

إدارة الجودة في المؤسسات الإعلامية

إدارة الجودة في المؤسسات الإعلامية

دراسة مقارنة بين وكالة الأنباء الجزائرية ووكالة الأناضول للأنباء

أ.د جمال العيفة

جامعة عنابة

ملخص:

يتناول هذا المقال مسألة الجودة الشاملة في وكالات الأنباء، التي تُعد أبرز مصادر الأخبار لوسائل الإعلام في الوقت الراهن، ويهدف إلى عقد مقارنة بين إدارة الجودة في وكالة الأنباء الجزائرية، ووكالة الأناضول للأنباء التركية، تقف عند مدى تطبيق مبادئ الجودة الشاملة في كل من الوكالتين من خلال أربعة معايير هي: (- الأفراد - الأفكار - الموارد - المادية - الأهداف)، للوصول إلى ضرورة استفادة وكالة الأنباء الجزائرية من مبادئ الجودة الشاملة، من خلال اعتماد هذا النظام الفعال الذي يسمح بتحقيق أفضل الأهداف بأقل التكاليف، والتخلص من أساليب العمل الروتينية التي لا تشجع على الإبداع.

الكلمات المفتاحية:

- وكالات الأنباء - الصناعات الثقافية - ضمان الجودة.

Résumé:

Cet article examine la question de la qualité globale dans les agences de presse, Considérée actuellement comme la source d'information la plus importante pour les médias. On vise à comparer la gestion de la qualité de l'APS (Algérie Presse Service) avec celle de l'Agence de presse turque d'Anadolu Agency. Afin de vérifier l'application des principes de la qualité dans les deux agences, l'étude a opté pour quatre critères à savoir : (Les individus – les idées – les ressources matérielles – les objectifs). Le but étant la nécessité pour l'APS de bénéficier des principes de la qualité totale, grâce à l'adoption de ce système efficace qui permet d'atteindre les meilleurs objectifs au moindre coût et d'éliminer des méthodes de travail routinières qui n'encouragent point la créativité.

Mots Clés:

- Agences de presse - Industries Culturelles - Assurance Qualité.

لم يعد مفهوم إدارة الجودة الشاملة مقتصرًا على المنتجات الاقتصادية المادية فحسب، بل امتد ليشمل المنتجات الثقافية والفنية والفكرية، التي أضحت هي الأخرى تخضع لمعايير المنتجات المادية وفي مقدمتها وسائل الإعلام. بمختلف أنواعها من صحف ومجلات وإذاعات ومحطات تلفزيونية ووكالات الأنباء...

ولقد زاد الاهتمام بموضوع الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية، بعد الانتشار والنفوذ الذي عرفته هذه الأخيرة، حيث يزداد الإقبال من يوم لآخر على المنتجات الإعلامية بمختلف أنواعها (إخبارية، درامية، فنية...). حيث ظهر اتجاه فكري واقتصادي يصنف المنتجات المادية والثقافية في سلة واحدة، ويُخضعها للمنطق التجاري نفسه، وللمعايير التقييمية نفسها تقريبا.

من جهة أخرى، نجد أن نشاط وكالة الأنباء يستمد قوته من قوة الدولة التي تتبعها، فإذا كانت الدولة قوية ولها حضور ونفوذ عالميين، كانت الوكالة قوية ومهيمنة على غرار كبرى وكالات الأنباء الدولية، مثل رويترز البريطانية والأسوشيتد برس الأمريكية، حيث تعتبر الوكالة أحد أهم أذرع دبلوماسية الدولة التي تتبعها، حتى أن العالم مقسم إلى مناطق نفوذ إخبارية تتبع تلك الاقتصادية...

إدارة الجودة في المؤسسات الإعلامية

وتتملك الجزائر وكالة الأنباء الجزائرية، التي تتبع الدولة الجزائرية، ومن مهامها جمع ونقل مختلف الأخبار المحلية والوطنية والدولية الرسمية التي تهم الجزائر كبلد له حضوره الإقليمي والجهوي والدولي، والتي أضحت هي الأخرى ملزمة بتطوير أساليب عملها، من أجل المنافسة وضمان أكبر قدر من الجودة في منتوجها.

وللوقوف على مدى اهتمام وكالة الأنباء الجزائرية بتطبيق مبدأ الجودة في عملها، أردت عقد مقارنة بينها وبين وكالة الأناضول للأنباء، للوصول في الأخير إلى عناصر التشابه والاختلاف بين الوكالتين عند تطبيق هذا المبدأ. ويعود اختيار وكالة الأناضول للأنباء إلى الأسباب التالية:

- التشابه الكبير بين تركيا والجزائر بفعل عوامل تاريخية وحضارية، فضلا عن علاقات التعاون التي تجمع البلدين في عديد المجالات.

