بسم الله الرحمن الرحيم

وكـــالة الســودان للأنبـــــاء (سونا)
الحاضر والمستقبل

مقدمة عامة:

أعدت هذه الورقة عن (سونا) - ضمن خمس أوراق عن الإعلام الرسمي: (سونا، والإذاعة، والتلفزيون، والبث الإذاعي، والإعلام الولائي) - لمناقشتها في ورشة العمل المخصصة لذلك، والتي هي واحدة من خمس ورش تحضيرية، للمؤتمر الثاني لقضايا الإعلام السوداني.

والهدف من الورقة التعريف بحاضر (سونا)، كأساس لاستشراف مستقبلها، من خلال اختصاصها وتخصصها، بوصفها جزءاً من منظومة وطنية واحدة، من الإعلام الرسمي، والخاص، متكاملة في وظيفتها ورسالتها تجاه السودان، لتعزيز أمنه القومي، والدفاع عن مصالحه العليا في إطار النظام الإعلامي العالمي.

وتتكون الورقة من مقدمة، وجزءين رئيسيين اثنين: أحدهما عن الوضع الراهن للوكالة، والآخر عن مستقبلها، ثم الخاتمة، والتوصيات، مع ملاحظة أن الجزء الثاني يتضمن، خلاصة لما دار في المؤتمر الدولي الرابع، لوكالات الأنباء (الرياض، نوفمبر 2013م)، مع معلومات أساسية، عن أوراق المؤتمر وموضوعاتها، والمشاركين فيه، لإشراك المشاركين في الورشة، في حوار المستقبل، مع هذه الخبرات العالمية.

الجزء الأول / الوضع الراهن

مقدمة الجزء الأول :

يركز هذا الجزء من الورقة، على الوضع الراهن للوكالة، ولا يغفل أين كانت، وكيف وصلت إلى هذا الوضع، من خلال مسيرتها القصيرة نسبياً، مقارنةً برصيفاتها، من وسائل الإعلام الرسمي، والقصيرة جداً بالمقارنة مع نشأة الوكالات الإقليمية، والعالمية، إذ أنشئت (سونا) في عام 1970م، ومازالت في مرحلة الشباب، ولم تبلغ خمسةً وأربعين عاماً بعد، مقارنةً بوكالة أنباء الشرق

الأوسط المصرية، (58 عاماً)، التي أنشئت في ديسمبر 1955م، وبأول وكالة أنباء عالمية، وكالة الصحافة الفرنسية (AFP) التي أنشئت في عام 1835م.
يتكون هذا الجزء من المقدمة وثلاثة مباحث :
أ- نشأة وكالات الأنباء: الدوافع والمبررات ب- سونا مابين نشأتها وحاضرها ج- تفاصيل الوضع الراهن.

أ- نشأة وكالات الأنباء: الدوافع والمبررات:

مرت صناعة الأخبار، والمعلومات بمراحل متعددة، وتطورت عملياتها (جمعاً، ومعالجةً، وتوزيعاً)، مع تطور طرق، ووسائل النقل، والاتصالات. وازدادت الحاجة إليها، بزيادة قوة ارتباطها، بمصالح الناس المتنوعة: (العسكرية، والاقتصادية، والثقافية،...إلخ) التي تعتمد في نموها، وحركتها، على تدفق الأخبار، والمعلومات. وتتسع الحاجة إليها، كلما تشعبت المصالح، وتداخلت، واتسعت المساحات التي تتحرك فيها .
في البداية كانت الصحافة المقروءة توفر الأخبار، والمعلومات، التي يحتاجها الناس في قضاء حوائجهم، ثم لاحقاً انضمت الإذاعة، والتلفزيون إلى الصحافة، للقيام بهذه المهمة.
لكن نظراً لاتساع المساحات، وتنوع موضوعات الأخبار، والمعلومات. صارت تكلفة الحصول عليها عالية جداً، ولم يعد في استطاعة أية وسيلة إعلامية، أن تتحمل هذه التكلفة العالية بمفردها، ومن هنا ظهرت الحاجة، إلى تعاون وسائل الإعلام، وتضامنها، في توكيل من ينوب عنها، في أداء هذه المهمة، وتوزيع التكلفة فيما بينها، وبذلك ظهرت وكالات الأنباء في حيز الوجود .
ثم ولنفس الأسباب الاقتصادية، تطورت الفكرة، وتنوعت الوكالات من حيث قدرتها على التغطية، ما بين وطنية، وإقليمية، وعالمية. ونشأت التكتلات، والاتحادات بين الوكالات، لتقليل التكلفة، واقتسام مناطق النفوذ، والحصول على أوسع تنوع موضوعي، وجغرافي، للمحتوى الإخباري، والمعلوماتي، حتى تحكمت الوكالات، في ذلك المحتوى، وحددت الأجندة، ووجهت احتياجات الناس، من خلال التحكم، في اختيار الموضوعات، وطريقة معالجتها، ومواقيت بثها.

ب- <u>سونا ما بين نشأتها وحاضرها</u> :-

أسست وكالة السودان للأنباء (سونا)، في مطلع السبعينيات، من القرن العشرين، كأول وسيلة إعلام حكومية، مختصة، ومتخصصة، في إنتاج الأخبار، والمعلومات السودانية، وتوزيعها، على وسائل الإعلام الداخلية، والخارجية. وقد كانت من قبل، وكالة خاصة باسم وكالة الأنباء السودانية، لصاحبها عبد الكريم عثمان المهدي. وجاء تأسيسها متزامناً، مع تأميم الصحف السودانية، في بداية عهد الرئيس جعفر نميري، لتنضم إلى مجموعة وسائل الإعلام الحكومية القائمة: الإذاعة، والإنتاج السينمائي، والتلفزيون. واستطاعت في زمن وجيز، رغماً عن حداثة عهدها، أن تصنع لنفسها اسما بارزاً، كمنتج ومزود بالأخبار، والمعلومات لوسائل الإعلام الداخلية، والخارجية، بفضل ما وجدته، من اعتراف بأهمية دورها، وما حظيت به من اهتمام خاص، من السلطات العليا بالدولة.

وتمثل ذلك، في شروط خدمتها المميزة، وتمويلها العالي، وقدرتها في استقطاب أفضل الكفاءات الصحفية، والتقنية، والإدارية، واقتناء أعلى التقانات الأمر، الذي هيأ لها أفضل بيئة عمل، وأفضل منتجات إعلامية، في مجالها صعدت بها، إلى مصاف الوكالات الإقليمية، وصارت إحدى ثلاث وكالات على مستوى إفريقيا، بجانب وكالة الشرق الأوسط المصرية، ووكالة الأنباء النيجيرية .

وصلت الوكالة، إلى هذه المرتبة المتقّدمة، من الأداء في فترة لا تزيد كثيراً، عن خمسة عشر عاماً، منذ نشأتها، في مطلع السبعينيات. ولكن بدأ الضعف يضرب أركانها، بعد الانتفاضة في منتصف عقد الثمانينيات، وحتى نهايته، إذ شهدت الوكالة تدهوراً مريعاً، أفقدها كل ميزاتها، وشروط تفوقها، نتيجةً لشبهة ارتباطها، بالأجهزة الأمنية، التي طالبت بعض قوى الانتفاضة، بحلها. وهو قرار لا تقل مخاطره، عن قرار حل الإدارة الأهلية، وقرارات التأميم، والمصادرة، وتفكيك السكة حديد.

وتتلخص أهم جوانب التدهور، في فقدان سونا لوضعيتها المتقدمة، في سلم اهتمامات، وأسبقيات قيادة الدولة، ففقدت استقرارها الإداري، وتراجع تفوقها التقني، وتراجعت كثيراً شروط خدمة عامليها، حتى صارت في ذيل القائمة، بعد أن كانت في قمة رأسها، مما أدى إلى هجرة، وتسرب كفاءاتها الصحفية، والتقنية، والإدارية، بعد أن لحق التدهور بكل أنظمتها، وبيئتها، حتى لم يعد يقوى، على البقاء فيها، إلّا مضطر ،أو صاحب رسالة، وعزيمة قوية ، منذ نحوٍ من ثلاثين سنةً مضت، ولم تستطع سونا، العودة إلى مسارها الصحيح، الذي افتقدته في عام 1985م، وما زالت آثار الرهق باديةً على كل قطاع منها .

ج - تفاصيل الوضع الراهن :

أولاً : التنازع على الاختصاص :

لأسباب ولتقديرات خاطئة، أضعفت (سونا) بطرق متعددة: (تشريعية ، ومالية، وسياسية) لترتخي قبضتها على اختصاصها، ويتراجع تفوقها، في تخصصها كمنتج أساسي، للأخبار والمعلومات السودانية، ومصدرها المرجعي، والمزود لوسائل الإعلام، وصناع القرار، ومراكز البحوث، في الداخل، والخارج بأهم خدمة إعلامية، تسهم في تحديد الاتجاهات، وصياغة الرأي العام. لينفتح المجال لدخول جهات متعددة كحال (التي نقضت غزلها من بعد قوة أنكاثاً)، في مخالفة صريحة، لما توافقت عليه وسائل الإعلام، في العالم، بأن تتعاون، ولا تتنازع، وتتفرق للحصول، على هذه الخدمة المهمة، في حياة الناس، نظراً لتكلفتها العالية، التي يصعب أن تتحملها أية وسيلة إعلام منفردة. وقد كانت النتيجة النهائية، لتلك التقديرات الخاطئة، هي ضعف الصنعة، وتبديد الموارد الشحيحة، التي كان الأولى تركيزها.

ثانياً: الوضع القانوني:

حولت (سونا) إلى هيئة عامة، محكومة بأمر تأسيس في عام 2007م، تحت قانون الهيئات العامة لعام 2003م. وشكل هذا الوضع تراجعاً، عن وضعية سونا قبل 2007م، حيث كانت تحكم، بقانون

مستقل، منذ 1991م. وقد أسهم الوضع الجديد، في تقييد حركة (سونا)، الأمر الذي لا يتناسب، مع طبيعة الأخبار، التي يغلب عليها الطابع الاستثنائي، الذي تفرضه الحوادث الطارئة، في كثير من الأحيان، والتي هي خارج دائرة التنبوء، والتخطيط؛ الأمر الذي يتطلب قانوناً خاصاً، يراعي الفروق بينها، ووحدات الدولة الأخرى، في كثير من الجوانب التوظيفية، والإدارية، والمالية، والتنظيمية.

ثالثاً: الوضع التنظيمي والوظيفي:

تعمل الوكالة بهيكلين اثنين: أحدهما تنظيمي، والآخر وظيفي، مصدقين في عام 1997م، أي مضت عليهما سبع عشرة سنةً، حدثت خلالها، متغيرات كبيرة، في الإعلام، وفي الوكالة، ولم يعد الهيكلان مستجيبين، لهذه المتغيرات.

كان من أهم المتغيرات، اتجاه وكالات الأنباء، إلى الإنتاج متعدد الوسائط، الذي يشمل الصوت، والفيديو، والقرافيك، إضافةً إلى النص، والصورة الساكنة، استجابةً إلى حاجة الأسواق الجديدة، مثل: الفضائيات، والإنترنت، والهواتف الذكية، الأمر الذي يتطلب، خلق وظائف صحفية، وتقنية وإدارية جديدة. ومن المتغيرات خروج بعض الوظائف، عن دائرة الفعل، مثل: الوظائف المرتبطة بالتقنيات القديمة، كأجهزة اللاسلكي، وماكينات الطباعة، بدخول تقنيات الكمبيوتر، والأقمار الاصطناعية، والإنترنت، وكل ما يندرج تحت الإعلام الرقمي، وما يتطلبه من مراجعات جذرية، في الهيكلين.

