 سنة ، و قدر عددهم بـ 36 مفردة أي ما يعادل 45 %، تليها الفئة العمرية المحصورة بين 41 فما فوق ، و بلغ عددهم 30 عنصر بما نسبته 37.5 % ، ثم الفئة الثالثة المتعلقة بـ الشباب المتراوحة بين 20 - 30 سنة بـ 14 صحفي أي ما يقارب 17.5 % ، هذا إن دل على شيء إنما يدل على كون الوكالة الإعلامية تتبنى الفئة العمرية المتوسطة نظراً لخبرتهم، و كون وكالة الأنباء تعتبر مؤسسة إعلامية جد حساسة من حيث الجديدة في العمل و مكانتها الجد مهمة في الوسط الإعلامي ما يجعلها لا تغامر في اختيار عمالها.

الجدول (03) : يبين توزيع المبحوثين بحسب الاقدمية

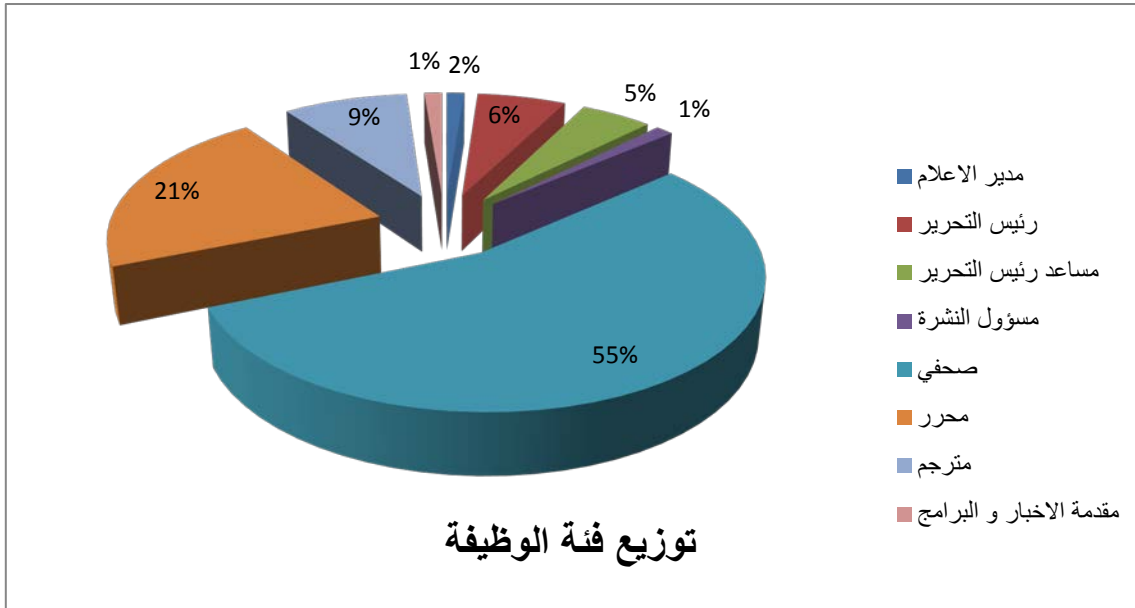
المؤشر البديل	التكرار	%
أقل من 5 سنوات	26	32.5
من 5 - 10 سنوات	21	26.25
أكثر من 10 سنوات	33	41.25
المجموع	80	100



إن الأقدمية في العمل تكسب الفرد الخبرة في سيرورة أداء الأعمال، تعود على الوكالة بفوائد للتقدم نحو الأحسن، و يبين الجدول أعلاه توزيع المبحوثين تبعا لأقدميتهم في العمل، حيث عادت أعلى نسبة فيه للموظفين ذوي أقدمية تتراوح من أكثر من 10 سنوات و التي قدرت بـ 41.25 %، و يأتي في المرتبة الثانية الموظفين ذوي أقدمية الأقل من 5 سنوات بنسبة 32.5 % ، و في المرتبة الثالثة الموظفين ذوي أقدمية تتراوح من 5 إلى 10 سنوات بنسبة 26.25 % ، و الملاحظ أن ذوي الأقدمية لأكثر من 10 سنوات هم الأكثر نسبة ، نظرا لكون وكالة الأنباء الجزائرية تحاول التمسك في مكانتها المهمة و المرموقة في الوسط الإعلامي بالاستفادة من الخبرات و الطاقات القديمة و التي تكون أكثر قابلية للعمل لكونها لها الخبرة اللازمة و المعرفة الجيدة للوسط الإعلامي .

الجدول (04) : يبين توزيع فئة الوظيفة

المؤشر البديل	التكرار	%
مدير الإعلام	01	1.25
رئيس التحرير	05	6.25
مساعد رئيس التحرير	04	05
مسؤول النشرة	01	1.25
صحفي	44	55
محرر	17	21.25
مترجم	07	8.75
مقدمة أخبار و برامج	01	1.25
المجموع	80	100



لكون وكالة الأنباء الجزائرية من أهم المؤسسات الإعلامية في الجزائر بصفة خاصة و في العالم بصفة عامة، فهي بدورها تتكون من العديد من المناصب التي تتجسد من خلال الجدول أعلاه و من قراءة الأرقام المسجلة و المتكونة من ثمانية مناصب نجد أن النسب تتقارب فيما بينها حيث يحتل الصحفيين النسبة الأولى بـ 55% من المبحوثين و الذي جاء على 44 مبحوثين و هذا راجع إلى طبيعة عمل مؤسسة إعلامية تعتمد بشكل كبير على الصحفيين و هي الأكثر تواجد ، و في المرتبة الثانية نجد منصب المحررين بنسبة 21.25% على 17 مبحوث ، ليليه منصب المترجمين بنسبة 8.75% على 07 مبحوثين ، لنجد في المرتبة الرابعة منصب رئيس التحرير بنسبة 6.25% على 05 مبحوثين ، لنجد المرتبة الموالية بمنصب مساعد رئيس التحرير بنسبة 05% على 04 مبحوثين ، لنجد المرتبة الأخيرة و التي يتقاسمها كل من منصب مدير الإعلام ومسؤول النشرة ومنصب مقدمة الأخبار و البرامج بنسبة 1.25% على مبحوث واحد .

المحور الثاني : مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة في الوكالة

الجدول (05) : يبين اهتمام المبحوثين بمتابعة تكنولوجيا الاتصال الجديدة

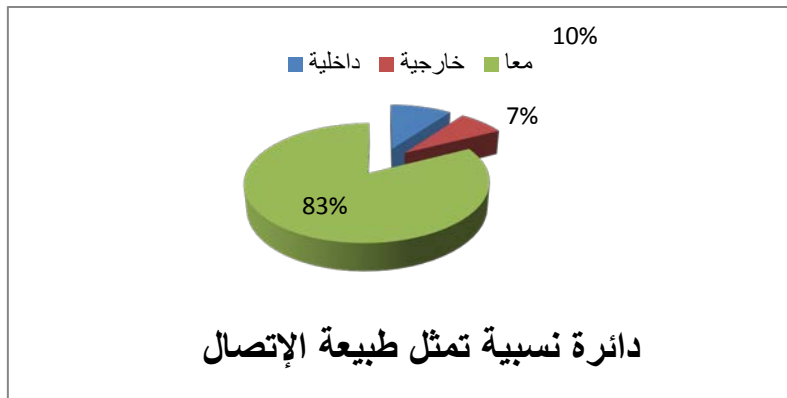
المؤشر البديل	التكرار	%
نعم	80	100
لا	00	00
المجموع	80	100



من خلال الجدول أعلاه يتبين أن نسبة 100 % من الموظفين يهتمون بمتابعة وسائل الاتصال الجماهيرية ما يبين أهميتها لأداء العمل الصحفي، و الاهتمام الكبير لكل ما هو جديد في تكنولوجيا الاتصال الجديدة.

الجدول (06) : يبين طبيعة الاتصال داخل الوكالة

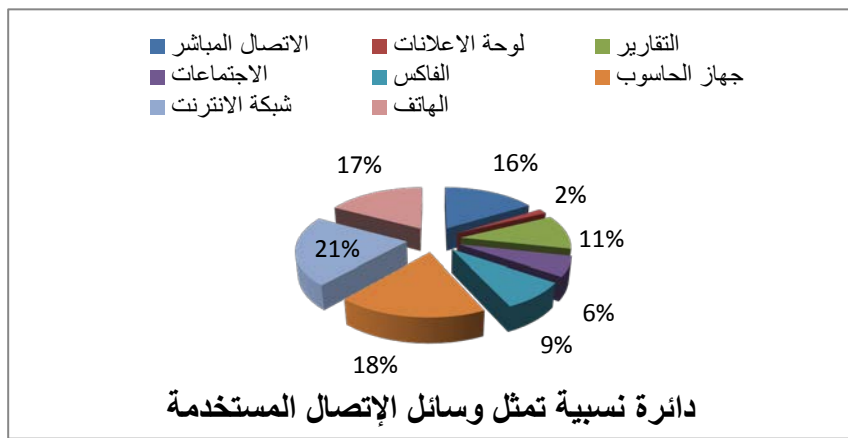
المؤشر البديل	التكرار	%
داخلية	08	10
خارجية	06	7.5
معا	66	82.5
المجموع	80	100



من المعطيات الواردة أعلاه نجد أن أكثر نسبة لدى أغلب المبحوثين يكون طبيعة الاتصال لديهم داخلية و خارجية معا و جاءت هذه النسبة بـ 82.5 % و بـ 66 مبحوث و هذا لطبيعة العمل الإعلامي الخالي من الارتباطات المكانية و الاعتماد بصفة كبيرة على الخارجات الميدانية وهو ما يفسر النسبة العالية المتحصل عليه في حين نجد نسبة ضئيلة جدا تقدر بـ 7.5 % طبيعة الاتصال لديه خارجي فقط وهي من أصحاب المهمات الميدانية و أغلبية العمل لديه ذات طابع خارجي فقط و اكتفي 10 % من المبحوثين باتصالات داخلية فقط و قد يعود ذلك إلى طبيعة أعمالهم في الشؤون الإدارية التي ينحصر أعمالهم في إطار الوكالة فقط .

الجدول (07) : يبين الوسائل المستخدمة في الوكالة

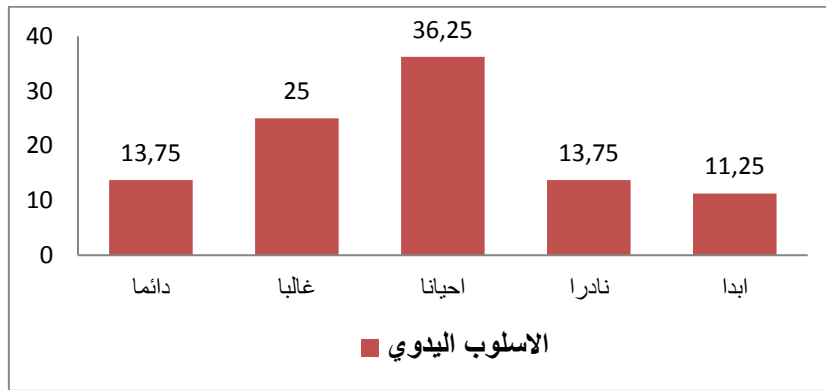
المؤشر البيديل	التكرار	%
الاتصال المباشر	53	16.21
لوحة الإعلانات	05	1.53
التقارير	35	10.70
الاجتماعات	20	6.12
الفاكس	28	8.56
جهاز الحاسوب	60	18.35
شبكة الانترنت	70	21.41
الهاتف	56	17.12
المجموع	327	100



من خلال الجدول أعلاه يتضح أن كل الوسائل الاتصالية مستغلة في فائدة نجاح الوكالة أن قراءة معطيات الجدول تظهر أن النسبة الأكثر لوسائل شبكة الانترنت بنسبة 21.41 % و يعود ذلك إلى طبيعة العمل الصحفي الذي يتطلب الأنبة في البحث عن المادة الإعلامية و تأتي في المرتبة الثانية جهاز الحاسوب بنسبة 18.35 % و ذلك يعود لضرورة العمل الذي يتطلب استخدامه في شتى المهام الإعلامية ليأتي في المرتبة الثالثة الهاتف بنسبة 17.12% و ذلك كون وكالة الأنباء هي المؤسسة الإعلامية الأولى في الجزائر من حيث الأخبار و كونها توزعها لجميع المؤسسات الإعلامية الأخرى، ليأتي الاتصال المباشر كوسيلة تليه بنسبة 16.21 % لنجد في المرتبة الموالية التقارير بنسبة 10.70 % ثم الفاكس و الاجتماعات بنسبة 8.56 % و 6.12 % على التوالي لتأتي لوحة الإعلانات في آخر المراتب بنسبة 1.53 % وهي وسيلة غير معتمد عليها كثيرا في الوكالة كون وكالة الأنباء مؤسسة حكومية راجعاتها متعلقة بالمدخول الحكومي فقط و الاعلاناتها حكومية و ما يقربها .

الجدول (08) : يبين مدى الاعتماد على الأسلوب اليدوي

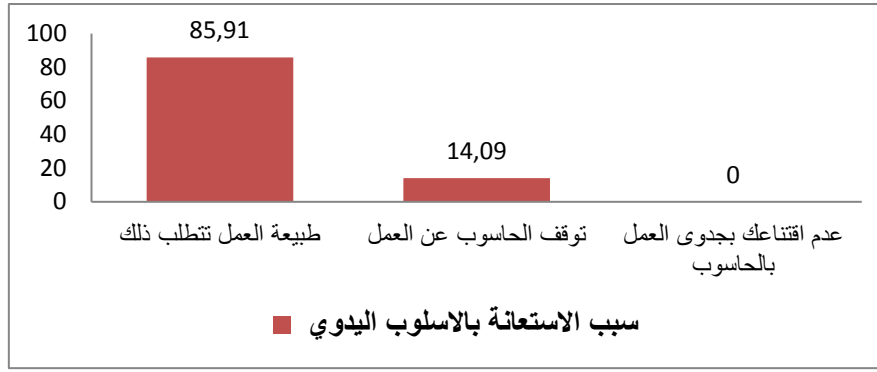
المؤشر البديل	التكرار	%
دائما	11	13.75
غالبا	20	25
أحيانا	29	36.25
نادرا	11	13.75
أبدا	09	11.25
المجموع	80	100



رغم التطور التكنولوجي إلا انه لا يمكن الاستغناء عن الأسلوب اليدوي في أعمالنا اليومية و هذا ما يظهر في تفسير النتائج في الجدول أعلاه حيث أن نسبة 36.25% من المستجوبين يستخدمون الأسلوب اليدوي أحيانا و قد يرجع هذا إلى مكانة الأسلوب اليدوي في العمل و بنسبة 25 % بـ 20 مستجوبين تستخدم الأسلوب اليدوي غالبا في حين جاء الاستخدام الدائم و النادر في نفس المرتبة بنسبة 13.75 % في حين نجد 11.25 % بـ 09 مستجوبين لا يعتمدون على الأسلوب اليدوي أبدا كونهم يرون أن الاستخدام لوسائل التكنولوجيا يسهل لهم العمل الإعلامي أكثر .

الجدول (09) : يبين سبب استعانة الصحفيين الأسلوب اليدوي

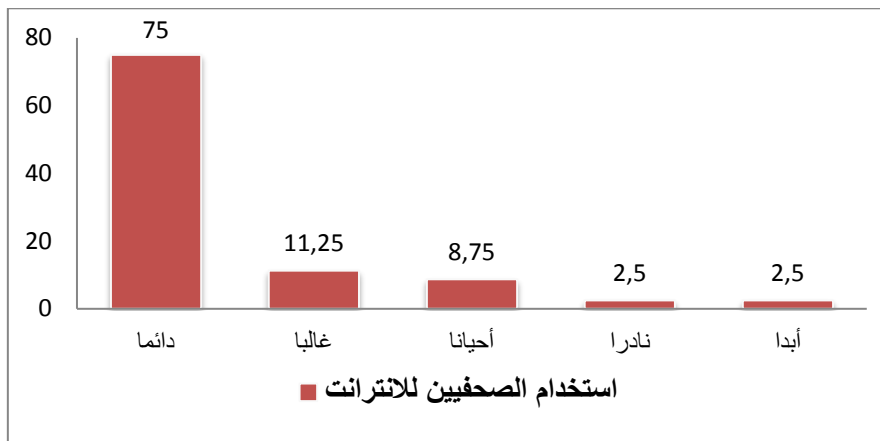
المؤشر البديل	التكرار	%
طبيعة العمل تتطلب ذلك	61	85.91
توقف الحاسوب عن العمل	10	14.09
عدم اقتناعك بجدوى العمل بالحاسوب	00	00
المجموع	71	100



من خلال الجدول يتبين لنا أن نسبة 85.91 % التي جاءت على 61 مستجوب تقر بان الاستعانة بالأسلوب اليدوي تعود لطبيعة العمل التي تتطلب ذلك باعتبار العمل الصحفي الميداني تتطلب كتابة التقارير بأسلوب اليدوي في الكثير من الأحيان، في حين نسجل نسبة 14.09 % من العينة أنها مطالبة بالأسلوب اليدوي حين يتوقف الحاسب الآلي و هي نسبة ضعيفة بالمقارنة بسابقتها في حين لم نسجل أي نسبة بعدم اقتناعهم بجدوى العمل بالحاسوب .

الجدول (10) : يبين مدى استخدام الصحفيين لشبكة الانترنت

المؤشر البديل	التكرار	%
دائما	60	75
غالبا	09	11.25
أحيانا	07	8.75
نادرا	02	2.5
أبدا	02	2.5
المجموع	80	100

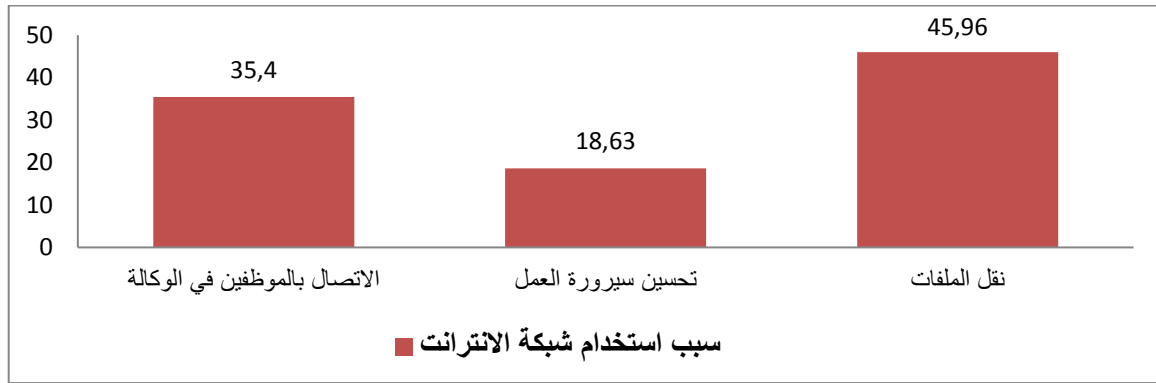


تعتبر شبكة العنكبوتية من أحد مصادر المعلومات لدى العديد من المؤسسات و ذلك من خلال الربط بين الموظفين و المسؤولين و التي تساعد على تطوير المؤسسة و من الجدول أعلاه يتبين لنا أن استخدام شبكة الانترنت حيث أعطتنا النتائج نسبة 75 % من العينة يستخدمون شبكة الانترنت بشكل دائم و بنسبة أقل قليلا إجابات 11.25 % من أفراد العينة يستخدمونها غالبا و أما 8.75 % تستخدم شبكة الانترنت

أحيانا و يمكن التأكيد على دور الانترنت في المؤسسة حيث نجد من المستجوبين من يستخدمها بصفة نادرة إلى منعدمة بنسبة 2.5 % ب 02 مستجوب .

