

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه الفلسفة في علوم الاتصال

تخصص الإذاعة (راديو و تلفزيون)

بعنوان: توظيف أنظمة غرف الأخبار الرقمية في إنتاج العروض الإخبارية وأبعاده الأخلاقية دراسة تطبيقية على نظام الأخبار بقناة الشروق الفضائية في الفترة من

2018م إلى 2020م

Utilizing of Newsroom Computer Systems (NRCS) in News Production & its Ethical Dimensions

(An Applied Study on Ashorooq Channel 2018 Till 2020)

إشراف :

أ.د مختار عثمان الصديق

أ.د عثمان جمال الدين عثمان

المشرف المعاون :

دياسر بابكر علي

إعداد الباحث :

بشير بابكر البشير حامد

1441هـ - 2020م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإستهلال

أعوذ بالله من الشيطان الرجيم :

وَمَنْ لَّمْ يَجْعَلِ اللَّهُ لَهُ نُورًا فَمَا لَهُ مِنْ نُورٍ ﴿٤٠﴾

صدق الله العظيم

سورة النور الآية رقم 40

الإهداء :

إلى روح العلامة الاستاذ الدكتور: عثمان جمال الدين

إلى والدتي العزيزة و والدي العزيز

أمد الله في عمرهما ورزقنا برهما .

إلى اخي العزيز .

إلى زوجتي الحبيبة

إلى ابني الحبيب أبوبكر

وإلى كل من علمني حرفاً

أقدم ثمرة جهدي المتواضع

آملا أن يكون مما ينفع الناس فيمكث في الأرض.

الباحث

شكر و عرفان

الحمد لله الوهاب الرزاق الفتاح العليم الذي بنعمته تتم الصالحات أحمده سبحانه أن وفقني بلا حول مني ولا قوة لإتمام هذا البحث سائلاً أن يبارك فيه بمنه وحوله وأن يكون من العلم الذي ينتفع به.

أترحم في البدء على روح البروفيسور: عثمان جمال الدين الذي بدأ مشوار الإشراف على هذه الدراسة ، سائلاً الله أن يجعل كل جهد بذله فيها أجراً وأن يجزيه خير الجزاء ، كما أتقدم بالشكر لجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا و لكلية علوم الإتصال التي منحتني فرصة الدراسة و الشكر ايضاً للأخوة أمناء المكتبات بكليات الإعلام في جامعة السودان والقرآن الكريم و جامعة أفريقيا و جامعة أدرمان الإسلامية ولجميع المؤسسات التعليمية التي قصدها في طوال فترة هذه الدراسة

والشكر للأساتذة الأجلاء الذين قاموا بتحكيم أدوات البحث لما قدموه من عون ومساعدة. كذلك شكري للدكتور : ياسر بابكر ،المشرف المعاون. الذي كان خير معين لي بعد الله سبحانه وتعالى.

والشكر موصول للأساتذة الأجلاء الدكتور : عبد المولى موسى والدكتور : صالح موسى ، والدكتور : أسامة حسب الرسول والدكتور : عبد الله فتحي والدكتورة عسجد محمد نور على كل ما بذلوه من جهد ومتابعة لهذه الرسالة فجزاهم الله عنا كل خير.

و الشكر موصول للزملاء في قناة الشروق الفضائية ، جمعهم وأخص بالشكر نائب مدير القناة الاستاذ علي المبارك فضل الله و الاستاذ سيف الدين عثمان مدير التحرير في غرفة الاخبار، كذلك أتقدم بالشكر لجميع من شجعني و شد من أزرني لإتمام هذه الدراسة جزاهم الله عني خير الجزاء.

و أتقدم بعظيم الشكر للبروفيسور مختار عثمان الصديق الذي أتم الإشراف على الرسالة.

الباحث

المستخلص

(توظيف أنظمة غرف الأخبار الرقمية في إنتاج العروض الإخبارية وأبعاده الأخلاقية دراسة تطبيقية على نظام الأخبار بقناة الشروق الفضائية في الفترة من 2018م إلى 2020م) - أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراة تخصص الإذاعة (رأديو وتلفزيون)

الباحث: بشير بابكر البشير حامد - هاتف: 0123626505 - إيميل: bbbhamid@gmail.com

هدفت الدراسة إلى التعرف على نظام Avid iNews لإنتاج الأخبار بجانب التعريف بالأمكانيات التي يتيحها النظام في جميع مراحل الإنتاج الإخباري وكذلك كيفية تطبيق الأبعاد الأخلاقية بغرف الأخبار.

إستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وكذلك استخدم الإستبانة كأداة رئيسة لجمع المعلومات ، بجانب أداة المقابلة المقننة مع المختصين ، حيث قام الباحث بتصميم إستبانة لمجتمع الدراسة قسمت الى خمسة محاور. تكون مجتمع البحث من العاملين في الإدارة العامة للأخبار بقناة الشروق الفضائية حيث بلغ العدد الكلي 68 موظفاً ، والعينة المتمثلة في هذه الدراسة بلغت 40 موظفاً عن طريق العينة العمدية حيث شملت الموظفين في إدارة الأخبار الذين يتعاملون مع نظام Avid iNews

خلصت الدراسة إلى أن أنظمة إنتاج الأخبار مرتبطة مع بعضها وتتكامل في ما بينها مستخدمة الوسائل الاتصالية الحديثة والتقنيات بهدف تسهيل وتسريع إنجاز مهام غرفة الأخبار بكفاءة أعلى. كما أوضحت الدراسة أن نظام Avid iNews الذي تستخدمه قناة الشروق في إنتاج الأخبار يقوم بأدوار متعددة شملت جميع مراحل إنتاج الأخبار الخمس (الجمع - التحقق - المعالجة - البث - التغذية الراجعة). كذلك كشفت الدراسة أن نظام Avid iNews قام بإلغاء بعض الوظائف في إنتاج الأخبار مثل وظيفة فني الملقن " البرومبتر " Prompter ووظيفة فني الكراكر " CG Generator ، كما بينت الدراسة قصور توظيف النظام في مرحلتي التحقق والتثبيت وفي مرحلة التغذية الراجعة. كذلك أوضحت الدراسة مراعاة الأبعاد الأخلاقية في استخدام نظام Avid iNews ، وقد أظهرت النتائج بأن النظام يتم فيه مراعاة الأبعاد الأخلاقية بصورة كبيرة فيما يتصل بتجنب استثارة الغرائز والعواطف التي تدفع إلى أفعال وسلوكيات غير مسؤولة. أوضحت الدراسة أن المحررين يقومون بممارسة دور حارس البوابة على المواد الواردة عبر النظام خاصة تدفقات الوكالات الاجنبية.

خرجت الدراسة بعدد من التوصيات أهمها تطبيق تجربة قناة الشروق الفضائية في إنتاج الأخبار عبر أنظمة غرف الاخبار الرقمية في باقي القنوات السودانية التي تقوم بإنتاج النشرات بجانب إنشاء إدارة جديدة بالقناة تعنى بالإبتكار الرقمي وإدارة المحتوى الرقمي لمواكبة التطور في أنظمة غرف الأخبار مع إيلاء التغذية الراجعة أهمية أكبر من خلال معرفة آراء الجمهور عبر الموقع الإلكتروني للقناة على شبكة الإنترنت أو مواقع القناة على وسائل التواصل الإجتماعي ومواقع مشاهدة المواد المرئية.

The Abstract

(Utilizing of Newsroom Computer systems in the news Production and its Ethical Dimensions.(An Applied study on Al Shrooq Channel 2018 Till 2020)

Research conducted by: Basheer Babiker Elbasheer –Mobile:0123626505,email:bbbhamid@gmail.com

The Study aimed at knowing the potentials allowed by the system in all the stages of news production together with applying the ethical dimensions in the newsrooms. The researcher used the Analytical Descriptive Approach on this research as well as the Questionnaire as a key tool for gathering information. In _ Depth or Structured Interviews with specialists were made. The researcher designed a questionnaire for the study community. The questionnaire was divided into five axes. The research community is formed from the employees in the news general department in Alshrooq Channel. The total number is 68 employees while the sample involved in the study was 40 employees. By the Purposive Systematic Sample including the employees in the news department who deal with Avid iNews.

The study concluded that the Newsrooms Computer Systems are joined together and they are integrated using the modern communication means and technology to hasten and facilitating the assignments of the Newsroom in a high efficiency task. The study explained that the Avid iNews which is used by Alshrooq Channel in producing the news, plays many roles including all the axes mentioned (Collecting, Checking, Treatment, Broadcasting and Feedback). The study also appeared that the Avid iNews system in Alshrooq Channel cancelled some jobs in the news production such as the job of the prompter and the job the Character Generator (CG). The study showed failure in the stages of checking News and feedback. The study also explained the importance of the ethical dimensions in usage of Avid iNews system. The results appeared that the system gives the ethical dimensions high consideration in connection with the feeling and exciting the instincts which they lead to irresponsible actions and behaviours. The study showed that the news editors acts as gate keepers on the materials coming through system especially those come from world news agencies.

The researcher made several recommendations, The most important of them is to apply the experiment of Alshrooq Channel in Producing news through Newsrooms Computer System in all other Sudanese channels which they produce news Shows. News Department should be established in Alshrooq Channel to deal with digital innovations and the administration of digital content at The Channel to update with the development in the Newsrooms Computer Systems together with giving the feedback more importance by knowing the ideas of the target audience and through the channel web site or through its sites on social media and online video-sharing platforms.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع	الرقم
أ	الاستهلال	1
ب	الإهداء	2
ج	الشكر و العرفان	3
د	المستخلص	4
هـ	ABSTRACT	5
و	قائمة الموضوعات	6
ح	قائمة الجداول	7
ط	قائمة الأشكال	8
الفصل الأول : الإطار المنهجي		
2	ولاً : المقدمة المنهجية	9
3	دوافع إختيار موضوع الدراسة	10
3	مشكلة الدراسة	11
4	تساؤلات الدراسة	12
5	فروض الدراسة	13
5	أهمية الدراسة	14
5	أهداف الدراسة	15
6	منهج الدراسة	16
6	مجتمع الدراسة والعينة المختارة	17
7	أدوات جمع البيانات	18
8	حدود الدراسة	19

9	مصطلحات الدراسة	20
12	النظريات الداعمة لتفسير فرضيات الدراسة	21
14	ثانياً : الدراسات السابقة	22
الفصل الثاني إنتاج العروض الإخبارية التلفزيونية		
22	المبحث الأول : الأخبار التلفزيونية ، معايير إختيارها ومصادرها	23
55	المبحث الثاني : التغطيات الميدانية وتغطية الخبر العاجل وآليات اتخاذ القرار في غرف الأخبار	24
80	المبحث الثالث : إخراج النشرات الإخبارية	25
الفصل الثالث وأبعادها الأخلاقية في إنتاج الأخبار التلفزيونية أنظمة غرف الأخبار الرقمية Newsroom Computer Systems-NRCS		
88	المبحث الأول : التطورات التكنولوجية و مهن صناعة الأخبار	26
105	المبحث الثاني : نظم المعلومات في غرف الأخبار الرقمية	27
121	المبحث الثالث : الأبعاد الأخلاقية لأنظمة غرف الأخبار الرقميةتوظيف	28
الفصل الرابع الدراسة الميدانية		
145	ولاً:نبذة تعريفية عن قناة الشروق وغرفة الاخبار بقناة الشروق الفضائية.	29
165	ثانياً : الإجراءات المنهجية للدراسة	30
175	ثالثاً : عرض وتحليل وتفسير البيانات	31
194	النتائج	32
196	التوصيات	33
196	مقترحات الدراسة	34
197	المصادر و المراجع	34
203	ثامناً : الملاحق	35

فهرس الجداول

الرقم	الموضوع	الصفحة
1	توزيع أداة الإستبانة	169
2	قيم معامل (ألفا) لكرونباخ (صدق وثبات محاور المقياس)	169
3	في تجميع واستقبال الأخبار (Avid iNews) لفقرات توظيف نظام نتائج اختبار الإرتباط لبيرسون (170
4	في التحقق والتثبت من الأخبار (Avid iNews) لفقرات توظيف نظام نتائج اختبار الإرتباط لبيرسون (171
5	معالجة الأخبار (Avid iNews) لفقرات توظيف نظام نتائج اختبار الإرتباط لبيرسون (172
6	في بث الأخبار (Avid iNews) لفقرات توظيف نظام نتائج اختبار الإرتباط لبيرسون (173
7	في التغذية الراجعة (Avid iNews) لفقرات توظيف نظام نتائج اختبار الإرتباط لبيرسون (174
8	(لفقرات محور الأبعاد الأخلاقية نتائج اختبار الإرتباط لبيرسون)	175
9	التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب النوع	177
10	التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب العمر	178
11	التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	179
12	التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب المهنة	180
13	التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب سنوات الخبرة	181
14	التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب التخصص	182
15	في تجميع واستقبال Avid iNews التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات توظيف نظام الأخبار	183
16	في التحقق والتثبت Avid iNews التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات توظيف نظام من الأخبار	185
17	في معالجة الأخبار Avid iNews التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات توظيف نظام	187
18	في بث الأخبار Avid iNews التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات توظيف نظام	189
19	في التغذية الراجعة Avid iNews التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات توظيف نظام	191
20	التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات محور الأبعاد الأخلاقية	193

فهرس الأشكال

الصفحة	الموضوع	الرقم
177	التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب النوع	1
178	التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب العمر	2
179	التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	3
180	التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب المهنة	4
181	التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب سنوات الخبرة	5
182	التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب التخصص	6
184	توظيف نظام Avid iNews في تجميع واستقبال الأخبار	7
186	في التحقق والتثبت من الأخبار Avid iNews توظيف نظام	8
188	في معالجة الأخبار Avid iNews توظيف نظام	9
190	في بث الأخبار Avid iNews توظيف نظام	10
192	في التغذية الراجعة Avid iNews توظيف نظام	11
194	Avid iNews لنظام الأبعاد الأخلاقية	12

الفصل الأول

الإطار المنهجي

أولاً : المقدمة المنهجية.

ثانياً : الدراسات السابقة

الفصل الأول الإطار المنهجي

أولاً المقدمة المنهجية :

تتطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات خاصة في مجال صناعة الخبر التلفزيوني بسرعة خاطفة ، والمستقبل واعد فيما يتصل بتطور عدد من الوسائل ذات الصلة التي ستجعل عملية جمع المعلومات والأخبار أسرع وأيسر. ومع دخول الحاسب الألي في عمليات إنتاج الأخبار في مراحلها المختلفة وتطور الإستخدامات والتوظيف بدأت مرحلة جديدة في جمع المادة الخبرية من مصادرها المختلفة.

أصبحت غرف الاخبار العالمية تهتم بمواكبة التطور في الوسائل الاتصالية الحديثة وتقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها في عملية الإنتاج الاخباري وهو ما انتج صحافة حديثة ، كصحافة الروبوت، و صحافة الخوارزميات والصحافة المحوسبة أو المؤتمتة Automated Journalism, Algorithmic Journalism, Robot Journalism حيث تسعى هذه الصحافة إلى زيادة سرعة وكفاءة وسهولة إنجاز المهام في غرف الأخبار، خـر المحررون والفنيون داخل غرف الأخبار هذه الأنظمة التي صممت لتسهيل مهمة إنتاج الأخبار في مراحلها المتعددة في زيادة جودة المادة الإخبارية المقدمة ، ويعني ذلك توظيفها لزيادة الوعي العام ، وإستيعاب الأفكار المهمة.

ونجد أن التحديات والاشكاليات الاخلاقية الناشئة من توظيف غرف الأخبار الرقمية في إنتاج الأخبار لابد من أخذها بعين الاعتبار في ظل سيادة العصر الرقمي من أجل معالجتها وتقاديبها

لذلك دعت الضرورة إلى تفعيل دور فلسفة الاخلاق في توضيح المشاكل الاخلاقية المتصلة بغرف الاخبار الرقمية لكي نتمكن من استخدام النظريات الاخلاقية في نظم القيم ووضع المعايير والضوابط التي يمكن تطبيقها في حل القضايا الناشئة أو التي كانت موجودة سابقا وتطورت ، كما أن التفكير الاخلاقي يكشف الكثير من العيوب المتبعة في تطوير تكنولوجيا المعلومات بشكل عام وفي توظيف أنظمة غرف الاخبار الرقمية في إنتاج العروض الاخبارية بشكل خاص.

وفي هذه الدراسة يحاول الباحث أن يوضح توظيف أنظمة غرف الأخبار الرقمية في إنتاج العروض الإخبارية وأبعاده الأخلاقية في قناة الشروق الفضائية في الفترة الزمنية 2018 إلى 2020م.

حيث تقوم الدراسة برصد علامات التحول الحاصل في مسار نشرات الأخبار و تحديد المجالات التي يبدو فيها هذا التطور واضحا للعيان وتحديد مدى إستفادة قناة الشروق الفضائية من القفزة النوعية التي تحققت جراء ثورة الاتصالات و المعلومات.

دوافع إختيار المشكلة The Reasons selecting the problem of study :

أولاً: الدوافع الذاتية Self-motivation : (فريجات ، 2012 : 29)

اهم الدوافع الذاتية عمل الباحث في مجال الأخبار لمدة ثلاثة عشر عاما في الإدارة العامة للأخبار والبرامج السياسية بتلفزيون السودان مما جعل الباحث ملماً بالمعوقات التي تواجه إنتاج الاخبار.

ثانياً : الدوافع الموضوعية Objectivity motives : (فريجات ، 2012 : 29)

1- تتميز الدراسة بالحدثة النسبية على حد علم الباحث بإعتبارها تتناول توظيف أنظمة غرف الأخبار الرقمية Newsroom Computer Systems-NRCS في إنتاج العروض الإخبارية.

2- تبين الدراسة الإمكانيات التي تقدمها أنظمة غرف الأخبار الرقمية Newsroom Computer System- NRCS في مجال الجمع و الإلتقاط والتحرير والمونتاج والعرض الحي والمسجل.

3- إعتقاد أنظمة غرف الأخبار الرقمية Newsroom Computer Systems-NRCS في إنتاج العروض الإخبارية في بعض القنوات العربية العامة والمتخصصة منذ أكثر من عشر سنوات و غياب هذه الأنظمة في معظم القنوات السودانية.

4- مد مكتبات كليات الإعلام بمعلومات علمية تتصل بصناعة الخبر التلفزيوني.

5- توسيع المعارف حول موضوع الدراسة.

6- فتح الباب أمام الباحثين و طلبة الدراسات العليا لإجراء المزيد من البحوث في هذا المجال.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في إنتهاج الوسائل التقليدية في جمع الأخبار في جميع القنوات السودانية التي ابتعدت عن تطبيق أنظمة غرف الأخبار الرقمية Newsroom Computer System –NRCS وأستعاضت عن ذلك بإستعمال الورق و الكربون .

باستثناء قناة الشروق الفضائية التي بدأت العمل على أنظمة غرف الأخبار الرقمية Newsroom Computer System – NRCS منذ تأسيسها وطوال فترة بثها من دولة الإمارات العربية المتحدة واستمرت القناة تعمل وفقاً لهذا النظام حتى بعد عودتها للسودان. وبالرغم من توظيف قناة الشروق لاحد الانظمة المتطورة في إنتاج العروض الاخبارية وهو نظام AVID iNews إلا أن النظام مايزال يعاني من القصور في التوظيف الامثل للوسائل والتقنيات الاتصالية الحديثة المدمجة معه ، دون أن تتحقق الاستفادة القصوى من

الامكانيات التي يتيحها النظام ، كما أن عدم وجود نموذج يمكن الاعتماد عليه في مراحل الانتاج أدى إلى إرباك عمل غرف الأخبار نجم عنه تحولات في مراحل عملية الانتاج وهيكلتها، هذه التحولات أثرت على المنتج الإعلامي شكلا ومضمونا. وبعض هذه التحولات حدثت حتى تتواءم مخرجات غرفة الاخبار الرقمية مع نظام الاعلام الجديد الذي يقوم على المنافسة ويرتكز في نجاحه على السبق الإعلامي و الاثارة ، لذلك نرى المنافسة الحادة بين الوكالات والفضائيات وغالبا ما تكون على حساب اخلاقيات المهنة وبالضرورة غياب مجمل صفات الخبر من الصدق والدقة والموضوعية والحياد.

تتمثل مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي : مامدى توظيف أنظمة غرف الأخبار الرقمية في إنتاج العروض الإخبارية وأبعاده الأخلاقية؟

تساؤلات الدراسة :

هي مجموعة أسئلة تطرح المشكل الرئيس في الدراسة وتعتمد عليه في مضمونها ، وتصاغ على هيئة أسئلة متعددة ، تسعى هذه الدراسة بشقيها النظري والتطبيقي للإجابة عن الأسئلة التالية :

- 1- ما مفهوم أنظمة غرف الأخبار الرقمية و نظام Avid iNews ؟
- 2- ما دور نظام Avid iNews في مراحل إنتاج الأخبار في قناة الشروق ؟
- 3- ما التحولات التي أحدثتها تطبيق نظام Avid iNews على هيكلية غرفة الأخبار؟
- 4- إلى أي مدى تمت الاستفادة من نظام Avid iNews في العمليات الفنية والتحريرية في قناة الشروق ؟
- 5- ما الابعاد الأخلاقية لتوظيف نظام Avid iNews في إنتاج العروض الاخبارية؟

6- ما المعايير والقيم التي يمكن تطبيقها عبر أنظمة غرف الأخبار الرقمية ؟

7- ما المعوقات التي تواجه تطبيق نظام Avid iNews في قناة الشروق؟

فروض الدراسة :

تسعى الدراسة إلى اختبار الفروض التالية:

الفرض الأول : يتأثر الأداء المهني للقائم بالاتصال في قناة الشروق بمدى توظيفه لنظام Avid iNews

الفرض الثاني : يتأثر مستوى التفاعلية بين القائم بالاتصال والجمهور بمعدل استخدامه للادوات التفاعلية المتاحة على نظام Avid iNews

أهمية الدراسة :

تأتي أهمية الدراسة لارتباطها بتحديد وضبط المصطلحات و المفاهيم الحديثة المرتبطة بأنظمة غرف الأخبار الرقمية Newsroom Computer System – NRCS

كذلك تتمثل أهمية الدراسة في رفع مستوى الفاعلية و الكفاءة في غرف الأخبار بالإضافة إلى تقديم قدر من المعلومات يعين متخذي القرار في إدارة الأخبار بالقنوات الفضائية السودانية على إمتلاك هذه الأنظمة ، كما يتيح الفرصة للعاملين في مجال الأخبار على مواكبة التكنولوجيا الرقمية في مجال صناعة الأخبار التلفزيونية. دون أغفال الجانب الاخلاقي المتصل بمضمون الرسالة سواء في المصدر ونعني به هنا الوكالات المرتبطة مع نظام Avid iNews أو من شبكة المراسلين لقناة الشروق وغيرهم من المصادر التي تصب داخل منظومة NRCS الخاصة بالقناة.

كما تكتسب هذه الدراسة أهميتها أيضاً من خلال شرحها و توضيحها لمكونات غرف الأخبار الحديثة والدعائم التي تقوم عليها وما تتيحه تلك المكونات من آفاق بالنسبة للإعلاميين وسائر المتعاملين مع صناعة الصوت والصورة.

أهداف الدراسة :

الهدف النهائي لاي بحث علمي هو تقديم شيء يفيد العلم ، بمعنى أن أي بحث علمي هو وسيلة وليس هدف في حد ذاته فالبحث العلمي وسيلة لتحقيق أهداف عديدة ، وتنقسم إلى أهداف نظرية ، وأهداف عملية أو تطبيقية.(أبو النصر ، 2017، 98)

وتهدف هذه الدراسة لتحقيق الآتي:

- 1- التعرف بأنظمة غرف الأخبار الرقمية Newsroom Computer System – NRCS
- 2- التعرف على نظام Avid iNews لإنتاج الأخبار المستخدم في قناة الشروق الفضائية .
- 3- التعرف بالإمكانيات التي يتيحها نظام Avid iNews في جميع مراحل عملية الإنتاج الاخباري بغرف الاخبار الرقمية..
- 4- تسليط الضوء على المصطلحات و الإختصارات التي تستخدمها هذه الانظمة في مجال جمع وإنتاج الاخبار .
- 5- كشف طريقة الانتقال إلى أنظمة غرف الأخبار الرقمية.
- 6- الوقوف على المشتركات لأنظمة غرف الأخبار الرقمية Newsroom Computer System – NRCS
- 7- التعرف على كيفية تطبيق الابعاد الاخلاقية بغرف الاخبار الرقمية في قناة الشروق الفضائية.
- 8- الخروج بنتائج وتوصيات تساعد في تطوير العمل الاخباري من خلال الاستفادة من نظام Avid iNews .

المنهج المستخدم في الدراسة:

استخدم الباحث المنهج التاريخي وهو منهج أصيل من مناهج البحث العلمي يعتمد على الرجوع إلى مصادر المعلومات التي تناولت الظاهرة موضوع البحث وتحليلها للحصول على بيانات مفصلة عن الفترة التي درست ، ويتطلب ذلك الرجوع إلى السجلات والصحف والوثائق(شليبي ،1994،ص464) حيث يتفق المنهج مع طبيعة الدراسة التي تحتاج تتبع نشأة وتتطور الظاهرة.

كما إستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وهو منهج يستهدف تقرير خصائص معينة أو موقف غالب عليه صفة التحديد ويعتمد على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لإستخلاص دلالتها حتى الوصول إلى تعميمات بشأن الظاهرة موضوع الدراسة وهذا النوع من البحوث يستخدم في مجال الدراسات الإعلامية لتوفير البيانات لخدمة الباحثين(شليبي ،1994، 271).

واختار الباحث هذا المنهج لملائمته الدراسة وحتى يصل إلى معرفة دقيقة وتفصيلية عن عناصر الظاهرة المرتبطة بالدراسة وللوصول إلى معلومات تجيب عن اسئلة الدراسة.

مجتمع الدراسة والعينة المختارة:

مجتمع الدراسة هو مجموع الأفراد الذين صمم الباحث الدراسة عليهم ، ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته ، ويعد جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها وتختار منه عينة البحث.(عبد الحميد،2015، 130) .

ويكون مجتمع الدراسة من المنتجين والمحرفين والمخرجين والفنيين العاملين في مجال إنتاج الأخبار التلفزيونية في قناة الشروق الفضائية.

تعرف العينة : بأنها مجموعة من وحدات المعاينة تخضع للدراسة التحليلية أو الميدانية ويجب أن تكون ممثلة تمثيلاً صادقاً و متكافئاً مع المجتمع الأصلي (إبراهيم، 2017: 133) ، ويمكن تعميم نتائجها عليه. لذلك فهي عينة عمدية بحيث قصد الباحث أن تتحقق فيها شروط معينة ، تتصل بإنتاج العروض الإخبارية.

أدوات الدراسة :

تتعدد أدوات جمع البيانات في البحث العلمي ، إذ لا يمكن أن ينجز بحث دون استخدام إحدى أدوات البحث ، وتختلف الأدوات باختلاف أهداف البحث واسئلته ، ومهما يكن من أمر فليست هناك أداة تمتاز عن غيرها ، ولكن هناك أداة مناسبة لقياس متغير بعينه (أبو سمرة والطيطي ، 2019 ، 81) إنطلاقاً من مشكلة البحث إعتد الباحث على الملاحظة المباشرة و المقابلة و الإستبانة.

الملاحظة :

يقصد بالملاحظة المشاهدة الدقيقة لظاهرة من الظواهر ، أو لمجموعة منها بالإستعانة بالأدوات والأجهزة والأساليب التي تتفق مع طبيعة هذه الظواهر ، بهدف معرفة صفاتها و خواصها والعوامل الداخلة فيها.(حسين ، 1995 ، 182)

واستخدم الباحث الملاحظة لأنها أكثر الوسائل المباشرة لدراسة مدى واسع من الظواهر بجانب أنها لاتعتمد بدرجة كبيرة على الأشياء الماضية أو الانعكاسات.

المقابلة:

هي محادثة مباشرة تستعمل من أجل سؤال الأفراد بكيفية منعزلة ، ولكن في بعض الحالات سؤال جماعات بطريقة نصف موجهة ، تسمح بأخذ معلومات بهدف التعرف العميق على الأشخاص المبحوثين ، لذلك إستخدم أداة المقابلة في الحوار مع القائمين بالاتصال في أدارات الأخبار للحصول على معلومات.(تركي ، سلاطينية ، 2013 ، 164)

واستخدم الباحث المقابلة كوسيلة لجمع البيانات للمرونة العالية التي تتيحها للباحث ما يمكنه من شرح الاسئلة وتوضيح معانيها بجانب كشف المشاعر الحقيقية للمبحوثين من خلال التعبيرات غير اللفظية كحركات الوجه والجسم وطبقة الصوت.

الإستبانة :

وهي أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أوليه أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع الدراسة عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة المعدة مقدماً وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة ، أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم أو الدوافع و العوامل و المؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة. (حسين ، 1995 ، 206)

واختار الباحث أداة الإستبانة لجمع البيانات لتوافر عناصر السرعة والإقتصاد فيما يتصل بإجراءاتها بالقياس إلى بقية الأساليب الأخرى في جمع البيانات بجانب إمكانية الحصول على معلومات كثيرة ومتنوعه وسهولة مراجعة البيانات وتصنيفها وتحليلها ومعالجتها إحصائياً .

حدود الدراسة :

الحدود الموضوعية : ينحصر موضوع الدراسة في توظيف أنظمة غرف الاخبار الرقمية في إنتاج العروض الاخبارية ، وابعاده الاخلاقية بالتطبيق على قناة الشروق الفضائية وتم استبعاد باقي القنوات الاخرى بسبب عدم اعتمادها على الأنظمة الرقمية في إنتاج الأخبار .

الحدود المكانية : وهي الجهة المعنية بالدراسة ولقد وقع الإختيار على فضائية الشروق الموجودة في ولاية الخرطوم وإختار الباحث القناة لأنها القناة الوحيدة التي تمتلك نظاما رقميا لإنتاج الأخبار .

الحدود الزمانية : إختار الباحث الفترة مابين 2018 - 2020م مجال للدراسة نسبة لجملة من الأسباب أهمها:

- 1- شهدت الفترة إنتقال بث قناة الشروق الفضائية من دبي إلى السودان .
- 2- ظهور عدد كبير من الشركات الأجنبية العاملة في مجال برمجيات الحاسب الآلي والتي قامت مؤخراً بإنتاج أنظمة غرف الأخبار الرقمية Newsroom Computer System – NRCS و إصدار نسخ أحدث بمواصفات أعلى.
- 3- رفع الحظر الأمريكي عن البرمجيات للسودان والإستفادة منها في أنظمة غرف الأخبار الرقمية.

مصطلحات ومفاهيم الدراسة :

التوظيف:

في اللغة: وظف الشيء على نفسه ووظفه توظيفاً : الزمه إياه وهو إسناد وظيفة أو عمل معين (المعجم الوجيز ، 1986م ، 654)

إصطلاحاً: مجموعة الفعاليات التي تستخدمها مؤسسة ما لاستقطاب مرشحيها للعمل لتحقيق التميز والقدرة على المساهمة في تحقيق الأهداف وهو النشاط الذي يقتضي الإعلان عنه (دودين ، 2017 ، 138)

التعريف الإجرائي: الإستفادة القصوى من الإمكانيات التي يوفرها نظام Avid iNews في إنتاج الأخبار.

نظام :

في اللغة :يطلق في اللغة على ما نظمت فيه الشيء من خيط وغيره ، وكل شعبة وأصل منه نظام.

والجمع أنظمة ونظم وأناظيم (لسان العرب ، 196/14)

إصطلاحاً: هو أي شيء يتكون من عناصر بينها علاقات متبادلة وتشكل وحدة واحدة.(الفريجات، 2014، 20)

التعريف الاجرائي: مجموعة برمجيات مرتبطة مع بعضها وتتكامل في ما بينها لتحقيق هدف معين ولديها مدخلات ومعالجة ومخرجات.

الأخبار :

في اللغة: ما أتاك من نبأ ، مفرداً خبر، وهو إسم لما يتحدث به الناس ويتناقلونه بينهم.(لسان العرب،1996، 227/4)

إصطلاحاً : وصف موضوعي دقيق لحدث أو رأي أو موقف أو فكرة أو قضية تتوفر فيه قيم إخبارية تجعل الوسيلة الإعلامية قادرة على تقديمه لجمهورها. (معوض وعبد العزيز ،2000، 9)

التعريف الإجرائي : هي كل مايرد من مواد رقمية حديثة إلى النظام تعالج لتكون محصلتها صورة تلفزيونية.

غرف الأخبار:

لغة :العلية ، الجمع غرف ، غرفات ، والحجرة مطلقا " وهو لفظ مولد" (المعجم الوسيط ،2013، 673)

إصطلاحاً : مكان أو مكاتب أو حجرات يتم فيها عملية تجهيز الأخبار من أجل نشرها أو بثها من خلال شاشات عملاقة لمراقبة التدفق الإخباري وتدفق وسائل الإعلام الجديد، ويتم التحكم فيها عبر لوحات لمس مع إمكانية تخصيص شاشة لعرض تطورات حدث أو مصدر معين" (Avilés and other ,2004,87)

التعريف الإجرائي : مكان يتم فيه عملية تجهيز الأخبار من أجل نشرها أو بثها باستخدام الوسائل الاتصالية الحديثة وأدوات الذكاء الاصطناعي ومن خلال فريق ذي مهارات ذكية وملم بالتكنولوجيات والتقنيات الحديثة بهدف تسهيل وتسريع إنجاز مهام غرفة الأخبار بكفاءة أعلى.

القناة :

القناة في اللغة : المراد بها الرمح و"قناة" الظهر و"القناة" المحفورة و يجمع الكل على " قنى " مثل حصة وحصى وعلى "قناة" مثل حبال و "قنوات" و"قنو" على فعول و" قنيت " القناة " بالتشديد احتفرتها وكل خشبة عند العرب قناة كالعصا والرمح (لسان العرب ، 2009، 235/15)

وإصطلاحاً: لكل محطة تلفزيونية قناة معينة تبث عليها إرسالها وهي بمثابة الطريق الذي تسلكه الإشارة التلفزيونية من محطة الإرسال أي الترددات المخصصة وحتى يتم إستقبالها. (شليبي ، 1994، 157)

الفضائية:

لغة: بالمد المكان الواسع و"فضا المكان "فضوا " من باب قعد. إذا اتسع فهو "فضاء" "فضو" فُضْدَ فَاطْمَكَابِءٌ وَفُضْدُ كَوْهٍ لَوْ أَدَّسَ عَ . (قاموس الصباح المنير ، 2014 ، 252)

وعرفت القنوات الفضائية إصطلاحاً : بأنها عرض تلفزيوني مرئي يبث عبر شبكة من الأقمار الإصطناعية تدور حول الأرض في مسارات محددة معروفة، وتحدد بالزاوية والإتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة منها (الاسد ، 2012 ، 25)

الاجرائي :القناة التي تبث عبر الأقمار الإصطناعية ويتم إستقبالها عبر مستقبل خاص.

الرقمي :

لغة : نسبة إلى الأرقام ، يرقم رقما فهو راقم. والمفعول مرقوم ورقيم. رقم: الصحيفة نقطها وبين حروفها ووضع علامات الترقيم فيها ، ورقمية "مفرد" اسم مؤنث منسوب إلى رقم(معجم العربية المعاصرة ، 2008)

وإصطلاحاً : ترجمة المعلومات إلى إشارات رقمية أو إحصائيات رياضية " نسب مئوية" أو أرقام دلالة (كرم شلبي ، 1994 ، 279).

ويشير إلى جميع العمليات التي بموجبها يتم ترميز البيانات والصوت ومعلومات الصور الثابتة والمتحركة وتحويلها إلى صيغة رقمية ليتسنى التعامل معها عبر الحاسب الآلي وإستخدامها في تطبيقات الوسائط المتعددة المختلفة ، وتتميز المادة الرقمية عن التماثلية بالوضوح وإمكانية صنع ملايين النسخ دون أن تفقد المادة المنسوخة أدنى قدر من الجودة. التعريف الإجرائي : نسبة إلى الانظمة المعلوماتية التي تعد خصيصا طبقا لقواعد معينة لتستخدم في الحاسبات الالية كوسيلة للعمل بها.

أخلاقيات:

لغة :الخلق بضم اللام وسكونها السجية والطبع و المروءة و الدين والجمع أخلاق(القاموس المحيط ج3 ، 2007، 257)

إصطلاحاً: لكل مهنة دستور أخلاقي يلتزم به العاملون بها وتحرص كثير من القوانين و النظم الإذاعية على وضع مثل هذه الضوابط الاخلاقية ، وتعرف بإسم أخلاقيات المهنة Professional ethics أو Professional etiquette.(شلبي ، 1994 ، ص 339)

التعريف الإجرائي : مجموعة الإلتزامات الأساسية التي يجب أن يتحلى بها كل إعلامي من أجل الوصول إلى تغطية صادقة وواضحة ومنصفة.

أبعاد:

لغة : المفرد منها بعد و تجمع على أبعاد ،وتأتي بمعنى إمتداد وقياس . (المورد ،1995م ، 242)
إصطلاحاً : ، أبعاد الموضوع مداه وإمتداده وإتساعه وما يتعلق به ، أبعاد مسألة ما أهميتها
ومظاهرها العملية . (معجم المصطلحات العلمية والفنية والهندسية ، 1982م ، 160)
التعريف الإجرائي : جميع مايتصل بأخلاقيات الإعلام موضوع الدراسة.

قناة الشروق الفضائية :

إجرائياً: هي قناة منوعات سودانية بدأت بثها عبر الأقمار الإصطناعية بشكل رسمي منذ
يناير عام 2008م تحت مسمى قناة الشروق الفضائية

النظريات الداعمة لتفسير فرضيات الدراسة:

من أجل فهم وتفسير التغييرات الحاصلة في غرف الأخبار بسبب التطورات التكنولوجية
والاتصالية

يسعى الباحث إلى اختبار نظرية "الحتمية التكنولوجية" (Technological Determinism) التي قدمها رائد علم الاتصال مارشال ماكلوهان (Marshall McLuhan) في ستينيات القرن العشرين، (الديمي، 2013م ، 73) ، حيث تعد النظرية من أهم النظريات الاتصالية التي تضع تصورات نظرية لتطور وسائل الاتصال في العصر الرقمي، وتأثيراتها على المجتمعات الانسانية والحديثة، إذ يرى أن تطور المجتمعات المعاصرة مرده إلى تطور الوسائل الاتصالية، والتي انطلقت في أساسها من أفكار الفلاسفة الغربيين كآدم سميث وجون ستيوارت التي كانت تركز على القوة الاقتصادية والصناعية في تفسير التغييرات الاجتماعية. ويعود مبدأ الحتمية إلى اعتماد متغير واحد دون المتغيرات الأخرى

في تفسير الظواهر ، وتعتبر الحتمية الإعلامية أن تكنولوجيا الاتصال هي المتغير الأساسي في تفسير آليات التطور الاجتماعي، "فقد اعتبر ماكلوهان أن اكتشاف الكتابة 3500 ق.م يعتبر ثورة الاتصال الأولى ، إذ أوجدت هذه الثورة اللغة المكتوبة و سمحت بالتدوين، وهو أحد شروط التطور، وحدثت ثورة الاتصال الثانية بعد أن اكتشف غوتنبرغ المطبعة منتصف القرن الخامس عشر، وأدت هذه الثورة إلى انتقال المجتمع من الاتصال الشفوي إلى الاتصال المكتوب، واعتبر ماكلوهان أن ثورة الاتصال الثالثة ارتبطت باكتشاف الحاسوب في الستينيات والتي نقلت المجتمع إلى مرحلة الاتصال التفاعلي، أما اكتشاف الإذاعة في العشرينيات من القرن العشرين والتلفزيون في الخمسينيات من القرن نفسه، فقد نقلت المجتمع من مرحلة الثقافة المكتوبة إلى مرحلة الثقافة المسموعة المكتوبة.

وفي ذات السياق، يرى ماكلوهان بأن الاختراعات التكنولوجية الحديثة تؤثر على المجتمعات، وقد عبر عن ذلك بعبارته الشهيرة "الوسيلة هي الرسالة" والتي يقصد بها أن الوسيلة الإعلامية أهم من المضمون الذي تقدمه، بل إن محتوى الوسائل شيء عرضي، فالأهم هو الوسيلة في حد ذاتها، حيث أنها تفرض على المجتمع نمطا خاصا من التفكير والاتصال. ويعتقد ماكلوهان بأن الوسائل التي نكتب عليها كلماتنا لها أهمية أكبر من الكلمات نفسها، وأن التأثير العميق يكون لوسيلة التلفزيون نفسه وليس لما يبثه من مضمون. يرى ماكلوهان أنه لا يمكن النظر إلى مضمون وسائل الإعلام بعيدا عن الوسيلة الإعلامية نفسها.

فالكيفية التي تقدم بها الرسالة الإعلامية والجمهور المستهدف يؤثران على ما تقوله الوسيلة الإعلامية، فمثلا تطور التقنيات الاتصالية أدى إلى تطور في المفاهيم الصحافية، فظهرت صحافات جديدة كصحافة البيانات، وصحافة الخوارزميات، وصحافة المواطن، وصحافة الموبايل، وغيرها . وتجدر الإشارة إلى أن تطور التقنيات الاتصالية الحديثة والفاعلة في

مجال الاتصال في العصر الحديث دفع باتجاه ضرورة استخدامها في غرف الأخبار ما أحدث تغيرات عدة فيها كالتغيير في المضامين والأشكال والقوالب الإعلامية والإخبارية.

ثانياً : الدراسات السابقة :

حتى تسهم هذه الدراسة في تطوير المجالات العلمية و التطبيقية التي تتصل بمجال إنتاج الخبر التلفزيوني اتصالاً وثيقاً قام الباحث بمسح لأهم الدراسات السابقة في هذا الموضوع . وبعد أن قام بمراجعة بعض المؤسسات الإعلامية و العلمية و الهيئات الأكاديمية و المكتبات وقف الباحث على حقيقة ندرة الدراسات والبحوث في هذا المجال بإعتباره من المجالات الحديثة نسبياً أغلب الدراسات السابقة في مجال غرف الأخبار لم تتطرق بشكل مباشر إلى مفهوم "غرفة الأخبار

الذكية"، وإنما ركزت على استخدام الأدوات والتقنيات التكنولوجية في غرف الأخبار بشكل جزئي دون تقديم نموذج متكامل ومعظم الدراسات باللغة الأجنبية وهي على النحو التالي:

الدراسة الأولى: بعنوان : فاعلية الوسائط المتعددة في إنتاج برامج التلفزيون
دراسة تطبيقية على التصميم الإيضاحي بتلفزيون السودان (2009-2011)
(الطيب،2012)

هدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم الوسائط المتعددة وتطبيقاتها كذلك سعت الدراسة إلى لقاء الضوء على فاعلية الوسائط المتعددة Multi Media في إنتاج البرامج التلفزيونية كما هدفت الدراسة أيضاً إلى التعرف على دور التصميم الإيضاحي التلفزيوني في تشكيل هوية القناة بجانب عناصر جماليات الشاشة الأخرى.

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى معلومات تجيب عن أسئلة الدراسة.

توصلت الباحثة إلى عدد من النتائج من أبرزها إن فاعلية الفكرة و السيناريو هي جوهر التصميم شكلاً و مضموناً و تنفيذاً . إن الجرافيك يمثل جماليات الشاشة إن صلح إرتقت البرامج وإن ساء جاءت دون المستوى . كما أكدت الدراسة أن الجرافيك عنصر مهم في تشكيل هوية القناة التلفزيونية.

الدراسة الثانية : بعنوان : غرف الأخبار الحديثة تجارب من مصر و العالم) عبد الفتاح ، 2016)

هدفت الدراسة إلى التعرف على التحولات التي لحقت بالمؤسسات الاعلامية المصرية في ظل انتقالها من مفهوم المؤسسة الاعلامية التي تنتج محتوى واحداً ، إلى مؤسسة اعلامية تسعى إلى انتاج محتوى متنوع عبر منصات متعددة كما هدفت الدراسة إلى رصد التجارب الدولية في مجال غرف الاخبار الرقمية والاسترشاد بها في استكشاف تجارب المؤسسات المصرية نحو تنوع منصات الاعلامية. بجانب التعرف على مدى ادراك قيادات المؤسسات الاعلامية المصرية بأهمية تعدد المنصات واتجاهها اليه .

إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وتوصلت لنتائج أهمها دوافع التحول نحو غرف الاخبار الرقمية متعددة المنصات و النماذج الادارية المتباينة فيها انعكست في بنية تلك الغرف و هياكلها التنظيمية ونظم عملها. كما بينت الدراسة العوامل المحفزة بقوة لاتجاه المؤسسات الصحفية لتنويع منصاتها الاعلامية وذكرت منها انخفاض مبيعات الصحف وركود جمهور الوسائل التقليدية و المنافسة الشديدة على موارد الاعلانات و نمو مستخدمي الاخبار عبر الانترنت. كذلك كشفت عن اتجاه المؤسسات الصحفية إلى التقليل من العاملين ودمج دوائر الانتاج و تكليف المراسلين بتغطية الاخبار بشكل يصلح لجميع اصدارات المؤسسة.

الدراسة الثالثة بعنوان :

Convergence Crises: News Work and News Space in the Digitally Transforming Newsroom(Robinson 2011)

أزمة تحولات غرف الأخبار المدمجة التي تنتج محتوى الرسائل التقليدية والرقمية في آن واحد وتأثير ذلك على التسلسل الهرمي لغرف الأخبار

هدفت الدراسة إلى توثيق للتحولات والتطورات التقنية والتنظيمية التي حدثت في غرف الأخبار التقليدية كما هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل التي أدت إلى تمييز العاملين ذوي المهارات التقنية داخل غرف الأخبار الرقمية. كذلك قامت الدراسة بتسليط الضوء على أثر التحولات في التسلسل الهرمي في غرف الأخبار الحديثة.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. وتوصلت إلى جملة نتائج أهمها أنها كشفت عن توترات عمل بين المراسلين ومحرريهم الذين يدمجون التقنيات الجديدة في روتين إنتاج الأخبار.

كم بينت الدراسة ان التغييرات التي حدثت في غرف الاخبار قادت في كثير من الأحيان إلى تغيير التسلسل الهرمي في غرف الأخبار. وأثبتت الدراسة أن المراسلين والمحررين ذوي العقلية الإعلامية التقليدية قد عزلوا بشكل متزايد في غرف الأخبار الرقمية وغالبا ما يتم إستبعادهم من أماكن العمل الجديدة.

الدراسة الرابعة : بعنوان :

"The Complexities of Convergence," International Communication Gazette

(Wallace 2013)

نموذج تعدد المهارات لدى الصحفيين في غرف أخبار الـ BBC

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على الاستراتيجيات التنظيمية التي تم تبنيها داخل غرف الأخبار حتى يتمكن المحررون من العمل عبر المنصات المختلفة. كما هدفت الدراسة إلى التعرف على المهارات المتعددة التي إكتسبها المحررون في غرف الأخبار الرقمية والتي تمكنهم من التحرير للإذاعة والتلفزيون والإنترنت. بجانب التوثيق للتحويلات التي حدثت في غرف الأخبار التقليدية.

هدفت الدراسة أيضا إلى التعرف على العوامل التي أدت إلى تمييز العاملين ذوي المهارات التقنية داخل غرف الأخبار الرقمية.

إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ، وتوصلت إلى نتائج كان أهمها أن الدراسة حذرت من أن الدمج في غرف الأخبار الرقمية سيؤدي إلى تقليل القوى العاملة وزيادة الضغط على المحررين وبالتالي التأثير سلبيا على جودة الإنتاج الإخباري. ولّوَصت الدراسة بفصل غرف الأخبار التقليدية عن الرقمية. كما دعت الدراسة لتبني الفصل بين غرف الاخبار كإستراتيجية للتخصيص وإنتاج المواد العميقة و الإبداعية.

" **Factors That Influence the Diffusion of Twitter in Newsrooms** الدراسة الخامسة بعنوان :

(Swasy 2016)

العوامل التي أثرت على اعتماد تويتر في غرف الأخبار خلا السنوات الأخيرة

هدفت الدراسة إلى التعرف على الكيفية التي أصبح بها تويتر منصة عالمية. كما هدفت إلى التعرف على تأثيرات النشر في تويتر على غرف الاخبار. كما قامت الدراسة بإبراز إعادة تشكيل تويتر للطريقة التي يتواصل بها الصحفيون ويجمعون وينشرون بها الأخبار

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وتوصلت إلى جملة نتائج كان أهمها أن تويتر أصبح بوابة مصادر جديدة مفتوحة وشاملة وسريعة يعتمد عليها في غرف الأخبار الرقمية. كما توصلت الدراسة إلى أن تويتر يوفر إشباعاً فورياً للقصة من الجمهور. وخلصت الدراسة إلى أن الفورية هي العامل الأساسي في الإعتماد على تويتر.

NewsLynx: A Tool for Newsroom Impact Measurement الدراسة السادسة

بعنوان: (Abelson & Keller 2015)

في قياس كفاءة غرف الأخبار الرقمية. NewsLynx إستخدام أداة

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى مواءمة غرف الأخبار للمعايير المهنية الشاملة. كما هدفت إلى الكشف عن قدرة غرف الأخبار على التأثير في الجمهور وتحليل التغذية الراجعة. وهدفت الدراسة أيضاً إلى تسليط الضوء على توظيف أداة NewsLynx وهي أداة صممها الباحثون خصيصاً لقياس كفاءة غرف الأخبار.

NewsLynx استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وكان من أهم نتائج الدراسة إن أداة

تعمل على تقديم تصنيفات ومعايير للتأثير الحاصل على الجمهور . كما كشفت الدراسة أن أداة تقوم ببناء إطار عمل خاص بكل وسيلة إعلامية لقياس مفهوم التأثير NewsLynx وبينت الدراسة أن إطار العمل الخاص بالوسيلة الإعلامية يختلف حسب معايير كل وسيلة وأهدافها.

الدراسة السابعة "Computational Journalism in the UK Newsroom:

بعنوان : (Hybrids or Specialists)Hannaford 2015)

الصحافة المحوسبة في غرف الأخبار في المملكة المتحدة إختصاصيون أم مهجنون.

هدفت الدراسة إلى التعرف على التحديات التي تواجه عملية التحول من غرف الأخبار التقليدية إلى غرف الاخبار الرقمية و الذكية. كما سعت الدراسة إلى الكشف عن المهارات

البرمجية و التقنية المطلوبة في غرف الأخبار الرقمية. كذلك هدفت الدراسة إلى التعرف على التقنية الرقمية التي تمكن غرف الاخبار الرقمية من إنشاء أدوات تفاعلية وتطبيقات إخبارية.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وتوصلت إلى نتائج كان أهمها أن الدراسة كشفت عن journo-coders ظهور مصطلح المبرمجون المهجنون وهم يجمعون بين كونهم صحفيين ومبرمجين

كماأبانت الدراسة أن الصحفيين المبرمجين يدمجون مهاراتهم الصحفية و مهارات البرمجة خلال عملهم في غرف الأخبار خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية وأوصت الدراسة بأن هناك حاجة

لتحديد مدى التحول الوظيفي و التنظيمي الذي حدث في غرف الأخبار كون هذا الأمر يفتح المجال أمام وظائف جديدة في غرف الأخبار حول العالم.

Unravelling Data Journalism: A Study of Data Journalism "الدراسة الثامنة

بعنوان: Practice in British Newsrooms (Borges-Rey 2016)

دراسة على صحافة البيانات المطبقة في غرف الأخبار البريطانية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى إستخدام صحافة البيانات الحالية في المملكة المتحدة. كما هدفت إلى تسليط الضوء على قوة البيانات وضخامتها بحيث فرضت نفسها على غرف

الأخبار كذلك سعت الدراسة إلى التعرف على كيفية الإستفادة من البيانات في إنشاء القصص الإخبارية المبدعة والمبتكرة

منهج الدراسة: استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. وتوصلت إلى نتائج كان أهمها الدراسة أظهرت أن معظم الصحفيين المحترفين في غرف الأخبار لديهم درجة من التردد والخوف تجاه التقنية الرقمية. كما خلصت الدراسة إلى أن وسائل الإستقصاء و التحقق في صحافة البيانات مازالت محدودة. وطالبت الدراسة بتوظيف أدوات رقمية للتحقق في غرف الأخبار البريطانية.

علاقة هذه الدراسة بالدراسات السابقة :

قام الباحث بإستعراض عدد من الدراسات على ندرتها ذات الصلة بموضوع الدراسة ،أبرزت هذه الدراسات معطيات أساسية عدة بعضها معرفي والآخر إجرائي هذه المعطيات كالآتي :

1- إتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الأولى في مجال البحث العام وهو الإنتاج التلفزيوني كما إتفقت في منهج الدراسة والجدة واختلفت معها في مجال التطبيق حيث عنيت هذه الدراسة بإنتاج العروض الإخبارية ، وتمتاز هذه الدراسة عنها بأنها تقدم صورة كاملة للتغيرات التي أحدثتها التقنيات والأدوات الحديثة داخل غرف الأخبار الرقمية على مراحل إنتاج الأخبار .

2- إتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الثانية في موضوع البحث وهو غرف الأخبار الرقمية وإختلفت في تناول الدراسة الثانية للتحويلات التي طرأت على المؤسسات الإعلامية المصرية في سعيها لإنتاج محتوى متنوع عبر تعدد المنصات، بجانب رصد التجارب الدولية في

مجال غرف الاخبارالرقمية ، وتمتاز هذه الدراسة عنها بأنها خصصت لدراسة فضائية سودانية.

3- إتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الثالثة في منهج الدراسة وفي رصد التطورات التقنية والتنظيمية التي حدثت في غرف الاخبار وإختلفت عنها في سعي الدراسة الثالثة لتتبع التغييرات التي حدثت في التسلسل الهرمي في غرف الأخبار الحديثة ، تمتاز هذه الدراسة عنها في أن قناة الشروق لا تنتج رسائل تقليدية بل رقمية إذن ليست هناك بيئة تقليدية وبيئة حديثة يتم عقد مقارنة بينهما.

4- إتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الرابعة في منهج الدراسة وفي التوثيق للتحويلات التي حدثت في غرف الأخبار وإختلفت عنها في تركيز الدراسة الرابعة على الإستراتيجيات التنظيمية التي تمكن المحرر في غرف الأخبار من الكتابة لعدة منصات ، وقد إمتازت هذه الدراسة بإدخال البعد الأخلاقي ودراسة موقعه في الإنتاج الإخباري.

5- إتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الخامسة في مجال التطبيق وهو غرف الأخبار الرقمية وإختلفت عنها في تناول الدراسة الخامسة لواحدة من أشهر وسائل الإعلام الجديد وهي منصة تويتر وتمتاز هذه الدراسة بأنها لم تغفل وسائل الإعلام الجديد حيث يوفر نظام Avid iNews بيئة متكامل فيها كل وسائل الإعلام الجديد داخل منظومة واحدة هي نظام إنتاج الأخبار.

6- إتفقت هذه الدراسة مع الدراسة السادسة في مجال التطبيق وهو غرف الأخبار الرقمية و إختلفت عنها في إستخدام الدراسة السادسة لأداة بعينها لقياس كفاءة غرف الأخبار الرقمية ، بينما إمتازت هذه الدراسة بإستخدام أدوات متعددة تتكامل مع النظام من بينها أدوات التحقق والتثبت الموضوعي و أدوات رجع الصدى المتنوعة.

7- إتفقت هذه الدراسة مع الدراسة السابقة في رصد وتحليل تحديات التحول من الغرف التقليدية إلى الغرف الرقمية الذكية ، واختلفت عنها في كون الدراسة السابقة إختارت غرف الأخبار الرقمية في الصحافة بدلا من غرف الأخبار الرقمية التلفزيونية وإمتازت هذه الدراسة بأنها سعت للتعرف على تجارب مؤسسات إعلامية كبرى في إحداث التحول إلى الغرف الرقمية ولم تقتصر على القنوات التلفزيونية بل شملت الصحافة الرقمية.

8- إتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الثامنة في البحث عن تعظيم الإستفادة من الدفع المعلوماتي الهائل لإنتاج القصص الإخبارية عبر غرف الأخبار ، واختلفت عنها في تبني الدراسة الثامنة لمفهوم صحافة البيانات في غرف الأخبار في بريطانيا ، وإمتازت هذه الدراسة عنها في تفعيل الجانب الأخلاقي لمعالجة هذا الدفع الهائل من القصص الإخبارية الواردة إلى النظام.

9- ناقشت الدراسات في مجملها تأثير التقنيات التكنولوجية الحديثة المتمثلة في غرف الأخبار الرقمية في مراحل عملية الإنتاج الإخباري كجمع الأخبار وتحليلها ومعالجتها ونشرها والتغذية الراجعة لها.

10- ابرزت الدراسات التأثيرات التي يمكن أن يؤدي لها تبني الوسائل والتقنيات الاتصالية الحديثة على هيكلية غرف الأخبار، حيث هناك مهارات ووظائف وأقسام جديدة يتطلبها هذا التحول لزيادة كفاءة غرف الأخبار.

11- جميع الدراسات السابقة التي رجع الباحث إليها إستخدمت المنهج الوصفي التحليلي.

12- أكدت الدراسات السابقة أهمية الإستفادة من تجارب المؤسسات الإعلامية الكبرى في تبني النموذج الملائم من أنظمة غرف الأخبار.

13- أغفلت الدراسات الأبعاد الأخلاقية المتصلة بمخرجات أنظمة غرف الأخبار الرقمية.

14- أثبتت الدراسات السابقة أن لا مكان لمن عجزوا عن تطوير إمكانياتهم التقنية داخل غرف الأخبار الرقمية.

من خلال الإستعراض السابق فإن الدراسة الحالية تحدد علاقتها من الدراسات السابقة في النقاط التالية:

1- يميز الدراسة الحالية عن غيرها الجدة و الشمول حيث تتبع توظيف نظام Avid iNews في جميع مراحل الإنتاج.

2- يأمل الباحث أن تؤسس هذه الدراسة لتطبيق أنظمة الاخبار الرقمية في جميع القنوات السودانية لمواكبة التطور مع مراعاة الابعاد الأخلاقية لهذه الأنظمة حتى تتحقق الإستفادة المرجوة منها.

أوجه الإستفادة من الدراسات السابقة:

- إتباع الخطوات المنهجية في كتابة البحوث .
- التعرف على مزيد من الأفكار والأدوات والإجراءات التي يمكن أن تساعد في حل المشكلة.

الفصل الثاني

إنتاج العرض الإخباري التلفزيوني

المبحث الأول:

الأخبار التلفزيونية ، معايير إختيارها ومصادرها

المبحث الثاني :

تغطية الخبر العاجل واتخاذ القرار في غرف الأخبار

المبحث الثالث:

إخراج النشرات الإخبارية في التلفزيون

المبحث الأول

الأخبار التلفزيونية - معايير إختيارها ومصادرها

الأخبار هي تلك المواد التي تتناول مختلف أوجه النشاط الإنساني ، السياسية والإقتصادية والرياضية وحتى الأمور التي تتعلق بالثقافة والفنون والآداب وحتى تربية الطفل وتنشئة الشباب و ما إلى ذلك. كما أن هناك محطات توجه نشرات إخبارية إلى فئة معينة من المجتمع ، حيث تهدف الى التوعية بمسائل معينة مع التركيز على موضوع محدد بالدرجة الأولى ، مثل البرامج الموجهة للمزارعين والبرامج المتخصصة.

معظم تعريفات الأخبار تتضمن إشارة لطبيعة الاخبار الزمانية يقول تيرهى رانتانن " هي أنباء ، تقارير أو روايات عن أحداث أو وقائع مستجدة لاسيما المهمة أو الشائقة تلتقي أو تتحد معاً كمعلومات مستجدة" (رانتانن ، 2015م ، ص 17)

الأخبار التلفزيونية ، نشأتها وتطورها:

تاريخياً مرت الأخبار التلفزيونية بتغييرات كبيرة في الكم والكيف ، حتى أصبحت من أهم المواد التي يقدمها التلفزيون. بل وأصبحت أساس برامج التلفزيون وزادت نسبة الوقت المخصص لها ورفدت بالكوادر البشرية المؤهلة ، وفي مرحلة سابقة قامت بعض المحطات التلفزيونية بإنشاء أقسام كبيرة تعنى بالأخبار المحلية و العالمية حتى توجت بقيام القنوات الإخبارية المتخصصة.

إنبثقت الأخبار التلفزيونية من الإذاعة المسموعة التي سبقتها في تقديم الاخبار بحوالي عقدين من الزمن، (أبورستم ، 2017م ، ص 95) إلا أنه مع الوقت أخذت الاخبار التلفزيونية تتحدد شخصيتها واستقلالها ، فرغم معاناتها الاولى في مرحلة النشأة من نقص المادة الإخبارية الفيلمية و الإعتماد الكبير على الأرشف من صور ولقطات فيلمية إلا أن العاملين في مجال الأخبار في تلك الفترة إهتموا بالصورة المرئية بالرغم من أن الإعتماد الأساسي كان على وكالات الأنباء في الحصول على الأخبار ولم تتوفر التقنيات الحديثة كأجهزة

الحاسوب في تحرير الأخبار. ومع دخول الألفية الجديدة أصبحت المحطات التلفزيونية تستعين بالأجهزة الحديثة في تقديم النشرات الإخبارية ، حيث كثر استخدام الحاسوب في كتابة العناوين الرئيسية والفرعية ولتنسيق العروض الإخبارية بشكل متميز(زيتل ، 2007 ، ص 529).

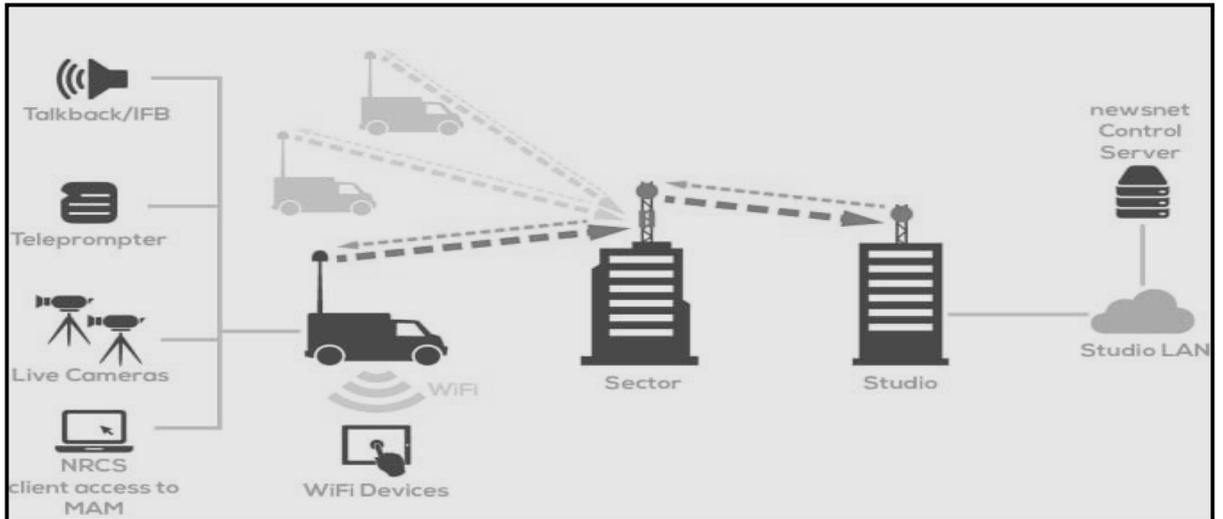
كما تنافست المحطات فيما بينها لتقديم أفضل السبل لخدمة الجمهور في مجال الأخبار، حيث توسعت القنوات التلفزيونية في إقامة شبكات التغطية بصورة مضطربة حتى أصبح يقياس نجاح المحطة بعدد نقاط التغطية التي تغذي المحطة بالأخبار سواء في الداخل أو الخارج.

هذه التطورات في مجال الأخبار التلفزيونية تطلبت زيادة في أعداد العاملين في هذا الحقل من منتجين ومندوبين ومراسلين ومحررين ومعلقين ومصورين وغيرهم من مهن الإنتاج. بالإضافة إلى ذلك تضاعف عدد النشرات التي تنتج خلال اليوم وبلغات مختلفة مع زيادة المدد الزمنية لهذه النشرات ، إذا يبيث عبر الأثير كل يوم عدداً من النشرات الإخبارية التي تتراوح فترات بثها ما بين 5-60 دقيقة مثل موجز الأخبار ونشرة الأخبار المفصلة.

صاحب هذه الزيادة في ساعات البث إرتفاع في النفقات ، قد تصل إلى عشرات الملايين من الدولارات وأستخدمت الأقمار الإصطناعية بشكل واسع ما حسن من كمية ونوعية الأخبار. فتلزيون السودان على سبيل المثال توسع في إستخدام الأقمار الإصطناعية في المجالات الإخبارية وإعتمدت معظم المحطات العربية على الأقمار الإصطناعية في إستقبال وإرسال وتبادل الأخبار.

وذلك منذ العام 1980م حيث أنشأت محطات الإستقبال الأرضية لما تبثه الأقمار الإصطناعية الأوروبية والأمريكية وضعت تلك المحطات في منطقة أم حراز جنوب الخرطوم.

تتطلب التغطية الإخبارية معدات تصوير باهظة التكاليف مثل الكاميرات الإلكترونية وعربات التلفزة ووحدات تصوير مختلفة الأحجام والأنواع (ENG) ، جمع الأخبار إلكترونياً ويطلق عليه أيضاً استخدام الكاميرا المحمولة لتغطية الأخبار (هيلارد ، 2014م، ص 540) حيث تصل تكلفة الوحدة وملحقاتها من أجهزة ومعدات معاونة في البث المباشر مايقارب المليون دولار بالإضافة إلى أجور فريق العمل. هذه التقنيات المتطورة في إنتاج الأخبار جعل للنشرات دوراً كبيراً في جذب الجمهور وتزايد الإهتمام بالنشرات من قبل الجماهير.



شكل رقم (1) جمع الأخبار الإلكتروني Elctronic News Gathering

تغطية أخبار التلفزيون :

تعتبر عملية إعداد وإنتاج وتنفيذ النشرات والبرامج الإخبارية عملاً جماعياً يهدف في المقام الأول إلى تقديم خدمة إخبارية تحظى بإهتمام المشاهدين حتى يقبلوا عليها.

إن إنتاج النشرات الإخبارية عمل جماعي يشترك فيه عدد كبير من المحررين والفنيين والمراسلين والمذيعين والمترجمين والمهندسين وغيرهم من عناصر الإنتاج ، وتتطلب غالبية الوظائف في أخبار التلفزيون تنوعاً في المهارات لا تتطلبه أي وسيلة أخرى من وسائل الإعلام ، لهذا نجد أن فئات الوظائف تتداخل فيما بينها و يمتد بعضها ليشمل جميع أنواع المهارات المختلفة. بالرغم من أن التخصص الوظيفي ينشأ تحت ضغط عامل الوقت الحاسم إلا أن الجميع يجب أن يكونوا قادرين على أداء أي مهمة بشكل صحيح ، وكما نعلم أنه كلما كبرت و إتسعت إدارات وأقسام الأخبار في التلفزيون نجد مزيداً من التخصص ولكن يتوقع من غالبية مراسلي أخبار التلفزيون حتى في أكبر الشبكات العالمية أن يكونوا مخرجين ومحررين.

فرجل الأخبار في التلفزيون الذي لا يستطيع الإشراف على مونتاج وتهذيب المادة المصورة سواء أكانت فيلمية أو شرائط فيديو يندر وجوده ، ويلاحظ أن كل وظائف الأخبار في التلفزيون تشمل على شيء من التحرير تقريباً .

ويتسع مفهوم تحرير الأخبار في التلفزيون ليشمل تقييم وتوليف المادة الإخبارية المصورة. فمحرر أخبار التلفزيون لا يقتصر عمله على مجرد الكتابة ، بل إن من مهامه أن يقوم بتوليف " مونتاج " المادة المصورة فهو بإختصار يعمل كمنتج لكل خبر يحرره.

أما المندوب أو المراسل فيقوم بتصوير الحدث بنفسه ، كما نجده يقوم بعمل المخرج حيث يطلب من المصور إبراز الجوانب التي يريدها ويعطي لطاغم التصوير التوجيهات أثناء تصوير اللقطات التي يحتاج إليها ويتأكد من تسجيلها. وتضم حبرات أخبار التلفزيون عدداً من المحررين الذين يستطيعون تحرير الأخبار في أقصر وأسرع وقت بما يتوافق ونوع المادة الخبرية الذي لا يحتمل التأخير. حيث تتفوق أخبار التلفزيون على وسائل الإعلام المطبوعة بالتغلب على عنصر الوقت. (هاملتون وكريمسكي ، 2002م ، ص 185)

ومهمة جهاز تحرير أخبار التلفزيون هي إعداد القصص الإخبارية وتحريرها بما يتلاءم وطبيعة التلفزيون كوسيلة إعلامية تعتمد أساساً على الصوت والصورة والحركة.

