

توظيف الوسائط المتعددة في تطوير الإنتاج التلفزيوني
Employment of Multimedia in Developing TV Production
دراسة وصفية تطبيقية على تلفزيون السودان
في الفترة من 2016م - 2018م

أحمد عبد الرحيم الدومة إدريس والسر علي سعد

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

المستخلص

هدفت الدراسة التي جاءت بعنوان: توظيف الوسائط المتعددة في تطوير الإنتاج التلفزيوني، إلى تقديم رؤية توضح مهارات استخدام الوسائط المتعددة وإمكانياتها التي تستخدم في إنتاج البرامج التلفزيونية، وتبيان دورها في إنتاج البرامج بتلفزيون السودان وإنعكاسها على الصورة التلفزيونية شكلاً ومضموناً، ورصد الاستخدامات الإعلامية للوسائط المتعددة المحمولة والمساهمة في معرفة مدى "فاعليتها" في إنتاج البرامج التلفزيونية بصفة عامة وفي تلفزيون السودان بصفة خاصة. وتتلخص مشكلة الدراسة في معرفة التحديات التي تواجه أو تقلل فاعلية توظيف الوسائط المتعددة في تطوير الإنتاج التلفزيوني بتلفزيون السودان. يستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، للوصول إلى معلومات تجيب عن أسئلة الدراسة. واعتمد الباحث على إستمارة الخبراء في الدراسة الميدانية، بجانب أدواتي المقابلة والملاحظة غير المشاركة. يستهدف مجتمع وعينة "البحث" الخبراء والممارسين للعمل في مجال الإنتاج التلفزيوني بتلفزيون السودان. توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: تشجيع وتحفيز الأطر البشرية على الإبداع والإبتكار الفائق المقاوم يضمن إستمرارية تميز تلفزيون السودان شكلاً ومضموناً. تطوير برامج تلفزيون السودان يعتمد على مواكبة الأطر البشرية للتطور التقني والبرامجي والتدريب المستمر لإتقان مهارات استخدام وتوظيف الوسائط المتعددة، ووضع إستراتيجيات فائقة ومبتكرة لتوظيف الوسائط المتعددة. توظيف إمكانيات الوسائط المتعددة (الأسستوديوهات الافتراضية البانورامية والمحاكاة البصرية "المتعددة الأبعاد"، والتحوير، والخدع السينمائية، والواقع الافتراضي والواقع المعزز، والرسوم المتحركة)، في الإنتاج يساهم في إنتاج برامج تلفزيونية إحترافية فائقة الجودة يميز القناة عالمياً. كشفت الدراسة أكبر التحديات التي تواجه تطوير الإنتاج ضعف الإمكانيات المادية المتاحة.

الكلمات المفتاحية: توظيف، الوسائط المتعددة، مهارات، إمكانيات، تطوير، الإنتاج التلفزيوني

Abstract

The study aimed with entitled: Employment of Multimedia in Developing TV Production, as well as provide vision to identify skills of using its abilities in the production of TV programs, and identify its role in Sudan TV programs production and reflect the TV picture with content and form, in addition to monitor information uses of mobile multimedia and contribute to know how "effectiveness" in the production of TV programmes in General and in particular Sudan

TV. The problems of the study lie on identifying challenges faced or reduce the effectiveness of multimedia function in developing product in Sudan TV developing production. The researcher has adopted descriptive analytical approaches to find information to answers to the study questions. The researcher has also adopted expert form in the field study and realistic application approach; moreover interview and non-participant observation were also followed in the study. The population sample consists of experts and participant involved in Sudan TV. The study reached number of important results. The most important are encourage and stimulate staff creativity and innovation frameworks to ensure continuity characterizes the Sudan TV with form and content. Sudan TV production development depends on keeping up with the staff and technical development frameworks programmes and ongoing training to master the skills to use requirements of multimedia and sets high innovative strategies. The abilities of multimedia function (Virtual Panorama Studios visual simulation "Multidimensional", Morphing, and Cinematic Tricks, Virtual Reality and Augmented Reality, Animation) in production contributes to the production of high-quality professional programs characterized globally (Sudan TV). The study found out the biggest challenges faced Production development is lack Of available financial potential.

Keywords: Employment, Multimedia, Skills, Possibilities, Developing, TV production

المقدمة

أصبح إعلام الوسائط المتعددة Multimedia أكبر إنجاز للمعرفة التقنية، فمن خلاله أصبحنا ندير الأعمال وندرس العالم ونكتشف ثقافته المغايرة، وأصبحنا نعلم ما يكمن في قارات أخرى وفي أعماق البحار، أصبح الوسائط المتعددة سوق معلومات كونية هائلة (بها عملات رقمية متنوعة)، توفر لنا خيارات أوسع فيما يتعلق بجميع الأشياء والعلاقات، بما يوسع إمكاناتنا الإنسانية والمادية، ويفتح إحساسنا بالهوية أو بالآخر ويحررنا من التوقع حول الذات، أثبتت فاعليتها ومقدرتها على تحليل المعلومات والبيانات والتأكد من صحتها ومصادرها. إمكاناتها المتعددة جعلها أفضل أداء يعتمد عليه في رسم الخطط وسياسات المستقبل، برامجها المتنوعة وفرت لمستخدميها خيارات تصميمية متعددة لمحاكاة أي شئ من حولنا فاصبح بالإمكان تصميم كل شئ في الطبيعة كما هو وفي بعض الأحيان يصعب التميز بين الحقيقي والإفتراضي أو المصمم أو المستنسخ (بالنسبة للشخص العادي). الوسائط المتعددة أفضل وسيلة للتعبير عن الأفكار الخلاقة، والتعليم والتدريب ونقل المعلومات والتجارب والخبرات، وأصبحت من الملامح المحددة والمميزة للعلومة، الأكثر جذباً وتشويقاً وإثارة، وإقناعاً، ومتعة، ووصولاً للمتلقي. الوسائط المتعددة حولت الإعلام إلى أيدي جميع الناس، جعل الرسالة الإعلامية متقلة في أكثر من إتجاه والمواطن شريك في صناعة الرسالة الإعلامية، "جعل" من الفرد مؤسسة إعلامية ينشر موادها الإعلامية فيها، كل هذه الصفات الفائقة "جعله" محل إهتمام جميع القنوات الفضائية والمؤسسات الإعلامية، جعل صناع الإعلام يعتمدون عليها" في صناعة وتصميم وتنفيذ الرسالة الإعلامية بصورة متكاملة في جميع مراحل الإنتاج التلفزيوني أو كافة أشكال الإنتاج المختلفة وما بعد الإنتاج. تطورها المضطرد" دفع المؤسسات الإعلامية المختلفة إلى تطوير أنماط عملها بصورة دورية، وإعادة صياغة تصميم الرسالة الإعلامية بشكل أفضل، واتباع أساليب جديدة للتخطيط الإستراتيجي لمضمون المحتوى الإعلامي، والإهتمام بمهارات استخدام وتوظيف الوسائط المتعددة، الذي يجعل الفرد إعلامي شامل قادر على تحليل المعلومات والبيانات وحمايتها وإنتاجها بمهارة فائقة، بالإضافة إلى إتقان فن علم البيانات والتحليل التتبعي في الوقت الفعلي، لمواكبة هذه المتغيرات والمستحدثات الذي أفرزته الوسائط المتعددة في الوسط الإعلامي وفي كافة أشكال الحياة.

أهمية البحث

تستقي الدراسة الرأهنة أهميتها من أهمية الموضوع نفسه، وهو توظيف الوسائط المتعددة في تطوير الإنتاج التلفزيوني، أصبح إستخداماتها وإمكانياتها عصب وجوهر الصناعة الإعلامية المعاصرة، وأهمية التلفزيون كوسيلة جماهيرية ذات تأثير على حياة المجتمعات. كما تكمن أهمية الدراسة في النتائج التي توصلت إليها خدمةً للمجتمع والبحث العلمي.

أهداف البحث

تسعى الدراسة الحالية إلي تحقيق نتائج عبر عدة أهداف عامة وخاصة ومن أهمها :

1. تقديم رؤية توضح مهارات إستخدام الوسائط المتعددة وإمكانياتها التي تستخدم في إنتاج البرامج التلفزيونية ومحاولة تبيان دورها في إنتاج البرامج بتلفزيون السودان وإنعكاسها على الصورة التلفزيونية شكلاً ومضموناً.
2. معرفة كيفية توظيف الوسائط المتعددة في إنتاج البرامج بتلفزيون السودان.
3. معرفة التحديات التي تواجه أو تقلل فاعلية الوسائط المتعددة في تطوير الإنتاج التلفزيوني بتلفزيون السودان.
4. رصد الإستخدامات الإعلامية للوسائط المتعددة المحمولة والمساهمة في معرفة مدى "فاعليتها" في إنتاج البرامج التلفزيونية بصفة عامة وفي تلفزيون السودان بصفة خاص.
5. معرفة ماهية الإنتاج التلفزيوني وعناصرها.

مشكلة البحث

من خلال دراسة الباحث للوسائط المتعددة والإنتاج التلفزيوني جاءت هذه الدراسة لتثير إشكالية محددة تدور حول توظيف الوسائط المتعددة في تطوير الإنتاج التلفزيوني بتلفزيون السودان؟. وينبثق عنه التساؤلات التالية؟: ما مدى التطورات التي تحدثها الوسائط المتعددة في تطوير الإنتاج التلفزيوني بتلفزيون السودان؟. وما يهمنها في هذه الإشكالية هو معرفة التحديات التي تواجه أو تقلل فاعلية توظيف الوسائط المتعددة في تطوير الإنتاج التلفزيوني بتلفزيون السودان؟، ومعرفة كيفية توظيف الوسائط المتعددة في إنتاج البرامج بتلفزيون السودان.

أسئلة البحث

يحاول هذا البحث في سبيل تحقيق اكبر قدر من الأهداف الى طرح التساؤلات التالية:

1. ماهي مهارات إستخدام الوسائط المتعددة وإمكانياتها التي تستخدم في إنتاج البرامج التلفزيونية وما دورها في إنتاج البرامج بتلفزيون السودان وإنعكاسها على الصورة التلفزيونية شكلاً ومضموناً.
2. ما كيفية توظيف الوسائط المتعددة في إنتاج البرامج بتلفزيون السودان
3. ماهي التحديات التي تواجه أو تقلل فاعلية الوسائط المتعددة في تطوير الإنتاج التلفزيوني بالقناة السودانية؟
4. ما هي الإستخدامات الإعلامية للوسائط المحمولة؟ وما مدى "فاعليته" في إنتاج البرامج التلفزيونية بصفة عامة وفي القناة السودانية بصفة خاصة.
5. ماهية الإنتاج التلفزيوني وعناصرها.