ترتب على هذه المتغيرات، اختلال في توازن الهيكلين التنظيمي، والوظيفي، متمثلاً في النقص، في بعض التخصصات المطلوبة، والفائض في تخصصات أخرى غير مطلوبة، الأمر الذي تضخم معه، حجم الوظائف المساندة، على حساب الوظائف الأساسية، حيث صارت الأولى تعادل، ثلثي حجم قوة العمل، خلافاً للوضع الطبيعي، في الوكالات المماثلة حيث لا يتجاوز حجم القوة المساندة، أكثر من 15%، مثلما هو الحال في وكالة الأنباء الألمانية (د ب أ) التي يبلغ عدد الصحفيين فيها 800 من إجمالي عدد العاملين البالغ 900 موظفاً.

ومن المتغيرات، اتجاه وكالات الأنباء، نحو الإنتاج المتنوع، القائم على التخصص الموضوعي، في المحتوى، وإلى نظام الصحفي الشامل، من حيث امتلاك مهارات، إنتاج المحتوى متعدد الوسائط .

ومن جانب آخر فقد تراجع الوضع الوظيفي للعاملين، وتدهورت شروط خدمتهم، إلى أدنى المستويات، حتى بالمقارنة مع رصفائهم في الهيئات، التي تشرف عليها وزارة الإعلام، بعد أن كان وضعهم الوظيفي، وشروط خدمتهم قبل 1985م، من أحسن الأوضاع، وأفضل الشروط في وحدات الدولة، ولا تنافسهم إلا البنوك. هذا التدني الذي أصاب أوضاع العاملين، في (سونا) لا يتناسب مع طبيعة العمل، التي تستحوذ على كل وقت العاملين، سواء في مكاتبهم، أو بيوتهم، إذ إنهم في حالة استعداد دائم، لتلبية نداء العمل، في جميع الظروف الزمانية، والمكانية، في حالات الشدة، والرخاء، لا فرق احتفالات، أم حروب، وكوارث، وأوبئة.

حرم العاملون في (سونا) من أبسط الحقوق، التي يتمتع بها، من يشغلون وظائف عادية، لا يتطلب أداؤها أية أوضاع استثنائية – فقد حرموا من بدل اللبس، وهم الأجدر به، لأن وظيفتهم تضعهم، أمام كل المقامات، في كل أنواع المناسبات، والأماكن. كما أنهم يتقاضون، أدنى فئات طبيعة العمل، رغم كل المخاطر التي تهددهم، والظروف الاستثنائية التي تتطلبها أوضاع عملهم.وكل هذه العوامل مجتمعةً قعدت بأداء الوكالة، عن مستوى الطموح، الذي تقتضيه ظروف التحدي، التي تواجه السودان، والإعلام.

رابعاً: ضبابية العلاقة مع الوحدات الاتحادية والولائية :

تشكل الوحدات الحكومية الاتحادية، والولائية المصادر، والمظان الأساسية للأخبار، والمعلومات عالية الاستهلاك داخلياً، وخارجياً لارتباطها بمصالح الناس، ولأن حراكها هو المؤشر الرئيسي الذي تقاس به أنشطة الدولة.

ورغم أهمية ما ذكر إلا أنه لا توجد علاقة، وقنوات واضحة تضبط، وتوجه تدفق الأخبار، والمعلومات، بين تلك الوحدات، والوكالة بالشكل الذي يجعل (سونا) محيطة، بكل الأنشطة المهمة ذات الطبيعة الإعلامية، تمكيناً لها من أداء وظيفتها، وتيسيراً لربط الدولة بمواطنيها، وأصحاب المصلحة في الداخل، والخارج.

تفتقد العلاقة بين (سونا) والوحدات الاتحادية، والولائية، إلى التحديد الدقيق قانونياً، وإدارياً، وفنياً، ومالياً.

خامساً: قوة العمل :

تتمثل أهم الاختلالات، في قوة العمل، نتيجةً للأوضاع، التي مرت بها الوكالة، في خمسة مظاهر:-

- تقلصت القوة الكلية للعمل، فشغلت أقل من 50% من حجم الوظائف المصدقة، في الهيكل المجاز في عام 1997م، أي 352 وظيفةً، من 714 وظيفةً بالهيكل.
- اختل ميزان القوة بين الوظائف الإعلامية الأساسية، والوظائف المساندة، إذ تقلص عدد الصحفيين إلى أقل من 40%، من الوظائف المشغولة، وإلى أقل من 20%، من الوظائف المصدقة، مخالفاً للنسبة المعمول بها، في وكالات الأنباء، التي لا يقل فيها عدد الصحفيين، عن 85% من حجم القوة الكلية.
- اختلت معادلة الجندر بين الصحفيين، حيث ارتفع عدد الإناث إلى أكثر من 35%، الأمر الذي أثر سلباً، على قوة الأداء الفعلية، خاصة في أوقات، وأماكن الشدة لضعف استجابة العنصر النسوي، للعمل في مثل هذه الظروف، للأسباب المعروفة للجميع، وعلى رأسها طبيعة العمل الشاقة، والخطرة، بجانب التقاليد المجتمعية، والاعتبارات البيولوجية للمرأة، وجميعها مقدرة ومرعية.
- ارتفعت نسبة المسنين فوق سن 45 وسط الصحفيين، لتقترب من 70% من عددهم الكلي، الأمر الذي يعيق عمليات التدريب التحويلي، والاستجابة لمتطلبات العمل المتجددة، التي يفرضها تسارع التطور التقني، وتجدد أساليب العمل الإعلامي.

- انخفضت نسبة الشباب دون سن 35، إلى أقل من 5% من القوة العاملة الكلية للصحفيين، الأمر الذي يتعارض مع متطلبات الإعلام المعاصرة، التي تتجه إلى الاعتماد الكبير على الشباب، لمرونتهم وسرعة تكيفهم مع المتغيرات التقنية المتسارعة، وتحملهم لقسوة ظروف العمل، في مجال الأخبار.

تتلخص أهم أسباب اختلالات قوة العمل في الآتي:-

1- الهجرة الداخلية، والخارجية، للكفاءات النوعية والمتخصصة، نتيجة لضعف شروط الخدمة في الوكالة، وارتفاع أسهم هذه الكفاءات، في سوق العمل.
2- توقف المالية عن رصد أي اعتمادات لتعويض النقص بالتعيين، في مستويات الهيكل المختلفة القاعدية والوسيطة والقيادية، إذ تم آخر تعيين في مداخل الخدمة، منذ أكثر من عقدين أي منذ 1993م إلا استثناءات قليلة في 1998م، و2005م لأبناء الجنوب، وفقاً لاتفاقية السلام الشامل.
3- تقييد سد النقص بالمتعاونين، أو المتعاقدين، بقرارات من مجلس الوزراء ووزارة العمل.
4- الاعتراضات المتكررة، وعدم الرضا من العاملين، على استيعاب أية كفاءات، بأية صيغة في مستويات الهيكل المختلفة، على الوظائف التي تشغر، للأسباب سالفة الذكر، حتى لو تجاوزت نسبتها 50%، من قوة العمل المصدقة، بحجة أنها وظائف للترقي، ولا يجوز ملأها من خارج الوكالة، وفقاً لمفهوم اللوائح المعمول بها.

إن إنفاذ الترقيات بالطريقة التقليدية المعمول بها دون مراعاة لظروف العمل يؤدي إلى الآتي:

1- ملأ كل الوظائف الشاغرة، في مستويات الهيكل الوسيطة، والعليا، من الخامسة إلى الأولى، في الوظائف الصحفية، ومن السابعة إلى الثانية، في الوظائف التقنية، وإغلاقها تماماً، أمام أي استيعاب بأي صيغة.
2- استمرار إفراغ الوكالة، وتجفيفها – دون فتح منافذ للتعويض- من الكفاءات الصحفية، والتقنية خاصةً في مجال اللغات الحية: الإنجليزية، والفرنسية، ومجال البرمجيات، والتطبيقات الإعلامية الحديثة.
3- إغلاق الوكالة، وحرمانها من استيعاب الكفاءات غير المتوافرة فيها، في مجال الوسائط المتعددة: (النصوص، والصور، والصوت، والفيديو، والجرافيك) لتتمكن من تلبية احتياجات وسائل الإعلام المختلفة: (المقروءة، والمسموعة، والمرئية، والمتعددة) الأمر الذي يقود إلى الاستمرار، في تجميد مشروع تحديث الوكالة، وإهدار المال، الذي أنفقته عليه الدولة، حيث أنفقت (أكثر من 12 مليون دولار) على شراء المعدات، وتهيئة المقر الرئيسي للوكالة منذ عام 2007م.
4- استمرار تراكم كثير من أصحاب الكفاءة المتدنية، في مستويات الهيكل الوسيطة، والقيادية، واستمرار الصرف عليهم، دون جدوى تعود بالفائدة، على العمل.
5- إضعاف الوكالة، وإخراجها من المنافسة التي صار العنصر البشري، يمثل أهم أسلحتها، فقد صارت للكفاءات، والنجوم بورصات خاصة، ليفوز بهم من يدفع أكثر، والأمثلة التي تشهد على ذلك كثيرة، ومعروفة، على المستويين: الداخلي والخارجي.

<u>سادساً: الوضع التقني :</u>

- استجلبت الوكالة في إطار موازنة 2006م بعض معدات، وبرمجيات، معالجة الأخبار والمعلومات، في غرفة الأخبار بالمركز الرئيسي، بالخرطوم استعداداً للانتقال من الخدمة النصية، إلى الخدمة متعددة الوسائط.

- ركبت معدات، وبرمجيات غرفة الأخبار، ودرب الصحفيون، على استخدامها، وبدأ التطبيق الفعلي عليها.
- استجلبت الوكالة جزءاً، من معدات الإنتاج، متعدد الوسائط (كاميرات، ومسجلات ، ...إلخ)، وظف بعضها، في انتظار اكتمال شبكة جمع الأخبار.
- خططت (سونا) منذ 2006م، لتركيب شبكة ربط عبر الأقمار، لكل أنحاء السودان، وبعض المواقع الإقليمية، والعالمية الساخنة، وصدقت ميزانياتها، لكن لم يبدأ التنفيذ إلا 2009م.
- استجلبت الوكالة ضمن ميزانية 2009م، (96) محطة قمرية، موزعة لتغطية (72) نقطة داخلية، و (24) نقطة خارجية.
- صدقت المالية في 2010م، على تمويل المرحلة الثانية، من شبكة جمع الأخبار ولم تنفذ التمويل حتى الآن، رغم الوعود الكثيرة.
- صدقت المالية ميزانية المرحلة الثالثة ضمن ميزانية 2011م، وأجازها مجلس الوزراء والمجلس الوطني ، لكنها أيضاً لم تمول.
- ترتب عن إحجام المالية عن التمويل، تجميد المشروع لارتباط مراحله ببعضها، مما يعرض كل ما أنفق عليه، للضياع بسبب التقدم المتسارع، في التقنيات الإعلامية، الذي سيقود إلى تقادم التقنيات، وفقدانها قيمتها الفنية.
- الأجزاء التي جمدت المالية تمويلها، تعد أهم ما يميز وكالات الأنباء، وهي شبكات جمع، وبث، الأخبار. وبذلك تكون المالية قد أضاعت على الوكالة فرصةً كبيرةً لتسويق خدماتها، عالمياً نظراً للاهتمام الكبير، الذي ظل يحظى به السودان، منذ عدة سنوات بسبب الحرب، والاتفاقيات، والانتخابات، والاستفتاء، ... إلخ.
- اعتماداً على خطة الوكالة، والميزانيات المعتمدة، دخلت الوكالة في اتفاقيات مع جهات خارجية، لتزويدها بالأخبار، وربطها بمواقع الأحداث، في السودان، أو ما يعرف بالتشبيك، وكان ذلك سيكون البداية الحقيقية، لتحقيق الإيرادات المالية، التي ستسهم في التمويل الذاتي، لنشاطات الوكالة.
- خططت الوكالة للاستفادة المتعددة، من محطات جمع الأخبار، في التدريب، والتعليم، والتطبيب عن بعد، وأبرمت الاتفاقيات، مع عدة جهات داخلية، وكانت ستكون مورداً إضافياً أيضاً إذا وفر التمويل.
- الوكالة هي أول مؤسسة أدخلت، خدمة الرسائل الإخبارية القصيرة، عبر الهاتف المحمول، على نطاق المنطقة العربية، منذ عام 2004م، وظلت محتفظةً بتفوقها، في الداخل، وكانت المسافة بينها، والآخرين بعيدةً جداً، لموضوعيتها، ولما تتمتع به من مصداقية.
- خصصت الوكالة (18) محطةً، لجمع الأخبار من ولايات دارفور، ودربت مناديب الولايات على تشغيلها، بوضعها الراهن قبل اكتمالها، في انتظار تشغيلها بكامل طاقتها.