يبدأ العمل في أخبار التلفزيون عادة بإجتماع صباحي يعقد بمكتب مدير إدارة الأخبار ويحضره المحررون والمندوبون ومدير التصوير ويهدف هذا الإجتماع لإختيار أهم الأخبار التي سيتم تغطيتها، حيث يتم دراسة كل حدث أو قصة إخبارية على حدة ثم ترتب حسب أهميتها وأولوياتها ثم يتم أختيار فريق لكل حدث أو قصة إخبارية بعد ذلك يتم تنسيقها و تسلسلها حسب السياسة التحريرية للمحطة.

حيث يكون دور المحرر إختيار الخبر الأهم و الأصلح من الاخبار الواردة ، يتم هذا الإختيار على ضوء الموجهات التي تصدر من رؤساء التحرير والتي تنبع من السياسة التحريرية للقناة وهي بداهة جزء من السياسة الإعلامية للدولة مع عدم إغفال عادات ونوع الجمهور المستقبل للأخبار. (مطر، 2010م، ص 84)

كما أن من واجبات المحرر صياغة الأخبار في الإطار الزمني المحدد لها " نشرة كاملة ام موجز للأنباء " . ويتسلم المحررون عدداً كبيراً من الحقائق الإخبارية المصورة في اليوم عن طريق الأقمار الإصطناعية بالإضافة إلى نصوص الأخبار من وكالات الأنباء العالمية.

أما كتابة وصياغة الخبر فيتطلب ممارسة مهنية تضع في الإعتبار أن الخبر الذي يبث لابد أن يتصف بالدقة والسرعة والوضوح ، ونظراً للتنافس الشديد بين المحطات فإن أي خطأ أو تأخير في بث الخبر سيثير إنتقاد الجمهور المستقبل و سيتحول إلى محطة أخرى تلبى إحتياجاته ورغباته.

لذلك على رئيس التحرير " المنتج" أن يضع عينه على المحطات المنافسة .(لويس ، 1993م ،ص 188) حيث أن المحطات الإخبارية تتنافس وتخصص كوادر مؤهلة لملاحقة الأنباء وبثها على مدار الساعة ومن المحطات التلفزيونية الإخبارية المتخصصة المشهود لها في ذلك CNN ,BBC ,FOX NEWS,SKY NEWS . ABC وغيرها وتسعى إلى تحديث وتحليل الأخبار، حيث تقوم سياستها التحريرية على أن الأخبار المهمة لا تنتهي بمجرد بثها ، بل تبدأ قصتها الخبرية بهذا البث الأولي ثم يبدأ المشاهدون بمتابعتها أولاً بأول. كإختطاف طائرة أو إحتضار زعيم ما ، وما إلى ذلك من الأمور.

تبقى المحطة في اتصال دائم ومستمر مع مندوبيها أثناء قيامهم بتنفيذ مايوكلون به من خلال الأجهزة السلكية واللاسلكية حيث يتم ترتيب طريقة إرسال و إيصال المواد في حال تصويرها إلى المحطة لإجراء اللازم عليها من مونتاج ودوبلاج ومكساج إلى غير ذلك من العمليات الفنية الأخرى ، ليجري بعد ذلك تنسيقها و ترتيبها في العروض والنشرات و المواجهز الإخبارية.

ويقوم رئيس تحرير النشرة أو من يكلفه من المحررين بمتابعة نشرات وكالات الأنباء العالمية والإقليمية ووكالة الانباء الوطنية بجانب أهم المحطات التلفزيونية والإذاعية المتخصصة والصحف وذلك لإضفاء المزيد من التفاصيل أو التطورات الإخبارية المهمة. (مطر ، 2010م،ص

يقوم فريق بالتغطية الإخبارية للأحداث من مواقعها ، وتختلف مهمة تغطية الأخبار في التلفزيون عن مثيلاتها في أجهزة الإعلام الأخرى حيث تتطلب في حدها الأدنى فريقاً مكوناً من مراسل أو محرر ومصور ومساعد للمصور وسائق ، ولكل فرد في الفريق مهمة معينة. ويعتمد عدد الفرق الخاصة بالتغطيات على حجم المحطة فهناك محطات لديها 4-6 فرق إخبارية ، وهناك محطات لديها مايزيد عن 100 فريق في نفس البلد ، بالإضافة إلى عدد آخر من الفرق في المناطق المهمة من العالم كعواصم الدول الكبرى ومناطق النزاعات و الأحداث.

لإنجاح مهمة الفريق يقوم المراسل عادة بالذهاب مسبقاً لمكان الحدث حتى يستطيع وضع يده على التفاصيل ،لأن المراسل هو المسؤول المباشر عن القصة الخبرية التي ينقلها من موقع الحدث ويكون مسؤولاً عن جمع المعلومات والتأكد من صحتها ومتابعة التطورات الخبرية الخاصة بقصته ووضع أسلوب وطريقة التغطية وتسجيل التعليق المصاحب في حال كان تقريره مسجلاً ، والمراسل أيضاً يحدد حجم التغطية للحدث بالتنسيق مع رئيس التحرير أو مدير الدائرة الإخبارية.(الغانمي ، 2018م،ص 42-43)

يتولى المراسل جمع الأخبار من الموقع الذي يحتوي على الحدث أو الخبر ويطلق عليه البعض بمندوب الموقع (Field Reporter) ويقوم عادة بدور المخرج حيث يقرر محتوى وأسلوب التغطية ويطلب من المصور الجوانب التي يريدها ، كما يعطي التوجيهات لطاقم التصوير .

أما بالنسبة للمدة المصورة فليست هناك قاعدة ثابتة ، فقد يحتاج فريق عمل معين لتصوير ثلاثة أضعاف مدة الخبر الموثق أو أكثر ، فمدة التصوير تعتمد على نوعية وأهمية الموضوع والذي يقرر هو المراسل. (معوض وعبد العزيز ، 2000، ص 83) بالطبع يعهد إلى المراسلين في المواقع المختلفة الحصول على الأخبار الداخلية المهمة وهناك العديد من مصادر الأنباء التي يطرقها المراسل. ويقسم العمل بين مراسلي الاخبار على أساسين : (معوض وعبد العزيز ، 2000، ص 86)

1- مكاني : يعني تكليف المراسل بتغطية بعض المصادر التي تقع في دائرة جغرافية واحدة أو قريبة من بعضها بصرف النظر عن إختلاف العمل في كل منها.

2- نوعي: ويعني تكليف المراسل بتغطية أخبار عدد من المصادر المتجانسة بصرف النظر عن البعد أو القرب المكاني ، كمراسل سياسي ، برلماني ، إقتصادي وغيرها من الأنواع.

ويطلق عليها أيضاً مصطلح الدوائر ، مثل دائرة الخارجية ، دائرة رئاسة الجمهورية ، دائرة البرلمان الخ. ويرى الباحث أن عملية التخصص أمر مهم حيث أن تخصص المراسل فيما يقدم يسهل من عمله و يحسن من نوعية الأخبار حيث يكون ملماً أكثر من غيره بشؤون دائرته التي يقوم بتغطيتها مراراً وتكراراً .

هذا على الصعيد المحلي أو الوطني أما على الصعيد الدولي فإن المحطات الكبرى تعتمد سياسة إرسال المراسلين إما بشكل دائم أو بشكل مؤقت وهذا الأخير تنتهي مدته بإنهاء الحدث.

كما أن هناك المراسل الحربي الذي يتولى تغطية أخبار الحروب و الصراعات الدولية أو الإقليمية ويوجد كذلك المراسل المتجول ويحظى بمكانة مميزة حيث يتجول بين مختلف العواصم بهدف تقديم تغطية إخبارية متميزة ذات طابع تحليلي.



من مدينة (Field Report) مراسل في تقرير ميداني) 2 (شكل رقم الأبيض

ويعتبر المراسل مصدرا مهما للأخبار العالمية حيث يتعين ان يكون لديه المام تمام بالحدث الجاري الذي يقوم بتغطيته وأن تكون له رؤية صحيحة وعميقة للأحداث تمكنه هذه الرؤية من تفسير ما يدور حوله من أحداث ليقدم كل الأخبار التي تخدم الرأي العام.

عادة يتمتع المراسل بالموهبة التي تتمثل في حاسته للأخبار و لقيمتها و الخبرة التي تجمع بين التمكن من التحرير والإنتاج والتوليف والتصوير والإخراج. هذه المتطلبات ليست فقط لإتمام تغطية كمية وإنما لإنتاج تغطية مميزة كماً ونوعاً . وللمظهر الشخصي دور مهم في نجاح المراسل بالإضافة إلى تمتعه بالموهبة والخبرة والصوت المقبول من الجماهير ، كما يتطلب أن يكون له ثقة بنفسه ، وأن يتمتع بسرعة البديهة ودقة الملاحظة وحسن التصرف بجانب إجادة اللغة التي يتحدثها ويفضل إتقانه لأكثر من لغة بالإضافة إلى الميل لهذه

المهنة. (جواد ، 2001م ، ص 20)

مصور أخبار التلفزيون TV News Cameraman :

إذا استعرض التلفزيون الاخبار والتقارير أو البرامج الأخرى دون ان يعتمد على اللقطات المصورة فانه سيفقد حتما نسبة كبيرة من المتلقين الذين يرومون مشاهدة البرامج والاخبار معززة باللقطات الصورية. (سلمان ، 2006م، ص5)

إن عمل مصور أخبار التلفزيون هو عمل مكمل لعمل المراسل الإخباري وهو عمل ميداني بطبيعة الحال ، فالمصور الإخباري الناجح هو الذي يختار اللقطات التي تخدم القصة الخبرية التي يغطيها.

ولا يخلو عمل المصور الإخباري من المشقة والخطر لذا يتطلب منه أن يتحلى بالصبر والجلد، وأن يراعي لعمل الوقت ويتصف بقوة الملاحظة وبقدرته على تصوير قصته في أقل مدة زمنية ممكنة.

يطلب من المصور الإخباري الإلمام بقواعد التصوير والإضاءة والصوت والتعامل مع التقنيات المتطورة مثل التعامل مع الاقمار الإصطناعية والمحطات الأرضية وشبكة الإنترنت في عملية إرسال اللقطات التي يصورها. حيث إن الطبيعة المتنوعة والمكثفة والمرنة لشبكة الإنترنت تتناسب مع محتوى وشكل المعلومات التي يتم تخليقها أو توفيرها أو نقلها. (ريس وويليامز ، 2012م، ص35) وبالطبع يقوم المصور الإخباري بعملية المونتاج قبل إرسال اللقطات وهذا يتطلب منه الإلمام التام بعملية المونتاج اللاخطي عبر جهاز الكمبيوتر المحمول الخاص به ويعرف المصور الإخباري الذي يقوم بالوظيفتين في نفس الوقت ووظيفة المصور ووظيفة " فني المونتاج " المونتير بالمراسل التقني. ومن الصفات الأخرى في المصور الإخباري حسن تقدير الموقف وإختيار ما هو معبر عن قصته الخبرية من خام اللقطات المتعدد التي قام بتصويره ، ولا يتم ذلك إلا إذا كان المصور على قدر كبير من الإلمام بالكاميرا التي يستخدمها وعدساتها وفلاترها " المرشحات " إلى غير ذلك من مكونات الكاميرا الأصلية أو الملحقة بها. (الفضيلات ، 2001م، ص87)

فريق تحرير الأخبار:

التحرير يقصد به إعادة صياغة الخبر وإعداده تلفزيونياً بما يعطيه الشكل الملائم للعرض وتجميع هذه المواد وتبويبها في صورة تفي بالعرض الإخباري

إن إعداد أخبار التلفزيون أصبح فناً وصناعة لها أصولها ، فالصورة المرئية هي المفردة الأولى للجملة التلفزيونية ولهذه الجمل قواعد وقوانين تحكمها وتحكم نظامها . (البطريق ، 2005م ، ص 87) وتتطلب خبرة وممارسة وتدريب بالإضافة إلى خلفية أكاديمية ، فالدراسة الأكاديمية ضرورية ، لأن هذه المهمة تتطلب موهبة تعلق بالدراسة و التدريب والمران والمعاشة الكاملة للأحداث. لذا فإن تحرير الأخبار يوكل إلى مجموعة من المحررين الذين لديهم قدرة على تحمل هذه المسؤولية العالية.

يطلق على هؤلاء إدارة التحرير حيث تتولى هذه الإدارة معالجة القصص الاخبارية الوطنية والعالمية بالأسلوب والطريقة التي تتفق مع طبيعة وإمكانيات التلفزيون كجهاز إعلامي تتكامل مشاهده بالصوت والصورة والحركة واللون .

واجبات المحرر: (ابراهيم ، 2017م ، ص 400)

- 1- إعادة صياغة الأخبار و تحريرها بالشكل الذي يتفق وطبيعة المرئيات على إعتبار أن الكتابة التلفزيونية هي كتابة وصف تعريفي للمرئيات ، بمعنى أنها ليست تسطير للكلمات وإنما هي الكيفية التي ستظهر بها الصورة على الشاشة.
- 2- ترجمة المواد الإخبارية التي ترد من مصادر الأخبار الأجنبية وتحريرها بأسلوب واضح بسيط يتفق مع طبيعة التلفزيون وسياسة القناة.

3-الإشراف على مونتاج المادة المصورة التي تدخل ضمن فقرات العرض الإخباري وتهذيبها وإعادة تحريرها ،وإستبعاد اللقطات غير الصالحة منها من حيث النوعية أو من حيث المضمون مع مراعاة النواحي الفنية والمهنية والموضوعية والأخلاقية فيها أو إضافة لقطات معينة أو تعديل وترتيب اللقطات بطريقة مخالفة لما تم تصويره من حيث الترتيب.

4- التنسيق والإشراف وإعداد النشرات ، وربما قراءتها وتقديمها على الهواء إذا تطلب الأمر ذلك عند الضرورة.

رئيس التحرير:

هو المسؤول الأول عن النشرة الإخبارية ، ويتعاون مع مجموعة العاملين من مراسلين ومحررين ومترجمين ، ويتوجب أن يكون موضع ثقة واحترام الجميع وأن يتميز بقوة الشخصية ويمتلك الخبرة الفنية والإدارية بجانب سرعة إتخاذ القرار والقدرة على تقييم الاخبار والحكم على صلاحيتها وإنتقائها للبت العام، وهو صاحب الحق في إتخاذ اي قرار بشأن الكم الهائل من القصص الإخبارية التي ترد إليه من مصادر الأخبار المصورة ، وأن يكون لديه من الخبرة والعلم ما يمكنه من الإضطلاع بمسؤولية العمل المسند إليه.(الغانمي ، 2018م ، ص 132)

يتعاون رئيس التحرير للأخبار مع زملائه رؤساء الأقسام المختلفة كرئيس المراسلين ومدير التصوير ومدير المكتبة ورئيس المونتاج ومدير الإخراج وغيرهم لإنجاح النشرات والعروض الإخبارية.

كبير المراسلين :

ويكون مسؤولاً عن تكليف أطقم التغطية الإخبارية و تقييم الأخبار ، وهذا يتطلب منه أن يكون متمرساً في هذا المجال وذلك بما لديه من الفة كاملة مع قيم الأخبار التلفزيونية وجرأة في العمل الإخباري يكتسبها عن طريق ممارسته وخبرته الطويلة في هذا المجال ومعايشته مع أطقم التصوير .

يستقبل رئيس قسم المراسلين المواد الإخبارية من المصادر المحلية عن طريق المراسلين في مختلف مواقع الأخبار في أجهزة الحكم والوزارات والهيئات و المؤسسات وكل الأجهزة المختلفة التي يمكن الحصول منها على القصص الإخبارية التي تهتم الجماهير.بالإضافة إلى ذلك قدرته على وزن الأخبار والتأكد من صحتها وصدقها فهو مسؤول إلى حد كبير عما يذاع من أخبار محلية. ويطلق عليه أيضا تكليفات المراسلين (Assignments) (عبء الفتاح ، 2016م ،ص 44)

تقييم الأخبار في التلفزيون :

الخبر التلفزيوني هو اساس نشرات أخبار التلفزيون وعنصرها الأول (معوض ،2008م،ص 135) . ويتكون الخبر من مجموعة من اللقطات المصورة والمرتبطة معاً. فالخبر التلفزيوني المصور يتكون من سلسلة من الصور والأطر "الفريمات" (Frames) بحيث تكون في مجموعها لقطة ، وتكون مجموعة اللقطات ما يسمى بالمشهد.

وتختلف وجهات النظر في طرق ترتيب العرض الإخباري ، حيث أن لكل نشرة أخبار قصة مهمة تتصدرها ، وتعطي هذه القصة أهمية خاصة للنشرة و تتطلب كل قصة خبرية

وحدة درامية في بنائها وتتبع في العادة تسلسلاً يتكون من ثلاثة أجزاء من الذروة إلى السبب ثم الأثر وهكذا.

ترتب أخبار النشرة في التلفزيون حسب أهميتها بمعنى أن تبدأ بالأخبار التي تهم المشاهدين بالدرجة الأولى (الضبع ، 2001م ، ص 158). وتعتمد نشرات الأخبار على تطبيق قاعدة الخبر المهم فالأهم وهذا بالطبع متبع في معظم الوسائل الإخبارية الأخرى وتعتبر مقدمة النشرة أو إفتاحتها أهم خبر مصور وبالتالي يعتبر أفضل قمة للعرض الإخباري بالمقارنة بأي خبر آخر غير مصور قد يتساوى معه في الأهمية.

والخبر المهم هو الذي يجمع بين أهم العناصر و المقومات التي تستحق الإعتبار لدى رئيس التحرير. أما توزيع الأخبار المحلية والدولية فيتم وفق معايير تتبع لسياسة وفلسفة المحطة ، حيث لاحظ الباحث أن هناك محطات تولي الأخبار المحلية 2/3 المدة ، بينما نجد أن الأخبار الأجنبية تحتل الحيز الأكبر في محطات أخرى.

هناك من ينادي بضرورة زيادة الإهتمام بالأخبار الوطنية في المواد الإخبارية عن طريق متابعة الأحداث و الوقائع التي تحدث داخل الوطن. ما يساعد في إشاعة الإهتمام بالقضايا الوطنية المختلفة على المستويات كافة لأن الخبر الوطني يكون موضع إهتمام و إنتباه أكبر قاعدة وطنية ممكنة.(المجلة العربية للعلوم الإنسانية ، 1995م، ص 192-196) ، فنشرات الأخبار تظهر منجزات الدولة بالدرجة الأولى وتبرز أهمية الدولة على الصعيد الإقليمي أو الدولي و في نفس الوقت تحاول إظهار السلبيات في دول أخرى.

هناك من ينادي بأن تصل نسبة الأخبار الوطنية إلى 60-90 % من جملة العرض الإخباري ، حيث يشكي كثير من المهنيين أن القنوات التلفزيونية العربية لا تعرف ما الخبر المحلي أو الوطني بدليل أن هذا الخبر يقتصر على إبراز تحرك الهيئات الرسمية ومسؤوليها

فقط . وعندما تشح الأنشطة الرسمية في ايام العطلات على سبيل المثال يتم الغاء معظم الأخبار الوطنية كأن لاشي يحدث في البلد ويستعاض عن ذلك بالأخبار العالمية (مجلة عالم الفكر ، 2009م ، ص 407) لأن التدفق الإخباري الحر جعل من الدول المتقدمة تستحوذ على الأخبار و تسوقها للدول الأقل حظاً .

هناك دراسات أجريت بخصوص أولوية النبا ، فمنهم من طالب بإعطاء اولوية للأخبار الوطنية ومن هؤلاء رجال الفكر والثقافة وهناك من طالب بإعطاء أولوية النبا بناء على أهميته ، إذ أنه من الطبيعي أن يهتم الإنسان أولاً بنفسه ، ومن ثم بالأشياء المحيطة به أكثر من الأشياء البعيدة عنه حيث يؤثر ذلك على حياته بصورة مباشرة.(مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، 1998م، ص 140)

يرى المسؤولون أن تنسيق وترتيب الفقرات الإخبارية في النشرات يتوقف على مدى اهمية النبا في المقام الأول . فإذا كان هناك خبر عالمي له اهمية كبيرة فلا بأس من إبرازه في مقدمة النشرة وإعطائه الأولوية ، ثم تتوالى الأخبار حسب أهميتها ، ومما يؤخذ على ذلك أن نهاية النشرة تصبح غير مهمة .(معوض وعبد العزيز ، 2000م ،ص 165)

لذلك ترفض معظم المحطات التجارية هذه المبدأ ، اي لايجب أن تبدأ بالخبر المهم يليه الأقل أهمية لأنه كلما أستمر العرض الإخباري يكون اقل أهمية وبالضرورة يكون الخبر التالي اقل جذبا للإنتباه عن الخبر التالي له و هكذا. لهذا نجدهم يؤكدون على عملية الربط بين القصص الإخبارية ، كما يرون ان نفسية المشاهد هي الاساس في عملية الربط على إعتبار أن المتلقي للاخبار لايستطيع ان يظل في حال إنتباه دائم واهتمام كامل بالفقرات طوال مدة النشرة لذا يقومون بتوزيع الأخبار الساخنة " مظاهرات و حروب ، فتن ،

إغتيالات ، أعاصير..... الى غير ذلك من الأخبار " وتوزع بين الفقرات حيث يكون في العرض الإخباري الواحد أكثر من قمة.

لأن المشاهد يحتاج إلى فرصة لإلتقاط أنفاسه وتهدئة نفسه ، وبالتالي يكون في حاجة إلى خبر يثير الإطمئنان في نفسه ، ويحتاج إلى راحة وترفيه بفقرة خفيفة تثبت بعدها اخبار مهمة وهكذا ، وبالتالي يظل المتلقي مشدوداً بإستمرار إلى النشرة طيلة الوقت. (معوض وعبد العزيز ، 2000م ، ص 165)

كما ينبغي أن نشير إلى أن المواد التي تتناولها النشرات الإخبارية تختلف وتعتمد على الفلسفة السياسية و الآفاق الفكرية التي تمارس مؤسسة ما عملها في نطاقها ، حيث لاحظ الباحث أن هناك مؤسسات تلفزيونية تقتصر نشراتها الإخبارية على الأنباء فقط بينما هناك مؤسسك تدخل ضمن نشراتها وعروضها الإخبارية مواد أخرى لا علاقة لها بالأخبار كالإعلانات التجارية حيث تكون هذه المؤسسات ذات طابع تجاري. وهناك من يرى بأن الإعلانات داخل النشرة الإخبارية بدعة جديدة تقلل من أهمية الأنباء المقدمة من جهة وتعمل على تشتيت ذهن الجمهور المستقبل من جهة ثانية ، حيث إن إقحام الاعلانات بصورة عرضية خلال النشرة يفرغها من قيمتها الإخبارية لتصب في قالب آخر جوهره التشتت والتضليل.(مجلة الفيصل ، 2001م،ص 36)

واليوم يعتبر الإعلان هو الشريان المحرك والممول للتلفزيون في كثير من المحطات التلفزيونية وأصبح المعن يمول مختلف برامج التلفزيون عامة والأخبار بصفة خاصة لدرجة المشاهدة العالية التي تحققها العروض الإخبارية ، حتى اصبح من الصعب التمييز بين الفقرات الإعلانية وغيرها.

لهذا نجد المعلنين ينفقون الملايين لإجتذاب المشاهدين ، حتى إن الإعلانات تتسلل إلى الأخبار والبرامج الإخبارية بدون سابق إنذار حيث تقدم صور مغرية وقوالب مشوقة يتم فيها

توظيف كل أساليب و فنون وإمكانيات التلفزيون و تقنيات التصميم الإيضاحي "الجرافيكس"

وبالتالي أصبح الإعلان عاملاً مهماً يخشى منه في التأثير على مضمون ما يقدم ما جعل موضوعية التلفزيون موضع شك لأن بعض الوقائع بسبب تأثير المعلن لم تعد تروى بصدق أو بدون تحيز. ورغم تداخل الإعلانات التجارية للنشرات الإخبارية إلا أن النشرات الإخبارية لها وضعها الخاص في المحطات التلفزيونية ، فمثلا النشرات الطويلة تتراوح مدتها ما بين 26-52 دقيقة ، وتسمى 52 دقيقة بالساعة التلفزيونية ، تبدأ النشرة وتنتهي بعناوين وتعاد في وسط النشرة ويتخللها فاصل كل 13 دقيقة مدته دقيقتان يخصص لإعلان تجاري وترويج لبرامج القناة ، ليكون إجمالي الحصص لكل الفواصل ثماني دقائق تجمع مع زمن العرض لتعطي ساعة كاملة.(السامرائي، 2019م، ص 108)

بناء العرض الإخباري:

تحتوي نشرة الأخبار عادة على مقدمة وخاتمة وتتضمن الخاتمة إعادة موجزة لأهم الأنباء ، كما تحتوي بعض النشرات الإخبارية على نشرات فرعية متخصصة مثل الإقتصاد والرياضة والطقس والتكنولوجيا ، ومن حيث المحتوى تتكون من أخبار مباشرة يقدمها مذيع النشرة وأخرى مسجلة أو على الهواء مباشرة من موقع الحدث.

تتكون عروض الأخبار في التلفزيون من مجموعة من القصص الإخبارية (News Stories) التي أصبحت الشكل السائد للخدمات الإخبارية المصورة يتخللها مجموعة من

الأخبار القصيرة و المتفرقة ، يتم عرضها بشكل يعتمد على عدة إعتبارات وأسس حيث يجري تقييمها وفقاً لمكانها وأهميتها وكذلك تسلسلها.(الغانمي ، 2018م ،ص 128)

تعتبر عملية التنسيق للأخبار وترتيبها داخل النشرة بمثابة المفتاح الذي يكسبها فعالية فائقة حيث تحتوي النشرة على مجموعة إخبارية عالمية لها بنية خاص يحدد موضوعاً لكل قصة إخبارية و العلاقة بينها وبين العناصر الأخرى.

وعندما لا يكون هناك رابط أو عند الإنتقال لموضوع آخر مستقل يتم عرض فاصل (Breakout) يكون بمثابة تمهيد للإنتقال لشأن آخر. ولابد أن يحرص المنتج في سعيه إلى الإنتقال المناسب من موضع إلى آخر ومن حالة إلى أخرى ألا يحمل مذيع النشرة مشقة الإنتقال المفاجيء بين نقيضين.(لويس ، 1993م ،ص 191) ولكل عرض إيقاع محسوب وأسلوب خاص به وكل هذا يسهم في ترسيخ الإنطباع النهائي لدى المتلقي بنجاح العرض أو فشله في الإستحواذ على إهتمامه.



شكل رقم (3) فاصل الأخبار في قناة الشروق للفصل بين الملفات أو للانتقال إلى نشرة متخصصة

تبدأ نشرة الأخبار بتتر خاص مصور ومصمم بالجرافيك مصحوب بلحن موسيقي مميز وسريع الإيقاع ويكون مستوى الصوت أعلى من غيره بهدف تمييز العرض الإخباري عن غيره من البرامج و لجذب المتلقي للأخبار و يبدأ العرض بالعناوين المهمة مع لقطات سريعة لهذه العناوين.

طرق العرض الإخباري :

لا توجد طريقة واحدة لعرض القصة الخبرية في التلفزيون ، وإنما تعرض من جوانب متعددة وبطرق مختلفة تتخذ اشكال تحرير القصص الخبرية ثلاثة أساليب :

1- أسلوب الذروة أو القمة (Climax)

2- أسلوب التفسير (Interpretation)

3- أسلوب الترتيب الزمني.

اسلوب الذروة يعطي الأنباء المهمة في المقدمة وهو يهدف لإعطاء المتلقي كل الحقائق بسرعة، أما الأسلوب الثاني فيستخدم في القصص الإخبارية المثيرة لإهتمامات جمهور المشاهدين بأخذ شكل الهرم المعتدل ، يبدأ بعلامة مثيرة تجذب إنتباه المشاهدين ثم تليها مقدمة بسيطة وسريعة و مختصرة ، ثم جسم القصة الخبرية ثم النتيجة ونهاية القصة في تسلسل زمني درامي شائق ومثير للإهتمام.

أسلوب الترتيب الزمني يجمع بين النمطين السابقين ، حيث تضم المقدمة المعلومات المهمة ، تليها التفاصيل الأقل أهمية يستخدم هذا الأسلوب في تحرير القصص الخبرية التي تتكون من مكونات و عناصر على مستوى واحد من الأهمية. (معوض وعبد العزيز ، 2000م ، ص 169)

أسس تحرير الأخبار: توافق وتطابق النص مع المادة المرئية ، حيث يؤدي إلى زيادة نسبة فهم وإستيعاب المشاهدين لهذه المادة الإخبارية.

البساطة وعدم الغموض والسلاسة والوضوح (الجبالي ، 2016م ، ص 170)، كما يجب أن يراعي المحرر الوحدة الدرامية فيقدم الوقائع في صور شيقة متسلسلة من بدايتها وحتى النهاية ويروي ما حدث وكأنه يقع في الوقت الحاضر ما يضفي الحيوية والشفافية على العرض الإخباري. من البديهيات التي تتبعها معظم القنوات الإخبارية المتخصصة إتباع قواعد محددة للغة وتركيب الجمل والإختصارات اللفظية بهدف مساعدة المحررين على تحرير النشرات ولتفادي عنصر فردية المحرر أو التقليل منه حيث أن طبيعة العمل في إنتاج الأخبار عمل جماعي تتكامل في الأدوار بين فريق العمل والعتاد (حواسيب ، أجهزة إرسال وإستقبال ، وحدات مونتاج، كاميرات ،... إلى غير ذلك من الأجهزة الالكترونية) التي يمارس الفريق العمل عليها لإنجاز مهامه بمساعدتها. (الغانمي، 2018م، ص 83)

ومن هذه البديهيات إستخدام الكلمات السهلة المتداولة التي يفهمها معظم الناس ، بالإضافة إلى تركيب الجمل البسيطة المكونة من فعل وفاعل و مفعول به . ويرى المختصون أن الجملة البسيطة يجب أن تكون محتوية على فكرة واحدة و بنفس الوقت تجيب على الأسئلة " من؟ ماذا؟ أين؟ لماذا؟ متى؟ وكيف؟ " ، ذلك أن تعدد الأفكار في الجملة الواحدة سيؤدي حتماً إلى التشويش و الإضطراب لدى المشاهد.

تبدأ الأخبار بصيغة الهرم المقلوب (فرجاني ، 2016م،ص 83) ،والخبر يتكون من المقدمة والجسم ويمكن حذف أو إختصار بعض الفقرات من جسم الخبر أو صلبه .

أما مقدمة الخبر فتجيب عن التساؤلات (ماذا؟ متى؟ أين؟ وفي بعض الأحيان كيف ؟) ، عندما يكون الخبر قصيراً وفكرته واحدة تكون مقدمته وجسمه فقرة واحدة وغالباً ما تحتوي الأخبار القصيرة على 4 أو 5 جمل مقسمة إلى فقرة أو فقرتين.



شكل رقم (4) الهرم المقلوب

ينصح بقراءة نشرات الأخبار بأسلوب المحادثة و الحوار لا القراءة و الإملاء بدرجة تجعل المشاهد يحس أن المذيع يتحدث معه لا يقرأ له. ويفضل في التحرير استخدام صيغة الفعل المضارع كي يوحي للمستخدم بالحالية والإستمرار (أبو السعيد، 2014م ، 99) كما يفضل كتابة الأعداد من واحد إلى تسعة بالحروف ومن 10-999 بالأرقام ، أما المئات والألوف والملايين فتكتب بالحروف مع وضعها بين أقواس .

كما ينبغي تقريب الأرقام عند كتابتها فيكتب أكثر من 150 الف جنيه بدلاً من 150687 جنيه (جواد ، 2001م ، ص222). أما بخصوص نكر الأسماء فيكتفي بذكر الإسم الأول أو اللقب مثل : ترامب ، الأسد ، قابوس الخ ، ولا ينصح بأن تكون كلمة مبتدئة في سطر ومنتهاية بآخر .

من أجل إعداد نشرة إخبارية بطريقة جيدة لابد من مراعاة مايلي:

- 1- طباعة النشرة " هيكل النشرة" أو ما يعرف بالإسكربت Script
 - 2- طباعة كل خبر أو قصة خبرية على صفحة مستقلة.
 - 3- كتابة إسم المحرر وتاريخ ووقت بث النشرة في أعلى الصفحة. (الغانمي، 2018م، 133)
- ويتم تقديم النشرة بعبارات قصيرة ومتماشية مع قدرة المقدم التنفسية أثناء الإلقاء بحيث لا تتعب المرسل والمستقبل ، وإستبعاد الكلمات التي تحتل اللبس و التأويل .

بالإضافة إلى تجنب الجمل الإعتراضية والأرقام والإهتمام بنطق الأسماء الأجنبية الصعبة. ومن البديهيات على مقدم النشرة أن يكسب صداقة مشاهديه فيشعرهم حين يقرأ لهم الأخبار، وهذا يتطلب أن يتحدث ببساطة والإبتعاد عن التصنع والتشنج منوعاً في التنغيم

والسرعة مع التركيز على مخارج الحروف. والإبتعاد عن تناول تفاصيل غير مهمة تؤدي إلى تشتيت ذهن المستهدف.

البرامج الإخبارية:

مجموعة البرامج التي تعرض للجمهور المستقبل مجموعة الحقائق الراهنة التي تأكدت تماماً أو مجموعة الحقائق التي يتفق على حدوثها في المستقبل أي ما يتوقع حدوثه أو ما يستجد من أحداث على ضوء الحدث الأساسي. وأنها من الأهمية بحيث تستدعي الضرورة التنويه عنها كي يكون الجمهور على علم مسبق بحدوثها الأمر الذي يمكن من متابعتها وما تسفر عنه من نتائج وتشمل هذه البرامج النشرات والتعليقات والمواجز والمجلات الإخبارية وقطع الإرسال إذا جد ما يدعو لذلك (شليبي ، 1994م ، ص 661). يمكن تعريف نشرات الأخبار بأنها " هي برلمج دوري ينطلق في مواعيد محددة طبقاً لجدول زمني يتيح لمتلقيه استقبال الاخبار المتعلقة به ويربطه بما يحدث في الآن على مستوى المجتمع المحلي وعلى مستوى الوطن كله أو على مستوى العالم ، وتطلق نشرة الأخبار على مصدر الأخبار من خلال منظومتين شهيرتين هما الإذاعة والتلفزيون وأحياناً تسمى بتوقيت إذاعتها " .(أبو رستم ، 2017م ، ص 93) من خلال ذلك يستدل على أن نشرات الأخبار تعنى بالدرجة الأولى بالحقائق الجماهيرية و التي تهم أوسع الجماهير بشكل موضوعي بعيداً عن أساليب الإثارة ، هذه الحقائق تتعلق بالمجتمع وحركته وهيئاته.

من هذا المنطلق فقد عدت النشرات الإخبارية في التلفزيون من المواد المهمة و التي يتوجب أن تتال عناية كافية ، وذهب البعض بالقول أن البرامج في التلفزيون توضع وتصمم بالشكل الذي يساعد على جذب أكبر قدر من الجمهور لمتابعة العروض الإخبارية وغيرها من المواد التي تدخل في نطاق الأخبار .

ونظراً لعدم توفر الإمكانيات لإذاعة الأخبار ساعة وقوعها في بعض المؤسسات الإخبارية لاحظ الباحث أنها تقوم بإذاعة نشراتها الإخبارية في أوقات معينة مستصحبة عدة أمور أهمها:

➤ أن تكون نشرات الأخبار في فترات رئيسة بحيث يمكن أن يشاهدها أكبر قدر من الجمهور.

➤ أن يتم تحديد أوقات معينة للنشرات وتعويد المشاهدين على هذه الأوقات ، وعلى هذا الأساس فليس من المحبذ أن يجري تبديل مستمر في أوقات نشرات أو مواجيز الأخبار إذ أن عدم الإستقرار في بث النشرات في وقتها يفقد المؤسسة جمهورها. لذا فإن ثبات نشرات الأخبار في مواعيد معينة من الأمور التي توطد العلاقة بين المشاهدين و التلفزيون.

➤ إن تحديد مواعيد إذاعة نشرات الأخبار يسهل إنتشار المواد الإخبارية المذاعة في فترة زمنية بدلاً من بعثتها في فترات متفرقة ما يفقدها الهدف الأساسي المتوخى من بثها.

➤ تكييف المادة التي تحتويها النشرة (صورة + صوت ومؤثرات) بالشكل الذي يراعي طبيعة الجمهور وطبيعة الوسيلة التي تنقل الرسالة.

العوامل المؤثرة في إقبال المشاهدين:

إن العوامل المؤثرة في إقبال المشاهدين هي : (المجلة العربية للعلوم الإنسانية ، العدد 51 ، المجلد 13 ، 1995م ، ص 196)

1- ضرورة التنويه بإستمرار من خلال الفواصل على أهم القصص الإخبارية قبل موعد تقديم النشرات، على أن تذاق التفاصيل كاملة في نشرات الأخبار ، مع أهمية تزويد النشرات بالقصص الإخبارية الإجتماعية والإنسانية والرياضية والخفيفة التي لها جمهورها الواسع من المشاهدين.

2- الحرية في عرض وجهات النظر المتباينة بالنسبة للحدث ، وإبراز الآراء المؤيدة والآراء المعارضة في القضايا موضع النقاش ، والقيام بتفسير الأخبار دون إبداء الرأي فيها.

3- ضرورة الإهتمام بالصوت الأصلي Natural Sound من موقع الأحداث ، لأنه من العوامل المهمة التي تضيف مزيداً من الواقعية.

4- ضرورة تدريب العاملين في أخبار التلفزيون، لأن ذلك يوفر لهم فرصاً حقيقية لتحسين معارفهم.

نهاية نشرات أخبار التلفزيون :

نهاية النشرات من اللحظات المهمة حيث توظف من قبل بعض المحطات في الاستحواذ على اهتمام المتلقين من خلال بث موجز سريع لأهم الأخبار التي تم بثها خلال العرض مصحوباً باللقطات ، ويطلق عليها مصطلح (Recap) ويعني خلاصة إخبارية على شكل إعادة عناوين الاخبار في نهاية العرض الإخباري . (الحسن ، 2010م ، ص 193)

أشارت العديد من الدراسات إلى أن فقرات الرياضة تعتبر من أمتع الفقرات التي تقدم في نهاية النشرة ، خاصة عرض الأهداف في مباريات كرة القدم المهمة. (مجلة جامعة الملك عبد العزيز للآداب والعلوم الإنسانية ، المجلد الرابع ، 1991م ، ص 97) كما أبرزت الأبحاث أن ضرورة عرض الأخبار الطريفة والخفيفة (Soft News) تجذب إنتباه وإهتمام المتلقين. (المجلة العربية للعلوم الإنسانية ، المجلد

51 ، العدد 13 ، ص 196) كما أشارت دراسة أخرى إلى عدم ختم النشرة بخبر مأساوي أو حزين ويعود السبب لأن تأثير تلك الأخبار يبقى ماثلاً وبقياً لدى المشاهد ، ما قد يؤدي إلى العزوف عن نشرات الأخبار. لذا يرى الباحثون ضرورة ختم النشرة بتودد وحيوية وإبتسامة هادئة كما تفعل بعض المحطات المتقدمة ، لإقناع المشاهد بأن الأمور ليست سيئة جداً برغم كل شيء ، وأن تتركه وهو يشعر بشيء من الإطمئنان نحو العالم. (لويس ، 1993م،ص 190)

معايير إختيار الأخبار التلفزيونية

القيم الإخبارية و العوامل المؤثرة في إختيار الأخبار:

تعد الأخبار التلفزيونية مضموناً إعلامياً على درجة عالية من الأهمية في الخريطة البرمجية بمعظم القنوات التلفزيونية ، سواء كانت تقدم كمضمون إعلامي مع مضامين أخرى على القنوات العامة أو كونها مضموناً أساسياً في القنوات الإخبارية المتخصصة. وفي الحالتين توجد عدة عناصر يجب توفر أحدها على الأقل حتى يكون الخبر صالحاً للنشر ويطلق عليها القيم الإخبارية (**News Values**) وهي مجموعة المعايير التي تحكم عملية إنتقاء وجمع الأخبار وتحريرها وهي في مجملها صعبة التنفيذ.

ففي حين يذهب معظم الإعلاميين إلى أنهم يحققون قيمة الموضوعية على سبيل المثال ، إلا أن الممارسة الفعلية تكشف عكس ذلك ويقسم البعض القيم الإخبارية إلى فئتين هما (مجلة الإذاعات العربية ، 1 ، 2011م ، ص 85)

❖ **القيم الإخبارية الأساسية :** هي القيم التي لا بد أن تتوفر في الخبر ، ولا يكون الحدث خبراً بدونها ومنها : الجدة ، الحالية ، والأهمية.

❖ **القيم الإخبارية التفصيلية :** هي القيم التي يعني توافرها في خبر ما زيادة نسبة ترجيح نشره ، هي معايير يتم على أساسها تفضيل خبر على آخر والحكم بصلاحيته للنشر ومنها : القرب ، الضخامة ، الغرابة ، الشهرة ، والصراع.

أ- القيم الإخبارية:

1- قيمة الحالية Timeliness Value

فكلمة نيوز (NEWS) مشتقة من اللغة الإنجليزية القديمة (Neo we)، وتعني الجديد ومع التطور الذي شهدته البشرية أمكن نشر الأنباء لحظة وقوعها وبتبثها إلى مختلف أنحاء العالم في سرعة ودقة متناهية.

يعتبر الإهتمام بقيمة الحالية من العناصر الأساسية في نوعيات القصص الإخبارية المختلفة، خاصة ما يدور حول موضوعات سياسية مثل الإنتخابات ، فعامل الوقت أصبح حاسماً في صناعة الأخبار خاصة بعد ظهور القنوات الفضائية المتخصصة في الأخبار والتي تدور منافسة شرسة بينها في تحقيق هذه القيمة. ما يجعل نشرات الأخبار التي يفصل بينها ساعة أو ساعتين تحوي قصصاً إخبارية مختلفة عن بعضها. وبالتالي أصبحت القصص الإخبارية تفقد جدتها بعد وقت أقصر مما كان عليه الحال في الماضي. ولذلك

يعتبر عنصر الزمن من أهم القيم في مجال الأخبار ، حيث لا بد أن تكون حديثة لجذب إنتباه الجمهور من خلال تعريفه بآخر مستجدات الأحداث. وتعد هذه القيمة من أهم القيم بالنسبة لوسائل الاتصال الإلكترونية منها إلى وسائل الاتصال التقليدية حيث أن الأخيرة تعوض التأخير بنشر تفاصيل أكثر أو تحليلات متعمقة. كما تعتبر " الحالية " قيمة مهمة في الأنظمة الديمقراطية. ويطلق على " الحالية" جملة مسميات أخرى مثل الحداثة ونعني بها حادثة الوقوع.

2- قيمة الأهمية Importance Value:

تكون إحصائية نشر القصص الإخبارية التي تدور حول أحداث مهمة أكبر من غيرها ، فإن خبراً عن تصادم طائرتين في المدرج هو أهم من خبر حادث تصادم سيارتين، وقد لا يكون الخبر في حد ذاته مهماً لكن النتائج المترتبة عليه هي الأكثر أهمية.

حيث إن خبراً عن ظهور نوع جديد من فيروسات الكمبيوتر قد يكون خبراً عادياً ، لكن تأثير ذلك الخبر قد يكون ضخماً على قطاع الأعمال والبنوك وخطوط الهاتف وتلك هي الجزئية الأكثر أهمية. وتأتي أهمية الخبر من إهتمام أكبر عدد من الجماهير بالخبر وحاجتهم الشخصية من العائد منه عليهم(الضبع ، 2011م ، ص 118) ، مثلاً خبر عن " رفع اسم السودان من قائمة الدول الراعية للإرهاب " حيث يتوقع جمهور المتلقين أن ينعكس ذلك على الإقتصاد بشكل مباشر ما يؤثر على معاشه بشكل أفضل.

3- قيمة القرب Proximity Value :

يقاس قرب وقوع الحدث من الجمهور المستقبل بإزدیاد الإهتمام بالخبر. فإذا جاء نبأ عن نشوب حرب في منطقة "س" فإن الجمهور القريب من "س" يزداد إهتمامه بهذا الخبر.

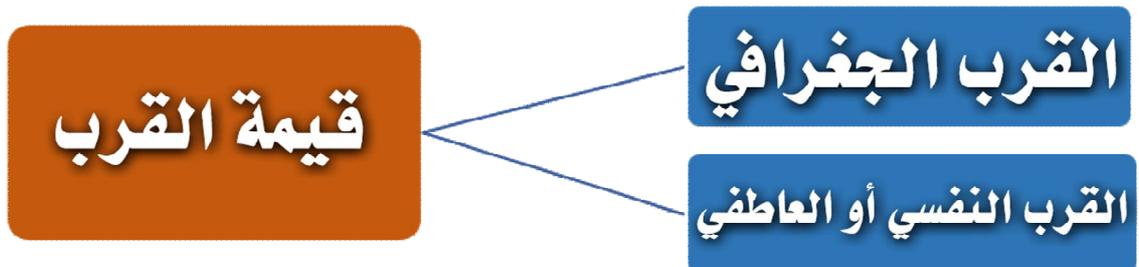
وتعني هذه القيمة مدى إقتراب الجمهور من الأشخاص أو الأماكن أو الموضوعات أو القضايا الواردة في الخبر. وبذلك فإن الأشياء التي تكون قريبة من المشاهدين سواء جغرافياً أو نفسياً أو عاطفياً تكون هي الأهم بالنسبة إليهم . وبالتالي من المفترض إعطاؤها أولوية خاصة ، وقد أظهرت الدراسات أن الأخبار المحلية (Local News) تحظى بنسبة عالية من المشاهدة لأنها تتصل بحياة المواطنين، وتشغل بالهم أكثر من الأخبار الخارجية. وتؤكد ذلك المقولة المشهورة " خبر وجود ذبابة في العين ، أهم من خبر حول وقوع زلزال في الصين" (جواد، 2001م، ص 48) وهناك نوعان من القرب على النحو الآتي:

أ- القرب الجغرافي أو المكاني Geographically Closeness:

فالمشاهد لديه دوائر إهتمام جغرافية تبدأ من مكان إقامته (القرية - الشارع) وتتسع لتشمل المدينة ثم المحافظة ثم الدولة ثم الدول المجاورة (الضبع، 2001م، ص 128)

ذلك أن خبر موت عدة أفراد في حي قريب من المشاهد أهم من خبر عن موت المئات في دولة بعيدة .

ومن المفترض أن تهتم القناة المحلية بهذا الخبر المحلي وتقرد له مساحة وزمناً أكبر من الخبر الذي وقع في دولة بعيدة. وتعتبر أحداث الحادي عشر من سبتمبر من أوضح الأمثلة على أهمية قيمة " القرب الجغرافي " ، حيث تابع ملايين الأمريكيين الحدث على شاشات التلفزيون بإهتمام شديد لأنه يتصل بهم.



شكل رقم (5) قيمة القرب

ب- القرب النفسي أو العاطفي Emotion Closeness :

وهو يعني أن الجمهور يميل إلى الإهتمام بالأحداث التي تمسهم بشكل شخصي وتبدو قريبة منهم ومن أسلوب حياتهم ، وقد تكون هذه الرابطة أو القرب العاطفي بسبب : النوع ، الدين ، السن ، والعرق . جدير بالذكر، أن الجمهور يتفاعل بشكل أكبر مع العنف عندما تكون الضحية شخصية معروفة بالنسبة لهم وبالتالي يستطيعون التوحد عاطفياً معها (Emotion

Empathy). (مجلة الإذاعات العربية ، 1، 2011م، ص 85)

4- قيمة التأثير Impact Value :

وتعني ان اختيار الأخبار يتم من خلال تأثيرها على أكبر عدد ممكن من الجماهير ، سواء من الناحية السياسية أو الإقتصادية أو الإجتماعية أو الثقافية ، وقد أدى ذلك لتركيز بعض المحطات على الاخبار الداخلية (ظاهر، 2017م، ص49) ، كلما زاد تأثير الخبر على المتلقين ومس مطلعهم كان أكثر جذباً وأكثر تحفيزاً لإنتباههم حتى لو كان وقوع الحدث يبعد عن

بلدهم آلاف الكيلومترات. فالخبر الذي يتوقع أن يكون له تأثير مباشر وقوي في المشاهدين تكون احتمالات نشره اكبر ، لذا لا بد أن ينال أولوية خاصة لدى المحرر .

فمثلاً قصة إخبارية عن رفع الدعم عن المحروقات ، أكثر تأثيراً من خبر عن تحقيق ديوان الضرائب للربط السنوي. كذلك خبر عن ثبوت هلال شهر رمضان المبارك يلفت الانتباه أكثر من بث خبر عن بدء أسبوع دعوي .

ويطلق البعض على هذه القيمة أيضاً إسم " العاقبة " ، ويقصد بها ما ينجم عن الخبر من نتائج سواء إيجابية أو سلبية ، وترتبط هذه القيمة بقيمة أخرى هي " سعة الخبر " حيث تزداد القيمة التأثيرية للخبر كلما كان عدد أولئك الذين سيتأثرون به أكبر ، أي كلما إتسع نطاق الإهتمام به كان ذلك مؤشراً إيجابياً لصلاحية الخبر للبث .

5- قيمة الجدة Novelty Value :

إن الخبر الجديد الذي يتصل بأحداث تقع لأول مرة أو قد لا تحدث إلا مرة واحدة فقط أو على فترات متباعدة مثل خبر السماح للنساء بقيادة السيارة في المملكة العربية السعودية ، ويكون الخبر أكثر أهمية من باقي الأخبار العادية ، ويستخدم في تحرير هذه الاخبار كلمات منها : لأول مرة ، Firsts,Only,Lasts ومنها كذلك " لأول مرة بنك فيصل يفتح باب التعيين للسيدات " (صحيفة المصري اليوم ، 2018/07/31)

6- قيمة الغرابة Unusualness Value :

تعتبر الأحداث التي تبتعد عما هو مألوف من احداث يومية "أخباراً مهمة " ولكن لا بد أن تكون غريبة ومثيرة للتساؤل ويطلق البعض على هذه النوعية من الأخبار مسمى الأخبار

غير الإعتيادية (Untypicality News) حيث يكون الخبر صالحاً للبت بدرجة أكبر إذا كان حول حدث غريب وغير إعتيادي. فإن حادث قتل يكون الجاني فيه شخصاً بالغاً لا يعد خبراً جذاباً لأن له طبيعة إعتيادية ، بينما خبر عن قتل طفل لوالديه صعقاً بالكهرباء يعد خبراً لأنه يتسم بالغرابة ، لأن هذا الفعل لا يتناسب مع طبيعة الأطفال وفطرتهم. والمرء مجبول على الإفتتان بكل ما يثير دهشته أو حتى حيرته. (جواد ، 2001م ، ص 49) وتقرب قيمة الغرابة من قيمة الإثارة (Interesting) وهي أن يجعل الخبر المشاهد في حالة تفكير وترقب ولا يكون الخبر روتينياً أو متوقعاً مثل : سماء العاصمة الخرطوم تستقبل خلال الساعات القادمة زخات من الشهب الأسيديّة.

<https://nasainarabic.net/main/articles/view/leonid-meteor-showers2017-when-where-how-to-see-it> , 2017)

7- قيمة السلبية Negativity Value :

الأخبار السلبية هي التي تدور حول حدث عارض مثل : إنفجار أو صراع بين دول أو جماعات أو حرب أو قضية مستمرة مثل : قضية كشمير.

وهناك مقولة شهيرة وهي "الأخبار السلبية غالباً ما تكون أخباراً جيدة (Negative News) (Is Often Good News) فالأخبار حول النزاعات والحروب تعتبر من الأخبار المهمة ، ويكون للأخبار السلبية تأثير في الجمهور إن لم تكن صياغتها محددة ودقيقة. وقد تعطي صورة سالبة عن العالم الخارجي خاصة حين يظهر في الخبر تركيز غير مفسر عن نوع أو جماعة عرقية أو شريحة معينة في المجتمع ما يؤدي إلى تكوين صورة ذهنية سالبة عن هذه الفئات. فالأخبار السلبية عن الاقتصاد عادة ماتكون محل تركيز واهتمام أكثر من الأخبار الإيجابية ، بالإضافة إلى أن عناوين الأخبار السلبية عادة ما تؤثر على تصورات وآراء الجماهير بشأن الوضع المستقبلي للاقتصاد. (ماكومز وآخرون ، 2012م ، ص 135)

8- قيمة العدالة Justice Value :

يتقبل المشاهدون قدراً كبيراً من العنف في الأخبار بدون الشعور بالإستياء أو الغضب إذا ما إقتنعوا أن ضحية هذا العنف تستحق ما يقع عليها من عنف حيث يحقق ذلك نوعاً من العدالة من ناحية ، كما تفسر قيمة العدالة من ناحية أخرى بضرورة إكمال المعلومات عن الخبر والإلتزام والأمانة والحياد في عرضها. (مجلة الإذاعات العربية ، 1، 2011م ،ص 87)

9- قيمة التأكد Certainty Value :

يتفاعل المشاهد بشكل أقل مع الأخبار التي يعرف نهايتها ، بينما الأحداث غير المعروف نهايتها تكون أكثر جاذبية ويكون هناك دافعية أكبر لمتابعتها ومشاهدتها. مثل خبر عن قرب موعد إجراء أول عملية زراعة لعضو بشري لم يسبق نقله لمريض ، نجد أن المتلقي يحمل دافعاً أكبر لمتابعة الخبر خاصة أنه غير متأكد من نجاح هذه العملية من عدمه. (Ross, Karen & Nightinglle, Virginia,2003,91)

10- قيمة التماثل Correspondence Value :

وتعني درجة إنقاء الأحداث مع تطورات الجمهور وتنبؤاته. (جواد ، 2001م ،ص 56)

11- قيمة التوقع Exeptional Quality Value :

تجذب الأخبار الغربية وغير المتوقعة الجمهور بوجه عام، فإذا كان هناك رجل يعزف بطريقة ممتازة، ذلك ليس خبراً ، إلا إذا كان هذا الرجل أعمى أو أصم.

ونظراً لأهمية الأخبار المتوقعة (Expected News) وهي الأخبار التي تغطي أحداثاً يومية يغطيها المراسلون بشكل دوري ، ويكون من واجب المراسل المتمرس أن يكون لديه مجموعة من المصادر تزوده بالأخبار المتوقعة قبل غيره من المراسلين في الوسائل المنافسة. (مجلة الإذاعات العربية ، 1، 2011م ،ص 87)

12- قيمة التشكيل أو التركيب Composition Value :

إن الحاجة إلى تحقيق التوازن في نشر الأخبار تجعل المحرر يطرح بعض العناصر المتناقضة ومنها : التوازن بين نسبة الأخبار المحلية والإقليمية والدولية ، والتوازن ما بين نسبة الأخبار الجادة والخفيفة. (جواد ، 2001م ،ص 56)

13- قيمة التأثير المستقبلي المحتمل Possible Future Impact Value :

تجذب الأخبار التي لها تأثير مستقبلي محتمل الجمهور بشكل أكبر من الأخبار التي ليس لها تأثير مستقبلي ، فإذا أذيع خبر عن إنتشار الكوليرا في دولة جنوب السودان فهو خبر غير مهم للسكان خارج جنوب السودان ، لكن هناك احتمالية لإنتشار المرض في المستقبل بدول أخرى مجاورة لدولة جنوب السودان ومنها بطبيعة الحال السودان.

(<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5938777/> , 2018)

14- قيمة ورود الشخصيات البارزة Personalisation Value :

تعتبر من القيم الإخبارية المهمة سواء من منظور الدول الغربية أو الدول النامية على حد سواء ، حيث إن إضفاء الطابع الشخصي على بعض الأحداث يكسبها جاذبية خاصة ، إذ إن الأسماء تصنع الأخبار (Names Make News) فالأحداث التي تدور حول شخصيات مهمة ومشهورة تجذب الإنتباه بصورة أكبر من تلك التي لا تتضمن أشخاصاً . وكذلك تكون إحتمالية نشرها أو إذاعتها أكبر من الأخبار التي تدور حول أشخاص عاديين. (جواد ، 2001م ، ص48)

إذ يميل المشاهدون إلى الإرتباط بالأخبار التي تدور حول أشخاص أكثر من الأخبار التي تحوي أحداثاً مجردة مثل : أخبار إنتحار المشاهير.

ويؤكد الخبير التلفزيوني (Howard Smith) على هذه القيمة بقوله: إن الخبر التلفزيوني هو صورة وكلمة وشخصية ، وإن الآلاف من الأشجار ضحت بحياتها ليصنع منها ورق الصحف الذي أستخدم في تغطية أخبار زيجات الممثلة العالمية إليزابيث تايلور ، ويصور هذا المثال مدى تأثير هذه القيمة الخبرية. (مجلة الإذاعات العربية ، 1 ، 2011م ، ص 88)

15-قيمة الضخامة Amplitude Value :

كلما كان الحدث أكبر كان أفضل ، وكلما كان دراماتيكياً كلما زادت قوة تأثيره في الجمهور ، (جواد ، 2001م ، ص 56) وتتبع من هذه القيمة قيمة فرعية ، وهي عدد الأشخاص المتورطين أو المتأثرين بالحدث (The Number of People Involved or Affected) بمعنى أنه كلما زاد عدد الأشخاص الذين يعدون أطرافاً فاعلة ومتورطة في الحدث أو عدد الأشخاص الذين يمكن أن يتأثروا بالحدث كلما كانت إحتمالية بث الخبر أكبر لأنه يكون أكثر جاذبية للجمهور .

16- قيمة الصراع Conflict Value :

يعتبر الصراع قيمة إنسانية قديمة قدم التاريخ ، فالإنسان منذ بدأ الحياة يصارع ذاته ويصارع الآخرين والدول تصارع بعضها البعض ، وهذا الصراع يشكل المادة الخام للدراما والأخبار ، ومن المفترض في وسائل الإعلام أن تكون الوسيط الذي يتم على أرضه مناقشة الصراع الذي يقسم الدول و الشعوب. وقد زادت أهمية هذه القيمة في الوقت الحالي نتيجة كثرة الصراعات و الحروب من ناحية وزيادة عدد وسائل الإعلام التي تعد الصراعات و الحروب المادة الخام التي تتناولها من ناحية أخرى. وتعد قيمة الصراع الأكثر ظهورا في الاخبار الأجنبية التي تعرضها وسائل الإعلام.(طاهر ، 2011م،ص37)

17- قيمة الإستمرارية Continuity Value :

تعتبر الأخبار التي لها تطورات متجددة بشكل يومي في إطار الحدث الأصلي من الأخبار الصالحة للنشر والبت لفترة طويلة على الشاشة ، وأن تستمر جدارة الخبر الصحفية حتى عندما تتضاءل ضخامته لأن الجمهور يكون لديه شغف وتطلع لمعرفة آخر التطورات مثل حادثة إختفاء أديبة فاروق ، والأفعال وردود الأفعال تكون شبه يومية.(<https://www.alnilin.com/12879987.htm> , 20/07/2017)

18- قيمة التقدم والنجاح Progress Value :

وهو الخبر الذي يتعلق بمعلومات قد تعطي إتجاهاً إيجابياً حول أشخاص أو دول أو جهات معينة ، حيث يتعلق بإنجازات معينة(مجلة الإذاعات العربية ، 1، 2011م ص 88) ، مثل : تمكن فريق طبي أمريكي من إكتشاف علاج لمرض معين ، أو نجح مهندسون صينيون في إتمام برج سكني في أسبوعين .

19- قيمة الموضوعية Objectivity Value :

تعرف الموضوعية على إعتبار أنها عكس الذاتية (Subjectivity) حيث تذكر الحقائق قي القصة الإخبارية ويتم الإبتعاد عن ذكر الآراء ، وتعد قيمة الموضوعية من أهم القيم الإخبارية وأصعبها في التطبيق في الوقت نفسه . حيث إن مجرد قرار إختيار قصة إخبارية معينة يعتبر إهمالاً لقصص أخرى وهو يتنافى مع الموضوعية ، كما ان ابراز عنصر معين في القصة يعد قراراً بإهمال عناصر إخبارية أخرى، كما أن هناك عدة أساليب لسرد قصة إخبارية وإختيار أحدها وذلك يحتوي على ذاتية الإعلامي بشكل أو بآخر .

فالاعلامي محكوم بالخبرة والقدرة الفعلية والظروف والبيئة والثقافة والتعليم وغيرها من العوامل التي لا يدرك أنه أسيرها ، جميعها بلا شك تؤثر في إدراكه للأشياء وفي النهاية تؤثر في الموضوعية فالمراسل مثلا لا يستطيع نقل كل تفاصيل الحدث وبالتالي عليه أن يكون إنتقائياً يختار بعض جوانب الحدث ،ربما يختار أكثر العناصر سهولة فتتعدم الموضوعية. (عبيد ، 2016م ، ص 358)

20- قيمة الوضوح Clarity Value :

كلما كانت الأحداث واضحة ومحددة كلما سهل على الجمهور ملاحظتها وسهل على المراسلين التعامل معها ، (جواد ، 2001م ص 56) إن الأخبار التي تدور حول أحداث مفهومة

وواضحة بالنسبة للجمهور ومعروفة البداية والنهاية ولها أهداف محددة تكون أكثر قابلية للبحث من غيرها ، لأن الجمهور يقبل عليها ويتابعها بشكل كبير لأنه يفهمها ومن هذه النوعية أخبار الانتخابات بجميع مستوياتها لأنها مفهومة وواضحة الأهداف.

21- قيمة الصفوة Elite Value :

من المعروف أن أخبار الشخصيات المرموقة وتتبع نشاطاتها و تحركاتها وما تتعرض له و ما تقوله يصبح مثار نقاش الجمهور المتلقي .

لذلك تعتبر قيمة إخبارية غربية بالدرجة الأولى ولها شقان أولهما دول الصفوة (Elite Nations) وتعني أن هناك أولوية لتغطية أخبار دول العالم الأول وهي الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا الغربية فضلاً عن إسرائيل إنطلاقاً من كونها دول متقدمة من ناحية ولأن الجمهور يرغب بمعرفة أخبارها. (الشجيري ، 2018م، ص 193)

والشق الثاني الشخصيات الصفوة (Elite Persons) وتعني أن هناك أولوية لتغطية أخبار الصفوة من السياسيين والفنانين والرياضيين والمشاهير بشكل عام نظراً إلى تطلع أفراد الجمهور للتعرف على أخبارهم.

22- قيمة الإهتمام Interest Value :

تتحقق هذه القيمة عن بث الأخبار التي تجعل المتلقين يتحدثون عنها لفترة نظراً لما يتوفر في هذه الأخبار من إثارة تساعد في الهروب من روتين الحياة اليومية لبعض الوقت. هذه الأخبار ليس لها تأثير مباشر على حياتهم اليومية إلا أنها تشبع غريزة حب الإستطلاع لديهم. (مجلة الإذاعات العربية ، 1، 2011م، ص 89)

23- قيمة صحة الأخبار ودقتها Credability Value :

لا يمكن نشر أي خبر دون التأكد من صحته ، لأن صحة الخبر شرط لازم للنشر ومن المعيب أن يتم نشر خبر قبل التأكد من صحته ،(السيد ، 2015م ،ص 22) على الإعلامي أن يستبعد أي أنباء يشك في مدى دقتها ، وإذا دعت الضرورة لتقديمها فلا بأس في ذلك ، على أن تنسب إلى مصدرها. وتعد المصدقية شيئاً هشاً وسهل الكسر ، حيث أن غياب هذه القيمة ولو لمرة واحدة فقط يؤدي إلى خسارتها إلى الأبد وإن سعت القناة إلى إكتسابها مرة أخرى فلن يكون الأمر سهلاً على الإطلاق. فعندما تتضرر المصدقية تتضرر قدرة المؤسسة الإعلامية على البقاء والإستمرار . (عبد العظيم ، 2019م ،ص 97) ولاحظ الباحث إختلاف في تطبيق هذه القيم من أيولوجية إلى أخرى ، ومن نظام إعلامي إلى آخر ، ومن قناة إلى أخرى ، ومن محرر إخباري إلى آخر.

24- قيمة لغة الأخبار News Language Value :

وهي قيمة متغيرة من مجتمع إلى آخر ، إلا أنه يوجد حتى الآن تكريس لمفهوم القطبية و فهناك مصطلح الشرق الأوسط و العالم الثالث. حتى نفس الشيء يطلق عليه في العالم الأول اسم يختلف عما يطلق عليه في العالم الثالث.

ووفقا لهذه القيمة فإن الرئيس عرفات في معظم وسائل الإعلام العربية هو نفسه Chairman عرفات في وسائل الإعلام الغربية بالرغم أنه الرئيس الشرعي والمنتخب للشعب الفلسطيني. (اللاوندي ، 2018م ،ص 130)

ويمكن إضافة بعض القيم الأخرى التي تطبق في بعض المجتمعات منها قيمة التشابه الثقافي (Cultural Similarity Value) وتعني أن الأخبار تكون صالحة للنشر بدرجة أكبر لو كان هكّ تقارباً من الناحية الثقافية والأيدولوجية بين الدولة التي تبث الخبر والدولة

مصدر الخبر. (عبد المنعم ، 2016م ، ص 90). كما هو الحال في الدول الناطقة بالفرنسية على سبيل المثال حيث تزيد من فرص نشره إن كان مصدر الخبر عضوا في الفرانكفونية. وهناك قيمة العلاقات الإقتصادية (Economic Relations Value) وتعني أن الأخبار صالحة للبت بدرجة أكبر لو كانت هناك علاقة إقتصادية بين الدولة التي تبث الخبر والدولة مصدر الخبر.



شكل رقم (6) القيم الإخبارية الأساسية و القيم التفضيلية

ب - أهم العوامل المؤثرة في إختيار الأخبار:

بالإضافة إلى ماسبق من قيم إخبارية توجد عوامل تؤثر في إختيار الأخبار ومعالجتها منها:
(مجلة الإذاعات العربية ، 1، 2011م ،ص 89)

1- الحس الإخباري للمحرر Insticts Of editor :

ويعني ذلك أن المحرر نتيجة لخبرته الطويلة من المفترض أن يعرف الأخبار حين يراها ويميز بين ما يصلح للنشر وما لا يصلح.

2- طبيعة الجمهور Audience Nature :

يتم إنتقاء الأخبار الصالحة للنشر وفقاً لإهتمامات الجمهور . (الضبع ، 2011م ،ص 136) لذلك لا بد أن تعرف الوسيلة الإعلامية طبيعة جمهورها ورغباته وإحتياجاته ونوعية الأخبار التي يسعى إلى معرفتها ، حتى تلبى الوسيلة احتياجات فئات الجمهور كافة. ويتأتى ذلك من خلال دراسات ميدانية تجرى على الجمهور.

3- توقيت النشرة Showtime :

قد تجبر بعض مواعيد البث على عدم عرض بعض الأخبار بسبب نقص المعلومات ، فالموضوعات يجب تقديمها خلال إطار زمني صارم وعامل الوقت يؤدي في كثير من الأحيان إلى إختيار وتفضيل أخبار معينة على حساب أخرى لإستيفاء مواعيد البث ، ويرى الكثير من محترفي الأخبار أن القضية ليست في الرقابة في حد ذاتها بقدر وجود قدر محدود من الوقت لتوصيل الأخبار. (عبد العظيم ، 2019م، ص 27) لذلك يتم الإعتماد على قاعدة الأهم فالأقل أهمية في إختيار الأخبار ، لكن لاحظ الباحث عدم التزام بعض المحطات العربية بعامل التوقيت حيث تتجاوز بعض النشرات الساعة والنص وبعضها أكثر.

4- فلسفة الوسيلة The Philosophy Of The Medium :

إن لكل مؤسسة خطها التحريري (Editorial Line) أو السياسة التحريرية التي تمثل هويتها وقيمها الكبرى مهنياً وسياسياً وفكرياً ويحدد الإختيارات التحريرية على مستوى المضمون وينعكس على الشكل وبناء عليه يجري اختيار الموضوعات وتحديد زوايا معالجتها ، ويتعين على المحرر أن يطبع على الخط التحريري للمؤسسة مباشرة عند التحاقه بها ، إن لم يكم قد فعل ذلك قبل الإلتحاق. (البقالي ، 2018م، ص 128)

5- ضغوط مالكي القناة Pressure From The Publishers :

بالنسبة للقنوات الخاصة يتعين أن يعرف المحررون إتجاهات مالكي قنواتهم ، لهذا يفرضون على أنفسهم رقابة ذاتية حيث تتم معالجة الأخبار بما يتلاءم مع آراء مالكي القناة وإتجاهاتهم. وقد يكون مالك القناة من السياسيين فيمارس الضغط على (حراس البوابة والقائمين بالاتصال) بهدف تغطية أخبار وإهمال أخرى خدمة لمصلحته. (الغانمي ، 2018م، ص

(36)

هذه الآراء لا تكون مكتوبة في كثير من الأحيان ، إن لم ينتبه المحرر من تلقاء نفسه لإتجاهات مالك القناة فإنه بالتأكيد سيقوم بذلك بعد إصدار أوامر مكتوبه تلزمه بالإلتزام بإتجاهات مالكي القناة.