منهج البحث

المنهج الوصفي: إستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي الذي يستهدف الدراسات الوصفية لتقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف ما، تغلب عليها صفة التحديد، وعلى ذلك تقوم الدراسة بوصف ما هو كائن عن طريق جمع البيانات والمعلومات

حول توظيف الوسائط المتعددة في تطوير الإنتاج بلفزيون السودان والتحديات التي تواجهها" من مختلف جوانبه وكافة أبعاده، وجدولتها وتبويبها، ثم تفسير تلك البيانات وإستخلاص التعميمات والإستنتاجات.

أدوات البحث

أولاً: الملاحظة

إستخدم الباحث الملاحظة العلمية المنهجية كأداء هامة يتم من خلالها الكشف عن تفاصيل توظيف الوسائط المتعددة في إنتاج البرامج بتلفزيون السودان. نسبة لعمل الباحث في مجال الوسائط المتعددة بقطاع الإنتاج الخاص (منتج، مخرج، مصمم، مونتير، مصور، كاتب سيناريو) بعد أن مُنح الباحث دبلوم الوسائط المتعددة (THREE YEARS) في جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ديسمبر 2005م، الباحث عضو بمجلس المهن الموسيقية والتمثيلية (موسيقي، مغني، ملحن) كل ما سبق يعزز ملاحظات الباحث بشكل متتابع ودقيق ومفصل يخدم موضوع البحث.

ثانياً: إستبانة الخبراء

هي عبارة عن إستمارة يحتوي على مجموعة من الأسئلة التي تدور حول موضوع البحث، لمعرفة واقع توظيف الوسائط المتعددة في كل مراحل الإنتاج التلفزيوني بتلفزيون السودان، يتم تسليم الإستبانة لخبراء مجتمع البحث باليد وذلك من أجل الحصول على إجابات لتلك الأسئلة.

ثالثاً:المقابلة الشخصية Interview

إستخدم الباحث المقابلة لإجراء عدة مقابلات شخصية مع بعض الخبراء ضمن أفراد عينة البحث، وطرح عدد من الأسئلة الموضوعية عليهم وذلك للحصول على المعلومات، والآراء التي تعبر عن الإتجاهات ووجهات النظر الخاصة بتوظيف الوسائط المتعددة في إنتاج البرامج التلفزيونية بصفة عامة، وخاصة عن إستخداماتها" بتلفزيون السودان.

مجتمع البحث

يستهدف مجتمع البحث الخبراء والممارسين للعمل في مجال الإنتاج التلفزيوني بتلفزيون السودان من مرحلة الإعداد حتى مرحلة ما بعد الإنتاج والتي شملت (مديري الإدارات، رؤساء الأقسام، الأكاديمين والمخرجين والمنتجين، المهندسين، والمصممين، وفنيي المونتاج والصوت والإضاءة ، ومعدّي البرامج وكتاب السيناريو) بتلفزيون السودان.

عينة البحث: يتم إجراء عينة الدراسة على أفراد مجتمع البحث .

حدود البحث: وهي تتمثل في الآتي

الإطار المكاني: تلفزيون السودان الفضائية.

وقع إختيار الباحث على هذه الفضائية لإعتبرات تتعلق بتخصصها وتوظيفها للوسائط المتعددة في الإنتاج التلفزيوني.

الإطار الزمني: 2016م – 2018م

يعتقد الباحث ان هذه الفترة شهدت توسع في توظيف الوسائط المتعددة في إنتاج البرامج بتلفزيون السودان، وذلك في توافق مع ما يستجد من تطبيقات وبرامج صناعة الوسائط المتعددة.

المصطلحات

الوسائط المتعددة

لغة: تتكون الوسائط المتعددة بالإنجليزية (**Multimedia**) المكونة من شقين حسب الترجمة العربية (**Multi**) وتعني متعدد و(**Media**) وتعني وسيط أو وسيلة إعلامية. **وإصطلاحاً:** يقصد به الإعلام والصحافة وبشكل عام يطلق على كل ما ينطوي على معلومة تذاغ أو تنشر على الملأ كمرحلة أولى وتتناقلها الأفراد وتتبادلها الأسنة فتنتشر بصورة أكثر (شفيق، 2008م، ص 19-20).

إجرائياً

(1). **الوسائط المتعددة:** عبارة عن دمج وتقارب كم هائل من التقنيات والبرمجيات والعلوم والأنظمة، وكافة وسائل الإعلام ضمن جهاز رقمي مبرمج آلياً وبطريقة "إبداعية" وتشعبية فائقة Hyper Media يضع كل الأجهزة الحديثة في جهاز واحد متعدد الحاجات، تحقق التكاملية والتفاعلية Interactivity للمستخدم، وتمكنه من التحكم في عملية التلقي.

(2). **الوسائط المتعددة:** عبارة عن تصميم وبرمجة وعرض المعلومات "بطريقة إبداعية" في قالب رقمي أو تطبيق مميز يحتوي على مزيج من "النصوص، والصور، والصوت، والفيديو، والرموز، والرسومات، والألوان والمؤثرات البصرية، والرسوم المتحركة، والجرافيك (الرسوم البيانية)" بحيث يحقق التفاعلية والتكاملية للمتلقي وفق خطة البرنامج أو الحدث أو الهدف الذي صمم من أجله.

الإنتاج التلفزيوني

الإنتاج لغة: إنتاج (مفرد) مصدر أنتج، تولد الشيء من الشيء أو ابتكاره. **أنتج السينمائي فلماً:** أنجزه، هيأه - (عمر، 2008م، ص 2164-2163).

إصطلاحاً: يطلق على جميع العمليات اللازمة لإنتاج برنامج للتلفزيون "الفكرة وكتابة النص وتوزيع الأدوار Casting والتجارب الجافة Rehearsing ثم التسجيل والعرض" (حجاب، 2004م ص 77).

إجرائياً: الإنتاج التلفزيوني أصبح إبداع فكري وفني مبتكر، وصناعة متكاملة، يتم فيه تحويل الفكرة إلى محتوى ثري يشبع رغبات المتلقي. إنتاج محتوى مبتكر يحتاج إلى خبرة وإلمام بكافة عناصر الإنتاج التلفزيوني وإجادته "إجادة تامة مستنده بمعرفة علمية وأطر منهجية، إضافة إلى إمتلاك مهارات التخطيط الإبتكاري للمحتوى الإعلامي والمهارات اللازمة والمعرفة الواسعة التي تمكن من إدارة وقيادة فريق الإنتاج بطريقة فنية وإبداعية، والمقدرة على تفعيل هذه المعرفة وتوظيفها بشكل أمثل في صناعة المنتج التلفزيوني. الإلمام بكل ما سبق مع إكتمال العناصر المهمة واللازمة لعملية الإنتاج، يضمن لنا عدم ضياع المال ويصنع التميز للقناة عالمياً، ويضمن تسويق المنتج حسب الهدف والغرض الذي صنع لأجله.

التلفزيون

لغة: مكون من مقطعين Tele ومعناه عن بعد وVision ومعناه الصورة أو الرؤية أو المرئية وهما معاً يعنيان الرؤية عن بعد، **وإصطلاحاً:** هو طريقة إستقبال الصورة والصوت من مكان لآخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والأقمار الإصطناعية (عبد النبي، 2010، ص 24).

الدراسة الأولى: دور تكنولوجيا الاتصال في إنتاج البرامج التلفزيونية

هدف البحث إلى الوقوف على دور المبتكرات الحديثة في مجال الاتصال في تطوير الإنتاج التلفزيوني وانعكاسها على تغيير شكل الاتصال التلفزيوني وخصائصه. حصر إستخدامات التقنية الرقمية والحاسوب في مراحل الإنتاج التلفزيوني بداية بالإعداد والكتابة حتى مرحلة الإرسال مروراً بمراحل الإنتاج المختلفة بينهما. أتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي. وأهم النتائج أن التقنية الرقمية والحاسوب وبرامجه جعل عملية المونتاج أكثر دقة وسرعة وجودة واطلة زمنياً وتكلفة. ضعف استخدام التقنية الرقمية والحاسوب في مجالات الإعداد والصوت الإضاءة والتصميم وخاصة المؤسسات الولائية. وضعف التدريب الخارجي للعاملين في مجال المونتاج التلفزيوني (عوض الكريم، 2007م).

الدراسة الثانية: فاعلية الوسائط المتعددة في إنتاج برامج التلفزيون

هدف الدراسة إلى معرفة مهام الجرافيك التلفزيوني بإستخدام الوسائط المتعددة ودوره في إنتاج البرامج ، إمتلاك مهارة وضع الخطط الإستراتيجية إدارياً وفنياً وتقنياً ومستقبلية تمثل هوية وبصمة القناة، فهم مميزات الجرافيك التي تساهم في رفع مستوى البرامج بتنفيذ أفكار قوية التعبير بسيطة التنفيذ. اتبعت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي. وأهم النتائج أن عدم وجود تخطيط إستراتيجي للجرافيك يؤثر سلباً علي إنتاج البرامج. إبان مفهوم الجرافيك التلفزيوني يعد التصميم البياني والتوضيحي الفعال المتحرك والثابت المتمثل في الشعارات، الفواصل، الخلفيات، الإستوديوهات الافتراضية، الترويج، الشريط الاخباري والتعريفى وتعتبرهوية وبصمة للتلفزيون التي تميزه عالمياً (الشيخ، 2012م).

علاقة الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية

إتفقت الدراسة الحالية مع الدراسة الأولى في حصر إستخدامات التقنية الرقمية والحاسوب في مراحل الإنتاج التلفزيوني. وإتفقت الدراسة الحالية مع الدراسة الثانية في التعرف على فاعلية الوسائط المتعددة في إنتاج برامج تلفزيون السودان، الدراسة الثانية ركزت على قسم الجرافيك في الدراسة التطبيقية. أما الدراسة الحالية إختلفت عن الدراسة الأولى والثانية في كونها تناولت توظيف الوسائط المتعددة في كافة مراحل الإنتاج التلفزيوني بتلفزيون السودان، و التطورات التي أحدثتها الوسائط المتعددة في إنتاج البرامج "بالقناة"، ومهارات إستخدام الوسائط المتعددة وإمكانياتها التي تستخدم في تطوير الإنتاج، وإستخدامات الوسائط المتعددة المحمولة في إنتاج البرامج بصفة عامة وفي تلفزيون السودان بصفة خاصة (الدراسة الحالية قدمت حلول تجعل تلفزيون السودان أو الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون قادر على تمويل نفسها بنفسها، بتحويل مساحة "الهيئة" إلى مدينة إنتاج إعلامي ذكية (إستثمارية).