- أن تركيا كانت إلى وقت ليس بالبعيد بلدا في طريق النمو، لكنها استطاعت في ظرف خمسة عشرة سنة الماضية أن تقطع أشواط كبيرة في جميع المجالات ومن بينها المجال الإعلامي والفني والثقافي بوجه عام، لذلك أردنا الاستفادة من أسباب ونتائج ها التطور المتسارع والهادف في مدة زمنية قصيرة.

- بعد عودة تركيا للعب أدوار إقليمية ودولية، قامت بتطوير مؤسساتها الإعلامية بالموازاة مع تطوير اقتصادها وأداء دبلوماسيتها على الصعيد الدولي.

لمعالجة الإشكالية المطروحة في هذا المقال، ارتأينا تحليل العناصر التالية:

- مدخل يتناول معالم الجودة الشاملة في العمل الإعلامي.

- لمحة عن وكالة الأنباء الجزائرية.

- لمحة وكالة الأناضول للأنباء.

- ظروف عمل الوكالتين.

- مدى انخراط الوكالتين في مبادئ الجودة الشاملة في العمل الإعلامي، وهو جوهر ما نصبو إليه.

وقبل الدخول في الموضوع، لا بد من الإشارة إلى بعض الإشكالات التي يطرحها تطبيق مبدأ الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية، حيث:

- أن وكالات الأنباء هي مؤسسات ثقافية خدماتية بالدرجة الأولى، يتميز منتوجها الإعلامي بكونه منتجاً ثقافياً فكرياً غير مادي، يصعب قياسه وتقييمه والحكم عليه.

حيث يسيطر على العمل الثقافي ومجمل نشاط الاتصال الجماهيري في بعض بلدان العالم منطق المصالح التجارية سيطرة تامة، ويتضح هذا في دخول الكثير من الشركات الكبرى في مجالات النشاط الاتصالي مثل وكالات الأنباء وبنوك المعلومات والمؤسسات الصحفية ودور نشر الكتب ومحطات التلفزيون واستوديوهات الإنتاج السينمائي⁽¹⁾.

وهو ما يسمى بعملية التصنيع الثقافي التي هي: "عملية تحويل الأنشطة الثقافية ومستلزماتها أيا كانت إلى منتجات سلعية وخدمية وإيصالها إلى المتلقي وفق معادلة اقتصادية وفنية"⁽²⁾.

- يخضع المنتج الإعلامي لهذه المؤسسات بالدرجة الأولى لحكم القارئ أو المشاهد أو المستمع، أكثر من غيرهم من المحكمين، لذلك على محكمي معايير الجودة أن يأخذوا بعين الاعتبار هذا العامل المهم.

- لا يمكن تطبيق المقياس المادي على المنتج الإعلامي بصفة دقيقة جدا، حتى ولو خضع للمعايير الاقتصادية، لذلك تظل عملية إسقاط مبادئ الجودة الشاملة على المنتج الإعلامي، تقريبية.

إدارة الجودة في المؤسسات الإعلامية

بخصوص المنهج لا بد من الإشارة إلى أن الباحث اعتمد المنهج الوصفي كمنهج أساس لمعالجة إشكالية الموضوع المدروس، حيث قام بجمع معلومات عن الوكالتين، وقام بتحليلها بطريقة استعان فيها بالمنهج المقارن.

كما اعتمدت في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة على كتب متخصصة في الموضوع، فضلا عن موقعي الوكالتين على شبكة الانترنت، مع ضرورة الإشارة إلى ندرة، بل انعدام البيانات المتعلقة بالجوانب المالية في المؤسسات الإعلامية، كمداحيل الإشهار، والإيرادات والنفقات، حيث غالبا ما تتحفظ هذه المؤسسات على أرقام أعمالها...

يمكن النظر إلى إدارة الجودة الشاملة في الإعلام على أنها نظام يتم من خلاله تفاعل المدخلات، وهي الأفراد والأساليب والأجهزة لتحقيق مستوى عالٍ من الجودة، حيث يقوم العاملون بالاشتراك بصورة فاعلة في العملية الإعلامية، والتركيز على التحسين المستمر بجودة المخرجات لإرضاء المستفيدين سواء كانوا أفرادا أو مؤسسات مشتركة، أما المدخلات فتكون من المادة الإعلامية والمستلزمات المادية والأفراد سواء أكانوا صحفيين أم موظفين، أم أعضاء هيئة التحرير أم إدارة، وأما المخرجات، فتتمثل في المادة الإعلامية النهائية، والتي تكون على شكل منتج إخباري قابل للتداول.

عرف القاموس أكسفورد الأمريكي الجودة على أنها درجة أو مستوى من التميز⁽³⁾.

عرفها معهد الجودة الفيدرالي الأمريكي على أنها "أداء العمل الصحيح، وبالشكل الصحيح من المرة الأولى، مع الاعتماد على تقييم المستفيد في معرفة مدى تحسن الأداء"⁽⁴⁾.

- ولقد عرفها Joseph Juran على أنها: "ملائمة للغرض أو الاستعمال"⁽⁵⁾.