6- تأثير المعلنين Influence Of Advertisers :

يضطر المحررون إلى عدم إختيار الأخبار التي يحتمل أن تضر بمصالح المعلنين أو قد يعالجونها بما يتناسب و مصلحة المعلن.(الشحيري ، 2018م،ص 346)

7- الخليط أو المزيج الإخباري News Mix :

تحاول القنوات التلفزيونية تحقيق التوازن بين كم الأخبار المحلية والإقليمية و الدولية التي تبث من ناحية ، وكم الأخبار الجادة والخفيفة من ناحية أخرى حتى تتناسب المادة الإخبارية المقدمة مع فئات الجمهور كافة.

8- المنافسة بين وسائل الإعلام Competition Among Media :

تتنافس كل وسائل الإعلام في مجال الأخبار ، وكل وسيلة من الوسائل الإعلامية لها عناصر قوة تميزها عن غيرها وعناصر ضعف تؤثر في نقلها للخبر وفي تغطية الأحداث المختلفة. وتحاول كل وسيلة تحقيق سبق الإخباري على الوسائل الأخرى ، ولكن محاولة تحقيق سبق إخباري قد يؤثر في مدى صدق و موضوعية المعالجة الإخبارية نتيجة عنصر السرعة. (مجلة الإذاعات العربية ، 1، 2011م، ص 89)

ولاحظ الباحث أن عجز الفضائيات الوطنية عن تحقيق سبق الإعلامي مرده إلى السياسة التحريرية التي تمنع نشر الاخبار الرسمية إلا إذا وردت من الأجهزة الإعلامية التابعة

للحكومة ، لذلك انفردت جميع الفضائيات العربية بلقاء البرهان بنتياهو في عنتبي بينما غاب التلفزيون الرسمي ولم يستطع الإشارة إلى الخبر إلا في اليوم التالي.

مصادر أخبار التلفزيون:

أولاً : ينفرد التلفزيون دون غيره من وسائل الإعلام بمصادر يحصل من خلالها على مادته الإخبارية المصورة " محلية ودولية " فالأخبار الداخلية يحصل عليها من خلال أطقم التغطية الإخبارية في داخل الوطن أو خارجه. (إبراهيم ، 2018م، ص93)

ثانياً : التبادل الإخباري اليومي ، يتم التبادل بين الدول إما على شكل تعاون أو تبادل ثنائي أو بين مجموعة من الدول أو هيئات أو إتحادات دولية متخصصة.

والطريقة المستخدمة في معظم المحطات هي طريقة البث عبر الأقمار الإصطناعية أو شبكات المايكرويف عبر قنوات خاصة بالتبادل الإخباري. وفي فترات سابقة كان التبادل يتم عبر أنظمة الأشرطة التماثلية التي تشحن بالطائرات أو بالسيارات. ويعتبر التبادل الإخباري بمثابة نافذة يعرض التلفزيون خلالها صورة مايجري في العالم الخارجي من تطورات سياسية وإقتصادية وإجتماعية ويهدف إلى تقديم خدمة إخبارية أفضل سواء من حيث السرعة في بث الخبر أو من حيث إثراء النشرات والعروض الإخبارية التلفزيونية وتزويدها بأهم الأخبار العالمية المتنوعة.

ويشهد العالم ثورة في مجال التدفق العالمي للأنباء المصورة ، فالإتحادات الكبرى العالمية تتعاون مع عدد كبير من الهيئات و الإذاعات ، كإتحاد إذاعات الدول العربية ، لكن تبقى مشكلة الدول النامية أنها دول تعتمد على الإستقبال و نادراً ما تكون مرسلة.

ثالثاً : وكالات الأنباء المصورة Visual News Agencies :

تعتبر وكالات الأنباء العالمية من المصادر الأساسية للأخبار التلفزيونية ، ولها أهميتها في إثراء المادة الإخبارية المصورة إذ تقدم هذه الوكالات تغطية لأهم الأحداث العالمية وتؤدي مهمة حيوية في تدفق المادة المصورة .وتعمل من خلال شبكة واسعة من المندوبين والمراسلين المنتشرين في جميع أنحاء العالم وبذلك تستطيع أن توفر كمية كبيرة من الأخبار المصورة بحيث توفر لعملائها بنكا يومياً لا يستهان به من صور الاحداث الجارية.(إبراهيم ، 2017 ، ص 102)

أصبحت وكالات الأنباء العالمية من أهم المصادر للأخبار المصورة ، كما أنها أصبحت الشريك الكامل في عملية التبادل الإخباري التلفزيوني الدولي.

وأستطاعت الوكالات تطوير تقنية صناعة الخبر فأصبحت تستخدم الأقمار الإصطناعية في بث المواد المصورة كما تستخدم الوكالات شبكات المايكروويف و الكابل والشحن الجوي .

ومن أهم الوكالات العالمية المصورة:

1-وكالة رويترز Reuters

2- وكالة APTN

3- وكالة فيزيوز الإنجليزية Vis News.

4- وكالة اليونيتد برس إنترناشيونال لأخبار التلفزيون U.P.I.T.N

5- وكالة CBS الأمريكية.

6- الخدمة التلفزيونية في الوكالة الألمانية DPA.

تقوم هذه الوكالات بجمع و تصوير وتغطية وتوزيع الأخبار التلفزيونية على أسس إقتصادية وتهتم بشكل خاص بأخبار العالم الثالث ، ولكل محطة حرية الإختيار من هذه المواد وترفض ماتريد وفقاً لسياستها التحريرية .

رابعاً :هناك مجموعة من المصادر الأقل أهمية مثل الإذاعات الدولية و السفارات والهيئات والمنظمات العالمية المتخصصة بالإضافة إلى مكاتب الإعلام والعلاقات العامة والمصورين الهواة.

خامساً : الحصول على الأخبار العادية المقروءة أو المسموعة من المصادر التقليدية المعروفة مثل وكالات الأنباء مثل رويترز - وكالة الأنباء الفرنسية - وكالة الأسوشيتد برس.

هذه الوكالات توزع وتسيطر على 90% من الأخبار العالمية وهي تتوزع في الدول الكبرى مثل أمريكا و بريطانيا و فرنسا و روسيا وهذه الدول أيضاً من أكبر المصدرين للبرامج التلفزيونية . ولا يخفى الإختراق الثقافي من خلال التدفق الإخباري غير المتوازن من خلال تحكم هذه الوكالات في النظام الإعلامي الدولي وسيطرة المصادر الإخبارية الغربية المصورة على الأخبار العربية. (سلمان، 2007م، ص 17)

سادساً: مواقع التواصل الإجتماعي وصحافة المواطن: وهي نشاط للمواطنين يقومون خلاله بدورٍ حيٍ في عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار ، هذه المشاركة تتم بنية مد الوسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة ، موثوق بها ومستقلة تستجيب لمتطلبات الديمقراطية. وقد تتبأ العديد من خبراء الإعلام أن خمسين بالمائة من الإنتاج الإعلامي سيتم بواسطة مواطنين بحلول العام 2021م .

وتقسم صحافة المواطن إلى: أدوات مشاركة الجمهور - مواقع الأخبار المستقلة - مواقع الأخبار التشاركية التامة - مواقع المساهمة العامة - مواقع البث الشخصية.(أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد ، 2009م ،ص 34)

المبحث الثاني

التغطيات الميدانية وتغطية الخبر العاجل وخطوات اتخاذ القرار

إن التنافس بين القنوات التلفزيونية في المجال الإخباري مسألة تتوقف على درجة التمكُّن من تغطية الأحداث لحظة وقوعها ونقلها للمشاهد ، وتبعاً لذلك فإن الأعمال الميدانية تحتل مكانة بارزة في سلم ترتيب الأشكال التحريرية المعتمدة في التلفزيون ، فالنشرة الإخبارية تتضمن قوالب تحريرية مختلفة لضمان إيقاع النشرة وحتى لا يشعر المشاهد بالملل ، بإعتبار أن التلفزيون صورة قبل كل شيء ، فمن الضروري بمكان أن تتفوق الصورة وأن تكون حاضرة في كل الأشكال التحريرية. وتتمثّل هذه القوالب في الخبر البسيط والخبر المركب والتقارير المكتبي والتقارير الميداني وغيرها من القوالب وسيكون إهتمامنا في هذا المبحث على الأعمال الميدانية التلفزيونية.

التقرير الميداني لأخبار التلفزيون :

إن التقرير هو صورة قبل كل شيء ، فمن الضروري بمكان أن تتفوق الصورة وأن تكون حاضرة في كل الأشكال ، ويطلق على التقرير التلفزيوني الميداني التسمية فرنسية الأصل "ريبورتاج" وهو تصوير حي لحدث ما ، ويمثل أهم الأشكال التحريرية التلفزيونية لما يتميز به من حيوية ولقدرته على الوصف ونقل الأحداث بالصورة المتحركة ، ما يجعل المشاهد يعيش الحدث وكأنه يحضر تطوراته ويواكبها ويتضمن النقل أو التقرير الميداني نصاً للمحرر أو المراسل وإفادات لمن لهم علاقة مباشرة بموضوع التقرير الميداني ، والتقرير هو القلب الإخباري القادر على إيصال الفكرة بمدة زمنية قصيرة يختزل خلالها المراسل الحدث أو القصة الخبرية بشكل مركّز و بصورة متناسقة ، وباعتبار أن المدة قصيرة ، فإن ذلك يتطلب مجهوداً إضافياً من قبل المراسل الذي يظهر في التقرير ويقوم بنقل الأحداث ووجهات النظر المتباينة بشأنها وأهم القراءات للحدث من قبل المحللين و المسؤولين. فضلا عن توافر الصورة (المعادل الصوري) للحدث. (الغانمي ، 2018م ، ص 54)

ولعل التقرير الناجح هو الذي يجيب على الأسئلة التي يطرحها المشاهد : ماذا حدث ؟ ، وماهي التطورات الجديدة لما حدث ؟ وماهي القضايا التي يجب فهمها للربط بين تلك التطورات ؟ ولماذا يعتبر ماحدث مهماً وما الذي يعنيني في ما حدث؟

ويختلف التقرير الميداني عن التقرير المكتبي في ثلاثة أمور (الإذاعات العربية ، العدد 4 ، 2009م ، ص 65-69) :

- ❖ المراسل هو المسؤول الأول و الأخير عن المعلومة الخبرية.
 - ❖ المراسل مسؤول كذلك عن المادة المصورة ومدى تطابقها مع المنطوق.
 - ❖ الكاميرا مسؤولة المراسل أكثر من كونها مسؤولة المصور.
- على المراسل أن يحدد ماذا يريد ،ومن المفروض مهنيّاً أن يكتب المراسل نص التعليق بعد أن يشاهد الصور المتاحة لأن الكتابة التلفزيونية هي كتابة للصورة ، لكن الفرصة لا تتوفر دائماً للمراسل ويتم المونتاج في غرف الأخبار. في بعض الأحيان يقتصر المراسل على

تزويد المحطة التلفزيونية بصوته فقط ويتم إرفاق الصوت بصور لم يشاهدها ولم يشرف على مونتاجها. "إن الإنطباع الذي يتولد لدى المتتبع للنشرات الإخبارية إن المراسل لا يقوم سوى بإعداد التقرير الصوتي وأن الصور يتم مونتاجها في غرف الأخبار" ، ويرى الباحث أن هذا التقرير الذي يتم إنتاجه من صور الوكالات غالباً ما تدعي المحطة ملكيته أو تتشارك في الملكية مع الوكالة المزودة بالصور وهذا يخالف القواعد المهنية.

إن العمل الميداني يستلزم ضرورة التمكن من مهارة حوار الكاميرا بإعتبار أن المراسل يظهر بصورته في التقرير (Piece To Camera) وهي الفقرة التي يظهر فيها المراسل التلفزيوني أمام الكاميرا ليقول تلخيصه في نهاية التقرير أو أحياناً في وسط التقرير ووظيفة هذا الظهور إعطاء التقرير بعداً إنسانياً من حيث مخاطبة المراسل للمشاهدين من موقع الحدث ، بما يسمح بقليل من التحليل وتقديم خلاصة للحدث (عبد ربه ، صالح ، 2009 ، ص 170).

ويمكن أن يكون التقرير الميداني موضوعاً محلياً أو دولياً وقد ينجزه مبعوث خاص أو مراسل أو محرر منتدب من أسرة التحرير. وهناك من يعتبر أن القناة التلفزيونية الناجحة هي التي تمتلك أكبر عدد من المراسلين وإن النشرات الناجحة هي التي تتضمن أكبر عدد من التقارير الميدانية. (سلمان ، 2008، ص 182)

تعد التقارير الميدانية من أماكن الأحداث من أنجع أشكال التغطية الإخبارية ، وهناك قنوات تعتمد مراسلين متجولين أو مبعوثين خاصين .

ومن مميزات المراسل المقيم في بلد ما أنه يكتسب الإحساس بالبلد الذي يقيم فيه (عبد الحميد ، 2013، ص 101-102) ، ما يتيح له فرصة تكوين شبكة علاقات بكبار المسؤولين و الشخصيات العامة.

وهو ما يساعده على الوصول إلى المصادر الرئيسية للأحداث ، وإمكان تحقيق سبق الصحفي .

، وجرت العادة على إعتقاد هذه الطريقة في معظم المحطات التلفزيونية العربية وهي أن يكون المراسل من نفس الدولة ، وبالرغم من الفوائد المادية لهذا الإختيار ، إلا أن له إنعكاسات سلبية على شكل التغطية الإخبارية التي لايمكن أن تكون موضوعية ومجردة بنسبة مرتفعة. ذلك أن المراسل الذي ينقل حدثاً جرى في بلده في شكل تغطية تنقل إلى شاشة تتوجه إلى جمهور أوسع من أن يكون محلياً حيث يغلب على التقارير من هذا النوع طابع المحلية و الدخول في تفاصيل لاتهم إلا الجمهور المحلي ، مثل ذكر أماكن وأحياء وأشخاص دون تدقيق وكأن الجمهور يعرفها حق المعرفة ، فقد يتناسى المراسل أنه يخاطب جمهوراً لا يحمل نفس جنسيته وليست لديه نفس معارفه. ومن سلبيات هذه الطريقة أيضاً أن المراسل لا تتوفر له الفرصة دائماً ليتعرف على الخط التحريري للقناة بإعتبار أنه يتلقى طلبات التغطية ويقوم بتنفيذها وفي بعض الأحيان يقوم قسم المراسلين بالقناة بحذف عبارات أو معلومات يرون أنها قد تتعارض مع الخط التحريري ما يخل بالبناء العام للتقرير المرسل. وتعتمد بعض القنوات التلفزيونية إلى إيفاء مبعوث خاص أو مراسل متجول إلى أماكن معينة من العالم تجد فيها أحداث كفيلة بشد إنتباه الجمهور وفي هذه الطريقة سعي مرة أخرى إلى ضغط النفقات. حيث لاحظ الباحث أن قنوات فضائية إخبارية متخصصة مثل الجزيرة وسكاي نيوز تقوم بإيفاء مراسل متجول لأكثر المناطق سخونة ، تم إبتعاث الزميلين محمد الطيب وأبوبكر أحمد سوداني الجنسية لتغطية الأحداث في سوريا و اليمن وغيرها من مناطق الحروب. (Roving Reporters) https://youtu.be/sbn3kQ_rBJU



شكل رقم (7) مراسل متجول – أبوبكر أحمد - في مناطق حرب يرتدي سترة واقية وخوذة

التحقيق التلفزيوني:

لاحظ الباحث أن التحقيق التلفزيوني هو الشكل الغائب في النشرات الإخبارية سواء في القنوات العامة أو الإخبارية المتخصصة ، بإعتبار أنه من الأشكال التي تتطلب التعمق في الحدث وأسبابه ، فهو يجيب بالأساس على أصعب سؤال وهو : لماذا؟ ونجد أن التحقيقات تبث في قالب إخبارية أخرى مثل المجالات والبرامج الإخبارية ، ويجمع التحقيق بين العديد من الأساليب التحريرية بإعتماده تقنيات الإستجواب و الريبورتاج. والتحقيق الإخباري يتعمق تحت مساحة ماهو ظاهر على سطح الأحداث ليكشف ماهو مخفي من حقائق وذلك بالإننتقال إلى مواقع الأحداث ومواجهة الناس والعودة إلى المصادر التوثيقية. (قاسم، 2019، ص 155) ويتطلب إنجاز التحقيق مدة أطول من التي تتطلبها الأشكال التحريرية الأخرى ، لذلك لانجد التحقيق مطالباً بإحترام عنصر الأنية. بالإضافة إلى هذه الأشكال التحريرية ، يمكن أن تتضمن النشرات الإخبارية التلفزيونية تحليلاً أو تعليقا على حدث من الأحداث يقوم بإنجازه أحد المحررين ، وقد يكون المحلل أو المعلق طرفاً خارجياً ، كما تعمد بعض النشرات الإخبارية التلفزيونية إلى بث مقتطفات من تصريحات أوخطب لمسؤولين إثر التمهيد لها بصورة موجزة.

إن لملاحظة الدقيقة ودراسة الأعمال الميدانية ضمن النشرات الإخبارية التلفزيونية يجعلنا نقف على مجموعة من الإستنتاجات من أبرزها ما يلي: (الإذاعات العربية ، العدد4 ، 2009م ، ص 69)

❖ تولي القنوات المتخصصة في مجال الأخبار ، والخاصة منها على وجه التحديد إهتماماً أكبر من القنوات العامة بالتغطيات الميدانية. ويمكن تفسير ذلك بالإمكانيات المالية و التقنية المتوفرة لدى هذه القنوات ، ما يسمح لها بتركيز عدد كبير من المراسلين في النقاط الساخنة من العالم. لكن ذلك لايعني أن هذه القنوات لا تعول في نشراتها إلا على المادة التي ينتجها المراسلون من الميدان ، فكثيراً ما يتم اللجوء إلى الصور التي توفرها الوكالات العالمية للصور لإعتمادها في صناعة تقارير مكتبية ، وتعد وكالات الصور العالمية المصدر الرئيس للصور التلفزيونية الإخبارية التي تبث في نشرات الأخبار في شتى أنحاء العالم ، وتقوم هذه الوكالات بتزويد الفضائيات بالخدمات الإخبارية والصورة مقابل إشتراكات شهرية. ولا يخفى على أحد الرسائل الخفية التي تحملها هذه التغطيات التي تعكس مواقف الوكالات وملاكها وسياستها التحريرية ومصالحها قبل ذلك.

ويتم بهذه الطريقة تمرير الصور وبثها بما تحمله من رسائل معلنه و مبطنة حتى تألفها عين المشاهد ويصبح غير العادي عادياً ومالوفاً .

لذلك وجب العمل على أن يكون القائمون على معالجة الصور الواردة من الوكالات أو شبكات التبادل الإخباري على درجة عالية من الحساسية المهنية والقدرة على القراءة المعمقة بين اللقطات وفي ثنايا الإنتقالات والزوايا لبحث نوايا ملتقط الصورة من هذه الزاوية أو تلك دون سواها.

❖وفرة المراسلين من حيث العدد لا يمكن إعتباره مؤشراً إيجابياً في المطلق للحكم على أن القناة توفقت في التغطيات الميدانية للأحداث. فكثيراً ما نجد أن المراسل لا يشرف بنفسه على تركيب الصور ولا تتاح له حتى فرصة مشاهدتها ليتمكن من كتابة نصه وفق الصور المتوفرة وهذه إحدى القواعد الأساسية للعمل الإخباري التلفزيوني وهي الكتابة للصورة .

ففي عديد الأحيان يجد المحرر نفسه مجبراً على إرسال نص إذاعي يتم تركيبه على صور قد تكون وردت عبر وكالات الصور من قبل طاقم العمل في غرفة الأخبار ، ولعل الإهتمام ودعم خطة المحرر الشامل " المحرر والمراسل والمصور " كفيل بالإسهام في الإرتقاء بالعمل الميداني.

❖ مازال البعض في غرف التحرير الإخباري التقليدية كما هو الحال في صالة تحرير أخبار تلفزيون السودان ، يقوم بالمعالجة الخبرية بإطار مكاني لا ييسر عملية التواصل بين مختلف المتداخلين في إنتاج النشرات والعروض الإخبارية من محررين ومراسلين وفنيين وغيرهم ما يحتم ضرورة الإتجاه إلى إعتماد أنظمة غرف الأخبار الحديثة التي أصبحت ضرورة في كل قناة تلفزيونية لأنها تتيح المعالجة الخبرية السريعة و التواصل السريع و النجح بين مختلف الكفاءات الصحفية و التقنية.

❖ على مستوى البنية التحريرية و الصياغة اللغوية ، لاحظ الباحث عدم التمكن في بعض الأحيان من قواعد الكتابة الإخبارية التلفزيونية بجانب عدم إحترام القواعد اللغوية ، لابد لإنجاز أي عمل ميداني مراعاة خصائص الكتابة التلفزيونية بأسلوب سهل وواضح يمكن الجمهور المتلقي من الفهم سيما وأنه يتابع بالعين والأذن دون أن يكون بين يديه نص مكتوب يمكنه من العودة إليه متى ما تعذر عليه الفهم مثل ما هو الحال في الصحيفة.

❖ إعتماد بعض القنوات مثل الجزيرة وسكاي نيوز والعربية وغيرها لمراسلين يحملون جنسية البلد الذي يرسلون منه فيه بعض الايجابيات وبعض السلبيات التي ذكرناها انفاً .

حيث يكون من اليسير على المراسل فهم طبيعة البلد ومشكلاته وقضاياها إلا أن عدم فهم المراسل لطبيعة السياسة التحريرية للقناة ينعكس بالضرورة على تقاريره حيث تطغى عليها المحلية الضيقة و القطرية ، عليه يتعين تخصيص دورات تدريبية

للمراسلين للتعرف على القناة وخطها التحريري و جمهورها وإحتياجاته و إهتماماته حتى يفصل المراسل بين الإلتناء القومي والإلتناء المهني.

❖ لا يفصل بعض المراسلين بين الخبر و التعليق ، وبين الخبر و التحليل ، من أخلاقيات المهنة أن نجعل حداً فاصلاً بين كل شكل من الأشكال التحريرية حتى يفهم المتلقي أن مايقال خبر أو مايقدم تعليق أو تحليل.ويلاحظ الباحث طغيان الأسلوب الأدبي في بعض التقارير الإخبارية وتقترب من الكتابة الإنشائية منها إلى العمل الميداني مما يستدعي تكثيف الدورات التدريبية في مجال خصوصية كتابة التقارير الميدانية لأخبار التلفزيون ومميزات اسلوبها

❖ تهتم كثير من البرامج الإخبارية بمسألة التفاعل مع الجمهور والتعرف على آرائه ووجهة نظره في المسائل المطروحة في البرامج أو حتى في العروض الإخبارية ، من خلال التواصل مع الجمهور والتفاعل معه في البرامج عبر موقع البرنامج على الإنترنت و عبر وسم البرنامج على مواقع التواصل الإجتماعي ، وما دمننا بصدد الحديث عن وسائل الإعلام الجديد وجبت الإشارة إلى أنها مثلت مساحات مهمة للحوار والتعبير عن الرأي ، وإن قام البعض في الحديث عن مصداقية التصويتات التي تتم لصالح إحدى الإجابات عن سؤال مرتبط بالأحداث حيث لاتوجد طريقة للثبوت من وجود الشخص فعلاً ، ومن أنه صوت مرة واحدة حيث بات من اليسير تغيير (IP – Adress) والتصويت عدة مرات لدعم خيار بعينه ما يفقد الكثير من عمليات التصويت عبر هذه المواقع مصداقيتها.

تغطية الخبر العاجل في غرف الاخبار بالتلفزيون:

تعتبر تغطية الخبر العاجل أحد التكاليفات المهمة التي يتعاطى معها محرر الأخبار في صالة التحرير ، وهي تمثل خروجاً عن السياق الطبيعي أو البرنامج اليومي للنشاط الخبري للقناة.

يأتي الخبر العاجل بشكل مفاجيء ويتطلب تركيزاً و سرعة وحركة ، وغالباً لا يمر يوم في
غرف الأخبار الحديثة إلا ويغطي فريق العمل خبراً عاجلاً واحداً على الأقل.

توصيف الخبر العاجل : هناك نوعان من الأخبار أحدهما متوقع والأخر غير متوقع ،
والخبر العاجل (Breaking News) هو خبر قد يكون متوقفاً إذا كان يتعلق بحدث كبير
معروف سلفاً لدى إدارة الأخبار ويتم التجهيز قبل موعد الحدث بوقت كاف ، مثل حديث
مهم لرئيس الدولة أو نقل مؤتمر أو متابعة عملية إقتراع ، والتغطية العاجلة في هذه الحالة
تشكل نوعاً من الترويج لإبراز الحدث ، وفي العادة لا تمثل مشكلة لفريق العمل بالأخبار
طالما أتخذت الخطوات المهنية الصحيحة.

غير أن الخبر العاجل غير المتوقع يعتبر الإختبار الحقيقي لمهنية العاملين في غرف
الأخبار ولقدرة القناة في التوظيف التقني لنقل التطورات للأسباب التالية : (الصيد ، 2013م ، ص
63)

- ❖ لا توجد مقدمات مرصودة من قبل للخبر العاجل وفي هذه الحال نطلق عليه حدث
طاريء أو مفاجيء مثل وقوع زلزال مدمر ، أو ثورة بركان .
- ❖ شح المعلومات الواردة عن الحدث وغالباً لا تتوفر معلومات دقيقة عن الحدث
الطاريء فور وقوعه مباشرة.
- ❖ بعد مكان وقوع الحدث ما يؤدي إلى صعوبة التغطية المباشرة أو يتطلب التحرك إلى
موقع الحدث وقتاً طويلاً .
- ❖ وقت وقوع الحدث ، بمعنى أنه قد يقع أثناء الليل مثلاً ، وبالرغم من أن غرف
الأخبار تعمل على مدار الساعة إلا أن مناوبة الليل تشهد تخفيضاً في عدد
المحررين ، لذا ينبغي على القنوات المتخصصة أن تعمل غرف أخبارها بكل طاقتها
ليلاً أو نهاراً ، لأن الحدث يقع في أي لحظة.

يمكن القول إن صعوبة تغطية الخبر العاجل تكمن في سرعة إتخاذ القرار بالتغطية ، لأن التفاعل أو التردد قد يؤدي إلى إنتفاء الصفة العاجلة عن الخبر ، وبالتالي يقع رئيس التحرير في موقف قد يساءل بسببه.

من أكثر المشكلات التي تواجه رئيس التحرير ببطء الإبلاغ عن الحدث ، ولذلك ينبغي أن تتعدد المصادر الموثوق فيها لضمان سرعة التبليغ بوقوع الحدث سواء كان هذا المصدر المراسل أو حتى شخص عادي تتوفر فيه عناصر الثقة أو ما يسمى المواطن المراسل. ونشير هنا إلى أن البعض قد يعتبر مواقع التواصل الإجتماعي مثل الواتساب أو الفيسبوك أو تويتر و غيرها مصدراً من مصادر الأخبار ، وهو أمر في منتهى الخطورة ، لأن أغلب المشاركات في هذه الوسائط مجرد إنطباعات ووجهات نظر شخصية ، وكثير من الأخبار التي ترد غير صحيحة ، لذلك يجب توخي الحذر عند التعامل مع ماينشر على مواقع التواصل الإجتماعي وتدقيق المعلومات قبل إعادة نشرها على الجمهور. (صديق وآخرون ، 2016م ، ص 169) ولايمنع ذلك المحرر من ان يسترشد بالصفحات الموثوق بها وبالمواقع الإخبارية في وسائط الإعلام الجديد (New Media) ، على المحرر أن يعتبر مواقع التواصل الإجتماعي مؤشر يتطلب المزيد من البحث والتنقيب والتمحيص ولا يعتبرها مصدراً من مصادر الأخبار .

هناك فرق بين الخبر العاجل والقصة الإخبارية العادية ، يتمثل في عاملي الزمن و الموضوع ، لأن الخبر العاجل يتطلب سرعة التغطية وغالباً ما تكون مباشرة أو حية ، كما أن موضوع الخبر العاجل من الأهمية بحيث لا ينتظر اي تأخير ، ولاحظ الباحث أن الوكالات تعتمد إلى إرسال النص " نص الخبر " ريثما يتم إرسال الصورة المصاحبة ، وحتى تصل الصورة يقوم المحررون بإنزال الخبر العاجل في شكل " كابشن " (Caption) بمساعدة

جهاز مولد الحروف "مولد الرموز" (Character Generator CG) في قالب خاص يتضمن كلمة "خبر عاجل" بنوع خط وحجم ولون معين وثابت يدرج اسفله ملخص للخبر على أن لا يتجاوز السطرين على الشاشة. أما القصة الإخبارية العادية فغالباً ماتكون مسجلة وبالتالي لا يمثل الزمن أهمية قصوى ، ومن ناحية موضوع القصة الإخبارية لا يرتبط بالسرعة أو التعجل.

قرار تغطية الخبر العاجل:

○ يُعني الباحث هنا بالأخبار التي يدخل فيها عنصر المفاجأة وبالتالي يتخذ رئيس التحرير قرار التغطية فور تيقنه من وقوع الحدث ، وهنا لا بد أن تتأثر سرعة إتخاذ القرار بمكان الحدث ، بمعنى هل الحدث داخلي أم خارجي.

إذا كان الحدث يتعلق بدولة أخرى يقوم رئيس التحرير ببث الخبر العاجل فور إبلاغه به من مراسل القناة في الدولة التي وقع بها الحدث أو من خلال مايرد من وكالات الأنباء العالمية.

تقوم الوكالات المصورة ونتيجة للتطور في تقنيات البث المباشر بإرسال الصورة من خلال إشارة (URGENT) أو (FLASH) ثم ترد التفاصيل تباعاً بمجرد توافرها. ولا يزيد الخبر العاجل عن 100 كلمة ، وفي أغلب الأحيان يكون الخبر العاجل تطوير لخبر مسبق ، والذي يكون بدوره توسيعاً لخبر خاطف (فلاش). (الشحيري ، 2018م ، ص 208)

ويتم بث الخبر العاجل من خلال الوسائل المتاحة ، وتحدد أهمية الحدث مدة التغطية من مجرد الإشارة إليه عبر الشريط الإخباري أسفل الشاشة أو من خلال (STRAP) او

(CAPTION) الخبر العاجل ويتنوع تصميمها وألوانها حسب هوية كل قناة تلفزيونية ، ويمكن أن يقطع برنامج لبث خبر عاجل أو الانتقال المباشر إلى تغطية خارجية لبث الحدث .

إذا كان الخبر العاجل يتعلق بالداخل ، لابد من التدقيق و التيقن من صدق المعلومة من خلال الجهة أو الجهات المبلغة عن الحدث .لأن عدم التيقن يوقع فريق العمل في مساحة من الشك بوقوع الحدث وبالتالي فإن الإسراع ببث الخبر قد يؤدي إلى عدم الصدقية خاصة إذا تم النقل من الآخرين عنك وتم إكتشاف عدم صحة الخبر يصبح الموقف حرجاً لاسيما إذا تم بث الخبر من قناة الدولة الرسمية ، وعليه فإن التأخير ولو قليلا بغرض التيقن يعتبر شيئاً إيجابياً ويصب في صالح الأداء المهني السليم.

أدوات تغطية الخبر العاجل:

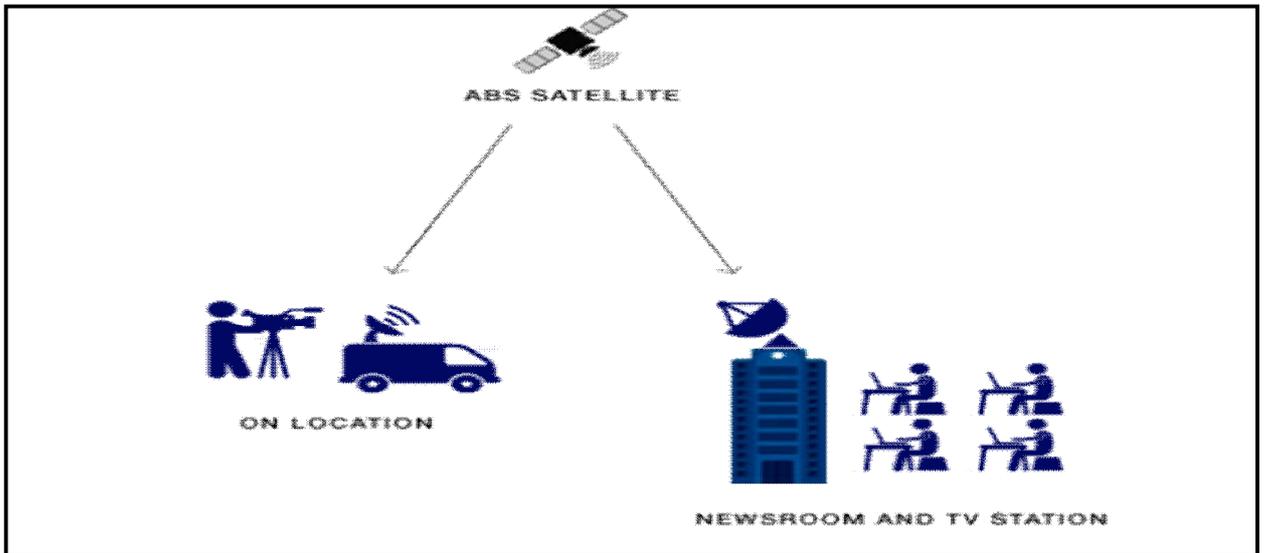
بعد التأكد من وقوع الحدث من الأفضل أن يكلف رئيس التحرير فريق عمل ينفصل عن الفريق الأصلي تكون مهمته متابعة تطورات الخبر العاجل وتنفيذ التغطية .ويعد تقسيم العمل في الأخبار من الوسائل المهنية لمنع التداخل بين الوظائف ، لأن معرفة المهام تؤدي إلى تحديد الأهداف ، ويؤدي إمتلاك الأدوات في غرف الأخبار الرقمية بجانب تقسيم العمل إلى تغطية مهنية ومميزة ومن الضروري أن يسود الهدوء وعدم الإنفعال في كل مستويات التغطية.(الصيد ، 2013م، ص 95-96)

ويرتبط ذلك ايضاً بضرورة تجهيز خطة طوارئ يتدرب عليها فريق العمل بغرف الأخبار الرقمية ويحفظ خطواتها.

حيث لاحظ الباحث أن الإرتباك والتوتر العصبي دائماً مايكونان مصاحبين لحدوث الخبر العاجل وتلافي هذا القصور يتم من خلال التدريب الجيد والمستمر على كيفية العمل تحت الضغط وبالتالي إتخاذ القرار المناسب بدون إنفعال أو توتر.

لهذا السبب تعتمد محطات الأخبار في وضع مهارة العمل تحت الضغط على راس المهارات الأساسية التي يجب أن تتوفر فيمن يتقدم بطلب للتوظيف في إنتاج الأخبار.

بعد ورود الخبر العاجل يقوم رئيس التحرير بتحديد شكل التغطية حيث إن أهمية الخبر تحدد مستوى التغطية وفي كل الأحوال يحتاج المحررون إلى معلومات متدفقة من موقع الحدث ، لذلك لابد من الانتقال الفوري للموقع أو التنسيق بواسطة التبادل الإخباري إذا كان الحدث خارج نطاق الدولة وفي الحاليتين لابد من توفر مراسل ومن التأكد من جاهزية المعدات الفنية من كاميرات وأجهزة صوت ومعدات النقل المباشر سواء بواسطة ال (SNG) أو الأجهزة التي تبث بنظام ال (SIM) وغيرها من أنظمة النقل المباشر عبر الساتل. وفي الوقت نفسه يجري تجهيز الاستديو بأطقم العمل من مذيعين ومخرجين ومصورين وفنيين مع ضرورة وجود محرر بالاستديو لتلقي توجيهات رئيس التحرير وهنا نصبح أمام المستوى الأعلى من الأهمية للخبر العاجل.



شكل رقم (8) تغطية الخبر العاجل عبر النقل المباشر من موقع الحدث

وتمر تغطية الخبر العاجل بالمراحل التالية :

- الإشارة إلى وقوع الحدث على الشاشة ، ولا تتم إزالة الخبر إلا إذا وردت تطورات جديدة تتطلب التحديث ، مع ضرورة التناغم بين مايكتب في الخبر العاجل ومايكتب في النيوزبار (News Bar) أو الشريط الإخباري. وهو خدمة إخبارية تقدم للمشاهدين من خلال عرض شريط ملون متحرك أسفل الشاشة يتضمن أهم الأنباء الواردة إلى القناة. (الغانمي ، 2018م ، ص 59)
- قطع البرامج وبث أهم الأنباء أو تغطية مباشرة حسب رؤية رئيس التحرير بالإتفاق و التنسيق مع المخرج. وهو أحد طرق تقديم التغطية الإخبارية الطارئة التي ترد الى المحطة ، ويحكم هذا النوع من الخدمة الإخبارية مجموعة عناصر أهمها قيمة الخبر والمادة الفيلمية وتوافقه مع سياسة القناة و خطها التحريري. (الغانمي ، 2018م ، ص 60)
- توقع تأخر وصول الصورة من موقع الحدث ، لذا يجري تجهيز البدائل مثل الصور الفوتوغرافية والتصميم الإيضاحي " الجرافيكس " والصور الارشيفية و الخرائط أو مداخلات عبر الهاتف.
- غالباً ما يضطر المحرر إلى اللجوء إلى حلول إضطرارية في حالات إخبارية طارئة خاصة عندما يعجز عن الوصول والتصوير في مكان حدوث النبا فيمكن عندئذ توظيف الفيديو المناسب من الأرشيف ، (الحسن ، 2010م ، ص 164) ولا بد من الإشارة على الشاشة بكلمة " ارشيف " حتى لا يعتقد المتلقي أن الصور التي أمامه منقولة مباشرة من موقع الحدث.
- عدم التردد في بث الصور الحية من موقع الحدث بمجرد وصولها إلى استديو البث ، مع ضرورة كتابة كلمة " مباشر " بواسطة جهاز مولد الرموز (CG) بالإضافة إلى

توضيح مكان الحدث ، بعض المحطات تفضل كتابة موقع الحدث " الآن ". (الصيد ، 2013م ، ص96)

➤ في الساعة الأولى من وقوع الحدث يهمل المتلقي معرفة التطورات ، وبالتالي يجري الإعتماد التام على المراسل من موقع الحدث لأن مهمته نقل التطورات أولاً بأول ، ويتعين على المذيع أن يتجنب توجيه أسئلة إلى المراسل تطلب منه تحليل مضمون الحدث أو الإدلاء برأي أو شبه رأي لأن هذا ليس دوره .

لذلك يراعي في صياغة الأسئلة عدم تضمين أي سؤال يخرج المراسل عن دوره ليصبح محلاً للحدث .

➤ في الساعة التالية ، إذا تباطأ إيقاع الحدث من حيث التطور يمكن الإستعانة بالخبراء و المحللين لإلقاء الضوء على خلفيات الحدث سواء بإستضافتهم بالاستديو أو عبر الأقمار الإصطناعية أو عبر وسائط الإعلام الجديد أو عبر الاتصال بهم هاتفياً .

➤ الساعات التالية تدخل إلى مرحلة ردود الأفعال وتستخدم فيها كل الوسائط المذكورة آنفاً ويمكن فيها إجراء الاتصالات عبر الإنترنت عن طريق تطبيقات الاتصال البصري مثل (Skype) وغيرها .

أخطاء شائعة في التغطيات المباشرة:

➤ عدم تجهيز خطة طوارئ أو ما يعرف ب (PLAN B) يتدرب عليها فريق العمل بصالة التحرير ويحفظ خطواتها عن ظهر قلب وبالتالي اتخاذ القرار المناسب بدون إنفعال وأن تكون خطة الطوارئ جزءاً من السياسة التحريرية .

➤ بعد أستديو الأخبار عن صالة التحرير مثل ماهو الحال في تلفزيون السودان يعتبر من معوقات العمل حيث يتطلب العمل جهداً ووقتاً أكبر في خروج الخبر العاجل للهواء وفي ظل التنافس بين القنوات على تحقيق السبق الإخباري ، لذا يفضل أن

يخصص ركن في صالة التحرير في حال وجدت بعيدة عن الاستديو ليكون هذا الركن بمثابة أستديو صغير تبتث منه الأخبار العاجلة والمتابعات والتغطيات الخاصة ، ويحرص مصممو أستديوهات الأخبار الحديثة في القنوات على دمج غرف الأخبار (Newsrooms) مع البلاتوه مؤخراً أصبح أستديو الأخبار جزءاً من غرفة الأخبار الرقمية (علي، 2018م، ص 227)

➤ بعض الأحداث العاجلة تكون لها إرهابات يمكن رصدها قبل وقوع الحدث بفترة ولا يجري الإعداد لها ، سواء من حيث جاهزية المعلومة أو جاهزية أدوات التغطية ويترك فريق العمل في الاخبار نفسه لعنصر المفاجأة ، لذا من الضروري أن يوجد فريق متخصص في الرصد (MONITERING) .

بحيث يدخل إستشعار الحدث ضمن وظيفته ، ويضع مايمكن تسميته بالملفات المتوقعة أمام فريق العمل التنفيذي في غرفة الأخبار ، ولاشك أن مثل هذا الإجراء يساعد رئيس التحرير على اتخاذ القرار المناسب في التوقيت السليم. (الصيد ، 2013م ، ص 97)

➤ إهمال الصور الواردة بالصوت الطبيعي (Natural Sound) من موقع الحدث وهي أصوات مسجلة من الواقع مثل أصوات الليل أو الريح أو حركة السوق ، وليست مسجلة على أفلام أي تسجيل من موقع الحدث نفسه كحوادث الإنقاذ أو الحريق. (شليبي ، 1994م ، ص 648) في كثير من الأحيان يتم إستخدام الصور الواردة بالصوت مع تغطية الصوت أو خفضه من الأستديو ، ذلك لأن الصورة الطبيعية في التلفزيون تغني عن كل بيان ولا بد من توظيفها بالصوت الطبيعي لخدمة تغطية الحدث .

➤ تعقيد الأمور الإدارية يؤدي إلى التأخير في التغطية ، على سبيل المثال عدم توفر وسيلة إنتقال مباشر إلى موقع الحدث إذا كان داخل الدولة أو تأخر حجز القمر الإصطناعي (SATELLITE BOOKING) وغيرها من الأمور الإجرائية التي تدخل عملياً في مجال وظيفة الإنتاج . لذا من الضروري أن تخصص سيارات لإستخدام أطقم

التغطيات الطارئة توضع بها معدات التصوير بشكل دائم كما يجب التنسيق مع إدارة التبادل لسرعة حجز توقيتات البث عبر الستالايت وخاصة التغطية الحية أو المباشرة (LIVE COVERAGE)

➤ غياب التنسيق بين المحرر الموجود في الاستديو وال (NEWS DESK) ينعكس سلباً على مسار التغطية سواء في متابعة تطورات الحدث أو تأخر وصول المادة أو النص للمذيع ، لذا من الضروري التناغم بين صالة التحرير والاستديو في بث الخبر العاجل حيث يتولى محرر تسجيل البث في غرفة المونتاج لإعداد فقرات منه لإستقاء أخبار منها تبث مرة أخرى خلال فترة البث الحي ، كما يتولى محرر آخر مراقبة مصادر الصورة لمد البث الحي مزيلاً من الطاقة والقدرة على الإستمرار. (مطر ، 2010م ، ص 91)

➤ عدم جاهزية معدات الطاقم الفني الموجود في موقع الحدث ، فيمكن أن يؤخر البث مثلاً عدم وجود كابل للكاميرا أو عدم شحن بطاريات الكاميرا أو جهاز البث ، لذا من الضروري التأكد من أن جميع الوصلات والبطاريات جاهزة بالإضافة إلى إعداد الكاميرا للتصوير أو ما يسمى (WHITE BALANCE) . .

ليس من المتوقع أن يكون المحررون خبراء تقنيين لكنهم يحتاجون لأن تكون لديهم فكرة عن كيفية اصلاح الاعطال الرئيسة ، كيفية تغيير هوائي ، تركيب بطاريات جديدة ، أو فحص سماعات الأذن ، يمكن إكتساب كل هذه المهارات بالممارسة ، لكن أحيانا يكون من الضروري استدعاء الطاقم الفني او الحصول على اسنشارة من فريق العمل بالمقر الرئيس . (أندروز ، 2015م ، ص 241)

➤ ارسال وحدة بث كبيرة لتغطية حدث متطور بشكل سريع ، حيث أن من الأفضل والأسرع إرسال وحدة بث صغيرة متنقلة مثل (TVU) أو غيرها من تقنيات البث خالي الأسلاك (Wireless broadcast technologies) ، مع الإنتباه إلى أن ارسال وحدة ال (TVU) إلى مكان مغلق ستكون إشارة ال 3G ضعيفة أو متقطعة.

ويفضل في هذا الوضع إرسال وحدة (SNG) ، (Satellite News Gathering) وهو منظومة أجهزة تتكامل لتقوم بنقل الإشارة التلفزيونية من موقع التصوير أو الحدث إلى الأقمار الاصطناعية ، ومن ثم يتم نقل الإشارة إلى محطات التلفزيون أو إلى القنوات المستقبلية تلفزيونيا بشكل مباشر. (سلمان، 2008م ، ص 55)

➤ ترك المذيع بدون نص أو مادة بشأن الحدث وعدم مساعدته أو إرشاده لصياغة اسئلة تناسب المراسل أو الضيف ، سواء بالأسديو أو عبر الهاتف ، لذا لا بد من وجود محرر متمرس وقادر على استيعاب الحدث ومتابعة تطوراته ونقلها للمذيع مباشرة ، وأحيانا يحدث تطور يصل الأسديو في شكل بيان مكتوب ، ويصر المحرر على كتابته أمام المذيع على جهاز الملقن الآلي (Prompter) أو (AUTOCUE) ما يؤخر إذاعته ، في هذا الوضع يفضل إرسال البيان المكتوب إلى المذيع داخل البلاطه وقراءته من الورق مباشرة.

نماذج لبعض الأخبار العاجلة:

شهدت المنطقة العربية في الأعوام الأخيرة أحداث كبرى دخلت تحت مسمى ثورات الربيع العربي وكانت تونس ومصر وليبيا واليمن وسوريا ، والسودان والجزائر نماذج تستحق الدراسة في اسلوب تغطية الأحداث المتلاحقة من قبل المحطات العربية العامة و المتخصصة في الأخبار.

وفي هذا الإطار نعرض لأهم الأحداث التي أعتبرت أخباراً عاجلة في الفترة المذكورة وكان البعض منها يحمل إشارات تنذر بالتطور السريع ، والبعض الآخر عبارة عن أحداث مفاجئة والبعض كان توابع لأحداث سابقة وفيما يلي جانب من هذه الأحداث :

- هروب الرئيس التونسي زين العابدين بن علي
- تنحي الرئيس المصري محمد حسني مبارك.
- إزاحة الرئيس المصري محمد مرسي.
- فض إعتصامي رابعة و النهضة.
- مصرع الرئيس الليبي الأسبق معمر القذافي.
- إغتيال الرئيس اليمني علي عبد الله صالح.
- تسلم مجلس عسكري للسلطة في السودان و عزل الرئيس البشير.

هذه الأحداث وغيرها تتطلب الإلتزام بالموضوعية في نقل الأحداث لأن الصدق هو أقرب طريق لبيان الحقيقة وفي هذه الفترة كان المتلقي يحتاج إلى معرفة حقيقة ما يحدث ، إن التزم المحرر بقواعد ومعايير المهنة يمكنه من تجاوز صعوبة الأحداث خاصة وأن طرق تغطية الخبر العاجل ستظل تحتاج دوماً إلى عصف ذهني من الخبراء في هذا المجال بغية الوصول إلى أعلى درجات الأداء المهني.

عملية إتخاذ القرار في غرف الأخبار :

تعتبر عملية إتخاذ القرار داخل غرفة تحرير الأخبار إحدى أدق العمليات التي تواجه رئيس التحرير " متخذ القرار " عندما يوجه رسالته حتى يتسنى له تقديم منتج إخباري عالي الأداء يتسم بالمهنية والإحترافية ، وحتى يتمكن من صنع قرار ملائم في توقيت مناسب لا بد أن يسيطر بشكل كامل على أدواته وتنقسم هذه الأدوات إلى ثلاثة أقسام : (مجلة الإذاعات العربية ، 1،

2013م ، ص 63)

1- أدوات تتعلق بتقنيات العمل داخل غرفة تحرير الأخبار وخارجها مثل المعدات وأجهزة الحاسوب ومشغلات الفيديو والأرشيف والشبكات ووحدات البث المباشر الثابتة والمنتقلة وغيرها.

2- أدوات تتعلق بالعنصر البشري المؤهل والمدرّب على تنفيذ السياسة التحريرية مثل المحررين والمعدّين والمذيعين والمخرجين والمراسلين وطاقم العمل الفني من مصوريين وفنيين وغيرهم .

3- أدوات تتعلق بوجود دليل للسياسة التحريرية يحكم الأداء وفق المعايير المهنية و القيم التحريرية المتفق عليها بين الإعلاميين العاملين في مجال الأخبار ومن خلال الدليل التحريري يتفقون على توحيد المفردات و المصطلحات المتداولة في الأخبار.

يسمى متخذ القرار في غرف تحرير الأخبار برئيس التحرير أو المنتج ويحتاج إلى فريق عمل متكامل يعمل وفق أحدث تقنيات صناعة الخبر ، حتى تكون المحصلة خدمة إخبارية مميزة في شكل ومحتوى يحقق إحتياجات ورغبات المتلقين أو على الأقل أكبر نسبة منهم.

يحمل رئيس التحرير على عاتقه مسؤولية ملاحقة وفرز وأختيار الأخبار للمتلقي ، ولاحظ الباحث أن كثيراً من القنوات ترى إن حصة عمل رئيس التحرير يجب أن لا تقل عن اثنتي عشرة ساعة ، حتى سمي رئيس تحرير اليوم الكامل ، لأنه يضع خطة التغطية الإخبارية ليوم كامل.

وفي الإجمال يصبح أمام رئيس التحرير أربعة اشكال إخبارية لابد أن يتعامل معها وفق الآليات المناسبة لكل منها ، وكذلك وفقاً للأدوات والامكانيات المتاحة له وهذه الأشكال هي

: (مجلة الإذاعات العربية ، 1، 2013م ، ص 64)

- الأخبار المتوقعة
- الأخبار غير المتوقعة
- إدارة الفترات المفتوحة

• الشريط الإخباري

سنحاول التعرف على طرق التعامل مع كل من هذه الأشكال وكيف يتم إتخاذ القرار وفقاً لكل حالة.

أولاً : تغطية الأخبار المتوقعة :

يعقد رئيس التحرير في إدارة الأخبار إجتماعات تحريرية تبدأ من إجتماع واحد إلى ثلاثة إجتماعات يومية يحضرها - خاصة الإجتماع الأول الصباحي - كل الأطراف أصحاب الصلة بالمنتج الإخباري مثل ممثلي التحرير والإخراج و الأحداث الجارية والموقع الإلكتروني والشريط الإخباري وغيرهم.

والإجتماع الصباحي من الأهمية بمكان لأنه يحدد خطة إدارة التغطيات خلال الإثنتي عشرة ساعة المقبلة حيث يتم إستعراض التغطيات المطلوبة الموضحة في أجندة المراسلين على مستوى الداخل أو الخارج.

ويتم حصر وتصنيف القصص الإخبارية ،سواء كانت أخباراً أو تقارير والمتابعات الإخبارية التي تتطلب حضور ضيف أو اتصال هاتفي. وغالباً لا يتناول الإجتماع سوى الأحداث المرصودة سلفاً ، و القصص المتوقعة بالإضافة إلى القصص المقترحة من إدارة المراسلين داخياً وخارجياً أو من وارد وكالات الأنباء العالمية. ونلاحظ أن متخذ القرار يعلم سلفاً موعد ومكان التغطية و المحتوى المتعلق بالحدث المتوقع وبالتالي لايصبح أمامه سوى إستلام الخبر أو الإفادة أو التقرير بعد تجهيزه ،وبالطبع يختلف الأمر كثيراً إذا كنا نتحدث عن الأخبار غير المتوقعة.

قد تكون الأخبار المتوقعة محلية ، مثل مؤتمر أو ندوة أو إفتتاح معرض أو مشروع تنموي أو حتى مظاهرة تم الإعلان عنها ،وقد تكون أخباراً إقليمية أو دولية متوقعة مثل مؤتمر أو

زيارة رسمية أو مباراة كرة قدم ، لا شك أن الآلية التي تحكم تغطيات الأخبار المتوقعة تعتمد على تنظيم وترتيب هذه الأخبار وفقاً لما تحمله من قيمة وأهمية خبرية .

ويتحكم في ترتيب النشرة المدون " الإسكربت الخاص بترتيب العرض الإخباري " في تقديم أو تأخير أو حذف أو تقليص أو إضافة أي خبر أو تقرير وفقاً لما يراه رئيس تحرير الأخبار ووفقاً لما يسمح به زمن العرض الإخباري.

إن تغطية الخبر المتوقع تعتبر من أيسر التغطيات التي يقوم بها فريق العمل ، ولا تتطلب قراراً من رئيس التحرير إلا في ترتيب الخبر ضمن العرض الإخباري أو في حاجة الخبر إلى متابعة لاحقة من عدمه ، أو تأجيل البث أو إيقافه إذا تجاوز الوقت المحدد للنشرة . وإن كان نادراً ما يحدث ذلك ، فغالباً ماتكون الأخبار المتوقعة بروتوكولية سواء كانت سياسية أو إقتصدية أو فنية ويمكن أن تكون أخباراً خفيفة أو قصصاً خبرية لا ترتبط بزمن معين يمكن بثها في أي وقت . مثل التقارير المصنوعة والأخبار الخفيفة (Soft News).

ثانياً : تغطية الأخبار غير المتوقعة أو الطارئة:

لأهمية هذا النوع من التغطيات الإخبارية قام الباحث بشرحها بالتفصيل في الجزء الثاني من هذا المبحث في الصفحات 61 إلى 68.

ثالثاً : الفترات الإخبارية المفتوحة:

تزايد تقديم فترات بث مفتوحة على الهواء مباشرة حول موضوع رئيس أو قضية جماهيرية "قضية رأي عام" يدور النقاش بشأنها مع ضيوف البرنامج ويتخللها حوارات على الهواء مباشرة عبر الهاتف أو عبر الأقمار الإصطناعية (مكاوي ، 2009م ، ص 132)

إتخاذ قرار البث المباشر يرتبط بعاملين :

العامل الأول : وجود حدث طارئ يتطور بسرعة من لحظة إلى أخرى ، يحمل بين ثناياه أهمية خبرية للمتلقي ، مثل حدوث كارثة طبيعية أو صدور قرار سياسي مهم أو حدث دولي يستحوذ على إهتمام العالم.

العامل الثاني : حدث متوقع معلوم سلفاً يتطلب إستعداداً خاصاً ، مثل تغطية إنتخابات رئاسية أو برلمانية أو إستفتاء شعبي وذلك طول اليوم.

وفي العامل الأول يجري تفعيل خلية الأزمة ، وتتفصل بمجرد وقوع الحدث وتدعم بعناصر أخرى من فريق العمل الأساسي ، إذا زاد الوقت المخصص عن ساعة وتحولت التغطية إلى فترة مفتوحة.

في العامل الثاني الأمر لا يتطلب تفعيل خلية الأزمة ، لأن القرارات المتعلقة بالتغطية في شكل فترة مفتوحة متخذة من قبل ، ولذلك يشارك كل فريق العمل في المنتج الإخباري وفق خطة تقسيم عمل واضحة لكل فرد ، وغالباً ما يصاحب التغطية الميدانية الحية أستديو تحليلي يجري فيه إستضافة المختصين والخبراء في الموضوع المتصل بالحدث ، وهذه الإستضافة سواء بالحضور إلى الأستديو أو القيام بمدخلات هاتفية أو عبر وسائل الإعلام الجديد. مثال ذلك تغطية تلفزيون السودان وقناة الجزيرة مباشر لجلسات محاكمة المتهمين بقتل الناشط السوداني أحمد الخير ، يحوي الرابط على كامل وقائع جلسة النطق بالحكم بتاريخ 2019/12/30م https://Youtu.be/_rQuIGx7vQI

هناك شروط مهنية في خروج التغطية المفتوحة بشكل عالي من الأداء والإحترافية أهمها إلتزام متخذ القرار بالآليات التي تحقق القيم التحريرية في التغطية وصولاً إلى التوازن في

الصورة المذاعة أو الآراء المطروحة بحيث لا يكون هناك رأي واحد ولا صورة واحدة ، لأن التغطية أحادية الجانب تبعد عن المعايير المهنية ولا تلبي إحتياجات المتلقي في المعرفة بالجوانب المختلفة للحدث. (عبد الحميد ، 2019م، ص268)

كما أن مذيع التغطية بالأستديو أو المراسل من موقع الحدث عليهما الإلتزام بالموضوعية وعدم إبراز وجهة نظرهما فيما يحدث ، ومنح الفرص المتكافئة للضيوف والمداخلات وإختيار متحدثين في مستوى متقارب من حيث القدرة على التعبير ونقل وجهات النظر المختلفة حتى يتحقق التوازن المطلوب ، بعكس ما لاحظته الباحث من لجوء بعض القنوات لتعمد إستضافة ضيفين إماكنيات أحدهما ثقل كثيرا عن نظيره حتى يتغلب عليه ويتم تمرير الفكرة المطلوبة . ويراعي المسؤول عن التغطية عدم التكرار حتى لايميل المتلقي ، ولذلك يجب تقسيم الفترة المفتوحة إلى فترات اصغر ، وفي الوقت نفسه ينبغي أن لا يركز على الأستديو ويترك مواقع الأحداث ، لأن النقل الميداني هو الأهم وينبغي أن تفسح له مساحة أكبر في التغطية المفتوحة.

رابعاً : الشريط الإخباري News Bar : (أبو رستم ، 2017م، ص104)

يعتبر الشريط الإخباري من الخدمات الإخبارية التي ظهرت في الإعلام المرئي منذ سنوات قليلة ، كان هذا الشريط يستخدم أكثر في الإعلانات التجارية ، ويحرص كثير من المتلقين على معرفة الأخبار من خلال متابعة هذا الشريط الموجود أسفل الشاشة.

لذلك لابد أن يخصص متخذ القرار في صالة تحرير الأخبار محرراً أو أكثر لتحرير وتحديث الشريط حتى يواكب الأحداث ، وهو يختلف عن قالب الخبر العاجل.

وهناك معايير مهنية في التعاطي مع هذه الخدمة الإخبارية المهمة يمكن حصرها فيما يلي

: (مجلة الإذاعات العربية ، 1 ، 2013م ، ص 67)

- ❖ الشريط الإخباري هو عناوين للأخبار وبالتالي لابد أن تكون كلمات العنوان قليلة ومعبرة عن المعنى المراد نقله للمتلقي. ومن أجل أن يحافظ على وضوحه يجب أن لا يتعدى عدد الكلمات من سبع إلى تسع كلمات.
- ❖ الأعداد يفضل أن تكتب بالشكل الرقمي للإختصار في عدد الحروف ، دون أي تفاصيل أو إسهاب مع ضرورة تجنب الأسماء الموصولة ، لأن إستخدامها يؤدي إلى تطويل مخل بالجملة المعروضة على الشريط وتجبر المحرر على الدخول إلى تفاصيل لا تضيف كثيراً إلى محتوى العنوان.
- ❖ عدم الإشارة إلى أحداث مستقبلية ، لأن ذلك يحول الشريط الإخباري إلى عرض للأجندة الأخبارية ، ما يخرج عن إطاره الوظيفي .
- فالخبر في أبسط تعريفاته هو حدث وقع للتو أو يقع الآن أو وقع بالفعل ، وبالتالي يصعب على المتلقي أن يستوعب أحداثاً لم تقع بعد ، لكن إذا كان هناك خبر متوقع حدوثه بعد قليل بشكل أكيد ومستقى من مصدر موثوق به ، فنرى أن تتم الإشارة إليه في شريط الأخبار، خاصة إذا كانت له قيمة خبرية عالية.



شكل رقم (9) الشريط الإخباري في قناة الشروق الفضائية

إن التحديث المستمر للشريط الإخباري حسب تدفق الأخبار الواردة إلى غرفة الأخبار أمر ضروري حتى يتمكن المتلقي من المتابعة عن كثب لآخر الأخبار.

إذا كان إمتلاك متخذ القرار لأدواته عنصراً مهماً ، فإن هناك عاملين لابد من توافرها حتى يتمكن من بث الحقيقة بموضوعية وحيادية وهما الحرية و المهنية ، حيث تصبح الحرية بلا مهنية فوضى وإنفلتاً ، وتغدو المهنية بلا حرية قوالب جامدة ونظريات غير قابلة للتطبيق ، ومن هنا تغدو كل هذه العوامل محددات لاغنى عنها لتفعيل آليات العمل في غرف الأخبار الرقمية الحديثة التي تعمل وفق أرقى نظم إنتاج الأخبار إلكترونياً .

المراسل الإخباري في العملية الاتصالية

يحتل المراسل الإخباري في التلفزيون حلقة مهمة في الإشباع بالأخبار اليومية والتقارير والمعلومات ، وكلما كان لدى المؤسسة شبكة متطورة من المراسلين النشيطين والأكفاء ،

كلما إستطاعت أن تقدم للجمهور مزيداً من المعلومات من خلال نشرات إخبارية قادرة على تغطية الأحداث اليومية بشكل سريع ودقيق وهذه هي المهمة الرئيسية. وبما أن هناك أنواعاً من المراسلين هناك أيضاً العديد من الصفات التي يجب أن يتحلى بها المراسل لأن المهمة الأساسية للمراسل هي الخدمة العلمية الإخبارية لمؤسسته ، بتغطية الأحداث في المنطقة التي يعمل بها ، بمعنى أن يحصل على كل المعلومات الخاصة بالحادثة من مصادرها الأساسية ، ثم القيام بمتابعة تطورات الحدث لحظة بلحظة وما يمكن أن ينتج عنه من أحداث أخرى وهذه المتابعة لها أهمية كبرى مع تواصل ساعات البث على مدار اليوم. إن المراسل الكفاء هو الذي يستطيع أن يبحث عن المعلومات في تغطيته للأحداث ، وهذه المعلومات تتمحور حول عدة اسئلة ، يفترض أن يجيب عنها المراسل الإخباري ، وحين يجيب المراسل عن السؤال الأول وهو (من) فإنه يبحث عن الشخصيات التي ساعدت في صنع الحدث ، أو لديها معرفة عنه أو تخصصهم وقائعه ، وهذا يعني أن أول الصفات الضرورية ، أن يكون المراسل قادراً على إدارة الحوار والتواصل مع الناس ، فالمراسل الإخباري لا يستطيع ان يجبر الناس على إجراء الحوار معه ولابد من أن تقنعهم شخصيته ، وهكذا نلاحظ أن هناك مواصفات وخصائص يجب أن تتوفر في المراسل حتى يتم اختياره لهذه المهنة الشاقة.

المراسل الإخباري :

أخذ المراسل الإخباري الحديث يخطو خطوات أفضل من سابقه "المراسل التقليدي" في التعامل مع الطيبة الإخبارية والمهنية هذا المراسل يقلز بأنه نال قسطاً من التعليم والوعي ، وأدرك قيمة الرسالة الإعلامية وأدرك دوره التثويري تجاه الجمهور بجانب تميزه بالتعامل الإيجابي مع الناس وحبه لعمله. (عبد الفتاح ، 2016 ، ص 228)

المراسل الإخباري - المفهوم والتعريف:

يمثل أبرز العنصر التي ترفد المحطة بالأخبار والمعلومات ويغذيها بالتفاصيل والبيانات وصولاً إلى النتائج المفيدة ، والمراسل الجيد هو القلب النابض لجمع الأخبار ، ويعتبر صانع الرسالة الاتصالية.

وأفضل أنواع المراسلين هو الذي يأتي بأفضل المعاني في أقل الكلمات في صياغته للأخبار والتقارير ، فمهمة المراسل إرسال المعلومات والصور عن الأحداث التي تقع في مكان عمله وبعث برسائله الإخبارية إلى القناة التي يعمل بها ، وإذا كانت سمة نجاح الوسيلة الإعلامية الإخبارية تنطلق من نجاح مراسليها ، فهذا يعني أن المراسل هو العمود الفقري في العملية الإخبارية ، وكثيراً ما كان عامل نجاحه يتجسد في مستوى العلاقات التي يقيمها مع مصادر أخباره ، علاوة على أسلوب تناوله للموضوعات التي تهم الجمهور وتساعد في بناء الرأي العام حول قضية مهمة. ويمكن تعريف المراسل الإخباري " بأنه ذلك الإنسان المبدع القادر على الغوص في عمق الأحداث بعد إقتناصها بسرعة مميزة ، وجمع المعلومات و الكتابة وربطها بالأحداث ذات العلاقة ، ليكون المراسل الطرف الوسيط بين مصدر المعلومة والمشاهد" (البراني ، 2013م ، ص 80) ، المراسلون لديهم من المهارات والإستعدادات اللازمة التي تجعلهم مميزين عن غيرهم ، وفي ما يتصل بالقصص الإخبارية على المراسل أن يتعامل بالطرق الدبلوماسية المقبولة التي تستميل عاطفة المصدر والأسلوب المتبع من قبل المراسل يعتمد على مايلي:(البراني ، 2013م ، ص 81)

- ❖ أولاً : قدرة المراسل على إدارة الحديث مع المصدر أو المتحدث.
- ❖ ثانياً نوع الأسئلة التي يطرحها المراسل يجب أن تتسم بالدقة وأن يكون لكل سؤال جواب خاص به يلبي رغبات الجمهور .
- ❖ تخضع طبيعة الأسئلة غالباً لمستوى العلاقة بين المراسل و المصدر " علاقة قديمة أم حديثة عهد" .

طبقاً للتقسيم الجغرافي هناك نوعان من المراسلين : (الضبع ، 2001م ، ص 180).

المراسل المحلي أو الداخلي:

يتبنى مسؤولية تغطية أخبار الولايات " المحافظات " أو الأقاليم البعيدة عن العاصمة التي تقع فيها القناة التي يرسلها حيث بدأت القنوات تهتم بأخبار الولايات رغبة منها في توسيع نطاق تغطيتها وتحقيق اللامركزية في الأخبار وتحقيق العدالة بين الأخبار الخاصة بالدولة والأخبار المتصلة بهموم التنمية في ولايات البلاد. وبطبيعة الحال فإن إنتشار المراكز العلمية والثقافية والفكرية كالجامعات ومراكز البحوث والمكتبات والمؤسسات الخيرية ومنظمات المجتمع المدني في الولايات الأخرى خلق حراكاً ونشاطاً متعددًا يستحق التغطية الإخبارية على المستوى القومي.

ب- المراسل الخارجي :

هو مراسل تبعث به القناة إلى خارج البلاد أو تتعاقد معه من هناك ،ويكون مقيماً غالباً في عاصمة الدولة المكلف بتغطية إخبارها ويوافي المراسل المركز بالأخبار والتقارير. وعادة ما يتم إختيار المراسل الخارجي من بين الذين أثبتوا جدارة في عملهم وأصبحوا مستوعبين لنوعية الأخبار التي تحتاجها محطتهم ، وفي ذات السياق فإن المراسل الخارجي له تقسيمات ثانوية، النوع الأول - كما أسلفنا- يكون أجنبياً يأتي للبلد ويعيش فيه ويتعرف على سماته وسياساته وطبيعة مجتمعه ومعرفة أبرز مصادر أخباره.

النوع الثاني أن يتم إعتقاد مراسل من جنسية نفس البلد الذي ننوي نقل الأخبار عنه ويجب أن يكون من البارزين ويتميز بإمكانياته المهنية العالية والحياد و المصادقية.

والنوع الثالث هو المراسل المتحرك أو مراسل المهمات الطارئة وهذا النوع يكون عادة من العناصر النشطة ويبعث به المركز إلى أماكن الأحداث الساخنة ليغطيها مراعيًا طبيعة الأخبار التي يحتاجها المركز وغالباً ماتكون هذه المهمة قصيرة الأمد ، وتكتمل مهمته بنهاية الحدث سواء إجتماعات دولية أو جولة تفاوض حاسمة .