سابعاً: الوضع المالي :

- تحسن الوضع المالي، بل قفز فيما يتعلق بمشروعات التنمية، في عام 2006م، لكنه تجمد في 2007م، ليعود إلى التحسن في عام2009م، لكنه تجمد مرة أخرى في عامي 2010م و 2011م، رغم وجود الاعتمادات المصدقة لهذه الأعوام.
- أما فيما يتعلق بالتسيير (شراء السلع والخدمات) فقد ظلت اعتماداته متدهورةً منذ 1985م، ولم تتحسن إلاّ في 2010م، ثم عادت إلى التراجع المخيف، في 2011م حيث بلغ التخفيض في الاعتمادات أكثر من 80%، مما أجيز في مجلس الوزراء، والمجلس الوطني، الأمر الذي عطل الكثير من نشاطات الوكالة، وهبط بالروح المعنوية للعاملين، لأن الميزانيات الفعلية، لا تتجاوز في متوسطها لكل الأعوام 15% من الميزانيات المقترحة.
- شروط خدمة العاملين ضعيفة للغاية، وصارت (سونا) في ذيل هيئات الإعلام بعد أن كانت في مقدمتها، بفارق كبير في الحالتين.
- لمعالجة الوضع المالي المأساوي جلست الوكالة مع كل المسؤولين في وزارتي الإعلام والمالية، وكل الوزراء في الوزارتين ،والوكلاء ومديري التنمية والفصل الأول والسلع والخدمات ومدير الموازنة في المالية، ولم يجد ذلك شيئاً.
- على الوكالة مديونيات متراكمة من قبل عام 2007م، وظلت وزارة المالية تعتذر عن سدادها، رغم أحقية أصحابها، ووصول كثير منها إلى ساحات المحاكم، وبسبب هذه المديونيات، وقفت الوكالة أمام المحاكم في أكثر من مائة جلسة، حتى 2013م، بعدها وجه وزير المالية بسداد الاستحقاقات، الصادرة بأحكام قضائية.
- بعض هذه المديونيات مرتبط بتركيب معدات، وبرمجيات العمل في أمس الحاجة إليها، لكن امتنع موردوها عن تركيبها، حتى تفي وزارة المالية باستحقاقاتهم.

تبدو المالية وكأنها تتعمد تجفيف الوكالة من الكفاءات، فلا اعتمادات للتعيين في مداخل الخدمة، ولا في غيرها، من مستويات الهيكل الأخرى، لأكثر من عقدين، رغم ارتفاع أعداد المتقاعدين في قمة الهرم، وهذا يعني حرمان الوكالة من الدماء الجديدة، التي تحتاجها طبيعة العمل سريعة التغيير، لارتباط أعمال الوكالة بتقنيات الاتصالات، والمعلومات التي لا يجيد التعامل معها إلاّ فئات الشباب، وظل هذا الوضع قائماً، حتى نهاية 2013م، حيث تم التصديق بتعيين 100 مساعد محرر، في مدخل الخدمة، لم تكتمل حتى كتابة هذه الورقة، إلا إجراءات 27 منهم.

ثامناً:الوضع المهني :

- مازالت الوكالة تعمل بنظام الصحفي العام، ولم يقم العمل فيها على نظام الصحافة المتخصصة، وقد شرعت بعد منتصف عام2012م، في وضع التدابير، والتحضير للبدء عملياً، في الانتقال إلى نظام الصحافة المتخصصة والخاصة، وبدأت بالفعل تقسيم الصحفيين، على التخصصات الموضوعية المقترحة.

- اختارت الوكالة أن تصنع كادراً صحفياً متخصصاً موضوعياً، وشاملاً في الوقت نفسه في امتلاك، أدوات العمل التي تمكنه، من التحرك المرن عبر الجغرافيا، واللغات والوسائط ومراحل إنتاج الرسالة الإعلامية، وبدأت في تدريب الصحفيين في مجال اللغات، والوسائط المتعددة...، إلخ.

تاسعاً: بيئة العمل:

- تحسنت بيئة العمل في الوكالة بشكل كبير مقارنة على ما كانت عليه قبل عام 2010م .
- مستوى الصيانة للوكالة، كان أقل من حجم المال المدفوع فيها، ولا يتناسب التقسيم الداخلي للمبنى، مع متطلبات عمل الوكالة المستقبلي، لعيوب في الصيانة، ولعيوب أخرى مرتبطة، بالتصميم الأساسي للمبنى، ومع ذلك فالوضع أفضل مما كان، وبدأت معالجة بعض العيوب تدريجياً، لشح التمويل.
- اقتنت الوكالة أسطولاً متنوعاً من العربات لمقابلة الاحتياجات المختلفة للوكالة مثل ترحيل العاملين، والتغطية داخل المدينة، والتغطية خارج الخرطوم، لمسافات قريبة، والتغطية خارج الخرطوم، لمسافات بعيدة ووعرة.
- هناك تحسن ملحوظ في شبكات الإمداد الكهربائي، والمائي، والصرف الصحي، والتبريد، والاتصالات في المقر الرئيسي.
- يحتاج المبنى إلى مراجعة شبكات الإطفاء المائي، وشبكة المراقبة الإلكترونية، وبوابات الدخول، والخروج، ومواقف السيارات، ووسائل النظافة الخارجية للمبنى.
- رغم التحسن المذكور، إلا أن المبنى من حيث الموقع، والهيكل العام، غير مناسب لأعمال الوكالة، في المستقبل.

عاشراً: الجمهور:

عرفت وكالات الأنباء، في الماضي بأنها تقدم خدماتها للجمهور بطريقة، غير مباشرة بوساطة وسائل الإعلام الأخرى: (الصحافة، والإذاعة، والتلفزيون). لكن التطور الرقمي الذي حدث في تقانات الاتصالات والمعلومات، حول المواطنين العاديين إلى منتجين وناشرين، ولم يعودوا متلقيين سلبيين لما تمطرهم به وسائل الإعلام، وقد فتح هذا نافذةً جديدة للحوار، والتواصل المباشر مع الجمهور، الأمر الذي شكل تحدياً كبيراً للوكالة، لا مفر من التصدي له، وتهيئة نفسها لدخول هذا المعترك، والاجتهاد في استيعاب هذه الطاقات الإعلامية المجتمعية، وتوظيفها في تقوية منظومة الإعلام الوطني، خدمةً للمصالح العليا للسودان. وقد دخلت (سونا) فعلاً باستقطاب الدفعة الأولى من الشباب في بداية هذا العام، وتعكف الآن على تدريبهم، وتهيئتهم للقيام بهذه المهمة الجديدة.

هذا مضافاً إلى الطريق غير المباشر، للتواصل مع الجمهور، عبر وسائل الإعلام التي لم تهملها الوكالة، بل تسعي إلى تطوير علاقاتها معها، لتوسيع قاعدة الجمهور المستفيد من خدماتها، عبر العلاقات الثنائية المباشرة، مع تلك الوسائل أو غير المباشرة، عبر الاتحادات الإقليمية، والعالمية التي تنضوي تحت ألويتها تلك الوسائل.

حادي عشر: الحقوق الأدبية والحماية من القرصنة :

ظلت الوكالة تعاني من مشكلة مستمرة وعلى وجه خاص مع معظم وسائل الإعلام الداخلية، وتتمثل في إهدار حقوقها الأدبية بالاستفادة من خدماتها ونقلها حرفياً أو بتعديلات طفيفة لأغراض التمويه الصحفية وتجاهل نسبتها إليها أو نسبتها بلا حياء (مهني) إلى غيرها.

وفي هذا ظلم للوكالة كمؤسسة، وظلم لزملاء المهنة، من الصحفيين العاملين في الوكالة.

ثاني عشر: المخرجات:

- تنتج الوكالة ما بين 80 إلى 120 خبراً داخلياً، في اليوم، حسب حجم الأحداث، وتبثها بثلاث لغات: (العربية ، الإنجليزية والفرنسية).
- تستخدم الوكالة في إنتاجها كل أنواع القوالب الفنية الصحفية (تقارير، وملفات، وتحقيقات ، ودراسات ، واستطلاعات ، ونشرات خاصة).
- تقوم الوكالة برصد وترجمة التقارير والدراسات المنتجة خارجياً وتوزيعها للجهات ذات الصلة.
- تنتج الوكالة مجموعة من الرسائل القصيرة المتنوعة (عاجلة، وسياسية، ورياضية، وعلمية،...إلخ) وتوزعها لمشتركيها في الداخل، وبدأت في الترويج لخدماتها للمغتربين.
- تبث الوكالة أخبارها وبقية الأشكال الصحفية الأخرى في (3) مواقع على الإنترنت بثلاث لغات هي: العربية، والإنجليزية والفرنسية. أما مجلة سوداناو فتبث باللغة الإنجليزية فقط.
- تبث الوكالة خدمة الرسائل الإخبارية القصيرة عبر الهاتف المحمول بلغتين اثنتين: (العربية، والإنجليزية) على مشتركيها في ثلاث شركات زين، سوداني، وMTN.
- توزع الوكالة نشرة خاصة، تجمع فيها ما يدور عن السودان، في وسائط الإعلام الخارجية، مما له صلة بالسودان والدول الشقيقة، والصديقة في إصدارتين اثنتين: صباحية ومسائية، توزعها على جهات مختارة محدودة.
- تدير الوكالة منبراً صحفياً تدعو له وسائل الإعلام الداخلية، والخارجية تقدم من خلاله، أجهزة الدولة الرسمية، والأهلية نفسها، إلى الجمهور، عبر وسائل الإعلام. ويتراوح عدد المنابر التي تديرها الوكالة مابين 4 - 10 منابر في الشهر في مختلف الموضوعات.
- تدير الوكالة مركزاً للتدريب المتنوع، وقد حاز على وضعيةً متقدمة، لدى المجلس القومي للتدريب، من حيث التجهيز، ومستوى المخرجات، وعدد المتدربين.
- للوكالة اتفاقيات ثنائية، للتعاون، وتبادل الأخبار، مع (19) وكالة عربية، وأفريقية، وآسيوية، وهي عضو في أربعة اتحادات للوكالات العربية، والإسلامية، والأفريقية، وبوابة SSIG - التي تضم 170 دولةً من كل أنحاء العالم – والتي أشادت بأداء (سونا) عدة مرات.