- عرف (Robbins & Coulter) الجودة الشاملة على أنها: "فلسفة إدارية موجهة على أساس التحسين المستمر والاستجابة لاحتياجات وتوقعات الزبون."⁽⁶⁾

تكاليف الجودة:

الجودة يمكن أن تقاس من خلال التكلفة، وتشير تكلفة الجودة إلى جميع التكاليف التي يتطلبها مع وجود العيوب و تقويم أداء العمليات وتقدير الوضع المالي، فعلى سبيل المثال أوضح "تونكس" أن نوعية الخدمة أو السلعة الرديئة تكون لها تكلفة وقد قسم هذه التكاليف إلى عدة أنواع منها: - تكلفة التقويم - تكلفة الأخطاء - تكلفة الفشل⁽⁷⁾.

لقد عرف "رودز" إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية على أنها، عملية إدارية إستراتيجية تركز على مجموعة من القيم، تستمد طاقة حركتها من المعلومات التي تتمكن في إطارها من توظيف مواهب العاملين واستتار قدراتهم الفكرية في مختلف مستويات التنظيم، على نحو إبداعي لتحقيق التحسن المستمر.

ومنهم من عرفها باعتبارها إستراتيجية متكاملة للتطوير المستمر، فهي مسؤولية جميع عناصر المؤسسة الإعلامية من صحفيين ومحررين ومدراء، ومباني وحواسيب إلكترونية وغيرها، ويجب مشاركة الجميع من قيادات إدارية وصحفيين في النجاح التنظيمي، وتحقيق أهداف المؤسسة، فأى خلل سوف يؤثر على فرص التطوير والقدرة التنافسية⁽⁸⁾.

انطلاقاً من التعريفين السابقين يمكن القول أن نظام الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية يجب أن يشمل من الناحية المبدئية العناصر التالية:

* أن الجودة الشاملة في الإعلام عبارة عن نظام متكامل لا يستثنى أحداً من العاملين، فالكل مسؤول والكل معني بتحقيق التطوير.

* تُعطى الأولوية في نظام الجودة الشاملة للجوانب الإبداعية أكثر من التعليمات التنظيمية الروتينية.

* يعتمد نظام الجودة الشاملة على ضرورة وجود رؤية واضحة للمؤسسة، تتوخى استراتيجية متكاملة.

إدارة الجودة في المؤسسات الإعلامية

ويمكن تحديد أهم المفاهيم في إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية بما يلي:

النظام: هو مجموعة من العلاقات المتبادلة للخطط والسياسات والعمليات والأساليب والأفراد والأجهزة اللازمة لتحقيق أهداف المؤسسة.

العملية الإعلامية: وتشمل السياسات والمناهج والمراحل والحاجات الذاتية التي تستخدم في تحقيق العمليات الإعلامية، والبحث بصورة متميزة داخل المؤسسة وخارجها.

هيكل المؤسسة: ويشمل البناء الإداري والتنظيمي للمؤسسة الذي يخدم أهداف المؤسسة ووظائفها.

الأساليب: وهي مجموعة المناهج التنظيمية والأساليب المعرفية والتكنولوجية المتعلقة بها الضرورية للوظيفة الإعلامية.

يتبين من ما سبق أن إدارة الجودة الشاملة هي عبارة عن ثقافة جديدة يجب أن تتبناها المؤسسات الإعلامية وهي تهتم بالعناصر التالية:

التركيز على الصحفيين والمستفيدين واحتياجاتهم.

اعتبار الجودة جزء رئيسي من إستراتيجية المؤسسة.

التركيز على مشاركة العاملين والمديرين، وتقوية الطاقات والإمكانات لتنفيذ معدلات الجودة العالية.

التركيز على الاستمرارية في التحسين.

اعتبار كل فرد في المؤسسة مسئولاً عن الجودة.

شمولية العمليات والأنشطة التي تطور وتغير ثقافة المؤسسة الإعلامية لتركز على جميع جوانب الجودة عبر عناصرها المختلفة وهي: المصادر، المدخلات، التشغيل، المخرجات، الاستخدامات والمقارنات الرقابية، البيئة، والقيادة⁽⁹⁾.

الأساليب: وهي مجموعة المناهج التنظيمية والأساليب المعرفية والتكنولوجية المتعلقة بها الضرورية للوظيفة الإعلامية.

يتبين من ما سبق أن إدارة الجودة الشاملة هي عبارة عن ثقافة جديدة يجب أن تتبناها المؤسسات الإعلامية وهي تهتم بالعناصر التالية:

التركيز على الصحفيين والمستفيدين واحتياجاتهم.

اعتبار الجودة جزء رئيسي من إستراتيجية المؤسسة.

التركيز على مشاركة العاملين والمديرين، وتقوية الطاقات والإمكانات لتنفيذ معدلات الجودة العالية.

التركيز على الاستمرارية في التحسين.

اعتبار كل فرد في المؤسسة مسئولاً عن الجودة.