التطورات التي أحدثتها الوسائط المتعددة في إنتاج البرامج بتلفزيون السودان

الخطط الإستراتيجية لأي قناة فضائية يتم تصميمها وتنفيذها وترتيبها بواسطة برامج الوسائط المتعددة، وترسل إلى الشبكة، ومنها توزع إلى بقية الأقسام الأخرى. في السابق الإنتاج كان مكلف شديد في غرفة البث بالقناة السودانية، لكن بعد دخول الكمبيوتر ذات المواصفات العالية، أصبح تقنية الوسائط المتعددة الرقمية عامل أساسي في تنفيذ العمل التلفزيوني بصورة متكاملة، الإنتاج عبرها أصبح عن طريق السيرفر حيث يتم فيه حصر البرامج وجمعها وترتيبها وفق الخارطة البرمجية. في السابق يتم عمل المونتاج بطريقة الفيديوهات، وهي غالية جداً، أجهزة المونتاج تحتاج إلى مساحة كبيرة، مكلفة أعطالها كثيرة،

الآن جميع برامج المونتاج هي جزء من الوسائط المتعددة، والكمبيوتر هو الذي يُفعل هذه البرامج. بالنسبة لتحرير المواد الإخبارية أو الكتابة أصبحت جميع أنواع الكتابة تتم "بواسطتها"، الوسائط المتعددة أتاحت إمكانية تعديل العمل وتطويره، وإمكانية إتقان الفرد أكثر من وسيط في آن واحد، وفرت برامج متنوعة لمعالجة الصوت وتحسينها من خلال المكساج، الوسائط المتعددة قللت (المساحة والتكلفة والزمن والمال) وزادت الجودة. الوسائط المتعددة تحتاج إلى نكاه أكثر في التعامل، كلما كان الكادر البشري ذكي كلما ساهم في توظيف المنتج التلفزيوني بشكل مميز ومثالي (الحسن، 2017/5/11م، مقابلة).

التطورات التي أحدثتها الوسائط المتعددة تتمثل في الموقع الإلكتروني الخاص بتلفزيون السودان، الموقع الإلكتروني سهلت الوصول للمعلومة، في حالة وجود خبر سريع يتم رفعه فوراً في "الموقع" لا ينتظر به حتى نشرة الأخبار، النشرة مقيد بزمن، الموقع لا يتقيد بزمن، الموقع يقدم تفاصيل عن البرامج (التعريف بالبرنامج والرسالة والأهداف وزمن البث وزمن الإعادة والنشرات الإخبارية التي تقدم خلال اليوم) توجد بالموقع شريط يعرض الأخبار العاجلة والمواضيع الهامة. الآن تم إلحاق مواقع التواصل واليوتيوب بالموقع من خلال عمل link أو ربطها بالموقع، كل ذلك تساهم في عملية المشاركة والتواصل مع الجمهور (علي، 2017/5/15م، مقابلة).

بعد ظهور الوسائط المتعددة أصبح المشاهد جزء مهم جداً في تخطيط برامج (القناة السودانية) من خلال الفرص التي تتاح له سواء كان عبر إرسال الرسائل النصية أو الفيديوهات إلى صفحة البرنامج، أو بالاتصال مباشرةً بالبرنامج والمشاركة في إعدادها ومدتها بالأفكار الجديدة التي تساهم في تطوير البرنامج، وهذا يدل على قدرة الوسائط وتأثيرها القوي في نجاح البرنامج وتميزه (الضي، 2017/5/11م، مقابلة).

الإستخدامات الإعلامية للوسائط المتعددة المحمولة في إنتاج البرامج بتلفزيون السودان

الآن لاتجد برنامج إلا وتجد الوسائط المتعددة المحمولة موجودة فيه ومتاح لكل المشاهدين المشاركة في البرنامج بأفكارهم وطروحاتهم وحتى مشاركتهم بشكل مباشر في البرامج المختلفة، أصبح المذيع أوالمعد(بالقناة السودانية) يعتمد على الوسائط المحمولة في إخراج المعلومة الفورية والمشاركة الفورية مع المشاهدين، أما الفيديوهات التي ترسل يتم معالجتها وتحسينها ثم عرضها في البرنامج (الضي، 2017/5/11م).

الوسائط المتعددة المحمولة بالنسبة لمحرف الأخبار بتلفزيون السودان، يعد مصدر سباق للمعلومة، تعطي الفورية لا تكلف المحرف سواء التأكد من دقة وصحة المعلومات، لكنها" تعطي الأفضلية والسبق لكل الأقسام العاملة في مجال الأخبار، وتساهم في تقوية المضمون (أحمد، 2017/5/11م).

تساهم الوسائط المحمولة في السبق الصحفي ومراقبة البيئة الدولية من خلال التوثيق للأحداث التي تحدث في دول العالم سواء كانت أحداث خاصة بالتلوث أو الحروب أو النزعات.. الخ، الوسائط المحمولة أظهرت الكثير من قدرات الشباب المبدعين الذين لديهم أفلام وثائقية، أو درامية تم إنتاجها بواسطة الموبايل ونشرها على مواقع التواصل الإجتماعي واليوتيوب وغيرها، وبهذا تكون الوسائط المحمولة أسهمت في إبراز الكثير من المواهب، يمكن إستقطابهم وتدريبهم وتوظيفهم، وبالتالي يسمح لهم بإنتاج أعمال إحترافية عالية (الكارس، 2017/5/11م).

ما يميز الوسائط المحمولة، حرية الإستخدام وصناعة الحدث الآنني وهي مستقبل الإعلام الحديث لها مكانة ودور كبير في تغيير مستقبل العالم. تساهم المحمول في إنتاج التقارير التلفزيونية والأفلام الوثائقية، وتوثيق كافة الأنشطة أوالمواقف التي

تقابل المستخدم بدءاً من المنزل وغيرها، برنامج بيتنا(بالقناة السودانية) واحد من البرامج الذي يستخدم الوسائط المحمولة في العملية الإنتاجية، والبرنامج لديها العديد من المرسلين بالولايات، يرسلون الأخبار إلى البرنامج بواسطة المحمول، جزء كبير من المرسلين تدربوا على الإنتاج عبر المحمول (أجبر، 2017/5/15م).

على ضوء ما سبق الآن الوسائط المحمولة الذكية توجد بها تطبيقات متعددة ومتنوعة خاصة ببرامج المونتاج (لديها خيارات متعددة للانتقال من لقطة إلى أخرى وأدوات لقطع المشاهد الغير مرغوبة فيها واللصق وتحسين جودة الصورة) بكل سهولة يمكن للفرد تحميل التطبيق الذي يناسبه، وإجراء عملية المونتاج والبث الفوري معاً بجودة عالية .

مهارات استخدام الوسائط المتعددة

هي المهارات اللازمة لتوصيل المعلومات "المرئية والمسموعة والتفاعلي" في شكل قالب فني إبداعي إلى مختلف شرائح المجتمع وفق إهتماماتهم، ويجب تأطير القالب الفني بالأسس والقواعد المنهجية وإستراتيجيات عصرية مبتكرة، أكثر جذباً وتشويقاً وإثارة وإقناعاً وإبهاراً، يتمتع ويفيد المتلقي. صناعة المنتج الإعلامي يحتاج إلى فهم سمات الوسيلة وإمكانياتها، "إتقانها" يجعلك قادر على تطويعها وصياغتها في شكل رسالة إعلامية قوية على المستويين المهني (الإعلامي) والتقني. فكيف يمكن للصحفيين التكيف مع التحديات الجديدة والحفاظ على تميزهم في التعامل المهني مع الأخبار والمعلومات؟. لذا يجب للصحفي أو الإعلامي التدريب على مهارات إنتاج الوسائط المتعددة إضافة إلى المهارات والأدوات التي يجب أن يتحل بها الصحفي الرقمي في عصرنا الجديد، إعلام الوسائط المتعددة بحاجة إلى إعلامي شامل متعدد المهارات.

إمكانيات الوسائط المتعددة (Multimedia Possibilities):

هي الإمكانيات التي توفرها تقنيات الوسائط المتعددة (المادية والبرمجيات) من خلالها" يستطيع المستخدم الإبداع والإبتكار وتوصيل أفكاره الخاصة، وتتجلى تأثيرها في إنتاج وبناء الرسالة الإعلامية، فهي تساهم في إيصال رسالة القناة الإعلامية بطرق "متعددة الأبعاد" تخاطب العقل والروح كما يلي:

• المنصات الرقمية وتطبيقات الوسائط المتعددة المحمولة (الذكية)

أصبحت الوسائط المتعددة منصة جاذبة للإبداع البشري، كل يوم نشاهد إنضمام "مولود جديد" إلى منظومة الوسائط المتعددة ، المولود يتحول إلى تطبيق يجلس في مقعده مبتسماً، يتعرف على جميع التطبيقات الموجودة داخل "المنظومة" يتفاعل ويتكامل معهم لتوفير خدمات متميزة للمجال الإعلامي، ولكافة مجالات الحياة، بعضها حسب الطلب.

• الأستوديوهات الافتراضية البانورامية (الهجينة)

يرى الباحث أن توظف الوسائط المتعددة في صناعة الأستوديوهات الافتراضية التي تعمل بنظام الكروما ساهم في إبتكار الشاشات البانورامية المتعددة الأبعاد، فهي عبارة عن شاشات عرض تفاعلية كبيرة بحجم الجدران بعضها عملاقة، فائقة الجودة والإبهار (بدقة Full HD ، و4K)، " تتميز بالتصميم البانورامي الذي يدمج بين أكثر من خلفية"، توجد منها أحجام متنوعة حسب الطلب، الآن القنوات الفضائية تعرض من خلالها المحتوى الإعلامي والديكورات الافتراضية المصممة مسبقاً، مع إمكانية إجراء الحوارات المباشرة مع عدد من الضيوف حول العالم. (فكل برنامج لديه ديكور افتراضي فائقة الإبهار خاص به مخزنة في السيرفر، يتم مبرمجتها" آلياً وبترتيب دقيق، تعرض متزامنة حسب نوع ومدة البرنامج) أصبح الأستوديو الافتراضي البانورامي الحل السحري لإنتاج برامج تلفزيونية بأقل تكلفة ممكنة وبجودة عالية. أضف إلى ذلك إستطاع مصممي الوسائط

المتعددة المبدعين مزج الديكور الافتراضي والمؤثرات البصرية مع الأبرار والسينما والمسرح والحفلات الموسيقية والألعاب الرياضية والسيرك والمصارعة الحرة (بطريقة أكثر تفاعلية وجاذبية أبهرت العالم) بل إمتدا ليشمل كافة أشكال الفنون.

• الواقع الافتراضي (Virtual Reality)

من خلال الوسائط المتعددة أصبحنا نتابع الأخبار والأحداث التي تدور في العالم (افتراضياً) وكأننا في موقع الحدث، نتجول، نشعر ونحس ونتفاعل مع ما يدور في موقع الحدث آنياً، توفر الوسائط المتعددة برامج متنوعة تمكن من تصميم نماذج (خيالية أو بيئة تشبه الواقع تماماً) أو دمج (الواقع مع العالم الافتراضي) ويتم اللوح والإنغماس في البيئة الافتراضية بواسطة نظارة الواقع الافتراضي والقزازات التي تلبس في اليد تستخدم للتناول واللمس والقبض والتحكم، "بهذه الأدوات" يستطيع الإنسان الرؤية والسمع والإحساس والتذوق والشم، والتفاعل آنياً كأنه في الواقع. الآن تأتي أدوات الواقع الافتراضي ضمن إكسوارت الهواتف الذكية.