الجدول رقم (11): يبين سبب استخدام الصحفيين لشبكة الانترنت

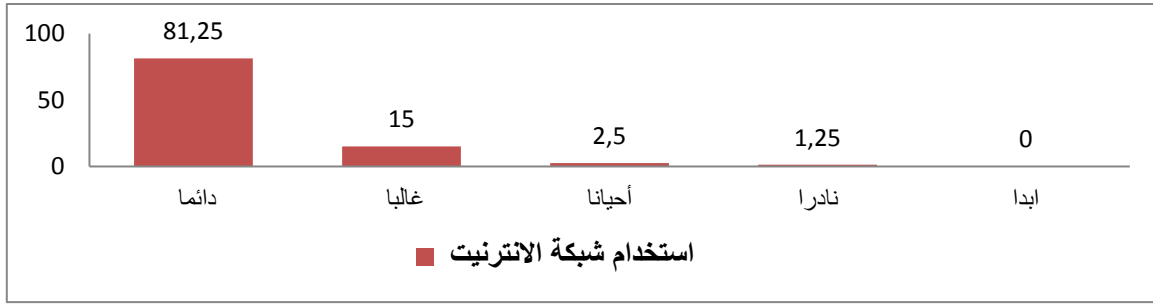
المؤشر البديل	التكرار	%
الاتصال بالموظفين في الوكالة	57	35.40
تحسين سيرورة العمل	30	18.63
نقل الملفات	74	45.96
المجموع	161	100



من خلال البيانات في الجدول يتضح أن نسبة 45.96 % من المستجوبين والتي قدرت ب 74 فرد تستخدم الانترنت " لنقل الملفات " لما توفره الوكالة من معلومات تنقلها إلى المؤسسات الإعلامية أخرى في حين جاءت " الاتصال بالموظفين " في النسبة الثانية ب 35.40% و هذا راجع إلى العمل الإعلامي الذي من شروط العمل في فريق واحد من أجل الحصول على المعلومات، ورأت 18.63 % من المستجوبين أن تستخدم شبكة الانترنت " لتحسين سيرورة العمل " وهي فئة المسؤولين والمسيرين وهذا ما يعكس النسبة التي لا بأس بها من العينة .

الجدول رقم (12): يبين استخدام شبكة الانترنت

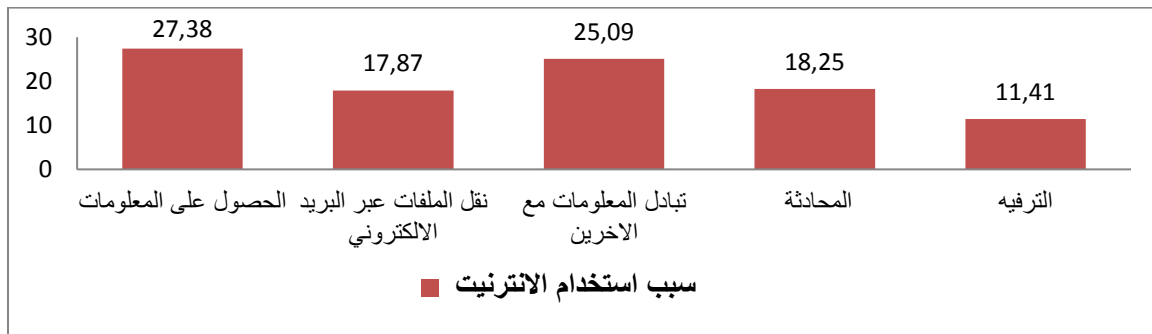
المؤشر البديل	التكرار	%
دائما	65	81.25
غالبا	12	15
أحيانا	02	2.5
نادرا	01	1.25
أبدا	00	00
المجموع	80	100



تعتبر شبكة الانترنت وسيلة اتصال داخلية تمكن من ربط جميع المحطات الجهوية ببعضها البعض بمؤسسة المركزية حيث نجد أن 81.25 % من أفراد العينة تستخدم شبكة الانترنت بشكل دائم في حين أن نسبة 15 % يستخدمون غالبا شبكة الانترنت و يمكن اعتبار أن استخدام شبكة الانترنت متباينة في المؤسسة و ذلك بالرجوع إلى نسبة 2.5 % و 1.25 % على التوالي بـ " أحيانا " و " نادرا " كما نلاحظ أن عدم استخدام المستخدمين للشبكة الانترنت منعدمة فالوكالة تتبنى و تستخدم هذه الأخيرة و تعتمد عليها كونها متوفرة في الوكالة .

الجدول رقم (13): يبين سبب استخدام الصحفيين لشبكة الانترنت

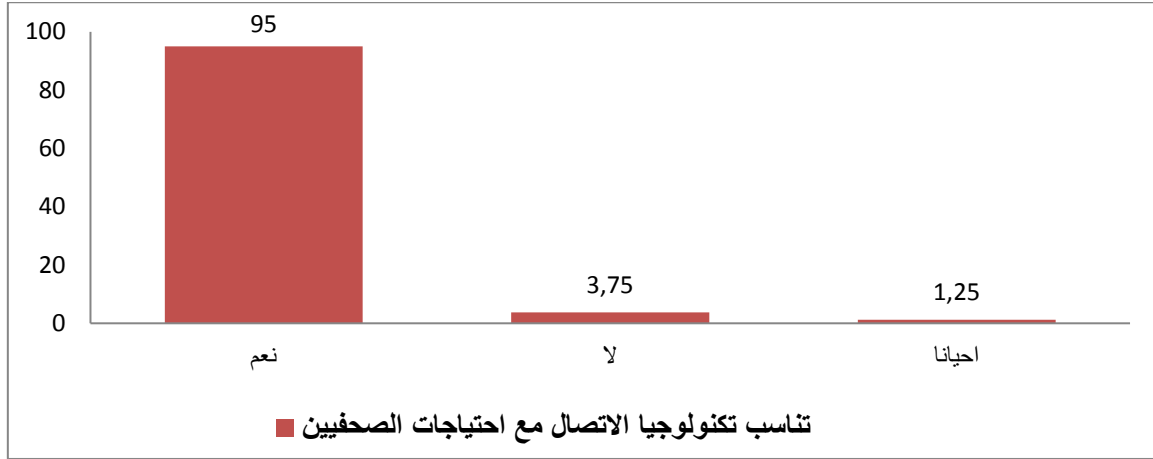
المؤشر البديل	التكرار	%
الحصول على المعلومات	72	27.38
نقل الملفات عبر البريد الالكتروني	47	17.87
تبادل المعلومات مع الآخرين	66	25.09
المحادثة	48	18.25
الترفيه	30	11.41
المجموع	263	100



من خلال الجدول أعلاه نجد أن أعلى نسبة من المستخدمين لشبكة الانترنت يستخدمونها في "الحصول على المعلومات" و التي قدرت بـ 27.38 % عن طريق 72 مستجوب يعتبر أن الانترنت تزود المعلومات الإضافية و تزيد من المعارف في حين جاء 25.09 % من المستجوبين يستخدمون شبكة الانترنت في "تبادل المعلومات" مع الآخرين و "نقل الملفات عبر البريد الالكتروني" بنسبة إلى اعتبار أنها مؤسسة وطنية تتلقى العديد من الأخبار و تبادلها مع المؤسسات الإعلامية الأخرى في حين جاء 18.25 % من المستجوبين يستخدمون شبكة الانترنت في المحادثة منصفة مع فئة "نقل الملفات عبر البريد الالكتروني" بنسبة 17.87 % و تستخدم ذات الشبكة أيضا للترفيه و هو ما عبر عليه 11.41 % من مجمل المستخدمين هذه الشبكة.

الجدول رقم (14): يبين مدى تناسب تكنولوجيا الاتصال الحديثة مع احتياجات الصحفيين

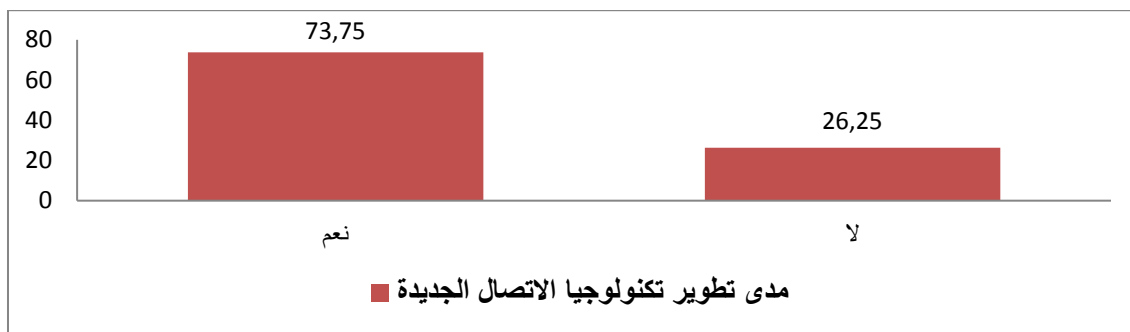
المؤشر البديل	التكرار	%
نعم	76	95
لا	03	3.75
أحيانا	01	1.25
المجموع	80	100



الجدول أعلاه يوضح مدى تناسب تكنولوجيا الاتصال الجديدة المستخدمة مع احتياجات الصحفي داخل الوكالة و يتبين أن أعلى نسبة بـ 95% من المستجوبين بـ 76 فرد من العينة يرون أنها تلبي بصفة كبيرة احتياجاتهم لأداء عملهم الصحفي داخل الوكالة، فيما جاء في " لا تناسب " بنسبة 3.75 % بـ 03 مستجوبين و " تناسب أحيانا فقط " بنسبة 1.25% وهم الصحفيون الذين يعملون خارج الوكالة .

الجدول رقم (15): يبين مدى اهتمام الوكالة ببرنامج التطوير لتكنولوجيا الاتصال الجديدة

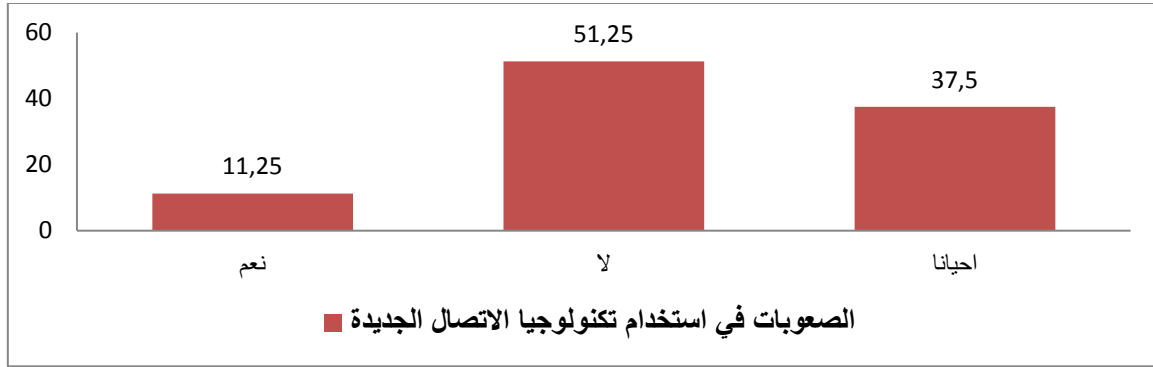
المؤشر البديل	التكرار	%
نعم	59	73.75
لا	21	26.25
المجموع	80	100



الجدول أعلاه يبين اهتمام الوكالة ببرنامج التطوير المستمر في الجوانب المتعلقة بالتكنولوجيا الاتصال الجديدة نجد نسبة 73.75 % من مستخدمي بـ 59 أفراد من العينة يؤكدون أن الوكالة تهتم بالتطوير في تكنولوجيا الاتصال الجديدة مما جاء 26.25 % من المستخدمين يفون وجود هذا الاهتمام بـ 21 مفردة من العينة.

الجدول رقم (16): يبين الصعوبات التي تواجه الصحفيين في استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة

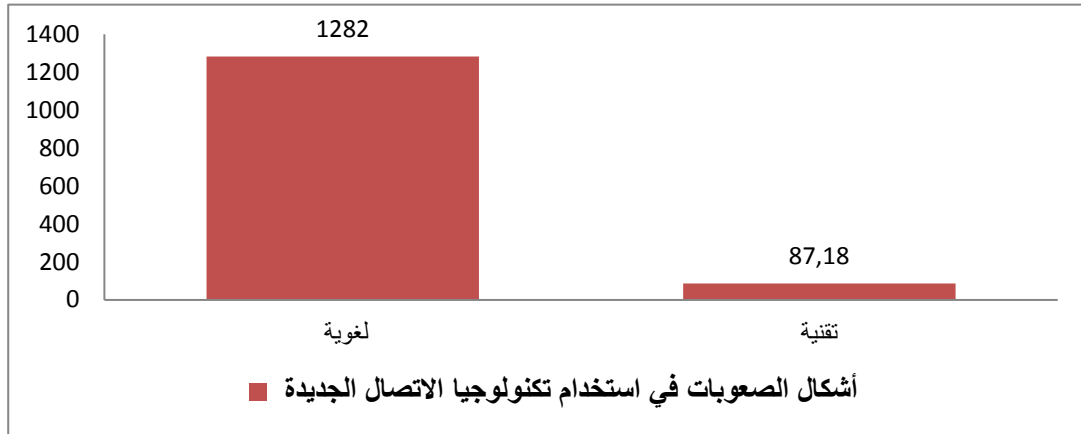
المؤشر البديل	التكرار	%
نعم	09	11.25
لا	41	51.25
أحيانا	30	37.5
المجموع	80	100



من خلال الجدول أعلاه يتبين أن موظفو الوكالة لا يواجهون أي صعوبات أثناء استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة تظهر بأعلى نسبة 51.25 % من المستجوبين بـ 41 مفردة من العينة لا يواجهون صعوبات أثناء استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة ، مما نجد رغم وجود 37.5 % من يجدون في بعض الأحيان صعوبات في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة إلا أنها مقارنة بالنسبة السابقة فهي ليست كبيرة و نسبة 11.25 % من المستجوبين بـ 09 مفردة من العينة يواجهون بشكل كبير صعوبات في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة و هم الموظفين الذين يعملون في إدارة الوكالة و الذين أعمارهم أكثر من 41 سنة.

الجدول رقم (17) : يبين صعوبات استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة

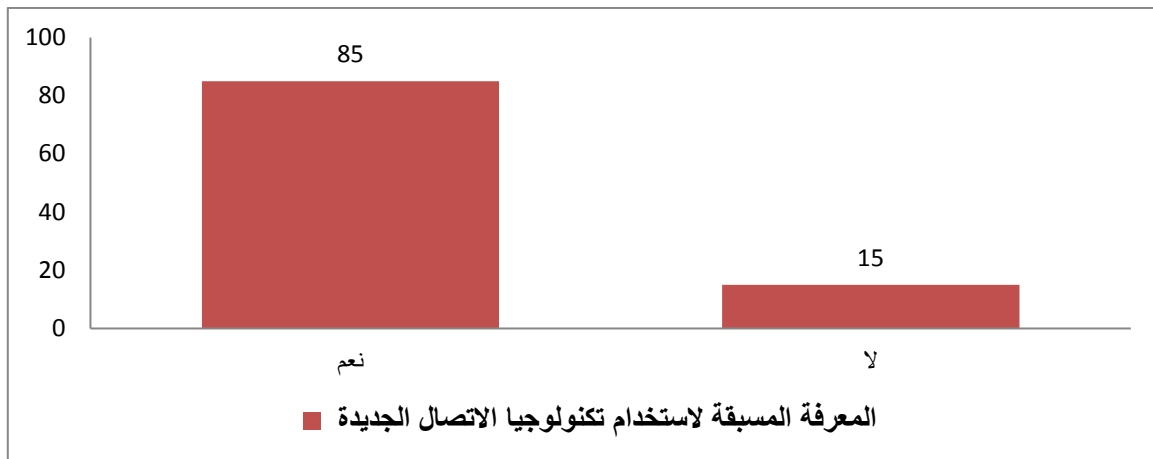
المؤشر البديل	التكرار	%
لغوية	05	12.82
تقنية	34	87.18
المجموع	39	100



من ملاحظة بيانات الجدول الوضع أعلاه يتبين أن كل الذين يواجهون صعوبات لديهم صعوبات تقنية بنسبة 87.18% ، بينما يواجه 12.82% منهم صعوبات لغوية ، و يعود ارتفاع نسبة الذين يواجهون صعوبات لغوية نظرا لكون المعلومات المدونة في التكنولوجيا الاتصالية الجديدة ، اغلبها باللغات الأجنبية " الفرنسية و الانجليزية " ، اغلبها اللغات التي لا يجيدها جدا موظفوا وكالتنا ، بينما الصعوبات التقنية والخاصة بطرق الاستعمال تبقى العائق الكبير في استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة في الوكالة .

الجدول رقم (18): يبين مدى المعرفة المسبقة للصحفيين حول استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة

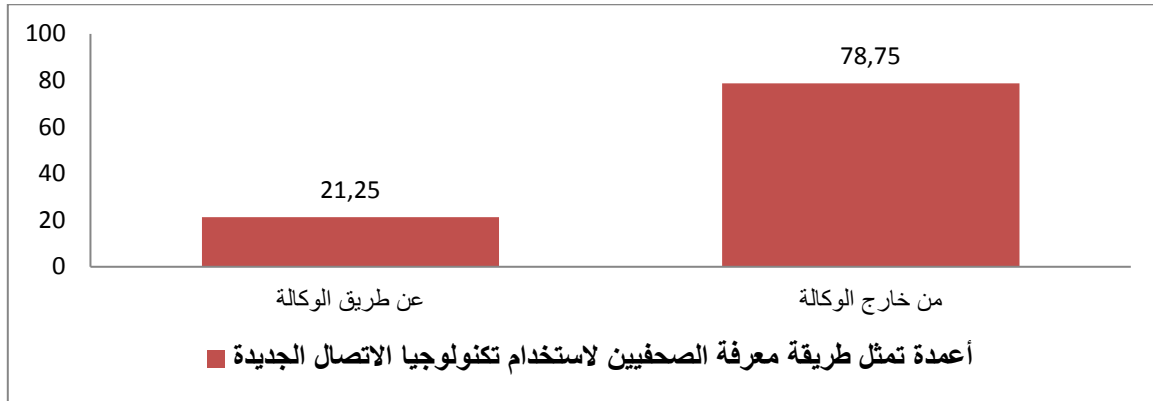
المؤشر البديل	التكرار	%
نعم	68	85
لا	12	15
المجموع	80	100



الجدول أعلاه يبين مدى المعرفة المسبقة لصحفيوا الوكالة باستخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة وتظهر أن الصحفيين لهم دراية مسبقة باستخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة وذلك بنسبة 85% من المستجوبين بـ 68 مفردة من العينة لهم المعرفة المسبقة باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بما نحد 15% من المستجوبين بـ 12 مفردة من العينة لا يعرفون استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة من قبل.

الجدول رقم (19): يبين كيفية معرفة الصحفيين استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة

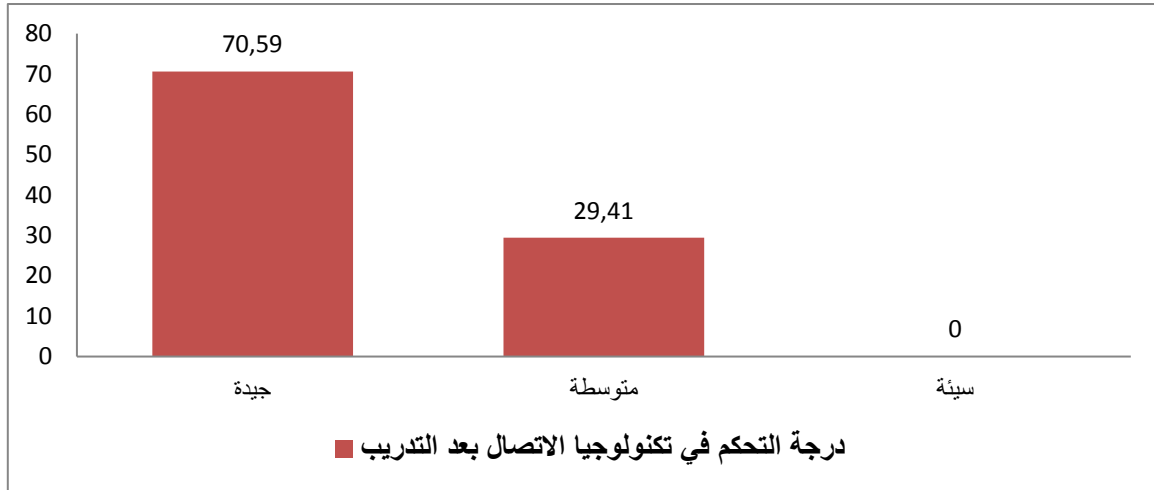
المؤشر البديل	التكرار	%
عن طريق الوكالة	17	21.25
من خارج الوكالة	63	78.75
المجموع	80	100



يتبين من المستجوبين أن أهم مصدر للمعرفة المسبقة باستخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة هو خارج الوكالة ، حيث اقر ذلك 78.75% من المستجوبين، بينما كان للوكالة دور صغير في تزويد الموظفين بالمعلومات الكافية لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة، وهذا ما اقره 21.25% من المستجوبين المعنيين بهذا السؤال، و هذا ما يدل على أن الموظفين اعتمدوا على أنفسهم أما بالتكوين الذاتي أو المناقشة مع زملاء العمل أو التردد على فضاءات الانترنت ، و هي تعتبر أساليب غير كافية و غير منهجية ، لان الاستخدام خاص بوسائل و برامج تستخدمها الوكالة و يحتاج للتدريب على هذه البرامج، كما أن التكوين المؤسساتي يضمن غرس سلوك مهني ايجابي لدى العاملين بها، من اجل خلق ثقافة تساعد على التجاوب بين ثقافة الفرد و ثقافة الوكالة .