شمولية العمليات والأنشطة التي تطور وتغير ثقافة المؤسسة الإعلامية لتركز على جميع جوانب الجودة عبر عناصرها المختلفة وهي: المصادر، المدخلات، التشغيل، المخرجات، الاستخدامات والمقارنات الرقابية، البيئة، والقيادة⁽¹⁰⁾.

مبررات تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية:

عن إدارة الجودة الشاملة قد أثبتت نتائجها الإيجابية في تحقيق المركز التنافسي لعدد من الشركات الصناعية، والشركات والمؤسسات الإعلامية لها مسؤولية مشتركة في تعلم وممارسة إدارة الجودة الشاملة، إذ أن هذا النظام يمكن أن يساعد ويشكل معظم إدارات المناطق والمؤسسات الإعلامية على إحداث عملية التغيير والتحديث في النظام الإعلامي، وذلك لأن نظرية الجودة الشاملة هي نظرية منظمة وطريقة متكاملة التطبيق، يتم استخدامها أو توظيفها كآلية أو نظام في أثناء عملية

إدارة الجودة في المؤسسات الإعلامية

تحليل المعلومات واتخاذ القرارات، كما وتركز مبادئ وعناصر مفهوم إدارة الجودة الشاملة كنظرية تطبيقية على أهمية تفعيل دور كل شخص في إطار النظام الإعلامي من أجل التطور والتحسين المستمر.

وتكمن أهمية تطبيق إدارة الجودة الشاملة في الضرورة الملحة لمواكبة التغيرات الحالية في عصرنا الحاضر، ويمكن إجمال الفوائد التي يحققها تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية في النقاط التالية:

- إيجاد نظام شامل لضبط الجودة في المؤسسات، والذي يمكنها من تقسيم ومراجعة وتطوير المناهج الإعلامية فيها.
- تساعد في تركيز جهود المؤسسة الإعلامية على إشباع الاحتياجات الحقيقية للسوق الذي تخدمه.
- إيجاد مجموعة موحدة من الهياكل التنظيمية التي تركز على جودة الإعلام والتي تؤدي إلى مزيد من الضبط والنظام فيها.
- تؤدي إلى تقييم الأداء، وإزالة جميع الجوانب غير المنتجة في المؤسسة وتطوير معايير قياس الأداء.
- أداة تسويقية تمنح المؤسسات الإعلامية القدرة التنافسية.
- طريقة لنقل أو تحويل السلطة أو المسؤولية إلى مستوى فرق العمل، مع الاحتفاظ بنفس الوقت بالإدارة الإستراتيجية المركزية.
- تؤدي إلى تطوير أسلوب العمل الجماعي عن طريق فرق العمل، وإعطائهم مزيدا من الفرص لتطوير إمكانياتهم وتقويتها.

وسيلة فعالة للاتصال داخل وخارج المؤسسة⁽¹¹⁾.

وكالات الأنباء:

تُعرف وكالات الأنباء بأنها منظمات أو مؤسسات أو هيئات وظيفتها جمع الأخبار والصور والموضوعات الصحفية من مختلف مناطق العالم وصياغتها وبيعها لوسائل الإعلام الجماهيرية، مثل الصحف والمجلات والسينما والراديو والتلفزيون، وكل من يشترك في خدمات هذه الوكالات مثل بعض الأخبار أولا بأول، ما دامو قادرين على دفع الاشتراك في خدمات الوكالة أو الوكالات⁽¹²⁾.

وتأخذ وكالة الأنباء اسمها من طبيعة عملها كوكيل أو ممثل للصحف وهي بمثابة جمعية تعاونية تشترك فيها الصحف وغيرها من وسائل الإعلام لجمع الأخبار وتوزيعها لأن كل صحيفة بمفردها لا تستطيع أن تقوم بهذا العمل، ولا بد من المشاركة في النفقات⁽¹³⁾.

إن تنوع مصادر الأخبار الرئيسية، فلم تعد تقتصر على المقاهي والأسواق والبورصة بل تعددت لتصبح الأماكن التي تحدث فيها الوقائع كالشركات والوزارات والحكومات والمنظمات الدولية، ولم يعد الخبر يقتصر على تغطية الجوانب السياسية والاقتصادية فقط، وإنما أصبح يشمل فضلا عن ذلك الأخبار المحلية والرياضية والاجتماعية والثقافية والإنسانية الطريفة وأخبار الحوادث⁽¹⁴⁾.

وتعتمد وكالات الأنباء في جمع وتوزيع الأخبار على هياكل قاعدية ووسائل تقنية وطاقم بشري متخصص وموارد ضخمة وتنظيم متواصل للعمل ليل نهار دون انقطاع كما تؤدي دورا هاما في الترويج لسياسات الدول التابعة لها تجاه السياسات العالمية المختلفة.