ومن بين تقنيات الوسائط المتعددة الواعدة لمواقع الإنترنت، لغة الواقع الافتراضي -

Virtual Reality Modeling Language (VRML) التي تمكن مصممي الأنترنت من بناء عوالم ثلاثية الأبعاد - Three-dimensional worlds، وتمنح ديناميكية لغة النص الفائق Dynamic HTML القدرة لصفحات الإنترنت على تغيير نفسها بمجرد تحميلها عبر المتصفح دون الحاجة للرجوع للجهاز الرئيسي للتحديث Updating (زعموم، وبومعيزة، 2007م، ص56).

تطبيقات الواقع الافتراضي تساهم في توصيل المعلومة إلى المتلقي بطريقة فائقة الجذب وأكثر تفاعلية، هذه الميزة دفعت المؤسسات الإعلامية إلى توظيف الوسائط المتعددة في إنتاج وصناعة الترويج والإعلانات والبرامج التلفزيونية "الافتراضية" صحيفة نيويورك تايمز أطلقت تطبيق خاص بالواقع الافتراضي بالتعاون مع ستوديو (إم 360) يتيح لزوارها مشاهدة أفلام وفيديوهات الواقع الافتراضي الخاصة بها على هواتفهم الذكية بواسطة نظارات قوقل، الصحيفة تستخدم الواقع الافتراضي لتسليط الضوء على الأزمات الإنسانية، قال جيك سيلفرستين رئيس تحرير الصحيفة إن قوة الواقع الافتراضي تكمن في منحها المشاهد شعوراً فريداً من التعاطف مع الناس في ظل الأحداث الرهيبة التي يعيشونها. الآن إتجه عديد من الصحف الأمريكية والأوروبية ووكالات الأنباء إلى إستخدام تقنية الواقع الافتراضي في نقل القصص والتقارير الإخبارية (5/3/2016م، <http://www.alhayat.com/articles/11955725/>).

• الواقع المعزز (Augmented Reality)

التطور المضطرد في الوسائط المتعددة جعل صناع المحتوى الإعلامي يبتكرون تطبيقات وأساليب جديدة ومتنوعة، تمكن من دمج أو "إضافة معلومات رقمية إلى الواقع أو القصة. والمعلومات الرقمية هي عناصر الوسائط المتعددة (النصوص والصور، والصوت، والفيديو والرسومات والمؤثرات البصرية والرسوم المتحركة والجرافيك، والألوان، والرموز.. الخ) يرى الباحث أن الواقع المعزز هو عملية فنية وإبداعية يتم فيها تعزيز الواقع، أو القصة، أو الصورة، أو الحدث، أو المادة التعليمية، أو التسويقية أو الترفيهية.. الخ، بمعلومات رقمية بغرض إيصال فكرة أو معلومة أو رسالة معينة وفق الخطة المرسومة.

• الخدع السينمائية (Cinematic Tricks)

إن نظام الوسائط المتعددة أضاف إمكانيات مذهلة في عملية لإنتاج التلفزيوني والسينمائي أتاح وتتيح لصانعي الأفلام والمسلسلات إضافة كائنات غير موجودة في الطبيعة، لتؤدي أدوار مهمة في الأحداث بحيث تشارك الممثلين الحقيقيين، وتمثل

معهم، وقد تحدث بينهم مطاردات وإشتباكات كما حدث في فيلم (حديقة الديناصورات) إخراج ستيفن سبيلبرج، ولعل أهم الأفلام التي تم صناعته بواسطة تقنية الوسائط المتعددة الثلاثية الأبعاد، هي فيلم (فورست جامب) إخراج روبرت زيمكس الذي قدم في فيلمه وأفعاً سينمائياً أقرب من الخيال، فقد استحدث فيه شخصيات عامة رحلت عنا منذ فترة لتؤدي أدواراً في الفيلم وتمثل مع الممثلين وتخطب معهم، ومن بينهم رؤساء أمريكا السابقين مثل كنيدي ونيكسون (رستم، 2012م، ص324-325).

• المحاكاة (Simulation)

تعتبر الوسائط المتعددة تمثيل أو محاكاة Simulation رقمياً للحواس الإنسانية بصرية وسمعية ولغوية وحركية تجعل التواصل في الفضاء الإفتراضي ممكناً وممتعاً لدرجة أنه في كثير من الأحيان يحل محل الحيز الواقعي. فمن خلال عناصر الوسائط المتعددة يمكن القيام بالمحاكاة أو التمثيل البصري للمعرفة، أو تمثيل أماكن، أو مواقع أو أحداث قريبة جداً من الواقع، لذلك يعتبر المحاكاة أفضل وسيلة للتدريب والتعليم ونقل التجارب والخبرات وتوصيل الأفكار، فهي تخاطب أكثر من حاسة في آن وأحد مما يجعل المعلومات تصل إلينا بشكل جيد وبطرق متعددة الأطراف، تحفز المستخدم أو المتلقي على التركيز والمتابعة والتعلم بكفاءة عالية.

• التحوير (Morphing)

هي من تقنيات الإبهار التي توفرها برامج الوسائط المتعددة، وتستخدم في عروض الفيديو من خلال توليد بعض الخصائص الجديدة بين مشهدين عند تحويل مشهد أولقطة من فيديو لآخر جديد من خلال إذابة ومزج لقطه داخل لقطه أخرى لينتج بذلك لقطه جديدة مختلفة، توفر برنامج أو تقنية Morphing المدهش إمكانية التغير التدريجي المتداخل morph بحيث يبدأ بصورة معينة وينتهي بإحلال صورة أخرى في محلها، كأن يتحول رأس القط إلى رأس أسد أو مثل إيهام المتفرج بأن برتقالة تتحول إلى تفاحة (شفيق، 2006م، ص88). على ضوء ما سبق الآن يوجد برامج متنوعة تمكن من عمل Morphing من ضمنها برنامج after effect، لديها إمكانيات مذهلة تمكن من إبتكار أساليب جديدة تميز المنتج التلفزيوني أو السينمائي عن غيرها.

• الرسوم المتحركة Animation

توفر الوسائط المتعددة برامج تصميم متنوعة تساهم في صناعة رسوم متحركة جاذبة، تستخدم في توصيل الرسالة الإعلامية بطرق متعددة تلبى كافة الإحتياجات البشرية، أسلوب الرسوم المتحركة يشمل أي عملية فيلمية تعطي الحياة والحركة لأشياء جامدة بما فيها السلعة أو الخدمة نفسها، أي يشمل كل ما يجعل الأشياء الثابتة تتحرك وتجري وتطير، تستخدم الرسوم المتحركة في عمل (المناظر المتداخلة) مثل المزج بين الرسوم الثلاثية الأبعاد واللقطات الحية المصورة (بهنسي، 2012م، ص173). يرى الباحث أن الرسوم المتحركة أتاحت إمكانية إعادة الحياة إلى صور الأشياء الحقيقية أو الفن القديم بكل أنواعها إلى رسوم متحركة ثلاثية الأبعاد "تعكس ثقافة الشعوب القديمة بشكل عصري فائق الجذب.

الإنتاج التلفزيوني:

التخطيط الإستراتيجي لمضمون القنوات التلفزيونية

يقصد به عملية ربط المضمون (البرامج) برسالة القناة ورؤيتها وأهدافها العامة ووظائفها الرئيسية في ضوء الموارد المتاحة والسياسات العامة والتحريرية المحددة للقناة، والمنضبطة بموازنتها وأنظمتها ولوائحها ومعايير الجودة المهنية والملتزمة بالجدول الزمنية (عبد الهادي، 2011م، ورقة عمل).

بالإشارة لما سبق تعتبر التخطيط الإستراتيجي لمضمون القناة أمراً في منتهي الأهمية، فهي الركيزة الأساسية للإنتاج التلفزيوني، تؤدي دوراً أساسياً في بناء إستراتيجية القناة وتنميتها، والأهم في ذلك لابد من فهم ووضوح الأسس الحاكمة للتخطيط الإستراتيجي لمضمون القناة (لكافة الأطر البشرية بالقناة) فهي تضئ الطريق وتمكن فريق الإنتاج من أداء العمل والتخطيط لإنتاج البرامج (المضمون) بطريقة علمية وإحترافية، يضمن تصويب الأموال والإبداع الفكري البشري، لصالح رسالة القناة ورؤيتها وأهدافها الإستراتيجية المنشودة.

مفهوم الإنتاج التلفزيوني

يمكن توضيح الإنتاج التلفزيوني بشكل مبسط بأنه يعني مجموعة من الخطوات التخطيطية والتنفيذية المختلفة التي تؤدي إلى تحويل فكرة إلى برنامج تلفزيوني يمكن بثه، وبناءً على هذا المفهوم تكمن أهميته في كونه يتضمن معظم الخطوات والعوامل المؤدية إلى عمل البرنامج التلفزيوني، وتحقيق الهدف منه، بدءاً بتحديد إحتياجات الجمهور، وإعداد الفكرة، وتحديد الهدف من البرنامج والجمهور المستهدف، وتحديد قالب البرنامج المناسب، ومن ثم الإخراج وتقييم العمل (الشريف، ومهني، 2001م ، ص65) وهذا الإنتاج يتفاوت في النوعية التقنية وطول المادة البرمجية ومضمونه، ويرأس الإنتاج **منتج منفذ** إما أن يكون موظفاً في مؤسسة الإنتاج أو التلفزيون أو مستقلاً يعمل بصورة محددة تنتهي بنهاية العمل، وعلى ضوء ذلك إرتبط البرنامج الناجح بوجود إنتاج تلفزيوني مميز، وعكس ذلك يدل على ضعف الإنتاج أو ضعف في بعض أجزائه.

المنتج التلفزيوني

هو الشخص الذي يدير دفة العمل التلفزيوني، يملك سلطات واسعة تماماً مثل رئيس مجلس إدارة إحدى الشركات من الناحية الإقتصادية والفنية، هو الذي يختار القصة أولاً ثم يختار المخرج المناسب لها، ويقوم بالتعاقد مع الفنانين والفنيين، الذين يختارهم لتحقيق البرنامج التلفزيوني أو الفيلم، في أحسن صورة ممكنة وذلك بالتقاهم مع المخرج، وبعد مرحلة الدراسة والإعداد والتحضير يلقي المنتج أعباء مهمة التنفيذ على عاتق المخرج وجده. وعندئذ يختفي سلطاته في مرحلة التصوير ويكتفي بالمتابعة من بعيد، ثم يعود إلى الظهور ثانية في مرحلة تجهيز المسلسل أو الفيلم للعرض العام، حتى يرعاه من حيث تسويقه وحسن توزيعه، والرعاية له، وهو مسؤول فني وإداري وتجاري، ويقوم بتنسيق الميزانية ويراقب تنفيذها، و"إداري" لأنه يسوس جميع الموظفين الذين يتعاونون معه. إنه أشبه بالقاعد العام الذي يعمل ويخطط من مكتبه. ويمكن أن يكون منتجاً مستقلاً أو يعمل من خلال أحد الأستوديوهات لتنفيذ مشروع تلفزيوني أو سينمائي (المصدر www.startimes.cor).

