

مجلة العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير العربي لعام ٢٠١٨ = ١,٤٨

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة السابعة - العدد الثالث والعشرون - أبريل / يونيو ٢٠١٩ م

أولاً: بحوث بلغات أجنبية

ضبط وسائل الإعلام العمومية النسق والتشريعات في الجزائر

- أ.د. رضوان بوجمعة (جامعة الجزائر ٣) ... ص ٩
د. نور الهدى بوزقاف (جامعة الجزائر ٣)

تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية : دراسة حالة

- أ.م.د. أحمد خميس خليل (الجامعة الأمريكية في الإمارات) ... ص ١٣
أ.م.د. ثريا السنوسي (جامعة الشارقة)

تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير غرفة الأخبار بالإمارات العربية المتحدة

- صفية محمد صالح (جامعة الشارقة) ... ص ١٧

ثانياً: بحوث باللغة العربية

الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة في الفترة من يناير ٢٠٠٩م إلى ديسمبر ٢٠١٨ م

- أ.م.د. مصطفى صابر عطية (جامعة الزقازيق) ... ص ٢١
د. غادة مصطفى البطريق (جامعة الطائف)

دور التقنيات الحديثة في إنتاج الأخبار التلفزيونية : دراسة نظرية

- د. عمر إبراهيم بوسعدة (جامعة الملك خالد) ... ص ١٤١

دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم مفهوم المساواة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من الشباب المصري الجامعي في الجامعات الحكومية والخاصة

- د. داليا مصطفى السواح (جامعة حلوان) ... ص ١٦١

دور الإعلام الجديد في الترويج للشائعات وآليات التصدي لها : دراسة ميدانية على أساتذة الإعلام والإعلاميين

- د. نصر الدين عبد القادر عثمان (جامعة عجمان) ... ص ٢١١

الدراسات الإعلامية العربية في مجال الأزمات : دراسة تحليلية من المستوى الثاني

- د. السيد عبد الرحمن علي (جامعة السويس) ... ص ٢٤١

إستراتيجيات وكالات العلاقات العامة في إدارة أزمات المؤسسات التجارية : دراسة استطلاعية

- خديجة حماد حمدي الكبيكي (جامعة أم القرى) ... ص ٣٠٥

ثالثاً: ندوات ومؤتمرات

أعمال ندوة: "العلاقات العامة والشائعات"

- (الجمعية المصرية للعلاقات العامة) ... ص ٣٤٣

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٩ @ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. حسن عماد مكاوي (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس وعميد معهد الجزيرة العالي لعلوم الإعلام

أ.د. سامي السيد عبد العزيز (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العنادر (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طايح (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. بركات عبد العزيز محمد عبد الله (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام بجامعة اليرموك - الأردن

أ.د. محمد عبد الستار البخاري (سوريا)

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة مبرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل



جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٤٣٨٠ / ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jprrr@eprra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jprrr.eprra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثًا متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
والمجلة ضمن إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دوليًا لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ١,٤٨ بنسبة ١٠٠% في تقرير عام ٢٠١٨م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقًا لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصليًا ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوبًا باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءًا من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold، وهوامش الصفحة من جميع الجهات

- (٢,٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المراجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوماً من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٠٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ \$٥٠٠ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض لمن يحمل العضوية العلمية بالجمعية. وتخفيض (٥٠٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب \$٥.
- يتم تقديم خصم من قيمة النشر العلمي لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة (١٠٪) ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٥٠.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٨٠. على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
- ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين \$٣٠٠ ، ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر \$٣٥٠. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيهاً ومن خارج مصر \$٤٥٠ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epa.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

في العام السابع ومنذ بداية إصدارها في أكتوبر/ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام ليصدر منها اثنان وعشرون عددًا متتابعين، تضم أبحاثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط — تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) — وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم للنشر على النطاق العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحسّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوى باللغة العربية بمعدل = ١,٣٤، ومعدل ١,٤٨ في عام ٢٠١٨م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences وبرعاية اتحاد الجامعات العربية. والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان).

وفي العدد الثالث والعشرين من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال بحثًا ورؤى علمية للأساتذة ولأساتذة المشاركين والمساعدين كذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد بحثًا مشتركًا باللغة الفرنسية مقدمًا من جامعة الجزائر ٣ من: أ. د. رضوان بو جمعة، د. نور الهدى بوزقاو، من الجزائر، اللذان قدما بحثًا عن: "ضبط وسائل الإعلام العمومية النسق والتشريعات في الجزائر".

وقدّم كل من: أ. م. د. أحمد خميس خليل، من العراق، الجامعة الأمريكية بالإمارات، أ. م. د. ثريا السنوسي، من تونس، جامعة الشارقة، دراسة حالة عن: "تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية" باللغة الإنجليزية.

ومن جامعة الشارقة قدمت صفية صالح محمد، من الإمارات، دراسة باللغة الإنجليزية أيضًا ضمن متطلبات حصولها على درجة الماجستير بعنوان: "تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير غرفة الأخبار بالإمارات العربية المتحدة".

وقدّم كل من: أ. م. د. مصطفى صابر عطية، من مصر، جامعة الزقازيق، د. غادة مصطفى البطريق، من مصر، جامعة الطائف، دراسة بعنوان: "الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة في الفترة من يناير ٢٠٠٩م إلى ديسمبر ٢٠١٨م".

أما د. عمر إبراهيم بوسعدة، من الجزائر، جامعة الملك خالد، فقد قدم دراسة نظرية بعنوان: "دور التقنيات الحديثة في إنتاج الأخبار التلفزيونية".

بينما قدمت د. داليا مصطفى السواح، من مصر، جامعة حلوان، بحثاً بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم مفهوم المساواة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب المصري الجامعي في الجامعات الحكومية والخاصة".

ومن جامعة عجمان قدم د. نصر الدين عبد القادر عثمان، من السودان، بحثاً بعنوان: "دور الإعلام الجديد في الترويج للشائعات وآليات التصدي لها: دراسة ميدانية على أساتذة الإعلام والإعلاميين".

وقدم د. السيد عبد الرحمن علي، من مصر، جامعة السويس، دراسة تحليلية من المستوى الثاني لبحثه الموسوم بـ: "الدراسات الإعلامية العربية في مجال الأزمات".

ومن السعودية قدمت خديجة حماد حمدي الكبكي، جامعة أم القرى، دراسة استطلاعية في بحثها عن: "إستراتيجيات وكالات العلاقات العامة في إدارة أزمات المؤسسات التجارية". وأخيراً تضمن العدد ملخص أعمال ندوة "العلاقات العامة والشائعات"، التي تم تنظيمها من قبل مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط والجمعية المصرية للعلاقات العامة بالتعاون مع الاتحاد الإقليمي للجمعيات والمؤسسات الأهلية بالقاهرة.

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخراً ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

دور التقنيات الحديثة في إنتاج الأخبار التلفزيونية: دراسة نظرية

إعداد

أ.م.د. عمر إبراهيم بوسعدة (*)

(*) أستاذ مشارك في قسم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية - جامعة الملك خالد.

دور التقنيات الحديثة في إنتاج الأخبار التلفزيونية: دراسة نظرية

أ.م.د. عمر إبراهيم بوسعدة
docboussada@gmail.com
جامعة الملك خالد

ملخص:

تسعى هذه الدراسة إلى إبراز دور التقنيات الحديثة في إنتاج الأخبار التلفزيونية، وذلك من خلال تبين الأساليب التقنية المستخدمة في إنتاج الصورة التلفزيونية الحاملة للمعلومة الخبرية في سياقها القيمي والبنوي مع التركيز على تحديد وشرح مختلف التقنيات التي يتم استعمالها لترويج صورة تلفزيونية تعمل على نشر وترسيخ معلومة خبرية معينة لدى جمهور المتلقين مع نقلها لخطاب إعلامي إخباري يستطيع أن يشكل معاني دلالية مضبوطة وفق أنساق محددة بغرض تدعيم أو تغيير مواقف أو تعميم تصورات وانطباعات حول أخبار مرتبطة بقضايا وأحداث تشهدها الدول والمجتمعات، للوصول إلى تحقيق التأثير المرغوب الذي يستطيع أن يحدث التغيير المتوقع لدى المتلقي في سلوكه واتجاهاته وآرائه.