وكالة الأنباء الجزائرية (A.P.S):

أنشئت وكالة الأنباء الجزائرية Algerian News Agency بالإنجليزية أو Presse Service Algerie بالفرنسية اختصارا للرمز (A.P.S) يوم أول ديسمبر 1961 في خضم حرب التحرير الوطني لتكون سفيرا لها على الساحة العالمية، وقد

إدارة الجودة في المؤسسات الإعلامية

كانت وسائل الإعلام الأجنبية تستغل أخبار وكالة الأنباء الجزائرية الأولى، وهي تسحب عبر آلة السحب التقليدية "الرونيو" وكانت تحمل ألوان العلم الوطني.

وفي 19 نوفمبر 1985 أصبحت (و.أ.ج) مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي واجتماعي ثقافي قبل أن تصبح يوم 20 أبريل 1991 مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري.

وفي أول جانفي 1994 شرعت لأول مرة في نظامها التحريري المعتمد على الإعلام الآلي، وفي 25 أبريل 1995 بدأت تبث أخبارها آليا.

ودشنت يوم 18 فبراير 1998 موقع أنترنيت خاصا بها بعد أن كانت تبث صفحاتها من خلال مركز الدراسات والأبحاث في الإعلام العلمي والتقني لمدة أكثر من سنة.

وفي 05 جويلية 1998 بدأت الوكالة في بث صفحاتها باللغة العربية ومنتوجاتها عبر الانترنيت⁽¹⁵⁾.

تعتبر وكالة الأنباء ذراعا مساعدا لوزارة الخارجية في الدول التي تمتلك رؤية في هذا المجال، وتنعكس قوة أو ضعف السياسة الخارجية للدولة على وكالة الأنباء التابعة لها.

لذلك فإن أبرز المعايير التي تُقاس بها قوة أو ضعف وكالة أنباء ما هو مدى قوة وحضور دبلوماسية الدولة التابعة لها.

وكالة الأناضول للأنباء Anadolu Agency

لمحة عن تاريخ الوكالة:

تزامن تاريخ تأسيس وكالة الأناضول للأنباء مع بداية تأسيس الجمهورية التركية، إذ تأسست الوكالة في 6 نيسان (أبريل) عام 1920، أي قبل 17 يوما من افتتاح مجلس الأمة التركي الكبير (البرلمان) وبعد افتتاح البرلمان تولت الوكالة مهمة نشر القوانين التي كان يقرها في ذلك الوقت، كما وقمت الوكالة شاهدة على كافة مراحل حرب الاستقلال التركية، بل وعلى كافة الأحداث التي اعقبت تأسيس الجمهورية⁽¹⁶⁾.

نظام الجودة في الوكالتين:

يمكن تحليل نظام إدارة الجودة في الوكالتين من خلال العناصر التالية:

1- الأفراد 2- الأفكار 3- الموارد المادية 4- الأهداف.

1 - الأفراد العاملون في وكالة الأناضول للأنباء:

يُعد العنصر البشري أهم العناصر الأربعة مجتمعة لتحقيق الأهداف يمر عبر الاتصال بين الأفراد، وعلى الرغم من التطورات التكنولوجية التي شهدتها المؤسسة لم تتمكن أي مؤسسة لحد الآن من تجاوز دور الفرد، ذلك أن إلغاء دور الفرد يعني إلغاء احتمالات وإمكانيات تطور المؤسسة كما يعني تسييرها بشكل آلي⁽¹⁷⁾.

و بخصوص النظر إلى العامل البشري في وكالة الأناضول للأنباء نجد أن الوكالة تُلزمهم بما يلي:

- يذكرون في حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل واضح انتسابهم إلى وكالة الأناضول.

- يلتزمون بالجدية التي تطلبها وكالة الأناضول وتقضيها المهنة في جميع المواضيع التي يتبادلونها.

- يساهمون في التعريف بوكالة الأناضول من خلال نشر المحتويات والروابط الموجودة في الحسابات الرسمية للوكالة على مواقع التواصل الاجتماعي أو على موقعها على الإنترنت "www.aa.com.tr".

- يمكنهم نشر وتبادل المحتويات التي لم تنشرها الوكالة أو اعتبرتها غير جديرة بالنشر بعد الحصول على موافقة من المحرر المسؤول.

إدارة الجودة في المؤسسات الإعلامية

- عليهم مراجعة المحرر المعني للحصول على موافقته من أجل تحويل المواد المقدمة من مستخدمي الإعلام الاجتماعي والخارجة عن الإطار الذي حددته إدارة الوكالة، إلى أخبار.
- يتمتعون عن نشر أخبار وصور ومشاهد وآراء وتعليقات تسيء إلى حيادية ومصداقية وموثوقية الوكالة أو تلقي بظلال الشبهة على كيانها المؤسسي أو تلحق بها أضراراً مادية أو معنوية.
- لا ينشرون أخباراً تتضمن محتوىً مرئياً وادراً في شبكات الإعلام الاجتماعي ما لم يتم حل مسألة الملكية الفكرية. ولا يوردون في المواد، التي ينشرونها، معلومات أو وثائق سرية، أو تعابير أو تسجيلات صوتية أو مشاهد مخالفة لمبادئ وكالة الأناضول أو مهينة أو مسيئة أو مستهدفة لأي شخص أو مؤسسة أو اعتقاد أو عرق أو جنس أو ثقافة.
- لا يساهمون في نشر مواد ذات محتوى يخرس على العنف ويث الرعب ويؤدي للصدمة وينتهك مبادئ المساواة والعدالة ويحط من كرامة الإنسان ويحث على التمييز.
- لا يظهرون ميولهم السياسية ولا يقومون بالدعاية للتكتلات أو الفئات ذات الطابع السياسي.
- لا ينشرون على حساباتهم الشخصية أي معلومات ذات قيمة خيرية مهما كان مصدرها دون تبادلها مع الوكالة ونشرها فيها⁽¹⁸⁾.