بالإضافة لما سبق الآن تغير مفهوم المنتج نتيجةً للتقدم المضطرد في مجال الإنتاج التلفزيوني، أصبح مهامه لا ينحصر في أنه (هو صاحب المال أو الإداري الذي يدير الإمكانيات). مهام المنتج مهام متكامل (تبدأ من الفكرة حتى تسويق المادة المنتجة) هذا المهام" يحتاج إلى مبدع مختص ومواكب، ذو خبره يمتلك ثقافة عامة وثقافة إعلامية ومعرفة واسعة ومهارات متعددة، وحس فني عالي متذوق للموسيقى والإيقاع."لم و"متمكن" من كافة عناصر الإنتاج التلفزيوني، لديه القدرة على التعامل مع الفريق العمل، والرغبة في التجديد والإبتكار. "الإلمام بكل ماسبق" يجعله قادرة على التخطيط وخلق أفكار جديدة تصلح للعملية الإنتاجية. المنتج المبدع هو الذي يتفهم دور المخرج ويمنحه الحرية الكاملة ويدعمه بكافة المعينات التي تساعد على الإبداع والإبتكار والتميز الفني، علماً بأن المخرج: هو قاعد العملية الإنتاجية وهو الذي يقوم بتحويل النص إلى عمل مرئي ثر. التعاون

بين المنتج والمخرج يجعلهم قادرين على مواجهة كافة المشاكل التي تظهر أثناء الإنتاج، والتغلب عليها بكل بساطة، يصنع التميز.

عناصر الإنتاج التلفزيوني

تتكون عناصر الإنتاج من العناصر (البشرية، التقنية، المالية، والإدارية) كما يلي:

أولاً: العناصر البشرية

يعد العنصر البشري عصب وجوهر الإنتاج التلفزيوني، وتتأكد هذه الأهمية من خلال ما يعرف بفريق الإنتاج التلفزيوني الذي يتكون من مجموعة العاملين مع المخرج في تنفيذ البرنامج، وهم الفنانين والفنيين المختصين في مجالات الإنتاج المختلفة كما يلي.

معد البرامج، كاتب السيناريو، مساعد المخرج، مديراً أستوديو، مدير التصوير، المذيع، المصور، مديراً الإضاءة، مهندس الديكور، منسق المناظر (الإكسسوار)، مسؤول جهاز الكتابة الإلكترونية، الماكير، مهندس الصوت، المونتير، فتاة التتابع، الخ، علماء بأن تميز المنتج التلفزيوني يعتمد على إنسجام فريق العمل.

علاقة المخرج بفريق العمل

يرى الباحث أن علاقة المخرج بفريق العمل، تصبح قوية عندما يكون مواكب للتطور التقني والبرامجي، وقادر على إيجاد استخدام كافة عناصر الإنتاج التلفزيوني بشكل متقن ومثالي، وأن يكون لدى المخرج حس فني عالي متذوق للموسيقى والإيقاع، ملم" بالثقافة والهوية ومحباً لطنه، صادق وأمين ومتواضع، وأن يكون له رأي ووجهة نظر ورؤية واضحة في كافة مجريات الحياة) والأهم في ذلك يجب أن يوظفه في أعماله ويفتخر به ويحب الخير لكافة الناس، وأن يكون " لديه" معرفة واسعة بكافة مناحي الحياة، والمهارات اللازمة، وأن يمتلك القدرة على تفعيل هذه المعرفة وفق متطلبات العصر الحديث. إمام المخرج بكل هذه الجوانب يجعله متمكن قادر على التخطيط المبتكر والقيادة والإبداع والتميز، ومن خلال هذه المهارات والمعرفة الشاملة يستطيع المخرج أن يقيم كافة أفراد فريق العمل الذين يعملون معه، ويجعله" قادر على تقديم أفكاره الإبداعية لفريق العمل" بإحترافية فائقة ويناقشهم للوصول معهم إلى قمة الإبداع، عندما يعرف(الفني أو المصمم أو المصور. الخ، أن المخرج متمكن، ينفذ تعليماته في إتقان تام).

ثانياً: العناصر التقنية

هي الكاميرات وملحقاتها، الإضاءة، أستوديو التلفزيون(الأستوديو الافتراضي البانورامي)، الصوت، الديكور والمعدات والمستلزمات الأخرى، المونتاج التلفزيوني.

ثالثاً: العناصر المالية والإدارية

(أ). إدارة المؤسسة الإعلامية: التلفزيون مؤسسة انتاجية من نوع خاص قوامه الفكر والثقافة والأداب والفنون وبناء انطباعات ايجابية من خلال برامج مشوقة تعتمد على الابهار والابهاج، ويغذي عقول الناس ينابيع الأخبار الفورية والمعرفة. فإدارة مؤسسة كالتلفزيون تتطلب سياسة إدارية مبتكرة غير تقليدية تتجاوز الاجراءات الاعتيادية المألوفة، فالتلفزيون مؤسسة لها خاصيتها بحكم تعاملها مع أنماط مختلفة من البشر، سواء العاملون فيها أم ضيوفها من العلماء والفنانين وعامة البشر أيضاً أم الجمهور المتلقي، "لذلك يحتاج" لادارة تفهم وتعي فن إدارة الوقت والتعامل مع البشر واستقطاب تعاونهم وتنسيق جهودهم من أجل تحقيق أهداف منظمة معينة للمؤسسة(حمزة، 2007م، ص 45).

(ب). إدارة الإنتاج

يتطلب العمل التلفزيوني تكاليف مالية باهظة مقارنة بغيره من الوسائل، ويعود ذلك لطبيعة عناصره، وكثرة خطوات مرحله، لذا عمدت كثير من المؤسسات الخاصة بالإنتاج في توفير طاقم إنتاجي مخصص للمسائل المالية والمصروفات على تلك الأعمال، ويتم ذلك على عبر وضع ميزانيات ببندود معروفة كإستئجار المعدات، وأجور الفنانين، مكافاة العاملين، إيجار الموقع، والسفر والتنقلات، وغيرها من البنود التي تكون في مجملها ما يعرف بميزانية البرنامج، ثم ترصد ليتم صرفها وفقاً لما هو مرسوم لها، ولا يتوقف الأمر عند هذا الحد بل يجب أن يدعم بتسهيل إداري لمرحل الإنتاج المختلفة، والتي تتطلب في بعض الأحيان شروط صعبه لإتمام متطلب إنتاجي كتصوير لقطات معينة يصعب الوصول إليها فالإدارة العليا في المؤسسة يجب أن تتفهم هذه المطالب بشكل جيد يتم تقديم عمل يتواءم مع متطلبات المؤسسات انفسها.

وتنقسم إدارة الإنتاج إلى: (المصدر موقع. <https://www.facebook.com/amr>)

1. المنتج التنفيذي (Executive Producer):

هو المعني فقط بالأمر الإستراتيجية مثل تطور مراحل إنتاج (المسلسل أو برنامج التلفزيوني أو الفيلم)، والتمويل، والتوزيع، وليس من مهام وظيفته متابعة عملية الإنتاج اليومية .

3. مدير الإنتاج (Manager Production):

هو المشرف المباشر على عملية الإنتاج، كما أنه هو الذي يتولى وضع الجدول الخاص بالإنتاج ومفوض له مراقبة الميزانية وزيادتها. بالإضافة إلى أنه يمكنه التفاوض مع فريق العمل والمعدات ومواقع التصوير المختلفة وتذهب تقارير مدير الإنتاج مباشرة إلى المنتج الفني. ووظيفة مدير الإنتاج هي متابعة أيام الإنتاج الخاصة بالتصوير، وما بعد التصوير يوم بيوم، وله عدد من المساعدين الذين يتولون مسؤوليات مختلفة في عملية الإنتاج الخاصة بالبرنامج أو الفيلم أو المسلسل على مدار المراحل المختلفة.

3. المنتج المساعد (Producer Associate)

هو مندوب إدارة الإنتاج في متابعة الفيلم أو المسلسل الذي يتم إنتاجه في الأستوديو كما أنه حلقة وصل بين كل من مدير الإنتاج والمنتج التنفيذي .

4. محاسب الإنتاج (Production Accountant)

محاسب الإنتاج هو المسؤول عن الحسابات وتسجيل كل ما يتعلق بالناحية المالية، مثل الفواتير الخاصة بالمصروفات، والتقارير المالية. وفي الإنتاج الضخم يمكن أن يكون لمحاسب الإنتاج أكثر من مساعد مسؤول عن دفعات النقود للعاملين في المسلسل أو الفيلم .

5. مساعدي الإنتاج (Assistants Production)

مساعدي الإنتاج مسؤولياتهم متنوعة حتى يمكن إستمرار عمل الإنتاج بدون توقف وبنعومة وبدون مشاكل، ومن هذه المهام إحضار كل ما تحتاجه الإدارات المختلفة أثناء التصوير والسيطرة على الجماهير في مواقع التصوير الخارجية، وغيرها من أعمال. وقد يتم تعيين أكثر من مساعد لكل من مدير الإنتاج، والمخرج، ومساعد المخرج، لتنفيذ الإحتياجات الخاصة بالتصوير. من هنا يتضح أن التلفزيون وسيلة إعلامية وتعليمية وتربوية تثقيفية فلا بد من سياسة اصلاحية ترسم المستقبل من اجل أن يقوم بدوره، والاصلاح يبدأ من تفكيك السياسات الإدارية التي تعوق دوره ورسالته فلا بد من تهيئة المناخ للمبدعين خارج

التلفزيون وداخله ليقوموا بدورهم بحياد حقيقي، وفق سياسات إدارية مبتكرة وغير مقيد، تقدم المفيد للجمهور وتتجنب السقوط في شرك الخسائر المالية في آن واحد.

الإجراءات المنهجية للدراسة التطبيقية

مجتمع البحث

يتكون مجتمع البحث في هذه الدراسة من الخبراء والممارسين للعمل في مجال الإنتاج التلفزيوني بتلفزيون السودان، من مرحلة الإعداد حتى مرحلة مابعد الإنتاج، لذلك إستخدم الباحث العينة القصدية العمدية والتي شملت مديري الإدارات، رؤساء الأقسام، والمخرجين والمنتجين، المهندسين، والمصممين، وفني المونتاج والصوت والإضاءة، ومعدّي البرامج وكتاب السيناريو) لأنهم الأكثر استخداماً للوسائط المتعددة وإماماً بتفاصيل بيئة العمل وبالتحديات التي تواجه تلفزيون السودان.

إختيار عينة البحث

حدد الباحث عينة قصدية عمدية من الممارسين للإنتاج التلفزيوني بتلفزيون السودان (من مرحلة الإعداد حتى مرحلة ما بعد الإنتاج)، بناءً على ذلك تم إختيار عدد(66) فرد من الجنسين(ذكور وإناث) للإجابة على أسئلة الدراسة.