الجـــزء الثانـــــي

آفاق المستقبل

مقدمة الجزء الثاني :

لقد صار استشراف المستقبل أمراً ضرورياً، ظل يشغل تفكير كل وسائل الإعلام، في جميع أنحاء العالم، منذ تفجر الثورة التقنية الرقمية، وعلى وجه خاص في العقدين الأخيرين، بفعل ما ظلت تعززه هذه الثورة، من تحديات، وما تحدثه من متغيرات مطردة، في كل مراحل ومكونات العملية الإعلامية، وقد كان من أهم نتائج هذه الثورة، أنها وضعت الإعلام على درجة عالية، من الأهمية وقوة التأثير، في مجالات الحياة المختلفة، الأمر الذي دفع الرئيس الروسي، فلاديمير بوتن إلى الاعتراف الصريح، بهذا الوضع المتميز للإعلام، أمام قمة وسائل الإعلام العالمية، لمناقشة التحديات التي تواجهها، في مؤتمرها الثاني، الذي انعقد في موسكو العاصمة الروسية، في الأسبوع الأول من يوليو 2013م، إذ قال: " إن الإعلام اليوم وغداً، هو الذي يحدد اتجاه السياسة العالمية، والاقتصاد، وبقية مجالات الحياة، وإن وسائل الإعلام، بتضامنها قادرة على حل، أكثر المشكلات العالمية تعقيداً، إذا ما توفر للإعلاميين المستوى العالي من المسؤولية المهنية، والأخلاقية، والأدبية "، وسيظل ما قاله الرئيس البشير: " الناس على دين إعلامهم"، هو الأقوى تعبيراً.

الاتجاهات الإعلامية الجديدة لوكالات الأنباء:

لم تكتف وكالات الأنباء بمناقشة تحدياتها في إطار المؤتمرات الإعلامية العامة فحسب، بل لجأت إلى تنظيم مؤتمراتها الخاصة، المتخصصة في شؤونها عالمياً وإقليمياً ووطنياً، وكان آخرها انعقاد المؤتمر الدولي الرابع لوكالات الأنباء، في العاصمة السعودية، الرياض في الأسبوع الثالث من نوفمبر 2013م، وكان أول المؤتمرات المتخصصة في موسكو 2004م، والثاني في أسبانيا 2007م، والثالث في الأرجنتين 2010م، وسيكون الخامس، إن شاء الله، في باكو عاصمة أذربيجان 2016م، ونرجو أن نشرك معنا الخبرات الإقليمية والعالمية في التعرف على اتجاهات مستقبل وكالات الأنباء ومطلوبات وكالة أنباء القرن الحادي والعشرين.

انعقد المؤتمر الدولي الرابع لوكالات الأنباء تحت عنوان: " إعادة تشكيل وكالة الأنباء في القرن الحادي والعشرين" بمشاركة رؤساء، وممثلي أكثر من سبعين وكالة أنباء، ووسائل إعلام ومؤسسات تقنية معلومات، واتصال عالمية. وتشكل معالجة واستثمار مواد الأنباء من قبل منتجيها، والمستفيدين منها أحد المجالات الرئيسية، التي ركز عليها، المؤتمر ليمنح الأعضاء فرصة للتعاون وتبادل المعلومات، ومناقشة قضايا الإعلام الرقمي، في الوقت ذاته.

وعقدت خمس جلسات في يومين لمناقشة خمس أوراق، كانت عناوين موضوعاتها:-

- منتجات وخدمات جديدة في الأسواق.
- وسائل الإعلام الاجتماعية وغيرها من المنابر الإخبارية الرقمية.
- وجهات نظر محرري الأخبار في وسائل الإعلام حول وكالات الأنباء.
- استغلال الفرص الجديدة.
- كيف تستطيع وكالات الأنباء دعم الاحتياجات المستقبلية للصحف.

كان أبرز المشاركين في إعداد وتقديم ومناقشة الأوراق من الوكالات ووسائل الإعلام ومؤسسات تقنية المعلومات والاتصالات:

وكالة أسوشيتد برس	وكالة رويترز	وكالة الصحافة الفرنسية

وكالة الأنباء الروسية	شركة (MSN)	شركة غوغل
شركة ياهو	قناة العربية	سكاي نيوز
برس أسوسييشن	قناة روسيا اليوم	وكالة الأنباء الأسبانية
صحيفة الغارديان	صحيفة الحياة	صحيفة لوس انجلوس تايمز
وكالة الأنباء النمساوية	وكالة أنباء الأناضول	**BBC**

وتلخصت أهم أهداف المؤتمر في تحسين قدرة محرري الوكالات كمنتجين رئيسين، للأخبار في العالم، ودعم مبدأ حرية الصحافة، وتوسيع الإدراك بخلفيات الأنباء، ودعم قدرة الوكالات في معرفة التطورات المهمة.

أهم ما خلصت إليه أوراق المؤتمر:

- أهم ما توقف عنده المؤتمرون، هو دخول المواطنين العاديين إلى دائرة إنتاج وتوزيع الأخبار، والمعلومات، ولم يعودوا يكتفون بالبحلقة في الشاشات، وإنما يبحثون عمن وراء تلك الشاشات، للتحاور معهم، وتغيرت طريقة عرض الأخبار، من الإلقاء إلى الحوار. فكيف تستوعب الوكالات هذه المتغيرات؟!
- أكد المؤتمرون أهمية وكالات الأنباء بحسبانها الشريان الذي يغذي غرف الأخبار في كل وسائل الإعلام، بأكثر من 60% من إنتاجها، مشيرين إلى أنه لا يمكن تصور العالم بدون وكالات أنباء.
- ودعا المؤتمرون، وكالات الأنباء إلى التمسك بمهنيتها، وتطوير قدراتها، والانتقال من مجرد وصف الأحداث، إلى نقلها ووضعها، في سياقاتها، التي توسع إدراك المتعاطين لخلفياتها، ودوافعها.
- ونبه المؤتمرون إلى ضرورة استيعاب المعادلات الجديدة، التي ستغير علاقة الوكالات الوطنية، مع الوكالات العالمية التجارية، وكيف يمكن للوكالات الوطنية أن تتهيأ لاستيعاب نشاط الأفراد، والمكاتب الصغيرة، وأن تقوم بدور المنتج الأساسي، والمصدر لأخبار بلدانها، لتكتفي الوكالات التجارية، بمهام التوزيع، وزيادة قاعدة الانتشار .
- ولم يغفل المؤتمرون، ضرورة حماية منتجات الوكالات، من القرصنة، وتأمين حماية الصحفيين، العاملين في المناطق الخطرة، تقديراً للطبيعة الشاقة، لعمل الوكالات.

إعادة تشكيل (سونا) في القرن الحادي والعشرين

إن إعادة تشكيل (سونا) والانتقال بها من وضعها الحالي، إلى الوضع الذي يقتضيه التجاوب الفعال مع التحديات الإعلامية الراهنة، والمستقبلية يتطلب إعادة صياغة كاملة لكل موجهات، وآليات العمل الأساسية.

الموجهات:

أولاً: الاختصاص:

تتولى الوكالة جمع الأخبار والمعلومات ذات الصلة المباشرة وغير المباشرة بالشأن السوداني ومعالجتها ونشرها وبثها داخلياً وخارجياً بالأساليب المهنية السليمة والطرق التقنية الحديثة، بما يحفظ مصالح السودان ويدرأ عنه المخاطر في الداخل والخارج.

ثانياً: الرؤيا:

أن تكون (سونا) المنتج الأساسي، والمصدر المرجعي، للأخبار والمعلومات السودانية وطنياً، وإقليمياً، وعالمياً.

ثالثا: الرسالة:

الاستمرار في تقديم الأخبار والمعلومات الدقيقة المناسبة، لشرائح جمهور المخاطبين في الوقت المناسب، عبر الوسائط والوسائل والقوالب الفنية المناسبة، للتعريف بالسودان وتقديمه للعالم كدولة حسنة الصورة والسمعة، ابتغاء تعزيز علاقاته ودعم مواقفه والحفاظ على مصالحه في الداخل والخارج.

أ- زيادة أعداد من يعرفون السودان من الجمهور العام والنوعي، على نطاق العالم، وزيادة وعيهم وفهمهم لقضاياه ومواقفه لحشد تعاطفهم ودعمهم في التجمعات الإقليمية، والدولية.

ب- تحقيق زيادة مستمرة في تدفق الأخبار والمعلومات، التي تعزز المعرفة الإيجابية بالسودان ونشرها وإتاحتها للجمهور النوعي والعام، في أنحاء العالم.

ج- التحسين المتواصل لدقة محتوى المعلومات وتوقيتها وأسلوب تقديمها ،وتوجيهها إسهاماً في تصحيح التصورات الخاطئة، وتعزيزاً للصور الصحيحة.

د- تيسير الوصول إلى المعلومات الصحيحة عبر الوسائط المتعددة والقوالب الفنية المتنوعة.

رابعاً: الهدف الإستراتيجي العام:

يتكون من ثلاثة عناصر تشكل منظومة واحدة متكاملة مستمرة التحديث وتمثل مقومات العمل الأساسية في وكالات الأنباء وهي: -

أ- بناء شبكة لجمع الأخبار والمعلومات بمواصفات مهنية عالية (بشرياً، وتقنياً،

وتنظيمياً) قادرة على الإحاطة بالشأن السوداني داخلياً وخارجياً.

ب- بناء غرفة لمعالجة الأخبار والمعلومات بمواصفات مهنية عالية (بشرياً، وتقنياً، وتنظيمياً) قادرة على صياغة وتكييف المحتوى، وفقاً لتطلعات واحتياجات الشرائح المعنية بالرسالة الإعلامية من الجمهور العام والخاص.

ج- بناء شبكة لتوزيع وبث الأخبار والمعلومات بمواصفات مهنية عالية (بشرياً، وتقنياً، وتنظيمياً)، قادرة على إيصال المحتوى إلى الجهات المعنية بالطريقة المناسبة في الوقت المناسب.

خامساً: القيم الحاكمة:

الصحافة نشاط اجتماعي ينظم سلوكيات المنتمين إليها داخل جماعتهم وفي المجتمع، وهذا النشاط ينتج عنه ثلاثة أشياء: علاقات متشابكة بين الصحفيين، ووظائف يقومون بها كي يستمر هذا النشاط الاجتماعي، وقيم تلتزم بها هذه الجماعة أو تسعى للالتزام بها كي يستمر هذا النشاط، والذي يعنينا هنا هو مدى المسؤولية الاجتماعية لهذا السلوك الصحفي .

وفي الصحافة كمهنة، لابد من التفريق مابين القيم الإخبارية ، والقيم المهنية للتغطية الخبرية ، فالقيم الإخبارية تعتبر قيم متغيرة تبعا للعوامل الآيديولوجية، وهي تتضمن : الجدة، والتوقيت، والضخامة، والتشويق ، والصراع ، والمنافسة ، والتوقع والغرابة، والشهرة ، أما القيم المهنية للتغطية الخبرية ، وتسمى بصفات الخبر كالصدق والدقة والموضوعية، ومعلوم أن وجود المصداقية يؤدي إلى وجود الموضوعية، التي تتمثل في النزاهة والحيدة، والدقة، والتوازن، والشمول. وهي مسؤوليات يحتذي بها الصحفي أو المحرر عند كتابة مادته الإخبارية، وإذا ربطنا القيم المهنية للتغطية الخبرية بالمسؤولية الاجتماعية، فهي جوهر مسؤولية الصحفي أمام مصدره وجمهوره ، وهي تقسم إلى قسمين : قيم جمع المادة الخبرية، وقيم كتابة الخبر. والموضوعية بعناصرها الثلاثة: الإسناد للمصدر، وفصل الخبر عن الرأي، والتوازن، ليست أخلاقيات شخصية للصحفي ،بل إنها أخلاقيات للمؤسسة ككل .