أما وكالة الأنباء الجزائرية فهي تعتمد على طاقم بشري، يتوزع من الناحية الهيكلية على الأقسام التالية:

- قسم التحرير المركزي: يجمع ويعالج الأخبار من قبل اثني عشرة (12) رئاسة تحرير: سياسي واجتماعي وثقافي ورياضي وتحليل وجهوي وتحقيقات واقتصاد وبنك معلومات وقسم دولي وترجمة وانترنت.
- وعلى مستوى الجهوي يتم جمع هذه المعلومات عن طريق شبكة مراسلين منضمين في اثني عشرة (12) تنسيقية تغطي جميع التراب الوطني⁽¹⁹⁾.

أما على المستوى الدولي فإن وكالة الأنباء الجزائرية ممثلة في اثني عشرة عاصمة دولية هي:

- واشنطن - موسكو - باريس - لندن - بروكسل - روما - مدريد - القاهرة - الرباط - تونس - عمان - داكار.

2 - الأفكار:

ذلك أن كل مؤسسة أساس وجودها فكرة تم إنشاؤها بناء عليها ثم تتم صياغة هذه الأفكار في شكل مبادئ وتشريعات تنظم علاقات العمل.

تعتمد وكالة الأناضول للأنباء على مجموعة من مبادئ النشر تمثل أفكارها ومرجعيتها، وهي عبارة عن مجموعة من الضوابط التي تتبعها الوكالة بخصوص الأخبار المتعلقة بالحرب والاشتباكات والهجمات الإرهابية وأحداث العنف والكوارث الطبيعية.

فعند أداء واجبها الإخباري، الذي يقتضيه حق الرأي العام في الحصول على المعلومات في حالات الحرب والاشتباكات والهجمات الإرهابية وأحداث العنف والكوارث الطبيعية، تأخذ الوكالة بعين الاعتبار مبادئ حقوق الإنسان والأمن القومي والنظام العام، وتشكل نموذجاً للإعلام المسؤول في هذا الخصوص، ومن أبرزها:

- رفض الوكالة نشر أخبار تحرض المجتمع على العنف والإرهاب والتمييز العنصري، أو تؤدي إلى بث العداوة والبغضاء بين مكونات الشعب من خلال إذكاء التمييز الطبقي أو العرقي أو اللغوي أو الاعتقادي أو الجنسي أو الإقليمي.
- تُراعي الوكالة ألا تكون أخبارها في صيغ وأساليب تحرض على العنف أو تبث الرعب أو تؤدي للصدمة أو تنتهك مبادئ المساواة أو العدالة أو تحط من كرامة الإنسان أو تحث على التمييز.

إدارة الجودة في المؤسسات الإعلامية

- تنشر الوكالة الأخبار المتعلقة بالحرب والاشتباكات والهجمات الإرهابية وأحداث العنف دون تهويل، وبناء على معلومات موضوعية، مع إسنادها إلى مصدر مسؤول كلما كان ذلك ممكناً. وتلتزم بحظر النشر، الذي تفرضه الجهات المسؤولة.

- لا تنشر الوكالة أسماء ضحايا الهجمات الإرهابية أو الحوادث أو الكوارث الطبيعية قبل أن تعلم بما أسر الضحايا.
- لا تنشر الوكالة المشاهد، التي تؤدي إلى صدمات نفسية لدى الرأي العام أو التي تحط من كرامة الإنسان، أو لقطات قريبة لوجوه القتلى والجرحى أو أشلاء أو أعضاء الجسم المبتورة.

- تنقل الوكالة الأخبار أو المشاهد، التي حصلت عليها في حال الهجمات الإرهابية أو أحداث العنف أو الكوارث الطبيعية، إلى مشركيها مع الأخذ بعين الاعتبار المصلحة والتضامن الاجتماعيين، وتمتنع عن إيراد محتويات ومشاهد غرضها الإثارة.

وفي مجال الأفكار تطرح وكالة الأناضول للأنباء سياساتها الخاصة بالإعلام الاجتماعي على النحو التالي، حيث تعتبر وكالة الأناضول أن الإعلام الاجتماعي هو القناة الأكثر فعالية للأخبار والاتصال في المستقبل. وبناءً عليه تضع الأناضول خططها ومشاريعها، في إطار "الرؤية المثوية" للوكالة، معتمدة على مفهوم "الإعلام الحديث"، الذي صاغته شبكات التواصل الاجتماعي.