هناك رؤية أخرى في مجال تصنيف المراسلين حيث أن بعض خبراء الإعلام يرون ثلاثة تصنيفات للمراسل الإخباري وهي : (مجلة الإذاعات العربية ، 4 ، 2013م ، ص 81-82)

■ **مخبر Reporter :**

وهذا النموذج هو الذي يقوم على أساس طبيعة العمل الإعلامي الذي يمارسه ، وقد يسمى مندوباً لانتدابه لتغطية حدث معين.

■ **مراسل يعمل بالقطعة Stringer- Free lancer :**

تلجأ بعض القنوات إلى إعتقاد هذا النوع من المراسلين عند وقوع أحداث في مناطقهم ، وتدفع له أجراً حسب طبيعة القصة الإخبارية أو المساحة (String) وليس راتباً شهرياً محددًا وهو الذي يطلق عليه نظام القطعة أو (Part-time Correspondent) وربما يقوم بمهمة تنسيق اللقاءات بين فريق عمل الشبكة ومصدر معين.

■ **مراسل Correspondent :**

يمثل هذا النوع الأساس في تسمية المراسل الحقيقي ، لكونه يعد من الإعلاميين الذين يمارسون عملاً مهنيًا كبيراً ، وتسنده المسؤولية هذه إلى كبار الإعلاميين وذوي الخبرة

وقد يدير مكتباً من مكاتب القناة في عاصمة أو مدينة كبيرة ، ومن المؤهلات المطلوبة في المراسل الإخباري ، القدرة على تدوين الملاحظات وإيجاد المعلومات وتدقيقها وتحليلها وتفسيرها مع القدرة على إثارة الأسئلة. ولعل الكثير من الأحداث تصادف المراسل عندما يتوجه إلى مكان عمله ، والمراسل المتمرس هو الذي يستفيد من التجربة الإعلامية حيث لا بد أن يصنع الأخبار ويستفيد من الأحداث خاصة ذات القيمة الإخبارية ، وتعتمد مهنة المراسل كثيراً على القدرات المكتسبة سواء بالممارسة أو بالتعليم في الجامعات.

صفات المراسل : (رشيد ، 2017 م ، ص 56-57).

لكل نوع من أنواع المراسلين خصوصية يتسم بها وبالنسبة للمراسل الدائم ينبغي أن تتوفر فيه الصفات التالية :

- ❖ مطلع بشكل جيد على سياسة القناة وعلى نوع الأخبار التي تحتاجها وتتعامل بها.
 - ❖ محصن أمنياً ومعروف الإتجاه ، وحريص في الحفاظ على أسرار بلده.
 - ❖ توظيف علاقاته في تعزيز مصادر أخباره .
 - ❖ مكوثه لفترة طويلة في البلد المرسل اليه يجعله قادراً على الكتابة عن مشاكل البلد وإنجازاته ومعرفة شخصياته المؤثرة وأحزابه وأعلامه وإعلامه ومصادر القرار .
- أما بالنسبة للمراسل المحلي فيتميز بالتالي :

- ❖ بكونه من أبناء البلد الذي يعمل فيه ، يتميز بأن يكون مطلعاً بشكل جيد على أسرار وخفايا السياسة وبالتالي فإن تحليلاته واستنتاجاته غالباً ما تكون صائبة.
- ❖ لغة المراسل المتجانسة مع سكان بلاده تتيح له الكتابة بشكل جيد.
- ❖ تكاليف المراسل المحلي المعتمد أقل بكثير من تكاليف مراسل خاص يرسل من المركز إلى عواصم العالم. وبالنسبة للمراسل المؤقت فيتميز بالتالي :

❖ هذا النوع يتم إنتقاؤه بعناية ويكون عادة من بين أفضل المحررين العاملين في المركز.

❖ يكون مستوعباً لما تريده القناة من تطورات الحدث المكلف بتغطيته بحكم تجربته.

دور المراسل في العملية الاتصالية :

إختلفت طبيعة عمل المراسل الإخباري نتيجة للتطورات المتسارعة التي لحقت بالبيئة الإعلامية وطريقة نقل المضمون ، ومن أهم التطورات التي لحقت ببيئة الإعلام هي التكنولوجيا الرقمية و الحاسوب التي أضحت ترفد القناة بالمعلومات لتحل محل المراسل بعض الشيء ، فإنبثاق بيئة الإعلام الإلكتروني في السنوات الأخيرة ، غير كثيراً من النمطية المعمول بها من قبل ، ومن ثم دخلنا في الجيل الثاني من الإعلام الإلكتروني .

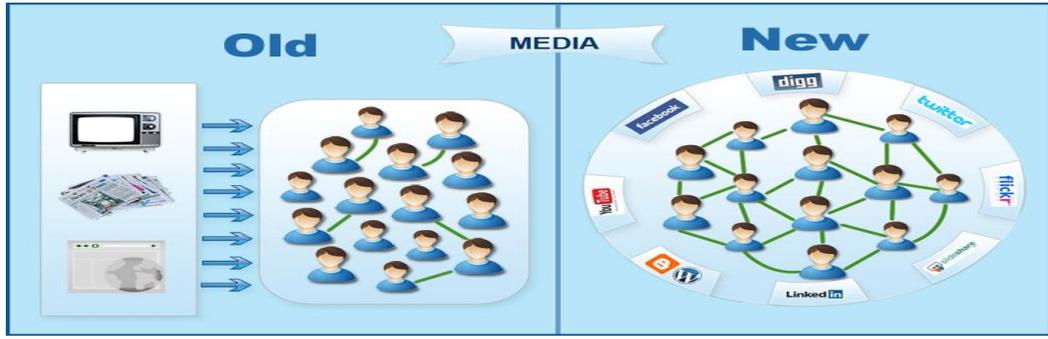
<http://www.alnoor.se/article.asp?id=208122>

ولايزال المراسل يمارس دوره بالرغم من أنه لم يعد الرقم الصعب في المعادلة الإعلامية. وتعود بدايات تقلص دور المراسل عندما قامت الفضائيات بعرض المصدر المتحدث عن الواقعة أو الحادث عوضاً عن المراسل ويقوم بتزويد المشاهدين بأخر المستجدات والتفاصيل والمعلومات تحت مسمى متحدث.

أختصر أيضاً جهد المراسل بعرض صورة المشهد التي تعطي تفاصيل كثيرة بجانب أن المصدر كما اسلفنا أصبح يأتي إلى المحرر وهو في مكتبه في القناة ويقدم معلوماته ، ما يدفع رئيس التحرير للاكتفاء بالمعلومات الجاهزة التي وصلته ، دون الحاجة إلى إبتعاث مراسل للتغطية الإخبارية.

إن أنظمة غرف الأخبار الرقمية قدمت خدمة كبيرة للقنوات الفضائية بأن إختصرت عدد المراسلين ، وبدل أن ترسل القناة مراسلين لتغطية حدث ما وقع في مكان معين ، تلجأ إلى متابعة تدفق وكالات الأنباء المرتبطة مع النظام أو متابعة المواقع الإخبارية على الشبكة ،

أو تذهب إلى متابعة مجموعة الشاشات المنصوبة في غرفة الأخبار وهو تطور طبيعي لطبيعة العمل الإعلامي مع ولوج عصر الإعلام البديل عبر شبكات التواصل الجديدة التي أدخلت منافس آخر للمرسل التقليدي وهو المواطن المرسل الذي أخذ يشق طريقه ويتحمل مسؤوليته ويمارس دور السلطة بين أفراد المجتمع على الصعيدين المحلي والدولي.



شكل رقم (10) مقارنة بين وسائل الإعلام التقليدية و الحديثة من حيث المرسل و التفاعل

المبحث الثالث: إخراج النشرات الإخبارية

بداية لابد أن يلم مخرج النشرات والبرامج الإخبارية بالهدف الرئيس للقطات التي يتعامل معها ويجب الإنتباه إلى ثلاثة أهداف لا تغيب عنه ولا عن المصور الإخباري أو فني ضبط الكاميرا في حال الأستديوهات الحديثة التي تستخدم كاميرات يتم التحكم بها آليا من داخل غرفة التحكم.

إظهار الموضوع بوضوح:

لا شيء يثير حنق المشاهد أكثر من مروره بهذه التجربة المزعجة وهي عدم رؤيته بوضوح ما يعتقد أنه يحدث. يريد المشاهد دائماً أن يرى ماذا يجري في مسرح الأحداث وأن يشاهده بسهولة وراحة ومن حقه رؤية الشخص الذي يتكلم عندما يبدأ الكلام وليس بعد ذلك بدقائق ، أما الإفراط في اللقطات المختلفة فإنه يترك المشاهد في حيرة من أمره فاللقطة المجسمة أكثر من اللازم أو البعيدة أكثر من اللازم لاتضيف إلى الحدث ولا مجال لها في العمل الإخباري الذي يسرد الحقيقة ، إلا إذا كان موضوع اللقطة ظاهراً بوضوح ، فاللقطة التي لا يكون موضوعها واضحاً أو الحركة فيها واضحة ، تدفع المشاهد إلى التساؤل بصورة أكثر جدية :ماذا يحدث؟ فلا بد أن يضع المخرج هدفه الأول لجميع لقطاته وهو إظهار الموضوع بوضوح.

وأن يعتمد على اللغة السريعة المباشرة والواقعية ، وأن يخاطب مشاهديه باللغة التي يفهمونها بسرعة ،ويجب أن نشير أنه لا توجد طريقة واحدة لعرض القصة الخبرية ، انما تعرض القصص الإخبارية بقوالب مختلفة وجوانب مختلفة. (معوض وعبد العزيز ، 2000، ص 169)

إعداد تكوين (تشكيل) جيد:

التكوين (Composition) هو التشكيل الذي يبغيه مخرج العمل بالإتفاق مع مجموعة من المختصين بالإنتاج التلفزيوني " فريق العمل" ويشمل التكوين كل العناصر التي تظهر على الشاشة من كتل وأجسام وسطوح والوان وظل وضوء وحركة وما الى ذلك من عناصر.والتشكيل يعد من الأمور الأساسية التي يقوم بها مخرج العمل لتحقيق الرؤيا التي

يرسمها والهدف من التشكيل هو توصيل الفكرة أو الرؤيا بأفضل وايسر وأجمل حالة للمتلقي. (سلمان، 2006م ، ص 62)

إن تقديم اللقطة بوضوح على الشاشة هو الخطوة الأولى والرئيسة في إنجاح البرنامج الإخباري ، فيجب على المخرج و المصور تقديم هذه اللقطة في إطار جذاب .

فالمشاهد يتابع الأحداث إذا كانت الصور أو اللقطات واضحة جلية في موضوعها ولكن سروره سيتضاعف كثيراً عندما يكون تشكيل الصورة جيداً وأكثر تشويقاً وجمالاً . والتكوين "التشكيل" الجيد للصورة عامل مهم يجب أن لا يغيب عن بال المخرج عندما يقدم عمله الإخباري للمشاهد .

ضرورة وجود تأثير دراماتيكي في اللقطة :

إن الطريقة التي تستخدم فيها الكاميرات يمكن أن تضيف لمسة درامية على اللقطة وتزيد من الشعور بجمال اللقطة وتعطي تأثيراً أقوى ، وتزيد من التجاوب الإنفعالي مع الحدث وبصورة فعالة .

يمكن أن تكون اللقطة عادية ساكنة وقد تكون حركية ديناميكية . فاللقطة التي تؤخذ للحدث من مسافة قريبة جداً (Close Up) تخلف تأثيراً درامياً يسترعي إنتباه المشاهد ، وكذلك فإن اللقطة بعيدة المدى أكثر من اللازم (Long Shot) قد تجعل الحدث يبدو قزماً بالنسبة إلى الخلفية (Background) التي تحيط بالحدث. لكن دائماً ما يعطي المخرج وقتاً أطول للقطات التي تتسم بالحركة من اللقطات التي تخلو منها ، حتى إن لم تكن تحتوي على معلومات مهمة ، وفي حال خلت المادة الإخبارية من الحركة يلجأ المخرج إلى صنع تلك الحركة مستخدماً مختلف الاساليب الفنية لصنعها كالحركة الناتجة عن حركة الكاميرا أو الحركة التي تنتج عن القطع وسرعة تتابع اللقطات والمشاهد المصورة. (معوض وعبد العزيز ،

2000، ص 190 - 189) تجدر الإشارة إلى أن جميع اللقطات التي تؤخذ في البرامج الإخبارية تكون رد فعل (Reactions) مثل رد فعل الضيف على سؤال المذيع ، لا بد للقطات أن تساعد في فهم بقية الحدث ، وأن المخرج يريد أن يقول بهذه اللقطة شيئاً للمشاهد. فرجل الشارع الموجود في مكان الحدث إذا كان يسير غير مكترث بما يحدث ، يختلف عن رجل الشارع المهتم لما يحدث بكل جوارحه وايضاً تلك اللقطة للسيدة المنزعجة لهذا الحدث.

فالتأثير الدرامي يجب أن يتم إختياره بدقة ، لأنه قد يقوي الحدث وقد يضعفه ، ولا تؤخذ لقطات لردود الأفعال إلا إذا أردنا أن نقول من خلالها شيء أو نمرر عبرها رسالة معينة. إما أن الموضوع مهم ، وإما أن الحدث لايهم المارة والأوضاع طبيعية أو أن المسؤول فلان وفلان قد حضروا إلى مكان الحدث أو شهدوا الأحداث وهكذا.

وسائل تحقيق الوضوح - التكوين الجيد - التأثير الدرامي :

ما الذي يجب أن يختاره المخرج أو المصور و ينتقيه دون غيره ؟

يتعين على المخرج في الأستديو وعلى المصور الذي يوجد في مكان الحدث ، أن يحدد مقدار ما سيظهر من موضوع اللقطة على الشاشة ، ويحدد أيضاً الزاوية التي ستلتقط اللقطة منها ، وثالثاً يحدد إذا كان عليه إبقاء الكاميرا ساكنة أو في حالة حركة ، ويحدد حركة الكاميرا إذا رأى أنها ستساعد في تحقيق الأهداف الثلاثة السابقة ، ثم عليه بعد ذلك أن يحدد إذا كان سيستعمل تأثيرات صورية من عدمه ، إذا كان هناك مكان لإستخدام هذه المؤثرات.

وسنحدد بإيجاز عمليات الإنتقاء الأربع ونعرفها ونحدد إمكانيات كل منها. (مجلة الإذاعات العربية ،

العدد 4 ، 2009م ، ص 58-60)

أولاً : حيز النظر: وهو المنطقة أو الحيز من المشهد الذي يظهر على الشاشة وكثيراً ما يكون تذكيرنا في هذا المجال مقترناً بالإصطلاحات الشهيرة (Close Up , Medium Shot, Long Shot) وتعني اللقطة القريبة ، اللقطة المتوسطة واللقطة البعيدة .

ثانياً : زاوية التصوير: وهي الجهة التي تلتقط منها الكاميرا موضوع اللقطة وبالتالي هي الجهة التي يرى منها المشاهد الموضوع ، وأحياناً يكون لهذه الزاوية تأثير نفسي عميق على المشاهد . فالمخرج أو المصور يجب عليه أن يحدد زاويته الأفقية إن كان سيصور المشهد من الأمام مباشرة أو من على يمين المشهد أو من يساره أو من ناحيته الخلفية ، وعليه أيضاً أن يحدد زاويته الرأسية إن كان من المفضل أن يصور الموضوع من مستوى النظر أو مستوى العين العادي أو من نقطة نظر منخفضة عن المستوى أو من نقطة عالية مرتفعة عن هذا المستوى قد يصل إرتفاعها إلى مستوى فوق المشهد. بالإضافة إلى إنتقاء زاوية التصوير الأفقية والرأسية ، يستطيع المخرج أن ينتقي زاوية نظر فنية لا يشعر بوجودها إلا المتخصصون ، مثل اللقطة التي تؤخذ من وسط أنقاض. قد يلغي المخرج كل الإختيارات بأن يضع الكاميرا في زاوية يطلق عليها (Zero Angel) وهو الوضع الذي تسبق فيه الكاميرا وضع الإلتقاط (Subjective) ويتم إلتقاط الأحداث التي تحدث أمام الكاميرا دون أي حركة منها ، فالأحداث تتم أمام العدسة مباشرة.

ثالثاً : حركة الكاميرا Camera Movement :

إن الحركة التي تقوم بها الكاميرا لتصوير الحدث كل منها تعبر عن معنى ، فحركة (Ban) أو الحركة الأفقية تعبر عن تغيير تدريجي في الموضوع لتوضيح المزيد من التفاصيل يميناً ويساراً . أما حركة (Dolly) أي الإقتراب فتعبر عن تغيير المسافة بين الكاميرا وبين الحدث

أو الأشخاص الذين يصنعون الحدث. قد يستعين المخرج بحركة عنيفة للداخل أو للخارج ، كل هذه الحركات تؤدي دوراً كبيراً في الوصول للتأثير الذي يريده المخرج من اللقطة.(علي ، 2010م ،ص 283)

رابعاً : تأثيرات تصويرية خاصة:

كان في السابق يتم الإعتماد على الكاميرا في القيام بعدد من التأثيرات التصويرية المعينة (Camera Effects) كمطابقة صورة مع صورة أو إستعمال الصورة التي تلتقطها كاميرتان فوق أوبجوار بعضهما (Split Screen) وهي اللقطة التي تتضمن مشهدين في آن واحد يفصل خط واضح على الشاشة بينهما.

إخراج التقرير الإخباري التلفزيوني :

يجب أن يكون التقرير واضحاً في أسلوب كتابته وتنسيق معلوماته حتى يتمكن المشاهد من فهمه من المرة الاولى ، إن مفتاح الاتصال بالمشاهد هو الكتابة الواضحة و التسلسل المنطقي أثناء عملية المونتاج (Editing) للتقرير بجانب أن الصوت والصورة يجب أن يجسدا قصة التقرير لا أن يضيفا عليها الغموض (فرجاني ، 2016م ،ص 187) لذلك يجب على المخرج أن يلم ببعض تعريفات التقرير لأن ذلك سيؤثر في أسلوب إخراجها.

التقرير: "شكل من اشكال القوالب الإخبارية التي تتطلب تعليقاً صوتياً وإفادات حيث تتداخل هذه المواد المختلفة وتتحد مع بعضها لتحقيق هدف معين.(عباس ، 2009م ، ص 57)

"هو حديث وصفي عن حادثة أو مناسبة منذ بدايتها وحتى نهايتها" . وهذا يعني إنه إذا لم يكن هناك حدث أو مناسبة فلا يمكن أن يكون هناك تقرير .

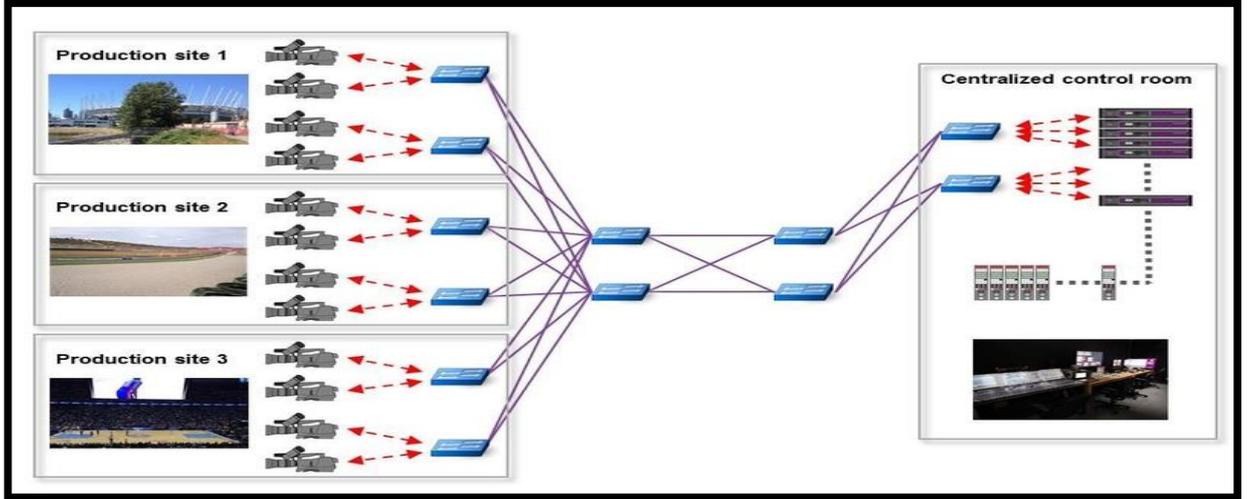
والتقرير "هو أحد الأشكال الخاصة بسرد الوقائع المختلفة للإعلام عن شيء أو التقرير عن مجريات الأمور". أيا كان نوع التقرير أو شكله ، وسواء كان تغطية لحدث متوقع أو كان عرضاً لموضوع من موضوعات الشؤون أو الخدمات العامة ، لأنه بكل الحالات يعد وثيقة تسجيلية مادام يسجل واقعة أو مناسبة.

أما عن البناء الفني للتقرير فإنه لا يمكن القول أن هناك وصفاً جاهزة أو قالباً فنياً معيناً للتقرير الإخباري ، فمخرج التقرير هو الذي يحدد القالب الفني المناسب على ضوء فكرة البرنامج وطبيعة موضوعه أو الحدث يتناوله ، فلا شك أن تغطية حدث مفاجيء يختلف عن تغطية موضوع معد له سلفاً .

بالنسبة للتقرير الذي يقوم بتغطية حدث لا بد أن يتضمن تسجيلاً للحدث ، في حالة إعداد تقرير عن حرب فإن المهمة الكبرى تقع على عاتق المصور ، الذي بخبرته يستطيع إستنتاج ما سيحدث ، فمثلاً إذا شاهد طائرة تلقي قنابل فعليه متابعتها للأسفل حتى يلتقط لحظة إنفجارها ، وهي لحظة قمة الحدث ، وإستخدام اللقطات البعيدة نسبياً هي الأنسب في هذه الحالات لأنها توضح العلاقة المكانية بين الأحداث كما أنها تتيح الفرصة لإظهار المزيد من الأحداث التي تقع داخل مجال رؤية الكاميرا.

أما المناورات أو الأحداث سابقة الإعداد فالوضع يختلف ، إذ يتعين على المخرج الإهتمام بمراحل الإعداد في هذه الأحداث ، وقد يستعين بما تم تصويره في البروفات لإتمام التقرير . وفي نقل الأحداث على الهواء مباشرة ونعني بها الأحداث سابقة الإعداد مثل المؤتمرات فإنه ينطبق عليها قواعد العمل في البث الخارجي ، من ضرورة معاينة المخرج لمكان الحدث ، وتحديد أماكن وضع الكاميرات ومراعاة نظرية الخط الوهمي . وبالنسبة للأماكن دائمة نقل الأحداث منها خلال شترات الأخبار مثل مجلس الوزراء والبرلمان والقصر الجمهوري تتم

معابنتها مرة واحدة وتحديد أماكن وجود دائم للكاميرات فيها بحيث لا توضع الكاميرات في أماكن مختلفة كل مرة.



شكل رقم (11) النقل الخارجي من مواقع متعددة وبثها مباشرة إلى CCR

والأهم في النقل الخارجي هو توزيع الكاميرات بوضوح ويجب على المخرج أن يقلل من تبادل المهام بين المصورين بقدر الإمكان ولا يلجأ إليها إلا لكسر الملل أو للحصول على لقطات جمالية قصيرة أو لأي هدف موضوعي أو إضطراري لملاحقة حدث طارئ لم يكن مخططاً له ، ثم يعود كل مصور إلى مهمته الأصلية.

وتعتبر الإفادات أو المقابلات داخل التقرير من أهم أجزائه حيث تهدف إلى إطلاع المشاهد على آراء الخبراء والمختصين في قضية محددة.

ويتم استخدام المونتاج اللاخطي Non-linear Editing في مونتاج التقارير الإخبارية من خلال أجهزة الحاسوب المزود ببرمجيات المونتاج ويرى المخرج كين دانسايجر Ken Dancyger "إن أي حاسوب لن يصنع قراراً إبداعياً ، أين يقطع للمونتاج ؟ ولماذا ؟ إن القرارات بشئ الإستمرارية أو التأكيد الدرامي هي قرارات إبداعية أو جمالية إن سرعة

المونتاج اللاخطي سوف يساعد في الوصول بسرعة أكبر إلى القرارات الإبداعية ، مقارنة مع تقنيات المونتاج السابقة ، لكن الحاسوب لن يأخذ هذه القرارات وهنا تكمن عدة أفكار خاطئة حول المونتاج اللاخطي". (دانسايجر ، 2011م ، ص 568)

إستخدام المؤثرات الصوتية و الموسيقية Music & Sound Effects:

لمعرفة مهمة الصوت بشكل أوضح، لابد من الأخذ بعين الاعتبار المفهوم العريض لثلاث فئات: الصوت والمؤثرات الصوتية والموسيقى (دانسايجر ، 2013م ، ص 141). تؤدي المؤثرات الصوتية دوراً أساسياً في نشرات الأخبار ، وذلك لأنها تعمل على توضيح الحدث وزيادة الإقناع به ، لما تضيفه من واقعية تؤكد للمستمع حقيقة المكان وما يجري فيه من أحداث فضلاً عن التأثير النفسي القوي الذي يمكن أن تحققه هذه المؤثرات في بعض الأحيان ، فلا شك أن أصوات سيارت الإسعاف وسيارات إطفاء الحريق وسيارات الشرطة سرعان ما تثير الإحساس بالخطر لدى المشاهد . ومع التسليم بأهمية الموسيقى والمؤثرات الصوتية وضرورة أن يكون لها مكان طبيعي في أي عرض إخباري ، إلا أن ذلك لا يعني بأي حال الإسراف في توظيفها فكلما كانت هذه المؤثرات طبيعية من مكان الحدث ، كانت أكثر إقناعاً و تأثيراً ، فالإهتمام بالصوت الأصلي (Natural Sound) من موقع الحدث يعتبر من العوامل المهمة التي تضيف مزيداً من الواقعية على الأخبار . فالصورة لم تعد لوحدها المعبرة عن الحدث ولتكامل دورها يجب أن يصحبها الصوت الأصلي النابع من موقع الحدث. (معوض وعبد العزيز ، 2000، ص205) والحذر من أن يكتشف المشاهد بذكائه أن هناك مؤثرات خارجية أضيفت إلى الحدث فيفقد الثقة في جميع ما يشاهد.

إن دور المخرج في نشرات الأخبار يكمن أساساً في تحديد شكل النشرة وقوالبها المتعددة للنشرات المتخصصة ضمن ثنايا العرض الإخباري.

وتصمم هذه التصميمات من قبل قسم الإبداع " مصممو الجرافيك " حيث تصمم مرة واحدة كل فترة وتوضع قوالب للسير عليها ويتم تغييرها أيضاً بعد فترة ، إما للتجديد أو لكسر الملل أو لمقتضيات الأحداث أو لإدخال تقنيات فنية على شعارات العرض الإخباري ، ويشترك المخرج مع مصممي الجرافيك و الديكور في تحديد الشكل وإختيار خلفية النشرة والإكسسوار المستخدم الذي يجلس عليه مذيعو النشرات .

ويولي المخرج اهتماماً متعظماً بمقدمة النشرة " الشارة" التي أصبحت تصمم بأشكال عديدة يقوم بإبتكارها مصممو الجرافيك " التصميم الإيضاحي" ، عن طريق عملهم على برامج متخصصة تقوم بخلق العالم الوهمي على الشاشة الرقمية بالبناء و التصميم. (شيمي ،2013م ، ص 287) ، وبالعمل على برامج التصميم يتم إختيار الشعار الأفضل والأكثر تعبيراً ، بحيث تتلاءم مدة الشعار المصمم مع مدة النشرة ويجب أن لايزيد زمن الشعار بالشكل الذي يجعله فقرة فنية مستقلة.

الفصل الثالث

أنظمة غرف الأخبار الرقمية وأبعادها الأخلاقية

Newsroom Computer Systems-NRCS ◌

& its Ethics dimensions

المبحث الأول: التطورات التكنولوجية ومهن صناعة الأخبار

المبحث الثاني : نظم المعلومات في غرف الأخبار الرقمية

المبحث الثالث: الأبعاد الأخلاقية لتوظيف أنظمة غرف الأخبار الرقمية

ل

التطورات التكنولوجية ومهن صناعة الأخبار

الناظر إلى المشهد الإخباري في العالم العربي يلاحظ ما أصبحت توليه القنوات الفضائية العامة أو الخاصة وبدرجة أكبر بطبيعة الحال الفضائيات المتخصصة في الأخبار من عناية متزايدة

بمجال إنتاج ومعالجة وبت الأخبار وهو ما يعكسه الحيز الواسع الذي تأخذه الأخبار ضمن خارطة البرامجية بتعدد النشرات والمواجز وبتها على مدار الساعة وما يرافق ذلك من تغطيات مباشرة للأحداث. ومما لاشك فيه إن الإهتمام بالشأن الإخباري مرده السعي

الحديث لجلب العدد الأوفر من المشاهدين في خضم منافسة إعلامية تحدد يوماً بعد يوم ، كما يعود هذا الإهتمام إلى الحرص المتواصل للقائمين على إنتاج هذه النشرات للإرتقاء بها حتى تكون مستجيبة للمعايير المهنية وأكثر قدرة على تلبية متطلبات الجمهور وإشباع حاجاته الملحة إلى معرفة ما يدور حوله من خلال المواكبة الآنية للأحداث والإحاطة الدائمة بالأنشطة المستجدة محلياً وإقليمياً ودولياً .

إن هذا التوجه الجديد الذي أملاه الواقع الاتصالي المعولم جعل عدة هيئات تلفزيونية عربية ودرجات متفاوتة تبادر إلى الإنخراط فيه والإيفاء بمقتضياته بالتطوير والتحديث.

هذه التحولات المتسارعة التي غدت تميز تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في السنوات الأخيرة جعلت عناصر كثيرة فاعلة تبرز إلى الواجهة فيما يتصل بالعملية الإخبارية وأضيفت أقسام وآليات ومسميات كثيرة ومتعددة لم تعهدها أقسام الأخبار والعاملون فيها فيما مضى. ودبت حركة متعددة المظاهر في فضاءاتها مجسمة قيام منظومة اتصالية جديدة متكاملة الحلقات داخل غرف التحرير قوامها المرونة وسرعة التحرك والإستغلال الأمثل لما توفره المعلوماتية. وقد طالت هذه المنظومة المتطورة الموارد البشرية إعداداً و تأهيلاً " محررين ، تقنيين ، فنيين ومخرجين " وشملت تغيير أنماط العمل وتعصير وسائله ، وكذلك التجهيزات التقنية المعدة لمختلف مراحل إنتاج ومعالجة المادة الإخبارية وبثها لتصل في النهاية إلى المتلقي في جودة عالية وتقدم في صيغ وأشكال فنية جذابة إلى حد الإبهار. هذا النمط من الإعلام المتخصص وإن كان يصنف ضمن الإعلام الجاد إلا أنه في عالم اليوم قد يتناول أحداثاً خفيفة أو طرائف وعجائب بما يحقق التسلية لبعض الجماهير.(الحديدي ،البان ،2009م ،ص 170)

مهن الأخبار والثورة المعلوماتية :

إن إقتران تكنولوجيا الإنتاج السمعي / البصري بتكنولوجيا الاتصالات السلكية واللاسلكية والمعلوماتية ، بالتزامن مع إنفجار البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية كان وراء إحداث

تحولات عميقة في مجال وسائل الإعلام ، وهي تحولات تكنولوجية قطعاً لكنها مهنية وإجتماعية وتنظيمية وإقتصادية أيضاً بحيث لا تختزل في الجانب التقني فحسب بل هي ثورة أحدثت تأثيرات عميقة في بنية المجتمعات المعاصرة على مستويات كثيرة كتغيير أنماط الاتصال السائدة ، تغيير في القيم والثقافات ، تغيير في أساليب التربية والتعليم.(بودهان ، 2019م ، ص 12)

وبينما كان اليابانيون والأوروبيون منشغلين كل من ناحيته بتطوير الأنظمة التناظرية سجلت المعلوماتية تقدماً بلغت درجة تجرأت معها على إقتحام مجال الصوت والصورة الثابته وكان ذلك بمثابة الإعلان عن نهاية الأنظمة التناظرية (Analogue)، والتحول إلى شبكات رقمية (Digital) ومنذ تلك الفترة دخلت المعلوماتية إلى جميع قطاعات الأنشطة وكافة مناحي الحياة للأفراد والشعوب

عبر نشر المعلومات الكترونياً على الأنظمة الرقمية التي توفر القدرة على نقل الحروف والصور والصوت بدقة عالية وبسرعة فائقة. (الفيلس ، 2006م ، ص 89)

ومنذ بداية إستخدام المعلوماتية في مجال الأخبار، شهدت مختلف مهن هذا القطاع تطورات عميقة شملت جميع مكونات الحلقة الخاصة بإنتاج الأخبار ، من مصادر المعلومات وجمعها ومعالجتها وإنتاجها ونشرها وتوزيعها وإستهلاكها وتوثيقها وتخزينها وطرق أسترجاعها.

إن تطور التقنيات والتجهيزات وعمليات المعالجة قد غيرت جذرياً مهن الأخبار ، وفي هذا السياق برزت ثلاثة إتجاهات مهمة بكل وضوح: (الإذاعات العربية ، 2009م ، ص 9)

الإتجاه الأول : إقتران عدد من المهن مع بعضها البعض ، إلى جانب إعادة النظر في تحديد المهام والوظائف من جهة .

الإتجاه الثاني : حذف وإختفاء بعضها الآخر من جهة أخرى .

الإتجاه الثالث : ظهور مهن جديدة لم يعهدها من قبل عالم صناعة الخبر التلفزيوني.

بالإضافة إلى هذه الإتجاهات الثلاثة المهمة والمؤثرة تضاف حتماً مسألة تصميم البنى الشبكية والعمل الجماعي الذي غير أنماط التنظيم وأساليب الترتيب والتدرج في توزيع المهام والمسؤوليات من ناحية وتداول المعلومات وسبل نقلها إلى جانب إعداد المضامين وصياغتها من ناحية أخرى.

لقد كانت الأمور بسيطة في الماضي ، حيث كان كل واحد يعرف موقعه وطبيعة عمله وعمل الآخرين. ففي مجال إنتاج الأخبار التلفزيونية يطالعك المشهد الثنائي التقسيم حيث يركز المحررون بمختلف مسمياتهم والمراسلون والمعدون والمترجمون والمصححون جهودهم على مسائل تتعلق بالمضمون في حين يهتم زملاؤهم المخرجون والتقنيون والمهندسون بالجوانب التقنية المتصلة بالإنتاج و الصيانة والبث. وقد أفرزت هذه " الحدود" ثقافتين مختلفتين تضاف إليهم بالطبع ثقافة التسيير الإداري والمالي. غير أن الحدود الفاصلة بين مختلف هذه " المقاطعات والثقافات" قد بدأت تتلاشى بل إنها قد إختفت في بعض قطاعات الأنشطة الإعلامية ،وأدى تعميم إستخدام المعلوماتية في قاعات التحرير إلى قلب الأوضاع في عالم كان محكم التنظيم بحيث يكون المحررون مؤهلين رقمياً ومسؤولين عن رفع انتاجهم على شبكة الانترنت مع طمس المسافات الفاصلة بين الإنتاج النصي و المسموع و المتلفز ، هذا التحول سيواجه تحديات متعددة أهمها إنتقال الفكر التحريري من العمل كناشر للأخبار (News Publisher) الى العمل كمقدم للمحتوى المعلوماتي (Information Provider)، فضلاً عن كيفية تحقيق الأرباح من النشر الإلكتروني وزيادة الإهتمام بالإستثمار في الإعلام الجديد.(عبد الفتاح ،2016م ، ص 35)

لقد وحدت الأداة المعلوماتية على صعيد وحدة القياس كل مكونات العمل الإعلامي في مستوى النص والصوت والصورة والرسوم والبيانات الوصفية من ناحية وفي مستوى أطوار العملية التحريرية من ناحية أخرى (جمع المعلومات ، إنتاجها ، نشرها ، توزيعها ، تخزينها ، توثيقها واسترجاعها). ومكنت الأداة المعلوماتية من ربح الدقائق الثمينة بخصوص مراحل

الإنتاج وموعد الختم (Deadline) كما أتاحت للمحررين مزيداً من التحكم في عملية تصنيع منتجهم ومسك زمام المبادرة وإستشراف المضمون بفضل مقاربة تقديرية لزمان العرض على سبيل المثال ، فضلاً عن تيسير سبل نفاذهم إلى مصادر ومعلومات عديدة وبعيدة جغرافياً عن مواقعهم.

وجاءت شبكة الإنترنت لتحطم حدود المكان والزمان وحواجز الدخول إلى قواعد البيانات إضافة إلى ما أتاحتها من مزيد دعم التفاعل مع المشاهد. وقلبت المعلوماتية أيضاً النظم التراتبية وغيرت ثقافة المؤسسة فإرضاء قاعدة الترابط والعمل التآزري الشبكي ، كما أنها حطمت الحدود بين بعض المهن ، مجبرة المهنة على القبول بإعادة تحديد المهام والوظائف ، وقد غيرت وبعمق تنظيم أو سير العمل (Workflow) ونقل النسخ (Copy) التي أصبحت تدار ببرمجيات مختلفة.

والنظام هو الذي يدير سير العمل التحريري حيث يتيح النظام للمحررين كما لمدراء ورؤساء التحرير والمدققين اللغويين والمذيعين والمصممين وباقي فريق الإنتاج الوصول إلى خادم مركزي واحد لتأدية مهامهم اليومية.(عبد الفتاح ، 2016م ، ص 75)

ثم إن المعلوماتية غيرت كلياً طوبوغرافيا فضاء العمل ذاته .فالحواجز بين المكاتب الفردية قد سقطت فإساحة المجال لقاعة تحرير مشتركة هي بمثابة فضاء مفتوح Newsroom (Open Space) ينتظم حول شاشات معلوماتية. وقد أفرزت ديمقراطية النفاذ للمعلومة إلى قلب النظام الترتيبي . فلم يعد رئيس التحرير هو الذي يتلقى إشعارات التغطية لوحده ويحتكر المعلومة ، وبالمقابل أصبح المحررون مطالبين بمهارات تقنية جديدة ، حيث أن نقص المهارات التكنولوجية لدى المحررين في غرفة الأخبار الرقمية الحديثة يمنعهم من الاستخدام الأمثل للوسائل الاتصالية الحديثة وأدواتها فهناك حاجة لتطوير قدرات الكادر البشري.(أبو عرقوب ، 2019م ، ص 27)

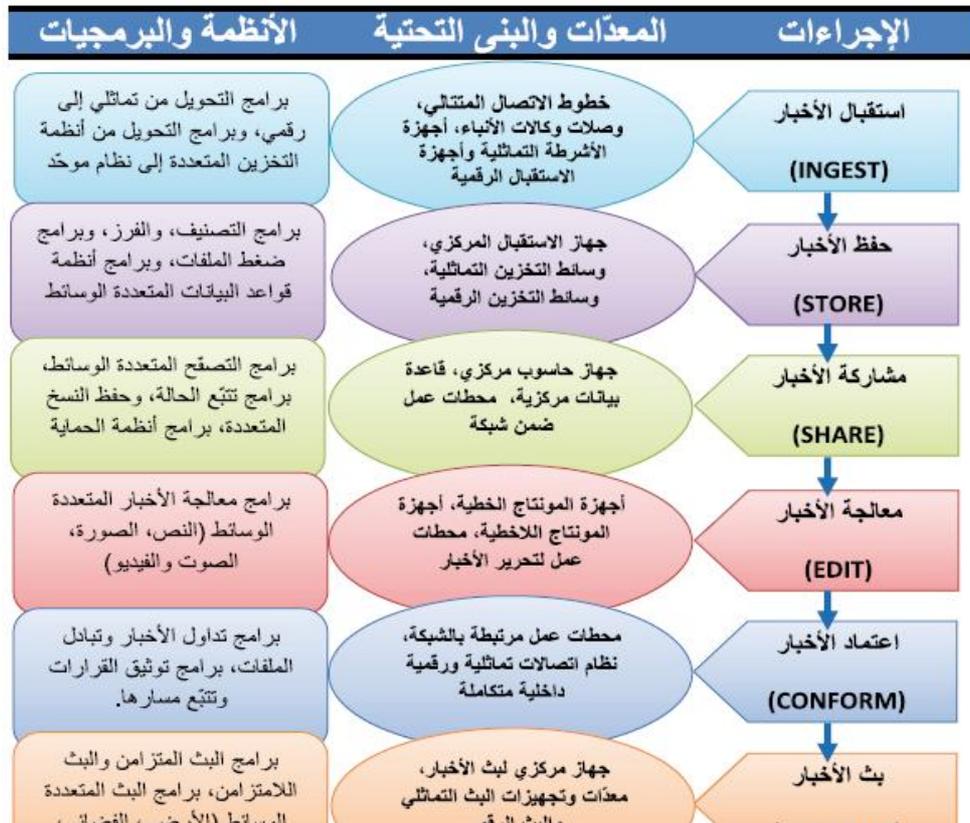
وبهذا الشكل شملت إنعكاسات هذه الثورة المعلوماتية كل المراحل وكل المهن المندرجة ضمن حلقات الإنتاج لأخبار التلفزيون. ولعل أسهل طريقة لعرض هذه التحولات تكمن في تتبع مراحل عملية إنتاج الأخبار نفسها بدءاً بمصادر المعلومات وتغطية الأحداث قبل الوصول إلى إنتاجها فالتحقق منها فبثها ثم تخزينها نهاية برجع الصدى.

أولاً: التغييرات التي طرأت في مصادر الخبر:

تبدأ عملية جمع المعلومات على مستوى محرر القناة أو المراسل ويزود فريق التغطية عادة بحاسوب صغير ومعدل إشارات Modem وكذلك بحقيبة للتواصل عبر القمر الصناعي مع هيئة التحرير SNG ، Satellite News Gathering ، بالنسبة إلى مراسلي القنوات التلفزيونية.

كما أصبحت الكاميرات مجهزة بقرص بصري أو بطاقة ذاكرة (Memory Card) أو قرص صلب متنقل (Portable Hard Disc) لها القدرة على تسجيل الصور والفيديو والبيانات الوصفية وفق نظام تبادل المواد (Material Exchange Format ,MXF) .

وأصبح الإنترنت أداة لا سبيل إلى الإستغناء عنها في البحث عن المعلومات ، بل إنها صارت بديلاً عن التحول إلى الميدان وهو ما يطرح مشكلة تتصل بأخلاقيات المهنة قلما وقع التطرق إليها فيما مضى. (عبد المنعم ، 2015م ، ص 220)



شكل رقم (12) مخطط سير الإجراءات في غرف الأخبار

وتسمح العديد من أنظمة التجول الذكية في المواقع الإلكترونية لمستعملي الإنترنت بشخصنة البحث عن الشبكة ، فالإبحار على الشبكة لم يعد ضرورياً لأن هناك برمجيات جديدة تتولى الإضطلاع بهذه المهمة نيابة عن المحرر فضلاً عن أنها لا توفر له من المعلومات إلا ما يرغب في تقبله منها.

هذه الممارسة تمثل لمحرر الأخبار أفضل طريقة لمتابعة موضوع من مواضيع الساعة أو مجال من مجالات الاختصاص بيقظة وإستمرار .

وسرعان ما غزت تقنية التزويد المبسط للمعلومات – (Really Simple Syndication) - RSS مواقع وسائل الإعلام التقليدية ذاتها ، مضيئة إلى النص ملفات متعددة الوسائط " صورة ثابتة ، صوت ، فيديو " وهكذا يستطيع المحرر أن يتحصل على ملفات الوسائط المتعددة (Multimedia) بالإضافة إلى المعلومة دون أن يضطر إلى تصفح الموقع الأصلي ، علماً بأنه توجد آلاف المواقع على شبكة الإنترنت تقدم هذه الخدمة RSS. (المؤتمر الدولي الثالث لتقنيات المعلومات والاتصال في التعليم والتدريب ، الخرطوم ، 2016م، ص 51) من هنا بدأت نسبة تنقل المحررين

الإخباريين الميدانيين إلى مواقع الحدث تتراجع ، إذ أصبحوا يتلقون إشعارات التغطيات الإخبارية والتصريحات بواسطة البريد الإلكتروني وال (Ftp) بل إنهم ينجزون بعض اللقاءات بنفس هذه الوسيلة . ولم يعد المحرر الإخباري بحاجة إلى الذهاب إلى مكتبه لأخذ تكليفاته أو للإطلاع على الوثائق المكتوبة أو إشعارات التغطيات أو تسليم نصه .

ثانياً : التغييرات التي طرأت في معالجة الخبر :

لقد تغيرت معالجة الخبر ، سواء تعلق الأمر بإختفاء قلم الكتابة ، أو غياب ورق الكربون من طاولات التحرير ، وغدا المحرر مشدوداً إلى حاسوبه الذي يوفر له تقبل برقيات وكالات الأنباء والخدمات التوثيقية ، فالانظمة التحريرية فرضت على المحررين الإخباريين ضرورة إكتساب مهارات جديدة متعددة جعلتهم يكتفون إنتاجهم لاكثر من وسيلة إعلام. فالبنية الشبكية الحالية تسمح بتقاسم المعطيات و الوثائق ، فكل حاسوب مرتبط بشبكة داخلية (Intranet) أو افتراضية (Virtual Private Network – VPN) تمكن من التدخل عن بعد. والى جانب ذلك إقتصاد في الاتصالات السلكية واللاسلكية ، إذ تتم المخاطبات الصوتية عن طريق بروتوكول الخدمات الصوتية عبر الانترنت (VOIP –Voice over IP – Internet Protocol) ، ثم إن معظم خطوط الهاتف والفاكس مصممة وفق تقنية تجميع الرسائل الإلكترونية ، بما يسمح خاصة بإستقبال الفاكس والرسائل الهاتفية بواسطة البريد الإلكتروني - e-mail. (النجار ، ناجي ، 2009، ص12-13)

إن الأرباح الإقتصادية الناجمة عن هذه الاستخدامات لا يستهان بها ، سيما أن وسائل الإعلام تحتاج كثيراً إلى المكالمات الهاتفية لتنسيق العمل والرسائل والتبادل. ويسوقنا هذا السرد إلى التطورات المذهلة التي يعيشها الهاتف الجوال في جيله الجديد المسمى بالهاتف الذكي الذي تتدمج فيه الآن كل الوظائف ، من مكالمات تقليدية ، الى معالجة النصوص ،

وتصفح الانترنت ، ومشاهدة القنوات والاستماع الى الراديو ومطالعة الصحف مع امكانية التسجيل الصوتي والتصوير الثابت والمتحرك.

إن تطور إمكانيات الهواتف الذكية "هواتف الجيل الثالث والرابع " يجعلها تصبح بالتدريج وسيلة اعلام كاملة الشروط كمستهلك ومنتج في نفس الوقت للمادة الإعلامية ، كما أن إدخال البرمجيات المتطورة سيحول هذا الهاتف البسيط إلى حاسوب متكامل يغني عن كامل آلات العمل الإعلامي المعهودة وعن بعض الخدمات عن بعد. فالجيل الجديد من الهواتف الذكية أصبح وسيلة اتصالية متكاملة الأطراف ومتعددة الخيارات لاسيما ذات المواصفات المتطورة التي تتميز بذواكر أكبر ومعالجات أسرع من سابقتها.(كمال ، 2014م ، ص 188)

ثالثاً : التغييرات التي طرأت في مجال الإذاعة و التلفزيون :

لقد مكن التقدم التقني من تطوير أداء وإمكانيات أجهزة التغطية الإذاعية والتلفزيونية مع تقليص حجمها وكلفتها. كما أدمج هذا التطور وظائف عدة في نفس الآلة ، فأصبحت هذه الآلة خفيفة ويسيرة التنقل.

كانت تغطية الأخبار المباشرة في الإذاعة الصوتية تحتاج مثلاً إلى سيارة نقل وإلى ربط مع خط هاتفي عالي الجودة ، أما آلات التسجيل الصوتي فكانت غير متنقلة ، إلى أن جاء عهد آلة (Nagra) الشهيرة التي لازمت أجيالاً من الإذاعيين الذين حملوا على أكتافهم 7 كيلوغرامات من الصلابة و الجاهزية، منذ العام 1951م - واستمرت حتى 1997م في بعض الإذاعات ، نقارنها اليوم بآلة رقمية لا يتجاوز وزنها 100 غرام وهي مزودة بذاكرة واسعة للتخزين و ببرامج صوتية لمعالجة الصوت تمكن من التركيب ومعالجة النصوص و الأصوات. بجانب آلات التسجيل من فئة قاريء Mp3 و Wav وغيرها ، أو ذلك الميكرفون الرقمي الذي يقوم بوظيفة التسجيل بنفسه دونما حاجة لآلة أخرى. (الإذاعات العربية ، 2009م ، ص 14)



شكل رقم (13) جهاز تسجيل صوتي متنقل ماركة NAGRA السويسرية 1951م

أما عمليات المونتاج والتركيب والتي كانت تستهلك بإفراط الأشرطة المغناطيسية بأنواعها ومقاساتها المختلفة وتفسد التسجيل الأصلي فقد أصبحت هي الأخرى رقمية لا تمس التسجيل الأصلي بسوء ما يضمن الرجوع إليه في كل حين. وفي مجال التلفزيون كانت التحولات أكثر بروزاً بحكم ثقل الآلة وتدفق الصورة الإعلامية وتوزيعها عبر الأقمار الإصطناعية.

حتى أواخر سبعينات القرن الماضي كانت تغطية الأخبار التلفزيونية تستعمل الفيلم الفوتوغرافي الإيجابي (Inversible) بحجم 16 ملم ، وفي تلفزيون السودان اعتمدت الأخبار لردح من الزمن وحتى بداية مايو على تزويد وحدة أفلام السودان له بالجريدة الإخبارية المصورة كل مساء. (مقابلة مع الاستاذ عوض الضو ، مدير الإنتاج السينمائي الأسبق أجراها الباحث في أكتوبر 2019م .)

وكان فريق العمل يتكون على الأقل من أربعة أشخاص : المصور وملتقط الصوت وتقني الإضاءة و السائق . وكان محررو تلك الفترة لا يتحولون كثيراً إلى الميدان ، مع فريق التصوير ويكتفون بمصادر وكالات الأنباء لتحرير قصصهم الخبرية التي يقرأها في النشرة مذيع آخر لا علاقة له في الغالب بالتحضير. وكثيراً كانت التغطية للأحداث صامتة من

حيث غياب الصوت ، لأن التغطية الصوتية كانت تحتاج إلى كاميرات أخرى وآلة تسجيل صوتي منفصلة عن العدسة.

ثم يمر الفيلم الفوتوغرافي بعملية التحميض ، بينما ينقل الصوت من الشريط الأول إلى شريط مغناطيسي آخر مثقوب من حجم 16 ملم. ويتلاقى الصوت والصورة على آلة المونتاج عبر المافيولا (Moviola) التي تستخدم لتقطيع وجمع الفيلم حيث هناك قص ولزق حقيقي يحدث للأشرطة السينمائية التي يقطع الأصل فيها إلى لقطات يربط بينها بواسطة الشريط اللاصق وتتم القصة الخبرية بمرحلة تسجيل التعليق (Mixage) وكذلك تسجيل الموسيقى في أستديو خاص معد لهذا الغرض.(برونل ، مجهول السنة ، ص 66)

ظلت هذه التقنية الثقيلة مستعملة إلى أواخر السبعينات من القرن الماضي ، حيث أدخلت أجهزة (U-Matic HB) وهي صيغة تسجيل فيديو تماثلية مرونة على التصوير الإلكتروني حيث كانت قفزة نوعية بمقاييس ذلك الوقت ، لأنها إستخدمت شريطا مغناطيسياً خلافاً للأنظمة التي تقوم على مبدأ البكرة المفتوحة أو من بكرة إلى بكرة قبل أن تتعاقب أجيال (Betacam) التماثلية.

(<https://en.m.wikipedia.org/wiki/U-matic>) وما أنفك الإتجاه نحو الإدماج وتلصص الحجم يفرز تحولات جديدة خفضت بشكل تدريجي في حجم فريق التصوير والتغطية الإخبارية، حتى وصلنا إلى المحرر الشامل وهو المحرر والمراسل والمصور أي الشخص الواحد الذي يقوم بكل عمليات التصوير والمونتاج والتعليق. كما إتجه النظام الرقمي إلى حذف الأشرطة المغناطيسية واستبدالها في مراحل سابقة بالأقراص المضغوطة قبل أن تحذف كل حركة ميكانيكية للتسجيل أو للعرض بإستعمال بطاقات الذاكرة (Memory Card)

غرف التحرير الرقمية :

ترتكز غرف التحرير الرقمية على نفس البنية الشبكية القائمة على النظام المعلوماتي (News Room Computer System, NRCS) وذلك مهما كان نوع وسيلة الإعلام : وكالة أنباء ، صحافة مكتوبة أو إلكترونية ، إذاعة وتلفزيون . والعنصر الوحيد الذي يفرق بينها هو نوعية المواد المعالجة من نص ، صوت ، صورة أو رسوم. ويقوم هذا النظام الرقمي الجديد على ضرورة التحكم المحكم في تدفق ومعالجة وأرشفة البيانات الإعلامية في قواعد معطيات رقمية (Data bases) متعددة الوسائط ، حيث تخزن النصوص والصوت والصورة الثابتة والمتحركة في ذات الوقت .

هذا ما فرض على العمل الإذاعي والتلفزيوني التحكم في التصرف في هذه المواد الإعلامية بواسطة أنظمة متطورة (Data Media Asset Management) .

أصبحت عمليات الإنتاج الإعلامي مندمجة في سلسلة متناسقة يضبطها نظام (Work Flow) الذي يفرض تقاسم الموارد والعمل الجماعي وتحديد المسؤوليات ومحطات الدورة الإنتاجية مثل أنظمة (NETIA) و (DALET) في الإذاعة الصوتية أو أنظمة (Octopus 8) و (Avid iNews) و (AQ Broadcast) و (Burli) و (Ez News) في التلفزيون وغيرها من الأنظمة المتخصصة (عبد الفتاح ، 2016م ، ص 68) .

تقوم هذه الأنظمة البنيوية الجديدة على نظام معلوماتي شبكي يتمحور حول خوادم من الحواسيب (Servers) وهو الكمبيوتر الذي يقدم الموارد المشارك فيها لمستخدمي الشبكة (الهادي ، 2001م ، ص 349) . حيث تقوم هذه الخوادم بإستقبال وتوزيع وتخزين البيانات في قواعد بيانات (Data bases)

تستقبل كل الإشارات الخارجية " نصوص الوكالات ، تبادل الأخبار وحقائب وكالات الأنباء المصورة ، الإشارات المباشرة من الأقمار الإصطناعية أو المحطات الإقليمية أو عربات التلفزة والنقل الخارجي أو تقارير فرق التغطية الإخبارية " .

تستقبل جميع هذه المواد في حاسوب موزع أو أكثر من حاسوب ومن ثم ترسل بالجودة العالية أو الجودة المنخفضة " حسب النظام المعتمد " إلى منصة عمل المحرر الإخباري لمرحلة المعالجة.

أصبح المحرر الإخباري يتلقى ويعالج عبر حاسوبه المحوري المتصل بالشبكة الداخلية والخارجية الأخبار المكتوبة والتسجيلات الصوتية أو المرئية ويبحر عبر شبكة الإنترنت ، كما ينفذ إلى قواعد الأرشيف والوثائق المخزنة ويطلع على تخطيط العمل داخل المحطة ، وعلى دليل النشرة في مختلف مراحل إنجازه.



شكل رقم (14) نظام OCTOPUS 8 لإنتاج الأخبار التلفزيونية

حيث يكون هناك دليل مستقل لكل عرض إخباري يكون محجوزاً بنطاق وقت العرض ويتم تعبئة هذا الدليل من قبل فريق العمل (Rundown) ، كما يتمكن المحرر عبر النظام من إستقبال وإرسال البريد الداخلي ومخاطبة زملائه ومشاهدة مواد العرض في مراحل الإنتاج المختلفة. (الإذاعات العربية ، 2009م ، ص 17)

يدخل المحرر إلى نظام غرف الأخبار الرقمية بواسطة كلمة مرور (Password) تعطيه صلاحيات محددة حسب موقعه في هيئة التحرير وحسب الوظائف المنوطة بعهدته ، ومن جهة أخرى يحظى بفضاء شخصي يحفظ فيه ملفاته الشخصية.

كما تحدد كلمة المرور هيئة سطح المكتب الذي إختاره المحرر لنفسه من ألوان الشاشة وأيقونات والمختصرات الى غير ذلك من عنصر سطح المكتب ، هذه الخاصية تسمح بتناوب العمل على نفس الوحدة من باقي الفرق العاملة بالأخبار وفق جدول العمل اليومي. يكاد مركز العمل التحريري يختزل اليوم في الحاسوب ، فالمراسل والمبعوث الخاص والعامل الظرفي الخارجي يمكن لهم النفاذ إلى غرفة التحرير وإرسال موادهم ، ما يمكن من العمل عن بعد ويوفر الوقت ويقتصد في الطاقة.

يعالج المحرر المواد الخام التي إستقبلها فيحرر النصوص ويركب الصور والتسجيلات الصوتية ويضيف إليها المواد التي قام بإستدعائها من الأرشيف ثم يسجل تعليقه الصوتي بنفسه على الصور الممنته ، ويرسل قصته الخبرية الجاهزة إلى رئيس التحرير بالنشرة أو نائبه لإعتمادها ومن ثم إدراجها ضمن دليل النشرة أو النشرات اللاحقة ويتم ترتيب القصة بحسب أهميتها.

جميع هذه الوظائف التقنية التي أصبح يقوم بها محرر الأخبار في أنظمة غرف الأخبار الرقمية كانت في السابق من تكاليفات المهندسين والتقنيين ، لكن اليوم أصبح المحرر مسؤولاً عن تنفيذها علاوة على عمله التحريري التقليدي.

ذلك هو الشأن نفسه في الإذاعة الصوتية التي إنتقلت هي الأخرى إلى الأنظمة الرقمية في مراحل العمل الإخباري إنتظاً و معالجة و بثاً وتخزيناً ولا يسع المجال للحديث عنها في هذا البحث.

وعلى تعدد وتنوع الأنظمة في التصرف والتحكم في المواد الإعلامية الرقمية (DMAM) وتتافس الشركات المصنعة العالمية ، فإن جميع هذه الأنظمة قائمة على نفس الفكرة في معالجة المواد الإخبارية الخاصة بغرف الأخبار التي تعمل على مدار الساعة تمكن من: (عبد الفتاح ، 2016م،ص 66)

- ❖ رقمنة وأتمتة عمليات الإنتاج لملاحقة البيئة الإعلامية المتسارعة
 - ❖ تحسين عمليات جمع الأخبار وكتابتها.
 - ❖ الإنتاج متعدد الوسائط للفيديو والصور.
 - ❖ ربح الوقت و السرعة في النفاذ إلى المواد الإعلامية.
 - ❖ النفاذ الجماعي والمعالجة المتعددة لنفس المعطيات الخام ، في ذات الوقت.
 - ❖ إستعمال المعطيات المرافقة (Metadatas) للإشارات التي تثري المعلومات عن المادة المسجلة " تاريخ وظروف التصوير ، هوية المصور والآلات المستعملة ، الكلمات المفتاحية لموضوع القصة الخ " ما يسهل عمليات الإنتاج اللاحقة للقصص الخبرية والتحقق والتثبت وعملية الحفظ والأرشفة.
 - ❖ تعدد الإستعمال والتوزيع لنفس البيانات (Repurpose & cross media)
 - ❖ إدماج الأرشفة الرقمي في حلقة الإنتاج.
- كل هذه المزايا وفرت إنتاجية أكبر وقلصت كلفة الإنتاج ، كما سهلت التكامل والتفاعل بين البث الإذاعي أو التلفزيوني التقليدي وبين النشر الإلكتروني عبر الموقع الإلكتروني للقناة على شبكة الانترنت ، حيث تعالج المادة الخبرية مباشرة على نفس النظام التحريري وتنمط في القوالب والاحجام والمواصفات الملائمة لشبكة الإنترنت. بجانب تمرير روابط الأخبار

لنشرها على مواقع التواصل الاجتماعي وهي خاصة توفرها أنظمة الأخبار الجديدة آلياً بمجرد الإنتهاء من تحرير الخبر لضمان الآنية.

تبحث غرفة الأخبار التلفزيونية الرقمية عن نفوذ أكبر لإيصال رسالتها لجمهور واسع ومتنوع، وأكثر حيوية، قادر على التفاعل مع لقصص الاخبارية، وليس سرا أن النشر على وسائل التواصل الاجتماعي في غرف الأخبار التلفزيونية أصبح أولوية لدى إدارتها، فالقصة الإخبارية أحيانا تنتج بنسختين، نسخة للبت الفضائي ونسخة لوسائل التواصل الاجتماعي.

(أبو عرقوب ، 2019م ، ص 23)

وحيث كانت الحاجة إلى أنظمة متعددة لمعالجة البيانات حسب وسيلة الاعلام النهائية " صحافة ، إذاعة ، تلفزيون ، موقع ويب ، مواقع تواصل إجتماعي ، هاتف ذكي " أصبح الآن من الممكن إعتقاد قاعدة عمل موحدة (Platform) وارضية تحتية واحدة لإستقبال البيانات ، تجميع الأخبار المركزي (Central News Gathering) وذلك لمعالجة الوارد من الأخبار ثم تكييفه ومعالجته وفق الوسيلة الأخيرة للبت والتوزيع ، فبعد اختيار القصص المناسبة يفترض إخضاعها للإجراءات التحريرية اللازمة لتتوافق مع معايير وسياسة كل منصة بما قد يشمل إعادة بعض الصياغات للعناوين . (أبو عرقوب ، 2019م ، ص 23)

لم تعد مختلف القنوات المنتمية إلى نفس المحطة مثلاً في حاجة إلى الإنتظار حتى يأتي دورها في الحصول على النسخة الأصلية للأنباء الوطنية أو تلك التي تأتي عبر أنظمة التبادل العربي أو الأوروبي (EVN) أو حقائب الوكالات أو عبر (FTP) ، من جانب آخر فإن مراسلي الأخبار يتولون إرسال موادهم "الفيديو" بالسيرفر بسرعة عالية ، واضعين البيانات الوصفية (Metadatas) التي ترافق مواضيعهم بفضل الكلمات المفتاحية التي تدل على المواضيع ومواقع التصوير والتاريخ فضلاً عن البيانات التقنية والفنية للمادة المصورة والتي ترفق آلياً مع كل مادة وهي حجم الملف وابعاده ودقة الصورة ومعدل الترميز الخ ، مع

معلومات الصوت المرافق ، ما يجعلنا نقر بأن عملية ترتيب وأرشفة الوثائق تنطلق منذ بداية الإنتاج.

البث أو التوزيع :

يمثل البث والتوزيع الجزء الظاهر والملموس بالنسبة للمتلقي ، فالإصدارات الإلكترونية لصحيفة معينة والرسائل الموجهة بشكل شخصي والرسائل القصيرة التي يتم إستقبالها على الهاتف الجوال توفر ضرباً من التواصل الآني المباشر والحميمية التفاعلية مع القارئ . أما بالنسبة للإذاعة والتلفزيون فقد سمح البث والضغط الرقمي بالحد من تكاليف نقل المعلومات وتوفير باقات خدمات ذات قيمة مضافة ، كما وفر البث الإذاعي الرقمي (Digital Audio Broadcasting) للمستمعين جودة صوتية غير مسبوقة لا سيما أثناء التنقل في السيارة.

وقد أدى بث البرامج الإذاعية والتلفزيونية على الإنترنت إلى تحطيم حدود البث الهرتزي والفضائي وحدود البرمجة الوقتية. فبرزت سياسة جديدة في البرمجة تعتمد على تخزين المحتويات الإذاعية أو التلفزيونية وذلك بقصد تمكين المتلقي من الإطلاع عليها لاحقاً في أوقات يختارها بنفسه (Podcasting) وقد تبنت المحطات التلفزيونية المحترفة خاصة الإخبارية المتخصصة هذا الأسلوب والشكل الجديد من البث الذي يتيح للمشاهد إمكانية التعرض للمحتوى حسب الرغبة (Catch up) (T.V) وجرت العادة أن يتم تخزين أهم لعروض الإخبارية الراجعة والبرامج المباشرة والمسجلة.

وساهم التلفزيون الرقمي الأرضي (DVB-T) الذي أقر في إنجلترا منذ عام 2002 في تخفيض تكاليف البث التلفزيوني الهرتزي الأرضي بما يعادل ست مرات وأكثر حسب نسبة الضغط المعتمد.

ما مكن المشتركين من إستقبال باقات من برامج التلفزيون إضافة إلى البرامج التفاعلية ودليل برامج القناة EPG وخدمات فيديو حسب الطلب Vod ، (Vedio On Demand) وهي خدمة تتيح للمستخدمين بها مشاهدة برامج أو أفلام بواسطة شبكة الإنترنت أو أنظمة تشفير الأقمار الإصطناعية أو عبر بعض خطوط الطيران للمسافرين. (قاموس أكسفورد المحيط إنجليزي - عربي، 1996م، ص 1191)

الأرشفة أو حفظ الوثائق :

لقد ولى زمن الورق بالنسبة إلى قطاعي التوثيق والأرشفة وظهرت ركائز بصرية جديدة ذات قدرات تخزينية ضخمة " الأقراص المدمجة ، أقراص الفيديو الرقمية " وقواعد معطيات إلكترونية على شبكة الإنترنت وأنماط جديدة لمعالجة المعطيات وحفظها ، إلى جانب أنماط متطورة للبحث تفتح آفاقاً تجارية للأرشيف المكتوب والسمعي البصري ، وتتوفر العديد من الخيارات للبحث سواء بالنص والقسم والدولة والموضوع والتاريخ كما تتيح بعض القنوات الإخبارية عرض النص الكامل لبرامج القناة مع تسجيلاتها الصوتية والمرئية بجانب أنظمة أرشفة ذكية تحتوي على روابط عنكبوتية تقود الزائر للموقع من خبر إلى خبر آخر في نفس الإتجاه الذي يبحث فيه. (غازي ، 2010م ، ص 159)

أما نظم التعرف البصري على الحروف (Optical Character Recognition-OCR) فقد فتحت مجالات جديدة في حقل النشر الإلكتروني تتسابق فيه الشركات العالمية مثل (Amazon , Google , Microsoft) وغيرها من الشركات العملاقة التي تسعى لكسب الذاكرة الإنسانية و تخزينها في مكتبات إلكترونية ضخمة يمكن تحميلها عبر الإنترنت .



شكل رقم (15) أنظمة التعرف البصري على الحروف Optical Character Recognition

وتقوم وكالات الأنباء العالمية بأرشفة المواد الإعلامية المختلفة التي تقوم بإنتاجها وتمتلك بعض الوكالات مثل AP كما هائلاً من الأخبار يعود تاريخ بعضها لأكثر من مائة عام ، وتمنح المستخدم لموقع الوكالة على الإنترنت خيارات متعددة في الحصول على المادة التي يرغب بتحميلها والجودة التي يرغب بها وفقاً لغرض المستخدم من توظيف المادة. وقد تمت الإشارة إلى البيانات الوصفية المصاحبة Metadatas التي تفرز فهارس لأحصر لها لمعالجة الأرشيف. وقد تبنت الشركات الكبرى التي تمتلك محركات بحث في الإنترنت هذا المفهوم لحق بها مواقع وكالات الأنباء ومواقع الصحف والفضائيات. (عياد ، 2016م ، ص 284م)

التحولات في مهن الإعلام :

من الإنعكاسات التي كانت للتطور التكنولوجي في مجال المعلومات والاتصال على مهن الإعلام أن بعضها قد إختفى وأن البعض الآخر أصبح عرضة لإعادة النظر سواء على مستوى الوظائف أو الصلاحيات. في حين برزت مهن أخرى إلى الوجود لتحتل موقعها في الساحة الإعلامية.

ويلاحظ الباحث أن المهن التي يغلب عليها الطابع التقني الإنتاجي مهددة أكثر من غيرها في المقام الأول. ففي مجال التلفزيون إختفى تقني المزج Mixage وملقط الصوت ضمن فريق التصوير التلفزيوني، وكذلك فني المونتاج "المونتير" ضمن فريق الأخبار ، لقد صار المحررون الميدانيون والمراسلون اليوم يقومون بالتصوير ويمنتجون ويمزجون موادهم

بأنفسهم ويصدق هذا بالنسبة لقصصهم الخيرية ولبرامجهم. غير أن المهنة التي تضررت كثيراً في الأخبار هي مهنة سكرتير التحرير ، فهذه المهنة التي تعد آخر حصن ضد الهفوات المهنية هي الآن بصدد التلاشي وتمت الإستعاضة عنها بوظيفة جديدة أطلق على صاحبها إسم " الناشر البصري " وحتى المدير الفني في بعض أقسام التحرير. وفي خضم هذا المشهد المتحرك برزت مهن جديدة ومهنيون جدد مثل المتخصصين في الحاسوب والجغرافيكس إضافة إلى المتخصصين في الجوانب الجمالية والمحرر الباحث وهو موثق متخصص في مجال التوثيق وبنوك البيانات ومدرب على البحث في الإنترنت. وتعددت الوظائف المتداخلة وبذلك وجب على المحرر أن يكون أكثر كفاءة وأكثر مرونة وأن يتحكم في التقانات الجديدة ، ويكون مهياً للتأقلم في عدة مناصب ووظائف.