وفي فترة الستينيات زاد الاهتمام بقضية المصداقية داخل الدوائر الأكاديمية، وذلك نتيجة لهبوط الثقة في وسائل الإعلام، والتي سميت بأزمة المصداقية، وخاصة مع ظهور التعددية السياسية، وتنوع الملكية للوسائل الإعلامية.

الآليات (مقترحات الحلول المستقبلية) :

سادساً: التعاون لا التنازع:

قامت وظيفة وكالات الأنباء في العالم على التعاون بين وسائل الإعلام المختلفة أملاً في الحصول على الأخبار والمعلومات بتكلفة معقولة في مقدور هذه الوسائل، وهو أمر تزداد الحاجة إليه كلما كثرت وتنوعت وسائل الإعلام في أية دولة. وهو كذلك مطلوب بشدة في السودان في الوقت الراهن، والمستقبل بأن تعود (سونا) إلى وضعها الطبيعي المتعارف عليه ،كمنتج رئيسي ومصدر

مرجعي ومزود لكل وسائل الإعلام الداخلية والخارجية بالأخبار والمعلومات السودانية؛ وفي ذلك قوة لــ(سونا) ولوسائل الإعلام الوطنية الأمر سيمهد الطريق لتصعيد (سونا) مرة أخرى، إلى وكالة إقليمية كما كانت قبل 1985م، وسيرفع عبء تحمل التكلفة العالية لجمع الأخبار، عن كاهل وسائل الإعلام الوطنية، والاكتفاء بأساس الأخبار من (سونا)، والتميز فيما بينها بمعالجة هذا الخبر الأساسي، تفسيراً وتعليقاً وتحليلاً وتطويراً، وغيرها من الإضافات. وينطوي ذلك على فوائد متعددة منها ترشيد الإنفاق بتوجيهه إلى مقاصده الصحيحة، وإعلاء قيمة التخصص سعياً للارتقاء بالخدمة، وضبط قنوات التدفق الإخباري، تحرياً لمنع التضارب في المعلومات، وضبط الخطاب الرسمي .

السودان الآن في حاجة إلى بناء رموز في جميع المجالات، تكون بمثابة الأعمدة التي يقوم عليها البناء، وقد كانت (سونا) أحد هذه الأعمدة، ويمكن أن تعود إلى مكانتها فقط يحتاج الأمر إلى تعاون بين وسائل الإعلام الوطنية، وإلى قرار من جهات الاختصاص، وستكون هذه أولى محطات (سونا) للانطلاق بقوة نحو المستقبل، تمشياً مع الاتجاه العالمي نحو التخصص، وضبط الاختصاص الذي يقود إلى ارتقاء كل وسيلة، وتفوقها في مجالها.

سابعاً: العلاقة مع الحكومة:

تعد المصداقية من أكثر العوامل تأُثيراً، في مقبولية وكالات الأنباء، وأحد أهم ركائز قوتها، وفي المقابل فإن العلاقة المباشرة بالحكومات، تؤثر سلباً على مصداقية المؤسسات الإعلامية عامة، والإخبارية على وجه خاص، وفي سبيل التغلب على هذه المشكلة، لجأت كثير من الدول إلى تحويل مؤسساتها الإعلامية، إلى شركات لتتمتع بحرية ومرونة أكبر.

وعليه وكحل وسط نقترح أن تنشأ (سونا) بقانون خاص كهيئة عامة مستقلة ذات طبيعة خاصة وأن يكون على رأسها مجلس إدارة على الصيغة ذاتها التي تدار بها وكالة الصحافة الفرنسية (AFP)، إذ يتكون مجلس إدارتها من (15) عضواً، (8) منهم يمثلون الصحافة الفرنسية، و(2) يمثلان العاملين بالوكالة، و(2) منهم يمثلان الإذاعة والتلفزيون، المملوكيين للدولة، و(3) يمثلون الحكومة أحدهم يرشحه رئيس الوزراء، والثاني يرشحه وزير المالية، والثالث يرشحه وزير الخارجية. وأن تكون علاقتها بالحكومة أشبه بمجلس الصحافة، أو المراجع العام أو السلطة القضائية، وهو أمر يناسب الوضعية التي صار إليها الإعلام عامةً، ووكالات الأنباء على وجه خاص، من حيث الأهمية وقوة التأثير على مجريات الحياة.

ثامناً: نظم التعيين والترقي:

لم تعد النظم المعمول بها في التعيين في الوظائف الحكومية، والترقي في سلم درجاتها قادرةً على اجتذاب الكفاءات أو الاحتفاظ بها في سلك الوظيفة العامة، وإنما تعجل بإفراغ الوظائف من الكفاءات، والإبقاء على العاطلين عن المواهب، وأصحاب الأداء المتدني، في الوقت الذي يعتمد فيه التعيين في الوظائف الإعلامية على النجومية، والترقي على العطاء المتميز. وقد صارت للإعلاميين

في الآونة الأخيرة بورصات خاصة تتنافس عليهم فيها وسائل الإعلام المختلفة، ومثل هذا ليس عن السودان ببعيد، فقد شهدت الصحافة والفضائيات السودانية مثل هذا الصنيع، وقد تابع الجميع مثل هذه الحالات التي يتقاضي فيها شخص واحد ما يعادل أكثر من عشرة أضعاف ما يتقاضه أمثاله في الخدمة الإعلامية الحكومية، ولا نستكثر ذلك عليهم بل يستحقون أكثر منه، فهم ليسوا بأقل من العاملين في البنوك التجارية، وشركات الاتصالات.

الوضع السليم هو التخلي تماماً عن نظام التعيين المستديم واستبداله بالصيغ التعاقدية سواء بالمدة الزمنية أو بالإنتاج أو بالمهمة المحددة، أو التشغيل في الخارج (Out sourcing)، وأن يرتبط الترقي بالمسار المهني الذي يرتبط بالأداء والمسار التدريبي، والتأهيلي .

تاسعاً: العلاقة مع الوحدات الحكومية الاتحادية والولائية:

بالمنظور الجديد للإعلام تمثل العلاقة مع الوحدات الحكومية الجزء الأساسي من شبكة المصادر، والخبراء التي تتحكم في حجم، ونوع التدفق الإخباري، والمعلوماتي الذي يعبر عن نشاط الحكومة وأداء أجهزتها، ويمثلون المستوى الثاني أو الوسط من طبقات جمع الأخبار والمعلومات، وهم الأكبر أهمية، وبالنظر إلى التحديات التي أحدثها الإعلام الرقمي، التي صار بموجبها المواطنون العاديون، منتجين وناشرين صحفيين فعالين بفضل المزايا التي تتيحها لهم الحواسيب والمتصفحات الإلكترونية والهواتف الذكية، فأخذوا يشكلون الطبقة أو المستوى الثالث من طبقات جمع الأخبار؛ وهم الأكثر عدداً والأقل مهنية، ورغم ذلك تستصحبهم معظم وسائل الإعلام، ويشكلون مصدراً مهماً لها. ويمثل المخبرون الصحفيون الذين يتحركون من المركز أي (سونا)، المستوى أو الطبقة الأولى وهم الأقل عدداً، ولكنهم الأكثر مهنية وأهمية.

في اتجاه التعاون لزيادة التدفق الإخباري والمعلوماتي وتوزيع التكلفة على الجهات المستفيدة من هذا التدفق يتطلب الأمر تنظيم علاقة مقننة مع الوحدات الحكومية تضمن التدفق السلس والتكلفة المناسبة لكل الأطراف. تحدد العلاقة التزامات الأطراف وحقوقها إزاء المقومات الأساسية للعملية الإعلامية، مثل تبعية القوة البشرية، ومسؤولية التجهيز التقني وتأهيل الكادر العامل وجودة المحتوى الإخباري...، إلخ.

ترى (سونا) أن تقوم علاقة شراكة بين (سونا) والأجهزة الاتحادية، والولائية تحكمها عقود، وتشريعات واضحة ويمكن الاستفادة من التجربة المعمول بها نظام المحاسبين والمراجعين الداخليين في شكل علاقاتهم برئاساتهم في وزارة المالية، والوحدات الموزعين للعمل فيها.

عاشراً: القوة العاملة:

- إعادة التوازن إلى عدد ونسبة توزيع القوة العاملة، بحيث تكون النسبة الأكثر للقطاع الصحفي الفعال كقطاع رئيسي، ثم قطاع الإسناد كقطاع مساعد قريباً، من المعادلة التي تعمل بها الوكالات المتقدمة مثل وكالة الأنباء الفرنسية، التي يبلغ العدد الكلي للعاملين فيها 900 منهم 800 في القطاع الصحفي، والـــ100 المتبقية للقطاع المساعد.

- إعادة النظر في وضع المرأة في سلك الوظيفة الإخبارية، وبحث إمكانية الاستفادة منها بشكل أفضل بمراعاة طبيعة عمل الوكالة، مقروءةً مع التقاليد المجتمعية، والتكوين الوظيفي.

حادي عشر: التقانة:

فك التجميد عن مشروعات الوكالة خاصة شبكة جمع وتوزيع الأخبار والمعلومات (MENOS)، لتمكين الوكالة من الاضطلاع بدورها، ضمن اختصاصاتها في مجال الأخبار نيابة عن الهيئات ووسائط الإعلام الوطنية والأجنبية تقليلاً للتكلفة ولإدارة وضبط تدفق الأخبار والخطاب الإعلامي بالإضافة إلى تحقيق إيرادات مالية من مبيعات خدماتها وذلك بتمويل المرحلتين الثانية والثالثة من مشروع (MENOS) ولا تكتمل العملية إلا بتمويل برمجيات ومعدات معالجة وتحرير الأخبار والمعلومات .

ثاني عشر: التنظيم:

تقتضي طبيعة عمل الوكالة، التي تحتاج للمرونة والسرعة استبعاد التنظيم الوظيفي (Functional) والاختيار ما بين النظامين القطاعي (divisional) والمصفوفي (Matrix)، مع تفضيل الأخير. ويحبذ أن يقتصر التدرج الهرمي للهيكل على ثلاثة أو أربعة مستويات كحد أقصى، على رأسه مجلس الإدارة ثم المدير العام وتحته قطاعان :

أ- القطاع الصحفي، وهو يمثل الوظيفة الأساسية للوكالة.

ب- القطاع المساند، ويضم الوظائف المساعدة، التي يتطلبها العمل في الوكالة.

ثالث عشر: ترقية المهنة:

تمكين التخصص الموضوعي في أداء العمل الصحفي، وإعادة بناء القدرات وفقاً لمقتضيات المسار المهني المرسوم، وفقاً لبرنامج محدد لاستكمال العمل في الاتجاهين الرأسي والأفقي: التخصص الموضوعي، والشمول بالقدر المعقول في جوانب العمل الأخرى.

رابع عشر: الإنتاج:

التوسع في الإنتاج المتخصص، والخاص تمشياً مع الاتجاه المستقبلي، في الإنتاج الإعلامي تلبيةً لحاجات الجمهور وتطلعاتهم وزيادة الاهتمام بسياق التناول (Context) بعد ما صار الحصول على المحتوى ((Content) ميسوراً بدرجة كبيرة ،بعد دخول المواطن العادي، إلى دائرة إنتاج الأخبار والمعلومات وتوزيعها.

خامس عشر: الانتشار :

- التوسع في تطوير شبكة العلاقات الثنائية، والجماعية وإحسان توظيفها في توسيع دائرة انتشار الأخبار الإيجابية، عن السودان لأنها هي الوسيلة الوحيدة، إذ تعجز أية وسيلة إعلام

منفردةً مهما أوتيت من قوة، من مخاطبة كل العالم، لأسباب موضوعية تتعلق بحاجز اللغة، والاهتمامات والتوقيت وغيرها.

