

أثر توظيف التقنيات الرقمية الحديثة في جودة الرسالة الخبرية عبر القنوات الإخبارية التليفزيونية المصرية: دراسة ميدانية على جمهور الخبراء والأكاديميين الإعلاميين

د. نهلة حلمي محمد عبد الكريم*

ملخص الدراسة:

أدت التطورات التكنولوجية في مجال الاتصالات وتقنيات الإنتاج الإعلامي في مرحلتها الرقمية بما تضمنته من ثراء في الوسائط والإمكانات الجديدة لظهور وسائل اتصال جديدة محملة بكل مزايا التكنولوجيا الرقمية الحديثة، وبالتبعية أدى ذلك لبروز نمطين من الإعلام لم يكن لهما وجود من قبل، وهذان الشكلان هما: الإعلام التقليدي المحول إلكترونيًا، أو النسخ الإلكتروني من الإعلام التقليدي، إضافة إلى الإعلام الإلكتروني الذي يتخذ أشكالًا ووسائط متنوعة ويتم استقبال البث الرقمي عبرها كأن يتم المشاهدة عبر شاشة الحاسوب المرتبط بشبكة الإنترنت، أو على شاشة الحاسب اللوحي المحمول، أو على شاشة الهاتف المحمول.

ومن هنا تحددت مشكلة الدراسة في كيفية تقييم جمهور الخبراء والأكاديميين الإعلاميين لأثر توظيف التقنيات الرقمية الحديثة في جودة الرسالة الخبرية عبر القنوات الإخبارية التليفزيونية المصرية، سواء على صعيد الشكل أو المضمون في معالجة القضايا المجتمعية المصرية، أي تحديد أثر البيئة الاتصالية الحديثة في تشكيل السياسة التحريرية للقنوات الفضائية الإخبارية المصرية، وهو ما يعطي مؤشرًا حول واقع التكنولوجيا وانماجها في المؤسسات التليفزيونية الإخبارية المصرية.

ويتشكل مجتمع الدراسة من الجمهور المصري المتخصص في صناعة وابتكار الرسالة الخبرية التليفزيونية وتوظيفها للتقنيات الرقمية الحديثة، ونظرًا لكبر حجم مجتمع الدراسة، تم سحب عينة عمدية ٤٠٠ مفردة من الجمهور المصري المتخصص لمن هم فوق ١٨ عامًا من مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وغيره

وعن تطبيق نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية على موضوع الدراسة سعت الباحثة لرصد تقييم جمهور الخبراء والأكاديميين المتخصص في الشأن الإعلامي للتقنيات الرقمية بما تضيفه للرسالة الإخبارية التليفزيونية من مقومات تقديم معلومات ثرية في نقل النصوص والصور للجمهور المصري مما له أثر في رفع درجة وعي الجمهور العام بالرسائل المستهدفة وله بالتبعية تأثيره على تفاعلاته وسلوكياته الاجتماعية مع المحيطين به، وفي هذا الشأن تم استهداف الخبراء والمتخصصين بالجانب التقني والتكنولوجي والرقمي وأثره على رفع كفاءة عمل المؤسسات التليفزيونية في صناعة الأخبار.

وبالتالي كشفت نتائج الدراسة على استخدام تقنيات الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار بشكل متنوع في القنوات الإخبارية المصرية، مما يدل على الاهتمام المؤسسي في القنوات التليفزيونية بشكل عام على تطوير مستوى الرسالة الإعلامية الإخبارية شكلاً ومضموناً، وأن القنوات الفضائية الإخبارية تستعين بالمواقع الإلكترونية في تحقيق مزيد من الانتشار لأخبارها تلاه صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق المزيد من الوصول للجمهور وإطلاعه على رسائلها الإخبارية، ثم التطبيقات على الهواتف الذكية لتحقيق الانتشار الخبري.

الكلمات المفتاحية:

توظيف التقنيات الرقمية الحديثة – الرسالة الخبرية – ثراء الوسيلة

* مدرس بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال – جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

The effect of employing modern digital technologies on the quality of the news message through the Egyptian television news channels: a field study on the audience of media experts and academics.

Abstract:

Technological developments in the field of communications and media production techniques in their digital phase, including the richness of media and new capabilities, led to the emergence of new means of communication loaded with all the advantages of modern digital technology, and accordingly this led to the emergence of two types of media that did not exist before, and these two forms are: Traditional electronically converted, or electronic copies of traditional media, in addition to electronic media that takes various forms and media through which digital broadcasts are received, such as viewing on a computer screen connected to the Internet, on a laptop screen, or on a mobile phone screen.

Hence, the problem of the study was identified in how the audience of media experts and academics evaluated the impact of employing modern digital technologies on the quality of the news message through the Egyptian TV news channels, whether in terms of form or content in addressing Egyptian societal issues, i.e. determining the impact of the modern communication environment in shaping the channels' editorial policy. The Egyptian news channel, which gives an indication of the reality of technology and its integration into Egyptian television news organizations.

The study population consists of the Egyptian public specialized in the manufacture and innovation of the television news message and its employment of modern digital technologies, and due to the large size of the study community, a deliberate sample of 400 individuals was drawn from the specialized Egyptian audience for those over 18 years of age from various economic, social, political and other levels.

Regarding the application of the theory of the richness of the media outlet on the subject of the study, the researcher sought to monitor the evaluation of the audience of experts and academics

specialized in the media issue of digital technologies, including the elements they add to the television news message in terms of providing rich information in transmitting texts and images to the Egyptian audience, which has an impact on raising the general public's awareness of the targeted messages. Accordingly, its impact on its social interactions and behaviors with those around it. In this regard, experts and specialists in the technical, technological and digital aspects were targeted and its impact on raising the efficiency of the work of television institutions in the news industry.

Thus, the results of the study revealed the use of modern communication technologies in the news industry in a variety of ways in the Egyptian news channels, which indicates the institutional interest in television channels in general to develop the level of the news media message in form and content, and that satellite news channels use websites to achieve more spread. For its news, it was followed by its pages on social networking sites to achieve more access to the public and inform them of its newsletters, then applications on smart phones to achieve news dissemination.