وبالتالي تأتي هذه الدراسة لتحاول الإجابة عن هذا السؤال الذي بات يفرض نفسه على المشهد الإعلامي البصري الحالي، ومفاده: ما هو دور التقنيات الحديثة في إنتاج الأخبار التلفزيونية؟ وترمي الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- تسليط الضوء على دور التقنيات الحديثة في إنتاج الأخبار التلفزيونية.
- إبراز التغيرات التي تشهدها العملية الإنتاجية للأخبار التلفزيونية بفعل انعكاسات التقنيات الحديثة عليها وأثرها على صناعة الخطاب الإعلامي التلفزيوني.

مقدمة:

يشهد العالم في السنوات الأخيرة وخاصة في الدوائر الفكرية ومراكز البحث اهتماماً بالغاً بالتقارب الموجود بين التلفزيون والتقنية التي تمثل الأداة الأساسية والجوهرية في تطوير الممارسة الإعلامية التلفزيونية بمختلف أشكالها وأنواعها المتعددة وخاصة في عمليات إنتاج الرسالة التلفزيونية مما أدى إلى ظهور العديد من التغيرات الجوهرية التي طرأت على الطرق التقليدية في بناء الخطاب الإعلامي البصري وكيفيات صناعته والتي أدت إلى رسم آفاق جديدة في الإبداع بمختلف جوانبه الفكرية والفنية واستطاعت من خلالها أن تؤثر على طرق إنتاج القصص الخبرية المشكلة للخطاب التلفزيوني.

إن التطور الهائل الذي تشهده التقنيات الحديثة لوسائل الإعلام والاتصال وبروز التلفزيون كوسيلة إعلامية اتصالية مهيمنة وكظاهرة واسعة الانتشار والمشاركة في المجتمعات الحديثة وخاصة الاستخدام الكبير لمختلف التطبيقات التقنية الحديثة في الممارسة الإعلامية مما أدى إلى ظهور تغييرات في العمليات الإنتاجية للمضامين التلفزيونية وخاصة إنتاج الأخبار مما أدى إلى ظهور العديد من الدراسات الحديثة التي اهتمت بالتطورات التقنية التي يشهدها التلفزيون ضمن مختلف السياقات التي تتم فيها عمليات الإنتاج والإبداع لمحتوياته الإعلامية مما دفع بعض الباحثين والدارسين في حقل الإعلام والاتصال إلى اتخاذ عملية إنتاج الأخبار بمختلف أنواعها وأشكالها موضوعاً أساسياً وجوهرياً في دراستهم للظاهرة الإعلامية التلفزيونية وعلاقتها بعمليات صناعة وتلقي الخطاب التلفزيوني.

مشكلة الدراسة:

لقد أحدث التطور التقني الذي تعرفه البشرية في مجال الاتصال انعكاسات معتبرة على حقل الإعلام التلفزيوني وخاصة على إنتاج المضامين الإعلامية بمختلف أنواعها بما فيها الأخبار عبر استخدام عدة أساليب تقنية في إنتاج الصورة التلفزيونية والخطاب المرئي وفق أطر قيمية وبنوية يراد الترويج لها وإقناع الجماهير بها حتى تتشكل لديها معاني دلالية مضبوطة وفق أنساق معينة بغرض تدعيم أو تغيير آراء ومواقف أو اتجاهات وسلوكيات أو تعميم تصورات وانطباعات حول موضوعات مرتبطة بقضايا وأحداث تشهدها الدول والمجتمعات، للوصول إلى تحقيق التأثير المرغوب الذي من شأنه أن يحدث التغيير المتوقع لدى المشاهد في سلوكه واتجاهاته وآرائه.

وبالتالي فالسؤال المحوري لمشكلة الدراسة يتمثل في ما يلي:

ما دور التقنيات الحديثة في إنتاج الأخبار التلفزيونية؟

تساؤلات الدراسة:

ولتفكيك هذه الإشكالية البحثية نطرح هذه التساؤلات التالية:

- ما أهمية الإنتاج الإخباري في المشهد الإعلامي التلفزيوني؟
- هل استفادت العملية الإنتاجية للأخبار التلفزيونية من التقنيات الحديثة؟
- هل تُوفر التقنيات الحديثة أساليب متطورة لإنتاج الصورة التلفزيونية؟
- هل هناك علاقة بين التقنيات الحديثة وتطبيقاتها وتطورات العملية الإنتاجية للأخبار التلفزيونية؟
- ما هي انعكاسات التقنيات الحديثة على إنتاج الأخبار التلفزيونية؟
- هل ساهمت التقنيات الحديثة في تشكيل الخطاب الإعلامي التلفزيوني؟

أهداف الدراسة:

- تسليط الضوء على دور التقنيات الحديثة في إنتاج الأخبار التلفزيونية وأثرها على الممارسة الإعلامية ضمن المشهد الاتصالي الحديث.
- إبراز التغيرات التي تعرفها عناصر إنتاج الأخبار التلفزيونية في مختلف أبعادها.
- تبين طبيعة العلاقة الموجودة بين التلفزيون والتقنية في ظل التحولات الحديثة التي يعرفها حقل الإعلام والاتصال.
- تحديد الأساليب المتطورة المستخدمة في إنتاج الصورة التلفزيونية.
- التوعية بالتقنيات المصاحبة لإنتاج الأخبار التلفزيونية وتأهيل الصحفيين والقائمين بالاتصال في التلفزيون للتعامل معها.

المنهج المستخدم في الدراسة:

نظراً لطبيعة الدراسة النظرية فقد اعتمدنا في هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي للعملية الإنتاجية للأخبار التلفزيونية وعلى جمع المعلومات حول هذا الموضوع من المصادر المختلفة.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أنها تدخل ضمن الدراسات التي تتناول دور التقنيات الحديثة وانعكاساتها على عناصر إنتاج الأخبار التلفزيونية المختلفة (الاستديو، الإضاءة، التصوير، الصوت، الديكور، المونتاج، الدمج وغيرها...) (والتحكم في توجيهها مما أعطى لها أهمية ومكانة بارزة في وسائل الإعلام الجماهيرية نظراً لدورها الفعال في التأثير على المشاهدين وفي تكوين الرأي العام.

أولاً: التلفزيون والأخبار

لقد ساعد التلفزيون من خلال استعماله للتقنيات الحديثة للإنتاج الإخباري في أن يتيح كمّاً هائلاً من الأخبار لجماهير المشاهدين ويوفرها لهم وفق القوالب والأنماط التي يرغبونها بشكل سهل وسريع وسمح بتخزينها واسترجاعها وإعادة بثها إضافة إلى إعادة ترتيبها بسرعة فائقة. والأخبار التلفزيونية في جوهرها هي مواد سمعية بصرية تقدم عبر الشاشة في شكل مواجيز أو نشرات أو برامج إخبارية تزود المستقبل بالمعلومات (حسن عماد مكاوي، ٢٠١٢م، ص ٢٢)، وتعتبر من أهم المواد الإعلامية التي تقدمها القنوات التلفزيونية وتكون انعكاساً لسياساتها التحريرية. ونظراً للتطور التقني الهائل الذي يشهده حقل الممارسة الإعلامية المعاصرة فقد أصبح إنتاج الأخبار التلفزيونية يعتمد بصفة أساسية على مجموعة من العناصر المهمة بغية تحقيق التأثير لدى جماهير المشاهدين وهي:

- ١- الصورة سواء كانت هذه الصورة متحركة (فيديو أو فيلم) أو صورة ثابتة
- ١- الصوت الذي له تأثيره الخاص وسحره على المشاهدين (عبد العزيز شرف، ١٩٨٨م، ص ٣٥)

- ٢- استخدام الأسلوب المجازي في تحرير الأخبار بحيث يساعد هذا الأسلوب على تركيز الإدراك وبلورة المعنى لدى الجمهور وكثيراً ما يستغل لإغراقه في دوامة من الأحداث والتدفق الإعلامي بغية خلق حالة من الوعي المبرمج (خالد صلاح، ٢٠٠٧م، ص ٢٣).
- ٣- التوظيف الإقناعي للوحدة الدرامية في القصة الخبرية بحيث تعطي أبعاداً إقناعية وتأثيرات قوية تؤدي الى تكوين الرأي العام وقولبته (قيس الياسري، ١٩٨٧م، ص ١٢).