- التوسع في المخاطبة الضيقة (الخاصة) لجهات منتقاة، ذات تأثير على المستويين الداخلي والخارجي، مثل مراكز صنع القرار، ورموز المجتمع وقادة الرأي.

سادس عشر: التمويل:

- إيجاد معادلة موزونة للعلاقة بين التمويل الحكومي للوكالة، والخدمة التي تقدمها الوكالة للحكومة ونقترح لذلك الصيغة التي تربط بين الحكومة الفرنسية، ووكالة الصحافة الفرنسية بأن تقوم الحكومة بشراء الخدمة من الوكالة، ودعم مصداقيتها، بتسعيرة معقولة يتفق عليها كدعم غير مباشر، محافظة على استقلالية الوكالة. وقد كان معمولاً بهذه الصيغة في فترات سابقة من عمر الوكالة إذ كانت المصالح الحكومية تخصص ضمن ميزانيات تسييرها مبالغ مالية، لمقابلة خدمات (سونا) ومازال هذا البند موجوداً في قوائم إعداد الميزانية تحت الإعلان والنشر بالرقم المتسلسل 22221101، وكالة (سونا) .
- كما يمكن تخصيص رسم شهري بقيمة رمزية لا تزيد عن جنيه واحد شهرياً على الهواتف المحمولة نظير الخدمة الإخبارية المهمة العاجلة، التي ستقدمها لهم الوكالة مجاناً في صيغ رسائل إخبارية قصيرة (SMS).

سابع عشر: فرصة المعادلة الجديدة:

بدأت الوكالات العالمية التجارية في التراجع عن التوسع في بناء شبكاتها، في كل أنحاء العالم نظراً للمنافسة العالية والتكلفة الكبيرة، الأمر الذي فرض معادلة جديدة، تقوم فيها الوكالات الوطنية بدور المصدر الأساسي المعتمد لديها في بلدانها، وأن تكتفي الوكالات التجارية، بدور الموزع العالمي لمنتجات الوكالات الوطنية، مقابل نسبة مالية من العائدات وبذلك انعكست المعادلة، لصالح الوكالات الوطنية لتكسب في اتجاهين اثنين: زيادة إيراداتها المالية، وتوسيع دائرة انتشارها، وقاعدة المستفيدين من خدماتها، الأمر الذي يتطلب تعزيز دور الوكالات الوطنية داخل بلدانها، وتمكينها من أداء وظيفتها بالجودة والمهنية المطلوبين لتلبية شروط الانتشار العالمي.

ثامن عشر: مركز الدراسات وتطوير الأداء:

يعد المركز الآلية المعنية بدراسة، وإنشاء الأسواق الجديدة والمنتجات، من خلال دراسة خصائص الجمهور المستهدف ،والتعرف على تطلعاته واهتماماته، وتقديم المنتجات للتعرف على مدى مقبوليتها، وانتشارها وتأثيرها لإعادة تصميمها، أو إنتاج خدمات جديدة، كما يمكن الاستفادة من معلومات المتابعة لمخرجات الوكالة، في رصد التجاوزات المتعلقة، بالحقوق الأدبية والمادية، وكذلك معرفة مسارات، ونسب تدفق المعلومات، بالمقارنة مع مصادرها وموضوعاتها ووجهات تدفقها.

تاسع عشر : سونابيديا :

تطوير مركز معلومات (سونا)، إلى موسوعة شاملة عن السودان، تديرها وتغذيها الوكالة، بالاستعانة بشبكة المصادر، والخبراء التي تربط (سونا)، بكل وحدات الدولة الحكومية، وغير الحكومية.

الخـاتمة

لقد خلص التداول العالمي حول مستقبل وكالات الأنباء، إلى تعاظم الحاجة إلى وظيفتها وأنه لا يمكن تصور العالم بدونها ،إذ إنها بمثابة الشريان، الذي يغذي غرف الأخبار ،في كل وسائل الإعلام بأكثر من 60% من المحتوى الإخباري الذي تبثه، الأمر الذي يوجب الاهتمام بتعزيز وضعية (سونا) وزيادة الإنفاق عليها، للارتقاء بأدائها، لأن في ذلك ارتقاء بالخدمة الإخبارية السودانية، في وسائل الإعلام الوطنية، والأجنبية، الأمر الذي سيسهم بفاعلية، في التعريف بالسودان، وتقديمه كدولة حسنة الصورة، والسمعة، ابتغاء تعزيز أمنه القومي، وعلاقاته الإيجابية، ودعم مواقفه، للحفاظ على مصالحه العليا، في الداخل، والخارج.

التوصيات

1. الاعتراف بولاية (سونا)، على اختصاصها، في صناعة الأخبار، والمعلومات، وتمكينها من تخصصها فيها، بإعطائها أولوية الاهتمام، والأسبقية في الإعداد، والتجهيز للنهوض بهذه المهمة، لتكون المنتج الأساسي، والمصدر الأول، والمرجعي للأخبار والمعلومات السودانية، وطنياً، وإقليمياً، وعالمياً؛ ترشيداً للإنفاق، وتوجيهه إلى مقاصده الصحيحة، وإعلاءً لقيمة التخصص، للارتقاء بالخدمة، والتفوق فيها، وضبط مصادرها، وقنوات تدفقها، منعاً للتضارب، وتنسيقاً لخطاب مؤسسات الدولة.
2. تنشأ (سونا) بقانون خاص كهيئة عامة، ذات طبيعة خاصة، وإعادة تكييف علاقتها، مع الحكومة لتشابه علاقة المجلس القومي للصحافة، أو ديوان المراجعة القومي، أو السلطة القضائية لتعزيز مصداقيتها، وزيادة الثقة في مخرجاتها، ودرجة مقبوليتها وانتشارها، وتأثيرها داخلياً وخارجياً. وأن يكون على رأسها مجلس إدارة على الصيغة ذاتها التي تدار بها وكالة الصحافة الفرنسية (AFP)، مع إجازة الهيكل الإداري والمسار المهني المقترحين.
3. تقنين علاقة (سونا) بالوحدات الحكومية الاتحادية والولائية، لتحسين سرعة تدفق الأخبار، والمعلومات، وجودة محتواها، لتطوير قدراتها في التعبير، عن أداء أجهزة الدولة، وأهم أنشطتها، كأحد أهم جوانب التعريف بالسودان، وربطه ببنيه، وتقديمه للعالم.
4. التعجيل بتنفيذ المرحلتين الثانية، والثالثة، من شبكة جمع الأخبار لتحقيق السيادة الإعلامية للوكالة، في التغطية الداخلية، وتأهيلها بقوة للانتقال، إلى وكالة إقليمية، لا سيما وأن (سونا) قد حققت ذلك من قبل، عندما وجدت الاهتمام اللازم، والتفهم لدورها ووظيفتها.
5. التخلي تماماً عن نظام التعيين المستديم، واستبداله بالصيغ التعاقدية، سواءً بالمدة الزمنية، أو بالإنتاج، أو بالمهمة المحددة، أو التشغيل من الخارج (Out sourcing)، وربط الترقي بالمسار المهني، المتعلق بالأداء، والمسار التدريبي، والتأهيلي، إنصافاً للعاملين، وعلى الأقل، مساواتهم، بزملائهم العاملين، في الوظائف الأقل خطورةً.

**** الحمد لله رب العالمين ****

الملاحق

1/ المؤتمر الدولي الرابع لوكالات الأنباء- الرياض – نوفمبر 2013م:

عقد المؤتمر الرابع لوكالات الأنباء بالرياض خمس جلسات في يومين لمناقشة خمس أوراق، كانت عناوين موضوعاتها:-

- منتجات وخدمات جديدة في الأسواق.
- وسائل الإعلام الاجتماعية وغيرها من المنابر الإخبارية الرقمية.
- وجهات نظر محرري الأخبار في وسائل الإعلام حول وكالات الأنباء.

- استغلال الفرص الجديدة.
- كيف تستطيع وكالات الأنباء دعم الاحتياجات المستقبلية للصحف.

كان أبرز المشاركين في إعداد وتقديم ومناقشة الأوراق من الوكالات ووسائل الإعلام ومؤسسات تقنية المعلومات والاتصالات:

وكالة أسوشيتد برس وكالة الأنباء الروسية	وكالة رويترز شركة (MSN)	وكالة الصحافة الفرنسية شركة غوغل
شركة ياهو	قناة العربية	سكاي نيوز
برس أسوسييشن	قناة روسيا اليوم	وكالة الأنباء الأسبانية
صحيفة الغارديان	صحيفة الحياة	صحيفة لوس انجلوس تايمز
وكالة الأنباء النمساوية	وكالة أنباء الأناضول	BBC

<u>أهم ما خلصت إليه أوراق العمل:</u>

<u>لاعبون جدد</u>

- أقر المتحدثون من الجانبين – وكالات الأنباء وعملاؤها من وسائل الإعلام ومؤسسات تقانة المعلومات والاتصالات – بأهمية دراسة آثار المتغيرات الكبيرة، التي شهدها حقل الإعلام، نتيجة للتقدم المتسارع، في تقنيات الاتصالات، والمعلومات، وانعكاساته العميقة، على مكونات وعناصر العملية الإعلامية، واتجاه تدفقها، وعلى رأس هذه العناصر: الجمهور، أو المستهلك للمخرجات الإخبارية، والمعلوماتية، إذ لم يعد الجمهور متلقياً سلبياً، وإنما صار مشاركاً، في إنتاج المحتوى الإعلامي المتعدد الوسائط، ومعالجته، وتوزيعه بسرعة عالية في كل أنحاء العالم، كما أن له سلطة كبيرة، وقدرة عالية، على اختيار ما يحتاج إليه، ويرغب فيه من المعروض الإعلامي، المتنوع، الوفير في الزمان، والمكان وبالطريقة، والوسيلة،التي تناسبه .

<u>أسواق جديدة</u>

- سلّم المتحدثون بأن هذه المعطيات الجديدة قد أفرزت بالفعل جمهوراً (سوقاً) جديداً من المتعاطين مع المنتجات الإعلامية، ويتركز معظمهم في شرائح الشباب من الجنسين، وصارت العملة السائدة، المتداولة في أوساطهم، هي: تبادل المحتوى الإعلامي، بوسائطه المتعدّدة: (النص،والصورة،والصوت،والفيديو،والجرافيك) عبر العالم، لا ينامون إلا وهواتفهم بجانبهم، وسماعاتهم على آذانهم، وأصابعهم وأعينهم على شاشات هواتفهم، في حركتهم، وسكونهم يبحثون ويتخيرون الموضوعات، والقوالب التي تناسبهم. ولا يقتنعون بما يرونه معروضاً أمامهم في الشاشات، بل ولا يكتفون بالتعليق عليه، وإنما يبحثون عمن وراء

تلك الشاشات، للتحاور معهم، وإعطائهم ما عندهم، من إضافات، ومقترحات، لتطوير، وإثراء ما استقبلوه منهم، عبر هذه الشاشات. وتساءل المتحدثون عن طبيعة المنتجات الجديدة التي تناسب هذا الجمهور الجديد، وعن هذه الأسواق الجديدة ؟

شكل العالم بدون وكالات أنباء:

- أكد المتحدثون من وسائل الإعلام العالمية الكبرى:(صحيفة لوس أنجلوس تايمز و BBC والغارديان، وقناة العربية، وصحيفة الحياة وغيرها) رغم ما ذكر أنهم لا يستطيعون تصور العالم، بدون وكالات أنباء لأنها تمثل الشريان، الذي يغذي غرف الأخبار في وسائل الإعلام، وأكد عبدالرحمن الراشد مدير قناة العربية أن 60% من عمل القنوات الفضائية، يعتمد على أخبار وكالات الأنباء، وهذا ما أكده أيضاً دافت مهراج، المحرر في صحيفة لوس انجلوس تايمز، من أن وكالات الأنباء، تمثل عصب الأخبار، وستكون المهمة بعيداً عنها بالغة الصعوبة، كما أكد بهروز أفاغ أن هيئة الإذاعة البريطانية (BBC)، ستستمر في الاعتماد على وكالات الأنباء، وغيرها من المصادر، إلا أنه ينبغي لوكالات الأنباء أن تتكيف مع شكل العالم الجديد الذي لم تعد تستهويه الأخبار الجامدة.