Key words:

Employing modern digital technologies - the news message - the richness of the medium

مقدمة:

يُعد البث التلفزيوني الفضائي من أهم التطورات التقنية في مجال الاتصالات في عقد التسعينيات من القرن العشرين ، حيث أدى هذا التطور لحدوث طفرة في وسائل توزيع وبث الرسائل الإعلامية، فالرسائل تبث عبر القنوات التلفزيونية للمستقبلين في المنازل مباشرة دون الحاجة لمحطات أرضية، وارتبط بإطلاق الأقمار الصناعية حدوث ثورة رقمية وتطور تقني وضخ استثمارات هائلة في صناعة الاتصال مما أدى لارتفاع أعداد القنوات الفضائية وتعددتها وتنوعها وتخصصها في المضمون مع انخفاض تكلفة البث، وتوسيع مجالاته، وتزايد دور الملكية الخاصة وتراجع الملكية العامة لوسائل الإعلام، وبالتالي خضوع العمل الإعلامي للمنافسة التجارية، وكل ما سبق أدى لحدوث تسابق إعلامي في تلبية احتياجات وإشباع الجمهور باختلاف فئاته العمرية وبالتالي تنوع اهتماماته.

وجاءت الثورة الأكبر المرتبطة بصناعة التلفزيون متمثلة في التقاء الحاسب الآلي والتلفزيون في ظل التطورات التكنولوجية المتعاقبة في نقطة واحدة عبر الترقيم والضغط الذي يسبق عملية الإرسال التلفزيوني وهو الأمر الذي حدث مع ظهور شبكة الإنترنت المعلوماتية، وكان ثمرة هذا الالتقاء هو ظهور التلفزيون التفاعلي والبث المباشر للإرسال التلفزيوني عبر المواقع الالكترونية وكذلك التلفزيون الاجتماعي وغيره من الظواهر التقنية الحديثة، وكان أثر هذا الالتقاء بين التكنولوجيا الاتصالية والرقمية والتقنية هو تسارع هيئات البث الإذاعي والتلفزيوني لإنشاء مواقع الكترونية خاصة بها على شبكة الإنترنت تتم تغذيتها بفيضان من المادة المسموعة والمرئية وبحيث يمكن تصفحها عبر شبكة الإنترنت والاستفادة من الميزة الرقمية والتفاعلية، وبرز مصطلح البث عبر الويب WebCasting الذي يتميز بظاهرتين تفتقر إليهما أنظمة البث الإذاعي والتلفزيوني التقليدية، وهما: الانتشار العالمي، والتفاعلية الحقيقية بين المرسل والمستقبل والتي تتيح إمكانية الحصول على المعلومات وإرسالها لشخص آخر، مع انعدام أهمية الموقع الجغرافي وتقارب الثقافات، مما يدل على أن شبكة الإنترنت ستلعب دورًا مهمًا في مستقبل النظام الإذاعي والتلفزيوني.

وأدت التطورات التكنولوجية في مجال الاتصالات وتقنيات الإنتاج الإعلامي في مرحلتها الرقمية بما تضمنته من ثراء في الوسائط والإمكانات الجديدة لظهور وسائل اتصال جديدة محملة بكل مزايا التكنولوجيا الرقمية الحديثة، وبالتبعية أدى ذلك لبروز نمطين من الإعلام لم يكن لهما وجود من قبل، وهذان الشكلان هما: الإعلام التقليدي المحول إلكترونيًا، أو النسخ الالكترونية من الإعلام التقليدي، إضافة إلى الإعلام الإلكتروني الذي يتخذ أشكالًا ووسائط متنوعة ويتم استقبال البث الرقمي عبرها كأن يتم المشاهدة عبر شاشة الحاسوب المرتبط بشبكة الإنترنت، أو على شاشة الحاسب اللوحي المحمول، أو على شاشة الهاتف المحمول.

واتجهت القنوات التلفزيونية العامة والإخبارية للتفاعل والاستفادة من إمكانات مواقع التواصل الاجتماعي، وإنشاء صفحات لهذه القنوات على هذه المواقع لتحقيق الانتشار المجتمعي وجذب أكبر عدد من المتابعين لقنواتها عبرها، وكانت مواقع التواصل الاجتماعي التي القنوات لإنشاء صفحات لها عبر هذه المواقع متمثلة في "الفايس بوك Facebook- الانستجرام Instagram- اليوتيوب Youtube- تويتر Twitter- سناب شات Snapchat-

وكذلك المواقع الالكترونية للمؤسسات الإخبارية التلفزيونية، وتطبيقاتها على الواتس آب وWhatsAPP ، كما أثبتت الدراسات السابقة أن موقع الفيس بوك "Facebook" وموقع تويتر "Twitter" وموقع اليوتيوب "YouTube" " يُعد من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي المؤثرة في التفاعل بين العمل الإعلامي والجمهور، وهو ما ساهم في إضافة تأثير أخير على المادة الإعلامية وضمان وصولها للمتلقي النشط الذي يبحث عن المعلومات من مصادر متعددة، ومنه خلق ساحة للرأي ووجهات النظر وتبادلها، وفتح أبواب العالم أمام المتلقي وكسر التابوهات الإعلامية مما ترتب عليه تغير نظرة الأفراد وأفكارهم تجاه القضايا العديدة.

وبالتالي مكن الإعلام الجديد من ظهور مجموعة من التقنيات الحديثة في العملية الاتصالية نتيجة اندماج ثلاثة عناصر هي الكمبيوتر والشبكات والوسائط المتعددة، ترتب عليها تقديم ثلاث خدمات رئيسية للجمهور وهي الاتصال والتفاعل والإعلام عن الموضوعات والقضايا المختلفة في أي وقت ومن أي مكان بشكل آني ولحظي، فأصبح المشاهد قادراً على متابعة التغيرات المحلية والإقليمية والدولية والتفاعل معها عبر الوسائط التكنولوجية المتعددة، كما يُعد الإعلام الرقمي بيئة محفزة للديمقراطية ومكون لمجتمعات محلية تعكس التغيرات التي تحدث في الثقافة والتجارة والتكنولوجيا والبناء الاجتماعي.

وانطلاقاً مما سبق لم تكن المؤسسات الإعلامية التلفزيونية بعيدة عن التطورات التكنولوجية وما فرضته من بيئة اتصالية جديدة ظهرت وبرزت ملامحها في المجالات المختلفة داخل المؤسسة التلفزيونية سواء على مستوى الإدارة أو على مستوى إنتاج المحتوى التلفزيوني أو تسويق المحتوى الإعلامي التلفزيوني، حيث أن هذه القنوات استفادت بشكل كبير من منابر الإعلام الرقمي في التسويق الرقمي لمنتجاتها وتحقيق الأرباح لمؤسساتها، حيث عززت هذه المنابر الإعلامية الرقمية من مكانة المنتج الإعلامي التلفزيوني لدى المواطن وتفاعله مع القائمين على إعداده، وكذلك ساهمت في تنوع أشكال المنتج التلفزيوني، فلم يعد البرنامج التلفزيوني بأشكاله التقليدية بل أصبح هناك منتج تلفزيوني ينتج خصيصاً لهذه المنابر وتابع كإنتاج لهذه المؤسسات التلفزيونية.