الجدول رقم (20): يبين درجة تحكم الصحفيين في تكنولوجيا الاتصال بعد التدريب

المؤشر البديل	التكرار	%
جيدة	24	70.59
متوسطة	10	29.41
سيئة	00	00
المجموع	34	100

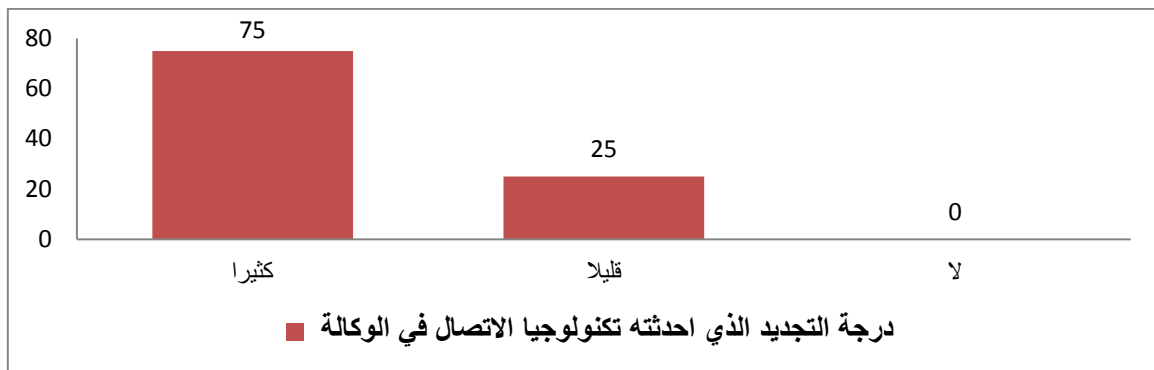


تشير البيانات الإحصائية من خلال الجدول أعلاه، أن التحكم في استخدام التكنولوجيا الاتصال الجديدة بدرجة جيدة رغم نقص التكوين قدرت بـ 70.59 % ، و هذا يدل على أن الصحفيين كونوا أنفسهم بشكل جيد قبل التحاقهم أو في أثناء التحاقهم بالوكالة ، بينما بلغت نسبة الذين يتحكمون في استخدامها بطريقة متوسطة 29.41 % ، و بالنظر فهي نسبة لا يستهان بها و هذا إذا دل على شيء لا يدل إلى على وجود نقائص يمكن إرجاعها إلى طريقة و نقص التدريب المستفاد منه ، إلى أن انعدام القدرة على التحكم في استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة منعدمة ما يشير إلى صورة جيدة للوكالة .

المحور الثالث : أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة على أداء العاملين

الجدول رقم (21) : يبين مدى إحداث تكنولوجيا الاتصال تغييرا في شكل العمل داخل الوكالة

المؤشر البديل	التكرار	%
كثيرا	60	75
قليلًا	20	25
لا	00	00
المجموع	80	100

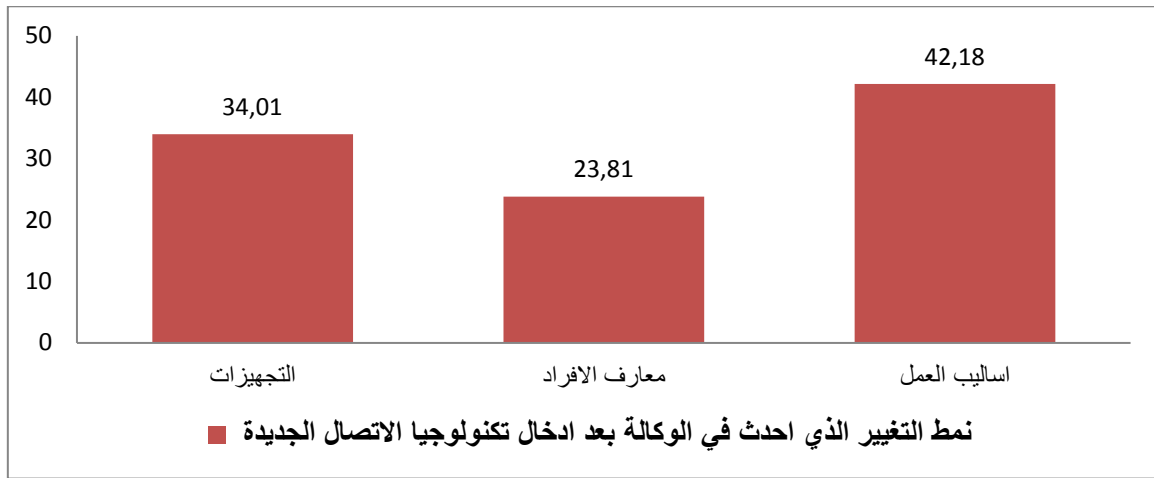


من خلال الجدول أعلاه الذي يدور حول التجديد الذي أحدثه إدخال تكنولوجيا الاتصال الجديدة في شكل العمل داخل الوكالة و تتبين النسبة 75 % من المبحوثين بـ 60 مفردة من العينة يرون أن إدخال تكنولوجيا الاتصال الجديدة قد أحدث تجديدا بشكل كبير في شكل العمل داخل الوكالة، مما يرى بنسبة 25 %

من المستجوبين أنها أضفت تجديدا بصفة قليلة في شكل العمل داخل الوكالة و من الملاحظ أن النسبة التي لا يرون أنها أحدثت أي تجديد كانت منعدمة مما يبين أن الوكالة قد استفادت بشكل جيد من تكنولوجيا الاتصال الجديدة المتوفرة داخل الوكالة .

الجدول رقم (22) :يبين نمط التغيير الذي أحدث في الوكالة بعد إدخال تكنولوجيا الاتصال الجديدة

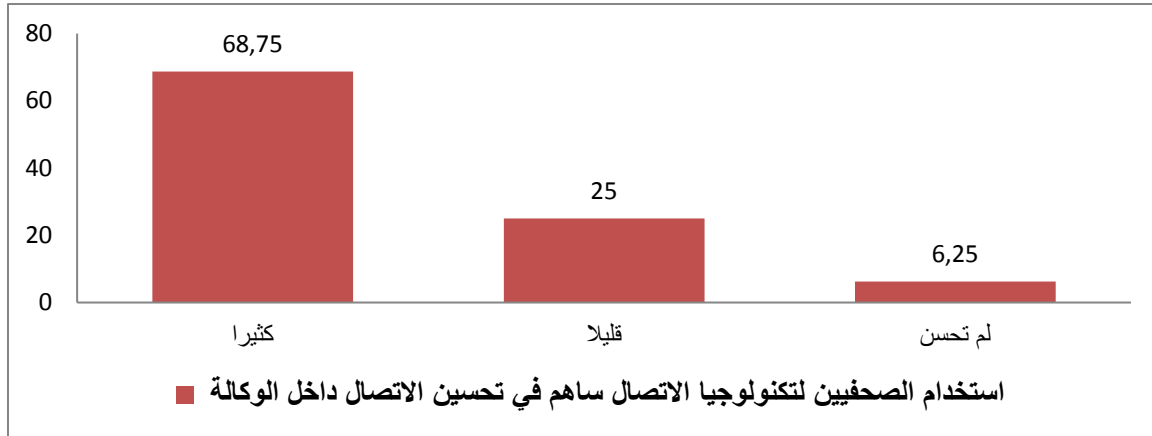
المؤشر البديل	التكرار	%
التجهيزات	50	34.01
معارف الأفراد	35	23.81
أساليب العمل	62	42.18
المجموع	147	100



من خلال الجدول أعلاه يتبين أن و بعد إدخال تكنولوجيا الاتصال الجديدة قد أحدث التغيير بنسبة 42.18 % من المستجوبين بـ 62 مفردة من العينة عن طريق أساليب العمل ، فيما جاء نمط التغيير الذي أحدث في الوكالة بعد إدخال تكنولوجيا الاتصال الجديدة كمرتبة ثانية كمن في التجهيزات و ذلك بنسبة 34.01 % من المستجوبين بـ 50 مفردة من العينة، فيما جاء في المرتبة الثالثة نسبة 23.81 % من المستجوبين بـ 35 مفردة من العينة يرون أن تكنولوجيا الاتصال الجديدة قد أحدثت تغييرا من حيث معارف الأفراد .

الجدول رقم (23) :يبين مساهمة استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الاتصال في تحسين الاتصال داخل الوكالة

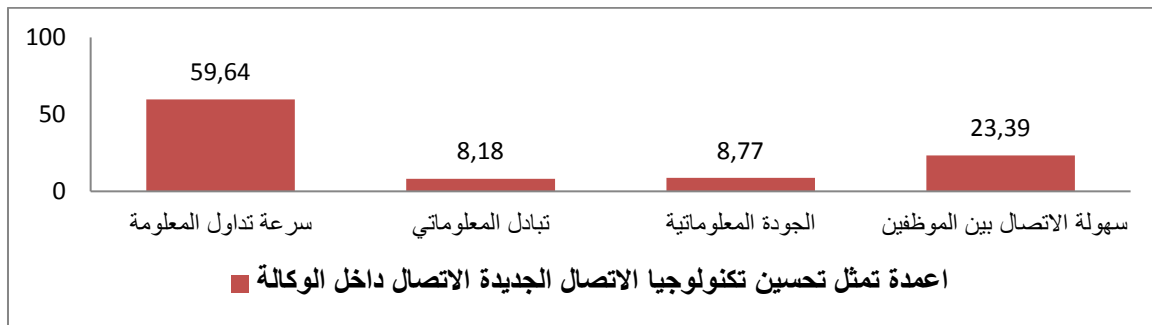
المؤشر البديل	التكرار	%
كثيرا	55	68.75
قليلا	20	25
لم تحسن	05	6.25
المجموع	80	100



من خلال الجدول أعلاه يتبين أن لاستخدام تكنولوجيا الاتصال مساهمة كثيرة في تحسين الاتصال داخل الوكالة و ذلك بنسبة 68.75 % من المبحوثين بـ 55 مفردة من العينة ، فيما جاءت نسبة 25 % من المبحوثين يرون أنها ساهمت بشكل قليل في تحسين الاتصال داخل الوكالة ، أما في المرتبة الثالثة فنسبة 6.25 % من المبحوثين بـ 05 مفردة من العينة يرون أنها لم تحسن أبدا في الاتصال داخل الوكالة.

الجدول (24) : يبين شكل تحسين تكنولوجيا الاتصال داخل الوكالة

المؤشر البديل	التكرار	%
سرعة تداول المعلومة	102	59.64
تبادل المعلوماتي	14	8.18
الجودة المعلوماتية	15	8.77
سهولة الاتصال بين الموظفين	40	23.39
المجموع	171	100

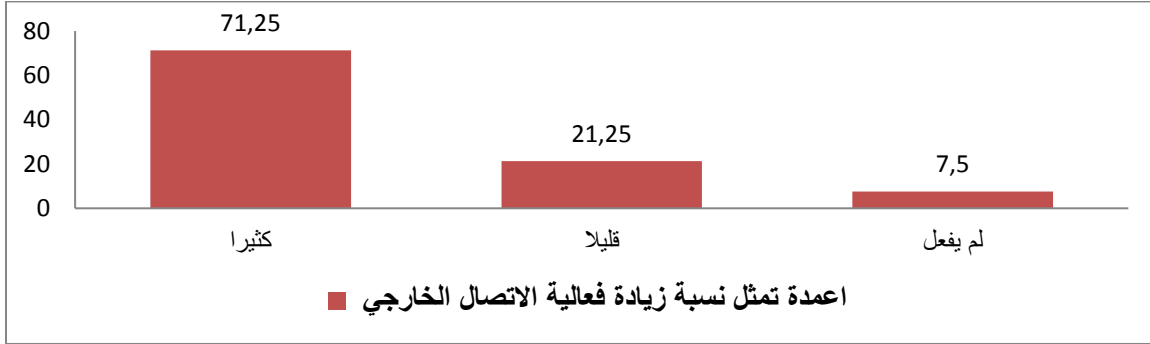


حسب النسبة 68.75 % التي مثلت الفئة التي رأت أن تكنولوجيا الاتصال الجديدة حسنت الاتصال داخل الوكالة.

من الجدول أعلاه يتبين أن السبب في تحسين تكنولوجيا الاتصال الجديدة يعود إلى " سرعة تداول المعلومة " و ذلك بنسبة 59.64 % من المستجوبين بـ 102 مفردة من العينة، فيما تأتي في المرتبة الثانية نسبة 23.39 % من المستجوبين تعود إلى " سهولة الاتصال بين الموظفين " ، أما المرتبة الثالثة و الرابعة فنجد النسبتين على التوالي 8.77 % و 8.18 % من المستجوبين بـ 15 و 14 مفردة من العينة و ذلك يعود إلى " الجودة المعلوماتية " و " تبادل المعلوماتي " .

الجدول رقم (25) : يبين مدى زيادة فعالية الاتصال الداخلي في الوكالة بعد استخدام تكنولوجيا الاتصال

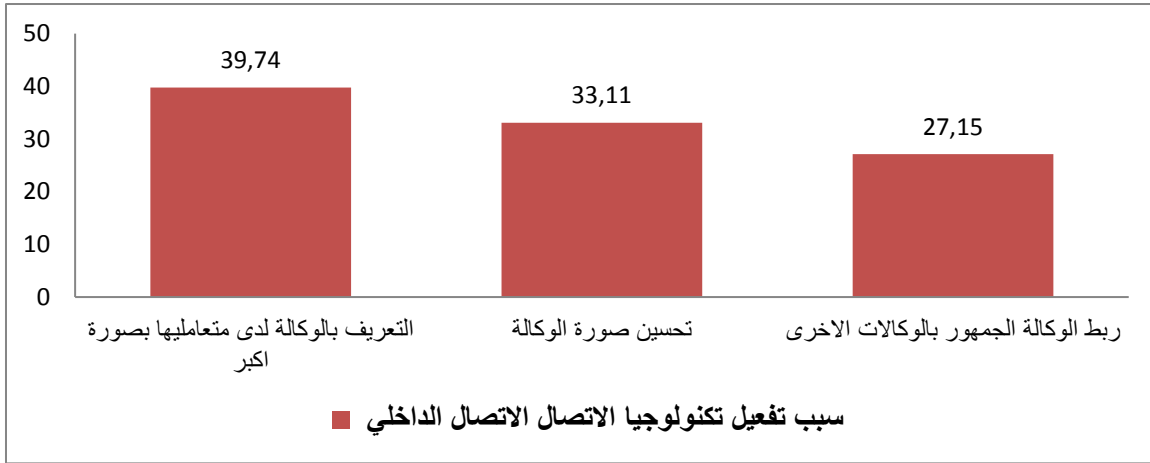
المؤشر البديل	التكرار	%
كثيرا	57	71.25
قليلًا	17	21.25
لم يفعل	06	7.5
المجموع	80	100



من خلال الجدول أعلاه يتبين أن استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة قد زاد كثيرا في فعالية الاتصال الخارجي للوكالة و ذلك بنسبة 71.25 % من المستجوبين بـ 57 مفردة من العينة، فيما يأتي في المرتبة الثانية نسبة 21.25 % من المستجوبين بـ 17 مفردة من العينة يرون أن هذا الاستخدام زاد بشكل قليل من فعالية الاتصال الخارجي للوكالة، مما ترى النسبة 7.5 % من المستجوبين بـ 06 مفردات من العينة أنها لم تضيف أي فعالية للوكالة من جانب الاتصال.

الجدول رقم (26) : يبين سبب تفعيل تكنولوجيا الاتصال الداخلي في الوكالة

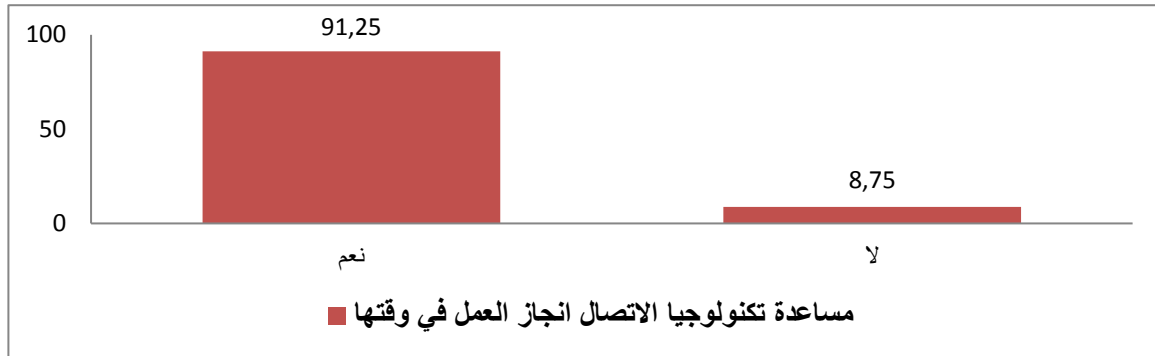
المؤشر البديل	التكرار	%
التعريف بالوكالة لدى متعاملها بصورة اكبر	60	39.74
تحسين صورة الوكالة	50	33.11
ربط الوكالة الجمهور بالوكالات الأخرى	41	27.15
المجموع	151	100



من خلال الجدول أعلاه يتبين أن تكنولوجيا الاتصال الجديدة قد أتاحت بنسبة 39.74 % في "التعريف بالوكالة لدى متعاملها بصورة أكبر" و ذلك بـ 60 مفردة من العينة ، فيما حسنت صورة الوكالة و ذلك بنسبة 33.11 % حسب المستجوبين ، فيما جاءت نسبة 27.15 % من المستجوبين أنها أتاحت عن طريق ربط الوكالة الجمهور بالوكالات الأخرى و هي نسبة لا تقل عن سابقها .

الجدول رقم (27) : يبين مساهمة تكنولوجيا الاتصال الحديثة في انجاز المهام في وقتها

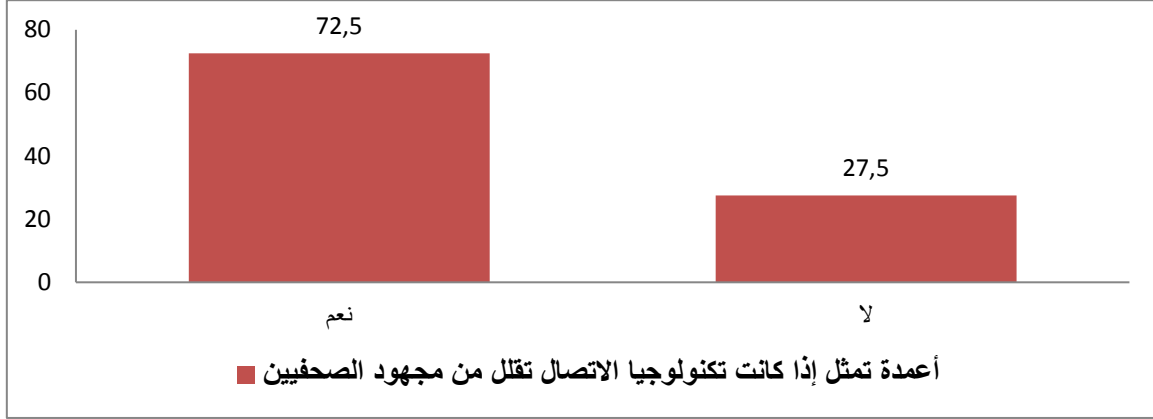
المؤشر البديل	التكرار	%
نعم	73	91.25
لا	07	8.75
المجموع	80	100



من خلال الجدول أعلاه أن يتبين أن أعلى نسبة بـ 91.25 % من المستجوبين أن تكنولوجيا الاتصال الجديدة ساعدت على انجاز الأعمال في وقتها المحدد، فيما نسبة 8.75 % من المستجوبين لا يرون أنها ساعدت على انجاز الأعمال في وقتها المحدد وهؤلاء هم الموظفون الذين يجيدون صعوبات في استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة .

الجدول رقم (28) : يبين مدى تقليل تكنولوجيا الاتصال الجديدة الجهد المبذول من قبل الصحفيين في الوكالة

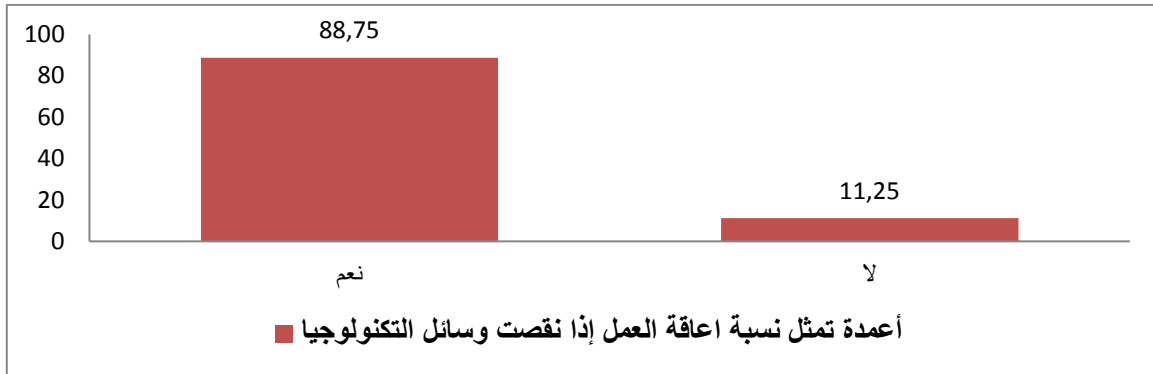
المؤشر البديل	التكرار	%
نعم	58	72.5
لا	22	27.5
المجموع	80	100



من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن تكنولوجيا الاتصال الجديدة تقلل بنسبة 72.5 % من الجهد المبذول من قبل العاملين في الوكالة الإعلامية، فيما نجد 27.5 % من المبحوثين لا يرون أنها تقلل من مجهوداتهم المبذولة وهي نفس المبحوثين الذين يجدون صعوبات في استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة .

الجدول رقم (29) : يبين مدى إعاقة العمل الإعلامي إذا نقصت وسائل تكنولوجيا الاتصال الجديدة

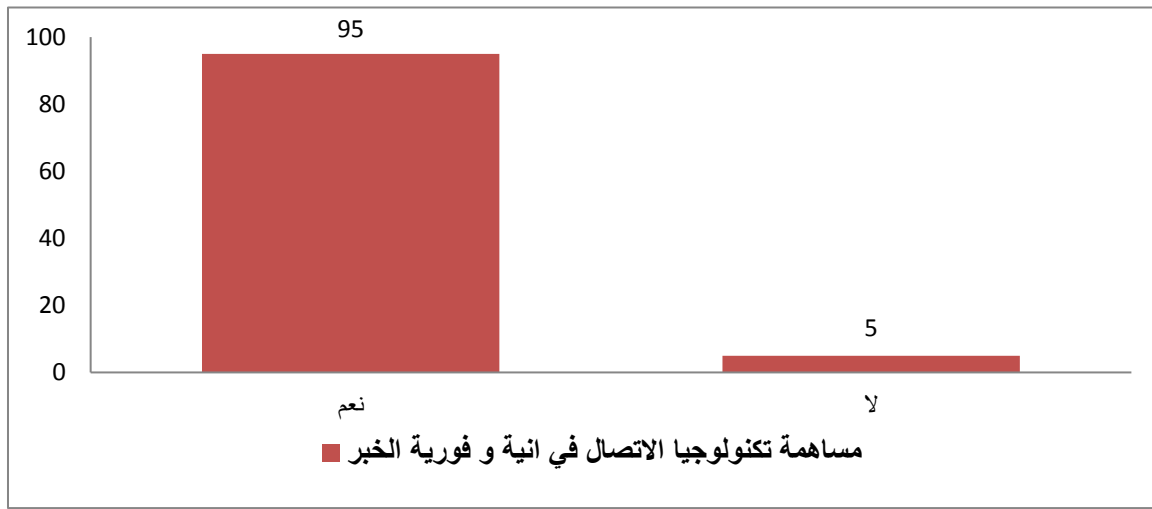
المؤشر البديل	التكرار	%
نعم	71	88.75
لا	09	11.25
المجموع	80	100



من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نقص التجهيزات والوسائل التكنولوجية الجديدة أو عدم توفرها بشكل كافي يعيق العمل الإعلامي بشكل كبير وذلك يظهر بنسبة 88.75 % من المستجوبين بـ 71 مفردة من العينة، فيما نجد 11.25 % لا يجدون في نقصها أو عدم توفرها أي مشكل يعيق عملهم.

الجدول رقم (30): يبين مساهمة تكنولوجيا الاتصال في تحقيق الأنية والفورية في الحصول على الخبر

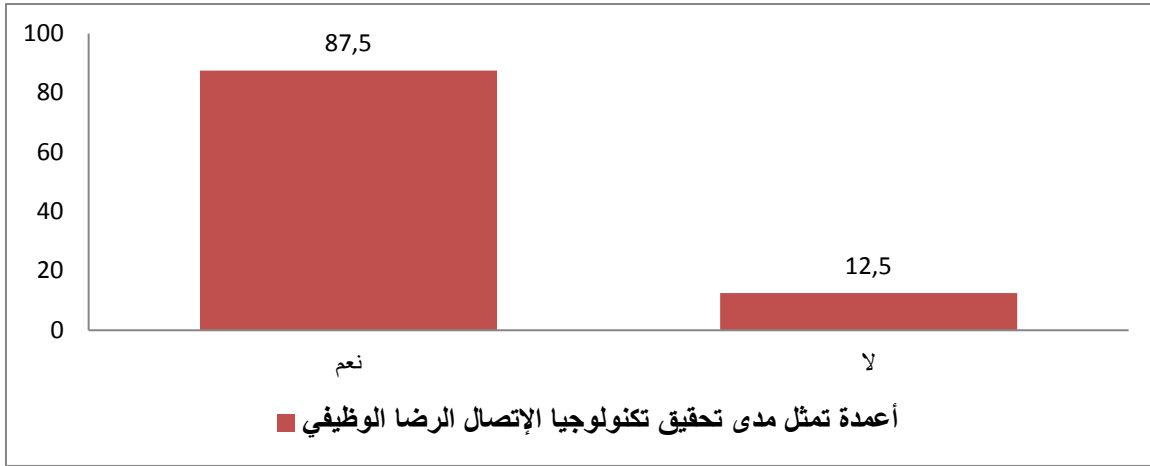
المؤشر البديل	التكرار	%
نعم	76	95
لا	04	5
المجموع	80	100



من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أعلى النسب و التي قدرت بـ 95 % من المستجوبين يرون أن تكنولوجيا الاتصال الجديدة قد ساهمت في الأنية والفورية في الحصول على الأخبار ومعالجتها داخل الوكالة وذلك بـ 76 مفردة من العينة، فيما يرى 05 % أنها لم تساعد في أنية وفورية الخبر ومعالجته وهم نفس المبحوثين الذين يجدون صعوبات في استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة .

الجدول رقم (31): يبين مدى تحقيق تكنولوجيا الاتصال الرضا الوظيفي

المؤشر البديل	التكرار	%
نعم	70	87.5
لا	10	12.5
المجموع	80	100

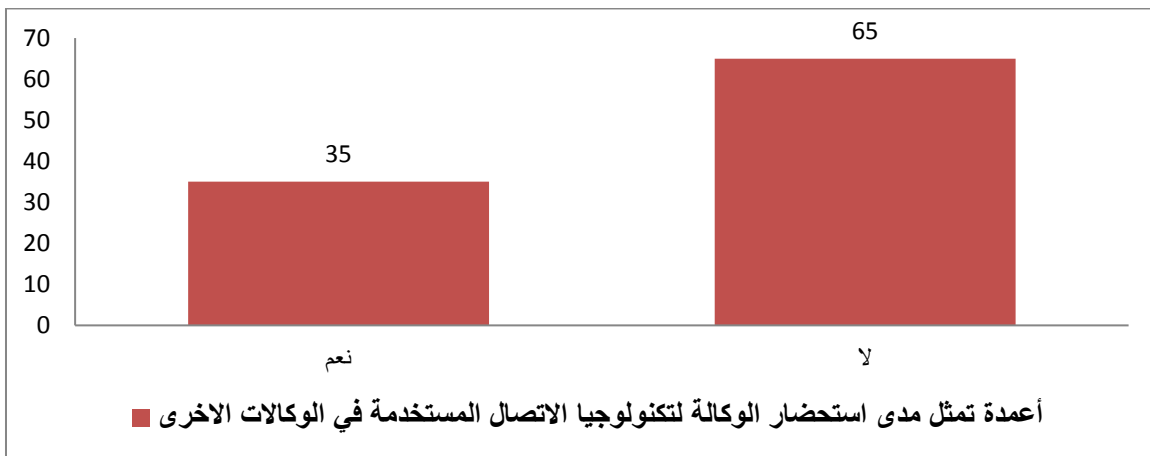


من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن استخدام تكنولوجيا الإتصال الجديدة قد حقق الرضا الوظيفي لدى العاملين ويظهر ذلك بنسبة 87.5 % من المبحوثين بـ 70 مفردة من العينة وهي نسبة كبيرة ما يوضح أن الوكالة توفر أحسن التكنولوجيا لعمالها إضافة إلى أن العمال قد تلقوا أحسن التدريبات المتعلقة بتكنولوجيا الإتصال الجديدة، فيما تأتي نسبة 12.5 % من المستجوبين لا يجدون في تكنولوجيا الإتصال الجديدة رضا وظيفي لهم وهم نفس الفئة التي تجد صعوبات في استخدام تكنولوجيا الإتصال إضافة إلى أنهم لم يتلقوا التدريب الملائم للتحكم فيها.

المحور الرابع : واقع وكالة الأنباء الجزائرية

الجدول رقم (32): يبين مدى استحضار الوكالة وسائل تكنولوجيا المتطورة بالمقارنة مع تلك المستخدمة في الوكالات الأخرى

المؤشر البديل	التكرار	%
نعم	28	35
لا	52	65
المجموع	80	100

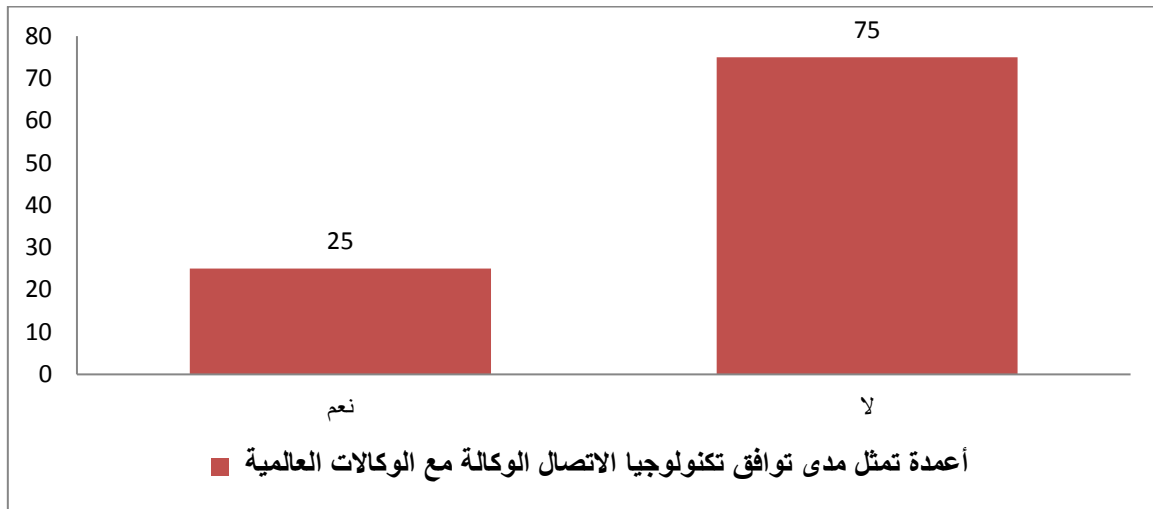


نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الوكالة لم تستحضر وسائل تكنولوجيا المتطورة بالمقارنة مع المستخدمة في الوكالات الأخرى وذلك حسب 65 % من المستجوبين، وهذا ما يؤكد السؤال السابق

الذي وجدنا أن الوكالة لا تتوفر بنفس تكنولوجيا الاتصال الجديدة المتوفرة دوليا، إلى أن النسبة التي تؤيد أن وكالة الأنباء الجزائرية استحضرت وسائل تكنولوجيا المتطورة وليست ببعيدة عن النسبة السابقة بـ 35 % من المستجوبين، ما يجعل الوكالة متوفرة بتكنولوجيا الاتصال الجديدة المتواجدة دوليا ولكن ليس بالقدر الكافي .

الجدول رقم (33): يبين مدى توفيق الوكالة في الوصول إلى تكنولوجيا الاتصال المستخدمة عالميا

المؤشر البديل	التكرار	%
نعم	20	25
لا	60	75
المجموع	80	100



من خلال الجدول أعلاه نتعرف على آراء العاملين حول تمكن وكالة الأنباء الجزائرية من الوصول إلى المستوى الذي حققته الوكالات العالمية الأخرى في إطار استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال الجديدة وحسب نسبة 75 % من المستجوبين بـ 60 مفردة من العينة أنها لم تصل إلى ذلك المستوى، فيما نسبة 25 % من المستجوبين يرون أنها وصلت إلى ذلك المستوى بالنسبة إلى الوكالات الأخرى العالمية، مما نستنتج أن وكالة الأنباء الجزائرية وحسب النسبتين السابقتين فهذه الأخيرة عملت بجد كبير لتطوير نفسها من جانب وسائل تكنولوجيا الاتصال الجديدة وتوصلت نوعا ما إلى المستوى العالمي، إلا أنها مازالت لديها الكثير من الجهود لترتقي إلى نفس المستوى العالمي بالمقارنة مع الوكالات العالمية الأخرى.

الجدول رقم (34): يبين الوسائل التكنولوجية التي يريد صحفيي الوكالة إدخالها

حسب الجدول البسيط رقم (34) أنه لم تكن هناك إجابة على السؤال.

الجدول رقم (35): يبين تقييم صحفيي الوكالة استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة

حسب الجدول رقم البسيط رقم (35) أنه لم تكن هناك إجابة على السؤال.

تحليل البيانات الكيفية

الجدول رقم (01) : يبين علاقة متغير الوظيفة و الاقدمية مع الوسائل الاتصالية الجديدة التي يعتمد عليها صحفيين الوكالة

المتغير	الإجابة	الاتصال المباشر		لوحة الإعلانات		التقارير		الاجتماعات		الفاكس		جهاز الحاسوب		شبكة الانترنت		الهاتف		المجموع		
		ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
الوظيفة	مدير الإعلام	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.28	1	0	0	0.26	1
	رئيس التحرير	4	6.45	0	0	3	6.97	4	12.5	4	12.5	4	4	5.79	5	6.41	5	7.93	29	7.55
	مساعد رئيس التحرير	4	6.45	0	0	4	9.30	4	12.5	4	12.5	4	4	5.79	4	5.12	4	6.34	28	7.29
	صحفي	36	58.06	5	100	22	51.16	14	43.75	9	28.12	38	55.07	42	53.84	37	58.73	203	52.86	203
	محرر	12	19.35	0	0	11	25.58	7	21.87	7	21.87	16	23.18	17	21.79	12	19.04	82	21.35	82
	مترجم	4	6.45	0	0	1	2.32	2	6.25	6	18.75	5	7.24	7	8.97	3	4.76	28	7.29	28
	مسؤول النشرة	1	1.61	0	0	1	2.32	1	3.12	1	3.12	1	1.44	1	1.28	1	1.58	7	1.82	7
	مقدمة الأخبار والبرامج	1	1.61	0	0	1	2.32	0	0	1	3.12	1	1.44	1	1.28	1	1.58	6	1.56	6
الاقدمية	المجموع	62	100	5	100	43	100	32	100	32	100	69	100	78	100	63	100	384	100	384
	أقل من 5سنوات	5	8.05	0	0	2	4.65	3	9.37	1	3.12	7	10.14	8	10.25	5	7.93	31	8.07	31
	5-10سنوات	17	27.41	3	60%	10	23.25	10	31.25	12	37.5	18	26.08	20	25.64	20	31.74	110	28.64	110
	أكثر من 10سنوات	40	64.51	2	40%	31	72.09	19	59.37	19	59.37	44	63.76	50	64.10	38	60.31	243	63.28	243
المجموع	62	100	5	100	43	100	32	100	32	100	69	100	78	100	63	100	384	100	384	

تحليل الجدول رقم (01)

تشير البيانات الواردة في الجدول أعلاه وحسب متغير المهنة فان نسبة 1.28 % من أفراد العينة يستخدمون شبكة الانترنت كوسيلة يشتغلون بها أثناء العمل وشملت هذه النسبة مدير الإعلام ومسؤول النشرة ومقدمة الأخبار والبرامج كونهم مكلفون بتسيير الوكالة ومن واجبهم الاتصال بشبكة الانترنت في كل الأوقات. فيما نجد بالنسبة لرؤساء التحرير يستخدمونها بنسبة 6.41 %، وذلك كونهم هم المكلفون بالأقسام داخل الوكالة وهم من يوزعون المهام للصحفيين، فيما تليها فئة مساعديهم بنسبة 5.12 % وهي نسبة متقاربة بالنسبة لسابقتها لأنهم بدورهم مكلفون بتوزيع المهام، أما بالنسبة للصحفيين فنسبة استخدامهم قدرت بـ 53.84 % وهي أعلى نسبة، فيما نجد المحررون والمترجمون يستخدمونها بنسب 21.87 % و 6.25 % على التوالي وتعود هذه النسب إلى كونهم مناصب تستقبل المهام وتصنع الأخبار والمعلومات فهم يحتاجون الانترنت في شتى أعمالهم.

أما مستخدمي الاتصال المباشر فنجد أن فئة رؤساء التحرير ومساعديهم يستخدمونه بنفس النسبة قدرت بـ 6.45 % كونهم في رتبة العلاقات داخل الوكالة و خارجها، فيما نجد الصحفيين بنسبة 58.06 % كون نسبة تواجد الصحفيين كبيرة لأنها مؤسسة إعلامية، فيما تليها نسبة المحررين بـ 19.35 % وهي نسبة لا بأس بها من حيث نسبة تواجد المحررين في وكالة الأنباء الجزائرية، تليها نسبة المترجمين بـ 6.45 % وهذا حسب المستجوبين وهي النسبة التي لا تحتاج إلى التواصل المباشر كثيرا، فيما نجد كل من منصب مسؤول النشرة ومقدمة الأخبار والبرامج بنفس النسبة والتي قدرت بـ 1.61 %.

ومن مستخدمي لوحة الإعلانات نجد أن الصحفيين هم الأكثر والوحيدين من يستخدمونها كونها ضمن مهامهم وهذا بنسبة 100 %، مقارنة مع باقي المناصب التي نجد نسبتهم منعدمة.

والاستخدام وسيلة التقارير نجد النسبة 6.97 % من المستجوبين رؤساء التحرير ونسبة 9.30 % من مساعديهم يستخدمونها، فيما نجد فئة الصحفيين نسبتهم قدرت بـ 51.16 % وهي النسبة الأعلى مقارنة بالنسب الأخرى، فيما تليها نسبة المحررين بـ 25.58 %، تليها نسبة متساوية بـ 2.32 % لكل من المترجمين ومسؤول النشرة ومقدمة الأخبار والبرامج.

فيما وسيلة الاجتماعات فإننا نجد الصحفيين يعتمدون عليها بأعلى نسبة 43.75 % كونهم مطالبون بحضورها لمعرفة المستجدات وكل ما تعلق بالوكالة، تليها نسبة المحررين بنسبة 21.87 % ونسبة 6.25 % للمترجمين، فيما نجد نسبة كل من مسؤول النشرة ومقدمة الأخبار و البرامج منعدمة.