التمسك بالمهنية:

- ينبغي لوكالات الأنباء أن تتمسك بمهنتها الأساسية، وهي جمع الأخبار، والحرص على أدائها، طيلة ساعات اليوم، وأن تستفيد من قدراتها التقليدية، في تتبع التطورات في الأحداث، وتأكيد المصداقية، والموثوقية، وتوفير المعلومات، بالسرعة الكافية .

منتجات جديدة:

- على وكالات الأنباء تحسين أدواتها، في مواقع التواصل الاجتماعي، وتسخير أفضل العقول، للتعامل مع هذه المنابر الجديدة، وبناء فرق عمل جديدة، للتعامل مع الشرائح الجديدة، من الجمهور، وتصحيح، وتوليد المواد، التي ينتجها، وتطوير أفكار الأخبار ،بالاستطلاعات، والاستقراء، لمعرفة الاختلافات، بين شرائح العملاء.

معارف ومهارات جديدة لمهام جديدة:

- على الوكالات بناء، وتنمية معارف، ومهارات مراسليها لتكون الوظيفة ليست هي وصف الأحداث فحسب، وإنما نقلها ووضعها، في سياقها، الذي يوسع إدراك المتعاطين لخلفياتها، من خلال امتلاك المعارف، والمهارات اللازمة، للتعامل مع أدوات، وأساليب الإعلام الحديثة، بوسائطه المتعددة، وقوالبه المتنوعة.

المعادلة الجديدة أمام الوكالات التجارية:

- على وكالات الأنباء- التجارية خاصة - أن تهيئ نفسها لاستيعاب انخفاض عائداتها من الاشتراكات، من وسائل الإعلام التقليدية، التي أخذ دورها يتراجع، ومعه مواردها المالية. كما عليها أن تتهيأ لاستيعاب نشاط الأفراد، والمكاتب الصغيرة العاملة في مجال تزويد وسائل الإعلام، بالأخبار خصماً على حصتها، في تلك الوسائل، وذلك بأن تتجه الوكالات،

إلى الابتكار، واستحداث خدمات جديدة، والاستفادة من أرشيفها، لإضافة قيمة إلى أساس المادة الإخبارية، ووضعها في السياق الذي يعطيها الجاذبية، والقبول.

الحماية من القرصنة وتأمين حماية الصحفيين في المناطق الخطرة:

- دعم عمل الوكالات في معرفة التطورات المهمة في مجال الإعلام وحماية عملها من القرصنة وتأمين حماية الصحفيين العاملين في المناطق الخطرة.

2/ أمجاد (سونا):

- تمكنت الوكالة في يناير 1979م من إرسال الصور عبر التلفون كما حصلت الوكالة على تقنية التقاط الصورة وإرسالها بالراديو. وأدخلت الوكالة في عام 1983م أول جهاز (فاكس) في السودان وكان هذا الجهاز في ذلك الوقت يستخدم في استقبال بعض التقارير الإخبارية من بعض المراسلين إضافة إلى بعض المكاتبات لوزارة الخارجية والتي ترد من قبل سفاراتها في الخارج.

- " حققت الوكالة من خلال مكاتبها في بعض الدول الإفريقية والعربية أكثر من سبق صحفي على الصعيد الخارجي فقد كانت أول من أذاع نبأ محاولة الانقلاب ضد الرئيس الصومالي السابق سياد بري في أبريل 1978 ، ونقلت الوكالة إشادة من رويتر حيثما وزعت خبراً عن اعتزام الرئيس الأوغندي السابق عيدي أمين سحب قواته من تنزانيا قبل يوم كامل من إعلانه رسمياً."

- علاقتي بالرئيس السابق جعفر نميري كانت علاقة شخصية وكنا نسكن بمنطقة واحدة ولكن علاقة العمل كان لها تأثير كبير في المكانة الرفيعة التي حظيت بها سونا حيث إنني كنت أحصل على كل ما أطلبه وفي المقابل كان نميري يحصل على كل خبر قبل غيره وفي لحظته وكان يحدث الرؤساء الأفارقة في أحداث ومعلومات في بلدانهم لا يعرفونها. وقد أتاحت تبعية الوكالة لرئاسة الجمهورية لي الوصول إلى درجة وزير الدولة، رئيس مجلس الإدارة، المدير العام لوكالة السودان للأنباء.
(مصطفى أمين في إفادة لسونا 2013م)

- كانت سونا هي المصدر الرئيسي للأخبار المحلية ولا تستطيع أي صحيفة أو وسيلة إعلامية نشر أو إذاعة أي خبر لا تنشره سونا.

(مصطفى أمين في إفادة لسونا 2013م)

- وقد تمكنا من الحصول على الكثير من الأجهزة المتطورة بمقياس ذلك الوقت وأذكر أن مراسل صحيفة (ديلي تايمز) كان في مهمة في السودان لتغطية الإفراج عن أسرة أمريكية اختطفها الثوار الارتريون وجاء للوكالة وقال لي انه سيذهب إلى نيروبي لإرسال الصور إلى واشنطن
فطلبت منه الصور وأصيب بدهشة كبيرة عندما تم إرسال الصور من سونا .

(مصطفى أمين في إفادة لسونا 2013)

- قال الرئيس نميري في إحدى لقاءاته الصحفية "أينما ذهبت وجدت سونا فهي عيني التي ترى وأذني التي تسمع ولساني الذي ينطق.

(لقاء المكاشفة 1982م)

عبد الله جاد الله أحمد نمر

3/ هوامش على ورقة سونا لمؤتمر الإعلام

1- عندما احتلت قوات مناوي مهاجرية وطلبت الأمم المتحدة من الحكومة السودانية ألا تحاول استردادها حماية للمدنيين ورد الرئيس البشير أنهم سيهاجمونها ولو كانت فيها الأمم المتحدة ..وكان بان كي مون يلقي خطاباً معد سلفاً في مؤتمر القمة الأفريقي وتوقف أثناء الخطاب وأورد خبراً بالإنجليزية مفاده أن مناوي قرر الانسحاب من المنطقة .. ولم ينتبه للخبر من الموجودين إلا مراسل سونا فخرج لتوه وأبلغ الخبر للوكالة وبعد أن نشرت الوكالة الخبر في الخرطوم أبلغت الجهات الرسمية الخبر لوزير الدفاع وقتها الفريق بكري حسن صالح الذي كان موجوداً بالمؤتمر ..وبهذا حالت سونا دون وقوع هجوم لم يعد له مبرر ومواجهة مع الأمم المتحدة.

2- سونا كانت تنتقي المحررين بها حسب المؤهلات العالية. ويزدادون تأهيلاً في العمل بها ولذلك تحتل كوادرها الآن مناصب إعلامية رفيعة في كثير من بقاع العالم، ونذكر منهم محمد عبد الحميد مدير، القسم العربي بالإذاعة الهولندية ومحمد أحمد هشام، ومحمد عبد السيد المديرين السابق والحالي لمكتب صحيفة الشرق الأوسط اللندنية، والمجلة والمسلمون.ويضاف إلى أولئك الفاضل عامر، كادر إعلامي دولي بمنظمة اليونسيف، وعمر الفحيل وعبد القادر موسى مديران بوكالة الأنباء القطرية. وهناك عدد كبير من الأسماء البارزة الذين يعملون في مناصب مرموقة بصحف ووكالات وفضائيات الخليج، ومنهم محمد بيرق (عمان) وصلاح كمال (أبوظبي) والزين يحي (السعودية) والمرحوم عيسى البشير (قناة الجزيرة) ومحمد خليل كارا وعثمان الزين وصلاح زروق ...إلخ. وكان مراسلو الوكالات العالمية ينتقون من سونا ومنهم محمد علي سعيد (الفرنسية) ومحمد الفاتح سيد أحمد (رويترز وصحف بريطانية) وألبينو (الألمانية) وفايز الزاكي (شينخوا) ومحمد عثمان آدم (الأسوشيتدبرس).

- عائشة سليمان ضوء البيت

4/ **مقترح: رسم خدمة أخبار (سونا) العاجلة**

بسم الله الرحمن الرحيم

التأريخ: 12-5-2013م

مقترح: رسم خدمة أخبار (سونا) العاجلة

- **وصف المقترح :**

وضع رسم مقداره جنيه واحد شهرياً على كل مشترك في خدمة الهاتف المحمول نظير التمتع باستقبال أخبار (سونا) العاجلة في رسالة نصية قصيرة (SMS) على هاتفه المحمول.

- **أهداف المقترح:**

1- تأمين حق المواطن في الوصول للأخبار المهمة التي تؤثر في حياته.
2- تأكيد سيادة الدولة إخبارياً و معلوماتياً داخل أراضيها بتامين سرعة توصيل أخبارها المهمة إلى مواطنيها والمقيمين في أراضيها.
3- تفعيل دور المجتمع وإشراكه في تحمل بعض أعباء صناعة الأخبار والمعلومات ذات التكلفة العالية.
4- الإسهام في توفير الدعم اللازم لصناعة الأخبار والمعلومات لبناء أهم صناعة إعلامية متخصصة لها التأثير الأكبر في رسم صورة العالم وصياغة الرأي العام العالمي وتوجيهه.
5- الإسهام في توفير الدعم اللازم لبناء (سونا) كأهم ركيزة إعلامية وطنيه مختصة ومتخصصة في صناعة الأخبار والمعلومات.
6- تمكين (سونا) من تحقيق الصدارة والمرجعية في الأخبار والمعلومات ذات الصلة بالشأن السوداني محلياً وإقليمياً وعالمياً .
7- التوظيف الأمثل لإمكانيات الهاتف المحمول في تعزيز التماسك الداخلي ووقاية المواطن من تأثير الشائعات السالبة وأساليب الحرب النفسية الماكرة في ظل تفشي فوضي تبادل الأخبار والمعلومات عبر الوسائط الجديدة.
8- الاستعانة بالهاتف المحمول ومرافقته للمشترك في توصيل الأخبار والمعلومات الضرورية إلي أماكن الشدة في الوقت المناسب عند حدوث الأزمات و الكوارث والأوبئة وغيرها من الظروف الاستثنائية الحرجة.

- **محتوى الخدمة:** أخبار أو معلومات ذات أهمية عاليه وعاجلة في أحد مجالات الحياة المؤثرة، يعد العلم بها ضرورياً لكل الناس أو لشرائح واسعة منهم وتحرص الدولة على إيصالها إليهم في الوقت المناسب.
- **منتج المحتوى:** وكالة السودان للأنباء (سونا)
- **المسؤولية عن المحتوى:** على وكالة السودان للأنباء
- **المسؤولية عن إيصال الرسائل:** شركات الهاتف المحمول
- **الوسيلة:** الهاتف المحمول – كل المشغلين-
- **الوسيط:** خدمة نصية قصيرة

- **مستوى الخدمة:** أساسية و في حالة طلب إضافة الصورة أو الصوت أو الفيديو يلزم دفع رسوم إضافية.
- **حجم الخدمة:** متوسط (20) عشرين رسالة في الشهر (10-30) .
- **المستفيدون من الخدمة**: المواطنون والمقيمون في السودان.
- **قيمة الرسم:** أ- واحد جنيه صافي لــ(سونا) ويضاف إليه نسبة معقولة لصالح الأطراف ذات الصلة .