أولاً: مشكلة الدراسة:

تتحدد مشكلة الدراسة في تقييم جمهور الخبراء والأكاديميين الإعلاميين لأثر توظيف التقنيات الرقمية الحديثة في جودة الرسالة الخبرية عبر القنوات الإخبارية التلفزيونية المصرية، سواء على صعيد الشكل أو المضمون في معالجة القضايا المجتمعية المصرية، أي تحديد أثر البيئة الاتصالية الحديثة في تشكيل السياسة التحريرية للقنوات الفضائية الإخبارية المصرية، وهو ما يعطي مؤشراً حول واقع التكنولوجيا واندماجها في المؤسسات التلفزيونية الإخبارية المصرية.

ثانياً: أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في الكشف عن أثر البيئة الاتصالية الحديثة في تعزيز صناعة الأخبار في القنوات التليفزيونية الإخبارية المصرية، وينبثق من هذه الأهمية عدد من النقاط الهامة كما يلي:

١- مكنت التقنية الرقمية المشاهد من استقبال المحتوى البرامجي أياً كان برامج أو نشرات أخبار والمخزونة رقمياً بوساطة الإنترنت عبر الحواسيب الشخصية والمفكرات الرقمية والهواتف الذكية، وبالتالي أصبح المتلقي يشاهد المادة التليفزيونية في الوقت والمكان الذي يريد، كما شجعت التقنية الرقمية القائمين على صناعة التلفزيون أن يتواصلوا مع الرواد في هذا المجال وينجحوا بإنتاج شاشات تلفزيونية لعرض الصور التي توحى بالبعد الثالث ومضاعفة حجم الشاشة عدة مرات، واكتشاف أنواع جديدة من شاشات العرض، كما عززت التقنية الرقمية البرامج التفاعلية بحيث يمكن للمشاهد أن يشارك في البرنامج بشكل أو بآخر، إلى بث هذه القنوات التليفزيونية عبر المنصات الرقمية، وكافة هذه التقنيات الرقمية واثارها على المحتوى التليفزيوني، يُعد مجالاً بحثياً هاماً في دراسة وفحص تأثير التقنيات الرقمية على المحتوى التليفزيوني الإخباري وتطويره شكلاً ومضموناً ليكون جاذباً للمتلقي، وبالتالي يعين ذلك في الوقوف على معايير النجاح لهذا التلاقي بين التقنيات الرقمية وصناعة التلفزيون للخلوص لمقترحات وتوصيات تفيد القائمين على صناعة التلفزيون في تحقيق رسالة إعلامية تليفزيونية أكثر تأثيراً وانتشاراً .

٢- تُعد الدراسة إضافة في الاتجاه البحثي الهادف للكشف عن تأثيرات الإنترنت بما تتيه من محتوى معلوماتي على اختلاف أنواعها على تفاعل الجمهور مع قضايا المجتمع وإدراكه عبرها، حيث تبين ندرة الدراسات والأبحاث التي تناولت قوة وتأثير التقنيات الرقمية في تحديد شكل ومضمون العمل التلفزيوني وتفعيل المشاركات مع البرامج التلفزيونية وغيره، وذلك في ظل الأهمية الكبيرة لشبكات التواصل الاجتماعي عند الجمهور المصري والقائم بالاتصال الذي يحرص على إنشاء صفحات له عبر هذه الشبكات لتحقيق الانتشار الإعلامي له ولمنتجاته الذي يقدمه وذلك إلى جانب الانتشار الكبير للقنوات التليفزيونية عبر هذه الشبكات، وما ساعد على تحقيق هذا الانتشار الإعلامي هو تنامي ارتفاع استخدام المجتمع المصري لهذه الشبكات تواصل الاجتماعي ويأتي موقع الفيس بوك في المقدمة، وبالتالي ساعدت هذه العلاقة التفاعلية بين القنوات التلفزيونية والشبكات في التوصل لأبرز القضايا والموضوعات التي تحظى باهتمامات الجمهور مما يعين في تحديد ملامح الأجندة التليفزيونية وفقاً لاهتمامات وتوجهات الرأي العام المصري عبر تعليقاتهم على صفحات القنوات التليفزيونية والقائم بالاتصال.

٣- يحتل التلفزيون الصدارة كمصدر للحصول على المعلومات في المجالات المختلفة بالنسبة للجمهور المصري، وذلك إلى جانب الإنترنت سواء في الأوقات العادية أو الأزمات، وتعاضم دور التلفزيون بعد اندماجه وتلاقيه وتفاعله مع مواقع التواصل

الاجتماعي في التأثير على الحياة الاجتماعية وجعل المواطن له القدرة على نقل الحدث بنفسه فور حدوثه، وبالتالي أصبح الإعلام الجديد مشاركاً للإعلام التقليدي كونه يحتوي في مضمونه على كافة الفنون الإعلامية والتقنيات الحديثة لمواقع التواصل الاجتماعي التي يلتفت حولها مستخدمي هذه المواقع، حيث أن هذه التقنيات فسحت المجال للتواصل وتبادل الأفكار والآراء والمقترحات، وبالتالي تُعد عملية التكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي ضرورة حتمية، لا بد من تعامل المؤسسات الإعلامية التليفزيونية معها باعتباره تحولاً هيكلياً في عملية الإنتاج الإعلامي وليس إضافة جزئية لهيكلية قائمة، واعتماد أنظمة محددة لإدارة المحتوى الإخباري للمنصات التقليدية والرقمية على حد سواء، وإيجاد استراتيجيات محددة لتدريب الكوادر الإعلامية على التقنيات الحديثة والاستعانة بالبرمجيات الحديثة في التعرف على تفضيلات وأنماط جمهور، وأن لا تكون عملية القياس مبنية على آليات تقليدية تكون صالحة للمؤسسات الإعلامية القديمة دون غيرها.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

- ١- تقييم استخدام التقنيات الاتصالية الحديثة في تحقيق جودة النشرات الإخبارية.
- ٢- تحديد مستوى توظيف التقنيات الاتصالية الحديثة بالقنوات الإخبارية المصرية في معالجة القضايا المجتمعية المصرية.
- ٣- الكشف عن تقييم القائم بالاتصال لواقع البيئة الاتصالية الحديثة بالقنوات الفضائية الإخبارية المصرية.
- ٤- تقييم النواحي الشكلية لتقنيات الجرافيكية للبيئة الاتصالية الحديثة المتعلقة ببث الأخبار.
- ٥- تقييم النواحي المادية العائدة على القنوات الفضائية الإخبارية من توظيف التقنيات الجرافيكية للبيئة الاتصالية الحديثة المتعلقة ببث الأخبار.
- ٦- تقييم المشاكل التي يمكن أن تواجه القائمين بالاتصال من توظيف التقنيات الجرافيكية للبيئة الاتصالية الحديثة المتعلقة ببث الأخبار.
- ٧- التعرف على التحديات التي تعوق دون انتشار التقنيات الجرافيكية للبيئة الاتصالية الحديثة في بث الأخبار.
- ٨- الكشف عن مقترحات عينة الدراسة في تعزيز توظيف مكانة البيئة الاتصالية الحديثة في القنوات الإخبارية المصرية.