الجدول رقم (1): يوضح التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب المهنة

النسبة المئوية	التكرار	
11%	7	منتج
7%	5	مدير إدارة
6%	4	فني صوت
14%	9	مصمم جرافيك
14%	9	مخرج
11%	7	رئيس قسم
7%	5	مهندس
15%	10	معد برنامج
12%	8	فني مونتاج
3%	2	أكاديمي
100%	66	المجموع

الجدول رقم(1) يوضح أن أعلى نسبة لأفراد العينة المبحوثة في المهنة (15%) لمعد برامج، ثم مخرج ومصمم جرافيك بتكرار بنسبة (14%)، بينما فني مونتاج بنسبة (12%)، ثم منتج ورئيس قسم بنسبة (11%)، مدير إدارة ومهندس بنسبة (7%)، ثم فني صوت بنسبة (6%)، وأخيراً أكاديمي بنسبة (3%). قام الباحث بإختيار أفراد العينة لأن دراستي مربوطة بالوسائط المتعددة وهؤلاء خبراء ممارسين في العمل التلفزيوني، هم يمثلون فريق الإنتاج التلفزيوني والأكثر استخداماً للوسائط المتعددة، والأكثر إماماً بتفاصيل العمل والتحديات التي تواجه الإنتاج بالقناة، كل ما سبق يعتبر إضافة حقيقية للبحث.

الجدول رقم (2): يوضح التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب النوع

النسبة المئوية	التكرار	
76%	50	ذكر
24%	16	أنثى
100%	66	المجموع

الجدول رقم (2) يوضح أعلى تكرار أفراد العينة المبحوثة في النوع: الذكور (50) وبنسبة (76%) ، ثم الإناث بتكرار (16) وبنسبة (24%). يرى الباحث بأن نسبة الإناث نسبة مقدره وهذا يدل بأن الإناث لديهم حضور فاعل ومؤثر بالقناة السودانية مثل الذكور، وهذا يمثل إضافة كبيرة للباحث مما يساهم في نجاح وتطوير الدراسة. عموماً نسبة خبراء أفراد العينة المبحوثة للذكور والإناث، نسبة جيدة وكافية لتحقيق نتائج البحث.

الجدول رقم (3) يوضح التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب الفئة العمرية

النسبة المئوية	التكرار	
15%	10	35-30 سنة
15%	10	40-36 سنة
24%	16	45-41 سنة
22%	14	50-46 سنة
24%	16	51 سنة فأكثر
100%	66	المجموع

يوضح الجدول (3) أن أعلى تكرار أفراد العينة المبحوثة في الفئة العمرية (16) وبنسبة (24%) 45-41 سنة و 51 سنة فأكثر، ثم 50-46 سنة بتكرار (14) وبنسبة (22%)، وأخيراً 35-30 سنة و 40-36 سنة بتكرار (10) وبنسبة (15%).

جدول رقم (4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	
68%	45	بكالوريوس
21%	14	ماجستير
11%	7	دكتوراه
100%	66	المجموع

يوضح الجدول رقم (4) أن أعلى تكرار لأفراد العينة المبحوثة في المستوى التعليمي (45) وبنسبة (68%) للبكالوريوس، ثم ماجستير بتكرار (14) وبنسبة (21%)، وأخيراً دكتوراه بتكرار (7) وبنسبة (11%). يرى الباحث أن نسبة أفراد العينة المبحوثة في المستوى التعليمي للبكالوريوس يعادل ثلاثة أضعاف نسبة المستوى التعليمي لدرجة الماجستير، ويعادل ستة أضعاف نسبة

المستوى التعليمي لدرجة الدكتوراه. نسبة أفراد عينة البكالوريوس يثبت بأنهم خبراء لديهم حضور وفاعلية وعطاء في كافة مراحل الإنتاج بالقناة السودانية، وجودهم ضمن أفراد عينة البحث يعتبر إضافة للدراسة ويمكن من خلالهم الوصول إلى أهم النتائج والتوصيات. أما نسبة أفراد العينة المبحوثة في الدرجات العلمية الفوق الجامعي المتمثلة في الماجستير والدكتوراه نسبة مقدره وجيدة، هؤلاء خبراء ومختصين وممارسين في مجال الإنتاج التلفزيوني يمكن الإستفادة منهم ومن تجاربهم وخبرتهم مما يساهم في تعزيز ونجاح الدراسة.

أدوات جمع البيانات

• المقابلة

قام الباحث بإجراء عدة مقابلات شخصية مع بعض الخبراء والأطر البشرية والفنية بتلفزيون السودان ضمن أفراد عينة البحث، وطرح عدد من الأسئلة الموضوعية عليهم وذلك للحصول على المعلومات، والآراء التي تعبر عن الإتجاهات وجهات النظر الخاصة بتوظيف الوسائط المتعددة في إنتاج البرامج التلفزيونية بصفة عامة، وخاصة عن توظيفها" بتلفزيون السودان.

• الملاحظة

نسبةً لعمل الباحث في مجال الوسائط المتعددة تعتبر الملاحظة أداءً ضرورية وهامة لمعرفة وجمع البيانات الوصفية الخاصة بتوظيف الوسائط المتعددة في إنتاج البرامج بتلفزيون السودان، وقد إستخدم الباحث الملاحظة غيرالمشاركة إذ أنه قام بمراقبة الحالة عن كثب (بالنظر والإستماع، ومراقبة الأنشطة والأداء) دون أن يشترك في أي نشاط تقوم به هذه الجماعة.

• إستبانة الخبراء

إستخدم الباحث في تصميم إستبانة الخبراء مدرسة التطبيق الواقعي، لمعرفة واقع توظيف الوسائط المتعددة في كل مراحل الإنتاج التلفزيوني بتلفزيون السودان، تم" توزيعها" على عينة البحث باليد، وإحتوت الإستبانة الأولى على أسئلة خاصة بالبيانات الشخصية للمبحوثين، والإستبانة الثانية إحتوت على مجموعة من المحاور، كل محور يحتوي على عدد من الأسئلة التي تغطي جوانب البحث بالشكل الذي يحقق أهدافه.

خطوات إعداد الإستبانة:

إستخدم الباحث مقياس (ليكارت) الخماسي لاختيار الإجابات المناسبة وهي (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لاأوافق، لاأوافق بشدة) وتحتوي إستبانة الخبراء على عدد من الأسئلة المتنوعة المغلقة والمفتوحة.

وقد تكونت الإستبانة الخاصة بهذا الموضوع من أسئلة البيانات الشخصية و(20) سؤالاً مغلقاً ضمن ثلاثة محاور وهي على النحوالتالي:

المحور الأول: أثر توظيف الوسائط المتعددة في الإنتاج بتلفزيون السودان ويتكون من(6) أسئلة.

المحور الثاني: التحديات التي تواجه توظيف الوسائط المتعددة في الإنتاج التلفزيوني ويتكون من(7) أسئلة.

المحور الثالث: يوضح الرؤية المستقبلية لتطوير الإنتاج التلفزيوني بتلفزيون السودان ويتكون من(7) أسئلة.

تحكيم إستبانة الخبراء

قام الباحث بعرض إستبانة الخبراء بصورتها الأولية على عدد من أعضاء هيئة التدريس وبعض من الخبراء والمختصين بالجامعات السودانية لتحكيمها.

- (1) أ.د حسن محمد الزين - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا كلية علوم الإتصال.
 - (2) أ.د بدر الدين أحمد إبراهيم - جامعة افريقيا العالمية - كلية الإعلام.
 - (3) د. سيف الدين حسن العوض - جامعة أمدرمان الإسلامية كلية الإعلام
 - (4) د. نهى حسب الرسول أحمد - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا كلية علوم الإتصال.
 - (5) د. يوسف عثمان يوسف - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا كلية علوم الإتصال.
 - (6) د. عبد المولى موسى محمد - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا كلية علوم الإتصال.
 - (7) د. صالح موسى على - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا كلية علوم الإتصال.
- الصدق الذاتي ومعامل الثبات لعبارات محاور إستبانة الخبراء :**

1.الصدق الذاتي: يقيس مدى تطابق أو اقتراب الدرجات الفعلية التي حصل عليها الأفراد من الدرجات الحقيقية المفترض الحصول عليها، ويتم حسابه بالجزر التربيعي لمعامل الثبات، (الصدق الذاتي = معامل الثبات).

جدول رقم (5) يوضح نتائج الصدق الذاتي

المعامل	الصدق الذاتي
ألفا كرونباخ	.955
سيرمان .براون	.872

كما نلاحظ من الجدول السابق، أن درجة الصدق الذاتي لدرجات المحاور أكبر من (0,80)، الأمر الذي يؤكد صدق الدرجة الكلية، مما يدل على أن جميع الأسئلة تتسم بدرجة صدق عالية.

2. معامل الثبات: يعني ثبات الاستبانة أنها تمكن من الحصول على نفس النتائج في حال إستخدامها مرة ثانية تحت ظروف مشابهة، وقد طبق الباحث استبانة الدراسة على عينة استطلاعية مكونة من (66) فرد من أفراد مجتمع الدراسة، ثم قام الباحث بحساب درجات ثبات الاستبانة باستخدام معامل ألفا كرونباخ، بحيث كانت درجة ثبات الاستبانة (.913). وهي درجة ثبات جيدة ويمكن الإعتماد عليها، وعن طريق حساب التجزئة النصفية حيث يتم فيه تجزئة فقرات الاستبانة إلى جزأين، الجزء الأول يمثل الأسئلة الفردية والجزء الثاني يمثل الأسئلة الزوجية ثم يحسب معامل الارتباط (r) بين درجات الأسئلة الفردية ودرجات الأسئلة الزوجية ثم تصحح معامل الارتباط بمعادلة بيرسون براون كالتالي:

$$\text{Reliability Coefficient} = 2r / (1+r)$$

جدول رقم (6) يوضح نتائج معاملات الثبات

المعامل	معامل الثبات
ألفا كرونباخ	.913
سيرمان .براون	.760

تحليل البيانات:

لتحليل البيانات الخاصة بإستبانة الخبراء إستخدم الباحث برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) (Statistical Package for Social Science) استخدم أيضاً التوزيع التكراري لإجابات الوحدات المبحوثة والمتوسط المرجح لكل محور من محاور متغيرات الدراسة.