١- إنتاج الأخبار التلفزيونية

يعتبر إنتاج الأخبار وظيفة مهمة وأساسية للممارسة الإعلامية وخاصة في عصر التقنية الذي يعتمد أساساً على الوسائل والخبرات المختلفة في شتى المجالات الحيوية للإنسان على وجه الأرض، فعمليات إنتاج الأخبار ونشرها أصبحت تشهد تطوراً كبيراً في وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية وخاصة في التلفزيون من خلال العديد من التقنيات الحديثة وتطبيقاتها المختلفة والمتنوعة المستخدمة وسبل استغلالها وتوظيفها من قبل الصحفيين والقائمين بالاتصال في هذه الوسيلة الإعلامية التي تتمتع بمكانة مهمة وبانتشار واسع في جل المجتمعات البشرية نظراً لتأثيراتها الفعالة على اتجاهات جمهور المتلقين من مؤسسات ومستهلكين بمختلف شرائحهم وفئاتهم الاجتماعية والثقافية وبالتالي تشكيل الرأي العام (زكي حسن الورد، ٢٠٠٤م، ص ١٨٢).

فإن إنتاج الأخبار صار يشكل جوهر وعصب الممارسة الإعلامية التلفزيونية من خلال جمع المعارف ومختلف المعلومات الخبرية والعمل باستغلالها وتصنيفها واستغلالها لإيجاد قيمة مضافة في مجتمعات حديثة تشهد ديناميكية تطويرية معلوماتية مستمرة أدت إلى إنتاج البلايين من المعلومات والأخبار في شتى المجالات فما أنتج في ثلاثين سنة الأخيرة يفوق بكثير ما أنتج في خمسمائة ألف سنة الماضية.

وفي ظل التنافس الإعلامي العالمي وهيمنة العولمة الإعلامية على جل الأنشطة الإنتاجية في العالم أصبح الحصول على الخبر هاجساً يشغل جل المؤسسات الإعلامية ومراكز القرار خاصة في الدول المتقدمة باعتبار أن امتلاك القوة في العصر الحديث يتم عبر السيطرة والتحكم في إنتاج وبيع المعلومات والأخبار (الفين توفلر، ٢٠٠٣م، ص ١٢٠)، وبالتالي فقد صارت هذه الأخبار والمعلومات المختلفة والمتنوعة وسيلة لإثبات التفوق السياسي والاقتصادي والعسكري ولذلك ازدادت أهمية قطاع المعلومات والأخبار في مختلف مراكز جمع البيانات واستطلاعات الرأي والدراسات المرتبطة بمختلف المجالات الحيوية بصفة مذهلة ولذلك فإن اقتصاديات المؤسسات الإعلامية التلفزيونية الراهنة قد أصبحت تقوم وتعتمد بشكل أساسي على إنتاج الأخبار المرتبطة بمختلف الميادين (السياسية،

الاقتصادية، الثقافية، الاجتماعية، الأمنية، الرياضية وغيرها....) والعمل على استثمارها وجعلها ذات قيمة وذات آثار إيجابية على حركة التنمية.

٢- أهمية الإعلام الإخباري التلفزيوني

إن من أهم المجالات التي وجدتتها الدول المتقدمة ناجعة بصفة أكثر لتحقيق استراتيجياتها وأهدافها بأكبر قدر من المنفعة والربح والاستمرارية بأقل تكلفة هو مجال الأخبار، وهو ما دفعها إلى الاهتمام بالإعلام التلفزيوني وترويج المعلومة الخبرية بمختلف أنواعها وأشكالها والعمل بصفة مركزة على تحديث اقتصادياتها وربطها بالمعرفة، وتنمية النشاطات التي تعمل على الاستثمار في معلومات الأخبار ونتائج البحوث والدراسات والاستطلاعات والتحقيقات من خلال ما يسمى "بأقتصاد المعرفة" (Knowledge Economy).

وما يميز الإعلام الإخباري التلفزيوني أنه يعتمد على المعلومة الخبرية واستعمالها بشكل علمي ملائم وفعال يحقق نتائج جيدة تخدم التنمية في المجتمع، ولذلك نلاحظ ظهور الكثير من القنوات التلفزيونية المتخصصة في إنتاج الأخبار متخذة من التقنيات الحديثة وتطبيقاتها أساساً لعملياتها وخطتها الانتاجية باستخدام الأجهزة والتقنيات الاتصالية والمعلوماتية (الحواسيب، الكاميرات، الهواتف، الألياف البصرية...)، البث، الحوامل والوسائط المتعددة وغيرها.... وأنشئت لاستغلالها العديد من المختبرات ومراكز البحث لجمع وتصنيف وتحليل مختلف المعلومات المرتبطة بهذه الأخبار المنشورة عبر التلفزيون.

فالاهتمام والاستثمار في هذا المجال المرتبط بإنتاج الأخبار وتحليل معلوماتها للحصول على المعرفة التي يمكن الاستفادة منها في الدفع بعجلة التطور والتنمية ويظهر ذلك من خلال الميزانيات الكبيرة التي تخصصها الحكومات في العديد من الدول الغربية وتستثمرها في قطاع صناعة المعلومات وتقنيات الاتصال الحديثة، "فقد اعتبرت مثلاً الحكومة الأمريكية بأن الصناعات المتعلقة بالمعلومات وإنتاج الأخبار وتوجيهها تشكل قطاعاً مهماً يُعتبر كمحرك للنمو وتسطير الاستراتيجيات في مختلف القطاعات في العصر الحالي، إذ يشير تقرير أُعدَّ حول الإعلام التلفزيوني بأمريكا إلى أن صناعة وإنتاج الأخبار والمعلومات لها دور بارز في التنمية الوطنية (Patrice flishy, 1999,p17).

ثانياً: التقنيات الحديثة وإنتاج الأخبار التلفزيونية

لقد أحدثت التقنيات الحديثة تحولات كبيرة ومذهلة في الممارسة الإعلامية التلفزيونية من خلال التغييرات التي طرأت على كفاءات إنتاج الأخبار وبثها من خلال نشرات الإخبارية عبر تحرير وتركيب المعلومة الخبرية السمعية البصرية وبثها.

يتم إنتاج الأخبار التلفزيونية وفق اتجاهات أو إيديولوجيات أو أغراض تخدم دائماً أهدافاً معينة للمؤسسة الإعلامية من خلال استخدام أساليب وتقنيات دقيقة لتحرير القصة الخبرية وإرفاق الصور التلفزيونية المصاحبة لها.

١- التقنيات الحديثة المستخدمة في إنتاج الأخبار التلفزيونية

أ- البث التلفزيوني المباشر

لقد حظيت الأخبار التلفزيونية بتطورات هائلة في أساليب إنتاجها بفعل استخدام التقنيات الحديثة وخاصة بعد ظهور الأقمار الصناعية التي سمحت بالبث المباشر الفضائي للتغطيات الإخبارية، ويعتبر البث الحي من أهم التقنيات الحديثة التي ميزت النشاط الإخباري الراهن في التلفزيون باعتباره يوظف إمكانيات فنية وهندسية هائلة ويتمتع بخصائص متميزة تتمثل في سهولة تركيبه ووصوله للمتلقي المشاهد أينما كان موقعه والحرية في اختيار القنوات التي يريدها من بين مئات القنوات التلفزيونية التي يتم بثها من عشرات الأقمار.