والفاكس نجد نسبة استخدامه قدرت بـ 12.5 % عند كل من رؤساء التحرير ومساعديهم، فيما نجد الصحفيين يستخدمونه بنسبة 28.12 % وهي أعلى نسبة مقارنة بالنسب الأخرى، فيما تليها نسبة 21.87 % من طرف المحررين، و بـ 18.75 % من طرف المترجمين، أما كل من مسؤول النشرة ومقدمة الأخبار

والبرامج فنسبة استخدامهم للفاكس قدرت بـ 3.12% و هي النسبة الضعيفة مقارنة بالنسب السابقة.

فيما نجد نسب استخدام جهاز الحاسوب قدرت بـ 5.79% من أفراد العينة يستخدمونه من طرف كل من رؤساء التحرير ومساعدتهم بنفس النسبة، فيما نجد الصحفيين يستخدمونه بنسبة 55.07% كون كل أعمالهم مرتبطة به، لنجد أيضا النسبة الموائية بـ 23.18% من المحررين، و بـ 7.24% من مترجمين أما نسبة 1.44% تشاركها كل من منصب مسؤول النشرة ومقدمة الأخبار والبرامج.

فيما يستخدم رؤساء التحرير الهاتف بنسبة 7.93% و بـ 6.34% مستخدم من طرف مساعدي رؤساء التحرير، فيما نجد الصحفيين يستخدمونه بنسبة 58.73%، و بـ 19.04% من طرف المحررين، وأما المترجمون فنجد نسبة 4.76%، فيما يتشارك كل من مسؤول النشرة ومقدمة الأخبار والبرامج في النسبة 1.58%.

وحسب متغير الاقدمية فنجد أن أصحاب الاقدمية اقل من 5 سنوات يستخدمون كل الوسائل ما عدى لوحة الإعلانات وهذا يعود إلى طبيعة العمل التي توكل لهم والتي لا تتعلق بالإعلانات، وتوزع نسب استخدامهم للوسائل التكنولوجية بنسبة 8.05% للاتصال المباشر، وبنسبة 4.65% للتقارير و بـ 9.37% للاجتماعات، أما الفاكس فنجدهم يستخدمونه بنسبة 3.12% فيما نجد أنهم يستخدمون جهاز الحاسوب بنسبة 10.14% وهي نسبة لا بأس بها، أما لاستخدام شبكة الانترنت فنجد 10.25% و بـ 7.93% فيما يتعلق باستخدام الهاتف.

أما لفئة الخبرة التي تتراوح بين 5 إلى 10 سنوات نجد أنهم يستخدمون وسيلة الاتصال المباشر بنسبة 27.41% في حين يستخدمون لوحة الإعلانات بـ 60% أما التقارير فيعتمدون عليها بنسبة 23.25% فيما الاجتماعات فنجدهم يستخدمونها بنسبة 31.25% والفاكس بنسبة 37.5% أما جهاز الحاسوب بنسبة 26.08% فيما يستخدمون شبكة الانترنت بـ 25.64% أما الهاتف بـ 31.74% في أما ذوي الاقدمية لأكثر من 10 سنوات فأنهم يستخدمون الوسائل بنسبة 63.28% وتوزع بدورها إلى نسبة 64.51% لمن يستخدمون الاتصال المباشر ونسبة 40% لمستخدمي لوحة الإعلانات ونسبة 72.09% لمستخدمي التقارير وأما الاجتماعات والفاكس بنسبة 59.37% على التساوي أما جهاز الحاسوب فنجد نسبة 63.76% فيما شبكة الانترنت بـ 64.10% أما الهاتف فيستخدم بنسبة 60.31%

الجدول رقم (02) : يبين علاقة متغير السن و الاقدمية مع استخدام الصحفيين لشبكة الانترنت

المجموع		نقل الملفات		تحسين سيرورة العمل		الاتصال بالموظفين في الوكالة		الإجابة		المتغير
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت			
25.99	46	25	20	42.10	16	16.94	10	30-20 سنة	السن	
49.71	88	50	40	47.36	18	50.84	30	40-31 سنة		
24.29	43	25	20	10.52	4	32.20	19	41 فما فوق		
100	177	100	80	100	38	100	59	المجموع		
11.86	21	11.25	9	10.52	4	13.55	8	أقل من 5 سنوات	الاقدمية	
28.81	51	31.25	25	28.94	11	25.42	15	5-10 سنوات		
59.32	105	57.5	46	60.52	23	61.01	36	أكثر من 10 سنوات		
100	177	100	80	100	38	100	59	المجموع		

تحليل الجدول رقم (02)

تشير البيانات الواردة في الجدول وحسب متغير السن فنجد فئة 20-30 سنة يستخدمون الانترنت بنسبة 16.94 % عند الاتصال بالموظفين في الوكالة، حيث تعتبر هذه النسبة ضعيفة بالمقارنة بما يليها من نسب الموائية وهذا راجع إلى نقص هذه الفئة العمرية داخل الوكالة، و بـ 42.10% لمراقبة العمل و هي نسبة لا بأس بها كون الوكالة منحت لهذه الفئة العمرية فرصة تحمل المسؤولية، إضافة إلى نسبة 25 % لنقل الملفات وهي أعلى نسبة وهذا إذا دل على شيء إلا و أنهم يشغلون مناصب مهمة تسنح لهم التطرق إلى الملفات المهمة وتبادلها مع الغير.

أما الفئة من 31-40 سنة فيستخدمونها بنسبة 50.84 % عند الاتصال بالموظفين في الوكالة و بـ 47.36 % لتحسين سيرورة العمل ، و بـ 50 % لنقل الملفات،

أما الفئة 40 سنة فما فوق فيستخدمون الانترنت بنسبة 32.20 % عند الاتصال بالموظفين في الوكالة و بـ 10.52 % لتحسين سيرورة العمل و بـ 25 % لنقل الملفات.

وحسب متغير الاقدمية فنجد فئة اقل من 5 سنوات يستخدمون الانترنت عند الاتصال بالموظفين في الوكالة بنسبة 13.55 %، و بـ 10.52 % لتحسين سيرورة العمل إضافة إلى نسبة 11.25 % لنقل الملفات.

ونجد فئة الاقدمية من 5-10 سنوات يستخدمونها عند الاتصال بالموظفين في الوكالة بنسبة 25.42 % وتحسين سيرورة العمل بـ 28.94 % ، و بـ 31.25 % لنقل الملفات.

نجد فئة الاقدمية أكثر من 10 سنوات يستخدمونها عند الاتصال بالموظفين في الوكالة بنسبة 61.01 % ، و بـ 60.52 % لتحسين سيرورة العمل، و بـ 57.5 % لنقل الملفات.

الجدول رقم (03) : يبين علاقة متغيرات مع مدى تناسب تكنولوجيا الاتصال الجديدة مع احتياجات الصحفيين

المجموع	الوظيفة				الاقدمية			السن			الجنس		المتغيرات	الأجوبة		
	مقدمة أخبار و برامج	مترجم	محرر	صحفي	مسؤول النشر	مساعد رئيس التحرير	رئيس التحرير	مدير الإعلام	أقل من 5 سنوات	من 5 إلى 10 سنوات	أكثر من 10 سنوات	41 سنة فما فوق			30-40 سنة	20-30 سنة
100	1.25	3.75	95	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
80	1	3	76	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
100	0	0	1.25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	8.75	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	1.25	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	1.25	2.5	51.25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	1	2	41	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	1.25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
80	0	0	6.25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
100	0	0	1.25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	1.25	0	40	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	32	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
80	0	3.75	22.5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	3	18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	32.5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	26	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
100	1.25	0	36.25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	29	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	2.5	42.5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	2	34	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
80	0	1.25	16.25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	1	13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	1.25	1.25	52.5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	42	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
100	0	2.5	42.5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	2	34	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	2	34	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	2	34	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
80	0	2	34	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	2	34	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
المجموع	أحياناً	بما	نعم													

تحليل الجدول رقم (03)

نلاحظ من خلال الجدول و البيانات الواردة فيه وحسب متغير الجنس أن أعلى نسبة عند الإناث اللواتي يرون أن تكنولوجيا الاتصال الجديدة المستخدمة في الوكالة تتناسب مع احتياجات عملهم وذلك بنسبة 52.5% بينما تتشارك كل من يرون أنها تتناسب أحيانا إلى أنها لا تتناسب إطلاقا في النسبة 1.25% من أفراد العينة .

فأما الذكور فلقد سجلنا أعلى نسبة عن الذين يرون أن تكنولوجيا الاتصال تتناسب مع احتياجات الصحفيين بنسبة 42.5% و أقل نسبة عند الذين لا يرون أنها تتناسب بنسبة 2.5% في حين تنعدم عند الذين يرون أنها تتناسب أحيانا .

يتضح لنا من خلال النتائج المسجلة أن تكنولوجيا الاتصال الجديدة المستخدمة من طرف صحفيي الوكالة تتناسب بشكل كبير مع احتياجاتهم العملية، ما يؤدي إلى العطاء الجيد للوكالة، والسبب الراجع لارتفاع نسبة فئة الإناث على الذكور هو أنهم يتواجدن في وكالة الأنباء الجزائرية أكثر من الجنس الذكري.

فيما نجد لمتغير السن أعلى الفئات العمرية التي توافق هذا التناسب هي الفئة ما بين 31-40 سنة بنسبة 42.5% تليها نسبة 2.5% للذين لا يوافقون على أنها تتناسب مع احتياجات عملهم في حين تنعدم للذين يرون تناسبها مع احتياجات عملهم أحيانا .

فيما نجد فئة 41 سنة فما فوق يرون تناسبها بنسبة 36.25%، فيما تليها نسبة الذين يرون أنها تتناسب أحيانا وقدرت بـ 1.25%، فيما تنعدم عند الذين لا يوافقون وجود تناسب بين تكنولوجيا الاتصال الجديدة واحتياجاتهم العملية.

والفئة 20-30 سنة يرون هذا التناسب بنسبة 16.25%، فيما نجد نسبة الفئة التي لا توافق ذلك بـ 1.25%، فيما تنعدم عند الذين يرون التناسب أحيانا.

ونلاحظ من أجوبة المستجوبين حسب فئة السن أن الفئة التي تتراوح بين 31-40 سنة والتي تتجاوز 41 سنة هما أعلى النسب، كون الوكالة تعتمد عليهم بصفة كبيرة من جانب خبرتهم، ولكن ذلك لا ينفي وجود الفئة الشبابية داخل الوكالة ولا ينفي إعطائهم الأهمية نفسها، فالوكالة تعمل مع أصحاب الخبرة ولا دخل للسن في العمل الصحفي.

تليها في ذلك الأقدمية في العمل أين تحتل النسب العالية في أكثر من 10 سنوات خبرة بنسبة تقدر بـ 40% من أفراد العينة الذين يرون أنها تتناسب، تليها أحيانا بـ 1.25% وتنعدم عند أنها لا تتناسب، وفي حين تقدر النسبة أقل من 5 سنوات بـ 32.5% يؤكدون وجود هذا التناسب وتنعدم عند كل من يرونها أنها تتناسب أحيانا إلى لا تتناسب إطلاقا.

في حين نجد فئة الخبرة 31-40 سنة نسبة موافقتهم على التناسب قدرت بـ 22.5 % و بـ 3.75 % أنها تتناسب أحيانا في حين انعدمت عند عدم تناسبها.

يبقى الاستنتاج نفسه فيما تعلق بتناسب تكنولوجيا الاتصال الجديدة مع احتياجات عمل الصحفيين في وكالة الأنباء الجزائرية، ونسب متغير الاقدمية يؤكد ذلك، أما سبب ارتفاع نسبة ذوي الخبرة أكثر من 10 سنوات كون وكالة الأنباء تعتبر أهم المؤسسات الإعلامية، وأنها يجب أن تحافظ على واجهتها التي تعتبر واجهة الجزائر بصفة رسمية، ما جعلها تتعامل مع الصحفيين ذوي الخبرة الكبيرة، غير تجاهلها للخبرات المتوسطة وإعطاء الفرصة للجدد في الميدان.

فيما تعلق بمتغير الوظيفة نجد أن الصحفيين هم ذوي النسبة الكبيرة بـ 51.25%، تليهم نسبة المحررين بـ 20% ، لنجد نسبة المترجمين قدرت بـ 8.75%، و بـ 6.25% لرؤساء التحرير، و بنسبة 5% لمساعدتي رؤساء التحرير، فيما نجد نسبة كل من مدير الإعلام ومسؤول النشرة ومقدمة الأخبار والبرامج بـ 1.25% .

و نلاحظ ارتفاع نسبة الصحفيين كون وكالة الأنباء مؤسسة إعلامية، فهي بطبيعة الأمر تحتاجهم في العمل الإعلامي، تليهم نسبة المحررين و المترجمين بنسب متقاربة و هما منصبين لا يقلان أهمية، فيما تشارك كل من منصب مدير الإعلام ومسؤول النشرة ومقدمة الأخبار والبرامج وهم مناصب ذوي الشخص الواحد ما جعل نسبتهم ضئيلة.

الجدول رقم (04) : يبين علاقة متغير السن والوظيفة مع مدى اهتمام الوكالة ببرنامج التطوير المتعلق بتكنولوجيا الاتصال الجديدة

المجموع		لا		نعم		الإجابة	
ن	ت	ن	ت	ن	ت	المتغير	
17.5	14	9.52	2	20.33	12	30-20 سنة	السن
45	36	53.38	11	42.37	25	40-31 سنة	
37.5	30	38.09	8	37.28	22	41 سنة فما فوق	
100	80	100	21	100	59	المجموع	
1.25	1	0	0	1.69	1	مدير الإعلام	الوظيفة
6.25	5	4.76	1	6.77	4	رئيس التحرير	
5	4	0	0	6.77	4	مساعد رئيس التحرير	
55	44	61.90	13	52.54	31	صحفي	
21.25	17	19.04	4	22.03	13	محرر	
8.75	7	14.28	3	6.77	4	مترجم	
1.25	1	0	0	1.69	1	مسؤول النشر	
1.25	1	0	0	1.69	1	مقدمة الأخبار والبرامج	
100	80	100	21	100	59	المجموع	

تحليل الجدول رقم (04)

نلاحظ من خلال الجدول والبيانات الواردة فيه وحسب متغير السن أعلى الفئات العمرية التي توافق على أن وكالة الأنباء الجزائرية تهتم ببرنامج التطوير المتعلق بتكنولوجيا الاتصال الجديدة وهي الفئة ما بين 31-40 سنة بنسبة 42.37% تليها نسبة 53.38% للذين لا يوافقون على ذلك.

فيما نجد فئة 41 سنة فما فوق يرون تناسبها بنسبة 37.28%، فيما تليها نسبة الذين يرون أنها لا تهتم قدرت بـ 38.09%.

والفئة 20-30 سنة يرون هذا التناسب بنسبة 20.33%، فيما نجد نسبة الفئة التي لا توافق ذلك بـ 9.52%.

ونلاحظ من أجوبة المستجوبين أن الوكالة لا تهتم كثيرا ببرنامج التطوير المتعلق بتكنولوجيا الاتصال الجديدة، وذلك حسب فئة السن بحيث أن الفئة التي تتراوح بين 31-40 سنة والتي تتجاوز 41 سنة هما أعلى النسب، وكلاهما أجابوا بالسلب وهذا ظاهر على النسب العالية للإجابة السلبية، كونهم ذو خبرة كبيرة واقدمية داخل الوكالة ما يؤهلهم إلى اخذ إجاباتهم بعين الاعتبار، في حين كانت الإجابة الايجابية متقاربة جدا إلى النسب السابقة، فيما نجد نسبة الفئة العمرية الشبابية معاكسة لسابقتها فهي ترى أن الوكالة تهتم ببرنامج التطوير لتكنولوجيا الاتصال الجديدة، ولكن نسبتهم لم تكن كافية ما يجعل من الوكالة تهتم ببرنامج تطوير تكنولوجيتها لكن ليس بشكل الكافي.

تليها في ذلك متغير الوظيفة حيث نجد أن الصحفيين هم ذوي النسبة الكبيرة بـ 61.90% لمن لهم رأي سلبي في قضية اهتمام الوكالة ببرنامج التطوير، فيما نجد نفس الفئة تؤيد وجود هذا الاهتمام وذلك بنسبة 52.54% و هي نسبة ليست ببعيدة على سابقتها، تليهم نسبة المحررين بـ 22.03% للأفراد الذين يؤيدون وجود هذا الاهتمام، فيما نجد نسبة 19.04% من نفس الفئة يقولون عكس ذلك، لنجد نسبة 6.77% لرؤساء التحرير، ومساعدتهم والمترجمين، فيما نجد نسبة كل من مدير الإعلام ومسؤول النشرة ومقدمة الأخبار والبرامج بـ 1.69% .

نلاحظ ارتفاع نسبة من ينفون أن الوكالة تهتم ببرنامج التطوير لتكنولوجيا الاتصال الجديدة، كون الصحفيين هم من كانت لهم النسبة الكبيرة كون وكالة الأنباء مؤسسة إعلامية، فهي بطبيعة الأمر تحتاجهم في العمل الإعلامي، وهم من يعتمدون عليها بشكل كبير، تليهم نسبة المحررين لنجد كل من المترجمين ورؤساء التحرير ومساعدتهم بنفس النسبة، فيما تشارك كل من منصب مدير الإعلام ومسؤول النشرة ومقدمة الأخبار والبرامج وهم مناصب ذوي الشخص الواحد ما جعل نسبتهم ضئيلة.

الجدول رقم (05) : يبين علاقة متغير الجنس والسن والوظيفة مع مدى مواجهة الصحفيين لصعوبات عند استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الجديدة

المجموع		أحيانا		لا		نعم		الإجابة	
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	المتغير	
45	36	60	18	26.82	11	77.77	7	ذكر	الجنس
55	44	40	12	73.17	30	22.22	2	أنثى	
100	80	100	30	100	41	100	9	المجموع	
17.5	14	3.33	1	29.26	12	11.11	1	20-30 سنة	السن
45	36	60	18	34.14	14	44.44	4	31-40 سنة	
37.5	30	36.66	11	36.58	15	44.44	4	41 سنة فما فوق	
100	80	100	30	100	41	100	9	المجموع	
1.25	1	0	0	2.43	1	0	0	مدير الإعلام	الوظيفة
6.25	5	10	3	4.87	2	0	0	رئيس التحرير	
5	4	0	0	7.31	3	11.11	1	مساعد رئيس التحرير	
55	44	53.33	16	51.21	21	77.77	7	صحفي	
21.25	17	20	6	24.39	10	11.11	1	محرر	
8.75	7	13.33	4	7.31	3	0	0	مترجم	
1.25	1	3.33	1	0	0	0	0	مسؤول النشر	
1.25	1	0	0	2.43	1	0	0	مقدمة الأخبار والبرامج	
100	80	100	30	100	41	100	9	المجموع	

تحليل الجدول رقم (05)

نلاحظ من خلال الجدول والبيانات الواردة فيه وحسب متغير الجنس أن الصحفيون الذكور هم من يواجهون صعوبات في استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة وذلك بنسبة قدرت بـ 77.77%، فيما تلتها نسبة 60% من أفراد العينة يواجهونها أحياناً، فيما نجد 26.82% لا يواجهون أي صعوبات عند استخدامهم لها.

فيحين نجد فئة الإناث أجابوا أنهم لا يواجهون أي صعوبات عند استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة وذلك بنسبة عالية قدرت بـ 73.17%، فيما من يواجهونها أحياناً كانوا بنسبة 40%، فيما تليها نسبة 22.22% أنهم يواجهونها بشكل كبير.

فنستنتج من هذا أن الفئة الأنثوية أكثر تحكما في التكنولوجيا الجديدة مقارنة مع الجنس الذكوري، وهذا ربما راجع إلى نوعية التدريب الذي تعرضوا له، وإلى الإرادة الكبيرة التي لدى الجنس الأنثوي أكثر من الجنس الذكوري.

فيما نجد متغير السن أعلى نسبة تمثلت في الفئات العمرية 31-40 سنة التي تواجه الصعوبات أحياناً بنسبة 60%، فيما نجدهم يواجهونها بشكل كبير بنسبة 44.44%، فيما الذين لا يواجهون أي صعوبات قدرت نسبتهم بـ 34.14%.

فيما نجد الفئة العمرية التي تليها 41 سنة فما فوق والتي تواجهها بشكل كبير بنسبة 44.44%، تليها نسبتين المتقاربتين 36.66% و 36.58% على التوالي.