رابعاً: الدراسات السابقة:

توجد ندرة في الدراسات التي تناولت واقع البيئة الاتصالية الحديثة على المؤسسات التليفزيونية عامة والإخبارية المصرية خاصة، إلا أنه توجد بعض الدراسات التي تناولت تأثير التقنيات الرقمية على المضمون الإخباري، وأهمية رفع كفاءة القائم بالاتصال لإجادة التفاعل مع هذه التقنيات الرقمية، وكانت أبرز هذه الدراسات كما يلي:

- اهتمت عدد من الدراسات بإبراز أثر التقنيات الرقمية في تحقيق جودة المحتوى التلفزيوني وانتشاره، حيث أبرزت دراسة (محمد ناصر عبد الرحمن سالم، ٢٠٢٢) أن استخدام التقنيات الحديثة الخاصة بتقنيات المونتاج تمثل في استخدام صورة المتصل والتعليق عليها تراه تقنيات الدمج، ثم التقارب والمقارنة، وهو ما يوضح استخدام التلفزيون لتقنيات البرامج الحديثة في محاولة منه لمواصلة التطور ومواكب المستحدثات التي يتمتع بها العصر الحالي، حيث أشارت الدراسة إلى أن تحسين جودة البرامج التلفزيونية يتوقف على تطوير معادتها لمواكبة التطور الحالي وتحسين الخدمة المقدمة للمشاهد حتى لا يفقد ثقته بتلك البرامج وحتى لا تفقد القنوات التلفزيونية المشاهد فيما بعد، وأن البرامج التلفزيونية تعتمد في الأساس على جودة التصوير والكاميرات المحمولة يليها المؤثرات البصرية لعرض الرسومات التوضيحية التي تجذب انتباه المشاهد وتواكب التطورات الحالية والتقدم الذي يلحق بجميع مؤسسات الدولة، كما أوضحت دراسة (هاجر محمود أبو الخير السيد محمد، ٢٠٢٣) أن الثورة الرقمية لم تحدث تغييرا في بنية اللغة السينمائية، فاعتمدت كل من الدراما المصرية والدراما الأجنبية على نفس عناصر اللغة السينمائية كأحجام اللقطات، وزوايا التصوير وأنواعها، واستخدام المونتاج للتعبير عن الرؤية الإخراجية. تناولت دراما الخيال العلمي أفكار جديدة لإمكانيات تكنولوجيا الواقع الافتراضي والمعزز والمختلط، وتقنية الهولوجرام واستخدام الذكاء الاصطناعي، كما أثبتت دراسة (جورج زكي آل سيدهم، ٢٠١٩) ارتفاع مستويات استخدام التقنيات الحديثة في البرامج التلفزيونية المباشرة بالقنوات الفضائية المصرية والعربية، كما أضافت دراسة (لمياء فتحي صابر أبو النجا، ٢٠١٨) أن استخدام أحدث التقنيات الرقمية الحديثة داخل تلفزيون المصري كان بهدف تحقيق مستوى جديد من جودة الصورة المنتجة والتي تعمل كعنصر جذب للمشاهد المحلي والعربي والعالمي للتلفزيون المصري، وكذلك اكتشاف أنواع جديدة من شاشات العرب، وإمكانية استقبال البرامج التلفزيونية والأفلام المخزونة رقميا بوساطة الانترنت وأجهزة الحاسب الشخصية والمفكرات الرقمية والهواتف النقالة، لذا توصي دراسة (أحمد عبد العظيم، ٢٠٢٠) بضرورة متابعة التكنولوجيا العالمية الحديثة في الصورة التلفزيونية لإمكانية تطبيقها على المستوى المحلي وما يتبعه من تغييرات جوهرية في أنظمة البث والإرسال والاستقبال التلفزيوني لمواكبة التغييرات الجوهرية في صناعة الصورة التلفزيونية، كما يوصى بضرورة عمل الندوات والمؤتمرات والبعثات الخارجية التي تعمل على زيادة الوعي لدى القائمين على صناعة الصورة التلفزيونية حتى تتمكن من تحقيق أعلى مساحة إبداعية ممكنة في مجالات الإنتاج التلفزيوني المختلفة.

وفي ذات السياق، توصلت دراسة (Eileen C. Teves، ٢٠١٦) بخصوص نشرات الأخبار التلفزيونية والاعتماد فيها على تغطيات وسائل التواصل الاجتماعي، اعتقاد عينة الدراسة بأن وسائل التواصل الاجتماعي مفيدة في جمع ونقل الأخبار التلفزيونية، لارتفاع القدرة على تحديد مكان المصدر ومعرفة الخبراء، والاستعانة بالصور المرئية بالإضافة لإمكانية البث الحي من موقع الحدث وسرعة نقل الأخبار، كما أن وسائل

التواصل الاجتماعي شجعت مديري المحطات التلفزيونية على متابعة العمل بشكل أكثر تفصيلي ولحظي كما ضاعفت من الأعباء المهنية على كاهل الصحفيين فيما يتعلق بجودة المحتوى وسرعة نقله، وأجبرت وسائل التواصل الاجتماعي الصحفيين أن يصبحوا أكثر براعة في صياغة الخبر وتناوله، كما هدفت دراسة (آسيا إبراهيم عبده، ٢٠١٥) في التعرف على دور التكنولوجيا الحديثة ومدى استخدامها في تطوير إنتاج البرامج الإخبارية، وتوصلت إلى أن التقنية تؤدي دورًا أساسيًا في تطوير العمل الإخباري كتحسين تقنيات الصوت في النقل الإذاعي وتحسين تقنيات الصورة والصوت معًا في النقل المرئي، وفي هذا الشأن قد أكدت الدراسة على أهمية رفع مهارات القائم بالاتصال في استخدام الوسائط المتعددة حيث أن إنتاج البرامج الإخبارية بحاجة إلى تحسين وتدريب وتأهيل العاملين، والعمل على توفر الأجهزة والآليات والمعدات حتى تكتمل فاعلية الإنتاج الإخباري، وفي هذا الشأن توصلت دراسة (Ellies، ٢٠١٤) إلى أن التقنيات المتاحة في التلفزيون الرقمي توفر تحسينًا للصورة والصوت، وكذلك مرونة لاختيار الشكل الذي تعرض به المعلومات إلى المشاهد، حيث تقدم الرسومات التوضيحية للأشخاص الذين يعانون من ضعف في متابعة محتوى مسموع.