يتكون نظام أقمار البث المباشر التلفزيوني من عدد كبير من الأقمار الصناعية الموزعة في المدار الأرضي المتزامن على ارتفاع ٣٦٠٠٠ كيلومتر عن سطح الأرض لكي تبدو ثابتة بالنسبة للمنطقة الجغرافية المقابلة لها على الأرض، ويوجد على كل من هذه الأقمار عشرات المستقبلات التي تستطيع كل واحدة منها استقبال قناة تلفزيونية أو أكثر من محطات بث أرضية ويعيد بثها بقدرة كافية إلى الأرض، ثم يتم النقاط الإشارات في المنازل بهوائيات مقعرة لا يتجاوز قطرها المتر الواحد، ثم يقوم مستقبل خاص بقنوات الأقمار الصناعية باختيار القناة التلفزيونية المناسبة من بين مئات القنوات التي تم التقاطها وإرسالها إلى جهاز التلفزيون.

ومع عمليات التحول من البث التماثلي إلى البث الرقمي ارتفع عدد القنوات التي تبثها هذه الأقمار إلى أكثر من عشرة أضعاف مع الحصول على درجات نقاء ووضوح عاليتين في الصوت والصورة وذلك بسبب استخدام التقنية الرقمية، ويوجد الآن عددٌ هائلٌ من أقمار البث التلفزيوني الفضائي موزعة على المدار المتزامن بحيث تغطي مناطق جغرافية مختلفة على سطح الأرض وتبث آلاف القنوات التلفزيونية لمختلف الأغراض والأهداف بعضها متاح للجميع وبعضها تم تشفيره بحيث لا يمكن التقاطه إلا بعد الحصول على أجهزة و بطاقات لفك التشفير من الشركات المعنية (عمر إبراهيم بوسعدة، ٢٠١٧م، ص ٣٩).

وباستعمال جهاز البث المباشر أصبحت التغطية الإخبارية من موقع الأحداث ونقل الأخبار بالصوت والصورة إلى أي مكان في العالم يتم بشكل فوري وبشكل مستمر مما يتيح للمشاهد إمكانية متابعة الخبر بصفة مباشرة.

كما يسمح هذا البث المباشر أيضاً بتطوير القصة الخبرية من خلال الربط بين أجزاء التقارير الإخبارية التي يقدمها المراسلون من عدة زوايا في موقع الحدث (اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية، ٢٠١٠م، ص ٣) واختيار الصور التي تساعد روايته بطريقة مؤثرة تستحوذ على انتباه المشاهدين وإدراكاتهم فتأثيرات البث المباشر عليهم جعلتهم يصدقون ويتقنون بصحة الأحداث التي يعرضها التلفزيون أكثر مما يقرؤون عنها في الصحافة المطبوعة ويسمعون عنها في الإذاعة المسموعة (رابح الصديق، ٢٠٠٤م، ص ٤٣).

ب- كاميرات التلفزيون الرقمية:

هي وسيلة تصوير إلكترونية حديثة تسمح بنقل الأحداث والوقائع عبر الصوت والصورة سواءً بطريقة مباشرة (Live) من داخل الاستوديو أو خارجه أو تسجيلها على الأشرطة المغناطيسية. توفر كاميرات التلفزيون الرقمية إمكانية مشاهدة المادة المصورة من قبل المراسل في موقع الحدث مما يتيح له إعادة التصوير قبل عودته إلى مقر القناة، كما أصبح الآن باستخدام هذه الكاميرات الحديثة ممكناً بث الصور مباشرة إلى المحطة التلفزيونية مما يمكن للمنتج المنفذ أن يتابع الخبر خلال تصويره في الميدان.

لقد كان لدخول النظام الرقمي الحديث في صناعة أجهزة الكاميرا وظهور أجيال متطورة من الكاميرات الرقمية تتمتع بتقنيات متطورة دوراً بارزاً في تنفيذ عمليات دقيقة في إنتاج صور الأخبار التلفزيونية، وتتمثل هذه العمليات في ما يلي:

١- التنوع في زوايا التصوير

إن زوايا التصوير في جوهرها تعبر عن وضع الكاميرا التلفزيونية سواءً الأفقي، أو الرأسي، أو المنحرف بالنسبة للموضوع المراد تصويره وهي توحى في استخداماتها بأبعاد بنيوية جديدة لرؤية العناصر المكونة للصورة التلفزيونية، وتضيف إليها أيضاً أبعاداً أخرى درامية، لها تأثيرات كبيرة على كيفية إدراك المشاهد لهذا الموضوع ولحركته وتستوقفه ليقوم بإعادة اكتشاف تلك الأبعاد والعلاقات النسبية التي تجمع هذه العناصر في ذلك المنظور الإعلامي الجديد المشكل للمعلومة الخبرية المرغوبة التي توجه آراء ومواقف المشاهد من خلال إقناعه بها والتأثير على اتجاهاته وإدراكاته لتحقيق استجابته وفق الوجهة والهدف المنشود.

٢- التعدد في حركات الكاميرا الرقمية

تتنوع حركات الكاميرا الرقمية للوصول إلى أخذ لقطات تلفزيونية متعددة تستغل في إعداد صور لها دلالات مرغوبة تتماشى مع توجهات وأهداف الأخبار التلفزيونية التي وظفت من أجلها وتتنحصر هذه الحركات في ثلاثة أنواع رئيسية وهي:

أ- حركة الكاميرا بتغيير الأبعاد البؤرية للعدسة.

ب- حركة الكاميرا بتغيير اتجاه الرؤية دون تغيير موقعها.

ج- حركات الكاميرا بتغيير مكانها.

٣-الاختبار المستهدف للقطات الأخبار التلفزيونية

تعتبر اللقطة هي الوحدة البنائية للصورة التلفزيونية وأن استعمال أنواع محددة من هذه اللقطات له دور في ترسيخ أخبار معينة تحمل معلومات توجه لتحقيق تأثير معين لدى المشاهد وتوجيه استجابته باعتبار أن كل نوع له دلالاته "السيمولوجية" الخاصة، فمثلاً نجد أن اللقطة المقربة تعكس دلالة معينة إذا وظفت في سياق معين مرغوب للخبر التلفزيوني فإنها تصنع فكرة معينة جديدة لدى المشاهد مشكلة بذلك معلومة خبرية أخرى وتأثيرها على المشاهد يختلف من حيث درجة القوة مقارنة باللقطة العامة أو المتوسطة الموظفتين في نفس السياق.

وتتمثل هذه اللقطات التي تعتبر المادة الخام لصور الأخبار التلفزيونية وأساس تصنيعها في ما يلي:

أ-اللقطة العامة.

اللقطة العامة من خلال الكاميرا الرقمية هي التي يظهر فيها حجم الشيء المصور صغيراً بالنسبة لمساحة الإطار ككل وتسمى أحياناً باللقطة التأسيسية، وتُستعمل في استعراض المشاهد بكاملها ولتحديد أماكن الشخصيات التي يتم تصويرهم فيها ولتغطي انطباعاً عاماً على موضوع معين، وتضم أنواعاً عديدة مثل لقطة الجزء الكبير أو اللقطة الجامعة والتي تتولى القيام بتقديم جزء مهم من المشهد، وكذلك لقطة الجزء الصغير التي تسمى أيضاً باللقطة الوضعية لتقديم الشخصيات في وسط درامي. ولأن الشيء المصور في اللقطة العامة يظهر صغيراً من حيث الحجم فيمكن أن تستعمل أيضاً في صرف انتباه المشاهد عن هذا الشيء وتوصيل الإحساس بعزلة الشخص الذي يتم تصويره والتأثير عليه باتخاذ موقف فيه معارضة أو تهميش أو إهمال أو لامبالاة حيال هذا الشيء أو الشخصية الظاهرة في الصورة.

ب-اللقطة القريبة.

اللقطة القريبة من خلال الكاميرا الرقمية هي الحجم العكسي تماماً لللقطة العامة، حيث يظهر الشيء المصور كبيراً بالنسبة لمساحة الإطار ككل، ولذا فهي عادة ما تستعمل للتأكيد على هذا الشيء المصور أو على موقف أو رأي معين من خلال التركيز على ردود الأفعال والملامح وتقسّم اللقطة القريبة إلى نوعين وهما لقطة متناهية الكبر أو القرب ولقطة كبيرة أو قريبة جداً. فاللقطة المتناهية في الكبر تبرز جزءاً من الوجه أو أحد الأعضاء والملامح وأما اللقطة الكبيرة أو القريبة جداً تظهر مساحة من الوجه من منتصف الوجه إلى ما فوق الذقن في حين أن اللقطة القريبة تظهر الشيء أو الشخص المصور من أعلى الرأس مباشرة إلى ما فوق الصدر وتستخدم بغرض التحليل والإقناع لتبني اتجاه أو موقف معين من قبل المشاهد.