فيما كانت الفئة التي نسبتها ضئيلة بالمقارنة مع سابقها هي 20-30 سنة والتي كانت أعلى نسبتها بـ 29.26% للذين لا يواجهون أي صعوبات عند استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الجديدة، فيما تليها نسبة الأفراد الذين يواجهونها بشكل كبير بنسبة 11.11%، وبـ 3.33% أحياناً فقط.

لنستنتج أن الفئة الأكثر عرضة للصعوبات التكنولوجية هي الفئة العمرية المتوسطة والكبيرة وهذا راجع إلى أنهم مازالوا لا يتحكمون فيها، فيما نجد الفئة الشبابية تتحكم بها بشكل جيد مقارنة بالفئتين السابقتين.

وحسب متغير الوظيفة نجد أن أعلى نسبة التي لا تواجه صعوبات استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة تمثلت في الصحفيين وهذا بنسبة 51.21%، تليها نسبة المحررين بـ 24.39%، فيما نجد نفس النسبة لكل من مساعدي رؤساء التحرير والمترجمين قدرت بـ 7.31%، وكل من مدير الإعلام ومقدمة الأخبار والبرامج بنسبة 2.43%، في حين انعدمت عند مسؤول النشرة.

أما الفئات التي تواجه الصعوبات أحياناً قدرت أعلى نسبة لنفس الفئة التي لا تواجه أي صعوبات إلا وهي الصحفيين بنسبة 53.33%، فيما تلتها نسبة فئة المحررين بـ 20%، لنجد المترجمين ورؤساء التحرير بنسبة 13.33% و 10% على التوالي،

فيما يجد مسؤول النشرة صعوبات احيانا بنسبة 3.33%، وانعدم عند كل من مدير الإعلام ومساعدى رؤساء التحرير ومقدمة الأخبار والبرامج.

فيما الفئات التي تواجه صعوبات استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة بشكل كبير نجد أن الصحفيين هم دائماً يتصدرون الصدارة بنسبة 77.77%، فيما نجد كل من مساعدي رؤساء التحرير والمحرفين بنسبة 11.11%، وانعدمت عند كل من مدير الإعلام ورؤساء التحرير والمترجمين،مسؤول النشرة ومقدمة الأخبار والبرامج.

و نستنتج من هذه النسب أن سبب ارتفاع نسبة الصحفيين هو أنهم يتواجدون بكثرة في وكالة الأنباء الجزائرية ولا علاقة للمهنة في الصعوبات التي يواجهونها بل ربما راجع إلى تكوينهم والى أعمارهم المتقدمة، فوكالة الأنباء الجزائرية تتكون من ذوي الأعمار المتوسطة والكبيرة وهذا بسبب خبرتهم في الوسط الإعلامي.

الجدول رقم (06) : يبين علاقة متغير الجنس والسن والوظيفة مع نوع الصعوبات التي يواجهها الصحفيين عند استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الجديدة

المتغير	الإجابة		لغوية		تقنية		المجموع	
	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت
الجنس	ذكر	1	20	15	44.17	16	41.02	
	أنثى	4	80	19	55.88	23	58.97	
	المجموع	5	100	34	100	39	100	
السن	20-30 سنة	0	0	2	5.88	2	5.12	
	31-40 سنة	1	20	21	61.76	22	56.41	
	41 سنة فما فوق	4	80	11	32.35	15	38.46	
	المجموع	5	100	34	100	39	100	
الوظيفة	مدير الإعلام	0	0	0	0	0	0	
	رئيس التحرير	0	0	3	8.82	3	7.69	
	مساعد رئيس التحرير	0	0	1	2.94	1	2.56	
	صحفي	4	80	19	55.88	23	58.97	
	محرر	1	20	6	17.64	7	17.94	
	مترجم	0	0	4	11.76	4	10.25	
	مسؤول النشرة	0	0	1	2.94	1	2.56	
	مقدمة الأخبار والبرامج	0	0	0	0	0	0	
	المجموع	5	100	34	100	80	100	

تحليل الجدول رقم (06)

نلاحظ من خلال الجدول والبيانات الواردة فيه وحسب متغير الجنس أن نوع الصعوبات التي يواجهها جنس الذكور كانت صعوبات تقنية وذلك بنسبة 44.17%، فيما نجد أنهم يواجهون صعوبات لغوية بنسبة 20%. فيما نجد جنس الإناث يواجهون صعوبات لغوية بنسبة 80%، وصعوبات تقنية بنسبة 55.88%.

و نستنتج منه أن الإناث أكثر عرضة للصعوبات بنوعيهما، مقارنة بجنس الذكور، وهذا راجع إلى كون الإناث أكثر تواجدا في الوكالة، وليس للجنس علاقة بذلك.

فيما نجد فئة السن تواجه صعوبات تقنية أكثر من مواجهتها للصعوبات اللغوية، حيث نجد أن الفئة 20-30 سنة تواجه الصعوبات التقنية بنسبة 5.88%، فيما تنعدم مواجهتها للصعوبات اللغوية، فيما نجد فئة 31-40 سنة يواجهون صعوبات تقنية بنسبة 61.76%، وبـ 20% للصعوبات اللغوية، فيما تواجه فئة أكثر من 41 سنة الصعوبات التقنية بنسبة 32.35%، وبنسبة 80% للصعوبات اللغوية وهي أعلى النسب مقارنة بسابقتها.

و نلاحظ أن فئة أكثر من 41 سنة تواجه الصعوبات اللغوية أكثر من الصعوبات التقنية عكس الفئات الأخرى، وهذا يعود إلى أنها لا يمكنها التحكم باللغات المقترحة في تكنولوجيا الاتصال الجديدة، إضافة إلى أنها تواجه نفس صعوبات الفئات الأخرى وهي صعوبات تقنية، وهذا راجع إلى الأعطاب التي تواجه تكنولوجيا الاتصال وإلى بعض التعديلات التي تطرأ فيها والتي لم يتطرق إليها العاملون، وهذا السبب نفسه الذي يبرر الصعوبات التي يواجهها كل الفئات الأخرى.

فيما نجد لمتغير الوظيفة صعوبات تقنية أكثر من الصعوبات اللغوية، ماعدا نسبة الصحفيين التي قدرت بـ 80% وهي النسبة الأعلى بالمقارنة مع النسب المئوية، والتي تواجه الصعوبات اللغوية، وهذا راجع إلى العدد الكبير الموجود في الوكالة وليس للوظيفة سبب في ذلك، ولكن ذلك لا يعكس أنهم يواجهون كلا النوعين من الصعوبات، فهم يواجهون أيضا صعوبات تقنية بنسبة 55.88%، وهي بدورها أعلى نسبة، فيما نجد أن المناصب الأخرى تنعدم فيها الصعوبات اللغوية.

فيما تواجه فئة المحررين الصعوبات التقنية بنسبة 17.64%، وبنسبة 11.76%، نجد ان المترجمون يواجهون نفس الصعوبات، لتليها نسبة 8.82% لفئة رؤساء التحرير وهم يواجهونها أيضا، فيما نجد كل من مساعدي رؤساء التحرير ومسؤول النشرة يواجهون الصعوبات التقنية بنسبة 2.94%، فيما تنعدم عند كل من مدير الإعلام ومقدمة الأخبار والبرامج.

و نلاحظ من النتائج الآتية أن من يواجهون الصعوبات التقنية أكثر من ممن يواجهون الصعوبات اللغوية، وهذا راجع إلى أنهم يواجهونها كونهم أكثر عرضة واستخداما لها ما يجعلهم يواجهون كل مشاكل الأعطاب والتجديدات فيها.

الجدول رقم (07) : يبين علاقة متغير الجنس والسن والوظيفة مع نمط التغيير الذي احدث بعد إدخال تكنولوجيا الاتصال الجديدة في الوكالة

المجموع		أساليب العمل		معارف الأفراد		التجهيزات		الإجابة	
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	المتغير	
45.28	72	43.28	29	47.22	17	64.28	26	ذكر	الجنس
54.71	87	56.71	38	52.77	19	53.57	30	أنثى	
100	159	100	67	100	36	100	56	المجموع	
14.46	23	17.91	12	8.33	3	14.28	8	20-30 سنة	السن
49.05	78	46.26	31	50	18	51.78	29	31-40 سنة	
36.47	58	35.82	24	41.66	15	33.92	19	41 سنة فما فوق	
100	159	100	67	100	36	100	56	المجموع	
1.25	2	1.49	1	2.77	1	0	0	مدير الإعلام	الوظيفة
6.91	11	5.97	4	5.55	2	8.92	5	رئيس التحرير	
5.66	9	5.97	4	2.77	1	7.14	4	مساعد رئيس التحرير	
47.77	76	47.76	32	47.22	17	48.21	27	صحفي	
20.12	32	19.40	13	25	9	17.85	10	محرر	
8.17	13	7.46	5	11.11	4	7.14	4	مترجم	
8.80	14	10.44	7	2.77	2	8.92	5	مسؤول النشرة	
1.25	2	1.49	1	0	0	1.78	1	مقدمة الأخبار والبرامج	
100	159	100	67	100	36	100	56	المجموع	

تحليل الجدول رقم (07)

نلاحظ من خلال الجدول والبيانات الواردة فيه وحسب متغير الجنس أن نمط التغيير الذي أحدث في الوكالة بعد إدخال تكنولوجيا الاتصال الجديدة، فحسب جنس الذكور فنسبة التغيير في التجهيزات قدرت بـ 64.28%، فيما يرى نفس الجنس أنها غيرت من معرف الأفراد بنسبة 47.22%، فيما جاءت نسبة الذين يرون أنها من حيث أساليب العمل قدرت بـ 43.28%.

جاءت نسبة فئة الإناث اللواتي يرون أن تكنولوجيا الاتصال الجديدة غيرت من حيث التجهيزات بنسبة 53.57%، و بـ 52.77% من حيث معارف الأفراد، أما من حيث أساليب العمل فقدت النسبة بـ 56.71%.

ونستنتج من فئة الجنس أن الفئة التي ترى أن هناك تغييرات داخل الوكالة بعد إدخال تكنولوجيا الاتصال الجديدة هي الفئة الأنثوية من حيث أن النسب الثلاثة تفوق 50%، وهذا راجع إلى أن نسبة تواجد الإناث أكثر من الجنس الذكوري داخل وكالة الأنباء الجزائرية.

فيما نجد فئة السن لها رأي أن تكنولوجيا الاتصال الجديدة غيرت في الوكالة من حيث التجهيزات، حيث نجد أعلى نسبة لفئة 31-40 سنة قدرت بـ 51.78%، فيما يرون أنها غيرت من حيث معارف الأفراد بنسبة 50%، تليها نسبة التغيير من حيث أساليب العمل بـ 46.26%.

تليها نسب فئة 41 سنة فما فوق بـ 41.66% من أفراد العينة يرونها من حيث معارف الأفراد، فيما تليها نسبة 35.82% من يرونها من حيث أساليب العمل، لتأتي نسبة من يرى أنها غيرت من حيث التجهيزات بنسبة 33.92%، وهي نسب قريبة فيما بينها.

في حين نجد أن الفئة 20-30 سنة ترى أن تكنولوجيا الاتصال غيرت في أساليب العمل كأعلى نسبة بـ 17.91%، فيما تليها نسبة التجهيزات بـ 14.28%، لنجد لمعارف الأفراد غيرت بنسبة 8.33% من أفراد العينة.

فيما نجد لمتغير الوظيفة رأي كون الصحفيين يرون أن تكنولوجيا الاتصال الجديدة غيرت الوكالة من جانب التجهيزات بنسبة 48.21%، تليها نسبة أساليب العمل بـ 47.76%، ثم نسبة معارف الأفراد وذلك بـ 47.22%، وهي نسبة متقاربة فيما بينها.

لنجد نسب المحررين هي الموالية، حيث يرون أن التغيير مس معارف الأفراد وهذا بنسبة 25%، فيما تليها نسبة أساليب العمل بـ 19.40%، ونسبة 17.85% من يرون أنها غيرت من حيث التجهيزات، فيما نجد أن المترجمين يرون التغيير في معارف الأفراد بـ 11.11%، وبـ 7.46% في أساليب العمل، في حين يرون أنها غيرت في التجهيزات بنسبة 7.14% تليها نسبة مسؤول النشر حيث انه يرى أن تكنولوجيا

الاتصال غيرت في أساليب العمل بنسبة 10.44%، فيما يجد كل منه ورؤساء التحرير أنها غيرت في التجهيزات بنفس النسبة 8.92%، و بـ 2.77% في معارف الأفراد وهي نسبة تشاركوها مع مساعدي رؤساء التحرير ومدير الإعلام. في حين يجد رؤساء التحرير التغيير في معارف الأفراد بـ 5.55% وهي نفس النسبة عند مساعديهم.

وبـ 1.78% تغيير في التجهيزات عند مقدمة الأخبار والبرامج، وانعدمت عند مدير الإعلام في حين نجدهما يريان التغيير في أساليب الأفراد وذلك بنسبة 1.49%.

ومنه نستنتج أن نسبة كل من الصحفيين والمحررين والمترجمين هي الأعلى وذلك كونهم الأكثر تواجدا داخل الوكالة، إضافة إلى كونهم الأكثر عرضة لتكنولوجيا الاتصال الجديدة ما يجعلهم يعلمون بكل المستجدات، في حين نجد للمناصب الأخرى رأي متوسط لكل نوع من التغيير وذلك يعود إلى طبيعة العمل التي تجعلهم يلاحظونه.

تناولت الدراسة موضوع واقع تكنولوجيا الاتصال الجديدة في وكالة الأنباء - وكالة الأنباء الجزائرية نموذجاً- وقد حاولنا الوقوف عند آخر التطورات التي عرفتها وكالة الأنباء الجزائرية في الإعلام والاتصال، لاسيما الجانب التكنولوجي منها ومعرفة واقع البنية التحتية لهذه التكنولوجيا كما أردنا إبراز مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة لدى الصحفيين في المؤسسة الإعلامية الجزائرية ومدى التحكم فيها واستغلالها بالأسلوب الأمثل، ويمكن أن نخلص إلى أننا وصلنا من خلال هذه الدراسة إلى النتائج التالية :

يتبين من خلال دراستنا أن اغلب صحفيي الوكالة الأنباء الجزائرية الذين يستخدمون تكنولوجيا الاتصال الجديدة هم من فئة الإناث وتعرف وسائل الإعلام الجزائرية تحولات عميقة في بنيتها البشرية حيث أن (معظم صحفييها ينتمون إلى الفئة العمرية 31- 40 سنة) ومنه فإن استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة من طرف الصحفيين الجزائريين يرتفع لدى الفئات العمرية المتوسطة، أكثر منه عند الصحفيين الشباب والأكبر سناً ومعظمهم ينتمون إلى مستوى ليسانس حيث يعمل اغلب هؤلاء الصحفيين في وكالة الأنباء فرع بئر مراد رابيس ، ولهم خبرة في الميدان أكثر من 10 سنوات .

أبرزت إجابات العينة المستجوبة إضافة إلى نتائج الدراسة المسحية الميدانية أن وكالة الأنباء الجزائرية تملك وسائل اتصال تمكنها من مسايرة التكنولوجيا الحديثة للاتصال، حيث عملت على عصرن أساليب وأجهزة الاتصال تفي بالغرض الاتصالي في وضعية الجزائر إذا ما قورنت بجيرانها من الدول العربية والإفريقية وهي تسعى إلى تطويرها ومواكبة ما تجود به التكنولوجيا الحديثة من المستجدات للحاق بركب الدول المتقدمة رغم جسامه الفارق واتساع الهوة.

أبرزت إجابات العينة المستجوبة أن التكنولوجيا الاتصالية الجديدة المستخدمة في وكالة الأنباء الجزائرية تتناسب مع احتياجات الصحفيين حيث ساعدت على توفير الجهد والوقت في العمل إضافة إلى تسهيل الاتصال داخل الوكالة ، كما ساعدت على زيادة الإنتاج وتحسين ظروف عمل الصحفيين.

وقد ساهمت هذه التكنولوجيا في تحسين الاتصال الداخلي من خلال:

- تسهيل الاتصال بين الموظفين .
- تحقيق سرعة تداول المعلومات بين الموظفين حيث قضت الانترنت على عنصر الزمان والمكان.
- القضاء على عوائق الاتصال من خلال تسهيل سيرورة العمل القضاء على التشوه الذي قد يصيب المعلومة.

أما فيما يخص النتائج المتعلقة بدور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين أداء الصحفيين فقد أظهرت الإجابات مايلي:

- تساعد تكنولوجيا الاتصال الجديدة الصحفيين على انجاز الأعمال في وقتها المحدد يعتمدون عليها في انجاز الأعمال خارج الوكالة كتغطية الحدث ما إلى الأعمال التي يقومون بها داخل الوكالة من تحرير ومونتاج .
- تزيد تكنولوجيا الاتصال الجديدة في دقة الأعمال التي يقوم بها العاملين في المؤسسة الإعلامية الجزائرية ويكمن ذلك للدور الكبير الذي تلعبه التكنولوجيا الجديدة للاتصال في تسريع وتسهيل الحصول على المعلومات وتبادلها بما يضمن عملية تسيير العمل بصفة فعالة وتوزيع نفس المعلومات إلى عدة أفراد في نفس الوقت، لقد سخرت الوكالة عمل جماعي لمتابعة الأعمال بدقة ومن جهة أخرى فان نقص التجهيزات والوسائل التكنولوجية الجديدة أو عدم توفرها بشكل كافي يعيق العمل الإعلامي.

لقد حلت التكنولوجيات الاتصالية الجديدة بوكالة الأنباء الجزائرية عدة خدمات أثرت في العمل الإعلامي أهمها مايلي :

- الكتابة و التركيب على الحاسوب الالكتروني.
- المراجعة الآلية للتحريير و التركيب.
- التزود بالمعلومات والصور والبيانات على الحاسوب .
- إمكانية إرسالها إلى الرئيس المباشر، أو إلى الزملاء.

أما فيما يخص النتائج المتعلقة بتوظيف الصحفيين للتكنولوجيا الاتصال الجديدة داخل وخارج الوكالة فقد أظهرت الإجابات مايلي :

- أن وكالة الأنباء الجزائرية تمتلك الوسائل اللازمة التي يتطلبها العمل الإعلامي خارج الوكالة حيث تحتوي الوكالة الجزائرية على معدات تكنولوجية تواكب إلى حد ما التطورات التكنولوجية في مجال الإعلام والاتصال لكنها تبقى قليلة وضعيفة الاستغلال ولا ترقى إلى مستوى وكالات الأنباء العالمية المتقدمة في هذا المجال.

- تساهم خدمات موقع الويب في الوكالة في إسهام الصحفيين والمحررين في نشر المعلومات والبيانات والصور والآراء والأفكار لكن رغم هذا لم تصل بعد وكالة الأنباء الجزائرية إلى مساويات متقدمة في تحديث صفحاتها الالكترونية على شبكة الانترنت .

- تعتبر خدمة البريد الالكتروني مصدرا الكترونيا رائدا بفضل الخدمات التي يتيحها للصحفيين كالمحادثة وإرسال الرسائل والأعمال واستقبالها في أسرع وقت ممكن.

- يتلقى الصحفيون دورات تكوينية من اجل التمكن من استخدام التكنولوجيا الاتصالية وتظهر أهمية الاستفادة من التدريب، في كونه عامل رئيسي في مساعدة الموارد البشرية على مواكبة التطور والاستجابة لمتطلبات التغيير، سواء كانت برامج أو أجهزة التي تؤثر على أداء الأعمال الإعلامية، وهذا ساعد على تحقيق التكنولوجيا الاتصالية الجديدة المستخدمة الرضا الوظيفي لدى العاملين لان القدرة على استخدامها يجعل الصحفيين أكثر نشاطا ومشاركة في العملية الاتصالية بفضل التفاعلية وسهولة العمل التي تتيحها هذه الوسائل .

بصفة عامة هناك رضا وارتياح لما آل إليه استخدام التكنولوجيا الجديدة للاتصال حيث اجمع اغلب المستجوبون من عينة بحثنا أن هذه الأخيرة أثرت على مستوى أدائهم الإعلامي وهذا بفضل توفر وكالة الأنباء الجزائرية على وسائل تكنولوجية جديدة لا بأس بها، وتلقى الصحفيين للدورات التكوينية التي تمكنهم من استخدام هذه التكنولوجيا والتي يرى اغلب المستجوبون من عينة بحثنا أنها تتناسب مع احتياجات عملهم، مما يدل على إلمام أفراد عينتنا وبالتالي مجتمع البحث أي الصحفيين الجزائريين بالتطورات الجديدة في ميدان تكنولوجيا الاتصال والرغبة والاستعدادات لمسايرتها والتحكم فيها، رغبة في الوصول إلى أداء امثل بغية الوصول إلى التأثير المطلوب لتحقيق التغيير الذي تسعى إليه كل منظومة إعلامية هادفة.