– أبرزت عدد من الدراسات الأثر التنافسي الذي حققه تعزيز توظيف التقنيات الرقمية في صناعة التلفزيون نتيجة لارتفاع الجودة والإقبال على المشاهدة للمحتوى التلفزيوني، حيث أثبتت دراسة (مالك رحاب محمود العزة، ٢٠١٧) أن استخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة يزيد من درجة المشاهدة في التلفزيون، وخاصة محور النشرات والبرامج الإخبارية، حيث احتل المرتبة الأولى، كما أكدت دراسة (محمد أحمد إبراهيم محمد، ٢٠٢٢) على ارتفاع تأثير التقنيات الحديثة للمنتج على رفع معدلات مشاهدة البرامج التلفزيونية وإدراك أهدافها ومحتواها وتمثلت هذه التقنيات في تقنية Keyer Chroma وتقنية الكتابة الإلكترونية وتقنية الرسوم والصور المتحركة Motion Graphic وغيره من التقنيات الرقمية التي تم توظيفها في الأعمال التلفزيونية، كما أشارت دراسة (هبة ربيع رجب، ٢٠١٦) إلى أن تكنولوجيا النشر الرقمي عبر الإنترنت كنوات مؤثرًا في ارتفاع درجة التنافس بين المؤسسات الإعلامية في توفير محتوى فوري وخدمات تفاعلية وتوظيف إمكانيات الوسائط المتعددة وغيرها من مميزات البيئة الاتصالية لجذب عدد أكبر من الجمهور، وبالتالي عدد أكبر من المعلنين، وأوضحت دراسة (معتر أحمد عبد الفتاح عبد الحميد، ٢٠٢٠) ارتفاع الأثر التنافسي في تحقيق عمليات إدارة تدفق وإنتاج المحتوى الإخباري متجاوزة حدود العاصمة في التوزيع والانتشار لتتنافس على المستوى العربي والإقليمي، كما أشارت دراسة (نورهان إبراهيم، ٢٠٢٠) أن التقنيات الرقمية لها تأثير في زيادة قدرات ومواهب المراسل الرياضي، وقد أكدت دراسة (محمد فتحي عبد السميع، ٢٠١٩) على أن المؤسسات الإعلامية تتضمن إدارة الجودة الشاملة التي تساعد على تحقيق منتج إعلامي قادر على التنافس مستفيدًا من التطورات التكنولوجية الحديثة مع رفع كفاءة العاملين لديها فكريًا وتكنولوجيا وثقافيا، حيث أثبتت دراسة (فاطمة ناصر صالح، ٢٠٢٢) أن التخطيط الاستراتيجي كإدارة بالمؤسسات الإعلامية يعمل على تعظيم كفاءة

المنتج الإعلامي ويساعد على رفع كفاءة العاملين لديها يترتب عليه من آثار ونتائج تعمل على تغيير مسار المؤسسة ونجاحها وتحقيق أهدافه.

- وأثبت عدد من الدراسات أن لإنشاء القنوات التليفزيونية على مواقع التواصل الاجتماعي تأثيرًا كبيرًا في تحقيق الانتشار، حيث أشارت دراسة (Mi-Hug Cheng ,Yi-Chen Wu,Ming –Chihchen ، ٢٠١٦) أن هناك ارتباطًا بين البرامج التليفزيونية الأكثر نجاحًا جماهيريًا وتجاريًا وبين نسب المشاركات والتفاعل الإيجابي لجمهورها على الفيس بوك، كما يمكن التنبؤ بنجاح المضمون المقدم تجاريًا عن طريق التفاعل النشط على الفيس بوك وذلك بنسب تتراوح بين ١٠% و ٢٠% وجاءت الدراما التليفزيونية هي الأعلى في درجات التفاعل على الفيس بوك بينما جاءت البرامج السياسية في ساعات الذروة بين ٢٠-٢٤ مساءً الأقل في درجات التفاعل والأقل تحقيقًا للعائدات، كما أوضحت دراسة (Helmond, A.2015) أن الشبكات التليفزيونية تقوم بتوزيع محتواها بشكل غير تقليدي يقوم على الجمع بين البث التليفزيوني الكلاسيكي ونشر المحتوى على منصات أخرى مختلفة كالخدمات المدفوعة أو صفحات القنوات على الشبكات الاجتماعية المتنوعة أو حتى البث المباشر على الإنترنت. وهو التوجه القائم على تعدد منصات البث والذي يحقق مرونة المحتوى ليقبل العرض على منصات مختلفة. وبناء على ذلك فإن على المنتجين المحترفين للمحتوى التليفزيوني أن يضمنوه خصائص تجعله قابلاً للنشر والتداول على منصات متعددة، كما أوضحت دراسة (Li, N. S. ٢٠١٣) أن تليفزيون الإنترنت أتاح للجمهور إمكانية خصخصة منتجات وسائل الإعلام ويمكنهم من الاختيار وإضافة الردود ويعطي الجمهور المزيد من الخيارات السهلة لاستخدام واختيار المعلومات التي يبحث عنها، وعلاوة على ذلك، يقدم تليفزيون الإنترنت للجمهور الوطني محتوى وعروض تليفزيونية واسعة وعالمية، ومع تليفزيون الإنترنت يستطيع الجمهور أن يصل لمحتوى الفيديو التفاعلي الذي لا يمكن للتليفزيون التقليدي تقديمه.