ونظراً لحساسيتها وتوقعاتها في هذا الخصوص تدعو الوكالة العاملين فيها إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومتابعتها.

وتعتبر استخدام العاملين في الوكالة لهذه الشبكات بشكل فعال وسيلة لإطلاعهم على آخر المستجدات في العالم بأسره، وتأمل منهم أن يزيدوا من معلوماتهم وخبراتهم إلى أقصى حد ممكن.

وتعتقد الأناضول أن هذا هو السبيل الوحيد الذي سيمكّن جميع العاملين فيها من إضفاء "تميز" و "قيمة" حديدين إلى عالم الإعلام في المستقبل.

وتؤكد الوكالة على أهمية التزام العاملين فيها بالمعايير الواردة أدناه، والتي تعتبرها عنصراً مكملاً "لمبادئ الأناضول الأخلاقية"، لكي يتمكنوا من تحقيق ما سبق ذكره⁽²⁰⁾.

بالمقابل لا توجد معطيات تتحدث عن رؤية وكالة الأنباء الجزائرية لكيفية التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي، في شكل مكتوب، وقد تكون أعطيت لبعض العاملين أو لجلهم في شكل تعليمات شفوية أكثر منها سياسات مدونة ومرسومة ومحددة المعالم.

ذلك أن الطابع العمومي التابع للحكومة الجزائرية جعل من وكالة الأنباء الجزائرية مؤسسة تمتاز في عمومها بالعمل الروتيني، الذي يخضع للأوامر البعيدة عن أي رغبة في الإبداع أو التحديد، إلا في ما ندر.

حيث تركز الوكالة عملها على نقل الأخبار الرسمية في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والرياضية، وتوزيعها للمشاركين من صحف وإذاعات ومحطات تلفزيونية.

وقلما يتم فتح المجال للمؤسسات العمومية في الجزائر للإبداع والتطوير، حيث يتم الاكتفاء بأعمال روتينية يومية، تفتقر للإبداع والإضافة.

3 - الموارد المادية:

إدارة الجودة في المؤسسات الإعلامية

حيث تُعتبر إحدى أهم ركائز المؤسسة، حيث بواسطتها يتم التسيير والتجهيز والتمويل، ولذلك لا بد من إيجاد علاقات بينها لتعمل بشكل متجانس.

فوكالة الأناضول للأبناء تعتمد بالدرجة الأولى على الدعم الحكومي، فضلا عن الموارد المتأتية من نشاطاتها الإعلامية المختلفة وخدماتها التي تزود بها مشتركها.

والشيء نفسه تقريبا بالنسبة لوكالة الأنباء الجزائرية، التي تقدم الوكالة باللغات العربية والأجنبية والفرنسية والأمازيغية، خدمات إعلامية سياسية واقتصادية واجتماعية، وكذا أخبار ثقافية ورياضية ومتفرقات من مصادر متعددة ومتنوعة موجهة إلى مختلف وسائل الإعلام: الصحافة المكتوبة والسمعية والمصورة والمؤسسات الوطنية وكذا الممثلات الدبلوماسية والأجهزة الأخرى.

وتقدم (و.أ.ج) أيضا خدمة إعلامية اقتصادية موجهة خاصة إلى المتعاملين الاقتصاديين.

وتمثل حصة (و.أ.ج) 30 بالمائة من مجموع الإنتاج الإخباري للصحافة الوطنية المكتوبة التي تمثل أحد المستعملين الأساسيين لمصالح أخبار الوكالة مثلها مثل التلفزيون وقنوات الإذاعة الوطنية.

وتبث الوكالة أربعة وعشرين ساعة على أربعة وعشرين ساعة ما يقارب 500 برقية (100 ألف كلمة) يوميا يجمعها ويعالجها الصحفيون الموزعون عبر المصالح الإثنى عشر لأقسام التحرير على مستوى المقر و53 مكتبا جهويا منضما في اثني عشرة تنسيقية و(12) عشر ممثلية بالخارج يجمع الخبر من المصادر الأولى، مع إنجاز لقاءات وتحليل وتقارير إخبارية حول كل موضوع ذي اهتمام محلي أو وطني أو دولي (21).

4 - الأهداف:

لكل مؤسسة هدف أو مجموعة أهداف تسعى للوصول إليها سواء قصيرة أو طويلة المدى وإلا فقدت المؤسسة مبرر وجودها.

تتوخى وكالة الأناضول رفع مستوى إنتاجيتها كماركة عالمية في الصحافة الموثوقة، وتحقيق رضى العملاء والعاملين وفق ما تنص عليه الشروط القانونية الالتزام بشروط نظام إدارة الجودة وزيادة فعالية الوكالة من خلال التحسينات المستمرة.