ج- اللقطة المتوسطة.

اللقطة المتوسطة من خلال الكاميرا الرقمية تقع بين اللقطة القريبة واللقطة العامة وعادة ما تستخدم كلقطة وسط ما بين لقطة عامة ولقطة قريبة وفيها يظهر الشخص بكامل طوله داخل إطار الصورة وتستخدم بغرض إشعار المتفرج بالحميمية والتعاطف اتجاه شخص أو موضوع ما في اللقطة أو لتوجيه عينه للتأكيد على رأي أو موقف مرغوب حول قضية معينة حتى يتم تبنيه من قبله .

٤- تغيير حجم الموضوع داخل اللقطة .

يمكن لحجم الموضوع المصور أن يتغير داخل اللقطات سواءً بتحريك الكاميرا الرقمية، أو بتحريك الموضوع نفسه، أو بتحريكهما الاثنين معا فمثلا إذا كان شخصا ما يظهر في لقطة متوسطة، يمكنه التحرك بعيداً عن الكاميرا، فينتقل إلى لقطة عامة، أو يتحرك في اتجاه الكاميرا فينتقل إلى لقطة قريبة لتكوين خبر معين وتحقيق تأثيره المرغوب لدى المشاهد.

٥- التغيير في عناصر صور الأخبار التلفزيونية

العديد من التغييرات قد تطال صور الأخبار التلفزيونية باستخدام التقنيات الحديثة المتطورة كأن تسمح بالمبالغة في شكل الصورة مثلاً ، "زيادة الطول أو العرض والعكس ، أو إحداث تغيير معين يضيف أبعاداً اتصالية جديدة تخدم أغراضاً منشودة " (p56, ١٩٩٤م, Martine Joly) بغية توجيه المشاهد الوجهة المرغوبة وكسب استجابته المتوقعة من خلال إقناعه والتأثير عليه لتبني أو تغيير آراء واتجاهات ومواقف وسلوكيات.

ج- شرائط التسجيل الرقمية

قبل دخول التقنيات الحديثة في إنتاج الأخبار التلفزيونية كانت عملية تسجيلها تتم بواسطة الأفلام المكلفة لكن مع ظهور شرائط الفيديو الرقمية وتقنيات التسجيل والتخزين المتطورة أصبحت تغطية الأحداث تتم بسهولة وبشكل سريع وبأقل تكلفة .

د- المونتاج الرقمي

يتمثل في تقنيات وأساليب التركيب (المونتاج) الحديثة التي أصبحت من أساسيات إنتاج صور الأخبار التلفزيونية خاصة مع استعمال وسائل تقنية متطورة خاصة رقمية تسمح بالجمع بين لقطات متنوعة عامة ومتوسطة وقريبة ، أو صور ملونة مع أخرى أبيض وأسود ... الخ ، وأن أهم ما يحققه المونتاج الرقمي في عمليات إنتاج الأخبار التلفزيونية هو الإيحاء الذي يمكن من خلاله تغيير المعاني بتغيير الخلفية العامة للموضوع الأساسي (نسمة البطريق، ٢٠٠٦م، ص ٢٧٠) كما تتيح عملية المونتاج

الرقمي في التحكم أو التغيير في الزمن الواقعي بتكثيفه أو تمديده سواء في المونتاج الرقمي التناوبي الذي يتم في لقطة المجال والمجال المقابل، أو المونتاج الرقمي التعاقبي المقام بين التعاقب في المكان والزمان أو المونتاج الرقمي البطيء من خلال تركيب لقطات أطول، أو المونتاج الرقمي المتوازي الذي يقيم مقاربات بين قضايا متناقضة، أو المونتاج الرقمي التبايني الذي يبرز تداخل في اللقطات بين مشهدين أو أكثر والسريع الذي يقوم على وثبات زمنية معتبرة (محمود ابراقن، ١٩٩٥م، ص ٢٨٨)، فمثل تلك التصميمات والتكوينات التركيبية سواء أكانت متشابهة، أو متضادة، أو غير مرتبطة بعضها ببعض فمن شأنها أن تستحوذ على انتباه وإدراك المشاهد لاستكشافها، فإذا نجحت في تمرير المعاني للرموز الدلالية التي تشكل مضمونها فإن وقعها البصري العالي يضمن اختزانها في الذاكرة.

ك-المؤثرات الخاصة

إن استخدام نوع معين من المؤثرات الخاصة المصاحبة لصور الأخبار التلفزيونية من خلال أساليب تقنية دقيقة له دور بارز في إنتاج أخبار معينة وإحداث التأثير وتوجيهه وخاصة ترسيخه لدى المشاهد، ونراه يتم خاصة بالانتقال من لقطة إلى أخرى من خلال استعمال بعض هذه التقنيات مثل الظهور والتلاشي والقطع أو المزج "ديسولف" و "الفلاش باك" والتراكب والمسح و"البانوراما" السريع وغيرها...

فمثلاً يستخدم مزيجاً من الظهور والتلاشي للقطات للتعبير عن مرور فترة زمنية بين مشهدين يقعان في نفس المكان وكما يستعمل القطع في الانتقال من لقطة إلى أخرى في حالة حدوث أي فعل في مكان مختلف عن المكان الذي حدث فيه المشهد السابق مع حدوث الاثنين في وقت واحد ويستخدم "الفلاش باك" للتعبير عن الاختلاف الكبير في الزمان والمكان وأما المسح فيمكن أن يكون حاداً أو ناعماً فهذه التقنيات الحديثة التي تستدعي أجهزة رقمية متطورة لها دور بالغ في التأثير البصري والنفسي والإدراكي للمشاهد.

ه-الموسيقى

تعتبر الموسيقى المرافقة لصور الأخبار التلفزيونية عنصراً مهماً وضرورياً في كثير من الأحيان لإعطاء أكثر حياة وبُعد دلالي رمزي لنوع الصور ولمضامينها، وبالتالي تساهم في إنتاج الأخبار وفي عملية التفاعل والتأثير وحدث الاستجابة المطلوبة من قبل المشاهد.

ي-الإضاءة

تعد الإضاءة عنصراً مهماً في التعبير المرئي التلفزيوني ولذلك فإنه يوظف من خلال استخدام تقنيات متطورة باستعمال أجهزة متخصصة لإبراز المواقف الدرامية في صور الأخبار التلفزيونية، ولجذب الانتباه وجعل الطبيعة والجو المعنوي محسوساً وخلق مختلف الإيحاءات الخاصة بالخطاب التلفزيوني والتي تؤدي إلى التأثير النفسي الذي يجب أن تحدثه هذه الصور لدى المشاهد، فعملية الإضاءة سواء أكانت رئيسية بإلقاء الضوء من فوق إلى تحت إما عن اليمين أو عن الشمال أو

مواجهة لإضاءة الوجه أو جانبية لإبراز جزء جانبي أو خلفية أو طاردة من الخلف وتحت الجسم المراد تصويره أو متقاطعة أو إضاءة الخلفيات لتبيان مختلف الخلفيات الموجودة خارج مجال الإضاءة الرئيسية (محمود ابراقن، ١٩٩٥م، ص ٢٨٨) تهدف إلى تقليص حجم الإدراكات في رؤية بيئة المشهد التلفزيوني وتوفير الإحياءات لكل اللقطات.