- وفي ذات السياق السابق، أوضحت دراسة (أحمد مجدي شفيق، ٢٠١٥) بخصوص استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية للفضائيات، أن أبرز ما يميز مواقع الفضائيات وجود فيديوهات للبرامج منها ما يتم رفعه على سيرفر الموقع، ومنها ما يتم تضمينه من مواقع أخرى بالإضافة إلى مكتبات الصور والصوتيات، وأن تطور مواقع الفضائيات يتأثر بما يتوفر لها من قدرات مالية تمكنها من اقتناء وتقنيات الإنترنت وتكنولوجيا الإعلام وبما يتوفر للأفراد العاملين على إدارتها من تدريب وتأهيل، كما أوضحت دراسة (محمد بن علي بن محمد السويد، ٢٠١٥) أن أهم العوامل التي تجذب الشباب لتويتر على التوالي هي: سهولة الاستخدام والعمل الإخباري وحرية التعبير والتنوع والتواصل الاجتماعي والإثارة، وكانت القنوات التليفزيونية قد نالت أعلى نسبة متابعة يومية بين مختلف الوسائل بنسبة ٤٥.٣%، وأن ثلث أفراد العينة دفعهم استخدام تويتر إلى زيادة معدلات مشاهداتهم التليفزيونية والنسبة الأقل جاءت لمن دفعهم تويتر

لتقليل مشاهدتهم للتلفزيون ٢٣%، وفي ذات السياق، توصلت دراسة (فاطمة الزهراء عماري، ٢٠١٢) إلى أن القنوات التلفزيونية الإخبارية محل الدراسة (F24, BBC) فرضت تواجدها على شبكات التواصل الاجتماعي لاستغلال هذه المساحة الافتراضية، التي وفرت لها فرصاً لاستقطاب جمهور جديد لخدماتها ومنتجاتها الإعلامية، ولتعزيز مكانتها في نظر هؤلاء بتواجدها عبر الوسائل الأحدث، فضلاً عن التواصل والتفاعل مع الجمهور المشاهد وسماع آرائهم وشكاواهم، وتوفير وسيلة لدعم رسالة القنوات التلفزيونية الإخبارية باستخدامها لهذه الشبكات الاستخدام الأمثل من قبل المؤسسات الإعلامية المعنية، حيث أكدت عدد من الدراسات على أن مواقع التواصل الاجتماعي تُعد الأكثر ثراء وتوفر للجمهور سرعة الحصول على المعلومة وتتبع أثرها مثل دراسة (Harrison , Dossinger, ٢٠١٧) ولذلك جاءت الوسائط التكنولوجية وبشكل خاص مواقع التواصل الاجتماعي لتثري وسائل الإعلام وتجعلها تفاعلية وهو ما أكدت عليه دراسة (Yun, Choi, and Lee, C.2009. p ٢) ، كما أثبتت دراسة (عماد الدين ربيع أحمد، ٢٠٢٠) أن موقع الفيس بوك يعد من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي المؤثرة في التفاعل تلاه موقع اليوتيوب.

- التعليق على الدراسات السابقة:

- اتفاق الدراسات السابقة على أهمية العنصر البشري داخل المؤسسات التلفزيونية، لذا لا بد من الاهتمام بتطوير كفاءته في التعامل مع التقنيات الرقمية إلى جانب تحسين أوضاعه، وهو ما يترتب عليه في النهاية ارتفاع قيمة الإنتاج الإعلامي وقدرته على المنافسة.
- قلة الدراسات الأجنبية والعربية التي تتناول العلاقة المباشرة بين أساليب الإدارية التلفزيونية وتوظيفها لآليات البيئة الرقمية في المؤسسات التلفزيونية، وهو ما يحتم التوصية بأهمية الاهتمام الكبير بتزويد الدراسات الخاصة بهذه العلاقات لما تحويه من أهمية كبيرة لنجاح المؤسسات التلفزيونية في هذه البيئات شديدة التعقيد والمنافسة العالية.
- أفادت نتائج الدراسات السابقة في وضع تصور عام للدراسة والتحديد الدقيق لمشكلة الدراسة وأهدافها وأهميتها.
- تحديد الإطار النظري المناسب لطبيعة الدراسة والمتمثل في نظرية تقبل تكنولوجيا المعلومات، وهو الأمر الذي يترتب عليه القدرة على صياغة التساؤلات وفروض الدراسة التحليلية والميدانية، وكذلك تحديد مجتمع الدراسة التحليلية والميدانية وكيفية سحب عينات منهما.

خامساً: الإطار النظري: نظرية ثراء الوسيلة Media RICHNESS

تُعد نظرية ثراء الوسيلة واحدة من أهم النظريات التي تساعد في تفسير العلاقة بين وسائل الإعلام والوسائط التكنولوجية والاتصالية ومتغيرات الأداء على الفرد، وافترضت نظرية ثراء الوسيلة أن الاتصال المباشر الأكثر ثراءً بينما الرسائل النصية الأكثر فقراً، وتُعد النظرية حجر الأساس لدراسات تكنولوجيا الاتصال المتطورة، وسلوك استخدام وسائل الإعلام، حيث أن فعالية الاتصال تعتمد على القدرة التي يتمتع بها الفرد في استخدام الوسيلة التي تركز على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والمستقبل للرسالة، وتنوع قنوات الاتصال الحديثة مثل الهواتف الذكية والتابلت وغيره وتنوع التطبيقات عبرها، مما يعين في إمكانية التعرف على ردود الفعل، وهو ما يجعل هذه الوسائل الأكثر ثراءً وأن الجمهور يميل لاستخدام الوسيلة التي توفر له سرعة الحصول على المعلومة وأثارها لذا جاءت الوسائط التكنولوجية ومواقع التواصل الاجتماعي لتثري وسائل الإعلام وتجعلها تفاعلية، فالوسائل الإعلامية التقليدية بعد انشاز وسائل التواصل الاجتماعي وتفاعله واندماجه معها أصبحت تمتلك قدرًا كبيرًا من البيانات والمعلومات يقدم من خلال هذه الشبكات فضلاً عن ارتفاع التفاعل للجمهور مع المحتوى عبر النصوص والصور ومشاركة الفيديوهات وإبداء الآراء والتعليق، حيث أن الوسائط المتعددة Multimedia متمثلة في النصوص والصوت والصور الثابتة والفيديو والجرافيك والرسوم والخرائط تجعل عملية الاتصال أكثر وضوحًا وفعالية من قبل مستخدمي الشبكة العنكبوتية وبخاصة أولئك الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي التي تتسم بدرجات متزايدة من التفاعلية التي تعضد وتدعم بدائل التواصل لدى الأعضاء المنخرطين في الأنشطة الاتصالية بتلك الشبكات.

و ثراء الوسيلة يعني أن تكون الوسيلة قادرة على تسهيل الفهم المشترك للرسالة الإعلامية خلال فترة زمنية محددة، ومنه ارتفاع قدرتها على معالجة المعلومات وتغيير الفهم في فترة زمنية معينة، وهذا يماثل افتراض نظرية الوجود الاجتماعي بأن هناك وسائل معينة ملائمة لأنماط محددة من الرسائل وبالتالي فالوسيلة الإعلامية تحقق مهمتها بنجاح عندما تتوافق احتياجات المهمة مع قدرات الوسيلة على توصيل الرسالة.