خاتمة

تحتل تكنولوجيا الاتصال الجديدة قاسما مشتركا في اغلب المؤسسات سواء كانت العمومية أو الخاصة، حيث بات من الواضح أن المؤسسات الإعلامية في الوقت الحالي تستمد قوتها من كفاءة العنصر البشري الأكثر استخداما وممارسة لتكنولوجيا الاتصال الجديدة ، فعملت جاهدة على تحقيق التكامل بين هذين المتغيرين بحيث توفر للمورد البشري من خلال هذه الشبكات جميع التسهيلات من اجل التعلم والتدريب والتكوين حتى يضمن تحقيق أهداف المؤسسة عن طريق تطوير المهارات والكفاءات المهنية لديه .

بعد ظهور العديد من المؤسسات الإعلامية أصبحت وكالة الأنباء تواجه منافسة من حيث الأسبقية في الحصول على المعلومات والأخبار وتوزيعها، ولكن هذا لم يشكل عائقا كبيرا بالنسبة للوكالة بل مازالت تحتل مكانة مرموقة ومهمة في الوسط الإعلامي ، ورغم تمسكها بمكانتها إلى أنها لم تتوقف في ضل التطورات الجديدة بل طورت نفسها وذلك بإدماج تكنولوجيا الاتصال الجديدة والعمل على إخضاع الصحفيين لديها إلى دورات و تدريب وتكوين سعيا منها إلى تمكينهم من التحكم في هذه التكنولوجيا .

إن الرهان الحقيقي لوكالة الأنباء الجزائرية يتمثل في مدى القدرة على الاستغلال الكلي لفوائد تكنولوجيا الاتصال الجديدة وتسخيرها لصالح الفرد بالوكالة وبالتالي أصبح لازما عليها في إطار المنافسة السائدة في قطاع وكالة الأنباء الجزائرية العمل على إعطاء أولوية وأهمية كبيرة لإدخال تكنولوجيا الاتصال الجديدة في جميع دوائرها ومصالحها لمالها من دور واثرا ايجابي في تحسين مردودية الفرد والمؤسسة على حد سواء.

فلقد حاولنا من خلال دراستنا هذه في شقيها النظري والتطبيقي الكشف على واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة في وكالة الأنباء الجزائرية من وكالة بئر مراد رايس وفرع السمعي البصري دالي إبراهيم ، وأكدت نتائج هذه الدراسة أن واقع استخدام تكنولوجيا لوسائل الاتصال الجديدة قد قطع أشواطا كبيرة لا يستهان بها جلب التكنولوجيا واعتمادها في تسيير المؤسسات الإعلامية ، والتي لا تخلو من ضرورة ربطها بالعمل الإعلامي بصفة مباشرة من جانب نقل المعلومات وإرسالها من خلال الاتصالات السلكية وشبكة الانترنت.

لقد استطاعت إدارة وكالة الأنباء الجزائرية إلى حد ما أن تخطو خطوات كبيرة في مجال تكنولوجيا الاتصال الجديدة و توظيفها في العمل الإعلامي خاصة البث الرقمي، كما استطاعت تمكين الصحفيين من استخدام هذه التكنولوجيا.

ختاما يبقى الفرد هو المحرك الأساسي للتكنولوجيا مهما بلغت من تطور فلا يمكن الاستغناء عنه خاصة في مجال التعليم والتكوين وحتى العلاقات مع الزبائن والموردين هي الأخرى لا تحققها الشبكات وحدها ما لم يتدخل المورد البشري.

قائمة المراجع

الكتب باللغة العربية

1. إمام إبراهيم وفريد عزت محمد: وكالات الأنباء المعاصرة، (د.ب.ط)، دار الفكر العربي، القاهرة، 1990.
2. ماكفايل توماس : الإعلام الدولي النظريات – الاتجاهات – الملكية ، ترجمة و تقديم د. حسني محمد و عبد الله الكندي، دار الكتاب الجامعي، العين الطبعة الأولى، 2003 .
3. رشتي جيهان احمد: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة ، دار الفكر العربي، 1978.
4. النجار حسن رضاء: تكنولوجيا الاتصال (المفهوم و التطور، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعام جديد، جامعة البحرين، ابريا 2009.
5. مكايي حسن عماد: تكنولوجيا الاتصال في عصر المعلومات، ط2، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1997.
6. مكايي حسن عماد، ليلي حسين: الاتصال و نظرياته المعاصرة، ط4، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003.
7. حسن محمد الحسن : الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، ط2، بيروت، دار الطليعة، 1996.
8. د.الجنوبي المهدي: صحافة الوكالة صحافة الأساس ، نشر معهد الصحافة و علوم الأخبار، 1984 .
9. دشاكر صالح وتوت: أهمية وكالة الأنباء كمصدر من مصادر الإعلام، (د.ب.ط)، (د. د ن) ، 2004 .
10. رحيمة الطيب عيس: الوسائط التقنية الحديثة و أثرها على الإعلام المرئي و المسموع، الرياض، السعودية، 2010.
11. سليمان صالح : صناعة الأخبار في العالم المعاصر، الطبعة الثانية، دار الثقافة العلمية، الإسكندرية، 2001.
12. عبد اللطيف شفيق محمود: وكالات الأنباء رؤية جديدة، (د.ب.ط) ، دار المعرفة ج.م.ع ، 1119 كورنيش النيل ، القاهرة ، 1978.

13. قنديلجي عامر إبراهيم، إيمان فاضل السمرائي: **تكنولوجيا المعلومات و تطبيقاتها** ، الورق للنشر و التوزيع، ط1، الأردن، 2002.
14. عبد الرحمان عزي: **دراسات في نظرية الاتصال**، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت، ط2003، 1.
15. عبد الفاتح عبد النبي: **تكنولوجيا الاتصال و الثقافة** ، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 1990.
16. عبد القادر الفيصل: **الصحافة الالكترونية في الوطن العربي**، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان، 2005 .
17. بن السبتي عبد المالك: **محاضرات في تكنولوجيا المعلومات** ، مطبوعات جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2002- 2003.
18. علي بن عبد الله عسيري: **الآثار الأمنية لاستخدام الشباب للانترنت**، مركز البحوث جامعة نايف العربية للعلوم، ط1، الرياض، 2004.
19. دليو فضيل : **وسائل الاتصال و تكنولوجياته**، الجزائر ، منشورات جامعة منتوري ، د.س.ن. 1998.
20. دليو فضيل : **مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري** ، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية ، 1998.
21. لعقاب محمد : **مجتمع الإعلام و المعلومات ماهيته و خصائصه** ، دار هومة للنشر ، الجزائر ، 2003 .
22. ماكفايل توماس : **الإعلام الدولي النظريات – الاتجاهات – الملكية** ، ترجمة و تقديم د.حسني محمد و عبد الله الكندي (دار الكتاب الجامعي، العين الطبعة الأولى 2003) .
23. الزعبي محمد : **التغير الاجتماعي** ، القاهرة ، دار الطليعة ، 1998.
24. مفتاح محمد دياب : **معجم مصطلحات نظم و تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات**، الدار الجامعية للنشر، القاهرة 1995.
25. شطاح محمد: **قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا و الايدولوجيا**، دار الهدى، الجزائر، 2006.

قائمة المراجع

26. شومان محمد : عولمة الإعلام و مستقبل النظام الإعلامي العربي، مجلة عالم الفكر، الكويت، 1999.
27. عبد الحميد محمد: نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير ،دار عالم الكتب ،ط3، القاهرة، 2004.
28. عبد الحميد محمد: البحث العلمي في البحوث الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2001.
29. عبد الحميد محمد: دراسات الجمهور في وسائل الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1993.
30. لعقاب محمد : الانترنت و عصر ثورة المعلومات ، ط1، دار هومة للطباعة و النشر، الجزائر، 1999.
31. لعقاب محمد : مجتمع الإعلام و المعلومات : ماهيته و خصائصه ، الجزائر ، دار هومة للنشر، 2003 .
32. حجاب محمد منير: المعجم الإعلامي، القاهرة دار الفجر، 2004.
33. حجاب محمد منير: الموسوعة الإعلامية، ج2، القاهرة، دار الفجر للنشر التوزيع، 2003.
34. محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، القاهرة، دار الرحاب، 2005.
35. محي محمد مسعي : ظاهرة العولمة الأوهام و الحقائق، مطبعة و مكتبة الشعاع، ط1، مصر، 1999.
36. هشام بن عبد الله عباس: المكتبات في عصر الانترنت تحديات و مواجهات ،مجلة العربية 3000، العدد 2، 2001.
37. ياسين خضر الباني: الاتصال الدولي و العربي، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان، ط1، 2006.

الكتب باللغة الأجنبية :

38. Thérèse La ferrière , Avantage des technologies de l'information et des communications (TIC) ,Document prépare pour Rescol Industrie Canada ,1999.

39. Dr. Oscar Valenzuela , Les technologies de l'information et de la communication dans l'Enseignement (TIC), Universidad de Playa Ancha, Chili, 2012.
40. Kokou Awokon, De l'utilisation des medias et des technologies de l'information et de la communication dans l'éducation de 1960 à 2006, Le cas du Togo. Education . Université de Rouen, 2007.
41. Amon Holo, Les Technologies de l'information et de la communication dans l'enseignement du premier degré en France. Contribution à l'étude des compétences des élèves de l'école élémentaire, les origines et modes d'acquisition de celles-ci. Education . Université René Descartes – Paris V, 2010.

الرسائل و المذكرات الجامعية

1. بختي إبراهيم : دور الانترنت و تطبيقاته في مجال التسويق ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002-2003 .
2. قناتلية إيمان ، أميرة أوhib ، وفاء سلامة : استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية ، دراسة ميدانية، مذكرة لنيل مذكرة الماستر، تخصص تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و المجتمع ، سنة 2016 .
3. بو علي فريدة، فوضيل حكيمة: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي بالمؤسسة ، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة أكلي محند اولحاج، 2013.2014.
4. جمال الدين بن عائشة ، بو عزة عدة : استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التلفزيون الجزائري (دراسة وصفية تحليلية بمحطة ورقلة الجهوية) ، دراسة وصفية تحليلية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في تخصص تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة ، ورقلة 2015 .
5. بولعويادات حورية : استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في الاتصال العلاقات العامة، كلية علوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2007.2008.
6. عبد الباسط محمد عبد الوهاب: استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي و التلفزيوني...دراسة تطبيقية ميدانية ، ذ.م.ن.: المكتب الجامعي الحديث ، 2005.

7. علوطي لمين:تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و تأثيرها على تحسين الاداء الاقتصادي للمؤسسة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، فرع ادارة الاعمال،جامعة الجزائر،2004 .
8. شطاح محمد : القنوت الفضائية و تأثيرها على القيم الاجتماعية و الثقافية و السلوكية لدى الشباب الجزائري، دراسة ميدانية ، عين مليلة، دار الهدى ، 2002 .
9. مراد رايس:اثر تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة ،مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، فرع ادارة الاعمال،جامعة الجزائر،2006.

المجلات و الملتقيات

1. سمير إبراهيم حسن : الثورة المعلوماتية و عواقبها و آفاقها، مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية، دمشق، 2002.
2. الشافعي منصور : مملكة العلم و التكنولوجيا ، ايتراك للنشر ، مصر، 2000 .
3. م م حبيب الملح : وكالات الأنباء العالمية ودورها في الإعلام الدولي ، 2013/10/26 .

المواقع الالكترونية

1. بختي إبراهيم : تكنولوجيا و نظم المعلومات في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة على الخط .
http://ba.univ-ourgla.dz/pmb/opac.css/index.php ، 2019/04/26 ، 17:11.
2. سليمان صالح : صناعة الأخبار في العالم المعاصر، ط2، دار الثقافة العلمية، الإسكندرية،
<http://jarire07.blogspot.com>، 2019/04/16.
3. بلقرعي سهام : التعليم الالكتروني ، رؤية مستقبلية جديدة، الجزائر نمونجا
www.Ulum2008.hl . 2019/04/06 .
4. الإفرنجي محسن : وكالات الأنباء العالمية <http://www.wakalet2.htm.com>
a . 12787 oct (16 /02/2019)
5. محمد فريد عزت : وكالات الأنباء في العالم العربي، ط2 ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1998 ،
2001 .<http://jarire07.blogspot.com> . 2019/04/16 .

قائمة المراجع

6. ممدوح عبد الهادي عثمان: التكنولوجيا مدرسة المستقبل: "الواقع و المأمول"،
(2008/02/23)، www.edc.gov.sa.

7. الموقع الرسمي لوكالة الأنباء الجزائرية : <http://www.aps.dz/ar/Page 10.asp>

الملاحق

جامعة مولود معمري تيزي وزو
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
فرع علوم الإعلام و الاتصال
تخصص اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة

استمارة بحث حول :

واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة
في وكالات الأنباء
- وكالة الأنباء الجزائرية نموذجا -

تحت إشراف الأستاذة:

أ.إكرام عليش

من إعداد الطالبين:

- نور الهدى حمو
- مجيد بركان

إلى السادة العاملين بوكالة الأنباء الجزائرية بالعاصمة...
في إطار تحضير مذكرة الماستر في تخصص اتصال جماهيري و الوسائط
الجديدة، نرجوا منكم مساعدتنا من خلال مساهمتكم و الإجابة على أسئلة المتعلقة
بدراستنا، و لكم منا جزيل الشكر و الامتنان. نؤكد لكم أن إجاباتكم ستستعمل إلا
لغرض علمي محض.

ملاحظة:

- الرجاء وضع علامة (*) أمام الخانة المخصصة للإجابة .
- يمكن اختيار أكثر من إجابة على نفس السؤال إذا تطلب الأمر ذلك.
- الرجاء الإجابة على جميع الأسئلة.

الموسم الجامعي: 2018/2019

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجنس: ذكر أنثى

السن: 20 - 30 سنة 31 - 40 سنة

41 سنة - فما فوق

الأقدمية في العمل: أقل من 5 سنوات من 5 إلى 10 سنوات

أكثر من 10 سنوات

- ما هي الوظيفة التي تشغلها بالوكالة؟

محور خاص بمدى استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة في الوكالة

1. هل أنت مهتم بمتابعة وسائل الاتصال الجماهيرية؟

نعم لا

2. ما هي طبيعة الاتصالات التي تقوم بها؟

داخلية خارجية معا

3. ما هي وسائل الاتصال التي تستخدمها في عملك؟

<input type="checkbox"/>	الاتصال المباشر	<input type="checkbox"/>	الفاكس
<input type="checkbox"/>	لوحة الإعلانات	<input type="checkbox"/>	جهاز الحاسوب
<input type="checkbox"/>	التقارير	<input type="checkbox"/>	شبكة الانترنت
<input type="checkbox"/>	الاجتماعات	<input type="checkbox"/>	الهاتف

أخرى أذكرها.....

4. بالإضافة إلى استخدام الحاسوب في عملك هل تستعين بالأسلوب اليدوي؟

دائماً غالباً أحياناً نادراً أبداً

في حالة الإيجاب " استعانتك بالأسلوب اليدوي " هل يرجع ذلك إلى:

طبيعة العمل تتطلب ذلك

توقف الحاسوب عن العمل

عدم اقتناعك بجدوى العمل بالحاسوب

أخرى أذكرها.....

5. هل تستخدم شبكة الانترنت I'intranet في عملك؟

دائماً غالباً أحياناً نادراً أبداً

إذا كنت تستخدم الانترنت فيم تستخدمها؟

الاتصال بالموظفين في الوكالة
تحسين سيرورة العمل
نقل الملفات

أخرى اذكرها.....

6. هل تستخدم شبكة الانترنت Internet ؟

دائماً غالباً أحياناً نادراً أبداً

إذا كنت تستخدم الانترنت فيما تستخدمها؟

الحصول على المعلومات المحادثة
نقل الملفات عبر البريد الإلكتروني الترفيه
تبادل المعلومات مع الآخرين

7. هل تتناسب التكنولوجيات الاتصالية الجديدة المستخدمة مع احتياجات عملك؟

نعم لا أحياناً

8. هل تهتم وكالتكم ببرنامج التطوير المستمر في الجوانب المتعلقة بتكنولوجيا الاتصال الجديدة؟

نعم لا

9. هل تواجه صعوبات أثناء استخدامك لتكنولوجيا الاتصال الجديدة؟

نعم لا أحياناً

إذا كانت الإجابة بنعم، ما نوع هذه الصعوبات:

لغوية تقنية

10. هل كانت لديك معرفة مسبقة باستخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم، كيف حصلت على ذلك؟

- عن طريق الوكالة من خارج الوكالة
أخرى اذكرها.....

11. ما هي درجة تحكمك في استخدام هذه التكنولوجيا بعد التدريب؟
 جيدة متوسطة سيئة

محور خاص بأثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة على أداء المؤسسة

12. حسب خبرتك، هل أحدث إدخال تكنولوجيا الاتصال الجديدة تغيير في شكل عمل في الوكالة؟

- كثيرا قليلا لا

13. ما هو نمط التغيير الذي أحدث في الوكالة بعد إدخال تكنولوجيا الاتصال الجديدة؟
 التجهيزات
 معارف الأفراد
 أساليب العمل

14. هل تعتقد أن استخدامك لتكنولوجيا الاتصال الجديدة ساهم في تحسين الاتصال داخل الوكالة؟

- كثيرا قليلا لم تحسن

إذا كنت تعتقد أن تكنولوجيا الاتصال الجديدة حسنت الاتصال داخل الوكالة هل يرجع ذلك إلى:

- سرعة تداول المعلومة سهولة الاتصال بين الموظفين
 تبادل المعلومات الجودة المعلوماتية
أخرى اذكرها.....

15. هل ترى أن استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة زاد في فعالية الاتصال الخارجي؟
 كثيرا قليلا لم يفعل

إذا كانت الإجابة ايجابية، فلماذا؟ لأنها تتيح :

التعريف بالوكالة لدى متعاملها بصورة اكبر

تحسين صورة الوكالة

ربط الوكالة الجمهور بالوكالات الأخرى

أخرى اذكرها.....

16. هل ساهمت تكنولوجيا الاتصال الجديدة في انجاز الأعمال في وقتها المحدد؟

لا

نعم

17. هل تقلل تكنولوجيا الاتصال الجديدة الجهد المبذول من قبل العاملين في الوكالة الإعلامية؟

لا

نعم

18. هل نقص التجهيزات والوسائل التكنولوجية الجديدة أو عدم توفرها بشكل كافي يعيق العمل الإعلامي؟

لا

نعم

19. هل ساهمت تكنولوجيا الاتصال الجديدة في الوكالة في تحقيق الأنية والفورية في الحصول على الخبر ومعالجته؟

لا

نعم

20. هل تحقق التكنولوجيا الاتصالية الجديدة المستخدمة الرضا الوظيفي لدى العاملين؟

لا

نعم

محور خاص بواقع وكالة الأنباء الجزائرية

21. هل استحضرت الوكالة وسائل تكنولوجيا المتطورة بالمقارنة مع تلك المستخدمة في الوكالات الأخرى؟

لا

نعم

22. في رأيك هل تمكنت وكالتك من الوصول إلى المستوى العالمي في إطار استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال الجديدة؟

لا

نعم

23. هل تريد إدخال تكنولوجيا اتصالية أخرى إلى وكالتكم؟ ولماذا؟

.....
.....
.....

24. ما هو تقييمك لاستخدام الاتصال الجديدة بوكالتكم؟

.....
.....
.....