ثالثاً: انعكاسات استعمال التقنيات الحديثة على إنتاج الأخبار التلفزيونية

لقد أحدث استعمال التقنيات الحديثة العديد من الانعكاسات الايجابية على عمليات إنتاج الأخبار التلفزيونية وساهمت بذلك في تطوير الممارسة الإعلامية في مختلف القنوات الاخبارية التلفزيونية (محمد شطاح، ٢٠٠٥م، ص ٦٢).
وتتمثل هذه الانعكاسات في ما يلي:

١- اختصار المسافات وتجاوز حدود الزمان والمكان:

لقد مكنت التقنيات الحديثة من اختصار المسافات وتجاوز حدود الزمان والمكان في إنتاج الأخبار التلفزيونية من خلال العناصر التالية:

- ١- الوصول إلى مواقع الأحداث ونقلها بسرعة فائقة وتوسيع نطاق التغطية الإخبارية جغرافياً.
 - ٢- التدفق المستمر للأخبار من كل أنحاء العالم مما يتيح التغطية الشاملة لكل القضايا والأحداث.
- #### ٢- المتابعة الفورية للأحداث

انعكس استعمال التقنيات الحديثة على العملية التطويرية لإنتاج ونقل القصة الخبرية تلفزيونياً والوصول إلى تحقيق تقدم كبير ونوعي في الإخراج الإخباري واستخدام الموسيقى والرسوم والخرائط والألوان والحصول على الخلفيات التفسيرية للأخبار والمعلومات المتعلقة بالأحداث من خلال الأنظمة الحديثة في حفظ المعلومات واسترجاعها. (محمود علم الدين، ١٩٩٠م، ص ٦)

كما أتاحت التقنيات الحديثة من متابعة الأحداث بطريقة سريعة ومباشرة من خلال استعمال كاميرات تصوير تلفزيونية صغيرة الحجم وعالية الجودة تسجل وتبث بشكل مباشر مع إمكانية المونتاج بسهولة وبسرعة فور الانتهاء من التصوير من خلال جهازي تسجيل يشغلان بنظام المسح الحلزوني ووحدة تحكم صغيرة تعمل إلكترونياً ويوفر هذا الأسلوب الكثير من الوقت والجهد وقد أصبحت محطات التلفزيون بفضل هذه التقنية الجديدة أكثر قدرة وفاعلية في تقديم الأخبار (محمود علم الدين، ١٩٩٠م، ص ٦).

٣- الاعتماد على شبكة الانترنت في جمع الأخبار والمعلومات

لقد أصبحت شبكة الانترنت وتطبيقاتها أدوات رئيسية وأساسية في جمع الأخبار والمعلومات نظراً للخصائص الفنية الهائلة التي تتميز بها والخدمات التي توفرها مثل التخزين والاسترجاع والتنزيل وخاصة التواصل المستمر التفاعلي عبر شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، انستغرام، يوتيوب وغيرها....).

٤- استخدام أجهزة الكمبيوتر في التغطيات الإخبارية التلفزيونية

لقد استفادت التغطيات التلفزيونية للأحداث من الخدمات التي يوفرها جهاز الكمبيوتر وخاصة في جمع وتحليل الأخبار ومعالجتها والوصول إلى مختلف قواعد البيانات ووكالات الأنباء العالمية وخاصة استغلال الأسطوانات المدمجة والوسائط المتعددة في تحرير الأخبار وفي عمليات المونتاج التي تتم بكل مراحلها وبشكل مباشر من خلال الكمبيوتر.

رابعاً: التقنيات الحديثة وتشكيل الخطاب الإخباري التلفزيوني

١- الأخبار ومستويات إنتاج الصورة التلفزيونية

لقد ساعدت التقنيات الحديثة وتطبيقاتها مع علم "السيمولوجيا" "semiology" وأساليب التحرير الصحفي الحديثة في تحديد أساليب متطورة في إنتاج الأخبار التلفزيونية، وذلك عبر الاستفادة من أعمال المفكر الفرنسي "رولان بارث" "Roland Barth" والتي ضمنها في كتابه "مبادئ في علم الدلالة" أين حدد فيه عدة مستويات لإنتاج الصورة وفهمها من خلال ملاحظة كل ما هو موجود فيها من رسائل سواء في الشكل أو المضمون ثم تفكيكها حسب الثقافات والإيديولوجيات ووفق المستوى العلمي لكل فرد وبمعنى آخر أي تحويل الرسالة البصرية إلى لغة مكتوبة، وفي هذا الإطار فإن إنتاج الصورة التلفزيونية قائم على تشكيل مجموعة من الرموز والدلالات التي تعتبر لغة مرئية متطورة يمكن قراءتها من خلال استخدام آليات معينة للقراءة متنوعة وناتجة عن مسار العين التي تنتقل بين الرموز لتؤسس محور الرؤية مخترقة بذلك حدود الصورة التقديرية بمعنى شكلها الظاهري للكشف عن الإيحاء لمحتوى المضمون الباطن فيها ليتولد عن هذا الأمر عملية تفكيك لعناصرها ولنسيجها الداخلي بغية استجلاء ما تخفيه هذه الرموز والدلالات المشكلة للرسالة التي يحملها الخطاب في الصورة التلفزيونية.

وبالتالي فإن إنتاج الصورة التلفزيونية يتم عبر عدة مستويات متمثلة في ما يلي:

أ- المستوى التعييني

ونعني به اتحاد الدال بالمدلول "أي المعنى الموضوعي للدليل" (عبد الرحمن عمار، ٢٠٠٩م، ص ٥١) وفيه يتم الإنتاج الأولي للأخبار التلفزيونية عبر توالي مجموعة من الصور يتحدد فيها دلائل ذات

معنى كبير، حيث يتم وصف الشكل الذي تظهر به الصور التلفزيونية المصاحبة للأخبار وتحديد بنائها الذي يمكننا من فهم خصائصها البنيوية وتبيان خطوطها الرئيسية التي تسمى بخطوط القوة التي تساهم في توزيع عناصرها وتشكيل توازنها ووحدة التكوين بداخلها سواءً أكان تجريبيًا أو تشخيصيًا أو هندسيًا أو عفويًا أو غيره باعتبار أن كل تكوين له خصوصيته ودلالته التي تكتشف من خلال اتجاهات الخطوط داخل الصورة وتحديد النقطة المحورية التي تسمى بمركز الاهتمام البصري " وكذلك درجة الملء والفراغ والتوازن وتموضع الأشكال بها وتعيين مختلف الألوان واللون السائد بحيث أن سيطرة مجموعة لونية محددة وكيفية توزيعها في الصورة يحيل إلى قراءات وتأويلات متعددة ومختلفة.

١- تقنية الاختزال

تتم تقنية الاختزال من خلال اقتطاع صور الأخبار التلفزيونية، أو اختزال أحد عناصر التصميم الأساسية لتكوينها كاللون أو الإضاءة من خلال أجهزة فنية تتمتع بتقنيات متطورة.

٢- اقتطاع أو حذف جزء من صور الأخبار التلفزيونية

يقتطع جزء غير مرغوب فيه من صور الأخبار التلفزيونية بغية إحالة تركيز رؤية المشاهد وحصرها في العناصر الأساسية المهمة التي تخدم الموضوع المستهدف في الصور مع حذف ما دون ذلك من مثيرات التي قد تسبب نوعاً من تشتيت الانتباه للمشاهد أو قد تصرفه عن المعاني الأساسية المقصود من الصور .

٣- التغيير في حجم صور الأخبار التلفزيونية

تتم عملية التغيير في حجم صور الأخبار التلفزيونية من خلال المبالغة في التكبير أو التصغير لأحد العناصر المكون لموضوع الصور بهدف الاستحواذ على انتباه المشاهد، حتى يقوم بمقارنة معلوماته المخزنة حول الحجم النسبي للعناصر الموجودة في الصور مع تلك المعلومات والتصورات المغايرة التي توحى بها الرسالة الإعلامية لتشكيل المعنى المرغوب في ذهن المشاهد واستمالاته إليه.

ثم إن تغيير حجم الشيء في الصور فهو في جوهره تغيير لحجم الشيء في علاقته بمساحات الصور ككل يستخدم للفت انتباه المشاهد والتأثير عليه أو إبعاده عنه وكذا أخذ موقف معين عنه يكون إما إيجابياً أو سلبياً أو محايداً يتم تحديده عبر العلاقة التي تتحكم في استخدام أنواع وأحجام اللقطات التلفزيونية القريبة، والمتوسطة، والعامة التي تشكل تميز الصور التلفزيونية للأخبار وخاصة عندما يتم استخدامها بشكل دقيق ومضبوط يتمشى وفق الأهداف المتوخاة من الرسالة الإعلامية.