فروض النظرية :

- ١- تمتلك وسائل الاتصال قدرات استيعابية مختلفة لاستجلاء الغموض وتسهيل التفاهم بين الأطراف الاتصالية.
- ٢- يرغب الأفراد في التغلب على عدم التأكد والغموض المحيط بالعمليات الاتصالية فيما بينهم، لذا يستخدمون أدوات اتصالية معينة يعتبرونها أفضل من غيرها في أداء المهمات.

المتغيرات المؤثرة في نظرية ثراء الوسيلة:

١- التفاعل الذي تحدثه وسائل الإعلام المختلفة يتوقف على مدى ملائمة الوسيلة المستخدمة للوظيفة التي تقوم بها.

٢- يتوقف الأداء الوظيفي لوسائل الإعلام على عاملين هما جودة القرار حيث يقصد به تمتع الوسيلة الإعلامية التي تم اختيارها لأداء وظيفة ما، وتوقيت القرار وهو اختيار الوسيلة المناسبة في التوقيت المناسب لاستخدامها.

٣- تتوقف معايير اختيار الوسيلة الإعلامية على درجة ثرائها معلوماتيا.

٤- يظهر نجاح وسائل الاتصال المختلفة في أداء مهمتها الوظيفية من خلال الرضا عن العملية الاتصالية.

٥- تتوقف فاعلية وسائل الإعلام على عدد من العوامل منها العقلانية والقدرة على التفاعل.

وقد أضاف الباحثون متغيرات مستحدثة في إطار تطبيق نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية في مجالات متنوعة منها^١ سهولة الوصول للوسيلة، وسرعة الوصول للوسيلة، والثقة في الوسيلة الاتصالية، والخبرة السابقة بالوسيط، والتكلفة المالية، وقدرة الوسيلة على توفير رجوع الصدى، واستخدام الإشارات والرموز المتعددة، وتقديم رسائل مفصلة للأفراد بشكل متخصص، واستخدام اللغة الطبيعية.

وعن تطبيق نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية على موضوع الدراسة الحالية سعت الباحثة لرصد تقييم جمهور الخبراء والأكاديميين المتخصص في الشأن الإعلامي للتقنيات الرقمية بما تضيفه للرسالة الإخبارية التليفزيونية من مقومات تقديم معلومات ثرية في نقل النصوص والصور للجمهور المصري مما له أثر في رفع درجة وعي الجمهور العام بالرسائل المستهدفة وله بالتبعية تأثيره على تفاعلاته وسلوكياته الاجتماعية مع المحيطين به، وفي هذا الشأن تم استهداف الخبراء والمتخصصين بالجانب التقني والتكنولوجي الرقمي وأثره على رفع كفاءة عمل المؤسسات التليفزيونية في صناعة الأخبار.

سادساً: تساؤلات وفروض الدراسة الميدانية:

تساؤلات الدراسة:

- ١- ما تقييم استخدام التقنيات الاتصالية الحديثة في تحقيق جودة النشرات الإخبارية؟
- ٢- ما مستوى توظيف التقنيات الاتصالية الحديثة بالقنوات الإخبارية المصرية في معالجة القضايا المجتمعية المصرية؟
- ٣- ما تقييم القائم بالاتصال لواقع البيئة الاتصالية الحديثة بالقنوات الفضائية الإخبارية المصرية؟
- ٤- ما تقييم النواحي الشكلية لتقنيات الجرافيكية للبيئة الاتصالية الحديثة المتعلقة ببث الأخبار؟

- ٥- ما تقييم النواحي المادية العائدة على القنوات الفضائية الإخبارية من توظيف التقنيات الجرافيكية للبيئة الاتصالية الحديثة المتعلقة ببث الأخبار؟
- ٦- ما تقييم المشاكل التي يمكن أن تواجه القائمين بالاتصال من توظيف التقنيات الجرافيكية للبيئة الاتصالية الحديثة المتعلقة ببث الأخبار؟
- ٧- ما التحديات التي تعوق دون انتشار التقنيات الجرافيكية للبيئة الاتصالية الحديثة في بث الأخبار؟

فروض الدراسة:

- الفرض الرئيسي الأول: يؤثر إدراك منابع توظيف التقنيات الاتصالية الحديثة على تعزيز تعامل القنوات الإخبارية المصرية بهذه التقنيات في إطار سياستها التحريرية.
 - الفرض الرئيسي الثاني: يؤثر إدراك القائم بالاتصال لضرورة امتلاك مهارات التقنيات الرقمية على تقييمهم لتعامل القنوات الاتصالية الإخبارية المصرية مع القضايا المجتمعية المصرية.
 - الفرض الرئيسي الثالث: يؤثر تقييم النواحي الشكلية والمادية ومشاكل توظيف التقنيات الاتصالية بالقنوات الفضائية الإخبارية المصرية على تقييم واقع البيئة الاتصالية الحديثة بالقنوات الإخبارية المصرية.
 - الفرض الرئيسي الرابع: يؤثر تقييم الإيجابي للسياسة التحريرية في معالجتها الخبرية في ظل البيئة الاتصالية على تقييم أثر البيئة الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار.
- سابعاً: الإجراءات المنهجية:

- نوع الدراسة: تُعد من نوعية البحوث أو الدراسات الوصفية التي تستهدف جمع المعلومات اللازمة لوصف أبعاد ومتغيرات الظاهرة مما يمكن من تحليلها في الظروف التي تتواجد عليها، وهنا تهدف الدراسة التعرف على أثر توظيف التقنيات الرقمية الحديثة في جودة الرسالة الخبرية عبر القنوات الإخبارية التلفزيونية المصرية.
- منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة على منهج المسح Survey والذي يُمثل الطريقة أو الأسلوب الذي يسمح بالتعرف على درجة وقوة العلاقات بين متغيراتها ومن ثم التعرف على مستويات التأثير بين هذه المتغيرات، والذي يُعتبر من المناهج الرئيسية للبحوث السلوكية والاجتماعية خاصة، فهو يُعد نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية، سواء عن حالتهم وسلوكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، ويستهدف منهج المسح في هذه الدراسة تفسير العلاقة بين التقنيات الرقمية الحديثة وقدرتها على تطوير المنتج التلفزيوني الخبري مما يترتب عليه تحقيق الجودة في صناعة الأخبار وبالتالي تميز القنوات الإخبارية التلفزيونية المصرية، وذلك عن طريق مسح الجمهور المتخصص في التعرف على التوظيف الأمثل للتقنيات الرقمية الحديثة في صناعة الرسالة الخبرية.
- مجتمع وعينة الدراسة الميدانية: يتشكل مجتمع الدراسة من الجمهور المصري المتخصص في صناعة وابتكار الرسالة الخبرية التلفزيونية وتوظيفها للتقنيات الرقمية الحديثة، ونظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة، تم سحب عينة عمدية ٤٠٠ مفردة من الجمهور المصري المتخصص لمن هم فوق ١٨ عاماً من مختلف المستويات الاقتصادية

والاجتماعية والسياسية وغيره، وكان التوزيع الإلكتروني، وعن خصائص عينة الدراسة فجاء ارتفاع نسبة مشاركة الذكور في الدراسة الميدانية بـ ٦٨.٥% في مقابل مشاركة الإناث بنسبة ٣١.٥%.