باتت القنوات الإخبارية تواجه بعناء مشكلات تشخيص الأوضاع الداخلية على المستويين البشري والمادي ومسألة ضرورة وضع إستراتيجيات لمجابهة التحديات التقنية المتسارعة ، من ذلك أن المؤسسة الإعلامية لا تكاد تقتني جهازاً حتى يصبح قديماً .(الإذاعات العربية ، 2009م ص 21)

وتحاول كل مؤسسة أن تواجه هذه التقنيات حسب ثقافتها الخاصة وإرثها التكنولوجي. فليس هناك حلول قابلة للإستنساخ والنقل ، طالما أن ثقافات المؤسسات مختلفة والأرضية الثقافية والسياسية متنوعة ، إلا أن التكيف مع التكنولوجيات الجديدة سوف يتم دونما شك وفي كل البلدان وسوف يكون مؤلماً ، فالمسألة الأساسية المطروحة اليوم تتعلق بالكفاءات والموارد البشرية ، ذلك أن العديد من أرباب المؤسسات الإعلامية لم يدركوا بعد أن الثروة الحقيقية للمؤسسة تكمن في مواردها البشرية ، وهذا العنصر يفرض على المؤسسات مواجهة هذه التحولات التكنولوجية بعمليات وبرمجيات التدريب وإعادة التأهيل للعنصر البشري.

التحديات الجديدة للعمل الإعلامي :

وبقدر ما أصبح مفروضاً على الهيئات الإذاعية والتلفزيونية المرور إلى النظام الرقمي إنتاجاً وبتاً ، بقدر ما أثارت التحولات التكنولوجية رهانات كبيرة للإعلاميين العرب منها: (النجار، 2009م، 23-24)

- منافسة شبكات الإنترنت والمواقع والمدونات الشخصية.
- منافسة المحطات الإذاعية والتلفزيونية التي أنجزت بكلفة زهيدة مباشرة على الإنترنت.
- ضرورة عمليات التدريب في إعداد ومواكبة هذه الثورة الرقمية والتقارب بين المهارات القديمة "القيم المهنية" وتلك الحديثة في العمل المهني.
- إكتساب الثقافة الجديدة المبنية على العمل الجماعي والتآزري وعلى عقلية إقتسام المعلومة.
- أهمية العناية بالذاكرة الإذاعية والتلفزيونية من حيث ضرورة رقمنة الإرشيف التماثلي وصيانته ، وذلك بغرض حفظه من التلاشي بجانب إعطائه حياة جديدة ولإدخاله ديناميكياً في حلقة الإنتاج.
- تطوير البنى التحتية لقطاع الاتصالات وتقنية المعلومات.
- إصدار تشريعات وقوانين تنظم وتحمي العمل المهني في البيئة الإعلامية الجديدة.

أما الأهم فهو يكمن في عدم الإنبهار بالتقنيات وبالإمكانيات الإلكترونية الجديدة وإعتبارها مجرد آلة في خدمة المحتوى الإعلامي والإبداعي العربي الذي لابد من تطويره من حيث النوعية والجودة وخاصة من حيث الصدقية الإعلامية. فالإذاعة والتلفزيون لم تعودا وسيلة إعلام سريعة ، مقارنة بالإنترنت والرسائل القصيرة الهاتفية (SMS) و (News Alerts) بحيث وجب على الإعلامي العربي أن يفسر أكثر الأخبار المتشعبه وأن يعمق تقاريره ويبتعد عن سطحية العمل اليومي الآني.

تلك هي أهم التحديات المطروحة على الهيئات العربية الإذاعية والتلفزيونية العاملة في الأخبار وأهمها تكمن في إكتساب التكنولوجيا والسيطرة عليها وتوظيفها لخدمة الإبداع

العربي من خلال صياغة خطاب إعلامي متنوع يساهم في تأصيل الهوية الحضارية للمواطن العربي، ويعزز من قدرته على التعامل مع الواقع الجديد تعاملًا مدركًا، وليسهم أيضاً في تبصير الرأي العالمي بقضاياها المصيرية العادلة. (طلانة، 2014م، ص 257-258)

المبحث الثاني

نظم المعلومات في غرف الأخبار الحديثة

أصبح أمراً إعتيادياً أن تجد مذيع نشرة الأخبار محدقاً نحو ملايين المشاهدين أثناء قراءته للنشرة دون الحاجة إلى إستراق النظر بين الفينة والأخرى إلى أوراق النشرة أمامه على الطاولة، كأنه يحفظها عن ظهر قلب. أصبح إعتيادياً أيضاً أن نجد أمامه شاشة حاسوب مسطحة ليتفاعل مع جمهور المتلقين ويستقبل الرسائل الإلكترونية ويستجيب لتعليمات المخرج من غرفة التحكم.

كما أننا نلاحظ سرعة البديهة لديه أثناء محاورته للمراسلين وعرض تقاريرهم المباشرة من قلب الأحداث، كما أنه ينتقل بسرعة خاطفة من قراءة الأخبار المجدولة في النشرة ليقوم بقراءة خبر عاجل ورد للتو والعودة الى الاستمرار في النظر الى المتلقين دون إبطاء أو تأخير أو تردد.

وأصبح الإنطباع لدى الجمهور أن مذيع النشرة هو محررها ومخرجها وهو الذي يديرها من بدايتها وحتى نهايتها. ويعود الفضل في ذلك إلى أنظمة المعلومات التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من غرف الأخبار الحديثة، هذه الغرف التي أصبح الكثير من المحطات التلفزيونية تعتمد عرضها في بداية النشرة أو نهايتها، مستعرضة بلقطة سريعة مساحتها و تجهيزاتها التقنية والفريق العامل فيها كخلفية نحل لا تهدأ.

بينما ذهبت بعض القنوات وخاصة المتخصصة منها في الأخبار لعرض غرفة الأخبار كخلفية للمذيع طوال مدة النشرة ، ونجد في كثير من الأحيان أن مقدم أو مقدمي النشرة ينتقلون من مكان إلى آخر أثناء تأدية النشرة الإخبارية وكاميرات التصوير تقدم لقطات لهم من زوايا مختلفة تسمح بعرض أشمل لغرفة الأخبار الحديثة ، والفضل في ذلك أن أستديو الأخبار أصبح جزءاً من قاعة التحرير التي تتم فيها عمليات إعداد النشرة والتقارير الإخبارية والاتصال مع المراسلين والاستقبال والبث من وإلى قاعة الأخبار. وأستديو الأخبار غالباً هو عبارة عن غرفة زجاجية معزولة داخل هذه القاعة.

دور أنظمة المعلومات في غرف الأخبار الحديثة:

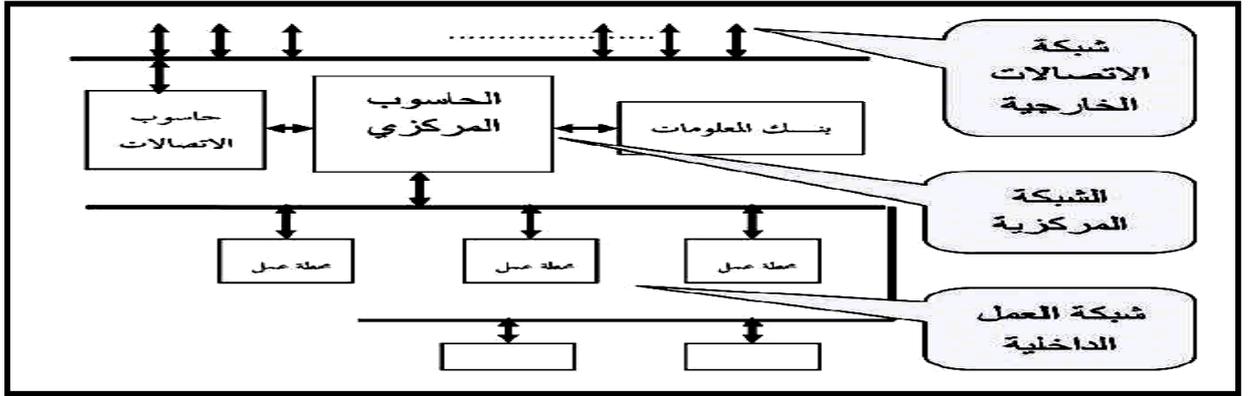
تعد غرف الأخبار بحد ذاتها نظام معلومات متكامل ومتربط وإن وجدت هنا أو هناك بعض التجهيزات القديمة أو غير المرتبطة بنظام المعلومات فهي في طريقها إلى الزوال لتحل محلها أجهزة رقمية تمثل جزءاً من نظام المعلومات الذي يحقق لغرفة الأخبار رسالتها التي وجدت من أجلها ابتداءً من مدخلاتها مروراً بعملياتها وإنهاءً بمخرجاتها ، وكان قد أعلن في المؤتمر الإقليمي والذي عقده الإتحاد الدولي للاتصالات (ITU) في جنيف 2006م بالاتفاق على خطة الانتقال إلى البث الرقمي عالمياً وتحديد العام 2015م موعداً نهائياً للتحويل إلى البث الرقمي والإستغناء كلياً عن البث التناظري في وسائل الإعلام حسب تعليمات الإتحاد الدولي للاتصالات ، إلا أن صعوبات واجهت هذه الخطوة .(مجلة اليونسكو - تقييم التطور الإعلامي في الأردن، 2015م، ص 101)

يتطلب البث الرقمي استقبال ومعالجة وتخزين واسترجاع المواد الإعلامية رقمياً ما يستلزم وجود نظام معلومات متكامل داخل غرف الأخبار بجانب إعداد فرق العمل لتكون قادرة على المواكبة والتعامل مع النظام الرقمي.

مكونات النظام الرقمي :

معظم نظم المعلومات الحاسوبية الحديثة هي نظم معلومات شبكية بمعنى أن تستند جميع نظم المعلومات على قاعدة وبنية شبكية كما هو مبين بالشكل وبطريقة مبسطة يتكون نظام المعلومات الرقمي الخاص بغرف الأخبار الحديثة (Information System) من ثلاثة أقسام: (ياسين، 2018م، ص 142)

1- الشبكة الخارجية : هي شبكة الاتصالات التي تربط غرفة الأخبار بمحيطها الخارجي .



شكل رقم (16) المخطط المبسط لمكونات نظام المعلومات

وتستخدم فيها العديد من وسائل الاتصالات القديمة منها والحديثة وتكون الشبكة مسؤولة عن الإستقبال والإرسال بنوعيه التماثلي والرقمي. ومن أنواع الاتصالات المستخدمة في غرف الأخبار خطوط الهاتف العامة (PSTN) ، خطوط الهاتف الرقمي (ISDN)، خطوط الهاتف المستأجرة " الثابتة" (Lease Line) ، الانترنت ، الأقمار الإصطناعية ، خطوط النقل الضوئية (Fiber Optic) ، المايكرووفيف وأنواع أخرى من الاتصالات اللاسلكية.

2- الشبكة المركزية: وتتكون من حاسوب مركزي (Main Server) ووحدة تخزين رقمية

مركزية تسمى بنك المعلومات (Information Bank) تحتوي على أرشيف المؤسسة الإعلامية ويوثق فيها كل أنواع البيانات الواردة والمعلومات الصادرة من وإلى المؤسسة.

ومن المعلوم أن البيانات التي تتعامل معها البيئات الإعلامية خاصة الأخبار تحتوي على النصوص والصور والفيديو والصوت أو ما يسمى بالوسائط المتعددة (Multimedia) وهذا النوع من البيانات يتطلب معدات معالجة سريعة وذات سعات تخزينية عالية ، ومن مكونات الشبكة المركزية مجموعة حواسيب مساعدة للحاسوب المركزي مثل حاسوب الاتصالات (ServerCommunication) وحاسوب التحكم والمراقبة لحماية بيانات المؤسسة الإعلامية من العبث أو التسريب أو السرقة أو التحريف وتقوم هذه المخدمات بعزل الشبكة الخارجية عن الشبكة الداخلية في القناة ، ومن هذه الحواسيب ما يسمى (Proxy) ، أو الجدار الناري (Firewall).

3- الشبكة الداخلية: وهي الشبكة التي تربط محطات " وحدات " العمل المختلفة (Clinets , Terminals) داخل غرفة الأخبار من أجل إنجاز العمل وتكامل عمل الفريق الواحد عبر ربط الجميع بناقل رئيس مع الحاسوب المركزي للمؤسسة الإعلامية. ومن هذه المحطات أو الوحدات :

أ- محطات "وحدات" تحرير الأخبار: وهي أولى المحطات " الوحدات " العاملة في غرفة الأخبار حيث يتم عبرها إستقبال الأخبار الواردة لحظة بلحظة وعلى مدار الساعة من وكالات الأنباء ، المراسلين الدوليين والمحليين ، محطات الأخبار العالمية ومن المؤسسات الرئاسية والسيادية مثل " القصر الجمهوري أو الملكي ومجلس الوزراء و الوزارات الخ ". وغيرها من المصادر.

حيث تتم معالجتها وإعادة تحريرها وصياغتها بما يتلاءم وتوجهات المؤسسة الإعلامية وسياستها التحريرية ، كذلك يتم على هذه الوحدات إعداد التقارير الإخبارية والقصص الخيرية المكملة للنشرة. وتكون هذه الوحدات مرتبطة مع طابعات ليزر عبر الشبكة الداخلية لنظام غرفة الأخبار لطباعة النسخة الورقية الاحتياطية للعرض الإخباري ، كما توجد بعض

الطابعات تؤدي مهام أقل من سابقتها وتعمل كبديل لها في حالات الأعطال. (Keirstead, 2004, P 109)

ب-محطات "وحدات" معالجة الفيديو:

تحولت معظم المؤسسات الإعلامية حالياً إلى الأجهزة الرقمية في المعالجة اللاخطية للفيديو (Non Liner Editing) وذلك نتيجة لإستخدام الفيديو الرقمي ما سمح بسرعة ودقة المعالجة للمواد الفلمية و الصور الواردة للأخبار وسهولة التعامل مع الكم الهائل لهذا النوع من البيانات والمعلومات الإخبارية. (سلسلة بحوث ودراسات إذاعية ASBU، 2013م ، ص 45)

ج - الأستديو فائق الجودة (High Definition):

يؤدي هذا الأستديو إلى نتائج ذات نوعية عالية في الصورة " دقة فائقة " ، حينما بدأ هذا النظام كانت تكاليفه باهظة ولكن بعد ظهور التقنية لرقمية عموماً وتطور الشاشات الرقمية ساهم هذا في إنخفاض التكلفة. (المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال ، 2014م ، ص 42)

د - تجهيزات الصوت:

يعد الصوت أحد العوامل الأساسية المكتملة للصورة وللتعامل مع الصوت علينا فهم طبيعة إستخدامنا له والبيئة المطلوب الإيحاء بها من خلال الظروف التي تستخدم بها أجهزة الصوت ، ومنها مازج الصوت الحديث (Sound Mixer) وهو جهاز توصل به كل مصادر الصوت في الأستديو ويقوم فني الصوت " مهندس الصوت" بموازنتها وضبطها حسب الموقف. وهي عملية دقيقة خاصة إذا كان الحدث مباشراً ولذلك لابد من فريق عمل متناغم متمرس يعرف التعامل مع جميع المواقف والظروف. وتقوم مازجات الصوت بخمسة وظائف رئيسة هي الإدخال ، المزج ، السيطرة النوعية ، الإخراج ، والمراقبة. (زيتل ، 2007م ، ص 363)

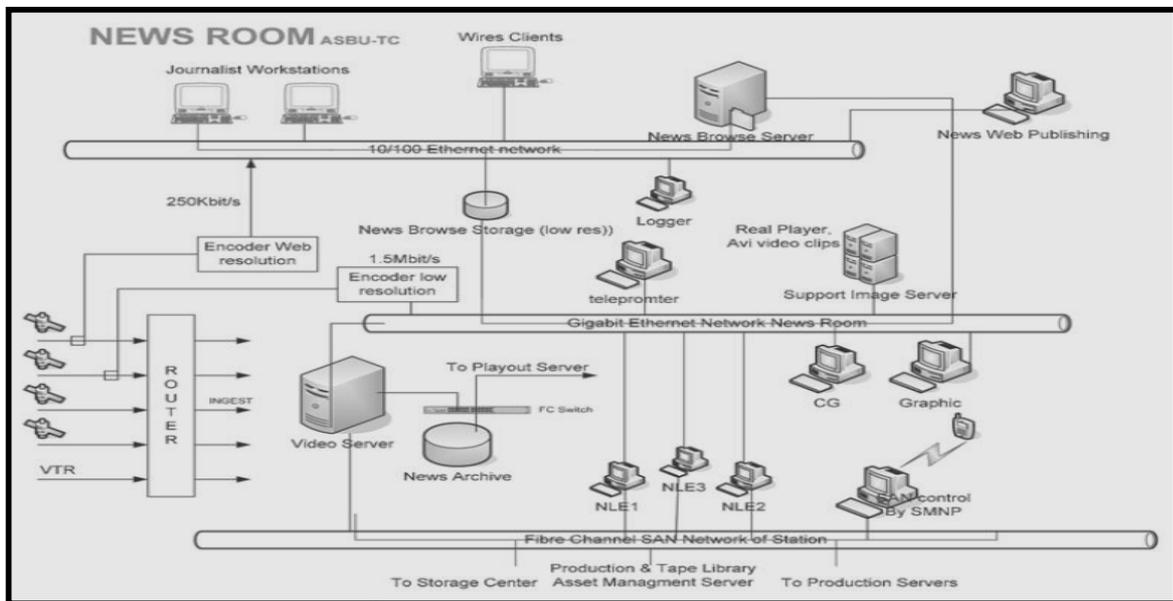
هذا بالإضافة إلى العديد من المحطات " الوحدات" المشاركة في إعداد النشرة وملحقاتها ، من تقارير وربورتاجات وجرافيك وفواصل وشعارات ومن أهم الوحدات:

شاشات العرض - Monitors	جهاز إنشاء الخطوط - مولد الرموز - Graphics Character Generator
شاشات القراءة - Telepromptors	أجهزة التسجيل الصوتي - Audio Record & Playback facilities
محطة التحكم الرئيس	أجهزة المؤثرات الصوتية - Sound Effects Box
محطة تحكم الأستديو	محطة التحكم الهندسي - Engineering Control

جدول رقم (1) الوحدات المشاركة في إنتاج العرض

الإخباري

ولإيضاح إستخدامات تقنية المعلومات في غرف الأخبار الحديثة نوض نموذجاً عاماً لنظام المعلومات المستخدم حيث يمثل نظام المعلومات الوارد بالشكل رقم (17) التجهيزات الرقمية والمعدات اللازمة لبناء شبكة حاسوبية متكاملة تمثل غرفة الأخبار الحديثة.



شكل رقم (17) شبكة غرفة أخبار رقمية والوحدات المرتبطة

بالنظام

نظام المعلومات في غرف الأخبار الحديثة

برامج الحاسوب التطبيقية في غرفة الأخبار:

الجانب الآخر لنظم المعلومات في غرف الأخبار الحديثة هو الجانب البرمجي (Software) ، إن البرامج التطبيقية التي يحتاج إليها محرر الأخبار عديدة ، ولكن أهمها برامج التحرير ، وهذه التسمية رمزية للدلالة على أن البرنامج يستخدم من قبل المحررين بهدف معالجة الأخبار النصية والصورية والصوتية والفيديو. وهناك العديد من الأسماء التجارية لبرامج التحرير ، منها ما هو مخصص لوكالات الأنباء ، ومنها ما هو مخصص للإذاعة والتلفزيون ومنها ما هو عام يصلح للإستخدام في البيئات الإعلامية كافة وتتشابه معظم برامج التحرير في الوظائف الأساسية التي تؤديها حيث أن هناك مواصفات عامة يجب توفرها في برامج التحرير ، بغض النظر عن الشركة المنتجة له مادام يلبي الغرض المطلوب في حوسبة الغرف الإخبارية. ومن هذه المواصفات الأساسية التي يتعين توفرها في برامج التحرير. (الإذاعات العربية، 2009م ، ص 29-31)

سهولة الإستخدام:

إن التقدم التقني والتطور في لغات البرمجة الحديثة سهل كثيراً إستخدام الأنظمة والتطبيقات البرمجية من خلال بساطة وسلاسة واجهات المستخدم (User Interface) المعتمدة على مبدأ الإختيار. وكذلك التعامل مع البرنامج من خلال أقل عدد من الشاشات لتنفيذ التعليمات والأوامر يعتبر ميزة إيجابية في سهولة التعامل.

توفر الوظائف الضرورية كافة:

نظام التحرير الإخباري يجب أن يوفر للمستخدم واجهة تعامل " محطة عمل " مع النظام المركزي الخاص بالقناة التلفزيونية ، حيث يسمح للمستخدم بقراءة الأخبار القادمة إلى المؤسسة ، وكذلك تصدير الأخبار إلى الأستديو ، كما يؤمن البرنامج الأدوات اللازمة لتحرير الأخبار وإرسالها بالبريد الإلكتروني عبر الشبكة إلى المستخدمين الآخرين، عليه فإن البرنامج التحريري الذي يقع عليه الإختيار من جملة برامج التحرير المطروحة كخيار للقناة يجب أن يعمل في الوسط النوافذي أي أن يعمل بنظام النوافذ وتحت بيئة ويندوز Windows أو ماك Mac ، وأن يكون متعدد اللغات.

الإنتحاح على البرامج والتطبيقات الأخرى:

نظام التحرير الإخباري المستخدم يجب أن يرتبط مع النظام الموجود في الحاسوب المركزي عبر الشبكة مباشرة أو عبر منفذ التتالي للسماح بالاتصال مع نظام المعلومات عن بعد عبر الخطوط المؤجرة أو خطوط الهاتف الاعتيادية أو حتى عبر الأقمار الإصطناعية. ويسمح بالتعامل مع البرامج والتطبيقات الأخرى التي يحتاج إليها المحرر في أداء مهامه ، مثل النفاذ إلى شبكة الانترنت والنفاذ إلى البرامج التي تتعامل مع الصوت والصورة والفيديو وغيرها.

تناسق و تنظيم بنية البرنامج :

أما بخصوص بنية البرنامج ، فالعمليات الرئيسة لبرنامج المحرر تكون واضحة ومرتبطة ، لكل عملية مجموعة من الأوامر تؤدي وظائف محددة ، ومجموعة هذه الأوامر موجودة في

قائمة معينة ولها إسم محدد ، يستطيع المحرر الإطلاع على أسماء القوائم بالنظر إلى أعلى الشاشة ، على سبيل المثال قائمة "ملف" (File) تحتوي على مجموعة الأوامر التالية :

إفتح (Open) ، إطبّع (Print) ، إحفظ (Save)، شارك (Share) ، أنشر (Publish)، إلى غير ذلك من الأوامر الاساسية ، بعض الأوامر عند إختيارها تقوم بتنفيذ المطلوب فوراً مثل إغلاق ملف ، بينما بعض الأوامر تقوم بتحويلك إلى نافذة أو نوافذ أخرى لتحديد المزيد من الخيارات لتنفيذ الأمر مثل أمر الحفظ ، وأمر المشاركة وغيرها.

سهولة التواصل مع فريق العمل :

نظام التحرير يجب أن يزود المستخدم بأدوات قراءة الأخبار المستقبلية وكذلك أدوات لتصدير الأخبار عن طريق نظام خاص للاتصالات يكون مرتبطاً بالجهاز المركزي لشبكة القناة، كما يوفر الخدمات البريدية بين المستخدمين ويرفع الأخبار المعدة من قبلهم إلى مسؤولي الأقسام المعنيين لإعتمادها أو إتخاذ قرار بشأنها ، و يسمح بنقل وتحويل البريد والأخبار إلى المستخدمين كافة.

سلسلة البحث و التصنيف و التجميع :

توفر الإمكانية للبحث عن الموضوعات الإخبارية بالطريقة التي يختارها المحرر، فمثلاً يريد الحصول على أخبار تتصل بموضوع رياضي ، أو بتاريخ محدد أو مكان معين أو شخصية ما الى غير ذلك من موضوعات .

قد يحتاج المحرر للحصول على أخبار ذات تصنيف معين ، مثل الأخبار العاجلة ، كما يمكن للمحرر أن يجمع أكثر من خبر في قصة إخبارية واحدة.

إمكانية المراقبة و المتابعة :

وهذه من أهم الميزات التي يحتاج إليها المحرر ، أن يتمكن من متابعة الأخبار الواردة إلى القناة حال وصولها من خلال استخدام أو مراقبة الأخبار حسب التصنيف أو الفئة التي يرغب. مثلاً محرر شؤون الشرق الأوسط بإمكانه طلب مراقبة آلية من نظام المعلومات لأي خبر يخص الشرق الأوسط.

إمكانية تتبع حالة الخبر :

إن معالجة الأخبار تحتاج إلى عدة مراحل قبل نضوج الخبر ليصبح جزءاً من النشرة ، فقد يكون الخبر قيد المعالجة ، أو يحول إلى من يعتمده أو قيد التدقيق أو تم تصديره إلى نشرة معينة في زمن معين أو نشرة متخصصة إقتصادية كانت أو تقنية أو رياضية الخ ، أو حتى منع من التداول وتم رفضه. وعلى المحرر أن يتمكن من معرفة حالة الخبر ليستطيع التعامل معه لتلافي التكرار والتضارب في المعالجة والتحرير ، حيث يتعين على المحرر معرفة تطورات الخبر في الوردية السابقة لورديته ليكمل ويتابع تطورات الخبر من حيث توقف زميله.

بنك المعلومات والملفات الإخبارية في نظام المعلومات - الميديا Media:

لكل مؤسسة إعلامية بنك معلومات خاص بها يكون فيه مخزون هائل من الأخبار اليومية والتي تصل إلى المؤسسة الإعلامية عبر شبكة الاتصالات الخارجية ، ومن وكالات الأنباء والمراسلين والإذاعات والمحطات التلفزيونية والصحف وغيرها العديد من المصادر ، سواء كانت محلية أو عربية أو عالمية. وتستفيد القنوات الإخبارية المتخصصة مثل شبكة العربية

من نظام معلومات رئيس يسمى Basis إضافة إلى إمكانية الاتصال بعدة بنوك معلومات موجودة في لندن. (السامرائي، 2019م، ص 118)

والطريقة الأحدث لتنظيم هذا الكم الهائل من الملفات الإخبارية وأرشفتها حاسوبياً عبرالسنين لتتحول إلى مكتبة إخبارية رقمية غنية هي وضعها في نسق يسمح بالتعامل معها بسهولة.

كما يسمح بإسترجاعها أو إسترجاع الجزء المطلوب منها ببساطة مع إمكانية إستخدام عناصر الميتاداتا (Metadatas) المعطيات المرافقة أو ما تعرف بالبيانات الوصفية في وصف جميع موجودات المكتبة الرقمية وهذه الطريقة هي كالتالي: (عبد الهادي، 2009م، ص 77)

➤ كل خبر قادم يصل إلى الحاسوب المركزي في القناة عبر شبكة الاتصالات يكون له رأس يسمى رأس الخبر، وهو الفقرة الأولى من الخبر وكذلك الفقرة الثانية بحيث تتضمن معلومات مترابطة عن الحدث وحقائق مفيدة للمتلقي بحيث تتضمن المقدمة المعلومات الأهم في الخبر وهي عبارة عن خمسة سطور يدون في كل سطر منها معلومة من المعلومات المهمة حول هذا الخبر ، وهي على النحو التالي: (حسن ، 2019م ، ص 159)

- ❖ السطر الأول - مصدر الخبر. أي الجهة التي أصدرت الخبر.
- ❖ السطر الثاني - تصنيف الخبر. سياسي ، إقتصادي ، تقني ، رياضي ، جوية الخ.
- ❖ السطر الثالث - أولوية الخبر . هل هو خبر مسبق ،عاجل أم عادي.
- ❖ السطر الرابع -وقت إصدار الخبر وتاريخه.
- ❖ السطر الخامس - عنوان الخبر يتضمن بدوره الكلمات المفتاحية للخبر التي تحدد موضوعه الرئيس.

من هنا يستطيع النظام الآلي معرفة هوية الخبر ونوعيته وأولويته وحجمه ووقت وتاريخ وصوله من خلال المقارنة بين مقدمة (Lead) الخبر الوارد والمعلومات المرجعية لديه. ويوضع في الجدول كملف إخباري بالمواصفات التي تم تحديدها كما هو موضح بالشكل)

18) ، ولما كان لكل محرر إحتياجاته الخاصة من الجدول الرئيس ، عمد المحررون لتكوين مجلدات يستدعى إليها فقط ما هو مطلوب من الجدول ، فمثلاً مجلد الإقتصادية يقوم بعرض الأخبار الإقتصادية دون غيرها .

وهناك مجموعات مختلفة من المجلدات حسب وظيفة الأداء داخل نظام غرف الأخبار وتكون موزعة على النحو التالي : - https://asbu.net/ar/2009_4204_ASBU

■ مجلدات حسب المصدر Source Folders : وهي خاصة بمصادر الأخبار المرتبطة بالقناة عن طريق نظام أو شبكة الاتصالات الخارجية مثل : وكالات الأنباء ، وتجمع فيها الأخبار المستقبلية حسب مصدرها. على سبيل المثال مجلد رويترز ، مجلد وكالة السودان للأنباء سونا ، مجلد الفرنسية الخ. يتم وضع الأخبار في هذه المجلدات آلياً حيث يقع تمييزها من خلال الرمز الذي يكون في رأس الخبر عند وصوله إلى بنك المعلومات. ولكل وكالة رمزها الخاص بها ، على سبيل المثال الرمز المرفق مع أخبار رويترز دائماً هو (RTR). كما يمثل المراسلون أيضاً مصدراً مهماً للأخبار و يفرد لهم مجلد خاص بهم .

■ مجلدات حسب نوع الخبر (Class Folder): وتحتوي على الأخبار التي تصنف آلياً عند وصولها إلى القناة حسب التصنيف المتبع على سبيل المثال ، مجلد الأخبار الداخلية ومجلد للأخبار العالمية ، مجلد الإقتصاد ، مجلد الرياضة الخ.

■ مجلدات حسب الأولوية (Priority Folder) : وتحتوي على الأخبار عند وصولها إلى القناة وترتب آلياً حسب الأولوية ، حسب مايرد في مقدمة الخبر. على سبيل المثال مجلد يسمى بسلة أولوية مسبق ، سلة أولوية عاجل الخ.

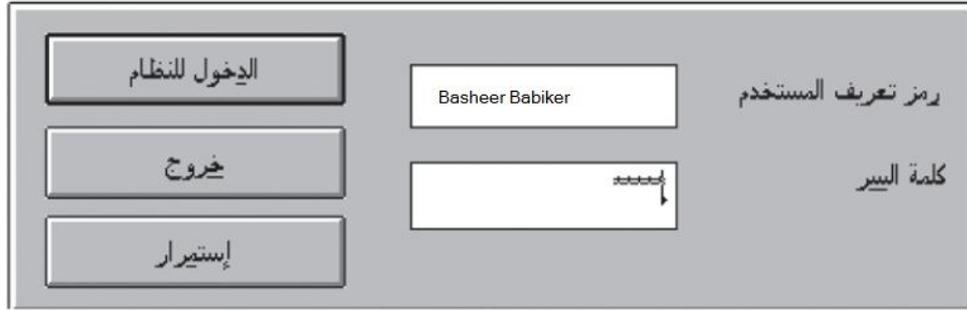
تقديم	ع	aws1	General	٢١,٠١,٠٣	١٢:٢٦	٢٨٠	تواصل المظاهرات في فنزويلا
جديد	٤	RTR	Political	٢١,٠١,٠٣	١١:٥٧	١٩٦	استمرار الممارس
جديد	١	سانا	اقتصادي	٢١,٠١,٠٣	١١:٥١	٣٤٣	دمشق / عبد الوهاب زيد/ العال
جديد	2	سانا	General	٢١,٠١,٠٣	١١:٣٧	١٢٦	اعتقال لاجئين كوريين في الصب
جديد	٤	كونا	رياضي	٢١,٠١,٠٣	١١:٣٧	٣٤٧	كوريا الديمقراطية / الولايات الـ
تقديم	2	الفرنسية	Political	٢١,٠١,٠٣	١١:٢٣	٢٢١	تركيا تبدل سياستها تجاه قبر
جديد	٤	SABA	رياضي	٢١,٠١,٠٣	١١:١٤	٤١	جهود دولية لتوحيد شطرى قبر
تقديم	٤	RTR	رياضي	٢١,٠١,٠٣	١١:٠٢	٢٧٧	الاضرابات في فنزويلا
تقديم	3	RTR	General	٢١,٠١,٠٣	١٠:٥٠	٣٨٠	الازمة العراقية
تقديم	٤	الفرنسية	General	٢١,٠١,٠٣	١٠:٤٢	٣٠٦	تصاعد الحملة الانتخابية في ام
تقديم	٤	السعودية	اقتصادي	٢١,٠١,٠٣	١٠:٤١	١٨٢	استشهاد فلسطيني واصابة خص
تقديم	٤	سانا	General	٢١,٠١,٠٣	١٠:٤١	٢٣٣	عدد من العواصم العالمية تندد بـ
تقديم	٤	السعودية	General	٢١,٠١,٠٣	١٠:٣٩	٢٣٣	اضراب فنزويلا
تقديم	٤	aws1	General	٢١,٠١,٠٣	١٠:٣٣	١٠٨	المراقبين الدوليين دمشق تقرير
تقديم	٤	RTR	Political	٢١,٠١,٠٣	٠٩:٤٢	١٧٦	فيشر / لا للحرب ضد العراق بو
مرفوض	٤	الفرنسية	General	٢١,٠١,٠٣	٠٩:٤٢	٨٢	بليكس / تصريح يقرا مع خبرنا
تقديم	2	السعودية	General	٢١,٠١,٠٣	٠٩:٤١	٧٠	العراق/مفتشون بغداد/٢٠/١/

الشكل رقم (18) جدول لنظام معلومات في قناة إخبارية

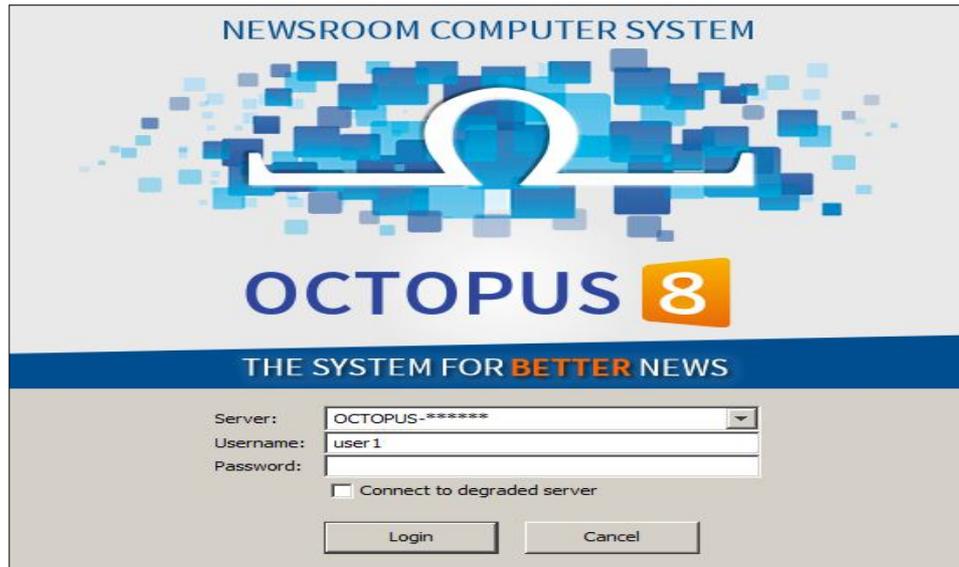
التعامل مع أنظمة غرف الأخبار :

المحرر عند استخدامه لوحدة الإنتاج "المحطة الطرفية الخاصة به" (Terminal) بهدف تحرير الأخبار أو الاطلاع عليها أو القيام بأي إجراء عليها ، إنما يتعامل مع نظام إخباري متكامل مكون مجموعة من البروتوكولات "الإجراءات" والبرمجيات منها ما هو مخصص لأرشفة الأخبار ومنها لإستقبال الأخبار ومنها لمعالجة الأخبار ومنها لبثها وغيرها. لذا لايسمح بالتعامل مع أنظمة الأخبار داخل المؤسسة الإعلامية دون تخويل مسبق، يسمح بالوصول إلى بنك معلومات القناة عبر شبكة الحاسوب والتعامل مع المشاركين الآخرين فيها ضمن الصلاحيات المحددة له مسبقاً. (Avid iNews User Guide , 2017 , P 23) ولكل مستخدم للنظام إسم خاص به (User ID) وكلمة سر "مرور" (Password) ، عند

الدخول للنظام (Login) يجب إدخال الإسم وكلمة السر الخاصة بالمستخدم عبر شاشة



الدخول إلى النظام كما هو موضح في الشكل (19)، توفر هذه الطريقة حماية من الدخول إلى نظام القناة لغير المخولين.



الشكل رقم (19) شاشة الدخول إلى نظام المحرر و نظام OCTOPUS 8

ويمكن إستخدام نظام المحرر او غيره من أنظمة غرف الاخبار للإرتباط بالشبكة المحلية للنظام أو إستخدامه عن بعد ، المستخدمون للشبكة محلياً يتم إرتباطهم مباشرة عن طريق نقاط الإرتباط المحددة في الشبكة وتسمى محطات العمل " وحدات ". أما المستخدم عن بعد

فيتم إرتباطه بالشبكة عن طريق ميناء التوالي (Port) من خلال خط ثابت أو خط هاتف عمومي بإستخدام الموديم أو عبر شبكة الإنترنت. وشاشة الدخول إلى النظام تحتوي على الخيارات التالية :

الإسم: حقل إدخال إسم المستخدم.

كلمة السر : حقل إدخال كلمة السر " وتظهر فيه الرموز المدخلة مشفرة "

الدخول : خيار دخول البرنامج مع الإرتباط بالنظام

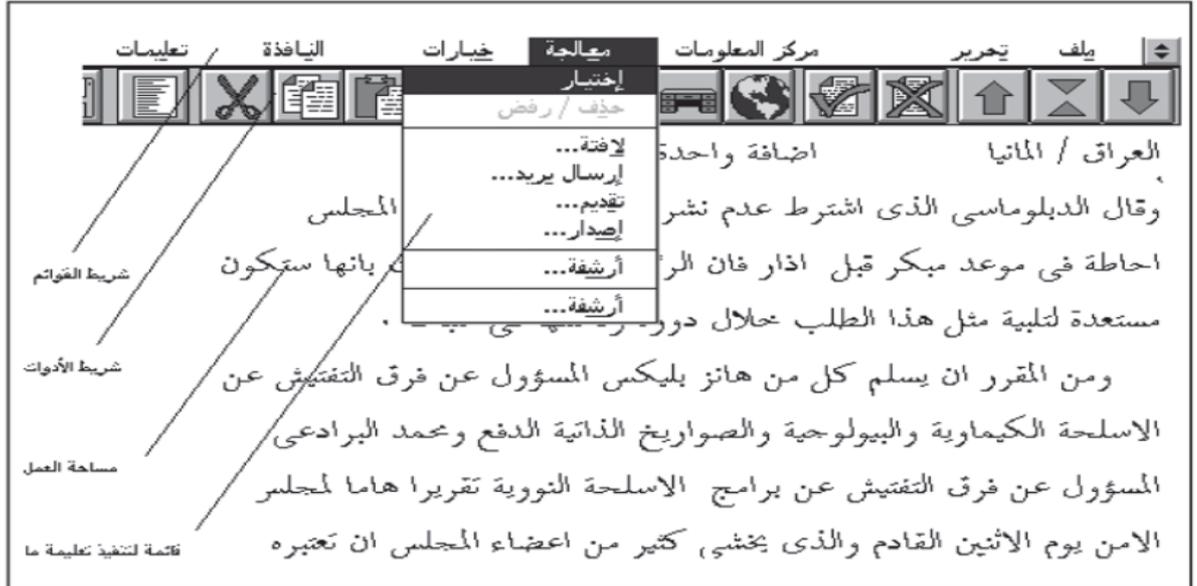
الخروج : خيار الخروج من البرنامج.

الإستمرار : خيار إستخدام محطة العمل بدون الإرتباط مع النظام.

عندما يتم الدخول إلى النظام بنجاح يتم الإنتقال إلى الشاشة الرئيسة ويتم إستدعاء صلاحيات المستخدم والخيارات التي يسمح له بالتعامل معها من نظام القناة.

إن الشاشة الرئيسة التي تظهر للمستخدم عند دخوله للنظام هي الشاشة الأهم على الإطلاق لأنها تمثل واجهة الاستخدام (User Inteface) وينطلق منها التعامل مع النظام برمته وهي نافذته الأساسية لذلك ، من الأهمية بمكان أن يعي المحرر كيفية التعامل مع هذه الشاشة ومعرفة جميع عناصرها ومكوناتها لينطلق منها إلى حيث يحتاج داخل نظام الأخبار. قد تختلف مكونات الشاشة الرئيسة للنظام حسب التصميم الذي تضعه الشركة المنتجة ، لكن القنوات كافة لها نفس الوظائف وتقوم بأداء نفس الدور ، لذا نجد دوما في الشاشة الرئيسة مجموعة من العناصر العامة التي تحتاج إليها القناة للقيام بمهامها في مجال صناعة الاخبار ، هذه العناصر هي:(الإذاعات العربية، العدد 4 ، 2009م ،ص 35-36)

- شريط قوائم الأوامر (Menu Bar): يوفر للمستخدم الأوامر والتعليمات كافة التي تستخدم في النظام عن طريق القوائم المسحوبة، فأى تعليمة يرغب المستخدم في تنفيذها وتكون ضمن صلاحياته سيجدها بالتأكيد في هذا الشريط.
- شريط الأدوات (Tool Bar) : يسمح بالإستخدام السريع للأوامر الأكثر إستخداماً في النظام من خلال التعبير عنها برموز (Icons) لذا هو شريط مساعد وليس أساسي.
- مساحة العمل (Work Space) : وهي المساحة التي تنفذ فيها وتستعرض نتائج التعليمات ، ويمكن فتح أكثر من ملف فيها وكل ملف يفتح تكون له نافذه في هذه المساحة.
- شريط المعلومات (Information Bar) : ويوفر معلومات حول النافذة النشطة والملف الذي تحتويه ، ويقدم معلومات للإطلاع فقط.



الشكل رقم (20) الشاشة الرئيسية في نظام المحرر

وظائف النظام الإخباري Main Functions:

بعد الاطلاع على قوائم الأوامر والتعليمات في الشاشة الرئيسية ، نستطيع حصر وظائف النظام الإخباري في ثلاث نقاط رئيسة هي :

- **بنك معلومات :** وهو قاعدة لحفظ المعلومات على وسائط متعددة ويتم ربطه مع شبكات المعلومات مثل الانترنت . (سلامة ، 2019م ، ص 110-111) على أي نظام يتبع للأخبار توفير بنك معلومات للمحرر يسمح له بالاطلاع على أحدث الأخبار بالسرعة والدقة والشمولية الكاملة ، وحسب الحاجة. وكذلك مراجعة ما يحتاج اليه المحرر داخل الارشيف بهدف مساعدته في اعداد التقارير والنشرات والبرامج.

- **الأدوات التحريرية :** على أي نظام إخباري توفير الأدوات التحريرية اللازمة للمحرر ليتمكن من صياغة الخبر وربطه مع غيره من الأخبار وتهيئة التقارير والنشرات من خلال الإنشاء وإعادة الصياغة أو الإضافة أو الحذف أو التعديل أو النقل أو إعادة الترتيب أو الدمج وغيرها من عمليات التحرير المطلوبة ، مع ضرورة إبعاد سيطرة الثقافة التقليدية في إدارة الأدوات التحريرية الرقمية الجديدة حتى لا تقل فعاليتها وتوظف بشكل يضيف للعملية التحريرية. (عبد الفتاح ، 2016م ، ص 52)

- **الإجراءات الصحفية :** لكل خبر دورة حياة في القناة ، يعد تتبعها من الأساسيات الضرورية لفهم الديناميكية التي يمر بها المنتج الإعلامي " الخبر " خلال دورة حياته منذ تقديمه وحتى إختفائه فهي بذلك تشبه دورة حياة الإنسان. (يوسف ، الصميدعي ، 2015م ، ص 269) بعد إعداد الخبر يمر في دورة إجراءات تختلف من محطة لأخرى ولكن لا بد للخبر من الانتقال من وحدة المحرر إلى وحدة المدقق اللغوي ومنه إلى رئيس التحرير الذي بدوره يرفض أو يعتمد الخبر ، ومن ثم تهيئة الخبر للبت أو الإرسال. كل هذه الوظائف يجب التعامل معها مباشرة عبر شاشة النظام الرئيسية، فالبرامج والأنظمة التي تستدعي من المحرر التنقل بين عدة شاشات لتنفيذ تعليمة ما تعتبر برامج ضعيفة ومعيقة للعمل ولا تلبى الإحتياجات والمقاييس المطلوبة لحوسبة البيئات الإعلامية.

إدارة نظم المعلومات في غرف الأخبار الحديثة :

إن نجاح أداء أي نظام حاسوبي مرهون بمدى الدقة والمرونة في إدارته. فكل عنصر من عناصر النظام ومكوناته تحتاج إلى وسائل ضبط وتوجيه من قبل الإدارة التي تحدد معالم النظام المطلوب ووظائفه الرئيسية. لذا عند إعداد نظم خاصة بالأخبار لا بد أن تكون مكونة من مجموعة من البرامج والتطبيقات، هذه المجموعة معاً تشكل منظومة متكاملة ومتراصة لأداء القناة ، وتحقق فوائد كثيرة أهمها تكامل العمل الإداري ومنع ازدواجية البيانات وإتاحتها في الوقت المناسب بجانب فوائد نظم المعلومات في الاتصال وفي تكامل العمل في القناة. (الهواسي، البرزنجي ، 2014م ، ص 202)

ومن أهم هذه البرامج برنامج الإدارة **Manager Program** الذي يسمح بإدارة ثلاثة جوانب مكونة لنظام غرف الأخبار هي كالتالي : (الهواسي، البرزنجي ، 2014م ، ص 133-134)

❖ **إدارة المستخدمين USERS** : من خلاله يمكن تحديد عدد مستخدمي النظام والإشراف على تعريفهم و كلمات مرورهم ، وكذلك تحديد صلاحيات كل منهم ، وهذه الصلاحيات تحدد في أي قسم يعمل المستخدم وما هي الأوامر التي يستطيع تنفيذها داخل النظام ، مثل تقديم الأخبار ، اعتمادها ، أو إصدارها . وكذلك تحدد له الأجزاء المسموح له بالوصول إليها داخل بنك المعلومات وداخل النظام بشكل عام. مثلاً المستخدم بشير بابكر قد يسمح له بالدخول إلى نظام الأخبار في القناة لكن تحدد صلاحياته فقط بالاطلاع وتحرير الأخبار الرياضية داخل مجلد وقسم الرياضة وهكذا.

❖ **إدارة بنك المعلومات Information Bank** : وهذا يعني أن تحدد الإدارة سياساتها وتوجهاتها لطبيعة بنك المعلومات الذي يجب توفره بين يدي المحررين داخل القناة ، وأهم مافي ذلك هو طريقة تصنيف الأخبار وأرشفتها ، فقد تكون تصنيفات الأخبار الواردة إلى المؤسسة ، فعليها تحديد التصنيفات المطلوب من نظام المعلومات الإلتزام بها أثناء التصنيف الآلي للأخبار.

❖ **إدارة شبكة الاتصالات Communication Net** :إن الجانب الأهم في عمل المؤسسة الإعلامية الإخبارية هو شبكة الاتصالات التي تربطها مع المحيط الخارجي. فمن خلال هذه الشبكة تستقي المؤسسة الإعلامية معلوماتها وبياناتها عبر وكالات الأنباء والمراسلين والمكاتب الصحفية والأقمار الإصطناعية وغيرها . لذا من الأهمية بمكان القدرة على التعامل مع هذه الشبكة والتحكم بخطوط الاتصال وصلاحياتها وقدرتها على إيصال المعلومات والحفاظ على درجة عالية من التفاعل بين القناة والعالم الخارجي. لذا يجب توفر الأدوات اللازمة عند الإدارة للتحكم بهذه الشبكة من خلال إمكانية ضبط مواصفات قنوات الاتصال لتلائم مع نوعية البيانات المستقبلية ، وكذلك إمكانية تشغيلها أو إيقافها حسب الحاجة.

كما يوفر نظام الإدارة العديد من التقارير حول مستخدمي النظام وأدائهم ، بجانب تقارير حول إنجازات المؤسسة وخطوط الاتصال وغيرها والعديد من المعلومات المهمة والحيوية لتقييم العمل وتطوير الأداء.

ويرى الباحث ان تأمين وبناء نظام معلومات في غرف الأخبار مع توفر البرمجيات والتطبيقات اللازمة أمر حتمي ، يسبقه تحديد المواصفات التقنية والوظائف العملية لهذا النظام .ولكن يبقى الأهم من ذلك هو إعداد وتأهيل وتدريب العنصر البشري الذي يحدد مدى نجاح المؤسسة من عدمه.

المبحث الثالث

الأبعاد الأخلاقية لأنظمة غرف الأخبار الرقمية

نشأة أخلاقيات المهنة الإعلامية ومفهومها:

لاشك ان أخلاقيات المهنة الإعلامية أصبحت مطلباً ملحا وأساسياً لدى العديد من المنظمات والحكومات وحتى الشعوب نظراً للدور الذي يؤديه الإعلام على الأصعدة كافة محلية وإقليمية ودولية خاصة أثناء النزاعات وهو دور أقل ما يذكر عنه أن له سلبيات وإيجابيات على حد سواء وفي كثير من الأحيان يكون تأثيره السلبي أكثر من إيجابياته ومنافعه ، هذا مادفع العديد من المنظمات المهنية والجامعات إلى محاولة وضع إطار أخلاقي لمهنة الإعلام قصد من ذلك تجنب الشعوب والامم لسلبيات الممارسة الإعلامية وتحقيق رسالة إعلامية فعالة تتسم بنوع من الموضوعية.(الشمالية ،اللحام ،الضلاعين ، كافي ، 2015 ، (25

تعريف مصطلح أخلاقيات الإعلام:

تضم القواميس العامة والمهنية تعريفات كثيرة لأخلاقيات الاعلام (المشاقبة ،2012، 61-70) تشير في أغلبها الى وثيقة تضم مجموعة من المبادئ والقيم والسلوكيات والتوجهات التي اتفق على الالتزام بها مجموعة من الصحفيين، لتحكم سلوكهم اثناء ممارستهم مهنة الصحافة في تخصصاتها المكتوبة والمرئية والمسموعة، إضافة إلى الإعلام الجديد. ويقصد بمجموعة من الصحفيين الاتحادات والنقابات واللجان والمفوضيات والمنظمات على مستوى الإقليم أو البلد الواحد او داخل مؤسسة صحفية واحدة. ويقصد بقيم ومبادئ أنها ليست نصوصاً قانونية تتم معاقبة من يخالفها، إنما سلوكيات إيجابية تؤدي إلى مهنة الاعلام وحمايته من أخطاء الممارسة. ولو أخذنا تعريف أخلاقيات الإعلام(Media Ethics) كما ورد في قاموس أكسفورد الجديد (2017 <http://www.oxfordreference.com>) فس نجد أنه يتحدث عن مبادئ ومفاهيم اجتماعية يصل عددها الى 17 أو أكثر، تتصل بمفاهيم «النزاهة، والموضوعية، والتوازن، والتحيز، والخصوصية، والمصلحة العامة، والصورة النمطية، والآداب العامة، وحرية التعبير، ومحاربة الفحش والقذف والتشهير، ومحاربة السرقات الادبية، وضبط

الإعلانات التجارية والمصالح الاقتصادية للمؤسسة الصحفية، وملكية الوسيلة الإعلامية، وعلاقة وسائل الإعلام بالجهات السياسية، وقضايا التنظيم الذاتي للعاملين في المهنة"، وكل هذه المبادئ تدخل في بناء الأخلاقيات.

تسميات مختلفة لأخلاقيات الإعلام:

في معظم الأدبيات والمراجع التي تتناول الأخلاقيات، يظهر أكثر من مفهوم يترجم الاخلاقيات،

ونجد المصطلحات التالية في هذا المضمرة:

Editors code of practice	Honor codex	Code of Ethics	ميثاق شرف أخلاقي
Declaration of Duties and Rights of.....	Ethical code of....	Code of Professional Ethics	مدونة سلوك
Media ethics charter	Charter of duties	Guideline (s) for ...	دليل السلوك المهني
Deontological code	Principles of conduct	Ethical code	Press Code

جدول رقم (2) التسميات المختلفة لأخلاقيات الإعلام

وهذه التسميات المختلفة تأتي تبعاً لقرار كل مؤسسة أو اتحاد أو نقابة، بما يتلاءم مع لغة البلد الأم ومع المعنى والمدلول المطلوب التعبير عنه في عمل نموذج أخلاقي لممارسة مهنة الإعلام. كما أن صياغة موثيق الشرف ومدونات السلوك تختلف من نموذج لآخر تبعاً ل:

1- الهوية السياسية للاتحاد أو النقابة أو المؤسسة الإعلامية.

2- المصالح الاقتصادية للمؤسسة الإعلامية.

3-الالتزامات المهنية للأجسام الإعلامية، سواء على مستوى النقابات او داخل المؤسسة الواحدة. وغالبا ما يتم تقسيم اساليب صياغة المواثيق والمدونات الى اسلوبين: (مشاركة ، 2017م ، ص 12)

منهج مثالي (Ideal Approach): تكون فيه اللغة مثالية وعالية ومواد الميثاق شرفية عليا، تخاطب اشخاصا تفترض فيهم المثالية والالتزام الجماعي، ولا تأتي على ذكر المصالح السياسية او الاقتصادية او الثقافية، وتستند الى الايمان بالإنسانية والنبيل والرشاد.

منهج معياري وظيفي (Normative Approach): وتتم فيه صياغة مواد الميثاق او المدونة بناء على معايير (Standers) ومصالح (Interests) وقواعد (Rules) ، وواجبات (Duties)، ومهارات مهنية، تؤدي جميعها الى قبول المخاطبين الذين هم الإعلاميون ومؤسساتهم بمواد مدونة السلوك او ميثاق الشرف الاخلاقي.

أهم مبادئ الأخلاقيات في مجال الإعلام :

تعد مواثيق الشرف المهنية Professional Codes من أهم محددات الأداء الأخلاقي لوسائل الإعلام ورغم أنها تطمح إلى معايير مثالية إلا ان مواثيق الشرف المكتوبة تحدد بعض السلوكيات الأخلاقية التي يجب الإلتزام بها من جانب الإعلاميين في أدائهم المهني.(نصر ، عبد الرحمن، 2009م ، ص 281).

تاريخيا، تم بناء مواثيق الشرف ومدونات السلوك على مبادئ عالمية متشابهة، وكان صاغة المواثيق يعبرون بخصوصيات بلدانهم او مؤسساتهم عن هذه المبادئ.

ومنهم من كان يضمنها جميعها، ومنهم من كان يأخذ منها جزئياً. ويتم اعتماد اصطلاح «مبدأ» او «قيمة» لبث معرفة جماعية ليس بالقانون، بل بالوعي العام بأهمية سلوك حسن يضمن تحقيق الغاية البشرية، وليس بالقسر والضبط كما يحدث في القانون بل بالتوعية العامة للوصول الى قيم مشتركة. والمبدأ او القيمة يعودان بالنفع على صاحبهما اذا سلكهما، وبالأزراء وعدم الاحترام من الاخرين اذا لم يسلكهما، اما القانون فيقود الى نص واضح يقود صاحبه الى النجاة اذا امتثل له، أو لدفع مخالفة وغرامة او الخضوع لعقوبة اذا لم ينفذه. ومن أهم المبادئ المهنية التي وردت في ادبيات وتجارب الاخلاقيات الإعلامية: (مشاركة ، 2017م ، ص 16-17)

1- حق الجمهور في معلومات صحيحة. People's right to true information.

2- التزام الإعلاميين بالموضوعية. Journalists Objectivity.

3- المسؤولية الاجتماعية. Social Responsibility.

4- لكرامة والنزاهة المهنية للإعلاميين. Journalist's professional integrity and Dignity.

5- المشاركة المجتمعية " العامة ". Public participation.

6- احترام الخصوصية والكرامة البشرية. Respect of privacy and human dignity.

7- احترام المصلحة العامة. Respect for Public Interest.

8- احترام القيم العالمية و «التعدد الثقافي». Diversity and Pluralism.

9- التعامل الانساني في زمن الحرب والصراع.

10- تحرير المعلومات لدمقرطة المجتمعات وخلق الحكومات المنفتحة.

11- المساءلة. Accountability.

12- العدالة. Justice.

13- الحرية. Freedom.

14- القيم المشتركة. Shared Values.

15- المهنية. Professionalism.

16- استقلال الإعلام. Media Independency.

تقاطع وتطور أخلاقيات الاعلام مع الحقول والمؤسسات :

منذ عقود، يزداد عدد مبادئ اخلاقيات الاعلام وبنود مدونات السلوك الإعلامي عبر قدوم بنود جديدة من حقول علمية وتخصصات انسانية واجتماعية اخرى، فمن الطب مثلا تأتي مبادئ عدم الترويج للاختراعات السلعية دون التحقق والتروي، ومن البحث العلمي جاءت بنود او تقاطعت، مثل الدقة والتحري من المعلومات والموضوعية، ومن الاقتصاد وعالم الاعمال جاءت مبادئ النزاهة والشفافية، ومن العائلة جاءت الخصوصية وحماية الاطفال من التأثيرات الضارة لوسائل الاعلام، وهكذا دواليك. (مشاركة ، 2017م ، ص 18)



الشكل رقم (21) تقاطع وتداخل أخلاقيات الإعلام مع العلوم الأخرى

أخلاقيات فرعية في الإعلام :

مع التطورات الكثيرة في تخصصات الاعلام الفرعية، ظهرت مدونات سلوك ومواثيق شرف خاصة بالمستجدات في التخصصات الإعلامية، فمثلا ظهرت المواثيق التالية:

- 1- مواثيق أخلاقيات التعامل مع الاعلام الالكتروني.
- 2- مواثيق خاصة بمنصات إعلام التواصل الاجتماعي.
- 3- مواثيق خاصة بالإعلام النسوي، او قضايا المرأة في الاعلام. " النوع"
- 4- اخلاقيات التحقق الإعلامي في غرف الاخبار. " موضوع هذه الدراسة"
- 5- ميثاق شرف للتعامل مع الاطفال في الاعلام.

المبادئ المهنية لأخلاقيات الإعلام: (البرغوثي ، 2017م ص 36-38)

أولاً : الصدق والأمانة:

يعتبر الصدق والأمانة من أبرز المعايير التي يجب توفرها في المعلومة المرسلّة للمتلقّي، فهي أمانة في عنق حراس البوابة الإعلامية وعنق وسيلة الإعلام تجاه الجمهور، فهي من جهة تعكس مصداقية الإعلام، ومن جهة أخرى تظهر مدى احترام الإعلام عقل الجمهور.

ثانياً : الموضوعية:

كثيراً ما يخلط الإعلاميون بين مصطلحي الموضوعية وعدم الانحياز، وكأنهما مصطلح واحد، علماً أن بينهما فرقا كبيراً. وهنا يجب التمييز بين المبدأين. الموضوعية كما يعرفها الدكتور عبد الوهاب المسيري هي: "إدراك الأشياء على ما هي عليه دون أن تشوبها أهواء أو مصالح أو تحيزات، أي تستند الأحكام إلى النظر إلى الحقائق على أساس العقل، وبعبارة أخرى تعني الموضوعية الإيمان بأن لموضوعات المعرفة وجوداً مادياً خارجياً في الواقع، وأنّ الذهن يستطيع أن يصل إلى إدراك الحقيقة الواقعية القائمة". (مجلة الفكر الإسلامي المعاصر، العدد 59، 2010م، ص 47)

ثالثاً : الحياد (عدم الانحياز):

يرى إعلاميون أميركيون وغربيون أن «محاولة جعل العالم مكاناً أفضل ليست هدفاً موضوعياً، فنحن لسنا مجرد مسجلات صوتية ونحن نستقصي: إنما إصلاحيون نبتغي الإصلاح.

ونستخدم الحقائق الموضوعية ونتعامل بموضوعية تجاه الحقائق، ذلك أننا نؤمن بأن أي محاولة لإصلاح العالم ستفشل إن لم تكن قائمة على واقع.

رابعاً : التوازن والإنصاف والعدالة:

هذه المبادئ مهمة ومطلوبة في عمل الإعلامي، حين يتعلق الأمر بأكثر من طرف. وفي أغلب الأحوال، نجد لكل قضية أو لكل حدث أكثر من طرف يؤثرون ويتأثرون، يصنعون الحدث أو يقع عليهم الحدث، وفي كل جناية جان ومجني عليه، أو ظالم ومظلوم، أو متهم وبريء.

وهذا يتطلب من الإعلامي أن يتيح المجال للأطراف المختلفة لتعبر عن نفسها وتدافع وتدلي بما لديها من معلومات ومواقف، ما استطاعت إلى ذلك سبيلاً. ومع ذلك، نجد أن وسائل إعلام تعلن عن نفسها أنها متوازنة وعادلة وليست طرفاً في أي معادلة أو في أي صراع، ولكن إذا تمت متابعتها، سنجد أن هذا التوازن وهذه العدالة في أحسن الأحوال ليست إلا مظاهر شكلية تستخدم ظاهرياً، فكيف يجري التحكم؟ (البرغوثي، 2017، ص 41-43)

1. انتقاء المتحدثين:

تستضيف الوسيلة ضيفين أحدهما يحمل وجهة نظر الوسيلة والآخر يتبنى وجهة النظر المغايرة، ونجد هناك من يتحكم في اختيار المتحدثين، فيختار شخصية قوية متحدثة تدافع عن وجهة النظر التي تريد تغليبها، ويختار شخصاً عصبياً ضعيفاً متوتراً يدافع عن وجهة النظر الأخرى.

2. التلاعب بالتكنولوجيا:

من خلال التحكم بالإضاءة والصوت والحرارة وكل المؤثرات التي يمكن أن تؤثر على المتحدث، فإذا كان سيتحدث لصالحها، ستوفر له الصوت الملائم والإضاءة الملائمة والجلسة المريحة وغير ذلك من الأمور التي تجعله مرتاحاً دون أي توتر أو إرهاق، وإذا كان العكس فسيكون العكس تماماً، ما يؤدي إلى أن يظهر المتحدث تعباً، أو يبدو صوته متقطعاً مشوشاً، ويبدو عليه النزق والعصبية، ما يؤثر على أدائه وسيكون حديثه مملاً، وبالتالي، ينفذ الجمهور من حوله. وهنا، نجد أن الإعلامي ووسيلة الإعلام بطريقة قد تبدو للمتلقي العادي أو المتلقي الساذج محض صدفة، فيما هي مكيدة مدبرة في كواليس إدارة المؤسسة.

3. التحكم في آلية الحوار وإدارة الوقت:

قد يُعطى الشخص المقرب من وسيلة الإعلام الوقت الكافي ليقول ما لديه، فيما المتحدث غير المرغوب فيه، يعطى وقتاً أقل ويتعرض لمقاطعة المحاور.

وربما تتاح الفرصة للمتحدث الآخر أن يقاطعه ويرد عليه، وهذا ما يشوش أفكار المتحدث غير المرغوب فيه أو المختلف، ويربكه ويثير أعصابه، وبالتالي، لا يعطى الوقت ليقول وجهة نظر متكاملة، ومن ثم يفقد أي تأثير في المتلقي.

4. التحكم في توجيه القضية:

يأتي ذلك من خلال توجيه الموضوع الوجهة التي تختارها وسيلة الإعلام، وطبيعة الأسئلة المطروحة، وطبيعة المداخلات، والأسئلة الإيحائية، والتركيز على تفاصيل صغيرة قد تحرف الحوار عن القضية المركزية، والتركيز على تنميط القضايا والأفراد والاتجاهات، سواء تعلق الأمر بالجنسية أو الجنس أو الدين أو اللون.

5. التركيز على أشخاص معينين واستبعاد أشخاص آخرين لا يروقون لوسيلة الإعلام.

6. تهميش معلومة أو رأي لصالح إبراز أو تضخيم معلومة أو رأي آخر.

خامساً : الاستقلالية :

أول شيء تسعى وسيلة الإعلام لتأكيدده في تحديد هويتها للجمهور هو وصفها لنفسها ب «المستقلة».

صحيفة مستقلة، مجلة مستقلة، فضائية مستقلة، ثم تكمل بقية الصفات، وذلك بهدف نفض أي غبار حزبي أو سياسي عالق بها حتى توهم المتلقي أنها بريئة من كل ذلك. وهنا يظهر خوف الوسيلة من أي انتماء أو ارتباط وهو في كثير من الأحوال ارتباط حقيقي ومؤثر في سياستها. وتأتي هذه الاستماتة من أجل إقناع الجمهور باستقلاليتها من أجل تضليله والتغطية على الارتباطات الحقيقية للوسيلة.

أخلاقيات تغطية الانتخابات : دور وسائل الإعلام أثناء الانتخابات:

أولاً : نقل المعلومات:

وسائل الاعلام هي وسائل لنقل المعلومات، ويتم نقل هذه المعلومات بناء على ميزان دقيق من المعايير والأسس. أول هذه المعايير أن تكون المعلومات جديدة، صحيحة، ومهمة. في الانتخابات، من المهم أن تعلم وسائل الاعلام الجمهور من يخوض الانتخابات ولماذا يخوضها. الاحزاب والأشخاص وخلفياتهم المهنية والسياسية والعائلية والدينية والمالية من المسائل المهمة للجمهور التي يقرر على ضوءها من يختار؛ فربما يظهر مرشح من خلفية

جنائية. حينها يتوجب على وسائل الاعلام أن تتنافس في اعلام الجمهور عن خلفية هذا المرشح. (دراغمة ، 2017م ، ص 77)

ثانياً: الرقابة :

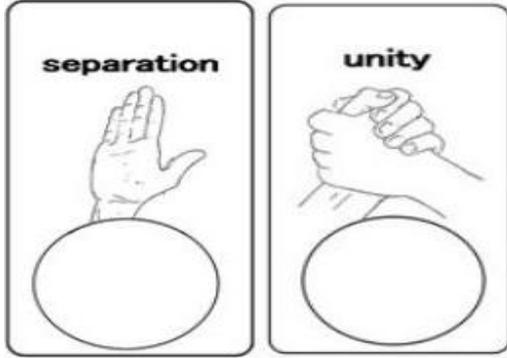
تعطى وسائل الاعلام الأولوية الأولى لتغطية الأخبار الجديدة، والمهمة، والمؤثرة، والمثيرة. وتضع، في المرتبة الثانية، على قائمة أولوياتها، الرقابة. لكن، رغم أن وسائل الاعلام توجه طواقمها لتغطية الاخبار أولاً، إلا أنه كثيراً ما تتصدر الأخبار والقصص الاخبارية الناتجة عن الرقابة قائمة أخبارها. وتتداخل الرقابة عند الإعلامي مع نقل المعلومات، فأى خبر يتابعه الإعلامي، يلعب فيه دور الرقيب، والباحث المتقصي عن الحقيقة. وفي فترة الانتخابات، تحظى الرقابة بمكانة عالية في وسائل الاعلام. فهي قد تقرر نتائج الانتخابات. فيكفي أن تعد وسيلة إعلام خبيراً أو تقريراً، أو تحقيقاً عن مرشح لمنصب حساس مثل الرئاسة، تكشف فيه أشياء حساسة عن ماضيه أو حاضره، أو تحالفاته السياسية لتحكم عليه بالنجاح أو الفشل. (دراغمة ، 2017م ، ص 78)

ثالثاً : إرشاد الجمهور:

الدور الثالث لوسائل الإعلام في فترة الانتخابات هو تقديم إرشادات للجمهور حول العملية الانتخابية، وأنظمة الانتخابات، وطرق الاقتراع، وأماكن الاقتراع، وشعارات الكتل والقوائم وغيرها.