ب-المستوى التضميني

ونعني به الإنتاج الأيقوني لصور الأخبار التلفزيونية من خلال توظيف دلالات الرموز والقيم التي تحملها باستخدام التقنيات الحديثة ويرى "شارل ساندرس بيرس" أن الأيقونة دليل يحيل إلى الشيء الذي يدل عليه بفضل سمات خاصة يمتلكها فقد يكون أى شيء أيقونة لشيء آخر سواء أكان هذا

الشيء صفة أو كائناً أو قانوناً شريطة أن تكون هناك علاقة شبه بينهما ويستخدم كدليل له (Gilles Amadeo, 1995, p30) فمجرد الإيحاء أيقونة في حد ذاته والتي تعتبر الطريقة البسيطة و المباشرة التي تمكننا بالتعرف على الشيء وإدراكه.

١-توظيف القيم في صور الأخبار التلفزيونية

توظف القيم حسب الرغبة المطلوبة في صور الأخبار التلفزيونية بالشكل التالي:

أ-القيم التعويضية: لتعويض نقص نفسي لدى المشاهد من خلال مخاطبة المشاعر والعواطف بغرض الاستمالة والتأثير لتكوين أو توجيه الرأي العام للاستعطاف أو السخط والتنديد والاستنكار وغير ذلك.

ب-القيم البنيوية: للتركيز على عنصر معين لتصويره في المشهد وإهمال باقي العناصر الأخرى وهذا حسب الفضاء والمساحة والفضاء المشغول من طرف كل عنصر وهو ما يسمى بمركز التأثير البصري.

٢-توظيف التقابل والمقارنة

يؤدي استخدام العرض المتجاور والمتقابل لعدد من العناصر المتباينة أو المختلفة في صور الأخبار التلفزيونية من خلال أجهزة تقنية متطورة، دوراً اتصالياً تفاعلياً مهماً لدى المشاهد يتزايد خاصة من خلال المقارنة بينها فضلاً عن مظهره الحيوي المثير بحيث أن عرض التناقضات يبرز أهم سمات هذه العناصر المميزة ويعبر عن المدى الذي يفصل بينها.

ج-المستوى الألسني

في هذا الإطار يتم استخدام مختلف التقنيات الحديثة لإنتاج صور الأخبار التلفزيونية في سياق ارتباطها بالنص المصاحب لها في القصة الخبرية فوجود الرسالة الألسنية أمر ضروري وأساسي في الصور التلفزيونية مكتوباً أو مسموعاً كما يؤكد "رولان بارث" "Roland Barth" لأن الصورة تمتاز بتعددية المعاني في حالة غياب هذا النص ويكون المشاهد غارقاً في بحر من المعاني مما يجعل الرسالة الألسنية آلية وأداة أساسية لتوجيه المشاهد إلى المدلولات التي حملت بها الصورة من خلال التفسير والإقناع والتأثير عليه عبر وظيفتين مهمتين تتميزان بها الصورة واللتين تتمثلان في الترسيخ الذي بمقتضاه يتم تحديد المدلولات التي تتواجد في ثنايا الصورة وكذلك المعاني المراد توصيلها للمشاهد وفي المناوبة وهي وظيفة تعويضية للتمثيل الأيقوني تتولى مهمة سد النقائص والفراغ الموجود في الصورة بالتعبير عن المعاني التي لم تستطع توضيحها كاملة بغية التوجيه إلى قراءة محددة لها من قبل المتلقي والتأكيد عليها تكون هي المطلوبة والمرغوبة في آن واحد.

٢- التحرير المصاحب لصور الأخبار التلفزيونية

باستعمال مختلف التقنيات الحديثة يتم التحرير المصاحب لصور الأخبار التلفزيونية وفق الأساليب التالية:

أ- تحرير مادة صحفية تشتمل على كلمات وجمل لغوية معبرة للقصة الخبرية تتميز بالإثارة وجذب الانتباه.

ب- تجزئة الأخبار وتغيير مفرداتها بما يخدم الوجهة المنشودة للرسالة الإعلامية.

ج- المعالجة الموجهة للأخبار وخاصة صياغة القصة الخبرية في قاعات التحرير.

د- استخدام قوالب وأنواع صحفية معينة وخاصة التقارير الإخبارية.

هـ- الاعتماد على مصادر إخبارية معينة مثل فيديوهات الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي يمكن استغلالها وحرية التصرف فيها من خلال تقنيات حديثة متطورة.

٣- توظيف التكرار أو ما يسمى بـ "الجلد الإعلامي"

تسمح التقنيات الحديثة المتطورة بالتكرار المتواصل لبث صور عن أخبار معينة من خلال النشرات والمواجز الإخبارية والبرامج والفواصل الترويجية وخاصة ضمن شريط الأخبار الذي يظهر أسفل الشاشة التلفزيونية وهذا ما يسمى "بالجلد الإعلامي" الذي يحقق ترسيخ أخبار معينة وترويجها والتفاعل معها ("جونتان بينغل، ٢٠٠١م، ص ٢٤٧).

٤- اختيار أوقات ومدة بث صور الأخبار التلفزيونية وترتيبها

تتم هذه العملية عبر استعمال تقنيات حديثة متطورة واتباع الطرق التالية:

١- اختيار أوقات بث صور الأخبار التلفزيونية.

٢- اختيار مدة بث صور الأخبار.

٣- اختيار ترتيب معين لصور الأخبار.

نتائج الدراسة:

تتمثل نتائج هذه الدراسة في ما يلي:

- لقد حظيت الأخبار التلفزيونية بتطورات هائلة في أساليب إنتاجها بفعل استخدام التقنيات الحديثة وخاصة بعد ظهور الأقمار الصناعية التي سمحت بالبث المباشر الفضائي للتغطيات الإخبارية.
- لقد كان لدخول النظام الرقمي الحديث في صناعة أجهزة الكاميرا وظهور أجيال متطورة من الكاميرات الرقمية تتمتع بتقنيات متطورة دوراً بارزاً في تنفيذ عمليات دقيقة في إنتاج صور الأخبار التلفزيونية، وتتمثل هذه العمليات في ما يلي:
- أ- التنويع في زوايا التصوير.

- ب- التعدد في حركات الكاميرا الرقمية.
- ج- الاختيار المستهدف للقطات صور الأخبار التلفزيونية اللقطة العامة. اللقطة القريبة اللقطة المتوسطة.
- د- تغيير حجم الموضوع داخل اللقطة.
- هـ- التغيير في عناصر صور الأخبار التلفزيونية
- إنه بفضل شرائط الفيديو الرقمية وتقنيات التسجيل والتخزين المتطورة فقد أصبحت التغطية الإخبارية التلفزيونية للأحداث تتم بسهولة وبشكل سريع وبأقل تكلفة
 - إن استخدام المؤثرات الخاصة المصاحبة للصور من خلال أساليب تقنية دقيقة له دور بارز في إنتاج الأخبار التلفزيونية.
 - أحدثت التقنيات الحديثة مجموعة من الانعكاسات على عمليات إنتاج الأخبار التلفزيونية وتتمثل في ما يلي:
- ١- اختصار المسافات وتجاوز حدود الزمان والمكان.
 - ٢- المتابعة الفورية للأحداث.
 - ٣- الاعتماد على شبكة الإنترنت في جمع الأخبار والمعلومات.
 - ٤- استخدام أجهزة الكمبيوتر في التغطيات الإخبارية التلفزيونية.
- يتم إنتاج الأخبار التلفزيونية من خلال توظيف القيم بمختلف أنواعها في الصورة التلفزيونية باستخدام تقنيات حديثة متطورة بهدف التأثير على آراء ومواقف واتجاهات المشاهد وتوجيهه نحو سلوكيات معينة.
 - توفر التقنيات الحديثة أساليب متطورة لإنتاج الأخبار عبر صناعة الصور التلفزيونية من بينها:
- ١- تقنيات التصوير والاختزال في صور الأخبار التلفزيونية.
 - ٢- البرمجة التقنية للقطات الأخبار التلفزيونية واختيارها بشكل دقيق مع توظيف مدروس لمكوناتها وعناصرها.
 - ٣- إتباع أساليب في المعالجة الصحفية للأخبار التلفزيونية باستعمال تقنيات حديثة تتيح الصياغة الموجهة للقصص الخبرية.
- توظيف تقنيات حديثة متطورة تتيح التكرار الموجه أو ما يسمى بـ "الجلد الإعلامي" بهدف الترويج لأخبار معينة وترسيخها لدى المشاهد.
 - لقد أصبحت التقنيات الحديثة أداة مساهمة في تشكيل الخطاب الإخباري التلفزيوني من خلال علاقتها الوطيدة بإنتاج الصورة في أبعادها الفنية وسياقاتها الرمزية والدلالية والتأويلية.