في حين تؤدي وكالة الأنباء الجزائرية وفقا لوضعها القانوني الجديد (91/104 ليوم 20 أفريل 1991) مهمتها المتمثلة في الخدمة العمومية بتطوير المنتج الإعلامي العام والمتخصص ذي الطابع السياسي والاقتصادي والثقافي والاجتماعي خاصة للتعريف بأعمال وإنجازات الجزائر.

من جهة أخرى، مادامت وكالة الأنباء انعكاس لقوة وحضور الدولة التابعة لها، فإن وكالة الأناضول للأبناء ما فتئت تتطلع للعب دور ريادي إقليمي وعالمي بالموازاة مع الأدوار التي تلعبها السياسة الخارجية التركية في الفترات الأخيرة، مما جعلها تتبنى أساليب متطورة من الأداء الإعلامي.

بالمقابل، ومع تراجع وانكفاء السياسة الخارجية للجزائر بوجه عام بفعل عوامل عدة، فإن دور وكالة الأنباء الجزائرية هو الآخر يشهد تقلصا، وانحسارا على المستوى الوطني في أقصى الحالات، ما عدا بعض الاستثناءات القليلة.

في النهاية يمكن القول أن هذا المقال يمكنه أن يفتح المجال لدراسة أكثر عمقا حول هذا الموضوع، خصوصا إذا توفرت الإمكانيات والمعطيات التي تسمح بمثل هذا النوع من الدراسات، حيث يظل كل من الطموح والواقع متباعدين إلى حد كبير، بسبب انعدام ثقافة التعامل مع الباحثين من قبل العديد من الهيئات والمؤسسات الإعلامية.

إدارة الجودة في المؤسسات الإعلامية

كما أن المتغيرات المتسارعة في العمل الصحفي تتطلب من المؤسسات الجزائرية، اعتماد أنظمة التسيير المتطورة التي تضمن مردودية أفضل.

الهوامش:

- 1- هادي نعمان الهيبي، التصنيع الثقافي وإنشاء سوق ثقافية عربية مشتركة، في المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، التصنيع الثقافي وإنشاء سوق ثقافية عربية مشتركة، الدورة الثانية عشرة لمؤتمر الوزراء المسؤولين عن الشؤون الثقافية في الوطن العربي، الرياض 16 - 22 نوفمبر 2000، ص 428.
- 2- المرجع السابق، ص 16.
- 3- راتب جليل الصويص، غالب جليل الصويص، وآخرون، "إدارة الجودة المعاصرة"، الأردن: دار اليازوري، طبعة الأولى، ص 31.
- 4- مهدي صالح السامرائي، "إدارة الجودة الشاملة"، الأردن: دار جرير، الطبعة الأولى، ص 28.
- 5- أحمد بن عيشاوي، "معايير إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدمائية"، ورقة، مجلة الباحث، العدد 2006/04 ص 9.
- 6- فالخ عبد القادر الحوري، "تشخيص واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المستشفيات الأردنية، دراسة ميدانية على عينة من مستشفيات الخاصة"، الأردن: مجلة علمية محكمة، مجلد 12 العدد 01، ربيع الأول 1492، ص 150.
- 7- Kotler et Dubois, Marketing Management, Union, Edition Paris, France, 2000..
- 8- فريد النجار: إدارة الجامعات بالجودة الشاملة، إيراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999 ص 70.
- 9- المرجع السابق، ص 71.
- 10- المرجع نفسه، ص 72.
- 11- العلوي محمد حسين: إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي، مركز النشر العلمي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، ص ص 20- 22.
- 12- محمد عبد الرؤوف كامل، مقدم في علم الإعلام والاتصال بالناس: مفهومه، نظرياته، تاريخه، نماذجه، أساليبه، وسائله، (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، 1995)، ص 255.
- 13- إبراهيم إمام، ومحلات الأنباء، (القاهرة: دار النهضة العربية، 1972)، ص 27.
- 14- المرجع السابق ... ص ص 2-26.
- 15- الموقع الرسمي لوكالة الأنباء الجزائرية على شبكة الانترنت. (<http://aa.com.tr/ar>).
- 16- الموقع الرسمي لوكالة الأناضول للأنباء على شبكة الانترنت. (www.Aps.dz).
- 17- محمد أحمد النابلسي، الاتصال الإنساني وعلم النفس، (بيروت: دار النهضة العربية، 1991)، ص ص 62-63.
- 18- الموقع الرسمي لوكالة الأناضول للأنباء على شبكة الانترنت. (www.Aps.dz).
- 19- الموقع الرسمي لوكالة الأنباء الجزائرية على شبكة الانترنت. (<http://aa.com.tr/ar>).
- 20- الموقع الرسمي لوكالة الأناضول للأنباء على شبكة الانترنت. (www.Aps.dz).
- 21- الموقع الرسمي لوكالة الأنباء الجزائرية على شبكة الانترنت. (<http://aa.com.tr/ar>).