وتقدم بعض وسائل الإعلام، خاصة العامة الممولة من دافعي الضرائب، فرصاً متساوية للمرشحين، خاصة مرشحي الرئاسة، ورؤساء الكتل والأحزاب، لتقديم برامجهم للجمهور

مجاناً، بغرض تعريف الجمهور على المشهد الانتخابي، وإعطاء فرص متساوية للفقراء والأغنياء . (دراغمة ، 2017م ، ص 78)



الشكل رقم (22) إرشادات وتوعية لإستفتاء جنوب السودان 2010م -تلفزيون السودان

قواعد التغطية الإعلامية للإنتخابات : (دراغمة ، 2017م ، ص 81)

الدقة:

يتمثل الشرط الأول في التغطية الانتخابية في الدقة. وهي المفتاح الأول للتغطية، وأي تغيير في الأرقام، والأحجام، والأفكار، والتحالفات وغيرها من المعلومات الانتخابية، سيحمل معه تأثيرات مباشرة على حملة مرشح أو كتلة ما سلباً أو إيجاباً .

الموضوعية:

الموضوعية مطلوبة في مختلف التغطيات الإعلامية، لكنها تكون محط تدقيق وتمحيص بصورة أكبر اثناء تغطية الانتخابات، لأن الكتل المتنافسة والمرشحين المتنافسين يراقبون كل خبر وكل تغطية لحملاتهم وحملات خصومهم، ويسجلون الملاحظات بشأنها وقد يتخذون مواقف منها.

وفي هذه الحالة، فإن أي خبر أو تقرير موجه لخدمة مرشح على آخر، أو كتلة على أخرى، قد يحمل نتائج خطيرة.

انحياز الصورة:

ثمة انحياز في الصورة التي يختارها المحرر أو المصور لحدث ما. ويتعمد بعض المصورين او محرري الصور اختيار صورة بأئسة لشخص ما انطلاقا من موقف سياسي وليس إعلامي.

الشمول وليس المركزية:

اعتاد الصحفيون تركيز تغطيتهم لأخبار الانتخابات على ما يجري في الحملات المركزية للكتل في المدن الرئيسية، وقلما غادر صحفي المدينة الى الاطراف لعمل تقرير عما يجري فيها، علما أن اعداد الناخبين الذين يقررون نتائج الانتخابات في الأطراف، أكبر بكثير من اعدادهم في المركز. والشمول مهم في التغطية الانتخابية لتحقيق التوازن.

قوة المصادر:

هناك أخبار بحاجة الى مصادر معلومات، لكن هناك أخبار بحاجة الى وثائق لأن المصدر الشفوي لا يكفي. الخبر المعلوماتي يتطلب مصادر ذات صلة. بعض الأخبار يكفي لنشرها مصدر واحد. وبعضها أكثر حساسية تحتاج إلى أكثر من مصدر. لكن عندما يكون لدينا خبر يتعلق بحالات فساد وتجسس او خيانة زوجية، فإن نشره يتطلب وثائق، فلا يمكننا أن ننشر خبرا عن حالات فساد أو تجسس، دون وجود وثائق أصلية. ويجب فحص الوثائق من جهة مختصة قبل المصادقة على نشرها. وفي حالات الفساد والتجسس او العلاقات الجنسية، هناك قوانين تمنع نشر الأسماء قبل صدور حكم قضائي يدينها، لذلك، فعلى الصحفي الحذر لأن أي خطأ هنا قد يقوده الى السجن والإفلاس جراء قضايا التعويض التي يرفعها عليه المتضررون، ويقود المستهدف الى السقوط في الانتخابات ربما من غير وجه حق.

الوعد الانتخابية :

الحملات الانتخابية مليئة بالوعد، فكيف لنا أن نتعامل معها؟ غالبية الوعد تحمل مبالغاة، تصل حد الوعد بالتحريير الوطني، والازدهار الاقتصادي والإسكان وغيرها. على الصحفي أن يتجاهل الكثير من الوعد، وأن يركز على المتابعات الاخبارية الرصينة.

نزاهة الصحفيين:

التحدي الأكبر أمام الصحفي ألا يجري استخدامه من قبل المرشحين ومراكز القوى. جميع المرشحين يتوقعون من وسائل الإعلام ليس فقط ان تدعمهم، بل أن تكون بوقا لهم.

على الصحفي أن يذكر السياسي دائماً بأنه ليس في جيب أحد، وأن وظيفته هي نقل الأخبار وليست الترويج لأحد. تنتهي حياتنا المهنية عندما نروج لأحد المرشحين، عندها نصبح جزءاً من طاقمه الانتخابي، عندها ننتمي إليه وليس إلى الجمهور، وليس إلى المهنة.

محاذير يجب التوقف عندها طويلاً وتجنبها في التغطية الانتخابية: (دراغمة ، 2017م

، ص 84)

التسريب:

تكثر أثناء الانتخابات ظاهرة تسريب الأخبار. وغالباً ما يكون الهدف من التسريب التأثير سلباً على دعاية الخصم، أو الترويج لمرشح. لذلك، علينا الحذر الشديد إزاء كل خبر انتخابي سيئ عن الخصم وجيد عن المرشح.

الاستطلاعات التجارية:

تتسابق وسائل الإعلام على نشر نتائج استطلاعات الرأي العام أثناء الحملات الانتخابية. علينا الحذر الكبير أثناء تغطية نتائج استطلاعات الرأي أثناء الانتخابات، فثمة استطلاعات تجارية غالباً ما تكون نتائجها وهمية وموجهة. فهناك من يحاول إعطاء انطباعات قوية عن نفسه للجمهور، لخلق مكانة متقدمة له في المنافسة. إحدى الوسائل التي يلجأ إليها هؤلاء لتحقيق مآربهم هي بعض مراكز استطلاعات الرأي التي تقدم نتائج حسب الطلب، وحسب الدفع.

الشائعات الانتخابية:

كثير من القوى الانتخابية تعتمد الى نشر شائعات عن نفسها وعن الخصوم لتعزيز مكانتها وللتقليل من شأن الخصوم.

وهذه الشائعات تتعلق بتوزيع أموال أو مساعدات عينية، أو تحالفات غير محمودة. بعض الصحفيين ينشر الشائعات دون فحص، وهذه إحدى الخطايا الكبرى في العمل الصحفي والاعلامي التي ترقى إلى درجة الجريمة الانتخابية.

الهدايا :

تزدهر العطاءات والهدايا أثناء الانتخابات، والبعض منها يتجه نحو وسائل الاعلام. لذلك علينا الحذر، فالمثل الاميركي يقول: "لا وجبات مجانية". ومن يقدم لك هدية أثناء الانتخابات، فإنه حتما ينتظر الثمن، والتمن قد يكون باهظا، وقد يصل الى مصداقية الصحفي ومستقبله المهني.

أخطاء قاتلة : ثمة أخطاء صحفية يطلق عليها صفة "قاتلة" في الظروف الطبيعية، لكن في تغطية الانتخابات تصبح الصفة أكثر واقعية لأنها ربما تؤدي الى قتل فرصة مرشح ما في الفوز، وقتل فرصة وسيلة اعلام للرفعة والرقي. ومن هذه الاخطاء:

• اساءة الاقتباس .

•المبالغة .

•التقويل .

•التعميم .

أخلاقيات الملكية الفكرية وحماية المصادر والمبلغين:

مفهوم الملكية الفكرية في النطاق الصحفي وحقوق الصحفي ومسؤولياته :

الملكية الفكرية: حسب تعريفات المنظمة العالمية للملكية الفكرية ، فهي مجموعة الحقوق التي تحمي الإنتاج الفكري والإبداعي الإنساني. وتنقسم إلى الحقوق الصناعية، وتشمل: براءات الاختراع، والعلامات التجارية، والرسوم، والنماذج الصناعية والدوائر الإلكترونية المتكاملة، والمؤشرات الجغرافية والتنوع النباتي، والحقوق الأدبية وتضم: "حق المؤلف والحقوق المجاورة والمعارف التقليدية". (سعادة ، 2017م ، ص 93)

حق المؤلف والحقوق المجاورة :

حق المؤلف مصطلح قانوني يصف الحقوق الممنوحة للمبدعين فيما يخص مصنفااتهم الأدبية والفنية. ويغطي حق المؤلف مصنفاً واسعة، من الكتب والموسيقى واللوحات الزيتية والمنحوتات والأفلام، إلى البرامج الحاسوبية وقواعد البيانات والإعلانات والخرائط الجغرافية والرسوم التقنية.

أهمية حماية الملكية الفكرية:

ويشجع قانون حماية الملكية الفكرية احترام القانون والتنافس الفكري الحر، ويهيئ لأجواء ملائمة لتطور الثقافة والوعي والتدفق الحر للمعلومات ويزيد من الحريات العامة وأهمها حرية الرأي والتعبير. والمبدعون والمخترعون والمتقنون، هم الرافد الذي يعول عليه المجتمع

لتطويره، وإذا استطاع القانون حفظ حقهم ضمن بيئة قانونية تنظم لهم نشر منتوجهم الفكري فيشتى المجالات، ويكون لهم مردوداً مادياً ومعنوياً؛ فسيتحقق التطور المجتمعي والانتفاع من تقديم المنتج الفكري.

أخلاقيات الإعلام الحربي :

ضرورة التمييز بين الوطني والمهني في مهنة الإعلام:

تؤدي الصراعات في كل العالم الى تغليب الوطني على المهني، والانحياز للعاطفي على حساب الموضوعي، فوجود الممارسات الحربية التي تشوه الحقائق وتقلب المعايير تؤدي الى تخندق القطاعات البشرية كل خلف انتماءاتها الوطنية او العرقية لدى كثير من التجارب الاعلامية في العالم.

إن لأخلاقيات المهنة الإعلامية منطلقات متنوعة ومتعددة ترجع في الأساس إلى المدرسة الإعلامية لكل إعلامي، وفي المقام الأول الأخلاق الإنسانية والحقوقية، إلا أن لدى البعض معايير أخرى لها علاقة بالإطار الحزبي والتنظيمي والوطني. (شمعون وخضر ، 2017م ، ص 99)

الوطنية والإنسانية والأخلاقيات الإعلامية:

إن مصطلح الوطنية هو أساس لكل إعلامي، وتتبع أخلاقيات المهنة من خلاله كمفهوم شامل ملخص لكيونة البشر، بمن فيهم الصحفيون، ويجب الالتزام بكل ما يتعلق بالوطنية في العمل الإعلامي، لكن يجب ألا يكون ذلك على حساب المهنية، ويجب الانتباه لعدم

الإغراق في الوطنية واعتبارها مثل "التابوه"، فهناك كلاشيات فارغة تروج باسم الوطنية لكنها بعيدة عن مضمونها وفحواها.

التوازن بين الحرية والمسؤولية:

يرتكز مفهوم أخلاقيات الإعلام على معادلة طرفاها: الحرية، والمسؤولية الاجتماعية، والأساس في هذا المفهوم هو تحقيق التوازن بين طرفي المعادلة، فكلاهما عنصر مهم لا غنى عنه في مهنة الإعلام. ووفق تصنيفات المسؤولية الاجتماعية للصحافة، يقسم لويس هودجيز المسؤوليات الصحفية إلى وجوبية، وتعاقدية، وذاتية: الأولى يتم تحديدها عن طريق الحكومات كما تظهر في المراقب الخارجي للنظام الإعلامي، أما التعاقدية التي تتم عبر ميثاق مع المجتمع وليس عقدا رسميا مكتوبا، فالمؤسسات الإعلامية تهتم بما تحتاجه الجماهير، والجماهير حرة في اختيار منتجات المؤسسة.

بعض أشكال انتهاكات أخلاقيات الإعلام في ظل الصراع: (شمعون وخضر ، 2017م ، ص 100)

1-التهويل والتضخيم في الأخبار الصحفية في زمن الحرب هما من أبرز انتهاكات أخلاقيات المهنة التي يتسابق لها الاعلام.

2-الرقابة الذاتية التي قد تكون سلبية حين تتقاطع مع حق الجمهور في المعرفة، فليست كل رقابة ذاتية إيجابية. ومن هنا، يجب إعادة تعريف المفهوم لدى كل زميل وزميلة من زاوية أخلاقيات المهنة الإعلامية.

3-نشر صور الأشلاء والدماء الكثيرة تؤثر كثيرا، خاصة فيمن يتعرضون للعدوان فعليا.

4-نشر صور المساعدات الإنسانية، وتصوير الناس وهم يتلقون المساعدات تشكل إهانة للناس.

5-استخدام صور الأطفال الصغار وهم يحملون السلاح وترويجها مسيء لأخلاقيات المهنة وانتهاك لحقوق الطفل.



الشكل رقم (23) أطفال يحملون السلاح يتبعون لقوات الدعم السريع في طريقهم لليمن

6-التسرع في نشر اسماء الضحايا دون التأكد منها او بالاعتماد على مصادر مضللة تريد التأثير على الصراع.

7-أخذ التصريحات من مصادر حربية فقط وعدم مطابقتها بمصادر مدنية من محللين ومشاف ومؤسسات دولية أو عمل اهلي.

8-تعريض حياة المصادر للخطر بنشر شهادات قد تكون ضد مصلحة خصم ما قد يقوم بالانتقام من الشهود أو المصادر.

9-تغطية مواقع حربية ممنوع التصوير او البث فيها، هذا قد يستخدم كحجة للاطراف المتحاربة للتعرض للإعلاميين بالعنف او الحبس او الاتهام بالتخابر .

10-التحريض على القتل او الكراهية، فالإعلام حقل انساني اولا واخيرا من اهدافه احداث السلم الاهلي .

11-السماح للمتحاربين باستخدام شارات ومعدات الإعلام في العمليات الحربية، أو الخلط بين المشاركة في قتال وتغطية إعلامية.

12-نشر صور المتحاربين دون اخذ انهم، ما قد يعرضهم للملاحقات والانتقامات المتبادلة.

13-نشر معلومات عسكرية عن اعداد الفرق العسكرية او مواقعها وعتادها وتحركاتها ما لم يسمح بالنشر من الجهة المختصة.

14-المتاجرة بأحزان وأفراح الأطراف المتحاربة، أو الترويج الإعلامي عبر صور الموتى ومشاهد الويلات .

معايير في سلامة الإعلاميين في النزاعات: .(شمعون وخضر ، 2017 ، ص 102-103)

يتطلب العمل الإعلامي في أوقات الاقتتال والحرب والنزاعات والكوارث قدرا عاليا من المهنية وكذلك الحذر للحفاظ على السلامة الشخصية التي تأتي أولا، ففي مثل هذه الأوضاع يحاول كل طرف او شخص ان يسيطر على وسائل الاعلام وما تنشره من معلومات في مسعى للدعاية وليس في إطار نشر الحقيقة، وفي مثل هذه الحالات تكون

الحقيقة اول ضحية للحروب والنزاعات. لذلك على الإعلاميين المهنيين ألا يقفوا ضحية للدعاية وان يقوموا بكشف الحقائق التي قد لا تكون سارة لطرف من الأطراف.

ربما يكون الإعلاميون العاملون في مجال الإذاعة والتلفزيون أكثر عرضة للمخاطر، فبمجرد وجود الكاميرا او الميكروفون، قد يصبح الطاقم المرافق هدفا، كما ان البعض قد يسيء فهم العمل الإعلامي بحيث يعتقد ان وجود الإعلام في موقع معين خلال النزاعات هو نوع من إعطاء الشرعية للخصم وبالتالي التعرض للطواقم الإعلامية.

خلال تغطية للنزاعات، يتعين أن يضع الإعلامي نصب عينيه ان سلامته تأتي أولا، فأى تقرير مهما تكن أهميته، لا يستحق الموت ولا الإصابة، فلا يخاطر بنفسه، كما أنه من المهم أن يدرك ان الإعلاميين الذين يعرضون أنفسهم لمخاطر كبيرة، قد لا ينجون منها بسبب حسن الحظ، بل لأنهم يحسنون الاستعداد.

• إن مهمة الإعلامي في موقع الاحداث الساخنة هي أن ينقل الحقيقة وألا يكون طرفا في النزاع وأن يبقى خارج دائرة الاضطراب بدلا من أن يحاول العمل داخل حشد يقوم بأعمال الشغب أو بين جماعتين مسلحتين خلال الاشتباكات، وعلى الإعلامي أن يبقى ما أمكن دون أن يلتفت إليه وألا يزيد من اشتعال الموقف.

بعض النصائح المهنية لسلامة الإعلاميين في حال الصراع الحربي :

- أن يكون صارما ومحايدا، ويظهر موضوعيته وعدم تحيزه.
- أن لا يحلل ولا يتنبأ، بل يقوم بعرض الموضوع كما يراه من موقع الحدث.
- تحقيق التوازن ونسبة الاقوال الى مصادرها.

• في بعض الأحيان على الإعلامي القبول ببعض القيود على ما يستطيع قوله وما لا يستطيع لأسباب تتعلق بسلامته الشخصية وامنه.

• لا يتباطأ في مكان الخطر، منتظرا تلك اللقطة الجيدة أو ذلك المقطع الصوتي الجيد أو فقط ما سيورده شاهد عيان آخر، وحينما يتوفر له ما يكفي، يجب أن يغادر مكان الخطر بسرعة.

• في المواقف الخطيرة جدا، يمكن غالباً ان نقل موضوعاً صحيحاً ومثيراً للاهتمام، مستخدماً مصادر ه دون ان يزج بنفسه في الخطوط الامامية.

• لا يضع نفسه مباشرة بين جماعتين متنازعتين.

• لا يظهر وكأنه طرف في النزاع و أن يرتدي ملابس تميزه عنهم و أن يتأكد من أن معداته مرئية للعيان حتى لا يخطئ أحد بظنها نوعاً من السلاح.

أخلاقيات الإعلام الجديد - تعريف أخلاقيات الإعلام الجديد:

يعتبر «ستيفن وورد» أن أخلاقيات الإعلام الجديد أو "الإعلام الرقمي" تعالج المشاكل الأخلاقية في الممارسات والمعايير لوسائل الإعلام الرقمية، ويشمل أسئلة حول الكيفية التي ينبغي استخدام الصحافة المهنية في «الإعلام الجديد» في المادة التي يتم تقديمها للمواطنين . ويجد " وورد" صعوبة في تحديد الجهة التي يتوجب عليها وضع محددات واضحة لأخلاقيات الإعلام الجديد، نظراً لاختلاط الممارسين ما بين صحفيين محترفين

ينتمون لمؤسسات إعلامية وبين صحفيين هواة "الصحفي المواطن"، وهذا التحدي يتفق عليه الكثير من المنظرين. (عبد العال ، 2017م ، ص 120)

أهم القضايا الأخلاقية الناجمة عن وسائل الإعلام الجديد:

يتفق معظم الباحثين في مجال أخلاقيات مهنة الإعلام أن هناك إشكاليات أخلاقية جديدة ظهرت في بيئة الإعلام الجديد ما يستوجب الوقوف عند هذه الإشكاليات، فبالإضافة إلى القضايا الأخلاقية ومدونات السلوك في الإعلام التقليدي، التي تحتاج إلى تطوير وبعضها يحتاج إلى إعادة صياغة، فيما يلي بعض القضايا الأخلاقية التي طرأت على استخدام الإعلاميين لوسائل الإعلام الجديد:

1. الإعلامي والمؤسسة الإعلامية :

تحتاج المؤسسات الإعلامية سياسة واضحة حول استخدام شبكات التواصل للعاملين فيها، تحدد فيها حدود المسموح والممنوع فيما يتداول الصحفي عبر صفحته الخاصة على شبكات التواصل الاجتماعي، والتميز بين الشخصي والمهني، وإلى أي مدى يمكن للإعلامي أن يتناول المواد الإعلامية على صفحته الخاصة. (عبد العال ، 2017م ، ص 122)

2. شبكات التواصل الاجتماعي والمعلومة:

أضحت شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا مهما للمعلومة الخيرية مع انتشار هذه الشبكات وارتفاع أعداد مستخدميها إلى الملايين واعتماد الكثير من الجهات الرسمية والشخصيات والسياسيين والنشطاء على تلك الصفحات باعتبارها منصة رسمية لبث الأخبار والبيانات والتعليقات على الأحداث.

يوضح "ستيوارت هيوز" محرر الشؤون الدولية في هيئة الإذاعة البريطانية أنه «بإمكان الإعلاميين الآن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لاكتشاف موضوعات جديدة أو الوصول إلى مساهمين فيها أو للترويج لتلك الموضوعات أو موضوعات البث على وسائل الإعلام التقليدية». وتشير مدونة "أسوشيتد برس الأسترالية" (AAP) إلى إمكانية استخدام محتوى شبكات التواصل الاجتماعي في القصص الإخبارية بشرط أن تكون تلك المواد منشورة للعموم وبعد التفحص الجيد لصحة وصدقية المعلومة في ظل هذا التدفق المهول من المعلومات. وهنا لا بد من الإشارة إلى نوعين من الأخبار الواردة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وهما: (عبد العال ، 2017 ، ص 124)

أولاً: المعلومات الموثقة: وهي صفحات رسمية -غالبا- وتشمل صفحات رؤساء، ورؤساء الحكومات، والوزراء والناطقين الرسميين، وغالبا ما تنشر بعض التصريحات الرسمية والتعليقات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، لا سيما على فيسبوك وتويتر. ومعظم هذه الصفحات موثقة (بالعلامة الزرقاء) أي ما يصدر عنها يعتبر معلومة موثقة وصحيحة ويمكن اعتمادها في الأخبار.

ثانياً: المعلومة غير الموثقة: التي تصدر عن الصفحات غير الموثقة، وفي هذا السياق، لا بد من الإشارة إلى انتشار هذا النوع من المعلومات في ظل ثورات «الربيع العربي»، وانتشار ظاهرة الصحفي المواطن، ونشر أخبار وصور ومقاطع فيديو حول الأحداث والاضطرابات الحاصلة في المنطقة العربية والكثير من هذه المواد تم بثها على وسائل إعلام مشهورة ومنها قنوات إعلامية كبيرة ووكالات أنباء. ولذلك، فإن التحقق مما يصدر عن هذه الصفحات أمر جوهري وأساسي، وإن عدم التحقق هو إحدى الإشكاليات

الكبرى التي ينبغي التوقف عندها. يقول ستيوارت: «من المهم ألا أفقد حذري. ما زلت أستخدم معايير التثبت والتوازن نفسها، كما لو كنت في غرفة الأخبار .

3. حقوق النشر والتعامل العادل مع المصدر

ليس كل ما ينشر على شبكات التواصل الاجتماعي يصلح لأن يكون مادة إعلامية يعتمد عليها في التقارير الإخبارية، فهي بالأساس وسيلة للتواصل بين الأصدقاء والأقارب، ولذلك يجب توخي المقصد الحقيقي من نشر هذا المحتوى سواء أكان نصوصاً أم صوراً أم غير ذلك.

«ويمكن للإعلامي أن يفترض أن من حقه استغلالها، ولكن هذا لا يعني بالضرورة أنه عمل صائب. إذ عليه أن يضع بالاعتبار تأثير إعادة استخدامها على الأشخاص الذين يظهرون بالصورة وعلى أقربائهم ولأصدقاءهم، وخصوصاً إذا كانوا في حالة حزن أو كرب. فمثلاً، ليس من المناسب أن تستخدم صورة من موقع اجتماعي تجسد حدثاً سعيداً كحفل زفاف عندما يتم تناول حدث محزن أو كارثة. (عبد العال ، 2017 ، ص 125)

• أن لا يقوم الإعلامي أبداً بإساءة التعبير عن نفسه بحيث يستخدم اسماً مستعاراً عندما يتصرف نيابة عن المؤسسة الإعلامية التي يمثلها.

• عند التماس المعلومات من القراء وشخص المقابلات، يجب أن يعرف على نفسه كمراسل لمؤسسته الإعلامية وأن يكون محايداً في أسئلته.

• أن يعتمد في جميع التعليقات المنشورة الصادرة عنه كموظف في مؤسسة إعلامية على الحقائق، مستفيداً من/ ونقلًا عن التقرير الخاص به.

• أن يتذكر انه عند تبادل الآراء الشخصية، وعند التعبير عن وجهات النظر السياسية الحزبية، سواء عبر منصات تمثل مؤسسته أو على شبكة الإنترنت بشكل عام، يمكن أن يفتح ذلك باب الانتقاد لمؤسسة التي يمثلها وللاتهامات بالتحيز، وقد يجرح ذلك اهلية المراسل لتغطية بعض الموضوعات في المستقبل لمؤسسته.

• أن لا يقوم بتجنيد أفراد الأسرة أو الأصدقاء لتعزيز الدفاع عن عمله.

• أن يقوم باستشارة المحرر قبل الاتصال مع أي من مصادر الأخبار الذين قد يحتاجون الى سرية مصادر، وعلان الصداقة مع المصادر في وسائل التواصل خطيرة للغاية لأنها أشبه بنشر قوائم الاتصال الخاصة به علنا.



الشكل رقم (24) تغريدات مسيئة تجبر قناة سعودية على فصل معلقة رياضية

• أن يدع التغطية تتحدث عن نفسها، لا أن يقوم بنشر تفاصيل تغطية المادة الاخبارية.

• أن لا يناقش على الاونلاين المقالات او المواد الاخبارية او المقابلات التي لم تنشر بعد.

• أن لا يحط من قدر الزملاء أو المنافسين ولا يتباهى بتغطيته بشكل عدائي.

• أن لا يشترك في أية مشاركات او حوارات حول عمله - حتى لو كانت المشاركات وقحة واستفزازية.

تجنب إعطاء عبارات فيها تقييمات ترويجية عالية، او تقديم المشورة لأي فرد على مواقع المؤسسة الإعلامية، أو يورد عبارات مثل «وكلاء السفر يقولون أن أفضل العروض على X و Y، وتقديم المشورة المعممة هو أفضل أسلوب.

• اذا كانت لديه «تغريدات» مثيرة للجدل وحساسة ويريد نشرها على موقع المؤسسة يجب ان يراجع المحرر فيها قبل النشر.

• يمنع خط «البنزس» بالترفيه، في الخدمات المقدمة للمشاركين في التغريدات على مواقع التواصل الاجتماعي.

جرائم النشر : ضمن المجموعات الست التالية:

أولاً : جرائم الذم والقدح والتحقير.

ثانياً : جرائم الإفشاء .

ثالثاً : جرائم الاخبار الكاذبة.

رابعاً : الجرائم الماسة بسير العدالة.

خامساً : الجرائم المخلة بالآداب العامة.

سادساً : جرائم التحريض على ارتكاب الجرائم. (خضر ، 2017م ، ص 130)

أولاً: جرائم الـدم والقـدح والتـحقير:

تعتبر جرائم القـدح والـدم والتـحقير من أكثر الجرائم تعلقاً بعمل الإعلاميين، كما أنها تعتبر من أخطر الجرائم على مهنة الإعلام، نظراً للخيط الرفيع الفاصل بين الـدم والقـدح والتـحقير باعتبارها جرائم من جهة وبين القـدح باعتباره مباحاً من جهة أخرى.

ثانياً: جرائم الإفشاء:

جريمة الإفشاء هي نشر أو إذاعة أخبار أو بيانات أو معلومات أو وثائق يحظر القانون نشرها، ويذكر هنا أن تطوراً أساسياً طرأ على المفاهيم ذات العلاقة بإتاحة المعلومات.

فسابقاً كان الأصل في تصرفات الدولة السرية والاستثناء هو العلانية، ومع تطور المفاهيم الديمقراطية خاصة مع بداية السبعينيات، تطورت المفاهيم ذات العلاقة بحق الجمهور في المعلومات لما لتوفرها من أثر كبير في تحقيق مبادئ الديمقراطية وأدواتها بما في ذلك المشاركة الفعالة في رسم السياسات العامة، والمساهمة في إصلاح مؤسسات الدولة.

ثالثاً: جرائم الأخبار الكاذبة:

الأصل أن يقوم الإعلام وكافة العاملين في وسائل الإعلام بواجباتهم في تلقي ونشر وإذاعة الأخبار بمهنية وموضوعية وحسن نية، وهو الأمر الذي يتطلب منهم توخي الدقة والحذر قبل نقل الأخبار وإذاعتها، وعدم نشر الأخبار الكاذبة والإشاعات المضللة التي قد تقود لزعزعة الأمن والنظام العام وتكدير السلم الاجتماعي. وانطلاقاً مما ذكر، جرمت العديد من

القوانين العقابية لدى الكثير من الدول نشر وإذاعة الأخبار الكاذبة بغض النظر عن يقوم بها، وبالتالي، فإن العاملين في مجال الإعلام مشمولون بذلك.

رابعاً : الجرائم الماسة بسير العدالة:

تفرض الكثير من التشريعات العقابية المقارنة قيوداً على نشر المعلومات المتعلقة بالتحقيقات والمحاكمات بهدف ضمان استقلال القضاة ونزاهتهم وتجردهم وتجنبياً لهم من الخضوع لأية تأثيرات من أي نوع. ذلك أن النشر السريع لمثل هذه البيانات قد يتسبب في فرض المجتمع ضغوطاً على القضاة وتحرفهم عن تحقيق العدالة الإجرائية والموضوعية، وبالتالي فإن بعض القيود على نشر مثل هذه المعلومات تنطلق من منطلقات حقوقية لكون المتهم بريئاً حتى تثبت ادانته، وبالتالي يجب الحرص والحذر لدى نشر البيانات المتعلقة بالمشتبّه بهم أو المتهمين الخاضعين لتحقيقات جنائية حتى لا تتأثر سمعتهم سلباً .

خامساً : الجرائم المخلة بالأداب العامة والاخلاق :

1. تعريف الآداب العامة:

الآداب العامة مصطلح يشير إلى مجموعة من القواعد السلوكية المتعارف عليها بين مجموعة معينة من الناس، في زمان ومكان معينين، بحيث يكون هناك شعور بالزاميتها واتفق على احترامها. ويؤدي انتهاك هذه القواعد، والخروج عليها، أو السخرية منها أو عدم المبالاة بها إلى نوع من الإساءة إلى الشعور العام. (خضر ، 2017م ، ص 138)

وتجدر الإشارة إلى أهمية المعيار الموضوعي في تحديد هذه القاعدة، بأن يكون الرجوع إلى ما أجمع عليه الناس وليس إلى ما يعتقد الشخص، إضافة إلى أن هذه القواعد نسبية، تختلف من مجتمع لآخر، وغير ثابتة، وتتطور تبعاً لتطور مفهوم الأخلاق في حضارة معينة، وللدِين والعرف أثر مهم في تكوين هذه القواعد وتطبيقها.

سادساً : جرائم التحريض على ارتكاب الجرائم :

تجريم التحريض على ارتكاب الجرائم : تجرم القوانين العقابية لدى غالبية الدول، قيام فرد أو مجموعة من الأفراد بالتحريض على ارتكاب الجرائم باعتبارهم شركاء في ارتكابها.

التلاعب بالصوت والصور والفيديو والأخلاقيات: Manipulation of, Sound , Photos ,Videos & Ethics

تقوم تطبيقات الصوت بمعالجة الصوت رقمياً وتحريره وتنقيته وإضافه فلاتر متعددة لتحسينه أو لتغييره وفقاً لغرض المعالجة ،وتعدد البرمجيات التي تقوم بمعالجة الصوت وتتنوعت من البرامج البسيطة التي تقوم بتغيير صوتك بشكل فكاهي في التطبيقات الخاصة بالهواتف المحمولة الذكية مثل برنامج " القط المتكلم" إلى البرامج الإحترافية في تحرير ومعالجة الصوت مثل برنامج Adobe Audition و برنامج Sound Booth من شركة Adobe و Sound Track الخاص بشركة أبل Apple وغيرها من برامج التعامل مع الملفات الصوتية بأنساقها المختلفة.

منذ إختراع التصوير الفوتوغرافي في النصف الأول من القرن التاسع عشر والعالم يتقبل الصورة كحقيقة واقعة ، بإعتبار أن الصورة لا تكذب ، لأنها تقوم اساساً بتجميد لحظة من الزمن ،لقد كان ينظر إلى الصورة الفوتوغرافية على انها أكثر إقناعاً من المستندات المكتوبة

، والآن أصبحت هذه الوثوقية في طريقها إلى الإنهيار في مواجهة الهجمة القوية للتكنولوجيا.

ولا أحد ينكر أن الصور قد تعرضت للتحريف في الصحف التي تهدف للإثارة منذ عشرينات القرن الماضي ويطلق على هذه العملية الفوتومونتاج Photomontage حيث يتم عبرها تغيير ملامح الصورة بالحذف أو الإضافة أو التركيب من خلال قص أجزاء من أكثر من صورة وتركيبها معا ثم طبعا في النهاية كما لو كانت صورة واحدة.

الفصل الرابع

الدراسة الميدانية

أولاً: نبذة تعريفية عن قناة الشروق وغرفة الاخبار بقناة الشروق الفضائية.

ثانياً: الإجراءات المنهجية

ثالثاً: عرض وتحليل وتفسير البيانات

أولاً : التعريف بقناة الشروق الفضائية (ث)

هي قناة فضائية سودانية اخبارية متنوعة ت
الشروق الاعلامية المستقلة ، بدأت قناة الشروق السودانية بثها بشكل رسمي في يناير 2008 من مدينة
دبي بدولة الامارات العربية المتحدة بالتزامن مع احتفالات السودان بعيد استقلاله الثاني والخمسين وبدأت
البث على تردد 10892 افقي ومعدل ترميز 27500 على القمر الصناعي نايلسات.
يرأس مجلس إدارتها رجل الأعمال السوداني جمال الوالي وهو رئيس مجلس إدارة مؤسسة الشروق
الإعلامية ورئيس مجلس ادارة نادي المريخ الرياضي الاسبق ، ويشاركة في ادارة القناة عدد من رجال
الاعمال ينتمون جميعهم الى حزب المؤتمر الوطني المحلول. <https://ashorooq.net>

انطلقت القناة في خطابها ورسالتها من أهداف الجمهور السوداني وتطلعاته للسلام والوحدة والاستقرار والتنمية والتواصل والتفاعل الايجابي النهضوي للسودان مع محيطه العربي والافريقي والاسلامي والدولي المكون لهويته الوطنية والمحدد لمسيرة التحرك الحضاري في الحاضر والمستقبل. وتتبنى القناة هذه الاهداف الاستراتيجية باعتبارها اهداف الجمهور السوداني. ولتحقيق أهدافها الاستراتيجية المنطلقة من رسالة ورؤية واضحتين تقومان على فهم عميق للعمل الإعلامي القائم على الاتصال الناجح بين المرسل والمستقبل، لتكون القناة أحد المشروعات الإعلامية لمؤسسة الشروق الإعلامية التي حددت ضمن رؤيتها المستقبلية أن تكون مشروعاً إعلامياً متكامل الجوانب، واضح الرؤية محدد الرسالة والأهداف، يسعى بإيمان عميق لتأسيس تجربة إعلامية متميزة على المستوى التحريري والفني والإداري والمالي، تجربة تتطلع لأن تكون علامة فارقة في مسيرة الإعلام السوداني على وجه الخصوص والعربي بوجه عام، تجربة تؤسس لمرحلة إعلامية جديدة تدرك أهدافها الذاتية بالقدر الذي تدرك فيه مسؤولياتها تجاه الجمهور واحتياجاته التنموية؛ السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والترفيهية، مؤمنة بإمكانيات الإعلامي السوداني وطاقاته الإبداعية وقدرته على العطاء والتميز.

وتسعى الشروق لتبني السياسات المستقلة التي لا تقف فيها مع جهة دون أخرى أو ضد أخرى، وإنما تقف مع جميع القوى السياسية والاجتماعية للعمل من أجل تحقيق مصالح الجمهور وأهدافه الاستراتيجية في المرحلة الراهنة وما يليها وتأتي التعريفات الأساسية للقناة منسجمة مع رسالة القناة ورؤيتها وأهدافها الاستراتيجية، ملتزمة مع سياساتها التحريرية العامة وما تشتمل عليه من أسس ومبادئ وسلوكيات مهنية يلتزم بها جميع العاملين في القناة.

شعار القناة :



التعريفات الأساسية للقناة :

تعريف القناة:

قناة فضائية تلفزيونية خاصة تتبع لمؤسسة الشروق الإعلامية، وتعنى بالشأن السوداني خاصة والشأن العربي والأفريقي والدولي بشكل عام، ، تبث حالياً باللغة العربية، ولا تمتلك الشروق إذاعة FM مصاحبة لبث مواد القناة إذاعياً أو مواد مختلفة. <https://ashorooq.net>

رسالة القناة:

المساهمة في نهضة السودان وترسيخ استقراره، انطلاقاً من مكوناته الحضارية وتنوعه الثقافي والاجتماعي، ومن موقعه كمعبر للتواصل والتفاعل العربي والإسلامي والأفريقي، من خلال توفير المتابعة الإخبارية المهنية والمعلومات الدقيقة والبيئة التفاعلية التي تحترم حق الجمهور في المعرفة وحرية الرأي والتعبير، ضمن سياسية إعلامية راسخة تلتزم بمبادئ المهنة وأخلاقياتها.

رؤية القناة:

أن تكون القناة الأولى المتخصصة في الشأن السوداني على وجه الخصوص.

الأهداف الإستراتيجية للقناة: <https://ashorooq.net>.

- o المساهمة في نهضة السودان دولة وشعباً ونشر السلام في ربوعه.
 - o العمل على تنمية هوية الجمهور الحضارية والاجتماعية والثقافية.
 - o المساهمة في تعميق التفاعل السوداني العربي و السوداني الأفريقي.
 - o احتلال مرتبة الصدارة لدى الجمهور السوداني واكتساب تقدير المشاهد غير السوداني.
 - o المساهمة في تنمية الإيرادات.
 - o المساهمة في تعزيز الاستقرار والبناء.
- ويرى الباحث أن المفاهيم الثقافية كانت مختلطة في أذهان مؤسسي القناة فالسياسة الثقافية لا تقوم على الفضاء العربي أو الفضاء الأفريقي ، وإنما تقوم على الفضاء السوداني فقط ، مع ضرورة

إسقاط مفهوم "المعبر" و "الجسر" الذي ساد طويلاً . وأن تكون حدودنا محرمة على العابرين و الغرباء ، ذاتيتنا أننا سودانيون ولسنا عرباً أو أفارقة . إذ كيف تكون مصر للفراعنة وأثيوبيا للأكسوميين الأحباش و السودان للعابرين ، عليه السودان للسودانيين وليس معبراً للأفارقة ولا للعرب ، بل ليس مكاناً لأي منهما ، فلسنا دولة بلا قومية .
هذه المفاهيم المستلبة للذاتية السودانية لصالح العروبة أو الأفريقية هي التي مزقت البلاد وجعلتها ساحة حرب ساخنة فعلية وحرب باردة عنصرية ، مرد ذلك الى الجهل الثقافي والقومي.

جمهور القناة المستهدف:

صناع القرار | الشباب | الطلاب والباحثون | الإعلاميون والمفكرون .

وظائف القناة:

التنمية | الإخبار | التوعية | الترويج | التفاعل



شكل رقم (23) قناة الشروق في فترة البث من مدينة دبي – الإمارات العربية المتحدة 2008م

السياسات التحريرية: المنطلقات

تعتبر رسالة قناة الشروق ورؤيتها وأهدافها الاستراتيجية وما يترتب عليها من محددات تعريفية، الأساس الذي تنطلق منه سياسات القناة التحريرية لتوفير المناخ الذي يساعد على تحقيق رسالة القناة حيث

تتبنى القضايا الرئيسية التالية وتدافع عنها: <https://ashorooq.net>.

• تحقيق السلام والاستقرار ودعم الجهود الساعية للحفاظ على استقلال السودان وسيادته وسلامة أراضيه.

• نبذ النعرات الجهوية والقبلية والعنصرية ودعم عرى النسيج الاجتماعي والنفسي للأمة السودانية.

• تعزيز الهوية الوطنية للأمة السودانية بمكوناتها الحضارية والدينية والقبلية والعرقية والثقافية والاجتماعية، ودعم الخطوات الساعية إلى تحقيق التوافق حول القيم الوطنية والمصالح المشتركة.

• دعم فعاليات التنمية العامة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية، وإبراز مظاهرها وتجلياتها.

• ربط الجمهور السوداني بمحيطه الجغرافي والسياسي والحضاري عربياً وأفريقياً وإسلامياً ودولياً، وتنمية اعتزازه بماضيه المشرق وتقاؤه بالمستقبل.

ويعتبر الالتزام بالسياسات التحريرية للقناة أمراً أساسياً لدعم مهنتها وترسيخ مبادئها وتأكيد مصداقيتها لدى الجمهور، وبالتالي المساهمة في تحقيق رسالتها وأهدافها الاستراتيجية.

ويرى الباحث أن السياسات التحريرية للقناة ينبغي أن تعزز الهوية القومية لا الهوية الوطنية بجانب أهمية استقلال الجمهور السوداني عن محيطه الجغرافي والسياسي بذاتيته الحضارية القومية، وأن لا اعتراف بمكون عرقي أو قبلي في السودان حيث ينافي هذا بالضرورة مفهوم الدولة القومية ويرسخ لمفاهيم القرون الوسطى.

المبادئ التحريرية العامة:

المبادئ التحريرية العامة هي مجموعة الأسس والقواعد العامة التي يجب على جميع العاملين في

التحرير الالتزام بها وتطبيقها. <https://ashorooq.net>.

1- دقة المعلومات:

المقصود بالمعلومة كل ما يتم جمعه وتحريره للنشر في القناة من أحداث ومواقف وآراء وأفكار وبيانات، وتعني الدقة التأكد من صحة نسبة هذه المعلومات إلى أصحابها بصورة قطعية لا تقبل الشك أو الاحتمال.

ويتم ذلك عن طريق ما يأتي:

0 عند ورود المعلومة في شكل خبر مكتوب أو شفهي يجب أولاً التحقق من صحة ورود المعلومة من مصدرها ثم التأكد من صحتها من مصدر آخر على الأقل، وإذا كانت المعلومة واردة من مصدر معروف وموثوق وتعذر التحقق منها من مصدر آخر تجب نسبتها إلى مصدرها عند بثها.

0 الاعتماد على مصادر المعلومات من المؤسسات المعروفة المشهود لها بالخبرة والكفاءة المهنية، ويمنع نقل أي معلومة عن مصادر مجهولة أو فردية أو غير محترفة، وعند ورود معلومات بالغة الأهمية من هذه المصادر يتم التحقق من صحتها من مصدرين موثوقين على الأقل.

0 المعلومة الواردة من مراسلي القناة مقدمة على المعلومة الواردة من وكالات الأنباء أو أي مصادر أخرى إذا تعارضت معها.

2- عدم الإنحياز:

المقصود به اتخاذ موقف محايد تجاه الأحداث والموضوعات والأشخاص والهيئات وعدم الميل إلى أي طرف أو موقف أو رأي أو اتجاه، ويتحقق ذلك باتباع ما يأتي:

0 عدم إدراج أي آراء شخصية أثناء إعداد وتقديم المادة الخبرية.

0 عدم الإشادة بالمواقف أو الآراء أو الانتقاص منها.

0 عدم الإشادة بالأشخاص أو الجهات صاحبة المواقف والآراء المطروحة أو الانتقاص منها.

3- التوازن:

المقصود به تناول الأحداث والموضوعات والقضايا من جميع جوانبها، ويتم ذلك عن طريق:

0 عرض وجهات النظر المختلفة في الأحداث والمجريات والقضايا وعدم الاكتفاء بوجهة نظر واحدة أو وجهتين، سواء في النشرات أو البرامج.

0 عرض المواقف المختلفة للأطراف المعنية تجاه الأحداث والمجريات.

4-العدل:

المقصود به تحري المساواة في عرض مواقف ووجهات نظر الأطراف المعنية من الأحداث والقضايا المختلفة، ومن ذلك:

0 المساواة في توزيع المساحات على أطراف الحدث.

0 المساواة في نوعية ومستوى المعالجة للقضايا ذات الطبيعة الواحدة كالانتخابات والمؤتمرات.

0 المساواة في عرض الصور والأقوال للشخصيات المرتبطة بالحدث.

5-حرية الرأي والتعبير:

يتمتع ضيوف القناة والمشاركين في برامجها بالحرية الكاملة في التعبير عن الآراء والمواقف التي يرونها دون إسفاف أو تجريح.

الأخلاق المهنية التي يتعين الإلتزام بها من قبل العاملين بالقناة:

بالإضافة إلى المبادئ الأساسية السابقة تلتزم القناة بالسلوكيات الأخلاقية التالية <https://ashorooq.net>

- احترام حقوق الملكية الفكرية.
- بذل أقصى الجهد في تقصي الحقائق وجمع المعلومات.
- تجنب التمييز بسبب الهوية أو اللون أو الدين أو العرق.
- احترام آراء الغير بغض النظر عن هويتهم أو لونهم أو دينهم أو عرقهم.
- المحافظة على الخصوصية الشخصية للأفراد ما لم يكونوا من الهيئات العامة.
- الحفاظ على سرية مصادر المعلومات وعدم إفشائها مهما كانت الضغوط والإغراءات.
- تجنب عبارات التهويل أو التهوين.
- تجنب العبارات المبتذلة والخارجة عن الأدب.
- تجنب تجريح الأفراد والهيئات.
- تجنب استثارة الغرائز والعواطف التي تدفع إلى أفعال وسلوكيات غير مسئولة.
- رفض أي مبالغ مادية أو هدايا أو امتيازات من الجهات صاحبة المصلحة في الأخبار أو

- الحفاظ على مضمون الخبر كما هو دون تحريف أو تصحيف مهما كانت الدوافع والأسباب.

المشاهد والكلمات المحظورة في قناة الشروق الفضائية:

حيث إن القناة تنطلق في أهدافها الاستراتيجية من مصلحة الجمهور السوداني خصوصاً، فإن على القناة تحقيقاً لهذه المصلحة مراعاة قيم الجمهور وعادته وثقافته فيما ينشر من مواد، والالتزام بالضوابط التي تساعد على تحقيق ذلك، وفي مقدمتها: <https://ashorooq.net>.

- 1- اللغة: منع الكلمات النابية والشتائم والعبارات العاطفية المثيرة للغرائز والانفعالات غير المسئولة.
- 2- العري: عدم نشر صور العري الكلي أو الجزئي المثير للغرائز والانفعالات غير المسئولة.
- 3- المرأة: الاحتشام وعدم الظهور بلباس لا يستر ما بين الرقبة والركبتين أو يلتصق بالجسد بصورة فاضحة.
- 4- القُبلة: عدم نشر صور التقبيل العاطفية بين الرجل والمرأة.
- 5- الجنس: عدم نشر صور جنسية مباشرة أو غير مباشرة، كاملة أو ناقصة، وإن لم تكن في حالة تعري.
- 6- القتل والدم: عدم نشر صور القتل التفصيلية القريبة وما يصاحبها من دماء والاكتفاء بالمشاهد البعيدة، ما لم تكن ظروف الموضوع تقتضي نشر شيء منها بموافقة مدير تحرير الموقع.
- 7- الرعب: عدم نشر صور الرعب الواقعية والخيالية.
- 8- السحر والشعوذة: عدم الترويج لأعمال السحر والشعوذة أو الإشادة بها.

القيم الحاكمة:

تدرك مؤسسة الشروق الإعلامية أن الفارق الحقيقي بين النجاح والفشل في أدائها يعود دائماً إلى قدرتها على تحقيق أهدافها وفق الخطط الموضوعة لها، والعمل على استخراج الطاقات واستثمار المواهب الموجودة في العاملين، ضمن بيئة تساعد على تحقيق ذلك كله بما يشتمل عليه من تفاصيل. وتأسيساً لهذه البيئة الصحية اتخذت المؤسسة مجموعة من القيم العملية الحاكمة للأداء في شتى المجالات وعلى مختلف المستويات، بما يساهم في توفير المناخ النفسي والإداري الذي يساعد الكوادر العاملة على التطور المستمر وتحقيق معدلات إنتاجية متقدمة.

وتعتبر هذه القيم الحاكمة الثقافة العامة للسلوك الوظيفي لجميع العاملين في المؤسسة، والأعراف التي يتعاملون وفقها فيما بينهم، والأسس التي يقوم عليها مجتمع إنساني منسجم ومتوازن في بيئة العمل، كما يقوم عليها الاستقرار الوظيفي بين المؤسسة والعاملين، فضلاً عن أنها ستكون بمثابة الملامح التي تميز هوية المؤسسة الوظيفية والمستوى المهني الذي يتحلى به العاملون فيها. إن الموظف يقضي حوالي نصف حياته في بيئة العمل -إذا استبعدنا ساعات النوم- ولأن الموظف إنسان وليس آلة، فلا بد له من بيئة عمل متوازنة ومجتمع وظيفي متماسك ومنسجم تحافظ على إحساسه بأدميته وتراعي مكوناتها النفسية والعصبية والفيولوجية، ولا يتحقق مثل هذا المجتمع ما لم تتوفر له النظم والضوابط والأسس التي يقوم عليها والقيم التي تحكم حركته وعلاقات أفرادها، وهو ما حرصت المؤسسة على توفيره منذ بداياتها الأولى. وتعمل القيم الحاكمة بشكل مباشر على تحقيق جملة من الأهداف المشتركة، من أهمها: <https://ashoroog.net>.

- توفير بيئة العمل المادية والمعنوية التي تساعد على تحقيق التوازن النفسي للعاملين وتحقيق معدلات الإنتاج المطلوبة كماً ونوعاً .

- التأسيس لعلاقات وظيفية متميزة بين العاملين، تقوم على الاحترام المتبادل والمساواة في الحقوق الإنسانية.

- زيادة التقدير والرضا المتبادل بين المؤسسة والعاملين فيها ما يقوي الانتماء لها ويدفع لمزيد من العطاء والإبداع.

- تقليص المشكلات التي تحدث عادة في بيئة العمل بين العاملين أنفسهم من جهة أو بينهم وبين المؤسسة من جهة أخرى .

وتؤمن مؤسسة الشروق بأن القيم الحاكمة التالية لن يكون لها أي أثر ما لم تتحول إلى واقع ملموس في الحياة العملية لكافة الإدارات والأقسام، حيث يتحمل الجميع - مؤسسة وعاملون - المسؤولية الكاملة في تحقيقها. وفيما يلي تعريف موجز بأهم هذه القيم:

1- المؤسسة:

والمقصود بها قيام المؤسسة على قواعد راسخة تحدد رسالتها ورؤيتها وأهدافها الاستراتيجية والخطط التنفيذية القادرة على تحقيقها، ضمن مجموعة النظم واللوائح والسياسات التي تبرز الهوية و تؤكد المهنية وتساعد على ضبط الأداء .

وتحقق هذه القيمة لدى الموظف زيادة الرضا بالانتماء للقناة وتزيد من حرصه على التنظيم والمسؤولية والاجتهاد في المساهمة في تحقيق أهداف المؤسسة، كما تساعد المؤسسة على تأكيد شخصيتها المؤسسية وزيادة القدرة على تحقيق أهدافها وخططها الاستراتيجية وتطوير بنيتها المستقبلية وفق رؤية واضحة المعالم.

2- التخطيط الاستراتيجي:

- وتبرز أهمية التخطيط الاستراتيجي للمؤسسة في تحقيق ما يأتي:
- ضمان ارتباط الأداء برسالة المؤسسة ورؤيتها وأهدافها، وعدم الخروج عنها في التوسعات المستقبلية.
 - توقع بعض القضايا الحيوية وذلك من خلال تشخيص وتحليل بيئتها الداخلية وخصائصها وتوظيف ما لديها من نقاط قوة وضعف وكذلك تحديد عناصر البيئة الخارجية لها وتحليل خصائصها واتجاهاتها وتوظيف ما بها من فرص وقيود ومهددات.
 - الاستثمار الأمثل للموارد والإمكانات المتاحة المادية والبشرية والإعلامية والفنية.
 - ترتيب الأولويات والتكامل بين المؤشرين الإداري والمالي.
 - التكامل في الأنشطة والمشروعات على المستويين الداخلي والخارجي.
 - الاستفادة من نتائج الدراسات التقييمية والتوصيات التطويرية.

3- القيادة القدوة:

تمثل قيادة العمل في المؤسسة المفاصل الهيكلية التي تعتمد عليها في تنفيذ خططها وتحقيق أهدافها، وفي توفير البيئة اللازمة لتحقيق النموذج المؤسسي المأمول. وفي جعل القيم الحاكمة والنظم واللوائح قلعاً عملياً حقيقياً، ليس بالإشراف على تنفيذه وإنما بالتزامها الكامل بالنظم واللوائح وتطبيقها للقيم الحاكمة في الدوائر الإدارية التي تحت مسؤوليتها سواء أكانت إدارات أم أقسام أم وحدات، بحيث تصبح قدوة كاملة لمرؤوسيهيها تأخذ بأيديهم وتساعدهم على الفهم الصحيح والطريق السليم لتحقيق الانضباط المؤسسي وتحويل القيم الحاكمة إلى واقع معاش في كافة تفاصيل الحياة العملية داخل المؤسسة.

4- الانضباط:

والمقصود به الالتزام بالأسس والنظم التي تقوم عليها المؤسسة والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، بالإضافة إلى الالتزام بالحقوق والواجبات الخاصة بكل من المؤسسة والعاملين فيها. والانضباط هو جوهر العلاقة الوظيفية بين الطرفين: المؤسسة والعاملين، وهو أساس التكامل بينهما على قاعدة المصالح المتبادلة. ومن المجالات التي يتحقق فيها الانضباط ما يأتي:

- الانضباط بالأهداف والخطط الموضوعة لتحقيقها ضمن الجداول الزمنية المتفق عليها.
- الانضباط بسياسات العمل العامة والخاصة.
- الانضباط بإجراءات العمل الموضوعة من قبل الجهات المختصة.
- تحقيق معدلات الإنتاج المطلوبة بالمواصفات المحددة لها.
- احترام النظم الإدارية والمالية واللوائح والقوانين المعتمدة والعمل بها.
- مراعاة الحقوق والواجبات المتبادلة.

5- التطوير:

يمثل التطوير قيمة أساسية في المؤسسة لتحديث مهارات العاملين وتحسين مستوى الإنتاج وزيادة القدرة على المنافسة وتحقيق الرضا المستمر للفئات المستهدفة عن طريق تحسين مستوى الإنتاج والتعرف أكثر على خصائص الجمهور المستهدف ومتطلباته، وبالتالي فإن عملية التطوير ستكون مستمرة وتشمل مختلف الجوانب وفي مقدمتها على وجه الخصوص:

- خصائص الإنتاج.
- التواصل مع الجمهور.
- مهارات الأفراد.
- الهيكل التنظيمي.
- النظم واللوائح.
- بيئة العمل.
- آليات التخطيط والتنفيذ والمتابعة.
- الفرص الاستثمارية والتسويقية.

6- الشفافية والوضوح:

وهي من أكثر القيم التي نحتاج إليها لتطوير مجتمعات العمل والعلاقات الوظيفية، ويتطلب تحقيق هذه القيمة ما يأتي:

- التعود على المناقشة الصريحة والهادئة دون تعصب أو تشنج في جميع الموضوعات والقضايا التي تخص العاملين المشتركين فيها.

- مراجعة الجهات المعنية في الموضوعات التي يرى الموظف أنها تخصها دون حرج أو حساسية مهما كانت طبيعة أو حجم هذه الموضوعات ومهما كان مستوى الجهات المتعلقة بها، لأن الاحتفاظ بهذه الموضوعات وعدم الإفصاح عنها يؤدي إلى تسريب المعلومات لغير أصحابها وانتشار الشائعات والبلبل في صفوف العاملين.

- وضوح اللوائح والنظم وسلامة الإجراءات المترتبة عليها.

- المشاركة الجماعية في الإدارة واتخاذ القرار بحسب الآليات المعتمدة لذلك في المؤسسة.

- المتابعة الجماعية لتطورات العمل في مختلف المراحل بحسب الآليات المعتمدة لذلك في المؤسسة.

- تقبل النقد والتقويم والتشجيع عليه.

- الاعتراف بالأخطاء والاعتذار عنها وتقديم التفسيرات المقنعة لما يبدو غامضاً أمام العاملين.

7- الاحترام المتبادل:

والمقصود به الاحترام المتبادل بين المؤسسة والعاملين من جهة وبين الموظفين وبعضهم البعض من جهة أخرى. وهو الاحترام القائم على التكافؤ بين المؤسسة والعاملين كطرفين متساويين في القبول والرفض عند التعاقد، والاحترام القائم كذلك على المساواة بين العاملين في الحقوق الإنسانية بغض النظر عن الموقع الإداري الذي يحتله أي منهم.

ويترتب على ذلك مراعاة جميع العاملين لما يأتي:

- الإيمان بالمساواة في الحقوق الإنسانية بين جميع العاملين من المدير العام إلى عامل النظافة.

- احترام خصوصية الآخرين الشخصية.

- حسن المعاملة وتهذيب أساليب المخاطبة.

8- الإبداع:

هو تلك الطاقة الذهنية القادرة على ابتكار كل جديد متميز يساعد المؤسسة على تحقيق أهدافها واحتلال المكانة التي تتطلع إليها بين أقرانها، كما تبعث في نفس العاملين الرضا والاعتزاز، وهي قيمة أساسية تحرص المؤسسة وجميع العاملين فيها على التمسك بها سعياً إلى التفوق والتميز واستثمار الطاقات الإبداعية. وهكذا يصبح الإبداع مطلباً ينبغي توفيره ليس فقط في المشاهد والصور والتصميمات الفنية والأثاث والديكور، وإنما كذلك في الخطط والنظم والإنتاج والعلاقات والسلوك الإنساني مع الذات والمحيطين بها، ومن العوامل المساعدة على تقوية الإبداع:

- تحقيق الاستقرار النفسي للعاملين .
- إعطاء الدماغ الوقت الكافي للتفكير والابتكار .
- تنشيط قيم الشفافية والاحترام المتبادل وروح الفريق والنقد والتقييم .
- توفير الآليات المناسبة للإبداع وتوليد الأفكار وتطويرها .
- الاطلاع على تجارب الآخرين ودراساتها ومعرفة جوانب تميزها .
- استشارة فريق العمل في الخطط والمشروعات والأفكار المبتكرة والاستفادة من آرائهم .

9- النقد والتقييم:

كافة أعمال البشر يشوبها النقص والخطأ، وما من عمل يقوم به الإنسان مهما بلغ كماله في نظره إلا وكان في نظر غيره ناقصاً معيباً، ويساعد النقد والتقييم على اكتشاف ما لا يستطيع الإنسان اكتشافه من جوانب نقص أو خطأ، بسبب اعتياده عليه أو انفعاله به أو بسبب انشغاله عن تدقيقه أو لقصور في حواسه أو خبرته أو بيئة عمله. ولذلك تحرص المؤسسة والعاملون فيها على اتخاذ النقد والتقييم والتماس آراء الآخرين منهجاً راسخاً لتحسين العمل وتطوير الأداء وتقليل الخطأ من جهة وللاستفادة من القدرات الذهنية والتجارب المتنوعة المتوفرة لدى عموم العاملين .

وتتعدد مستويات النقد والتقييم التي يمكن الاستعانة لها على النحو التالي:

- التقييم الخاص، الذي يقوم به العاملون المشتركون في إنتاج المادة موضع التقييم .
- التقييم العام الداخلي، الذي يشترك فيه جميع العاملين في المؤسسة .
- التقييم العام الخارجي، الذي يشترك فيه جمهور المشاهدين، وتقوم به المؤسسة عن طريق قسم التطوير وقياس الرأي العام .

- التقييم الاستشاري المتخصص، الذي يتم بالاستعانة بمجموعة من الخبراء والمختصين.
- التقييم التجاري، الذي تستعين فيه المؤسسة بمراكز متخصصة في قياس الرأي العام ودراسات تحليل المضمون على أسس علمية منهجية.
أما الوسائل المستخدمة في التقييم ونماذجه ودورته فتختلف بحسب أهداف الخطط والإمكانيات المتاحة.

10- التوثيق:

والمقصود به توثيق كافة وقائع العمل على مستوى جميع العاملين في الإدارة العامة والإدارات والأقسام والوحدات، بتسجيل الوقائع والتوجيهات والتعليمات كتابة على الورق أو البريد الإلكتروني واعتمادها من الجهات المختصة، وعدم الاكتفاء بصورتها الشفهية مهما كانت الجهة الصادرة عنها، لأن التعليمات الشفهية تكون عرضة للنسيان أو التغير أو النكران أحياناً، بحسب الظروف والملابسات المحيطة بها.

11- التهديف:

المقصود بالتهديف تحديد هدف لأي عمل يبرر الجهد الذي يبذل فيه والوقت الذي يقضى عليه والمال الذي ينفق من أجله، وقد حرصت المؤسسة منذ بداياتها الأولى على تحديد أهداف استراتيجية منبثقة من رسالة القناة ورؤيتها المستقبلية، وتتفرع عن هذه الأهداف شبكة من الأهداف تتوزع على مجالات العمل المختلفة الإعلامية والفنية والإدارية والمالية، بدءاً بالخطط العامة للإدارات والأقسام، إلى الخطط التفصيلية للعاملين، إلى الخطط التفصيلية للبرامج والحلقات اليومية، بحيث تلتقي الأهداف الفرعية في النهاية محققة الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة. ولكي تكون الأهداف قابلة للقياس للتأكد من مدى تحققها في نهاية العمل ينبغي عند تحديدها أن تكون واضحة الموضوع والمواصفات ومحددة الزمن والتكلفة وآلية التنفيذ.

12- العمل الجماعي وروح الفريق:

إن سريان روح الفريق في بيئة العمل أمر في غاية الأهمية لتغيير ثقافة العمل على المستويين الشخصي والمؤسسي. من أجل استثمار أفضل للطاقة الذهنية والارتقاء بمعدلات الإنتاج، وهذا يتطلب ما يأتي:

- احترام عقول الأفراد المشتركين في المسؤولية عن العمل، والإيمان بقدرتها على التطوير والإبداع.
- مساهمة العاملين في عملية التفكير والتخطيط لمهام العمل بحسب تخصصاتهم.
- إشعار العاملين بقيمة وأهمية دورهم في العمل مهما قل هذا الدور أو كثر.
- إشراك العاملين المعنيين في عملية التقويم والتطوير وتقدير آرائهم ومقترحاتهم مهما كان مستواها.
- ويترتب على ذلك أن يتحول قادة فرق العمل إلى قذوات فعلية في العمل الجماعي وإشاعة روح الفريق.

13- التميز:

ويتحقق ذلك عن طريق حرص المؤسسة على امتلاك المقومات الذاتية المهنية الخاصة التي تؤكد بها شخصيتها وقدرتها على المنافسة والتطلع للريادة.

وتسعى المؤسسة إلى تحقيق التميز في كل شيء: الرسالة والرؤية والأهداف - الفكر والفلسفة - القيادة - العاملين - العمليات - النظم - السياسات - الإجراءات - الهيكل التنظيمي - العلاقات - السلوك.. وتؤمن المؤسسة أن تحقيق التميز في هذه المجالات وغيرها مهمة شاقة تحتاج إلى الكثير من الجهد والمثابرة والإرادة والإصرار، مع الصبر والتدرج.

14- التفوق في مستوى الجودة وتحقيق رضا الجمهور المستهدف:

إن حرص المؤسسة لا يقف عند حدود إنتاج المضمون الإعلامي بأشكاله المختلفة وبنه، فهذا لا يحقق على الإطلاق ما تصبو إليه من وصول رسالتها إلى الجمهور وكسب تفاعله معها وما تبثه له من معلومات وأفكار وقيم، وبالتالي تأخذ المؤسسة في حساباتها العناية الفائقة بالمنتج الإعلامي وتوفير المواصفات المهنية والفنية القادرة على المنافسة، وكسب رضا الجمهور.

15- المكافأة والمحاسبة:

وهو من أهم المبادئ التي تساعد على زيادة الانضباط الوظيفي وتحقيق الأهداف الكلية والجزئية وقيام الموظف بالأعمال المكلف بها على النحو المطلوب من حيث المواصفات والمواعيد مع الانضباط بالنظم واللوائح والقيم السائدة في المؤسسة والحفاظ على توازن بيئة العمل، وحيث إن مستويات تحقق ذلك تختلف من موظف إلى آخر بحكم الظروف الذاتية والموضوعية لكل منهم،

فإن المؤسسة تلجأ إلى مبدأ المكافأة والمحاسبة لتقدير الموظف المجتهد وحثه على المزيد، ولردع الموظف المقصر عن الاستمرار في تقصيره، وفقاً للإجراءات والنظم المعتمدة.

16- المسؤولية المزدوجة:

تؤمن مؤسسة الشروق بأهمية تطوير مفهوم المسؤولية لدى جميع العاملين فيها بمختلف مستوياتهم الإدارية، عن طريق الجمع بين نوعين من المسؤولية: الأول هو المسؤولية الخاصة التي يتحملها الموظف بحسب المهام والمسؤوليات المحددة في التوصيف الوظيفي للوظيفة التي يشغلها، وفي هذا النوع يتم مكافأة الموظف على حسن الأداء والانضباط ومحاسبته على التقصير والتفقت. أما النوع الثاني فهو المسؤولية العامة المترتبة على انتماء الموظف إلى مجتمع وظيفي متناغم تتكامل فيه المسؤوليات بين أفرادها لتحقيق الأهداف العامة للمؤسسة، وتقتضي المسؤولية العامة من الموظف الاهتمام بكل ما يقع خارج نطاق تخصصه ومسئوليته المباشرة من أعمال وملاحظات ومقترحات وما يكتشفه من أخطاء ومشكلات ويقوم بتوصيلها للجهات المختصة لعمل ما يلزم، وبذلك يحقق الموظف التكامل مع بقية الموظفين دون التعدي على مسؤولياتهم أو صلاحياتهم، ويساهم مع الإدارات العامة في تقليل نسبة الخطأ وتحسين الأداء ونقاء صورة المؤسسة. وفي المقابل تقوم المؤسسة بمسئوليتها المزدوجة تجاه العمل وتحقيق أهدافها وتنفيذ خططها من جهة، وتجاه العاملين من جهة أخرى، بتوفير بيئة العمل الملائمة لهم وتطوير مهاراتهم والحفاظ على حقوقهم ومراعاة احتياجاتهم المادية والمعنوية.

غرفة الاخبار بقناة الشروق الفضائية: (وحدة التحليل الأساسية)

لا تخضع الإدارة العامة للأخبار في قناة الشروق لإشراف حكومي، بإعتبارها قناة خاصة ، يبلغ عدد العاملين في إنتاج الأخبار بقناة الشروق (68) موظفاً مابين منتج وتقني تحت إشراف إثنان من الإداريين ، ويبلغ عدد المنتجين في الأخبار (12) منتجاً وهو المصطلح الجديد الذي تعتمده القناة بدلاً من مسمى محرر ، حيث يقوم الفتح بجميع المعالجات التحريرية و الفنية لمادته . (مقابلة مع مأمون عثمان رحمة الله ، مدير إدارة الأخبار بقناة الشروق الفضائية ، 2020/01/24م)

يبلغ عدد المراسلين الصحفيين لقناة الشروق المقيمين بالمركز والولايات (16) مراسلاً ، يمدون النشرات الاخبارية بالأخبار والتقارير كما يمدون كذلك بعض البرامج السياسية.

يعمل بإدارة الأخبار (13) مديعاً ،

يعمل (3) موظفين في مكتبة الأخبار ، حيث تعتبر المكتبة من الأقسام المهمة في إنتاج الأخبار خاصة عند الحاجة إلى لقطات لفترات سابقة.

تم دمج وظائف التصوير الإلكتروني والإضاءة ووحدة التحكم في الكاميرا Camera Control Unit - CCU في مهنة واحدة يقوم بتأديتها شخص واحد وهو المصور الإلكتروني وعددهم (4) في إدارة الأخبار يقومون بجميع هذه المهام . (مقابلة مع الجيلي محمد العوض ، مدير إدارة العمليات الفنية بقناة الشروق الفضائية ،

(2020/02/05م)

كذلك تم دمج وظيفة فني المونتاج الذي يقوم بتشغيل الأشرطة على الهواء سواء كانت تماثلية أو مسجلة بصورة رقمية على أحد برامج التعيب على الهواء ليقوم المخرج بنفسه بهذه المهمة وهم (4)

مخرجين في الأخبار . (مقابلة مع بابكر الطاهر الصافي الحاج ، مدير إدارة الأخبار السابق بقناة الشروق الفضائية ، 2020/01/27م)

تم إلغاء وظيفة فني الملحن الآلي Prompter حيث تقاسم مهام وظيفته كلاً من المنتج والمذيع حيث يقوم المنتج بكتابة جميع نصوص الخبر ويضيف عليها الكباشن CG، بينما يقوم المذيع بتحريكها على الهواء من خلال دواسة ميكانيكية مرتبطة بنظام Avid iNews يضغط عليها بقدمه لتمرير النص أمامه ويتحكم فيها وفقاً لسرعة قراءته.

يبلغ عدد العاملين بالمونتاج في غرفة أخبار قناة الشروق (4) ، يعملون على وحدتي مونتاج مرتبطة بالنظام ، بينما هناك (4) مصممين جرافيك للأخبار وبقية البرامج يعملون على وحدتين للتصميم الإيضاحي

أما القسم الهندسي فيعمل به (4) مهندساً ، بينما يعمل (2) في تقنية المعلومات حيث يوجد قسم داخل إدارة الأخبار للإشراف على تقنية المعلومات.