المراجع والمصادر:**☒ المراجع باللغة العربية**

- ١- اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية (٢٠١٠) البث الفضائي التقرير السنوي , تونس, إصدارات اتحاد اذاعات الدول العربية.
- ٢- الفين توفلر , السلطات الجديدة: بيروت, دار المعارف للنشر والتوزيع.
- ٣- بسام قطوس (٢٠٠٢) تمتع النص متعة التلقي: الأردن, أمانة للنشر والتوزيع.
- ٤- جونتان بينغل (٢٠٠١) مدخل إلى سيميائ الإعلام: بيروت, المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر والتوزيع.
- ٥- حسن عماد مكأوي (٢٠١٢) الأخبار الإذاعية والتلفزيون: القاهرة, دار العربية للنشر والتوزيع.
- ٦- خالد صلاح (٢٠٠٧) حرية الصحافة: القاهرة , مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان .
- ٧- رابع الصادق (٢٠٠٣) الاعلام والتكنولوجيا الحديثة : الامارات العربية المتحدة , دار الكتاب الجامعي.
- ٨- عمر ابراهيم بوسعدة (٢٠١٧) البث التلفزيوني الفضائي: جدة , دار خوارزمي العلمية.
- ٩- عزيز لعبان (٢٠٠٥) بعض الأبعاد القيمية في الدراما التلفزيونية: الجزائر, المجلة الجزائرية للاتصال, العدد ١٩.
- ١٠- عبد العزيز شرف (١٩٨٨) الأسس الفنية في التحرير الصحفي : عمان , دار الفرقان للنشر والتوزيع.
- ١١- عبد الرحمن عمار (٢٠٠٩) الصورة و الرأي العام السلطة الخامسة دراسة سيميولوجية :الجزائر منشورات بغدادي.
- ١٢- قيس الياسري (١٩٨٧) الخبر الصحفي دراسة نظرية وتطبيقية: بغداد , دار الحكمة للنشر والتوزيع .
- ١٣- محمد الصفراني (٢٠٠٧/٠٨/٠٢) فضاءات التلقي البصري: الرياض, جريدة الرياض اليومية, العدد ١٤٢٨٣ .
- ١٤- محمود ابراقن (١٩٩٥) هذه هي السينما: ليبيا , دار بن غازي للنشر و التوزيع.
- ١٥- محمود علم الدين (١٩٩٠) تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري: القاهرة, الدار العربية للنشر والتوزيع .
- ١٦- محمد شطاح (٢٠٠٥) الأخبار في التلفزيون : الجزائر , جامعة برج باجي مختار.
- ١٧- نسمة البطريق, (٢٠٠٧) الدلالة في السينما و التلفزيون في عصر العولمة: الجزائر, ديوان المطبوعات الجامعية.
- ١٨- زكي حسين الورد, (٢٠٠٩) المعلومات والمجتمع: الأردن, مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.

☒ المراجع باللغات الاجنبية:

- 19-Gilles Amadeo(1995) la dynamique de la communication dans les groupes: Paris, Edition Armand colin.
- 20-Martine Joly(1999) introduction à l'analyse de l'image: Paris, édition Nathan
- 21-Patrice flishy (1999) Internet , un nouveaux mode de communication :Paris, Edition Hermès

The Role of Modern Techniques in News Production Television: A theoretical study

Associate Prof. Dr. Omar Ibrahim Boussada

docboussada@gmail.com

Media and Communication Department

King Khalid University

Abstract

This research studies the role of modern techniques in news production television. It studies technics and methods and means used by television in order to produce images containing news.

The study aims to achieve the following objectives:

- 1- Highlighting the role of modern technologies in the production of television news.
- 2- Present the changes in the production process of television news and its impact on the media discourse industry.
- 3- Explain the nature of the relationship between television and modern technics in light of the tremendous technological developments.
- 4- Identify the advanced methods used to produce television news.
- 5- Raise awareness of the technical development accompanying the production of television news.

Keys Words

Role, Modern Techniques, Production, News, Television.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit number : 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,

Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,

Giza, Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: ceo@apr.agency - jprr@epa.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jprr.epa.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2000 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 500 \$.with 50% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1000 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 250 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,
 Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
 Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
 And also to the Journal email: jpr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitative scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of 1.48 = 100% in the year of 2018G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRA Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Managers

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean
of Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRA

Prof. Dr. Mahmoud Youssef

Professor of Public Relations & former Vice Dean
Faculty of Mass Communication - Cairo University

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associate professor of Mass Communication &
Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

Dr. Suhad Adil (Iraq)

Associate Professor of Public Relations
Mass Communication Department
College of Arts - Al-Mustansiriyah University

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

English Reviewer

Ahmed Badr

Arabic Reviewer

Ali Elmehy

E- Site Manager

Mohamed Ali

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt

Menofia - Shiben El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel : +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **

IPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai
University

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of
Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Youssef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Barakat Abdul Aziz Mohammed (Egypt)

Professor of radio and television & Vice- Dean of the Faculty of Mass Communication for
Graduate Studies and Research, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King
Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek
national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor of Mass Communication at King Faisal University – Former Dean of the Faculty of Community
Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

Journal



of P R e s e a r c h

Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Seventh year - Twenty Third Issue - April / June 2019

Arab Impact Factor 2018 = 1.48

French Researches:

- **Prof. Dr. Redouane BOUDJEMA** - Université d'Alger3
Dr. Nor El Houda BOUZEGAOU - Université d'Alger3
La régulation des médias de service public : Système et législations en Algérie 7

English Researches:

- **Associate Prof. Dr. Akhmed Khamis Kaleel** - American University in the Emirates
Associate Prof. Dr. Thouraya Snoussi - University of Sharjah
Impact of Social Media Use on Identity: A Case Study 23
- **Safia Mohammad Saleh** - University of Sharjah
The Impact of Social Media on Newsroom Operations in the UAE 37

Abstracts of Arabic Researches:

- **Associate Prof. Dr. Moustafa Saber Elnemr** - Zagazig University
Dr. Ghada Moustafa Elbatrik - Taif university
Modern Trends in Arab Youth Use Research for Traditional and New Media from January 2009 to December 2018 55
- **Associate Prof. Dr. Omar Ibrahim Boussada** - King Khalid University
The Role of Modern Techniques in News Production Television:
A Theoretical Study 56
- **Dr. Dalia Moustafa El Sawah** - Helwan University
The Role of Social Networking Sites in Supporting the Concept of Social Accountability of University Students: Field Study on a Sample of Egyptian University Students in Public and Private Universities 57
- **Dr. Nasruddin Abdulqader Osman** - Ajman University
The Role of the New Media in the Promotion of Rumors and Mechanisms to Prevent them: Field Study on Media Professors and Journalists 59
- **Dr. El-Sayed Abdel-Rahman Ali** - Suez University
The Arab Communication Studies in Crises: An Analytical Study: (Meta-Analysis) 60
- **Khadijah Hammad Hamdi Alkabkabi** - Umm Al-Qura University
Strategies of Public Relations Agencies in Management of the Crises of Enterprises: "Survey Study" 61

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit number : 24380 /2019

Copyright 2019@APRA

www.jprr.epra.org.eg