دليل المقابلة

- ما هي الوسائل المعتمدة عليها من طرف وكالتكم؟
- هل توفر وكالتكم الوسائل اللازمة لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة في الوكالة؟
- متى تم إدخال الحاسوب للوكالة و ما هو الجيل المستخدم؟
- ما هو دور شبكة الانترنت في الوكالة؟
- ما هي الأهداف التي تصبو إليها الوكالة عند استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة؟
- هل تحقق التكنولوجيا الجديدة الرضا الوظيفي لدى الصحفيين؟
- هل ترى أن وكالتكم استطاعت مواكبة مقاييس تكنولوجيا الاتصال الجديدة المتواجدة في الوكالات الأخرى؟
- هل هناك سلبيات لتكنولوجيا الاتصال الجديدة في وكالتكم؟
- هل تريد إدخال تكنولوجيا اتصالية جديدة أخرى غير موجودة في الوكالة؟
- ما هو تقييمكم لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة في الوكالة؟ و ما هي الأفاق لهذه التكنولوجيا؟

هذه المقابلة قمنا بإجرائها مع رئيس التحرير المكلف بربورتاج ورئيس مسؤول النشرة لقسم السمعى البصرى لوكالة الأنباء الجزائرية ، أين قمنا بطرح مجموعة من الأسئلة عليهما والتي كانت إجابتهما كالتالى :

فى أول الأمر حدثنا رئيس التحرير المكلف بربورتاج عن قسم السمعى البصرى بصفة مختصرة قائلا : " إن قسمنا هو تابع لوكالة الأنباء الجزائرية ، تم إنشائه فى ديسمبر 2012 للوكالة مصلحة خاصة بالوسائط المتعددة والتي يتفرع منه قسم السمعى البصرى، والذي يدخل فى إطار عصرنه الوكالة وتوسيع الخدمات التي تقدمها للزبائن، وللتنوع فى طريقة نشر الأخبار لكي لا يكون هناك فقط شريط الأخبار أي البرقيات، فقسم السمعى البصرى هو قسم خاص بإنتاج الصوت والصورة، الفيديوهات وكل ما يتعلق بالتكنولوجيا الحديثة " .

السؤال الأول: باعتباركم قسم متخصص بالسمعى البصرى فما هي الوسائل المعتمدة لديكم ؟

كوننا قسم خاص بالسمعى البصرى ، ففي طبيعة الحال نستخدم كل ما هو يخدم القسم من كاميرات ووسائل الصوت ، التي تكون متلائمة مع الكاميرات ووسائل المايكرو الذي يسمح لنا بالقيام بعملية المونتاج ، يعنى التركيب وكذلك عملية تسجيل الصوت .

السؤال الثانى: هل توفر الوكالة لقسمها الوسائل اللازمة لتسهيل العمل؟

فيمما يخص الوسائل اللازمة ، فالوكالة توفر للقسم اكبر قدر ممكن من الوسائل التي تلزم للعمل فى مجالنا، وبالمقارنة مع الوسائل العالمية فقسم السمعى البصرى يتوفر بأهم الوسائل الواجب توفرها فى حين نجد ومثل أي قطاع آخر فقسم السمعى البصرى يفتقر إلى بعض التجهيزات مثله مثل أي قطاع آخر.

السؤال الثالث : ما هو دور الانترنت فى مجالكم؟

إن الانترنت المحرك الرئيسى لعملنا، كون طبيعة عملنا توجب علينا التواجد فى كل المواقع من مواقع التواصل الاجتماعى من يوتيوب ، وتويتر، فايسبوك انستغرام ، وغيرها من تطبيقات ، ما يجعل من الانترنت القاعدة الرئيسية فى عملنا

إضافة إلى أننا نتواصل مع المؤسسات الإعلامية الأخرى عن طريقها ونتلقى المعلومات بواسطتها أيضا ، فهي القاعدة الرئيسية في مجالنا .

السؤال الرابع: ما هي الأهداف التي يصبو إليها قسمكم ؟

إن الهدف الرئيسي للوكالة وبالأخص لقسم السمع البصري، إننا نصبو إلى أكبر نسبة من الجمهور. في القديم كان جمهور الوكالة هم وسائل الإعلام من الصحف، التلفزيون الإذاعة، باعتبار الوكالة هي الموزع الرئيسي للمعلومات وهي أول ناشر للمعلومة أو أول مقدم للمعلومة المؤكدة والتي تحتوي على مصدر وخاصة المستهلكين الأوائل بالنسبة لنا هم وسائل الإعلام المختلفة سواء المسموعة أو المقروءة والمرئية التي تعتمد في معلوماتها على وكالة الأنباء، مسجلة " نقلا عن وكالة الأنباء" ولكن الأهداف حاليا هو أن نصل إلى أكبر شريحة ممكنة من وسائل الإعلام .

السؤال الخامس : هل تحقق تكنولوجيا الاتصال الجديدة الرضى الوظيفي

لدى العاملين في القسم؟

إن الحديث عن الرضى الكامل صعب نوعا ما، كون الإنسان بطبعه يبحث عن المزيد فرغم وجود وتوفير التكنولوجيا الملائمة للعمل لأننا دائما في بحث و تطلع إلى الجديد، ما يجعل من ذلك إضافة إلى الوكالة وإلى ميداننا.

السؤال السادس : هل ترى أن وكالتكم استطاعت مواكبة مقاييس تكنولوجيا

الاتصال الجديدة المتواجدة في الوكالات العالمية؟

وهنا أجابنا رئيس النشرة قائلا : " حاليا الوكالة أصبحت من المؤسسات الإعلامية في الجزائر القليلة إن لم نقل الوحيدة التي تغطي مختلف الوسائط المتعددة، حيث تقوم الوكالة بانجاز شريط برقية يتمثل المنتج الرئيسي في البرقية نقوم بانجاز مواضيع سمعي بصري مواضيع انفوغرافيا فيديوغرافيا تقدم خدمة صورة للمشتركين أيضا تستخدم الوكالة جميع الوسائل المتاحة حاليا في مختلف الوكالات الأنباء العالمية".

السؤال السابع : هل هناك سلبيات لتكنولوجيا الاتصال الجديدة في وكالتكم ؟

هذه الوسائل التكنولوجية لديها مشاكل مثلها مثل أي وسيلة في العالم ، لكن لا يمكننا أن نحكم عليها أنها تؤدي إلى سلبيات في الوكالة . و لا يمكن أن نعتبر انه هناك سلبيات ففي كل شيء هناك سلبيات وإيجابيات ، لكن من حيث الوكالة فان ايجابيات تكنولوجيا الاتصال غلبت على سلبياتها ، فمثلا نجد وكالة الأنباء الجزائرية لها امتياز مع اتصالات الجزائر حيث أنها توفر لها سرعة تدفق عالية تبلغ 100 ميغا والتي لا تتوفر في جل المؤسسات الإعلامية الجزائرية الأخرى ، بحكم الخصوصية وكثرة استخدامنا للإنترنت .

السؤال الثامن : هل هناك نقائص في وكالتكم ؟

لا يمكننا أن نعتبرها نقائص بالمقارنة وفي الحقيقة إذا نظرنا إلى الوكالات الأخرى فوكالتنا لا تحوي على جميع الوسائل الحديثة إلا أنها تتوفر بمعظمها وأهمها، وفي العموم يوجد العديد من التكنولوجيا المتطورة متوفرة في وكالات الأنباء العالمية على غرار وكالة الأنباء الجزائرية ، ولكن كما سبق وقلت فكل القطاعات تواجه هذا النوع من الخلل.

السؤال التاسع: ما هو تقييمكم لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة في الوكالة؟

إذا قيمنا تكنولوجيا الاتصال الجديدة بصفة عامة فإنني سأقول أنها لا بأس بها إلا في حالات الاختلالات التي تواجه شبكة الإنترنت من انقطاعات في بعض الأحيان سرعة التدفق لا تكون كافية ولا تسمح لنا بالقيام بالعديد من الأمور في نفس الوقت ، كما انه في بعض الأحيان تحدث اعطاب مثل أي أمور التي تكون مرتبطة بهذه التقنيات.

هذه المقابلة قمنا بإجرائها مع مدير التحرير " قسم متعدد الخدمات " لوكالة الأنباء الجزائرية لولاية الجزائر العاصمة " فرع بئر مراد رايس " ، أين قمنا بطرح مجموعة من الأسئلة عليه ، والتي كانت إجابته كالتالي :

في بادئ الأمر حدثتنا مساعدة رئيس التحرير لقسم متعدد الخدمات على دور الذي يلعبه القسم في خدمة الوكالة ، قائلة : " إن قسمنا يعتمد في الدرجة الأولى على شبكة الانترنت، وعلى الموقع الرئيسي الخاص بالوكالة والذي يوجد بأربعة لغات، العربية، الفرنسية الانجليزية والامازيغية. إن قسمنا يعمل بالتعاون وثيق مع الأقسام الأخرى في الوكالة وخاصة مع قسم السمعي البصري المتواجد في دالي إبراهيم " .

السؤال الأول: ما هي الوسائل المستخدمة في وكنتم ؟

منذ دخول تكنولوجيا الاتصال إلى الجزائر ووكالتنا تحاول جاهدة إلى إدخالها إليها فيما يتعلق بالوسائل المعتمدة فان الوكالة لا تعتمد على العديد من وسائل تكنولوجيا الحديثة كون مهام كل الأقسام المتواجدة في وكالة بئر مراد رئيس تعتمد على وسيلة واحدة وهو جهاز الحاسوب الذي يعتبر الأساسي داخل كل هذه الأقسام، وباعتبار أقسام الوكالة هنا تعمل على المادة المكتوبة ألا وهي البرقيات فان الحاسوب هو الوسيلة الوحيدة المتوفرة والواجب توفرها في الوكالة، بالإضافة إلى الطابعات، وإذا اعتبرنا الأجهزة الأمنية تدخل في وسائل تكنولوجيا الحديثة التي تخدم الوكالة، فالوكالة تتوفر بأحدث الأجهزة الأمنية، إضافة إلى أجهزة التسجيل التي يعمل بها الصحفيون في الندوات والمقابلات الصحفية فالحاسوب وأجهزة التسجيل نستخدمها لتحضير المادة الصحفية المكتوبة (البرقيات)، التي نرسلها للقسم التابع لنا والمتخصص بالسمعي البصري المتواجد في دالي إبراهيم والذي بدوره يحولها إلى صور وفيديوهات وينشرها في مختلف المواقع الخاصة بالوكالة .

السؤال الثاني : متى تم إدخال جهاز الحاسوب للمؤسسة و ما هي الأجيال المعتمدة؟

لقد مرت الوكالة بالعديد من المحطات المتعلقة بأجهزة الحاسوب، فمنذ إنشائها وهي تجدد وتتماشى مع الحواسيب كل وسنته ، ففي بدايات وكالة الأنباء الجزائرية كانت هذه الأخير تستخدم جهاز التلكس لإنتاج برقياتها إلى غاية سنة

1990 حيث ادخل أول حاسوب مكتبي للوكالة والذي سنجح للوكالة بإطلاق نظامها التحريري الذي يعمل بالإعلام الآلي .

فيما يتعلق بأجيال الحاسوب المستخدم في الوكالة ففي الوقت الراهن لقد وصلنا إلى الجيل الخامس في الحواسيب بكل أشكاله .

السؤال الثالث : ما هو دور الانترنت في المؤسسة ؟

تعتبر الانترنت أهم المحركات داخل الوكالة، حيث أننا نستخدمها في كل الأعمال الموكلة لنا أي أننا وإذا صح القول نستهلكها في كل الأعمال، فبواسطتها ننقل ونستقبل الأخبار فيما يسمى داخل الوكالة بـ "الشريط" وهو نظام تتواجد فيه المادة الصحفية أي البرقيات، التي نقلها فيما بيننا أي داخل الوكالة وإلى المؤسسات الإعلامية الأخرى داخل الوطن وخارجه، فلا يمكننا الاستغناء عنها إطلاقاً وخاصة قسمنا "متعدد الخدمات" الذي يعمل فقط داخل الانترنت.

السؤال الرابع : ما هي الأهداف التي تصبو إليها المؤسسة في استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة؟

إننا وكأي مؤسسة إعلامية لها أهداف عند استخدامها لهذه التكنولوجيا الجديدة، وهدفنا الرئيسي هو الوصول إلى أكبر نسبة من الجمهور، وخاصة إلى أوسع نطاق ممكن، خاصة مع المؤسسات الإعلامية الأخرى الوطنية والأجنبية.

السؤال الخامس : هل تحقق التكنولوجيا الاتصالية المستخدمة في مؤسستك الرضي الوظيفي لدى العاملين؟

لا يمكننا الجزم فيما إذا كان العاملون في الوكالة راضين بالتكنولوجيا الاتصالية الجديدة المتوفرة بصفة كبيرة إلى أنني يمكنني القول أننا نحاول في كل مرة لمس أكبر قدر ممكن من المشاكل التي تواجه كل فرد عامل داخل وكالة الأنباء الجزائرية، وذلك بالتطرق إلى هذه الأخيرة في الاجتماعات والجلسات التي نقوم بها كل يوم ، ولكن بصفة عامة فالرضي الوظيفي داخل الوكالة يمكنني القول انه كبير.

السؤال السادس : هل هناك سلبيات لتكنولوجيا الاتصال الجديدة في مؤسستك ؟

لا يمكن أن نقول أن لتكنولوجيا الاتصال الجديدة اثر سلبي على الوكالة فبالعكس فهي قد سهلت العديد من الأعمال والأمور التي وفي غيابها لا تنجز بالسرعة التي تنجز فيها الآن إضافة إلى عدم الوصول إلى ما وصلت إليه الوكالة الجزائرية اليوم ، فهي سهلة العديد من الأمور التي من الصعب التطرق إليها بدونها.

السؤال السابع : هل تريد إدخال تكنولوجيا اتصالية جديدة أخرى غير الموجودة في مؤسستكم؟

في الوقت الراهن وكالتنا متوفر بالوسائل التي تحتاجها للقيام بأعمالها الصحفية، ربما في المستقبل وحسب الحاجات يمكننا أن نضيف بعض التكنولوجيات الأخرى .

السؤال الثامن : ما هو تقييمكم لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة في المؤسسة وما هي الآفاق المستقبلية لهذه التكنولوجيا في المؤسسة؟

كما سبق وتحدثت فان وكالتنا تتواجد فيها كل التكنولوجيا الحديثة المتوفرة في العالم إما في الأقسام هنا، أو في القسم التابع لنا في دالي إبراهيم ، ومع التجديدات والتطورات وظهور العديد من الاختراعات فان وكالة الأنباء الجزائرية لن تغفل عن أي تكنولوجيا إلا وأدخلتها.

شعار وكالة الأنباء الجزائرية



وكالة الأنباء الجزائرية
ALGERIE PRESSE SERVICE

برقية وكالة الأنباء الجزائرية

روسيا / كيمياوي / منظمة / تحقيق
Titre منظمة حظر الأسلحة الكيماوية "أصبحت أداة لتحقيق مصالح بعض الدول" "موسكو"

روسيا / كيمياوي / منظمة / تحقيق

موسكو، 25 مارس 2019 (وأج) – قالت وزارة الخارجية الروسية، اليوم الاثنين أن منظمة حظر الأسلحة الكيماوية "أصبحت أداة لتحقيق مصالح بعض الدول".

و أكدت المتحدثة باسم الخارجية الروسية "ماريا زاخاروفا، في بيان تعليق على تقرير بعثة المنظمة للتحقيق في استخدام الكلور في مدينة دوما الروسية، أن "ممثلي الدول الغربية أبدوا موقفا سلبيا بشأن ملف الأسلحة الكيماوية السورية"

وانتقدت المتحدثة في بيانها الذي أوردته قناة (روسيا اليوم)، تجاهل المنظمة لنفي الخبراء الروس و بعض نظراتهم الغربيين المستقلين لوجود علاقة للطيران الروسي بالحادث"

وأوضحت الولايات المتحدة و فرنسا و قد اتهمت الجيش السوري باستخدام أسلحة كيمياوية في دوما بالغوطة الشرقية، العام الماضي.

و أكد الخبراء الروس بعد سلسلة تحقيقات أنهم لم يجدوا أي اثر لاستخدام الكيماوي في دوما بالغوطة الشرقية، و أن الاتهامات باطلة. (وأج)

وأج 251427 الجزائر مارس 19

فهرس الدراسة

	كلمة شكر
	إهداء
أ-ج	مقدمة
	الجانب المنهجي
5	الإشكالية
8	تساؤلات
8	أسباب الدراسة
9	أهداف الدراسة
9	أهمية الدراسة
10	منهج الدراسة
12	أدوات الدراسة
14	مجالات الدراسة
14	مجتمع الدراسة
15	تحديد المفاهيم
20	الدراسات السابقة
	الجانب النظري
29	الفصل الأول: ماهية تكنولوجيا الاتصال الحديثة
29	المبحث الأول: مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة
31	المبحث الثاني: نشأة تكنولوجيا الاتصال الحديثة
33	المبحث الثالث: خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة
37	المبحث الرابع: إيجابيات و سلبيات تكنولوجيا الاتصال الحديثة
42	الفصل الثاني: ماهية وكالة الأنباء
42	المبحث الأول: مفهوم وكالة الأنباء
43	المبحث الثاني: نشأة وكالة الأنباء
45	المبحث الثالث: أقسام وكالة الأنباء
47	المبحث الرابع: أهم وكالات الأنباء العالمية
58	المبحث الخامس: خصائص و مهام وكالة الأنباء
	الفصل الثالث: واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في وكالة الأنباء الجزائرية
60	المبحث الأول: وكالات الأنباء العربية و العالمية
60	المبحث الثاني: دور وكالات الأنباء و أهميتها في العملية الإعلامية
61	المبحث الثالث: تكنولوجيا الاتصال الحديثة المستخدمة في وكالة الأنباء الجزائرية
67	المبحث الرابع: برقية وكالة الأنباء
	الجانب التطبيقي
83	نشأة وكالة الأنباء الجزائرية
84	الخدمات الإخبارية
85	شبكة الاتصال
88	الهيكل التنظيمي
90	تحليل الجداول
131	نتائج الدراسة

فهرس الجداول

91	جدول يبين فئة الجنس
91	جدول يبين فئة السن
92	جدول يبين فئة الأقدمية
92	جدول يبين فئة الوظيفة
93	جدول يبين اهتمام المبحوثين بمتابعة تكنولوجيا الاتصال الجديدة
94	جدول يبين طبيعة الاتصال داخل الوكالة
95	جدول يبين الوسائل المستخدمة في الوكالة
96	جدول يبين مدى اعتماد الصحفيين على الأسلوب اليدوي
97	جدول يبين سبب الاستعانة بالأسلوب اليدوي
98	جدول يبين مدى استخدام الصحفيين لشبكة الانترنت
98	جدول يبين سبب استخدام شبكة الانترنت
99	جدول يبين مدى استخدام شبكة الانترنت
100	جدول يبين سبب استخدام شبكة الانترنت
100	جدول يبين مدى تناسب تكنولوجيا الاتصال الجديدة مع احتياجات الصحفيين
101	جدول يبين مدى اهتمام الوكالة ببرنامج التطوير لتكنولوجيا الاتصال الجديدة
101	جدول يبين الصعوبات في استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة
102	جدول يبين صعوبات استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة
103	جدول يبين مدى معرفة الصحفيين لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة
103	جدول يبين طريقة معرفة الصحفيين لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة
104	جدول يبين درجة التحكم في تكنولوجيا الاتصال الجديدة
105	جدول يبين مدى التجديد الذي احدث في شكل العمل داخل الوكالة
105	جدول يبين نمط التغيير الذي احدث في الوكالة بعد إدخال بعد تكنولوجيا الاتصال الجديدة
106	جدول يبين مدى استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الاتصال ساهم في تحسين الاتصال داخل الوكالة
107	جدول يبين الشكل الذي حسن في تكنولوجيا الاتصال
107	جدول يبين مدى زيادة استخدام تكنولوجيا الاتصال في فعالية الاتصال الداخلي
108	جدول يبين سبب زيادة فعالية الاتصال الداخلي
109	جدول يبين مساعدة تكنولوجيا الاتصال الجديدة انجاز المهام في وقتها المحدد
109	جدول يبين هل تقلل تكنولوجيا الاتصال الجديدة الجهد المبذول من قبل العاملين في الوكالة
110	جدول يبين هل نقص وسائل تكنولوجيا الاتصال الجديدة يعيق العمل الإعلامي
110	جدول يبين مساهمة تكنولوجيا الاتصال الجديدة في الأنية و الفورية في الحصول على الخبر

111	جدول يبين مدى تحقيق تكنولوجيا الاتصال الجديدة الرضا الوظيفي
111	جدول يبين هل استحضرت الوكالة وسائل تكنولوجيا المتطورة بالمقارنة مع تلك المستخدمة في الوكالات الأخرى
112	جدول يبين مدى تمكن الوكالة من الوصول إلى المستوى العالمي في إطار استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال الجديدة