  ب- واحد جنيه يوزع بنسب معقولة على الأطراف ذات الصلة بما يتوافق مع الهدف منه.
- **تحصيل الرسم**: يفضل أن يكون شهرياً وإذا تعذر ذلك تعطى الأسبقية لتقديم الخدمة وأن يتم التحصيل لاحقاً.
- **السداد لــ(سونا)**: شهرياً حسب نسبة التحصيل الفعلي
- **سرعة توصيل الخدمة**: في توقيت موحد لكل المشتركين إذا تيسر ذلك فنياً .
- **صيغة الإعلان عن الخدمة**: بالاتفاق مع سونا
- **صيغة الإعلان عن الرسم**: بالاتفاق مع وزارة المالية والاقتصاد الوطني
- **اللغة المستخدمة**: العربية أو الإنجليزية حسب رغبة المشترك
- **بداية التنفيذ :** النصف الثاني من العام 2013م
- **مكان التنفيذ:** كل ولايات السودان
- **إلغاء الخدمة**: يمكن للمشترك تعليق الخدمة مع الاستمرار في تحصيل الرسم.
- **أخرى؟**

  أ- متوسط عدد المشتركين

  ب- متوسط جملة المبلغ الشهري

  ج- طريقة خصم المبلغ من رصيد المشترك مثلاً قسط ثابت يومياً أو أسبوعياً أو دفعة واحدة شهرياً

  د- مطلوبات فنية

  هـ- مطلوبات تشغيلية

  و- الحد الأدنى للاستهلاك الشهري

مع فائق الشكر والتقدير

عوض جادين

محي الدين

المدير العام

5/ سونا المشكلات والحلول

بسم الله الرحمن الرحيم

سونا المشكلات والحلول

- **ضبابية الاختصاص :**

أنشئت (سونا) في مطلع السبعينيات من القرن العشرين وقد اختصت بالاضطلاع بمهمة إعلامية إستراتيجية كبيرة بان تكون الوكيل عن السودان المتخصص في صناعة الأخبار والمعلومات (جمعاً معالجة وتوزيعاً) ومصدرها الأول ومرجعها النهائي قائمة بدور البوصلة والقاطرة لوسائل الأعلام الوطني والأجنبي في توجيه و قيادة التدفق الإعلامي المتصل بالشأن السوداني وسعيا نحو تكامل الجهود والتوظيف الأمثل للموارد الإعلامية (البشرية ، التقنية والمالية) خدمة لمصالح السودان ودرءً للمخاطر عنه داخليا و خارجيا.

حققت سونا منذ نشأتها وحتى منتصف الثمانينيات نجاحاً كبيراً وتفوقاً واضحاً في أدائها الإعلامي وطنياً وإقليمياً بفضل ما حظيت به من الاهتمام الكبير والتفهم الواعي لطبيعة عملها وخطورة مهمتها في كل مستويات الدولة من قمتها وحتى قاعدتها .

إلاَّ أنه للأسف تراجع وضعها بسبب الإهمال وخطأ التقدير حتى صارت في الذيل بعد أن كانت في المقدمة. حدث هذا والسودان في أمس الحاجة إلى عودة سونا إلى قمرة القيادة في ظل المعطيات والمعادلات العالمية الجديدة التي أعطت الإعلام الإخباري والمعلوماتي وضعاً متقدماً، أتاح له القيام بدور الموجه والقائد لبقية مجالات الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

إن السودان أكثر حاجة لدور (سونا) وهو يتعرض لأشرس حملات تشويه الصورة وتلطيخ السمعة خاصة بعد عصر الإعلام الجديد المعروف بإعلام المواطن أو الإعلام الاجتماعي الذي أتاح للمواطنين العاديين القيام بدور إعلامي ذي تأثير مهم وخطير في توجيه مسار التدفق الإعلامي بفضل ما وفرته له تقنيات الاتصال والمعلومات الحديثة من أدوات الإنتاج الإعلامي عبر كل مراحله. الأمر الذي بات يشكل خطورةً بالغةً علي دقة ومصداقية المحتوى الإعلامي ويهدد بفقدان الثقة فيه مما يُحتم إيجاد مصادر أخرى أمينة يؤخذ منها ومرجعيات موثوقة يحتكم إليها. ولا شك أن السودان خسر كثيراً بإضعاف دور (سونا) وسيربح كثيراً بعودتها إلي وضعها الطليعي.

- **المشكلات الراهنة :**

أولاً : القوة البشرية :

تعد القوة البشرية ذات المواصفات العالية هي رأس الرمح لأي نجاح إعلامي. وقد صارت لها أسواق وبورصات بفعل تأثير المنافسة الحادة عليها من وسائل الإعلام في العالم .

لكن للأسف في (سونا) تراكمت علي القوة البشرية عوامل متعددة أضعفت من قوتها وكادت تشل حركتها ومنها:

1. أدى ضعف شروط خدمة العاملين إلى تسرب الكفاءات النادرة بالهجرة الداخلية والخارجية وحدَّ من قدرة (سونا) علي جذب المبدعين الموهوبين، كما أن تقدم السن زاد من نسبة التقاعد والمرض والوفاة. وتفاقمت المشكلة وصارت أكثر حدة بامتناع وزارة المالية عن تخصيص أية اعتمادات للتعيين في مداخل الخدمة وفي مستويات الهيكل الأخرى لأكثر من عقدين مما أفقد (سونا) نسبة كبيرة من قوتها العاملة، حتى وصل عدد الوظائف الشاغرة أكثر من 50% في آخر هيكل مجاز في 1997م.
2. كما أن ضعف شروط الخدمة ووقف التعيين في مداخل الخدمة أو في مستوى من مستويات الهيكل أحدث اختلالات خطيرة في أوضاع القوة البشرية وتمثل ذلك في أن أكثر من 50% من العاملين قد تجاوزت سنهم الخمسين عاماً، وأن من تقل سنهم عن الخمسة والثلاثين لا يتجاوز عددهم نسبة 1%.

وبجانب تدني نسبة عدد الصحفيين - القوة الأساسية بالوكالة - لأقل من 35% مقارنة بالقطاعات المساندة التي تزيد نسبة عدد العاملين فيها عن 65%، هذا بالإضافة إلي النسبة العالية من العمال – خارج الهيئة – التي بلغت أكثر من 30% وكذلك النسبة العالية في عدد العنصر النسوي، وما يعانيه من قيود بيولوجية واجتماعية تحّد من عطائه وتؤثر في سير العمل الذي تقيده ظروف المكان والزمان.

ثانياً : <u>البنيات التقنية</u> :

تُعد البنيات التقنية من أساسيات العمل الإعلامي الحديث. أما بالنسبة لوكالات الأنباء فتُعد شبكة جمع الأخبار والمعلومات هي أهم البنيات التقنية، وتليها غرفة الأخبار.

بدأت (سونا) منذ العام 2006م في تحديث بنياتها في إطار مشروع تحديث وكالة السودان للأنباء ، والذي رمى إلى نقل الوكالة إلي مرحلة جديدة في تاريخها وذلك بالتحول من الإنتاج الأحادي والثنائي إلي الإنتاج متعدد الوسائط بإدخال وظائف إنتاج الصوت والفيديو والجرافيك إلى ما كان موجوداً سابقاً وهي النص والصورة الساكنة، حتى تكون الوكالة قادرةً علي تزويد كل أنواع الوسائل الإعلامية (المقروءة، المسموعة، المرئية، المتعددة) بمنتجاتها الصحفية.

بدأت وزارة المالية في تمويل بعض مراحل مشروع التحديث (2006م – 2009م)، وشمل ذلك بعض معدات غرفة معالجة الأخبار وصيانة المقر الرئيسي والمرحلة الأولى من شبكة جمع الأخبار والمعلومات. ثم توقفت المالية عن تمويل المرحلة الثانية والثالثة من شبكة جمع الأخبار، مع العلم أنها مشروعاً مستمراً، وأن اعتماداتها كانت مصدقة لتمويلها بكاملها في مرحلة واحدة قبل نهاية عام (2008م) وما جزئت إلي ثلاث مراحل إلا لتيسير عملية التمويل ومواكبة التطور التقني.

لقد خسرت الوكالة كثيراً بوقف تمويل المرحلتين الثانية والثالثة. فقد ضاعت منها فرص إعلامية كبيرة أثناء فترتي الانتخابات والاستفتاء، إذ كانت ستساعد كثيراً في الانتقال بالوكالة من الوطنية إلى الإقليمية ثم العالمية، كما أضاعت علي الوكالة فرصاً إيراديةً متعددةً من مبيعات الأخبار وتشبيك الوكالات والفضائيات بمواقع الأحداث في السودان.

- **الحلول العاجلة :**

أولاً : الاعتراف النظري والعملي باختصاص الوكالة وتخصصها في صناعة الأخبار والمعلومات، ووضع التدابير اللازمة التشريعية والتنظيمية التي تساعدها علي القيام بمهامها.

ثانياً: تخصيص الاعتمادات المالية اللازمة لتعيين (100) مائة من الخريجين في أقرب فرصة تعيين، لسد الفجوة في قوة العمل من الشباب ولمقابلة احتياجات الدخول في منظومات الإعلام الجديد .

ثالثاً : تخصيص الاعتمادات اللازمة لتعيين (50) خمسين من الكفاءات الصحفية والتقنية والإدارية النادرة في مستويات الهيكل المختلفة بالتعاقد لسد الفجوة التي أحدثتها الهجرة والتقاعد بسبب ضعف شروط الخدمة والتقدم في السن (المبلغ المطلوب لكل هذه الوظائف في حدود 3 مليون جنيه في العام) .

رابعاً : تمويل المرحلتين الثانية والثالثة من مشروع شبكة جمع الأخبار والمعلومات (Menos) في النصف الأول من عام 2013م (المبلغ المطلوب في حدود 3 مليون يورو).

خامساً : إجازة لائحة الجدارات والحوافز والمكافآت المالية للأعمال المتميزة للعاملين بالهيئة العامة لوكالة السودان للأنباء، (أجيزت في مجلس الإدارة وهي بطرف وزارة الثقافة والإعلام).

- **الحلول الجذرية :**

أولاً : إجازة حزمة إعادة هندسة الوكالة وتشمل :

أ. قانون الوكالة.

ب. الهيكل التنظيمي.
ج. الهيكل الوظيفي.
د. شروط الخدمة.
هـ. المسار المهني.

ثانياً : تغيير نظام التوظيف بالوكالة باعتماد نظام التخديم بالتعاقد بديلاً لنظام

التخديم المستديم لإعطاء الهيئة المرونة اللازمة لاجتذاب الكفاءات الإبداعية والحفاظ عليها ولتيسير التخلص من العناصر الضعيفة تمشياً مع الصيغ المعمول بها في مؤسسات الإعلام في العالم.

ثالثاً : النص في الدستور على تحديد وضعية الإعلام ودوره المتقدم وتأمين حمايته

وتمكينه من القيام به في إطار المعطيات والمعادلات الجديدة لترتيب عناصر قوة الدولة الحديثة من حيث الأهمية والأسبقية.

ختاماً :

إن إصلاح (سونا) فيه إصلاح لكل وسائل الإعلام الوطنية، كما أن الإنفاق على (سونا) هو في حقيقته إنفاقٌ على كل وسائل الإعلام الوطنية، إذ إن (سونا) بما تقدمه لتلك الوسائل من خدمات إخبارية تعدُ خادمة لها وليست منافسة.

ولكم وافر الشكر وخالص التقدير

عوض جادين

محي الدين

المدير العام