المحور الأول: أثر توظيف الوسائط المتعددة في الإنتاج بتلفزيون السودان

جدول رقم (7): يوضح أثر توظيف الوسائط المتعددة في الإنتاج بتلفزيون السودان

العبارات	الجانب الإيجابي	محايد	الجانب السلبي	المتوسط	نسبة المتوسط
ظاهر ومعبر عن هوية المحطة الفنية.	ك	43	10	13	70%
	%	65%	15%	20%	
ساهم بشكل كبير في كسب الوقت والجهد والمال.	ك	36	16	14	69%
	%	55%	24%	21%	
له أثر في تحقيق التميز الفني للرسالة الإعلامية شكلاً ومضموناً وتنفيذاً.	ك	34	21	11	69%
	%	51%	32%	17%	
أعطي البرامج والموضوعات جاذبية وإبهار.	ك	34	17	15	66%
	%	51%	26%	23%	
واضح بشكل كبير في حداثة الأساليب والطرق الفنية للإخراج والانتاج.	ك	32	16	18	65%
	%	48%	24%	28%	
زاد من متابعة الجمهور للبرامج والاحداث من خلال إشراكه في إعداد وصناعة الرسالة الاعلامية.	ك	28	12	26	61%
	%	43%	18%	39%	
المجموع	ك	34	15	17	67%
	%	51%	23%	26%	

من الجدول (7) يوضح ان أعلى نسب لإفراد العينة المبحوثة كانت في الجانب الايجابي مما يعني أنهم موافقون على أنه ظاهر ومعبر عن هوية المحطة الفنية بنسبة (65%)، وموافقون على أنه ساهم بشكل كبير في كسب الوقت والجهد والمال بنسبة (55%)، وموافقون على توظيف الوسائط المتعددة له أثر في تحقيق التميز الفني للرسالة الإعلامية بنسبة (51%)، وموافقون على أنه أعطي البرامج والموضوعات جاذبية وإبهار بنسبة (51%)، وموافقون على وضوحه بشكل كبير في حداثة الأساليب والطرق الفنية للإخراج والانتاج بنسبة (48%)، وموافقون على أنه زاد من متابعة الجمهور للبرامج والاحداث من خلال إشراكه في إعداد وصناعة الرسالة الاعلامية بنسبة (43%)، ونجد جميع قيم المتوسط كانت أكبر من الفرض (3) مما يدل على أنهم موافقون على ذلك. يرى الباحث أن أثر توظيف الوسائط المتعددة في الإنتاج بالقناة السودانية جيدة بالرغم من تدخل التقنيات القديمة مع التقنيات الحديثة. فالتحديث الكامل للتقنيات يساهم في تحقيق التميز الفني، يعطي البرامج والموضوعات جاذبية وإبهار، يرتقي بأساليب الإنتاج والإخراج، ويساهم في توفير الوقت والجهد والمال.

المحور الثاني:التحديات التي تواجه توظيف الوسائط المتعددة في الإنتاج التلفزيوني بتلفزيون السودان
جدول رقم(8): يوضح التحديات التي تواجه توظيف الوسائط المتعددة في الإنتاج التلفزيوني بالقناة

العبارات	الجانب الإيجابي	محايد	الجانب السلبي	المتوسط	نسبة المتوسط
ضعف الامكانيات المادية المتاحة.	ك	2	3	4.55	91%
	%	3%	5%		
غياب التفكير المشترك والتخطيط الاستراتيجي الحديث.	ك	6	5	4.14	83%
	%	83%	8%		
عمل الأطر الفنية في أكثر من قناة تلفزيونية.	ك	6	14	3.73	75%
	%	70%	21%		
عدم إتاحة فرص لتوظيف خريجي الوسائط المتعددة.	ك	8	13	3.68	74%
	%	68%	20%		
عدم إتاحة فرصة للمنتج لكي ينتج أفكار جديدة.	ك	10	13	3.67	73%
	%	65%	20%		
قلة التخصصية البرمجية.	ك	11	19	3.41	68%
	%	55%	28%		
ضعف الأفكار والاعداد الجيد المبتكر.	ك	6	24	3.35	67%
	%	55%	36%		
المجموع	ك	7	13	3.79	76%
	%	70%	20%		

من الجدول (8) يوضح ان أعلى نسب لإفراد العينة المبحوثة كانت في الجانب الايجابي مما يعني أنهم موافقون على ضعف الامكانيات المادية المتاحة بنسبة (92%)، وموافقون على غياب التفكير المشترك والتخطيط الاستراتيجي الحديث للوسائط المتعددة بنسبة (83%)، وموافقون على عمل الكادر الفني في أكثر من قناة تلفزيونية بنسبة (70%)، وموافقون على عدم إتاحة فرص لتوظيف خريجي الوسائط المتعددة بنسبة (68%)، وموافقون على عدم إتاحة فرصة للمنتج لكي ينتج أفكار جديدة بنسبة (65%)، وموافقون على قلة التخصصية البرمجية بنسبة (55%)، وموافقون على ضعف الأفكار والاعداد الجيد المبتكر بنسبة (55%)، ونجد جميع قيم المتوسط كانت أكبر من الفرض (3)، مما يدل على أنهم موافقون على ذلك. بالإشارة لما سبق الجدول (8) يوضح أكبر التحديات التي تواجه القناة السودانية تتمثل في ضعف الإمكانيات المادية المتاحة بنسبة (92%)، معلوم أن الإمكانيات المادية عصب الإنتاج وعامل أساسي في نهضة القنوات الفضائية وتميزها. لكي نهض بالقناة السودانية لابد من مواجهة التحديات والمعوقات بإبتكار أساليب تجلب للقناة المال، يتميز البشر بإمتلاكهم عقلاً مبدعاً، الأفكار الضعيفة

نتائجها ضعيفة والمشاريع الكبيرة نتائجها كبيرة، لا تنتظر المال حاول أن تبتكر ولا تخاف من الفشل، كما يقولون الفشل هو أن تتوقف عن المحاولة. نحن نعيش في عصر الوسائط المتعددة لذلك لا بد لنا أن نستخدم الوسائط المتعددة في التخطيط، نتائجها أفضل ومضمونة. التخصصية البرمجية والإنتاج المسبق يصنع التميز، صناعة منتج تلفزيوني متميز يحتاج إلى أفكار قوية وتخطيط جماعي متقن معزز بخبراء وعلماء من كافة التخصصات، إشراكهم نجاحهم. الأفراد عصب أي مؤسسة لذلك يجب علينا أن نهتم بهم ونوفر لهم مناخ جاذب للإبداع، لأن العمل في أكثر من قناة يضعف الجانب الإبداعي (نصبح تكرار في تكرار والتميز يصبح محال). الإستثمار في خريجي الوسائط المتعددة يجلب للقناة الكثير من الأموال.

المحور الثالث: الرؤية المستقبلية لتطوير الإنتاج التلفزيوني بتلفزيون السودان

جدول رقم (9): يوضح الرؤية المستقبلية لتطوير الإنتاج التلفزيوني بتلفزيون السودان

نسبة المتوسط	المتوسط	الجانب السلبي	محايد	الجانب الإيجابي	العبارات
96%	4.79	-	1	65	ك تشجيع وتحفيز الأطر البشرية على الإبداع والإبتكار الفائق المقاوم يضمن إستمرارية تميز القناة شكلاً ومضموناً وتنفيذاً.
		-	2%	98%	%
95%	4.74	-	1	65	ك تطوير برامج القناة يعتمد على مواكبة الأطر البشرية للتطور التقني والبرامجي والتدريب المستمر لإتقان مهارات إستخدام وتوظيف الوسائط المتعددة.
		-	2%	98%	%
93%	4.65	-	2	64	ك تطوير الإنتاج في القناة يعتمد على وضع إستراتيجيات فائقة ومبتكرة لتوظيف الوسائط المتعددة.
		-	3%	97%	%
92%	4.62	2	2	62	ك وجود إدارة تهتم بإستخدام وتوظيف الوسائط المتعددة في ضبط جودة المنتج التلفزيوني ومراقبة سيرالبرامج وتحسينها يسهم في تميز القناة عالمياً.
		3%	3%	94%	%
92%	4.59	-	4	62	ك إتاحة فرص لتوظيف خريجي الوسائط المتعددة يعزز التصميم الإبداعي الفني، ويساهم في إبتكار أساليب فنية جديدة تدعم الإنتاج والإخراج والتقديم والعرض.
		-	6%	94%	%
92%	4.58	-	3	63	ك الإستفادة من إمكانيات الوسائط المتعددة (الاستوديوهات الافتراضية البانورامية، المحاكاة البصرية "المتعددة الأبعاد"، والتحوير، والخدع السينمائية، والواقع الافتراضي والواقع المعزز، والرسوم المتحركة) في الإنتاج يساهم في إنتاج برامج تلفزيونية إحترافية فائقة الجودة يميز القناة عالمياً.
		-	5%	95%	%
87%	4.33	4	8	54	ك عقد شراكات إستراتيجية ذكية مع الشركات والمؤسسات المنتجة للوسائط المتعددة.
		6%	12%	82%	%
92%	4.61	1	3	17	ك المجموع
		2%	4%	26%	%

من الجدول (9) نجد ان أعلى نسب لأفراد العينة المبحوثة كانت في الجانب الايجابي مما يعني أنهم موافقون على العبارات، ونجد جميع قيم المتوسط كانت أكبر من الفرض (3) مما يدل على أنهم موافقون على الرؤية المستقبلية لتطوير الإنتاج التلفزيوني. يوضح الجدول أعلاه أن أعلى نسبة لأفراد العينة المبحوثة كانت 98% موافقون على تشجيع وتحفيز الأطر البشرية على الإبداع والابتكار الفائق المقاوم، لأنه يضمن إستمرارية تميز القناة شكلاً ومضموناً. لذلك يرى الباحث لا بد من "تشجيع وتحفيزهم" على الإبداع والابتكار الفائق المقاوم لأنه يساهم في رفع مستوى الإنتاج، مما يجعل القناة السودانية أكثر قوة وجاذبية وتميزاً. أيضاً هنالك 98% من أفراد العينة المبحوثة موافقون بأن تطوير برامج القناة يعتمد على مواكبة الأطر البشرية للتطور التقني والبرمجي والتدريب المستمر لإتقان مهارات استخدام وتوظيف الوسائط المتعددة. بالإضافة لما سبق الإنتاج أصبح صناعة متكاملة، وأي صناعة تحتاج إلى إبتكار أساليب جديدة جاذبة، تجعل "المنتج" متميز عن غيره. لذلك لا بد من مواكبة كل جديد والأهم في ذلك التدريب المستمر، ويجب أن يحرص الفرد على إتقان مهارات استخدام وتوظيف الوسائط المتعددة، إتقانها: "يجعل خياله وإبداعه الذاتي ممكناً وسهلاً وأنيباً قادر على تنفيذ ما يفكر فيه بأقل زمن وجهد. هناك 97% من أفراد العينة المبحوثة موافقون بأن تطوير الإنتاج في القناة يعتمد على وضع إستراتيجيات فائقة ومبتكرة لتوظيف الوسائط المتعددة. بالإشارة لما سبق لابد من وضع إستراتيجيات فائقة ومبتكرة ومقاومة (تخاطب العقل والروح) لأنه منبع الإلهام وأساس العملية الإبداعية، والأهم في ذلك يجب أن يكون فريق التخطيط مختص "ومتكّن ومبدع ومواكب ومنسجم" معزز بخبراء وعلماء من كافة التخصصات، ولابد من توفير قاعدة بيانات ضخمة لتعزيز عمل فريق التخطيط والموظفين، نجاح التخطيط يعتمد على إشراك كافة الأطر البشرية بالقناة والسماح لهم بمد المخططين بالأفكار المبتكرة علماً بأن الأفكار المبتكرة هي بداية النهضة الحقيقية. هنالك 95% من أفراد العينة المبحوثة موافقون على الإستفادة من إمكانيات الوسائط المتعددة في الإنتاج يساهم في إنتاج برامج تلفزيونية إحترافية فائقة الجودة تميز القناة السودانية عالمياً.