تعتمد غرفة الأخبار في قناة الشروق بالنسبة للأخبار العالمية على وكالة رويترز العالمية وهي متوقفة حالياً نسبة لمديونيتها للقناة ، بينما لا تستقبل أي مواد من وكالات الأنباء العربية أو من

وكالة إتحاد إذاعات الدول العربية . (مقابلة مع الرشيد عباس قسم الله ، منتج في غرفة أخبار قناة الشروق الفضائية ، 2020/01/26م)

نسبة لأن قناة الشروق تعتبر من القنوات الحديثة نسبياً إذا ما تمت مقارنتها بتلفزيون السودان على سبيل المثال لذلك لم تستخدم الأجهزة التقليدية في إستقبال الأخبار مثل التلغراف أو الفاكس ، ونجد أن هناك إعتقاد على الإنترنت في إستقبال الأخبار من مصادر محددة ، كما تعتمد القناة على الإنترنت في بث الأخبار بطريقة مباشرة إلى الجمهور عبر موقع القناة على شبكة الإنترنت أو على صفحات قناة الشروق في مواقع التواصل الإجتماعي المختلفة. تقوم قناة الشروق بتوظيف الأرشيف الرقمي الخاص بالقناة في إعداد النشرات والبرامج الإخبارية ، كما يتم أرشفة النشرات والبرامج وحفظها رقمياً بجانب الإستفادة من تقنيات الجيل الرابع في البث عبر الموبايل للأخبار . (مقابلة مع أحمد

الشيخ عبد الله ، مخرج نشرات الأخبار في غرفة أخبار قناة الشروق الفضائية ، 2020/01/22م)

تخلو القناة من وجود قسم للتدريب والتأهيل في المجال التحريري والتقني ، كما لا تتوفر الميزانيات الكافية لدعم خطط التدريب والتأهيل

SD، حيث لا زالت تبث بتقنية High Definition تطمح القناة في الانتقال إلى البث عالي النقاء

(مقابلة مع علي المبارك فضل الله ، نائب مدير قناة الشروق الفضائية ، 2020/01/23م)

خصائص التحرير الإخباري في قناة الشروق الفضائية :

حرصاً على تحقيق أعلى مستويات الفهم لدى الجمهور المتلقي دون لبس أو غموض ينبغي إعداد النص الصحفي بصورة مبسطة، وذلك بتحري الخصائص التالية: (مقابلة مع سيف الدين عثمان عبد الرحمن ، مدير التحرير في غرفة أخبار قناة الشروق الفضائية ، 2020/01/21م)

- 1- اختصار العبارة: حذف أي كلمات أو عبارات زائدة مما يتكرر عادة للتوضيح والإطناب والتأكيد والاسترسال دون إخلال بالمعنى، بحيث لا يكون الاختصار على حساب المعنى العام.
- 2- التعبير المباشر: التعبير عن المعنى بصورة مباشرة دون لف أو دوران ودون أن يدخل المشاهد في التفكير والبحث عن المعنى المقصود، أي أن يكون فهم المشاهد له على درجة واحدة.
- 3- وضوح المعنى: استخدام الألفاظ والعبارات التي توضح المقصود كما ينبغي أن يكون، والتأكد بعد ذلك أن العبارة تحتوي المعنى المطلوب دون زيادة أو نقصان أو لبس أو غموض.
- 4- بساطة اللغة: باستخدام المفردات والتراكيب البسيطة المألوفة التي تتناسب مع متوسط جمهور المشاهدين وتجنب المفردات والتراكيب التي تتناسب مع الفئات النخبوية المتخصصة.
- 5- سلامة النحو: بتحري قواعد النحو في النص المقروء أو المكتوب للنشرات أو البرامج التي تقدم باللغة الفصحى.

خصائص المادة البصرية في قناة الشروق الفضائية:

تعتبر المادة البصرية في القنوات سواء كانت صورة أو تصميماً فنياً توضيحياً أو إعلاناً ، تعتبر مادة إعلامية تتقل للمشاهد مضموناً معيناً شأنها في ذلك شأن النص اللغوي، ويجب أن تتوفر فيها

الخصائص التي تضمن سهولة نقل المعنى دون لبس أو غموض، ومن هذه الخصائص: (مقابلة مع ضياء الدين عبد الرحمن بخيت ، رئيس قسم العمليات الفنية في غرفة أخبار قناة الشروق الفضائية ، 2020/01/21م)

- 1- توظيف العناصر البصرية الموضوعية والفنية لخدمة المعنى الأساسي الذي يراد نقله للمشاهد دون أن تطغى عليه أو تتعارض معه، حتى وإن كانت قيمتها الفنية عالية.
- 2- عدم استخدام عناصر بصرية تتعارض مضامينها مع المعنى الأساسي المقصود في النص.
- 3- تجنب التصميمات الفنية المتحركة إلا في حالات محدودة لتوضيح بعض المواد التحريرية وبطلب من مدير تحرير الأخبار.

لمحة عن نظام Avid iNews لغرف الأخبار Newsrooms Computer System:

شعار النظام :



الدولة المصممة للنظام :

الولايات المتحدة الأمريكية.

سنة أول إصدار :

2001م

إمكانيات النظام:

يعد من أشهر أنظمة إنتاج وإدارة الأخبار في محطات التلفزة العالمية حيث يوفر مساحات لإنتاج النشرات والبرامج وكذلك إدارة الأفراد و الطاقم الفني والتحريري .

أستخدامات النظام : (مقابلة مع م . صالح محمد أحمد ، مدير إدارة الهندسة قناة الشروق الفضائية ، 2020/02/07م)

يستخدم النظام في إنتاج النشرات والمواجز والبرامج ويقوم النظام بربط الصور " الفيديو" والجرافيك بنص الخبر ويوفر نظام Avid iNews جميع عمليات البحث والمراسلة عبر النظام كما يمتلك العديد من الميزات المتقدمة التي يتم تكييفها لصالح العمل. ويمتاز نظام Avid iNews بالمرونة

بحيث يمكن للشركة المصممة للنظام وضع إضافات للنظام في شكل ملحقات Plug-In وفقاً لحاجة كل قناة.

يقوم النظام ببناء هيكل النشرة أو البرنامج وتنسيق المواد المضمنة في الهيكل واحتساب وقت النشرة بجانب قدرة النظام على إدارة النشرة أو البرنامج أثناء التنفيذ على الهواء ويحتاج فريق التحرير للتدريب حتى يستطيع ان يكتسب المهارة اللازمة التي تؤهله للعمل على هذا النظام بحيث يكون المحرر قادراً على العمل و الاندغام في بيئة النظام لذلك تفضل كثيراً من القنوات من يتقن مهارة التعامل مع نظام Avid iNews بحيث توفر القناة على نفسها تكاليف تدريب المحرر كما تختصر على المحرر أو المنتج الفترة اللازمة للانخراط في الإنتاج. ومن ثم استخدام الامكانيات التي يتيحها النظام بكفاءة واتقان.

ثانياً: الإجراءات المنهجية:

تشتمل الإجراءات المنهجية للدراسة وصفاً للطريقة والإجراءات التي أتبعته في تنفيذ هذه الدراسة ، ويشمل ذلك وصف المجتمع وعينة الدراسة وطريقة إعداد أدوات جمع البيانات والإجراءات التي أتخذت للتأكد من صدق وثبات الأدوات والطريقة التي أتبعته لتطبيقها ، والمعالجات الإحصائية التي تم بموجبها تحليل البيانات وإستخراج النتائج ، كما تشمل تحديد ووصف منهج الدراسة وهي على النحو التالي:

المنهج المستخدم في الدراسة : إستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي.

تصميم أدوات الدراسة : قام الباحث بتصميم إستمارة مختصين تشتمل على المعلومات الأساسية ومحاور الدراسة ، كما تم تصميم إستمارة مقابلة مقننة للحصول على البيانات القطعية.

إستمارة المختصين : من أجل الحصول على البيانات الأولية لهذه الدراسة قام الباحث بتصميم إستمارة للخبراء والمختصين لدراسة توظيف أنظمة غرف الأخبار الرقمية في إنتاج العروض الإخبارية وأبعاده الأخلاقية بالتطبيق على نظام الأخبار في قناة الشروق الفضائية ، وإستمارة الخبراء من الوسائل المعروفة لجمع البيانات الميدانية وتتميز بإمكانية جمع البيانات من مفردات متعددة من عينة الدراسة ويتم تحليلها للوصول إلى نتائج محددة.

وقد إعتد الباحث خلال عملية بناء أدوات الدراسة الخطوات التالية:

1-الإطلاع على العديد من الدراسات المتصلة بموضوع الدراسة بالإضافة إلى الإطلاع على الدراسات السابقة ، وذلك للإستفادة منها في إعداد أدوات جمع البيانات .

2-إعداد قائمة الإستمارة والتي تتألف من قسمين وصفها الباحث فيما يلي:

مقدمة تشتمل على خطاب موجه للمستجيبين يوضح هدف الدراسة وعنوانها وطريقة تعبئة الإستمارة. القسم الأول ويشمل البيانات الخاصة بأفراد عينة الدراسة ، وإشتملت على البيانات الشخصية المتصلة بوصف عينة الدراسة.

القسم الثاني ويشمل متغيرات الدراسة الأساسية ، وهي ثلاثة محاور ، والتي من خلالها يتم التعرف على أسئلة البحث. ويشتمل هذا القسم على عدد (61) عبارة تمثل أسئلة الدراسة.

الطرق الإحصائية المستخدمة: تختلف أساليب التحليل الإحصائي من حيث شمولها ، عمقها تعقيدها بإختلاف الهدف من إجرائها بغية الوصول إلى مؤشرات معتمدة تدعم أهداف الدراسة وتساؤلاتها . فقد تم فحص البيانات وتبويبها وجدولتها ليسهل التعامل معها بواسطة الكمبيوتر، ومن ثم إستشارة مختصين في الجوانب الإحصائية ومعالجة البيانات لغرض اختبار نموذج الدراسة وتساؤلاتها ، حيث أستخدم برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية Statistical Package for the Social Sciences والذي يعرف إختصاراً ب (SPSS) لتحليل بيانات إستمارة الخبراء بغرض الحصول على نتائج تتصف بدرجة عالية من الدقة والحصول على مخرجات لجميع اسئلة الإستبانة ، لمعرفة مدى موافقة عينة الدراسة على أسئلة الإستمارة المختلفة ولمعالجة البيانات الخاصة بإجابات الخبراء والمختصين.

أستخدمت الاساليب الإحصائية التالية:

1-التوزيع التكراري لإجابات المبحوثين.

2-الاشكال والرسوم البيانية

3-الجداول.

4-النسب المئوية.

5-الوسيط لتحديد إتجاهات آراء المبحوثين.

عينة الدراسة:

هو مجموعة من الأفراد الذين صمم الباحث دراسته عليهم ، وإذا أختيرت العينة بطريقة علمية سليمة فنتائج البحث يمكن تعميمها على ذلك المجتمع ، حيث بلغ العدد الكلي للعاملين بالإدارة العامة للأخبار بقناة الشروق 68 موظفاً ، والعينة المتمثلة في الدراسة بلغت 40 موظفاً عن طريق العينة العمدية حيث شملت الموظفين بالأخبار الذين يتعاملون مع نظام **Avid iNews**

جدول(1): يوضح توزيع الأداة

عدد إستمارات الخبراء والمختصين	التوزيع	الفاقد	العائد	المستبعد	النهائي	نسبة الإستمارات المستردة
40	40	4	36	3	33	82.5%

الأساليب الإحصائية المستخدمة في التحليل:

- تمَّ التحليل الإحصائي باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS) الإصدار رقم (16)، حيث تم استخدام عدد من الأساليب الإحصائية المتفقة مع أهداف البحث وفروضه باستخدام نتائج الأساليب الإحصائية التالية: (معامل الارتباط لبيرسون، معامل الثبات ألفا لكرونباخ، التكرارات والنسب المئوية، الوسط الحسابي والانحراف المعياري، اختبار مربع كاي للدلالة الإحصائية) (أ) اختبار ثبات المقياس: وذلك للتأكد من الثبات والاتساق الداخلي للعبارات المستخدمة في أداة البحث لكل محور (معامل ألفا كرونباخ) و معامل (بيرسون للإرتباط).

(ب) التحليل الوصفي: إعتد الباحث على الجداول التكرارية والنسب المئوية في تحليل البيانات الأولية لعينة الدراسة، واجابات المبحوثين لعبارات محاور الدراسة المختلفة.

(ج) اختبار الفرضيات: باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وحساب المتوسط المرجح وفقاً للقيم الافتراضية لمستويات مربع ليكرت الخماسي.

(أ) صدق وثبات المقياس:

جدول(2): قيم معامل (ألفا) لكرونباخ (صدق وثبات محاور المقياس)

اسم المحور	عدد العبارات	الصدق (جذر الثبات) %	معامل ألفا (الثبات) %
1	7	81.5	66.5

معامل ألفا (الثبات) %	الصدق (جذر الثبات)%	عدد العبارات	اسم المحور
98.2	99.1	7	توظيف نظام Avid iNews والأدوات المرتبطة به في التحقق والتثبيت من الأخبار.
85.7	92.6	14	توظيف نظام Avid iNews في معالجة الأخبار
70.7	84.1	8	توظيف نظام Avid iNews في بث الأخبار
95.3	97.6	7	توظيف نظام Avid iNews والأدوات المرتبطة به في التغذية الراجعة.
72.4	85.1	18	الأبعاد الأخلاقية
92.7	96.3	61	الكلي

شرح وتفسير نتائج الجدول (2):

يوضح الجدول نتائج قياس ثبات الاستبانة بطريقة معامل ألفا-كرونباخ (Cronbach Alpha)، حيث قام الباحث بحساب معامل ألفا لكل محور من محاور الدراسة وذلك بهدف اختبار ثبات هذه المحاور، ومعامل الصدق الذي يساوي الجذر التربيعي لمعامل ألفا.

وتتراوح قيم معامل ألفا بين (0) و(1) وكلما اقتربت من الواحد دلت على وجود ثبات عالي وكلما اقتربت من الصفر دلت على ضعف الثبات. ويبين الجدول رقم (2) الصدق ومعامل الثبات لمحاور أداة الدراسة. حيث تراوحت قيم الصدق لمحاور الاستبانة ما بين (81.5% و 99.1%)، وتراوحت قيم ثبات المحاور ما بين (66.5% و 98.2%) وهي معاملات جيدة احصائياً، وبلغ معامل الثبات الكلي للأداة (92.7%). وبالتالي يمكن القول بأن الأداة المستخدمة تتمتع بدرجة صدق وثبات عاليتين وتخدم الهدف الذي صممت من أجله.

الاتساق الداخلي والارتباط لفقرات محاور الدراسة:

جدول (3)

نتائج اختبار الارتباط لبيرسون (r) لفقرات توظيف نظام Avid iNews في تجميع واستقبال الأخبار

(ن=33)

رقم	العبرة	معامل ارتباط بيرسون (r)	الإحتمالية Sig.	الارتباط
1	رصد وتسجيل القصص الإخبارية الواردة في النظام	0.53	0.000	معنوي متوسط
2	رسائل تكليفات المراسلين عبر الإيميل المرتبط بالنظام	0.47	0.001	معنوي متوسط
3	استقبال نصوص الأخبار من خلال السيرفر الخاص بالنظام	0.46	0.021	معنوي متوسط
4	استقبال مواد الفيديو من خلال السيرفر الخاص بالنظام	0.68	0.000	معنوي قوى

رقم	العبارة	معامل ارتباط بيرسون (r)	الإحتمالية Sig.	الإرتباط
5	ترتيب وإعادة ترتيب الوارد من الأخبار والقصص الخبرية التي يتم استقبالها من المصادر المختلفة.	0.71	0.001	معنوي قوى
6	ارسال طلبات المواد الارشيفية للمكتبة لانتاج التقارير التحليلية	0.64	0.000	معنوي متوسط
7	ربط ال FTP مع النظام	0.57	0.003	معنوي متوسط

ملحوظة : * الإلتباط دال احصائياً عند مستوى معنوية (0.05) و درجة حرية (32).

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2020)

شرح وتفسير نتائج الجدول (3):

يتضح من خلال الجدول بأن قيم اختبار معامل بيرسون (r) للإرتباط موجبة وأكبر من الصفر وأقل من الواحد الصحيح، وان قيم الإحتمالية أقل من مستوى المعنوية (0.05) وهذا يؤكد وجود ارتباط ذي دلالة احصائية. حيث كانت أقل قيمة لمعامل بيرسون هي (0.46)، وأكبر قيمة هي (0.71). وهذا يدل على أن هناك ارتباطاً واتساقاً داخلياً لعبارات المحور وبالتالي صلاحيتها وقدرتها لقياس الهدف الذي وضعت من أجله.

جدول (4)

نتائج اختبار الإرتباط لبيرسون (r) لفقرات توظيف نظام Avid iNews في التحقق والتثبت من الأخبار

(ن=33)

رقم	العبارة	معامل ارتباط بيرسون (r)	الإحتمالية Sig.	الإرتباط
1	توظيف النظام للتحقق والتثبت من الأخبار	0.93	0.000	معنوي قوى
2	يتم اعتماد التحقق الموضوعي للتأكد من الأخبار الواردة إلى النظام	0.91	0.001	معنوي قوى
3	يتم اعتماد التحقق التقني للتأكد من المعلومات الواردة إلى النظام	0.90	0.021	معنوي قوى
4	تستخدم أدوات للتحقق من الصور أو الفيديو.	0.87	0.000	معنوي قوى
5	تستخدم أدوات للتحقق من الأماكن.	0.94	0.001	معنوي قوى
6	تستخدم أدوات للتحقق من الأشخاص.	0.89	0.000	معنوي قوى
7	تستخدم أدوات للتحقق من هوية المواقع الإلكترونية.	0.82	0.003	معنوي قوى

ملحوظة : * الإلتباط دال احصائياً عند مستوى معنوية (0.05) و درجة حرية (32).

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2020)

شرح وتفسير نتائج الجدول (4):

يتضح من خلال الجدول (4) بأن قيم اختبار معامل بيرسون (r) للارتباط موجبة وأكبر من الصفر وأقل من الواحد الصحيح، وان قيم الإحتمالية أقل من مستوى المعنوية (0.05) وهذا يؤكد وجود وجود ارتباط ذي دلالة احصائية. حيث كانت أقل قيمة لمعامل بيرسون هي (0.82)، وأكبر قيمة هي (0.94). وهذا يدل على أن هناك ارتباطاً واتساقاً داخلياً لعبارات المحور وبالتالي صلاحيتها وقدرتها لقياس الهدف الذي وضعت من أجله.

جدول (5)

نتائج اختبار الارتباط لبيرسون (r) لفقرات توظيف نظام Avid iNews في معالجة الأخبار (ن = 33)

رقم	العبارة	معامل ارتباط بيرسون (r)	الإحتمالية Sig.	الارتباط
1	تحرير القصص الاخبارية الواردة إلى النظام	0.66	0.000	معنوي متوسط
2	تبادل ومشاركة القصص الاخبارية مع أكثر من محرر.	0.69	0.000	معنوي قوي
3	مونتاج الأخبار والتقارير والمقاطع الصوتية من خلال البرمجيات المرتبطة مع النظام.	0.53	0.000	معنوي متوسط
4	معالجة الصوت الرقمي من خلال البرمجيات المرتبطة بالنظام	0.76	0.000	معنوي قوي
5	اضافة الرسوم التوضيحية للمواد الاخبارية من خلال البرمجيات المرتبطة مع النظام.	0.55	0.000	معنوي متوسط
6	اضافة الرموز والبيانات التوضيحية للمواد الإخبارية من خلال البرمجيات المرتبطة مع النظام.	0.53	0.000	معنوي متوسط
7	أرشفة المواد المهمة للاستعانة بها في إنتاج القصص الخبرية الحالية وفي المستقبل.	0.61	0.000	معنوي متوسط
8	انشاء قاموس لغوي للمساعدة في تحرير القصص الخبرية.	0.58	0.000	معنوي متوسط
9	الاستفادة من خدمة التصحيح الإملائي التي يوفرها النظام.	0.73	0.000	معنوي قوي

رقم	العبارة	معامل ارتباط بيرسون (r)	الإحتمالية Sig.	الارتباط
10	توظيف البرامج في استيراد القصص الخبرية وتصديرها.	0.67	0.000	معنوي قوي
11	توظيف البرامج في حماية القصص الخبرية من العرض.	0.72	0.000	معنوي قوي
12	توظيف البرامج في عمل نسخ احتياطية من القصص الخبرية.	0.67	0.000	معنوي قوي
13	توظيف البرامج في طباعة نسخ ورقية احتياطية للعرض الخبري.	0.70	0.000	معنوي قوي
14	الاستفادة من إمكانيات البرنامج في تعزيز الخصوصية خاصة في مرحلة تحرير القصة الخبرية.	0.53	0.000	معنوي متوسط

ملحوظة: * الإلتباط دال احصائياً عند مستوى معنوية (0.05) و درجة حرية (32).

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2020)

شرح وتفسير نتائج الجدول (5):

يتضح من خلال الجدول (5) بأن قيم اختبار معامل بيرسون (r) للإرتباط موجبة وأكبر من الصفر وأقل من الواحد الصحيح، وان قيم الإحتمالية أقل من مستوى المعنوية (0.05) وهذا يؤكد وجود ارتباط ذي دلالة احصائية يتدرج من متوسط إلى قوي. حيث كانت أقل قيمة لمعامل بيرسون هي (0.53)، وأكبر قيمة هي حوالي (0.70).

وهذا يدل على أن هناك ارتباطاً يتراوح بين المتوسط والقوي واتساقاً داخلياً لعبارات المحور وبالتالي صلاحيتها وقدرتها لقياس الهدف الذي وضعت من أجله.

جدول (6)

نتائج اختبار الإرتباط لبيرسون (r) لفقرات توظيف نظام Avid iNews في بث الأخبار (ن = 33)

رقم	العبارة	معامل ارتباط	الإحتمالية Sig.	الإرتباط
1	يستخدم البرنامج في تجهيز المواد الاخبارية للبث	0.47	0.000	معنوي متوسط
2	إمكانية التعديل على الاسكربت النهائي سواء بالحذف أو التعديل أو الإضافة أو إعادة الترتيب.	0.69	0.000	معنوي قوي
3	توظيف البرنامج في إدخال فواصل مباشرة خلال العرض الإخباري.	0.57	0.000	معنوي متوسط
4	تفعيل خاصية المصادقة على القصة الخبرية قبل البث من قبل الشخص/الأشخاص المخول/المخولين.	0.63	0.000	معنوي متوسط
5	يستخدم البرنامج لحساب أزمان القصص الخبرية ولحساب زمن العرض في البث الحي.	0.68	0.000	معنوي قوي

رقم	العبارة	معامل ارتباط	الإحتمالية Sig.	الإرتباط
6	تضمنين السكرتير النهائي للمصطلحات والمختصرات الخاصة بأنواع المواد المرئية المضمنة في العرض الإخباري.	0.72	0.000	معنوي قوي
7	توظيف الاشارات اللونية للدلالة على مراحل تحرير الخبر حتى وصوله لمرحلة البث.	0.51	0.000	معنوي متوسط
8	إرسال النسخة النهائية من العرض إلى جهاز البرومتر "الملقن" الآلي للمذيع.	0.65	0.000	معنوي متوسط

ملحوظة: * الإرتباط دال احصائياً عند مستوى معنوية (0.05) و درجة حرية (32).

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2020)

شرح وتفسير نتائج الجدول (6):

يتضح من خلال الجدول (6) بأن قيم اختبار معامل بيرسون (r) للإرتباط موجبة وأكبر من الصفر وأقل من الواحد الصحيح، وان قيم الإحتمالية أقل من مستوى المعنوية (0.05) وهذا يؤكد وجود ارتباط ذي دلالة احصائية قوي. حيث كانت أقل قيمة لمعامل بيرسون هي (0.47)، وأكبر قيمة هي (0.72) هذا يدل على أن هناك ارتباطاً قوياً واتساقاً داخلياً لعبارات المحور وبالتالي صلاحيتها وقدرتها لقياس الهدف الذي وضعت من أجله.

جدول (7)

نتائج اختبار الإرتباط لبيرسون (r) لفقرات توظيف نظام Avid iNews في التغذية الراجعة (ن = 33)

رقم	العبارة	معامل ارتباط	الإحتمالية Sig.	الإرتباط
1	ستدراك أخطاء المحتوى واللغة والقصص المنشورة من خلال التغذية الراجعة.	0.77	0.000	معنوي قوي
2	غرفة الأخبار تتابع أثر القصص الاخبارية التي تنتجها من خلال أدوات مثل "متقفي الأثر" IMPACT	0.65	0.000	معنوي متوسط
3	يتم توظيف أدوات حديثة لتحليل بيانات القراء على المواقع الإلكترونية ونوع وأسلوب تفاعلهم مع القصص المنشورة مثل أدوات Google analytic	0.59	0.000	معنوي متوسط
4	تمتلك القناة نظام خاص بها يشكل قاعدة بيانات لتفاعلات وتقويمات الجمهور يقوم بتحليل تأثير القصص على الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي	0.80	0.000	معنوي قوي

رقم	العبارة	معامل ارتباط	الإحتمالية Sig.	الإرتباط
5	تقوم القناة بإدارة تعليقات الجمهور وحذف ما هو مسيئاً منها.	0.62	0.000	معنوي متوسط
6	بعض البرامج الإخبارية تحدد موضوعاتها بالاعتماد الكامل على رغبة وتوجه الجمهور على مواقع التواصل الإجتماعي.	0.76	0.000	معنوي قوي
7	عُرْفَةُ الأَخْبَارِ دائماً ما تسعى لفهم توجهات الجمهور حول قصصها وبرامجها، وأوقات عرضها وقراراتها وضيوفها.	0.73	0.000	معنوي قوي

ملحوظة: * الإرتباط دال احصائياً عند مستوى معنوية (0.05) و درجة حرية (32).

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2020)

شرح وتفسير نتائج الجدول (7):

يتضح من خلال الجدول (7) بأن قيم اختبار معامل بيرسون (r) للإرتباط موجبة وأكبر من الصفر وأقل من الواحد الصحيح، وان قيم الإحتمالية أقل من مستوى المعنوية (0.05) وهذا يؤكد وجود ارتباط ذي دلالة احصائية قوي. حيث كانت أقل قيمة لمعامل بيرسون هي (0.59)، وأكبر قيمة هي (0.80) هذلويدل على أن هناك ارتباطاً قوياً واتساقاً داخلياً لعبارات المحور وبالتالي صلاحيتها وقدرتها لقياس الهدف الذي وضعت من أجله.

جدول (8): نتائج اختبار الإرتباط لبيرسون (r) لفقرات محور الأبعاد الأخلاقية (ن = 33)

رقم	العبارة	معامل ارتباط بيرسون (r)	الإحتمالية Sig.	الارتباط
1	يلتزم المحررون في قناة الشروق بالصدق في كل ما تنشره القناة من أخبار ويبدلون أقصى الجهد في تقصي الحقائق وجمع المعلومات.	0.80	0.000	معنوي قوي
2	تمثل الموضوعية قضية مهمة في معالجة الأخبار الواردة إلى النظام في قناة الشروق	0.54	0.000	معنوي متوسط
3	برأي أن نظام الأخبار الذي تستخدمه القناة يحقق لى الخصوصية والأمان	0.63	0.000	معنوي متوسط
4	تسعى أنظمة غرف الأخبار في قناة الشروق للسبق الإعلامي حتى لو تجاوز حدود اخلاقيات المهنة.	0.62	0.000	معنوي متوسط

رقم	العبارة	معامل ارتباط بيرسون (r)	الإحتمالية Sig.	الارتباط
5	ائماً ما تناقش المواضيع المتصلة بأخلاقيات المهنة أثناء اجتماعات التحرير داخل غرف الأخبار في القناة.	0.60	0.000	معنوي متوسط
6	تفضل قناة لشروق استخدام البرامج المجانية عن البرامج ذات النسخ المرخصة	0.49	0.000	معنوي متوسط
7	تتم مراعاة خصوصية الآخرين على أنظمة غرف الأخبار الرقمية في قناة الشروق.	0.55	0.000	معنوي متوسط
8	برأيي أن الإلتزام بأخلاقيات الإعلام مسؤولية جماعية يشترك فيها جميع فريق الإنتاج الإخباري في غرفة الأخبار.	0.67	0.000	معنوي قوي
9	حماية حقوق الملكية الفكرية وقوانين الفضاء الإلكتروني Cyber Space	0.66	0.000	معنوي متوسط
10	كفالة أمن البيانات والمعلومات وسريتها سواء عبر النظام أو غيره.	0.59	0.000	معنوي متوسط
11	يقوم المحررون بغرفة الأخبار بممارسة دور حارس البوابة على المواد الواردة عبر نظام Avid iNews.	0.71	0.000	معنوي قوي
12	في معالجة الأخبار الواردة إلى النظام يتم تجنب التمييز بسبب الهوية أو اللون أو الدين أو العرق.	0.64	0.000	معنوي متوسط
13	احترام آراء الغير بغض النظر عن هويتهم أو لونهم أو دينهم أو عرقهم	0.58	0.000	معنوي متوسط
14	يقوم العاملون بغرف الأخبار الرقمية بالحفاظ على سرية مصادر المعلومات وعدم افشائها مهما كانت الضغوط والإغراءات.	0.73	0.000	معنوي قوي
15	في معالجة الأخبار يتم تجنب عبارات التهويل أو التهوين والعبارات المبتذلة والخارجة عن الأدب بجانب تجريح الأفراد والهيئات.	0.66	0.000	معنوي متوسط
16	المحافظة على الخصوصية الشخصية للأفراد ما لم يكونوا من الهيئات العامة.	0.74	0.000	معنوي قوي
17	رفض أي مبالغ مادية أو هدايا أو امتيازات من الجهات صاحبة المصلحة في الأخبار.	0.68	0.000	معنوي قوي
18	تجنب استنارة الغرائز والعواطف التي تدفع إلى أفعال وسلوكيات غير مسئولة	0.62	0.000	معنوي متوسط

ملحوظة : * الإلتباط دال احصائياً عند مستوى معنوية (0.05) و درجة حرية (32).

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2020)

شرح وتفسير نتائج الجدول (8):

يتضح من خلال الجدول (8) بأن قيم اختبار معامل بيرسون (r) للإرتباط موجبة وأكبر من الصفر وأقل من الواحد الصحيح، وان قيم الإحتمالية أقل من مستوى المعنوية (0.05) وهذا يؤكد وجود ارتباط ذي دلالة احصائية قوي. حيث كانت أقل قيمة لمعامل بيرسون هي (0.49)، وأكبر قيمة هي (0.80)

هذا يدل على أن هناك ارتباطاً قوياً واتساقاً داخلياً لعبارات المحور وبالتالي صلاحيتها وقدرتها لقياس الهدف الذي وضعت من أجله.

عرض وتحليل وتفسير البيانات :

تحليل البيانات الأولية لعينة الدراسة:

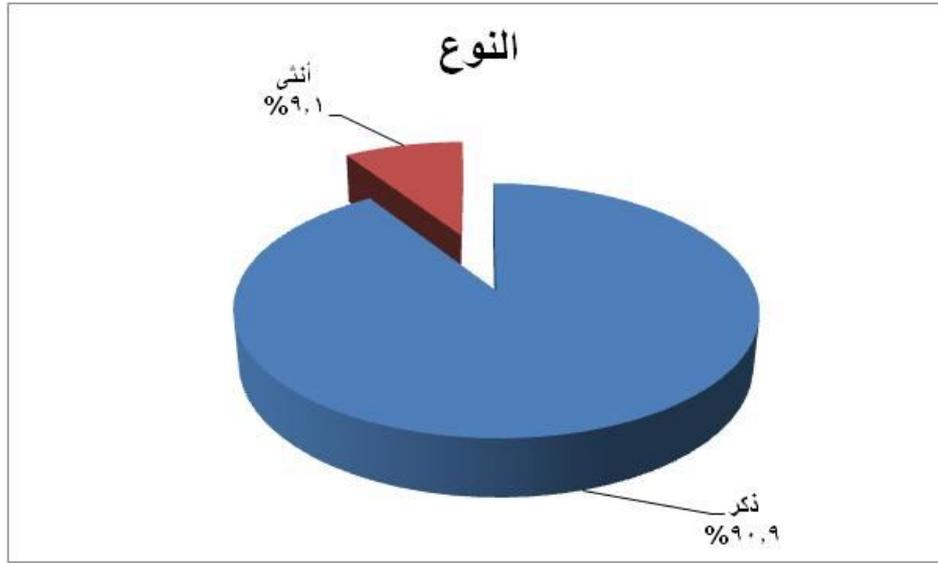
تميزت مفردات عينة الدراسة بمجموعة من الصفات الديموغرافية تمثلت في (النوع، العمر، المستوى

التعليمي، المهنة، الخبرة، التخصص) فيما يلي التوزيعات بالتكرارات والنسب المئوية لهذه المتغيرات:

جدول (9): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب النوع

النوع	العدد	النسبة المئوية
ذكر	30	90.9%
أنثى	3	9.1%
المجموع	33	100%

المصدر: إعداد الباحث من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2020)



شكل (1): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب النوع
المصدر: بيانات الجدول (9)

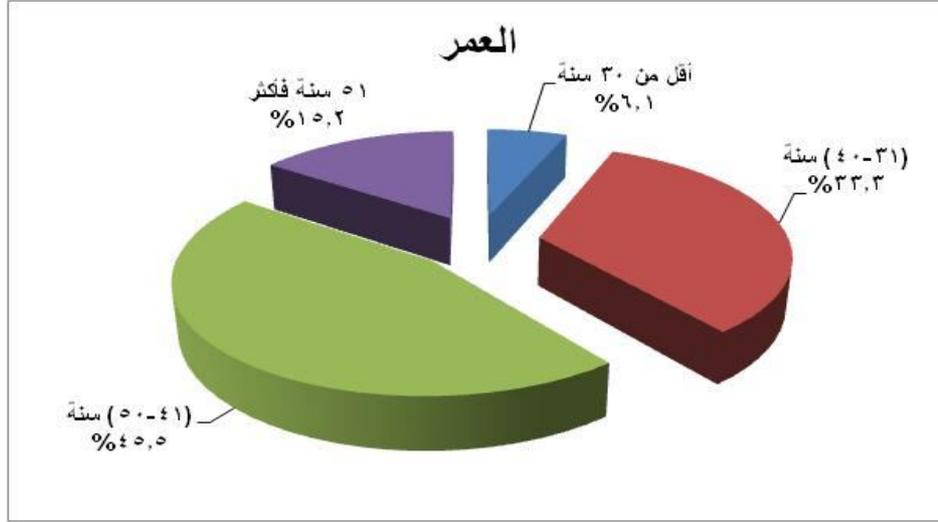
شرح وتفسير نتائج الجدول (9):

يوضح الجدول (9) توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع، ويتضح أن هناك (30) مشاركاً بنسبة مئوية بلغت (90.9%) كانوا ذكوراً، و هناك (3) مشاركين بنسبة مئوية (9.1%) كانوا إناثاً. أي أن الغالبية العظمى كانت من الذكور مما سبق نستنتج أن قناة الشروق تميل إلى توظيف الذكور في إدارة الأخبار وذلك لطبيعة العمل الإعلامي الذي تتطلب قضاء ساعات طويلة في العمل بجانب السفر والمناوبات الليلية.

جدول (10): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب العمر

العمر	العدد	النسبة المئوية
أقل من 30 سنة	2	6.1%
سنة (31-40)	11	33.3%
سنة (41-50)	15	45.5%
51 سنة فأكثر	5	15.2%
المجموع	33	100%

المصدر: إعداد الباحث من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2020)



شكل (2): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب العمر

المصدر: بيانات الجدول (10)

شرح وتفسير نتائج الجدول (10):

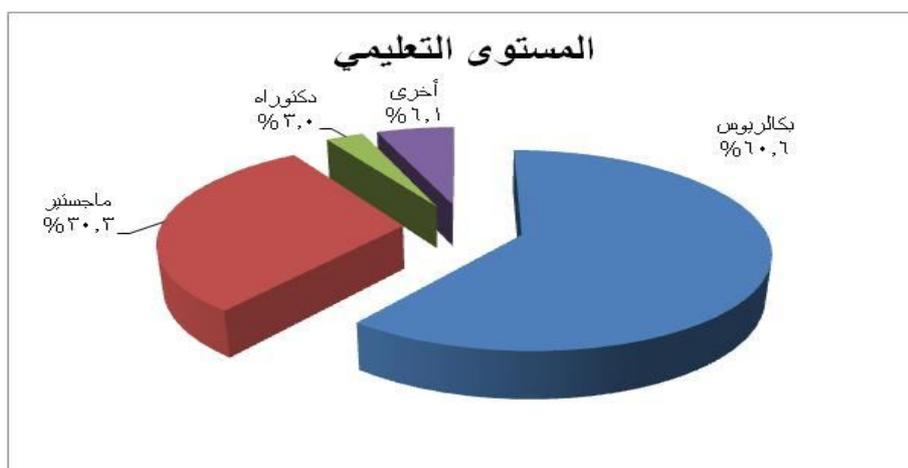
الجدول (10) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر، ويتضح أن هناك (2) من المشاركين بنسبة مئوية (6.1%) من الفئة العمرية أقل من 30 سنة، و (11) مشاركاً بنسبة (33.3%) تقع أعمارهم ضمن الفئة العمرية (31-40) سنة، وهناك (15) مشاركاً يمثلون (45.5%) من عينة الدراسة تقع أعمارهم ضمن الفئة العمرية (41-50)، و (5) مشاركين فقط بنسبة (15.2%) من الفئة العمرية أكبر من 50 سنة. من هذه النتيجة يتضح أن النسبة الغالبة من عينة الدراسة تتراوح أعمارهم بين 41

و50 سنة. الشكل (2) يوضح ذلك بيانياً وهو مؤشر للخبرات التي تعتمد عليها القناة في إنتاج الأخبار ، بجانب أن هذه الفئة العمرية كانت تتراوح أعمارها بين 31-40 سنة عند تأسيس القناة في العام 2008م.

جدول (11): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية	العدد	المستوى التعليمي
60.6%	20	بكالوريوس
30.3%	10	ماجستير
3%	1	دكتوراه
6.1%	2	أخرى
100%	33	المجموع

المصدر: إعداد الباحث من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2020)



شكل (3): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

المصدر: بيانات الجدول (11)

شرح وتفسير نتائج الجدول (11):

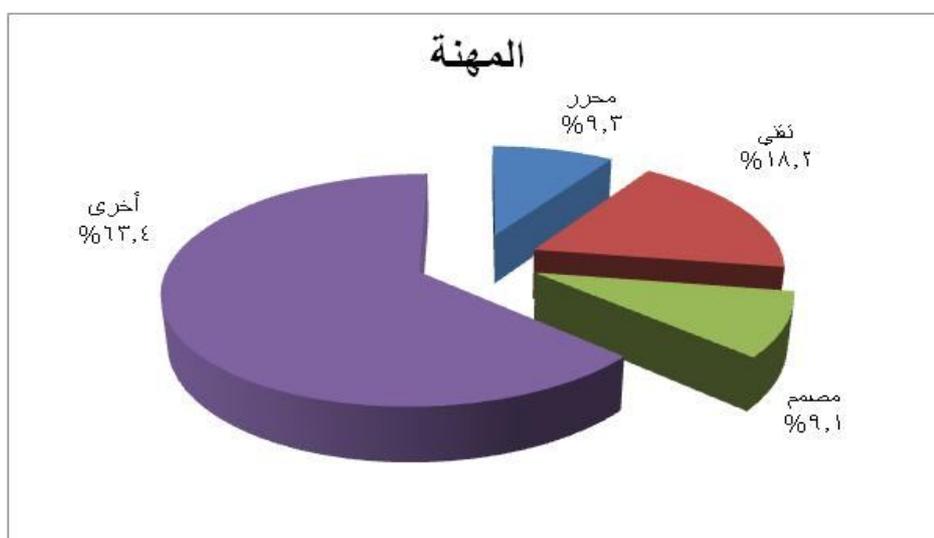
يوضح الجدول (11) توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي، وتبين أن هناك (20) مشاركاً ، بنسبة مئوية (60.6%) يحملون مؤهل (بكالوريوس)، وهناك (10) مشاركين بنسبة (30.3%) م يحملون مؤهل (ماجستير)، وهناك مشارك واحد فقط يحمل درجة الدكتوراه، و مشاركين إثنين يحملان مؤهلات أخرى. "

دبلومات فنية " ، ويشير ذلك إلى أن القناة توظف حملة البكالوريوس وما فوقه من الدرجات العلمية بحيث تعتمد على حملة الدرجات العلمية في إدارة الاخبار ، كما يشير إلى حرص موظفي القناة على زيادة التحصيل العلمي بالحصول على درجة الماجستير .

جدول (12): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب المهنة

المهنة	العدد	النسبة المئوية
محرر	3	9.1%
تقني	6	18.2%
مصمم	3	9.1%
أخرى	21	63.3%
المجموع	33	100%

المصدر: إعداد الباحث من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2020)



شكل (4): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب المهنة

المصدر: بيانات الجدول (12)

شرح وتفسير نتائج الجدول (12):

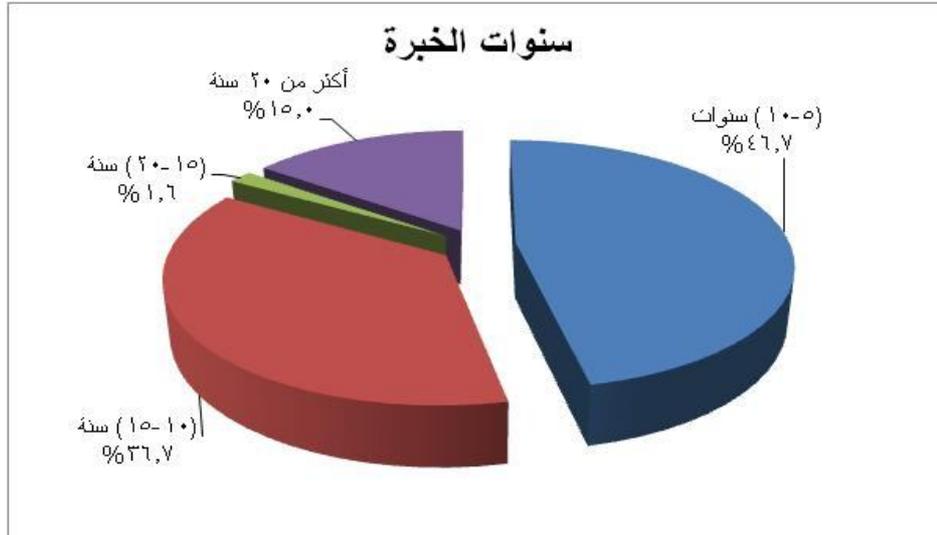
يوضح الجدول (12) توزيع عينة الدراسة حسب المهنة، ويتضح أن هناك (3) محررين، يمثلون (9.3%)، و(6) من التقنيين بنسبة بلغت (18.6%) ، وهناك (21) مشاركاً ويمثلون النسبة الغالبة (63.3%) من

مهن أخرى. نستخلص من ذلك أن إدارة الأخبار لا تولي أهمية كبرى للتخصص في التحرير حيث مثل التقنيون ضعف العدد بجانب تخصصات أخرى مساندة في الإنتاج نالت النسبة الغالبة.

جدول (13): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	العدد	النسبة المئوية
(10-5) سنوات	9	27.3%
(15-11) سنة	7	21.2%
(20-16) سنة	11	33.3%
أكثر من 20 سنة	6	18.2%
المجموع	33	100%

المصدر: إعداد الباحث من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2020)



شكل (5): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

المصدر: بيانات الجدول (13)

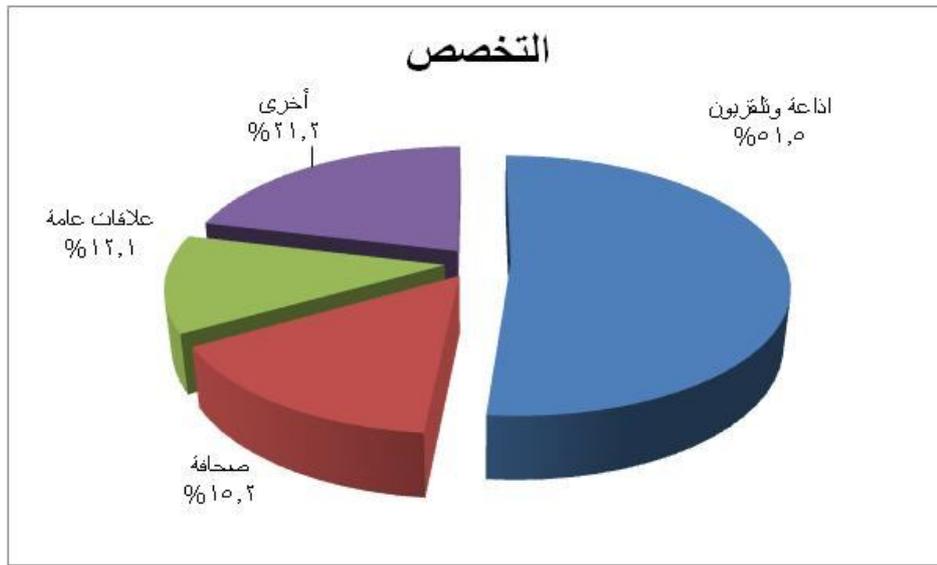
شرح وتفسير نتائج الجدول (13):

يوضح الجدول (13) توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة، ويتضح أن نسبة غالبية من المبحوثين (33.3%) سنوات خبرتهم تراوحت بين 16 و 20 سنة، وهناك (27.3%) كانت سنوات خبرتهم بين 5 إلى 10 سنة، وهناك (21.2%) تراوحت سنوات خبرتهم بين 11 إلى 15 سنة، ويرى الباحث أن هذا يدل على أن عينة الدراسة تمتاز بمستوى جيد من الخبرة في مجال العمل.

جدول (14): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب التخصص

التخصص	العدد	النسبة المئوية
اذاعة وتلفزيون	17	51.5%
صحافة	5	15.2%
علاقات عامة	4	12.1%
أخرى	7	21.2%
المجموع	33	100%

المصدر: إعداد الباحث من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2020)



شكل (6): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب التخصص

المصدر: بيانات الجدول (14)

شرح وتفسير نتائج الجدول (14):

يوضح الجدول (14) توزيع عينة الدراسة حسب التخصص ويتضح أن هناك (17) مشاركاً، يمثلون (51.5%)، من تخصص (اذاعة وتلفزيون)، أي نصف العينة تقريباً و(5) يمثلون (15.2%) من تخصص (صحافة)، و هناك (4) مشاركين يمثلون (12.1%) من تخصص (علاقات عامة) ، وهناك (7) مشاركين ويمثلون نسبة (21.2%) من مهن أخرى.

ثانياً: تحليل الاتجاهات المعرفية:

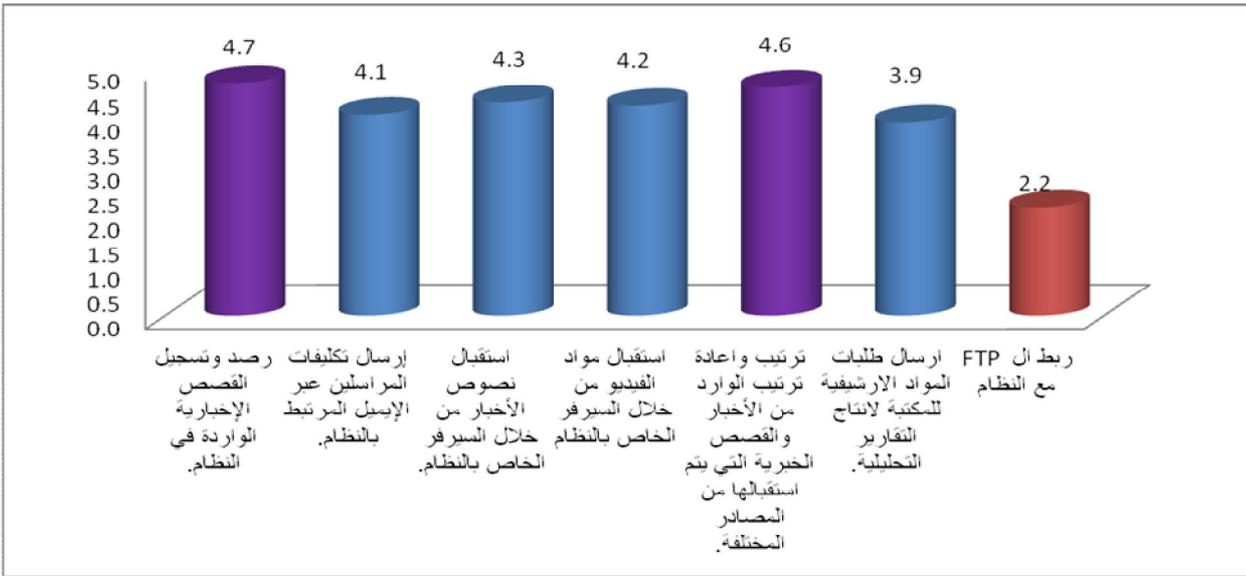
المحور الأول: توظيف أنظمة غرف الأخبار

جدول (15): التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات توظيف نظام Avid iNews في تجميع واستقبال الأخبار (ن = 33)

المتوسط الحسابي	درجة توظيف نظام Avid iNews										م الفقرات	
	ليلة جداً		قليلة		متوسطة		كبيرة		بيرة جداً			
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
74.					21.2	7	18.2	6	75.8	25	1	رصد وتسجيل القصص الإخبارية الواردة في النظام.
4.1		4	6.1	2	3	1	21.2	7	57.6	19	2	إرسال تكاليفات المراسلين عبر الإيميل المرتبط بالنظام.
4.3	3	1	-	-	21.2	7	15.2	5	60.6	20	3	استقبال نصوص الأخبار من خلال السيرفر الخاص بالنظام.
4.2	3	1	-	-	15.2	5	33.3	11	48.5	16	4	استقبال مواد الفيديو من خلال السيرفر الخاص بالنظام
4.6	-	-	-	-	6.1	2	27.3	9	66.7	22	5	ترتيب وإعادة ترتيب الوارد من الأخبار والقصص الخبرية التي يتم استقبالها من المصادر المختلفة.
3.9	3	1	6.1	2	12.1	4	54.5	18	24.2	8	6	ارسال طلبات المواد الارشيفية للمكتبة لانتاج التقارير التحليلية.
2.2	63.6	21	-	-	9	3	6.1	2	21.2	7	7	ربط ال FTP مع النظام
4.0												المتوسط الكلي

المصدر: الباحث من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية -2020م

ملحوظة: المتوسط المرجح = $3 = 5/(1+2+3+4+5)$



شكل (7): توظيف نظام Avid iNews في تجميع واستقبال الأخبار

المصدر: بيانات الجدول (15)

شرح وتفسير نتائج الجدول (15):

أظهرت النتائج كما يعرضها الجدول (15) والشكل (7) أن نظام Avid iNews يتم توظيفه بصورة كبيرة تجميع واستقبال الأخبار، وأوضحت النتائج حسب آراء الباحثين أنه يوظف بصورة كبيرة في عملية رصد وتسجيل القصص الإخبارية الواردة في النظام بمتوسط حسابي (4.7)، كما أنه يوظف بصورة كبيرة في ترتيب وإعادة ترتيب الوارد من الأخبار والقصص الخيرية التي يتم استقبالها من المصادر المختلفة، وذلك بمتوسط حسابي (4.6)، وكذلك في استقبال نصوص الأخبار من خلال السيرفر الخاص بالنظام، بمتوسط حسابي (4.3) وكذلك في استقبال مواد الفيديو من خلال السيرفر الخاص بالنظام بمتوسط حسابي (4.2).

ويرى الباحثون أن نظام Avid iNews يتم توظيفه بصورة أقل في إرسال تكاليفات المراسلين عبر الإيميل المرتبط بالنظام، بمتوسط حسابي (4.1)، وكذلك بصورة أقل في إرسال طلبات المواد الإرشيفية للمكتبة لإنتاج التقارير التحليلية، بمتوسط حسابي (3.9). ونجد أن النظام يوظف بدرجة قليلة جداً في الربط ال FTP، بمتوسط حسابي (2.2). ويعود هذا الأمر برأي الباحث لإكتفاء نظام ال Avid iNews بخدمات السيرفر الخاص بالنظام بجانب تلقي تكاليفات المراسلين من خلال الإنترنت

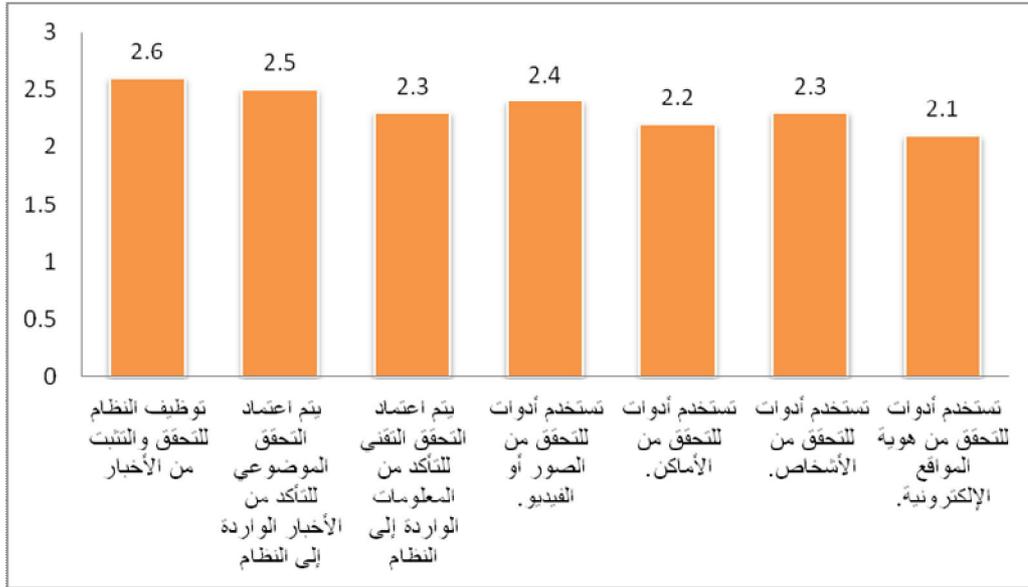
وبلغ المتوسط الكلي لفرقات هذا المحور (4.0) وهو أكبر من المتوسط المرجح، وبالتالي يمكن القول بأن النظام يتم توظيفه بدرجة كبيرة في مرحلة تجميع واستقبال الأخبار.

جدول (16): التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات توظيف نظام Avid iNews في التحقق والتثبت من الأخبار (ن = 33)

المتوسط الحسابي	درجة توظيف نظام Avid iNews										الفقرات	م
	ليلة جداً		قليلة		متوسطة		كبيرة		بييرة جداً			
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
2.6	48.5	16	9	3	-	-		8	18.2	6	توظيف النظام للتحقق والتثبت من الأخبار	1
2.5	28.5	16	6.1	2	9	3	18.2	6	18.2	6	يتم اعتماد التحقق الموضوعي للتأكد من الأخبار الواردة إلى النظام	2
2.3	54.5	18	3	1	12.2	4	15.2	5	15.2	5	يتم اعتماد التحقق التقني للتأكد من المعلومات الواردة إلى النظام	3
2.4	45.5	15	9	3	12.2	4	27.3	9	6.1	2	تستخدم أدوات للتحقق من الصور أو الفيديو.	4
2.2	54.5	18	9	3	3	1	27.3	9	6.1	2	تستخدم أدوات للتحقق من الأماكن.	5
2.3	54.5	18	6.1	2	9	3	18.2	6	12.2	4	تستخدم أدوات للتحقق من الأشخاص.	6
2.1	57.6	19	9	3	9	3	18.2	6	6.1	2	تستخدم أدوات للتحقق من هوية المواقع الإلكترونية.	7
2.3											المتوسط الكلي	

المصدر: الباحث من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية -2020م

ملحوظة: المتوسط المرجح = $3 = 5 / (1+2+3+4+5)$



شكل (8): توظيف نظام Avid iNews في التحقق والتثبت من الأخبار

المصدر: بيانات الجدول (16)

شرح وتفسير نتائج الجدول (16):

أظهرت النتائج كما يعرضها الجدول (16) والشكل (8) أن نظام Avid iNews يتم توظيفه بصورة قليلة جداً في التحقق والتثبت من الأخبار. وأوضحت النتائج حسب آراء المبحوثين أن النظام يتم توظيفه بدرجة قليلة و قليلة جداً في مرحلة التحقق والتثبت من الأخبار. حيث كانت المتوسطات الحسابية لجميع الفقرات المكونة للمرحلة أقل من (3) حيث انحصرت بين (2.1 و 2.6) وهي متوسطات ضعيفة تشير إلى ضعف مستوى التوظيف للنظام في هذه المرحلة. وبلغ المتوسط الكلي لهذا المحور (2.3) وهي أقل من المتوسط المرجح ويعود السبب في ذلك لإعتماد القناة على الأخبار من المصادر الرسمية دون المصادر المفتوحة و لغياب البرامج التي تعتمد في إنتاجها على مواد مواقع التواصل الاجتماعي والمواد التفاعلية التي ينتجها الجمهور " صحافة المواطن" وبالتالي يمكن القول بأن توظيف نظام Avid iNews في مرحلة التحقق والتثبت من الأخبار يتم بدرجة قليلة.

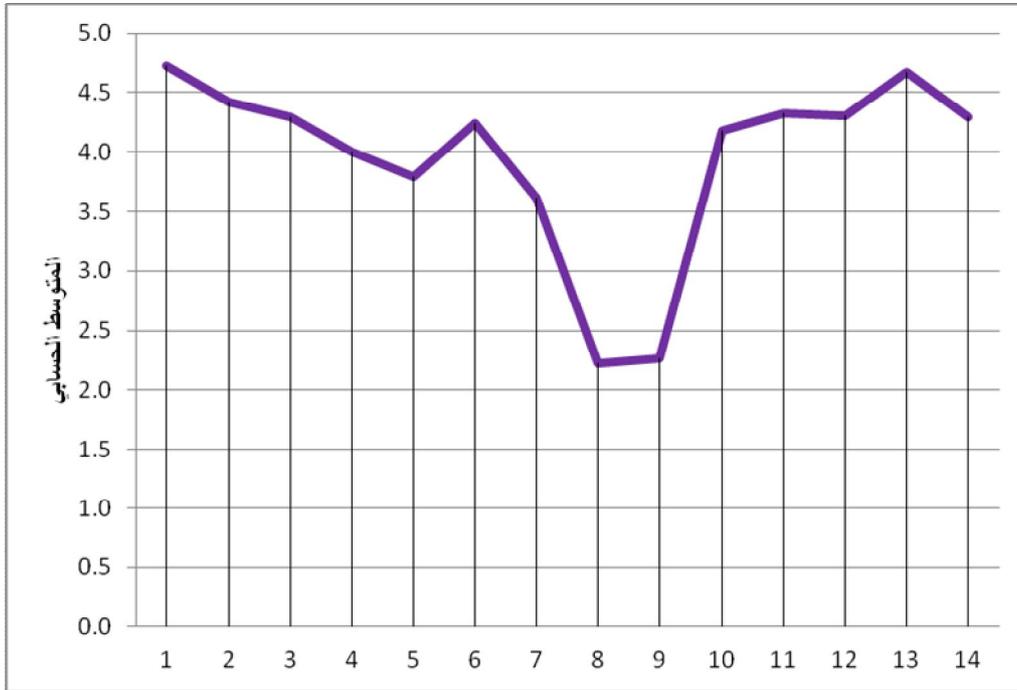
جدول (17): التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات توظيف نظام Avid iNews في معالجة الأخبار (ن = 33)

المتوسط الحسابي	درجة توظيف نظام Avid iNews										الفقرات	م
	ليلة جداً		قليلة		متوسطة		كبيرة		لييرة جداً			
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
4.7	6.1	2	-	-	6.1	2	9	3	81.8	27	1	تحرير القصص الاخبارية الواردة إلى النظام
4.4	6.1	2	-	-	-	-	33.3	11	60.6	20	2	تبادل ومشاركة القصص الاخبارية مع أكثر من محرر.
4.3	6.1	2	3	1	3	1	30.3	10	57.6	19	3	مونتاج الأخبار والتقارير والمقاطع الصوتية من خلال البرمجيات المرتبطة مع النظام.
4.0	3	1	3	1	27.3	9	24.2	8	42.3	14	4	معالجة الصوت الرقمي من خلال البرمجيات المرتبطة بالنظام
3.8	3	1	6.1	2	36.4	12	18.2	6	36.4	12	5	اضافة الرسوم التوضيحية للمواد الاخبارية من خلال البرمجيات المرتبطة مع النظام.
4.2	3	1	12.2	4	6.1	2	15.2	5	63.3	21	6	اضافة الرموز والبيانات التوضيحية للمواد الإخبارية من خلال البرمجيات المرتبطة مع النظام.
3.6	9	3	12.1	4	24.2	8	15.2	5	39.4	13	7	أرشفة المواد المهمة للاستعانة بها في انتاج القصص الخبرية الحالية وفي المستقبل.
2.2	54.5	18	6.1	2	12.1	4	15.2	5	12.1	4	8	انشاء قاموس لغوي للمساعدة في تحرير القصص الخبرية.
2.3	51.5	17	18.2	6	3	1	6.1	2	21.2	7	9	الاستفادة من خدمة التصحيح الإملائي التي يوفرها النظام.
4.2	12.1	4	-	-	6.1	2	21.2	7	60.6	20	10	توظيف البرامج في استيراد القصص الخبرية وتصديرها.
4.3	6.1	2	3	1	3	1	27.3	9	60.6	20	11	توظيف البرامج في حماية القصص الخبرية من المسح العرضي.

4.3	3	1	-	-	12.1	4	33.3	11	51.5	17	توظيف البرامج في عمل نسخ احتياطية من القصص الخبرية.	12
4.7	-	-	3	1	3	1	18.2	6	45.5	15	توظيف البرامج في طباعة نسخ ورقية احتياطية للعرض الخبري.	13
4.3	6.2	2	3	1	3	1	30.3	10	57.6	19	الاستفادة من إمكانيات البرنامج في تعزيز الخصوصية خاصة في مرحلة تحرير القصة الخبرية.	14
4.0											المتوسط الكلي	

المصدر: الباحث من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية -2020م

ملحوظة: المتوسط المرجح = $3 = 5 / (1+2+3+4+5)$



شكل (9): توظيف نظام Avid iNews في معالجة الأخبار

المصدر: بيانات الجدول (17)

شرح وتفسير نتائج الجدول (17):

أظهرت النتائج كما يعرضها الجدول (17) والشكل (9) أن نظام Avid iNews يتم توظيفه بدرجة عالية في معظم العمليات المتعلقة بمعالجة الأخبار، ويرى الباحثون بأن النظام يستخدم بصورة كبيرة جداً في عمليتي تحرير القصص الإخبارية الواردة إلى النظام بمتوسط حسابي (4.7)، وطباعة نسخ ورقية احتياطية للعرض الخبري

بمتوسط حسابي (4.7). بينما يتم توظيفه بدرجة قليلة جداً في عمليات انشاء قاموس لغوي للمساعدة في تحرير القصص الخبرية بمتوسط حسابي (2.2) والاستفادة من خدمة التصحيح الإملائي التي يوفرها النظام بمتوسط حسابي (2.3). ويعود السبب في ذلك برأي الباحث إلى أن لغة البرنامج الأم هي اللغة الإنجليزية التي تحظى بتوفر ملحقات للنظام منها قواميس اللغة و المصطلحات ووظيفة التصحيح الإملائي للنصوص الإنجليزية وتغيب هذه المزايا في حال التحرير باللغة العربية حيث نجد أن هذه الإمكانيات غير مدعومة ، بجانب أن اللغة الانجليزية تعتمد على صحة الاستهزاء فقط Spelling بخلاف اللغة العربية ، كما أن اللغة العربية الاعلامية لا توجد لها في الاصل معاجم مؤلفة يمكن ادماجها في النظام وهذا الاخير قصور من أهل اللغة وليس قصوراً من مصممي النظام ، وبلغ المتوسط العام لفقرات هذا المحور (4.0) وهو أكبر من المتوسط المرجح، وهذا يشير إلى أن النظام بصورة عامة يتم توظيفه بدرجة كبيرة في مرحلة معالجة الأخبار .

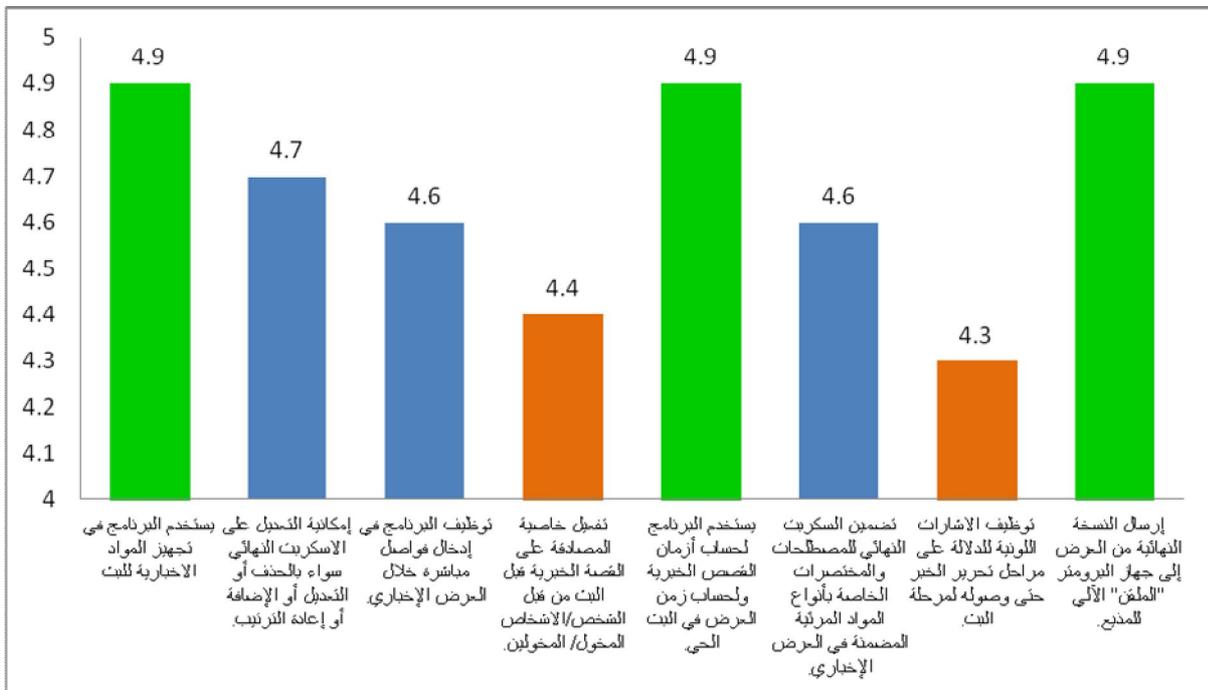
جدول (18): التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات توظيف نظام Avid iNews في بث الأخبار (ن= 33)

المتوسط الحسابي	درجة توظيف نظام Avid iNews										الفقرات	م
	ليلة جداً		قليلة		متوسطة		كبيرة		بيرة جداً			
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
4.9	-	-	-	-	-	-	3	1	96.9	32	يستخدم البرنامج في تجهيز المواد الاخبارية للبث	1
4.7	3	1	-	-	-	-	12.1	6	78.8	26	إمكانية التعديل على الاسكربت النهائي سواء بالحذف أو التعديل أو الإضافة أو إعادة الترتيب.	2
4.6	3	1			3	1	12.1	6	75.8	25	توظيف البرنامج في إدخال فواصل مباشرة خلال العرض الإخباري.	3
4.4	-	-	3	1	6.1	2	39.4	13	51.5	17	تفعيل خاصية المصادقة على القصة الخبرية قبل البث من قبل الشخص/الأشخاص المخول/المخولين.	4
4.9	-	-	-	-	-	-	12.1	4	87.9	29	يستخدم البرنامج لحساب أزمان القصص الخبرية ولحساب زمن العرض في البث الحي.	5
4.6	3	1	3	1	6.1	2	12.1	4	75.8	25	تضمنين الاسكربت النهائي للمصطلحات والمختصرات الخاصة بأنواع المواد	6

											المرئية المضمنة في العرض الإخباري.
4.3	9.1	3	-	-	-	-	30.3	10	60.6	20	توظيف الاشارات اللونية للدلالة على مراحل تحرير الخبر حتى وصوله لمرحلة البث.
4.9	-	-	-	-	-	-	6.1	2	93.9	31	إرسال النسخة النهائية من العرض إلى جهاز البرومتر "الملقن" الآلي للمذيع.
4.7											المتوسط الكلي

المصدر: الباحث من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية -2020م

ملحوظة: المتوسط المرجح = $3 = 5 / (1+2+3+4+5)$



شكل (10): توظيف نظام Avid iNews في بث الأخبار

المصدر: بيانات الجدول (18)

شرح وتفسير نتائج الجدول (18):

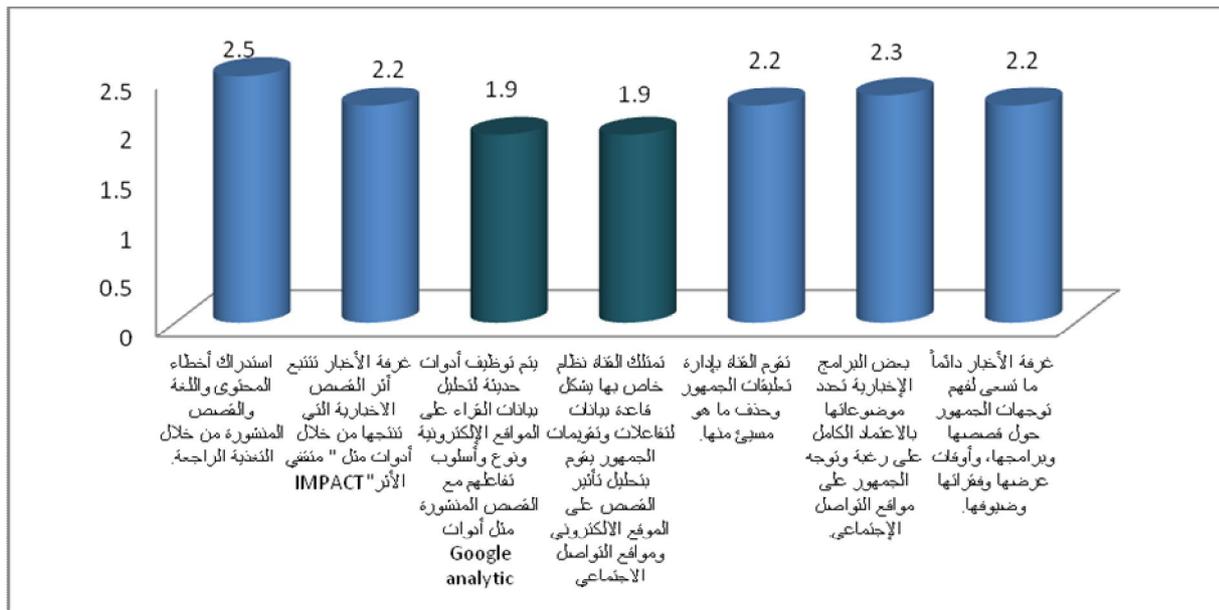
الجدول (18) والشكل (10) يوضحان مستوى توظيف نظام Avid iNews في مرحلة بث الأخبار. واتضح بأن النظام يتم توظيفه بدرجة عالية جداً في تجهيز المواد الإخبارية للبث بمتوسط حسابي (4.9) وكذلك في ارسال النسخة النهائية من العرض إلى جهاز الملقن الآلي للمذيع بمتوسط حسابي بلغ (4.9)، وكذلك في عملية حساب أزمان القصص الخبرية. ويتم توظيف النظام بدرجة أقل في عملية المصادقة على القصة الخبرية من قبل البث من قبل الجهة المخول لها، وكذلك بدرجة أقل في توظيف الاشارات اللونية للدلالة على مراحل تحرير الخبر حتى وصوله مرحلة البث. وبلغ المتوسط الكلي لفقرات هذا المحور (4.7) وهي أكبر من المتوسط المرجح وأقل بقليل من المتوسط العام (5) مما يشير إلى أن النظام يتم توظيفة بدرجة كبيرة جداً في مرحلة بث الأخبار.

جدول (19): التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات توظيف نظام Avid iNews في التغذية الراجعة (ن=33)

المتوسط الحسابي	درجة توظيف نظام Avid iNews										م	الفقرات
	ليلة جداً		قليلة		متوسطة		كبيرة		كبيرة جداً			
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
2.5	51.5	17	-	-	9.1	3	15.2	5	24.2	8	1	استدراك أخطاء المحتوى واللغة والقصص المنشورة من خلال التغذية الراجعة.
2.2	57.6	19	-	-	12.1	4	21.2	7	9.1	3	2	غرفة الأخبار تنتبع أثر القصص الاخبارية التي تنتجها من خلال أدوات مثل " متقفي الأثر" IMPACT
1.9	63.6	21	6.1	2	15.2	5	6.1	2	9.1	3	3	يتم توظيف أدوات حديثة لتحليل بيانات القراء على المواقع الإلكترونية ونوع وأسلوب تفاعلهم مع القصص المنشورة مثل أدوات Google analytic
1.9	63.6	21	9.1	3	9.1	3	12.1	4	6.1	2	4	تمتلك القناة نظام خاص بها يشكل قاعدة بيانات لتفاعلات وتقييمات الجمهور يقوم بتحليل تأثير القصص على الموقع

											الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي	
2.2	57.6	19	9.1	3	12.1	4	3	1	18.2	6	تقوم القناة بإدارة تعليقات الجمهور وحذف ما هو مسيئاً منها.	5
2.3	51.5	17	3	1	18.2	6	21.2	7	6.1	2	بعض البرامج الإخبارية تحدد موضوعاتها بالاعتماد الكامل على رغبة وتوجه الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي.	6
2.2	63.6	21	-	-	3	1	15.2	5	18.2	6	غرفة الأخبار دائماً ما تسعى لفهم توجهات الجمهور حول قصصها وبرامجها، وأوقات عرضها وفقراتها وضيوفها.	7
2.2											المتوسط الكلي	

المصدر: الباحث من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية -2020م
ملحوظة: المتوسط المرجح = $3 = 5 / (1+2+3+4+5)$



شكل(11): توظيف نظام Avid iNews في التغذية الراجعة

المصدر: بيانات الجدول (19)

شرح وتفسير نتائج الجدول (19):

الجدول(19) والشكل (11) يوضحان مستوى توظيف نظام Avid iNews في مرحلة التغذية الراجعة. وقد أظهرت النتائج بأن النظام يتم توظيفه بدرجات تتراوح بين قليلة وقليلة جداً في مختلف العمليات المتعلقة بمرحلة التغذية الراجعة. حيث جاءت جميع المتوسطات أقل من المتوسط المرجح ، وبلغ المتوسط الكلي لفقرات المجور

(2.2) وهو أقل من المتوسط المرجح ما يدل على ضعف توظيف النظام بصورة عامة في مرحلة التغذية الراجعة.

ويعود السبب في ذلك برأي الباحث إلى عدم وجود إدارة للإبتكار الرقمي أو حتى مدير تحرير للمحتوى الرقمي في غرفة أخبار قناة الشروق الفضائية حيث إن المحتوى الرقمي هو الذي يحقق التفاعلية بين القناة وجمهورها.

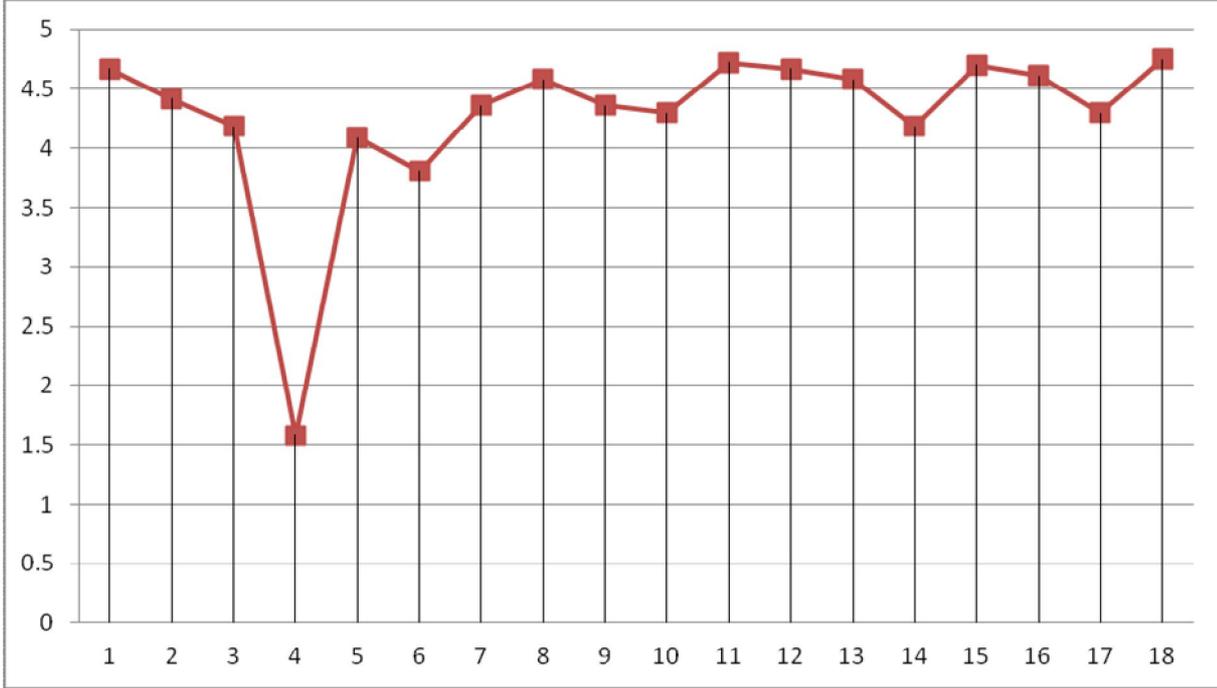
جدول (20): التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات محور الأبعاد الأخلاقية (ن = 33)

المتوسط الحسابي	درجة توظيف نظام Avid iNews										الفقرات	م
	ليلة جداً		قليلة		متوسطة		كبيرة		كبيرة جداً			
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
4.7	15.2	5	6.1	2	15.2	5	15.2	5	78.8	26	يلتزم المحررون في قناة الشروق بالصدق في كل ما تنشره القناة من أخبار وبيّنون أقصى الجهد في تفصي الحقائق وجمع المعلومات.	1
4.4	3	1	-	-	12.1	4	21.2	7	63.6	21	تمثل الموضوعية قضية مهمة في معالجة الأخبار الواردة إلى النظام في قناة الشروق	2
4.2	6.1	2	3	1	9.1	3	30.3	10	51.5	17	برأي أن نظام الأخبار الذي تستخدمه القناة يحقق لي الخصوصية والأمان	3
1.6	72.7	24	9.1	3	9.1	3	6.1	2	3	1	تسعى أنظمة غرف الأخبار في قناة الشروق للسبق الإعلامي حتى لو تجاوز حدود أخلاقيات المهنة.	4
4.1	-	-	3	1	12.1	4	57.6	19	27.3	9	دائماً ما تناقش المواضيع المتصلة بأخلاقيات المهنة أثناء اجتماعات التحرير داخل غرف الأخبار في القناة.	5
3.8		3	6.1	2	15.2	5	36.4	12	33.3	11	تفضل قناة الشروق استخدام البرامج المجانية عن البرامج ذات النسخ المرخصة	6
4.4	-	-	3	1	3	1	48.5	16	45.5	15	تتم مراعاة خصوصية الآخرين على أنظمة غرف الأخبار الرقمية في قناة الشروق.	7

4.6	-	-	-	-	6.1	2	30.3	10	63.6	21	برأيي أن الإلتزام بأخلاقيات الإعلام مسؤولية جماعية يشترك فيها جميع فريق الإنتاج الإخباري في غرفة الأخبار.	8
4.4	-	-	3	1	6.1	2	42.4	14	48.5	16	حماية حقوق الملكية الفكرية وقوانين الفضاء الإلكتروني Cyber Space	9
4.3	3	1	3	1	3	1	42.4	14	48.5	16	كفالة أمن البيانات والمعلومات وسريتها سواء عبر النظام أو غيره.	10
4.7	-	-	-	-	6.1	2	18.2	6	75.8	25	يقوم المحررون بغرفة الأخبار بممارسة دور حارس البوابة على المواد الواردة عبر نظام Avid iNews.	11
4.7	-	-	-	-	3	1	21.2	7	75.8	25	في معالجة الأخبار الواردة إلى النظام يتم تجنب التمييز بسبب الهوية أو اللون أو الدين أو العرق.	12
4.6	-	-	-	-	3	1	36.4	12	60.6	20	إحترام آراء الغير بغض النظر عن هويتهم أو لونهم أو دينهم أو عرقهم	13
4.2	3	1	3	1	9.1	3	42.4	14	42.4	14	يقوم العاملون بغرف الأخبار الرقمية بالحفاظ على سرية مصادر المعلومات وعدم افشائها مهما كانت الضغوط والإغراءات.	14
4.7	3	1	-	-	3	1	12.1	4	81.8	27	في معالجة الأخبار يتم تجنب عبارات التهويل أو التهوين والعبارات المبتذلة والخارجة عن الأدب بجانب تجريح الأفراد والهيئات.	15
4.6	3	1	-	-	-	-	27.3	9	69.7	23	المحافظة على الخصوصية الشخصية للأفراد ما لم يكونوا من الهيئات العامة.	16
4.3	3	1	-	-	9.1	3	39.4	13	48.5	16	رفض أي مبالغ مادية أو هدايا أو امتيازات من الجهات صاحبة المصلحة في الأخبار.	17
4.8	3	1	-	-	-	-	15.2	5	81.8	27	تجنب استثارة الغرائز والعواطف التي تدفع إلى أفعال وسلوكيات غير مسؤولة	18
4.3											المتوسط الكلي	

المصدر: الباحث من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية -2020م

ملحوظة: المتوسط المرجح = $3 = 5/(1+2+3+4+5)$



شكل (12): الأبعاد الأخلاقية

المصدر: بيانات الجدول (20)

شرح وتفسير نتائج الجدول (18):

الجدول (20) والشكل (12) يوضحان نتائج آراء الباحثين حول مستوى مراعاة الأبعاد الأخلاقية في استخدام نظام Avid iNews ، وقد أظهرت النتائج بأن النظام يتم فيه مراعاة الأبعاد الأخلاقية بصورة كبيرة فيما يتعلق تجنب استثارة الغرائز والعواطف التي تدفع إلى أفعال وسلوكيات غير مسؤولة بمتوسط حسابي (4.8)، وفيما يتعلق بصدق المحررين في كل ما تنشره القناة من أخبار ويبدلون أقصى الجهد في تقصي الحقائق وجمع المعلومات بمتوسط حسابي (4.7) ، وكذلك ممارسة المحررين لدور حارس البوابة على المواد الواردة عبر النظام، وتجنب التمييز في معالجة الأخبار الواردة بسبب الهوية أو اللون أو الدين أو العرق. وكذلك تجنب عبارات التهويل أو التهوين والعبارات المبتذلة والخارجة عن الأدب وتجريح الأفراد والهيئات. وبلغ المتوسط الكلي لعبارات هذا المحور (4.3) وهو أكبر من المتوسط المرجح، وبالتالي يمكن القول بأن هناك مراعاة الأبعاد الأخلاقية بدرجة كبيرة عند توظيف نظام Avid iNews.

خامساً: النتائج العامة للبحث

لقد خلص هذا البحث وخرج بهذه النتائج:

- 1- إن أنظمة إنتاج الأخبار هي برمجيات مرتبطة مع بعضها تتكامل في مابينها مستخدمة الوسائل الإتصالية الحديثة والتقنيات بهدف تسهيل وتسريع إنجاز مهام غرفة الأخبار بكفاءة أعلى.
- 2- إن نظام Avid iNews الذي تستخدمه قناة الشروق في إنتاج الأخبار يقوم بأدوار متعددة شملت جميع مراحل إنتاج الأخبار الخمس (الجمع - التحقق - المعالجة - البث - التغذية الراجعة).
- 3- كشفت الدراسة أن نظام Avid iNews في قناة الشروق قام بإلغاء وظائف في إنتاج الأخبار مثل وظيفة فني الملحن " البرومبتر" ووظيفة فني الكراكر " CG Generator
- 4- بينت الدراسة أن نظام Avid iNews في مرحلة الجمع يقوم برصد وتسجيل القصص الإخبارية الواردة في النظام واستقبال نصوص الأخبار من خلال الخادم "السيرفر" الخاص بالنظام.
- 5- أوضحت الدراسة أن نظام Avid iNews في مرحلة الجمع يقوم بترتيب وإعادة ترتيب الوارد من الأخبار والقصص الخبرية التي يتم استقبالها من المصادر المختلفة.
- 6- أن توظيف نظام Avid iNews في مرحلة التحقق و التثيت من الأخبار يتم بدرجة أقسل من المتوسط.
- 7- أوضحت الدراسة أن قلة توظيف النظام في التحقق والتثيت يعود لإعتماد القناة على الأخبار من المصادر الرسمية دون المصادر المفتوحة. و لغياب البرامج التي تعتمد في إنتاجها على مواد مواقع التواصل الإجتماعي والمواد التفاعلية التي ينتجها الجمهور "صحافة المواطن.
- 8- توصلت الدراسة إلى أن نظام Avid iNews يتم توظيفه بدرجة عالية في معظم العمليات المتصلة بمعالجة الأخبار.
- 9- هناك مهام متعددة لبرنامج Avid i News في مرحلة المعالجة حيث يقوم بتحرير القصص الاخبارية الواردة إلى النظام وتبادل ومشاركة القصص الاخبارية مع أكثر من محرر.
- 10- عمل برنامج Avid iNews في مرحلة المعالجة لا يقتصر على استيراد القصص الخبرية وتصديرها وحمايتها من المسح العرضي بل يقوم النظام باضافة الرموز والبيانات التوضيحية للمواد الإخبارية من خلال البرمجيات المرتبطة معه.
- 11- بينت الدراسة أن نظام Avid iNews يتم توظيفه في مرحلة بث الأخبار حيث يستخدم في تجهيز المواد الاخبارية للبث مع إمكانية التعديل على الاسكربت النهائي للعرض الإخباري.

- 12- يتم توظيف برنامج Avid iNews في مرحلة البث من خلال إدخال فواصل مباشرة خلال العرض الإخباري. وحساب أزمان القصص الخبرية وحساب زمن العرض في البث الحي.
- 13- أوضحت الدراسة أن النظام يقوم بإرسال النسخة النهائية من العرض إلى جهاز البرومتر "الملقن" الآلي للمذيع.
- 14- توصلت الدراسة إلى أن نظام Avid iNews يتم توظيفه بدرجات أقل من المتوسط في مختلف العمليات المتصلة بمرحلة التغذية الراجعة.
- 15- توصلت الدراسة إلى أن السبب في قلة الإهتمام بتوظيف النظام في مرحلة التغذية الراجعة يعود لعدم وجود إدارة للإبتكار الرقمي أو حتى مدير تحرير للمحتوى الرقمي في غرفة أخبار قناة الشروق الفضائية حيث إن المحتوى الرقمي هو الذي يحقق التفاعلية بين القناة وجمهورها.
- 16- بينت الدراسة مراعاة الأبعاد الأخلاقية في استخدام نظام Avid iNews ، وقد أظهرت النتائج بأن النظام يتم فيه مراعاة الأبعاد الأخلاقية بصورة كبيرة فيما يتصل بتجنب استثارة الغرائز والعواطف التي تدفع إلى أفعال وسلوكيات غير مسئولة. وهذا يتسق مع السياسات والمبادئ التحريرية والقيم الحاكمة للقناة.
- 17- أوضحت الدراسة أن المحررين يقومون بممارسة دور حارس البوابة على المواد الواردة عبر النظام خاصة تدفقات الوكالات الاجنبية. وهذا يؤكد أن نظام الأخبار في قناة الشروق يقوم على الرقابة الذاتية.

سادساً :التوصيات :
أوصت الدراسة بالآتي:

- 1- على باقي القنوات السودانية التي تقوم بإنتاج النشرات الإخبارية تطبيق تجربة قناة الشروق الفضائية في إنتاج الأخبار عبر أنظمة غرف الأخبار الرقمية.
- 2- على إدارة قناة الشروق إنشاء إدارة جديدة بالقناة تعنى بالإبتكار الرقمي وإدارة المحتوى الرقمي في قناة الشروق الفضائية لمواكبة التطور في أنظمة غرف الأخبار .
- 2- على الإدارة الهندسية في قناة الشروق تحديث الإصدار الحالي من نظام إنتاج الأخبار في قناة الشروق وترقيته ، نظام Avid iNews
- 3- على إدارة البرامج في قناة الشروق إضافة برامج إخبارية تفاعلية للخارطة البرمجية لقناة الشروق الفضائية برنامج واحد على الأقل .
- 4- على إدارة قناة الشروق الإهتمام بالتدريب الداخلي والخارجي على العمل في البيئة الجديدة لغرف الأخبار الرقمية.
- 5- على إدارة الأخبار في قناة الشروق إضافة المصادر المفتوحة إلى مصادر الأخبار في قناة الشروق الفضائية.
- 6- على إدارة الموقع الإلكتروني لقناة الشروق إيلاء التغذية الراجعة أهمية أكبر من خلال معرفة آراء الجمهور عبر الموقع الإلكتروني للقناة على شبكة الإنترنت أو مواقع القناة على مواقع التواصل الإجتماعي و مواقع مشاهدة المواد المرئية .
- 7- على إدارة البرامج في قناة الشروق إضافة برامج تقنية تعنى بمواقع التواصل الإجتماعي كمصادر للمشاهد والصور والمعلومات ، إضافة لإعتبارها تغذية راجعة.

مقترحات الدراسة :

- في ضوء أهداف الدراسة الحالية و النتائج التي أسفرت عنها و إستكمالاً لها يقترح الباحث إجراء مزيد من الدراسات المشابهة على نطاق واسع مثل في مجال أنظمة غرف الأخبار الرقمية NRCS ومن جملة الدراسات المقترحة:
- 1- دراسة تتناول توظيف أنظمة غرف الأخبار في إدارة الأخبار بتلفزيون السودان OCTOPUS 8
 - 2- دراسة لوضع معجم لمصطلحات أنظمة غرف الأخبار الرقمية وقد بدأ الباحث نواة لهذا المعجم في الملاحق.
 - 3- دراسة تعنى بالبرامج التفاعلية التي تعتمد على المصادر المفتوحة في القنوات الإخبارية العربية المتخصصة.
 - 4- دراسة واقع الأنظمة العربية التي بدأت في هذا المضمار مثل نظام نيراس ومعرفة أسباب تراجعها.

سابعاً : المصادر و المراجع Resources :

أولاً: المصادر:

(أ) : القرآن الكريم والسنة.

(ب) : المعاجم والموسوعات :

- 1-لسان العرب ، بيروت : دار صادر ، 1988م.
- 2-المعجم الوسيط ، مجمع اللغة العربية، ط5 ، القاهرة : مكتبة الشروق الدولية ، 2013م.
- 3-المعجم الوجيز مجمع اللغة العربية ، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية ، 1986م.
- 4-معجم المصطلحات الإعلامية" ، ط 2 ، بيروت ، دار الجيل ، 1994 م.
- 5-معجم اللغة العربية المعاصرة ، ط1،القاهرة: عالم الكتب ، 2008م.
- 6-قاموس الصباح المنير ، بيروت:دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ،2014م.
- 7- المورد : قاموس عربي إنجليزي ، بيروت ، دار العلم للملايين ، ط 7 ، 1995م.
- 8-القاموس المحيط :بيروت : دار الكتب العلمية ،2007م.
- 9- معجم المصطلحات العلمية والفنية والهندسية ، ط5 ، بيروت : مكتبة لبنان ، 1982م.
- 10-قاموس أكسفورد المحيط إنجليزي - عربي ، ط1، لبنان: أكاديميا إنترناشونال ، 2002م.
- 11-المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال ، القاهرة : دار النهضة العربية للطباعة والنشر ، 2014م

ثانياً : المراجع:

(ج) : الرسائل الجامعية:

- 1-فاطمة الزهراء عبد الفتاح ، غرف الاخبار الحديثة تجارب من مصر والعالم ، التجربة الصحفية لمؤسسة البوابة عبر موقعها الالكتروني البوابة نيوز وصحيفة البوابة ، رسالة دكتوراة منشورة ، جامعة القاهرة ، 2016م.
- 2- أم هانيء ابو صباح الشيخ ، فاعلية الوسائط المتعددة في إنتاج برامج التلفزيون - دراسة تطبيقية على التصميم الإيضاحي بتلفزيون السودان - رسالة دكتوراة غير منشورة ، جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا 2012م.
- 3- بشير بابكر البشير ، فاعلية التصميم الإيضاحي(الجرافيك) في إخراج الأفلام التسجيلية (الوثائقية) دراسة تطبيقية على عينة من الأفلام التسجيلية (الوثائقية) بتلفزيون السودان في الفترة 1999- 2013 - رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة أم درمان الإسلامية 2016م.

(د) : المراجع باللغة العربية:

- 1-إبتهال جاسم رشيد، الفنون الصحفية والمجتمع المدني ، ط1، عمان : دار غيداء للنشر والتوزيع ، 2017م
- 2-إبراهيم السيد حسنين ، الإتجاهات الحديثة في الإعلام الصحفي ، ط 1 ، القاهرة : مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ، 2015م.
- 3-إبراهيم الفضيلات : التصوير الضوئي التقليدي و الرقمي ، عمان ، 2010م.
- 4- إحسان رمضان السامرائي ، الفضائيات الإخبارية ودورها في توجيه الرأي العام سياسياً ، ط1 ، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع ، 2019م.
- 5-أحمد العبد أبو السعيد ، الكتابة لوسائل الإعلام صحافة إذاعة تلفزيون ، ط1، عمان : دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، 2014م
- 6-أحمد عبد الوهاب عبيد ، التحليل الموضوعي للصور الصحفية الأسس والتطبيقات ، ط 1 ، القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، 2016م

- 7- أحمد يوسف دودين ، إدارة الأعمال الحديثة ، ط1 ، عمان : دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، 2012م.
- 8- أديان برونل : سيناريو الفيلم السينمائي تقنية الكتابة للسينما ، ترجمة مصطفى محرم مجهول دار النشر و السنة
- 9- أسعد حسين عطوان ، يوسف خليل مطر : " مناهج البحث العلمي " ، ط1 ، بيروت ، دار الكتب العلمية ، 2018م.
- 10- إسماعيل إبراهيم : " مناهج البحوث الإعلامية : " ط1 ، القاهرة ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، 2107م
- 11- الأسد صالح علي الأسد ، انفجار الفضائيات العربية الابعاد ، الاهداف والتأثيرات الثقافية ، عمان : دار غيداء للنشر والتوزيع ، 2012م.
- 12- أندريا بريس و بروس ويليامز : البيئة الإعلامية الجديدة ، ترجمة شويكار زكي ، ط1، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2012م.
- 13- بسام المشاقبة، أخلاقيات العمل الاعلامي، عمان: دار أسامة، 2012
- 14- بلقاسم سلاطينية ، أسماء بن تركي ، الفعالية الإدارية في المؤسسة مدخل ، ط1 ، القاهرة : دار الفجر للنشر و التوزيع ، 2013م.
2. تيرهي رانتانن : الأخبار نشأتها و تطورها ، ترجمة كوثر محمود محمد ، ط1 ، القاهرة ، مؤسسة هنداوي للتعليم و الثقافة ، 2015م.
- 15- جون ماكسويل هاملتون و جورج أكريمسكي : صناعة الخبر في كواليس الصحف الأمريكية ، ترجمة أحمد محمود ، ط2 ، القاهرة، دار الشروق ، 2002.
- 16- حسن علي قاسم ، إنتاج المواد السمعية البصرية الأسس العلمية والمهنية ، ط 1 ، القاهرة : دار العربي للنشر و التوزيع ، 2019م.
- 17- حسني محمد نصر و سناء عبد الرحمن : التحرير الصحفي في عصر المعلومات الخبر الصحفي ، ط2 ، العين ، دار الكتاب الجامعي ، 2009.
- 18- حمزة الجبالي ، اللغة الإعلامية مفهوما مبادئها وتطوراتها ، عمان: دار عالم الثقافة للنشر و التوزيع ، 2016م.
- 19- حيدر شاكر البرزنجي ، محمود حسن الهواسي ، تكنولوجيا وأنظمة المعلومات في المنظمات المعاصرة ، بغداد : مطبعة ابن العربي ، 2014م

- 20-خالد محمد غازي ، الصحافة الإلكترونية العربية الالتزام والانفلات في الطرح ، ط1 ، القاهرة : وكالة الصحافة العربية ، 2010م.
- 21-رامي عطا صديق ، فاطمة أبو الحسن ، نسمة فايق ، الإعلام و الإرهاب دراسة حالة واستراتيجية مواجهة ، ط 1 ، القاهرة : دار العربي للنشر و التوزيع ، 2016م.
- 22-رائد محمد عبد ربه ، عكاشة محمد صالح ، مبادئ الإخراج ، ط 1 ، عمان : دار الجنادرية ، 2009م.
- 23-رستم أبو رستم ، الإعداد والتقديم الإذاعي والتلفزيوني ، ط1، عمان:المعزز للنشر والتوزيع ، 2017م
- 24-رفعت عارف الضبع ، الخبر ، ط 1 ، القاهرة: دار الفجر للنشر و التوزيع ، 2011م،
- 25-رفعت عارف الضبع ، السيناريو Script ، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2015م.
- 26- روبرت ل. هيلارد: الكتابة للتلفزيون ووسائل الإعلام الحديثة ، ترجمة مؤيد حسن فوزي ، العين، دار الكتاب الجامعي ، 2014م.
- 27-ريهام عاطف عبد العظيم ، أنماط التحيز في المعالجة الخيرية ، ط1 ، القاهرة: العربي للنشر و التوزيع ، 2019م.
- 28-سالي رمضان عبد المنعم ، الإعلام الإقتصادي ، ط1 ، القاهرة : مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ، 2015م.
- 29-سعد غالب ياسين ، نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات ، ط1 ، عمان : دار المناهج للنشر والتوزيع ، 2017م.
- 30-سعيد اللاوندي ، الخداع الإعلامي الرأي العام جسد مارد وعقل طفل ، ط 1 ، القاهرة: جزيرة الورد ، 2018م.
- 31-سعيد شيمي : الصورة السينمائية من السينما الصامتة إلى الرقمية ، ط1 ، القاهرة ، الهيئة العامة لقصور الثقافة ، 2013م.
- 32-سمر طاهر ، الإعلام في عصر العولمة والهيمنة الأمريكية ، ط 1 ، القاهرة : مكتبة الأسرة ، 2017م.
- 33-سمير محمد حسين : بحوث الإعلام ، ط 2 ، القاهرة : عالم الكتب ، 1995م
- 34-سهام الشجيري ، التحيز في تناول الإعلام ، ط 1 ، القاهرة : دار حميثرا للنشر و الترجمة ، 2019م.
- 35-صلاح عبد الحميد ، فن التحرير الصحفي ، ط1، القاهرة : مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع ، 2013م
- 36-عبد الباسط سلمان ، الإخراج والسيناريو في السينما والقنوات الفضائية التلفزيونية ، ط1، القاهرة : الدار الثقافية للنشر ، 2006م.
- 37-عبد الباسط سلمان ، ديجيال الإعلام ، ط1 ، القاهرة : الدار الثقافية للنشر ، 2008م.

- 38- عبد الباسط سلمان : سحر التصوير فن و إعلام ، القاهرة ، الدار الثقافية للنشر ، 2006م.
- 39- عبد الباسط سلمان : عولمة القنوات الفضائية ، الدار الثقافية للنشر ، بدون تاريخ .
- 40- عبد الحافظ سلامة ، الإتصال وتكنولوجيا التعليم ، ط1 ، عمان : دار اليازوري العلمية ، 2019م.
- 41- عبد الخالق محمد علي : فن الإخراج التلفزيوني والإذاعي ، ط1 ، بيروت ، دار المحجة البيضاء للطباعة والنشر والتوزيع ، 2010م.
- 42- عبد الستار جواد: فن كتابة الأخبار، عرض شامل للقوالب الصحفية ، ط2 ، عمان ، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ، 2001
- 43- علي حجازي إبراهيم ، المنطق الإعلامي بين العالمية و العولمة ، ط1 ، عمان: دار المعزز للنشر والتوزيع ، 2017م.
- 44- علي حجازي إبراهيم ، آليات صناعة الإعلام ، ط1 ، عمان : دار المعزز للنشر و التوزيع ، 2017م.
- 45- علي فرجاني ، مهارات المراسل التلفزيوني وفن صناعة التقارير الإخبارية ، ط1 ، عمان : دار أمجد للنشر و التوزيع ، 2016م.
- 46- علي فريجات : " ثقافة البحث العلمي " ، ط2 ، عمان : دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، 2012 .
- 47- عماد حسن مكاي ، عادل عبد الغفار ، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين ، ط1 ، القاهرة : الدار المصرية اللبنانية و 2008م.
- 48- عمرو محمد عبد الحميد ، العداء لوسائل الإعلام التحديات المهنية وإستعادة ثقة الجمهور ، ط1 ، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع ، 2019م.
- 49- عيسى محمود الحسن ، البرامج الإخبارية في الإذاعة و التلفزيون ، ط1 ، عمان: دار زهران للنشر و التوزيع ، 2010م.
- 50- فاضل محمد البدواني ، الإعلام الرقمي في عصر التدفق الإخباري ، ط1، بيروت : منتدى المعارف ، 2017م.
- 51- فاطمة الزهراء عبد الفتاح ، غرف الأخبار الحديثة تجارب من مصر والعالم ، ط1 ، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع ، 2016م.
- 52- فيصل حسن مطر ، أسس ومهارات الكتابة للصورة والتقرير التلفزيوني ، ط1 ، بيروت : دار الفكر المعاصر ، 2010م.
- 53- فيل أندروس ، ترجمة حامد بدران ، الصحافة الرياضية ، ط1 ، القاهرة : دار الفجر للنشر و التوزيع ، 2015م

- 54-كارولين ديانا لويس : التغطية الإخبارية للتلفزيون ، ترجمة محمود شكري العدوي ، ط1 ، القاهرة ، المكتبة الأكاديمية ، 1993م.
- 55-كين دانسايجر : تقنيات مونتاج السينما و الفيديو التاريخ والنظرية والممارسة، ترجمة أحمد يوسف ، ط1 ، القاهرة ، المركز القومي للترجمة ، 2011م.
- 56-كين دانسايجر : فكرة المخرج الطريق إلى البراعة في فن الإخراج ، ترجمة محمد علام خضر ، دمشق ، المؤسسة العامة للسينما ، 2014م.
5. لمياء طالة : الإعلام الفضائي و التغريب الثقافي ، ط1، عمان ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، 2014م.
- 57-ماهر الشمايلة ،محمود اللحام، علي الضلاعين ، مصطفى كافي ، أخلاقيات المهنة الإعلامية ، ط1 ، عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع ، 2015م.
- 58-مثنى محمد فيحان الغانمي ، التلفزيون والحرب دراسة في إتجاهات الأخبار وتأثيراتها وإنعكاساتها ، ط1، عمان ، دار أمجد للنشر والتوزيع ، 2018م.
- 59-محمد أحمد أبو سمرة ، محمد عبد الإله الطيطي : " مناهج البحث العلمي من التبیین إلى التمكين ، ط 1، عمان : دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، 2019م.
- 60-محمد البقالي ، سؤال المهنة والايولوجيا في الصحافة ، ط1 ، الدوحة : المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات ، 2018م
- 61-محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ، القاهرة: عالم الكتب ، 2015م
- 62-محمد محمد الهادي ، تكنولوجيا الإتصالات وشبكة المعلومات مع معجم شارح للمصطلحات ، ط 1 ، القاهرة : المكتبة الأكاديمية ، 2001م.
- 63- محمد معوض إبراهيم ، تكنولوجيا الإعلام : تطبيق على الإعلام في بعض الدول العربية ، القاهرة: دار الكتاب الحديث ، 2008م.
- 64-محمد معوض وبركات عبد العزيز : " الخبر الإذاعي و التلفزيوني" . ط2 ، الكويت ، دار الكتاب الحديث ، 2000م
- 65-محمود جاسم الصميدعي ،ردينة عثمان يوسف - التسويق الإعلامي مدخل إستراتيجي ، ط1 ، عمان : دار المناهج للنشر والتوزيع ، 2015م
- 66-محمود عبد السلام علي ، الحملات الإعلامية . ط 1 ، عمان : المعزز للنشر والتوزيع ، 2017م.

- 67-مدحت محمد أبو النصر ، مناهج البحث في الخدمة ، القاهرة :المجموعة العربية للتدريب و النشر ، 2107م.
- منى الحديدي و شريف اللبان : فنون الإتصال و الإعلام المتخصص ، ط1 ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، 2009.
- 68-نسمة أحمد البطريق و عادل عبد الغفار : الكتابة للإذاعة و التلفزيون ، القاهرة ، بدون ناشر ، 2005م.
- 69- هريبت زيتل : المرجع في الإنتاج التلفزيوني ، ترجمة سعدون الجنابي وخالد الصفار ، ط2 ، غزة ، 2007م.
- 70-وسام كمال ، الإعلام الإلكتروني و المحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي ، ط1 ، القاهرة : دار الفجر للنشر و التوزيع ،2014م.
- 71-ياسمين عبد المنعم ، صورة المرأة العربية في الصحافة البريطانية و الأمريكية ، ط1 ، القاهرة : دار العربي للنشر ، 2017م.
- 72-يامن بودهان ، تحولات الإعلام المعاصر ، ط1، عمان : دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، 2019م

(هـ) : المراجع الأجنبية:

- 1-José Alberto García Avilés and Miguel Carvajal, "Integrated and Cross-Media Newsroom Convergence," *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14.2 (2008), 221–39.
- 2- Sue Robinson, "Convergence Crises: News Work and News Space in the Digitally Transforming Newsroom," *Journal of Communication*, 61.6(2011), 1122–41
- 3- Sue Wallace, "The Complexities of Convergence," *International Communication Gazette*, 75.1 (2013), 99–117
- 4- Alecia Swasy, "A Little Birdie Told Me: Factors That Influence the Diffusion of Twitter in Newsrooms," *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 60.4 (2016), 643–56
- 5- Keller, Michael, and Brian Abelson. "NewsLynx: A Tool for Newsroom Impact Measurement." *Columbia Journalism Review*. June 4, 2015. Accessed March 11, 2019

6- Liz Hannaford, "Computational Journalism in the UK Newsroom: Hybrids or Specialists?, " Journalism Education, 4.1 (2015), 6–21

7- Eddy Borges-Rey, "Unravelling Data Journalism: A Study of Data Journalism Practice in British Newsrooms," Journalism Practice, 10.7 (2016), 833–43

8-Phillip O. Keirstead : Computers In Broadcast &Cable Newsrooms Using Technology in Television News Production ,Boulder,Colorado :CoursWise Publishing.

9-Ross, Karen & Nightinglle, Virginia, Media And Audiences New Perspectives, (London, Open University Press), 2003.

-Avid iNEWS User Guide,2017, Avid Technology, Inc10.

(و) : المجلات والدوريات:

1-مجلة بحوث الاعلام، ملخص رسالة ماجستير ، مكتبة جامعة القاهرة2.

3- سلسلة بحوث ودراسات إذاعية 75 ، تونس ، غرف الأخبار الحديثة و الإستفادة من التقنيات الحديثة ، 2013م.

4- أعداد مختلفة من مجلة إتحاد إذاعات الدول العربية - ASBU - تونس - الأعوام 1998-2017م

5-المجلة العربية للعلوم الإنسانية ، العدد 51 ، المجلد 13 ، 1995م.

6- مجلة عالم الفكر ، العدد 2 ، المجلد 38، ديسمبر 2009م.

7- مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية ، العدد88 ، 1998م،

8- مجلة الفيصل ، العدد 300 ، 2001م.

9-مجلة جامعة الملك عبد العزيز للآداب والعلوم الإنسانية ، المجلد الرابع ، 1991م.

10-إبراهيم الصياد ، آليات إتخاذ القرار في إدارة الأخبار ،مجلة الإذاعات العربية ، مجلة فصلية تصدر عن إتحاد إذاعات الدول

العربية ، العدد(1) - 2013م ، ص 63.

(ز) : التقارير و المؤتمرات:

- 1-أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، المنامة : منشورات مطبعة جامعة البحرين - 2009م
- 2- المؤتمر الدولي ، الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين ، 2009م.

(ح) : مواقع الإنترنت:

- 1-موقع <http://www.oxfordreference.com> / بتاريخ الزيارة تمت / 2 / 8 / 2016
- 2-<https://www.alnilin.com/12879987.htm> , 20/07/2017)
- 3- (<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5938777/> , 2018)
- 4-<https://nasainarabic.net/main/articles/view/leonid-meteor-showers2017-when-where-how-to-see-it> , 2017)
- 5-https://youtu.be/sbn3kQ_rBJU
- 6- <https://ashorooq.net>
- 7-<http://www.alnoor.se/article.asp?id=208122>
- 8-<https://en.m.wikipedia.org/wiki/U-matic>

ملحق رقم (7)

واجهة نظام Avid iNews

iNEWS

File Edit View Go To Story Format Tools Communicate Window Help

[iNEWS] SHOW TRAINING RUNDOWN SOT TERROR

PAGE	TAL	SLUG	FORMAT	GRAPHICS	VID-ID	STATU	SOT	READ	TOTA	BACKTIME	CG	WR	EP
A05	ALL	HELLO	ONCAM				0:00	0:12	0:12	12:00:10	REA		avst
A06	MZW	ANTI TERROR ACT	VO				0:00	0:51	0:51	12:00:22	REA		avst
A07	MZW	SOT TERROR	W/SOT				0:15	1:02	1:17	12:01:13	REA		avst
A08	KATY	NUNS	READER	678			0:00	0:30	0:30	12:02:30	REA		avst

PAGE
A07

PERSONNEL NAMES STORY FORMAT LOCATION PROJECT CATEGORIES

CAM	SHOT	TAL	SLUG	FORMAT	GRAPHICS	SOT	READ	TOTAL	BACKTIME	CG	EP
		MZW	SOT TERROR	W/SOT		0:15	1:02	1:17	12:01:13	REA	avst

DATE: 2/25/2003 15:3 MOD BY: javstar ED BY: TAPE # WR VID-ID STATUS COVERAGE START

WIPE TO SOT
RUNS=0:15
OUTO_HAVE SOUGHT*

*CG 2LINE
Sen. Arlen Specter
R-Pa.

WIPE TO VO

*CG 1LINE Washington D.C.

MIKE ON CAM

(TAKE SOT)
"The lack of professionalism in applying the law has been scandalous. The real question is if the FBI is capable of carrying out a counterintelligence effort. The FBI's difficulties in properly analyzing and disseminating information in its possession caused it not to seek FISA warrants that it should have sought"

WIPE TO VO
THERE WAS NO IMMEDIATE COMMENT ON THE REPORT FROM THE FBI. THE 1978 FISA LAW WAS ENACTED DURING THE COLD WAR TO ALLOW INVESTIGATORS TO OBTAIN SECRET WARRANTS TO SPY ON FOREIGN AGENTS. IT WAS EXPANDED AFTER THE SEPT. 11 ATTACKS BY THE USA PATRIOT ACT, GIVING LAW ENFORCEMENT GREATER POWERS TO SECRETLY INVESTIGATE TERRORIST SUSPECTS. THE REPORT WAS ISSUED AS THE U.S. DISTRICT COURT IN PORTLAND, ORE., HEARD ARGUMENTS IN ONE OF THE FIRST LEGAL CHALLENGES TO THOSE EXPANDED SPYING POWERS. DEFENSE ATTORNEYS FOR FIVE PEOPLE ACCUSED OF CONSPIRING TO HELP AL-QAIDA FORCES FIGHT U.S. TROOPS IN AFGHANISTAN PLAN TO CHALLENGE EVIDENCE COLLECTED UNDER SECRET FISA WARRANTS.

(MIKE ON CAM)
LEAHY SAID THE REPORT WAS THE FIRST COMPREHENSIVE CONGRESSIONAL OVERSIGHT OF THE FBI IN DECADES AND "DEMONSTRATES THE PRESSING NEED FOR REFORM IN THE FBI." HE SAID HE WAS JOINING GRASSLEY AND SPECTER IN INTRODUCING THE "DOMESTIC SURVEILLANCE OVERSIGHT ACT," A MEASURE UNDER WHICH CONGRESS WOULD OVERSEE FBI SURVEILLANCE OF AMERICANS AND GOVERNMENT SURVEILLANCE OF PUBLIC LIBRARIES. IT ALSO WOULD CHECK ON FISA'S USE IN CRIMINAL CASES AND DISCLOSE THE SECRET RULES OF THE FISA COURT TO CONGRESS.

TTC - 0:00:00 BLK - 0:00:00 EST - 0:01:17

Show is 0:30 over

REF 10 stories NUM

ملحق رقم (8)

account A level of authorization assigned to individuals using iNEWS, it determines the types of information they can access and the actions they can perform. Account types include User, User Manager, Super user, and System Administrator.

alias A code of up to 12 alphanumeric characters, it substitutes individual user names and automates the distribution of a mail story to a group of people.

anchor 1. The person who presents a newscast on-air to a television audience. Also called a presenter or talent.
2. In iNEWS, it is also the indicator in a Story panel that links a script to production information.

auto-backup A function in iNEWS that writes a backup copy of an open story to a user's local disk at specified time intervals.

auto-refresh A queue attribute that automatically redisplay a queue whenever changes are made to the queue.

Autoscript A mode in which the Instruction panel of a story is automatically displayed if production cues are in the story. If there are no production cues added to a story, the story is displayed unscripted.

backtime The exact time when a story in a newscast must start in order for the show to remain on schedule. Television newscasts typically use back-time to ensure that the newscast ends precisely as scheduled.

Broadcast Control System Command is a broadcast control system produced by Avid. It works with iNEWS to run a show's production devices, such as character generators, still-stores, and video tape devices.

bulletin An incoming wire story coded as high-priority by a wire service, it is fed directly into the iNEWS " priority" queue. Users are informed with both an audio signal and lightning bolt icon in the status portion of the workspace.

connect Establish a line of communication between two points in a wired system, such as between a server and a workstation (client PC) on a network.
To call a service that is either local (such as an archive system) or remote (such as Nexis). In iNEWS, users connect to services to access data.

cue See *production cue*.

cume time The amount of airtime required from the beginning of the show up to a certain point in the show in order for the show to remain on-schedule. It is displayed in an optional field with each entry in a rundown queue. Cume time is used by some producers when building, ordering, or airing a newscast.

dead queue A queue containing stories that have either been deleted by users or purged automatically by the system. As new space is required, these stories are recycled automatically from the Dead queue. Directory

panel An area in the workspace that displays the hierarchy of folders and queues in iNEWS. Users can use the Directory panel to navigate through the system.

Distribution code A word or string of characters used by distribution servers to control where stories are sent and filed. When users move or duplicate (" dupe") a story to a queue, they can add a distribution code so that additional copies of the story can be forwarded.

duration The length of a show or story. It is calculated by using the elapsed time in a broadcast when a story begins.

easy lock A feature that allows a user to open a queue or story while preventing others from doing the same. It is similar to a key lock, but is created without a key. Therefore, others cannot be granted access. See also *lock*, *key lock*.

edit lock A feature that prevents two people from working in a story simultaneously. The iNEWS system automatically places a story in edit-lock mode when a user is working in a story, and a user can also manually edit lock a story.

float To temporarily suspend a story. Its time is removed from the show timing. Float time is also ignored by the teleprompter and machine control. Floating is used when you are not sure whether or where to put a story in a rundown.

form A template that contains the fields and field positions, such as title, writer, etc., required for a story.

grommet Marker in the story that indicates placement of a production cue. It may appear in blue or pink, depending on whether it is selected.

hard-out time A story in a newscast that has a fixed start time, usually at the end of a segment or show. It is manually entered into the system.

Instruction panel One of three sub-panels of the Story panel, which contains production cues of a story for various devices that interface with iNEWS.

key A special alphanumeric code between 1 and 12 characters that a user assigns to a queue or story to lock it. To open, or unlock, a queue or story, a user must have the key. See also *lock*, *easy lock*, *key lock*.

key lock A feature that allows a user to lock a queue. To open the key-locked queue, all users (including the individual who put the key lock on the queue) must know the " key" if they want to open, move, duplicate, print, or delete the queue. See also [lock](#), [easy lock](#).

kill To delete a story and place it in the dead queue. Killing an endorsed story requires confirmation by the user performing the command. Killing an approved story in a production-locked queue is prohibited for all but the owner of the production lock.

lineup An outline of stories included in a newscast. A lineup usually contains a back-time or come-time form field to display the timing of the newscast. See also [rundown](#).

lock To protect a queue or story from access by unauthorized users. A queue or story can be locked and unlocked with a key or by a user-name specific lock. See also [key](#), [easy lock](#), [key lock](#).

Machine control See [production cue](#).

message of the day A window that displays one or more messages for iNEWS users when they log in to the system.

iNEWS Acronym for iNEWS Newsroom Computer System.

order lock A temporary lock iNEWS places on a queue when a user changes a sequence of stories in that queue. Order locking does not prevent other users from accessing the queue, but does prevent them from ordering the same queue simultaneously.

out time The total length of time (shown in hours, minutes, and seconds) for a show, or the actual time by which a show must end (shown in 12-hour clock time). See also [backtime](#).

panel A part of a workspace. In iNEWS, the three primary panels are the Directory panel, Queue panel, and Story panel. The Story panel can also be divided into three subpanels called Story Form, Story Text, and the Instruction.

password A word users enter when logging in to iNEWS. Passwords are alphanumeric and must be between five and 12 characters long.

path name The hierarchical name of the directory and queue in which a story is located. For instance, the pathname for the yankees queue is WIRES.SPORTS.STORIES.YANKEES.

priority queue 1. An area where iNEWS places copies of wire stories (usually in WIRES.ADVISORY.PRIORITY).
2. It is also a queue designated to be read first by a server program for new stories.

production cue A prompt to start a story element, such as a video playback. In iNEWS, it is typically to the left of a scripted story in the Instruction panel, and provides information for other devices controlled in the rundown. Production cues are usually prefaced by a grommet.

production lock A type of lock that prevents other users accessing a queue while it is in production. Setting a production lock does three things:

- Prevents other users from reordering a queue.
- Prevents other users from killing an approved story without explicitly removing the endorsement on them first.
- Allows only the user who placed the lock to use show timing.

purge To remove old stories from queues and place them in the dead queue. Purged stories are recycled as needed as new space is required.

purge interval A queue trait that indicates the time after which a story is considered "old." The iNEWS system will scan the entire database hourly and purge old stories from a queue.

query language Query language is the unique, formal language that enables you to request information from files created in iNEWS.

queue An area of the database containing stories related to a similar general topic.

queue form The area used to display the contents, size, and labels of a Queue panel.

queue panel An area in the iNEWS workspace that contains a list of the stories in a queue. Users can add, delete, and sequence stories in the Queue panel.

queue property A trait that controls characteristics of a queue. Queue properties include the refresh trait, read-only purge interval, sorting, and so on.

read access Authority granted to users that allows them to read and duplicate the contents of a directory, queue, or story.

read rate The number of words per minute that a presenter can read a news story. The iNEWS system determines the total running time of a newscast based on the read rate of the assigned presenter.

refresh A queue property or trait that automatically updates your terminal's display of the queue when changes are made to that queue by another user or by the system.

remote service An archival system, bulletin board, or any information service that allows you to establish a connection to another service.

results queue An area in iNEWS in which the results from a Find All search are placed.

rundown A lineup of stories included in a newscast. A rundown queue usually contains a backtime or come-time form field to display the timing of the newscast. See also *lineup*.

scratch pad A buffer in which text or notes are stored until the appropriate recovery procedure is performed. Deleted text and notes can be stored in the scratch pad. It is separate from the Windows Clipboard and allows clippings to be accumulated.

script A story that is read on the air. Typically, a script also contains production cues and references to the related media annotations.

selection bar The column of plain selector buttons at the left edge of a Queue panel that, when each one is clicked, selects a story and all of that story's details. The top button in the column selects the queue's entire contents.

server A special program the system uses to handle the distribution of stories internally.

session The way in which a workspace is customized. Toolbars, workspace layout, and preferences can be customized and saved with a session.

sorted queue A queue in which stories are organized by iNEWS according to criteria specified by a system administrator.

source queue A queue from which stories are copied or moved.

story A uniquely identified file that may contain text, production cues, or form field data. Stories are grouped in queues.

story form sub-panel An area at the top of a Story panel that contains fields with information about a story, such as its title, length, or status. You can turn display of this sub-panel on or off.

story panel One of three primary areas (panels) in the iNEWS workspace that displays the story form, text, and production cues of a story. It is the only primary panel that can be divided into sub-panels, called: Story Form, Story Text, and the Instruction.

story text sub-panel One of three sub-panels of the Story panel, which contains text of the story read on-air by the presenter.

superuser A user account that is given access to restricted functions in iNEWS. Superuser status can be assigned by a system administrator or another superuser.

syntax Syntax is the systematic way in which linguistic elements are put together to form search phrases or clauses.

system administrator An individual who is responsible for maintaining iNEWS and keeping all functions operating properly.

user An individual with a valid user account in iNEWS.

user ID A special alphanumeric code that identifies a user account in iNEWS. A user ID can be up to 20 characters long.

User manager A user ID given the authority to add, modify, delete, and search for information about user accounts. User manager status can be assigned by a system administrator only.

wire bulletin See *bulletin*.

word delimiter When words are separated by white space and/or special characters, the amount of white space, whether tabs or spaces, is equivalent to a single separator and is called a word delimiter.

workspace The area within the main window consisting of the Directory panel, Queue panel, and Story panel. This area is where users can view, add, edit, and delete information.

write access Authority given to users that allows them to add or delete stories, queues, or directories or to edit existing stories in a particular queue.

ملحق رقم (9)

أهم أنظمة وبرمجيات ومواقع جمع الأخبار في غرف الأخبار الرقمية

الأداة	الاستخدام
I News	برنامج يعمل كشبكة بين العاملين داخل غرفة الأخبار والوكالات العالمية الموثوقة، بحيث تزوده كل وكالة بأخبارها وموادها الصحافية بما يسمح للمستخدمين فيه استخدام هذه المواد بشكل مباشر وسريع، كما يتوفر في البرنامج عدة فلاتر ومعايير تضبطها كل وسيلة إعلامية حسب سياستها.
Trend Map, Trend 24, Twitter Trends	أدوات للبحث عن المواضيع الأكثر تداولاً والهاشتاغ في أي مكان على تويتر.
Storyful	موقع متخصص في البحث داخل وسائل التواصل الاجتماعي والتحقق من القصص المنشورة عليه.
Storyful Multisearch Extension	أداة للبحث في أغلب وسائل التواصل الاجتماعي في آن واحد بدلاً من البحث في كل موقع لوحدة.
Dataminr	أداة تنبهك عن ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي حسب الكلمات المفتاحية التي تختارها، ويتم ضبط اعداداتها بشكل يتلائم مع اهتمامات غرفة الأخبار.
Telegram Channels	قنوات التلغرام التي تستخدمها وسائل الإعلام لنشر الأخبار أولاً بأولاً
Twitter Filters	يتم استخدام اعدادات البحث داخل موقع تويتر مثل معرفة التردد والمواضيع الأكثر تداولاً حسب المناطق الجغرافية، بالإضافة لاستخدام أكواد البحث عن حسابات معينة وكلمات مفتاحية، عمل قوائم متابعة خاصة بكل بلد أو حدث.
Facebook Filters	يتم استخدام اعدادات البحث داخل موقع فيسبوك حسب معايير البحث الجغرافي والزمني ومواصفات وشكل المضمون.
Chat Apps	تطبيقات المحادثات الخاصة والمغلقة للتواصل المباشر مع المصادر أو الانضمام الى المجموعات الصحفية والإخبارية المتواجدة عليها، ومنها إضافة لواتس آب وتلغرام، Line, Viber, Snapchat
TweetDeck	تساهم في رصد المواضيع الجديدة على تويتر وتسهل عملية جمع المعلومات بالإضافة الى تسهيل عمل قوائم تويتر ومراقبتها.
Feedly, Inoreader	أداة تمكنك من تخصيص قوائم على يوتيوب وتصنيفات حسب اهتماماتك وتنبهك عند كل جديد يتوافق مع معاييرك. (Inoreader) أيضاً تقوم بنفس المهمة ولكن ليس فقط لليوتيوب وإنما للمواقع الاخبارية أيضاً.
Photodesk, Gramfeed	أداة خاصة بالبحث عن الصور على موقع وتطبيق انستغرام بناء على الكلمات المفتاحية والفلاتر والتصنيفات، وهي خاصة بأنظمة أبل. أما أداة Gramfeed تقدم نفس الخدمات ولكن لأنظمة التشغيل الأخرى.
Google Alert	أداة توفر لك الاخبار الأكثر رواجاً حول العالم ويمكن تخصيص ذلك حسب المواقع الجغرافية والمواضيع. تقوم الأداة بتنبيهك عندما ينشر مضمون يتوافق مع الكلمات المفتاحية والمعايير التي تختارها على مواقع الانترنت.
Geofeedia	يسمح للمستخدم بالبحث ومراقبة محتوى الإعلام الاجتماعي بحسب الموقع الجغرافي عبر مواقع تويتر وفليكر ويوتيوب وإنستغرام وبيكاسا. كما يساعد Geofeedia في التحقق من مصداقية الحدث بالمطابقة والمقارنة بين مختلف التغريدات الحدث معين.
Newsmap	موقع يرسم لنا خارطة الاخبار الأكثر تداولاً ورواجاً وقراءة في المناطق التي نختارها وبناء على تصنيفاتها سياسية اقتصادية رياضة ... الخ.
Socialbakers	موقع شامل لمراقبة ومقارنة وتحليل بيانات وسائل التواصل الاجتماعي والمؤثرين والتفاعل، والمواضيع المتداولة، بعض الخصائص مجانية وبعضها مدفوعة.

ملحق رقم (10)

أهم أدوات وبرمجيات التحقق من الصور والفيديو

الأداة	الاستخدام
	أدوات التحقق من الصور والفيديو
Fotoforensics, Findexif.com	خدمة تحري وفحص الصور للتأكد إذا ما كان متلاعب بها وما هي طبيعة هذا التلاعب؟
Google image	خدمة تقدمها شركة جوجل للبحث العكسي عن الصور بحيث يتم رفع الصورة من اجل البحث عن التشابه بينها وبين أي صورة على الانترنت او ان كانت منشورة سابقا.
Tineye	هو محرك بحث للصور يكشف عن مصدرها الأول والصور المشابهة لها وإن تم التعديل عليها.
EXIF, Jeffrey's Exif viewer	تكشف هذه الأداة بيانات EXIF وهي مواصفات وبيانات خفية لملفات الصور وتاريخها عند التقاطها، وان تم تصويرها بالكاميرا أو الهاتف.
Amnesty YouTube Dataviewer	وضعتها عبر الإنترنت منظمة العفو الدولية عام 2014 وتتيح التحقق من صحة الفيديوهات المنشورة على يوتيوب.
Wolfram Alpha	استخدم مواقع الطقس التي يمكن أن تعطيك تقاريراً دقيقة عن الأحوال الجوية في ذلك الموقع في ذلك التاريخ للتأكد مما إذا كان يطابق الطقس في الصورة
InVid	تستخدم للتحقق من الصور الرائجة على مواقع التواصل الاجتماعي، وهي تتيح البحث المعاكس انطلاقاً من فيديوهات منشورة.

ملحق رقم (11)

أهم أدوات التحقق من الأماكن و الأشخاص

أدوات التحقق من الأماكن	
تسمح بعرض صور بانورامية للشوارع وتقدم أبعاد وتضاريس أي منطقة على سطح الأرض.	Google earth, Google map, Street view
تسمح لك بوضع نفسك في الموقع الذي يفترض أن تتواجد فيه الكاميرا وتصور لك المكان بتفاصيله.	Wikimapia
للتحقق من الخرائط والمواقع يمكن أن تعطيك خيطاً يساعد على تتبع الصور وزوايا مختلفة للمواقع.	Bing Maps
تتيح تحديد المواقع الجغرافية للتغريدات على مواقع التواصل الاجتماعي، والتأكد مما إذا كان المفرد قريب من مكان الحدث أم لا	Yomapic, Echosec, Gramfeed, SAM Desk, Geofeedia, Ban.jo
أدوات التحقق من الأشخاص	
يسمح بمقارنة أسماء الأشخاص والمستخدمين وعناوين البريد الإلكتروني وأرقام الهاتف مع حسابات الأشخاص على الإنترنت.	Pipl.com
محرك بحث عن الأشخاص بحسب الاسم أو البريد الإلكتروني أو رقم الهاتف أو اسم المستخدم، كما يظهر الجنس والعمر، ومعلومات الاتصال بهم، والمهنة، والخلفية العائلية، وصورهم وملفهم الاقتصادي.	Spokeo.com
دليل مجاني يقدم خدمة البحث العكسي أي البحث عن تفاصيل أي شخص من خلال رقم هاتفه.	AnyWho
وسيلة للتحقق من الأفراد بتقديم دلائل تمكنك من تتبعهم (عبر الشركات / المنظمات التي يرتبطون بها حالياً أو سابقاً).	LinkedIn
يتيح الموقع لمستخدميه البحث عن أي اسم وعنوان مسجلين انطلاقاً من رقم الهاتف، وبالإمكان الحصول على تفاصيل حول الأرقام غير المسجلة وذلك مقابل انشراك مدفوع.	AllAreaCodes
دليل أرقام هواتف دولي.	Numberway
أدوات التحقق من هوية المواقع الإلكترونية	Truecaller

ملحق رقم (12)

أهم أدوات التحقق هوية المواقع الإلكترونية

أدوات التحقق من هوية المواقع الإلكترونية	
أداة توضح درجة موثوقية الموقع من خلال ادراج رابطته وان توافرت اراء بعض القراء حوله	webutation.net, validator.w3.org, woorank.com
أداة توضح مدى وثوقية الموقع واجزائه الداخلية مع توضيح ثغرات الموقع	nibbler.silktide.com
محاولة معرفة مكان الموقع ومن أين تتم ادارته	site24x7.com hostingchecker.com
أداة لتحديد المواقع الإخبارية المزيفة	KnowNews
أدوات لكشف السرقة الأدبية والفكرية عبر الانترنت	Copyleaks, Grammarly
أداة لتحديد المعلومات الخاطئة والمضللة على وسائل، التواصل الاجتماعي والمواقع والتعرف على مدى وخريطة انتشارها.	Hoaxy

ملحق رقم (13)

بعض المسميات الوظيفية الجديدة التي أحدثتها غرف الأخبار الرقمية

مع شرح أهم المسؤوليات و الواجبات والمهارات المطلوبة لشغل الوظيفة

Promo Producer

Job Description

As promos producer you will be involved in shaping one of the most important elements of The Platform output, its promos. From quick turnaround news promos to longer term projects, your creative and innovative film-making will be top class and market-leading. Working to the Head of Output, and liaising closely with the Creative department, you will be a self-starting, confident journalist with an eye for picture and artistic flair., you will also show an awareness of the digital world and the possibilities of cross-platform promotion.

Key Responsibilities

- Working under the direction of the Head of Output, producing both short- and long-term promos
- Owning a promo project from conception to delivery, coming up with creative and original ideas, filming or commissioning graphics, scripting when necessary, engaging external companies or talent if required and supervising the edit
- Ensuring The Platform's editorial guidelines and values are adhered to
- Looking whenever possible at the digital possibilities for promos and how they can be deployed across all The Channel platforms

Key Skills, Experience and Education

- Experience in television news, including television news production.
 - A strong journalist with creative flair and an eye for artistic detail
 - Previous experience in the making of promos for a national or international broadcast news channel, general entertainment channel, advertising agency or production company
 - Experience of or appreciation of the possibilities of cross-platform digital promotional work
 - Fluent in both written and spoken Arabic and English
 - Minimum of 3 years experience required.
 - BA in journalism or other related social science major a plus.
-

Bureau Producer

Job Description

As the Bureau Producer you will embrace the full production role: story research, filming assignments, overseeing editing, liaising with guests and contributors, maintaining good relations with authorities and contacts etc. You will ensure the smooth running of the bureau, being the main point of contact for the Channel HQ and you will work closely with correspondents and the team. You will produce high quality packages, engaging lives, deliver news making guests and generate content for online. You may be required to work across your country as well as internationally and in the Middle East as needed.

Key Responsibilities

- Set the bureau's daily and weekly agenda in coordination with Planning Editor and Senior News Editors at the HQ.
- Coordinate the activities of bureau staff throughout the production process.
- Recognise news stories and pursue them aggressively, researching and gathering the required material and putting them together for high quality broadcast and digital content.
- Produce work of the highest quality within a pressured environment. Be comfortable dealing with minute-by-minute breaking news and longer term projects or exclusive investigations.
- React quickly and efficiently to breaking news and demonstrates a clear understanding of the requirements of HQ and how the team can deliver them first.

Key Skills, Experience and Educational

- Highly motivated and organised.
- Excellent editorial judgment.
- Familiar with the region within which the bureau is situated.
- Experience on working under tight deadlines to produce high quality news packages and facilitate live broadcasts as well as generate content for online.
- Experience in running large teams on a big news stories under pressure and for long hours.
- Experience in generating digital content would be preferable.
- Experience in working as an output producer would be an advantage.
- Fluent in both written and spoken Arabic and English.
- Minimum of 5 years experience required.
- Degree in journalism or a relevant social science major an advantage.

Studio Graphics Operator

Job Description

Studio Graphics Operators (SGO's) are responsible for the playout of a large proportion of the design output operation. Utilising a variety of technology they are charged with recording, storing, allocating and outputting motion and static graphics for the channel. Working in a live, Breaking News environment supported by designers, they engage in talkback from the Newsroom Gallery, keep up to date with the current programme running order and the programme content.

Key Responsibilities

- Works closely with the Design Team, Gallery operations and journalists.
- Drives the operational output.
- Engages in the programme running order.
- Ensures the highest standards of quality for the channel's content and style.
- Communicates effectively with all other output areas.

Key Skills, Experience and Educational

- Experience of Live playout in a broadcast environment
- Excellent level of skill within field of technology
- Previous experience in a large national or international broadcast news channel.
- Good knowledge of broadcast technology
- Fluent in both written and spoken Arabic and English
- Minimum of 3 years experience at this level, or clear skills to take the next step required.
- Excellent software skills in relevant field; particularly Viz platforms including Content Pilot, Artist and Trio. Photoshop and After Effects knowledge not a requirement, but some experience may be advantageous.

Graphic Designer

Job Description

Designers will be responsible for the output of one of 3 areas within the design department of The Channel ; Broadcast Design, 3D, and Digital. They will work in a team under the direction of the Senior Designers and Head of Creative. These are hands on creative positions.

Key Responsibilities

- Working closely with other designers to resource the Design output for The Channel.
- Creating motion graphics, animation sequences or digital design.
- Ensuring the highest standards of quality for the channel's content and style.
- Communicating effectively with all other output areas.

Key Skills, Experience and Educational

- Bachelor degree in Graphic design, Visual Communication or similar relevant experience.
- 4+ years experience in a large national or international broadcast news channel is a plus.
- Proven professional track record with 4+ years knowledge of general practices and procedures of Graphic Design and on-air graphics. (showreel required).
- Expert in: Photoshop, Illustrator or any relevant design software.
- Good Knowledge in software skills in relevant field: After Effects, Viz, 3D platforms, etc...
- Fluent in both written and spoken Arabic and English
- Strong artistic sense, works well under pressure, team player, creative, problem solving skills.

Deputy News Editor

Job Description

The Deputy News Editor plays a pivotal role in coordinating and overseeing the newsdesk and newsgathering functions. Responsible for making sure all the teams in the bureaux and in the field deliver the necessary output for television and online. Close liaison is required with programme teams in the Channel HQ. You will be required to coordinate with deployment, satellite and news technology divisions.

Key Responsibilities

- Highly organised with strong editorial understanding.
- Assists and at times will deputise for the Senior News Editor in coordinating between the teams in bureaux and field and the needs of the television output teams and digital platforms.
- Supports the teams in the field with editorial input, factual information and direction.
- Assists the news editors in coordinating the daily diary.
- Supports the news desk with administrative functions such as editorial, satellite and financial logs.
- You will be willing to work flexibly in a shift pattern to support the full 24 hours of rolling news.

Key Skills, Experience and Educational

- Excellent organiser and journalist.
- A desire to pursue news lines with strong editorial judgment.
- Strong problem-solving abilities.
- Previous experience in a large national or international broadcast news channel.
- Understanding or experience working in the field.
- Experience working in other areas of television news such as satellite operations or assignments an advantage.
- Fluent in both written and spoken Arabic and English.
- Minimum of 5 years experience.
- BA in journalism or other related social sciences.