يرى الباحث أن إمكانيات الوسائط المتعددة أصبحت العصب الرئيسي للإنتاج وجوهر الصناعة الإعلامية المعاصر، فهي تستخدم في إنتاج برامج تجمع بين الواقع والخيال، وتستخدم في محاكاة أي شيء في الواقع (وتصنع الجمال)، وتستخدم في إنتاج الإعلانات والترويج، وفي نقل القصص والتقارير الإخبارية، وتعزيز المحتوى الإعلامي أو القصة أو الحدث بمعلومات رقمية (الواقع المعزز)، توظيف هذه الإمكانيات في الإنتاج يؤثر على عقول الناس ويجذبهم لمتابعة البرامج والأحداث ومتابعة الترويج والإعلانات التي تنتجها القناة (توظيفها إستثمارياً في الإنتاج يجلب للقناة عائد إقتصادي ضخم)، لذلك لابد من الإستفادة من إمكانيات الوسائط المتعددة "المادية والبرمجيات" في إنتاج برامج تلفزيونية إحترافية، وفي تصميم منصات رقمية ومواقع إفتراضية مبتكرة "متعددة الأطراف"، تحاكي البيئة السودانية تدمج بين العالم الحقيقي والإفتراضي تعبر عن الهوية السودانية بطريق عصرية، وتوفر المعرفة والتعلم الإجتماعي الراقى (الصدق والقيم الأخلاقية وحب الدين والوطن.. الخ) وفق إستراتيجية مبتكرة ومتقنة ومقاومة. هنالك 94% من أفراد العينة المبحوثة موافقون على أهمية وجود إدارة تهتم بإستخدام وتوظيف الوسائط المتعددة في ضبط جودة المنتج التلفزيوني ومراقبة سير البرامج وتحسينها، يساهم في تميز القناة عالمياً. لذلك يرى الباحث لابد من وجود إدارة متخصصة تهتم بوضع وتصميم معايير فنية وتحريرية حديثة ومبتكرة تعبر عن الهوية السودانية بشكل عصري، يكون مرشد ومعين لكافة الأطر البشرية بالقناة وفقاً لتخصصاتهم، توظيف إمكانيات الوسائط المتعددة في ضبط جودة المنتج التلفزيوني ومراقبة سير البرامج وتحسينها أصبح في غاية الأهمية لذلك لا بد من ضخ دماء شبابية جديدة مبدعة ومختصة بالقناة من كافة التخصصات، يعزز التواصل يساهم في نقل الرسالة الإعلامية من جيل إلى جيل، مما يساهم في نهضة القناة السودانية. أيضاً هنالك 94% من أفراد العينة المبحوثة موافقون على إتاحة فرص لتوظيف خريجي الوسائط المتعددة يعزز التصميم الإبداعي الفني، ويساهم في إبتكار أساليب فنية جديدة تدعم

الإنتاج والإخراج والتقديم والعرض. على ضوء ما سبق خريجي الوسائط المتعددة تلقوا كافة أشكال التصميم، والأساليب والمهارات التي تساهم في صناعة رسالة إعلامية قوية وإحترافية، إمامهم بأساليب الصناعة الإعلامية يمكنهم من إبتكار أساليب فنية جديدة، مستقبل القناة أن تتسلح بصناع المستقبل، خريجي الوسائط المتعددة هم ضمن صناع المستقبل. وهناك 82% من أفراد العينة المبحوثة موافقون على عقد شراكات إستراتيجية نكية مع الشركات والمؤسسات المنتجة للوسائط المتعددة، يرى الباحث أن الشراكات النكية تساهم في توفير خدمات متعددة تميزالقناة السوانية عالمياً.

أهم النتائج

1. تشجيع وتحفيز الأطر البشرية على الإبداع والإبتكار الفائق المقاوم يضمن إستمرارية تميز القناة شكلاً ومضموناً وتنفيذاً.
2. تطوير برامج القناة يعتمد على مواكبة الأطر البشرية للتطور التقني والبرامجي والتدريب المستمر لإتقان مهارات إستخدام وتوظيف الوسائط المتعددة .
3. تطوير الإنتاج في القناة يعتمد على وضع إستراتيجيات فائقة ومبتكرة لتوظيف الوسائط المتعددة.
4. وجود إدارة تهتم بإستخدام وتوظيف الوسائط المتعددة في ضبط جودة المنتج التلفزيوني ومراقبة سيرالبرامج وتحسينها يساهم في تميز القناة عالمياً.
5. إتاحة فرص لتوظيف خريجي الوسائط المتعددة يعزز التصميم الإبداعي الفني، ويساهم في إبتكارأساليب فنية جديدة تدعم الإنتاج والإخراج والتقديم والعرض.
6. الإستفادة من إمكانيات الوسائط المتعددة (المحاكاة البصرية المتعددة الأبعاد، والتحوير، والخدع السينمائية، والواقع الافتراضي والواقع المعزز، والرسوم المتحركة، والأستوديوهات الافتراضية البانورامية، والمنصات الرقمية المتعددة الأطراف واللغات) في الإنتاج يساهم في إنتاج برامج تلفزيونية إحترافية فائقة الجودة يميز القناة عالمياً.
7. ضعف الامكانيات المادية المتاحة .
8. غياب التفكير المشترك والتخطيط الاستراتيجي الحديث للوسائط المتعددة.
9. عقد شراكات إستراتيجية نكية مع الشركات والمؤسسات المنتجة للوسائط المتعددة، تساهم في توفير خدمات متعددة تميز تلفزيون السودان عالمياً.

أهم التوصيات

1. يوصي الباحث بالإستفادة من مساحة الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون الوطنية إستثمارياً وتحويله إلى مدينة إنتاج إعلامي نكية، يساهم في تحسين الإمكانيات المادية يجعل الهيئة قادر على تمويل نفسها بنفسها، وتحويل الإذاعة الوطنية إلى إذاعة مرئية نكية تعتمد على "إمكانيات الوسائط المتعددة المادية والتقنية".
2. وضع هيكل مرن ومتجدد يراعي طبيعة العمل يتيح فرص المبدعين الشباب من كافة التخصصات.
3. توحيد المنظومة الإنتاجية بالتحديث الكامل للأجهزة والتقنيات، وفق متطلبات الإعلام الحديث.
4. إنشاء قطاع للإبداع والإبتكار، مهمته إبتكارأساليب فنية جديدة تدعم الإنتاج والإخراج والتقديم والعرض.
5. توفير بيئة عمل حر لجذب الكفاءات الإعلامية من كافة أنحاء العالم، لتعزيز التواصل البناء بين الأمم.
6. إنشاء قاعدة بيانات ضخمة بالقناة، لتعزيز عمل الموظفين والمخططين في رسم الخطط والسياسات المبتكرة بالإضافة إلى تملك الأفراد الأدوات التي تعزز عملهم.

7. الإهتمام بالإعداد الجيد المبتكر والإنتاج المسبق، وتغيير الخارطة البرمجية دورياً لإدخال أفكار جديدة.
8. التوسع في تصميم القنوات المتخصصة والبرامج المتخصصة والمنصات الرقمية "المتعددة اللغات".
9. يوصي الباحث بتدريس أطفال السودان أو إنتاج برامج تلفزيونية تعلم الأطفال مناهج الإعلام لكي يصبحوا جزء من صحافة المواطن (تعليمهم يساهم في حل عديد من المشاكل).

المراجع

1. حسنين، التصميم الجرافيك في الوسائط المتعددة، ط1، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2008م.
2. عمر، أحمد مختار، معجم اللغة العربية المعاصر، ط1، القاهرة، عالم الكتب للنشر والتوزيع، 2008م.
3. حجاب، محمد منير، المعجم الإعلامي، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004م.
4. عبد النبي، سليم، الإعلام التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2010م.
5. عوض الكريم، ياسر يوسف، دور تكنولوجيا الاتصال في إنتاج البرامج التلفزيونية، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، رسالة دكتوراه غير منشورة، 2007م.
6. الشيخ، أم هاني أبو صباح، فاعلية الوسائط المتعددة في إنتاج البرامج التلفزيونية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية علوم الاتصال، رسالة دكتوراه غير منشورة، 2012م.
7. رستم، أبو رستم، الأجهزة والمعدات في التلفزيون، ط1، دار المعتر، الأردن عمان، 2012م.
8. شفيق، حسنين، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام، ط2، بيرس للطباعة والنشر، 2006م.
9. بهنسي، السيد، إبتكار الأفكار الإعلانية، ط2، القاهرة عالم الكتب، 2012م.
10. الشريف، سلمى، ومهني، محمد، الإخراج الإذاعي والتلفزيوني، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2001م.
11. عبد الهادي، محمود، التخطيط الإستراتيجي للمضمون الإعلامي، ورقة عمل مقدمة للملتى الثالث للقنوات الفضائية الهادفة، 2011م.
12. زعموم، خالد - وبومعيزة، سعيد التفاعلية في الإذاعة: أشكالها ووسائلها، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية لإتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 61 تونس 2007م.
13. حمزة، هاشم، بحث لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال بعنوان: إدارة الأخبار في القنوات التلفزيونية في أوقات الأزمات، الأكاديمية البريطانية للتعليم العالي، 2007م، ص (45).

المواقع الإلكترونية

1. الحياة نيويورك تايمز إلى تقنية الواقع الافتراضي، 2016/3/5م، - <http://www.alhayat.com/articles/11955725/>
2. <https://www.facebook.com/amr.alkhulaidi/posts/1495841407305323>
3. www.startimes.cor

المقابلات

1. الحسن، شرف الدين محمد، رئيس قسم الجرافيك بتلفزيون السودان، 2017/5/11م، بمكتبه.
2. على، عمر إبراهيم، محرر بالموقع الإلكتروني بتلفزيون السودان، 2017/5/15م، بمكتبه.
3. الضي، علاء الدين محمد، منتج برامج منوعات بتلفزيون السودان، 2017/5/11م، بمكتبه.

4. الكارس، النور، مخرج، معد، كاتب سيناريو، بتلفزيون السودان، 2017/5/11م، بمكتبه.
5. أجبر، دودي جمعة، مخرج، مصور، فني مونتاج، بتلفزيون السودان، 2017/5/15م، بمكتبه.
6. أحمد، خليل محمد، محرر أخبار، إدارة الأخبار والبرامج السياسية بتلفزيون السودان، 2017/5/11م بمكتبه.