- وكان عدد سنوات الخبرة العملية في مجال صناعة وتحرير الأخبار أو العمل الإعلامي، متمثلاً في ارتفاع عدد سنوات الخبرة من (١٠ لأقل من ١٥) سنة في المقدمة بـ ٦٣.٥%، ثم جاء نسبة ٢٢% متمثلاً في عدد سنوات الخبرة المتراوح ما بين (٥ لأقل من ١٠ سنوات)، ثم جاء نسبة ٨% من عينة الدراسة تتراوح سنوات خبرتها (أقل من ٥ سنوات)، وأخيراً نسبة ٦.٥% من عينة الدراسة تتراوح سنوات خبرتها لأكثر من ١٥ سنة.

- جاء نسبة ٨٥% من عينة الدراسة يغلب عليها العمل الأكاديمي في مقابل نسبة ١٥% من عينة الدراسة تمارس الإعلام مهنيًا، وجاء نسبة ٦٣.٧% من عينة الدراسة تعمل في مؤسسات إعلامية خاصة في مقابل نسبة ٣٦.٣% من عينة الدراسة تعمل في المؤسسات الإعلامية الحكومية، وعن توزيع عينة الدراسة على مستوى المؤسسات الحكومية والخاصة ويتم ممارسة العمل الإعلامي بها سواء مهنيًا أو أكاديميًا، فهو كما يلي:

جدول رقم (١)

اسم المؤسسة الحكومية والخاصة التي يتم فيها العمل الإعلامي

المؤسسة	التكرار	النسبة
جامعة مصر الدولية	16	4%
جامعة القاهرة	31	7.75%
جامعة عين شمس	35	8.75%
ماسبيرو	23	5.75%
المصري اليوم	17	4.25%
الجامعة الكندية	16	4%
جامعة الأزهر	17	4.25%
جامعة المستقبل	15	3.75%
اليوم السابع	14	3.5%
المعهد الكندي	14	3.5%
جامعة ٦ أكتوبر	13	3.25%
Ten	13	3.25%
dmc	12	3%
الجامعة الحديثة	30	7.5%
قناة الحياة	21	5.25%
جريدة الأهرام	16	4%
قناة الغد	18	4.5%
جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا	45	11.25%
قناة CBC	22	5.5%
قناة النهار	12	3%
الإجمالي	400	100%

- كان متوسط الدخل الشهري لعينة الدراسة ١٣٥٤٠ جنيه شهريا، وجاء نسبة ٢٣.٣% تحصل على دورات تدريبية في مجال التقنيات الرقمية الحديثة في مقابل نسبة ٧٦.٧% لم تحصل على الدورات.
- أداة جمع البيانات: تم إعداد استمارة استبيان موحدة لجمع البيانات من جمهور المصري المتخصص في مجال الإعلام سواء الأكاديمي أو الإعلامي لتقييم توظيف التقنيات الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار التلفزيونية.
- اختبارات الصدق والثبات: تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات بإجراء اختبائي الثبات والصدق لها، وذلك على النحو التالي:
- اختبار الصدق (Validity): الصدق الظاهري: يعني صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث حيث تم عرض أداة جمع البيانات (صحف الاستقصاء) على مجموعة من المتخصصين والخبراء في مناهج البحث والإعلام والإدارة والإحصاء.
- اختبار الثبات (Reliability): يقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين في حالة استخدامهم لنفس الأسس والأساليب على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وتم تطبيق اختبار الثبات في الدراسة الميدانية على عينة تمثل ١٠% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستقصاء ثم إعادة تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة ٥% من المبحوثين بعد إسبوعين من الاختبار الأول.

ثامناً: المعالجة الإحصائية للدراسة :

تم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) ، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعاملات الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل، مع الاعتماد على الوسط المرجح في عرض النتائج الخاصة بإجابات عينة الدراسة على مقاييس الدراسة، إلى جانب استخدام معامل الارتباط بيرسون (Pearson correlation coefficient) لمعرفة شدة العلاقة واتجاهها، وكذلك تحليل الانحدار الخطي البسيط^١ والذي يهتم بقياس تأثير متغير مستقل

^١تمثلت معادلة الانحدار الخطي البسيط: $Y = A + BX$ ، وتفسير المعادلة كما يلي:

الرمز (Y) يعبر عن المتغير التابع.

والرمز (X) يعبر عن المتغير المستقل.

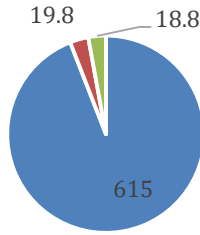
والرمز (a) يعبر عن قيمة ثابتة Constant

واحد على المتغير التابع والذي يمثل الظاهرة محل الدراسة، وتحليل الانحدار المتعدد الذي يهتم بقياس تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع.

تاسعًا: نتائج الدراسة الميدانية:

المحور الأول: ميزات توظيف التقنيات الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار التلفزيونية:

- جاء نسبة ٨٥.٣% بواقع ٣٤١ مفردة من عينة الدراسة تؤكد على استخدام تقنيات الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار في مقابل ١٤.٧% بواقع ٥٩ مفردة من عينة الدراسة ترى عدم الانتظام في توظيف التقنيات الحديثة بصناعة الأخبار، وكان متوسط المرجح لإجابات عينة الدراسة على هذا السؤال ٩٢.٦ درجة، وهي النتيجة التي تدل على الاهتمام المؤسسي في القنوات التلفزيونية بشكل عام على تطوير مستوى الرسالة الإعلامية الإخبارية شكلاً ومضموناً، لذا تحرص أغلب المؤسسات التلفزيونية على توظيف التقنيات الرقمية بكافة أشكالها.
- الوسائل الرقمية التي تستعين بها القنوات الفضائية الإخبارية المصرية لتحقيق مزيد من الانتشار لأخبارها:



■ التطبيقات على الهواتف الذكية. ■ صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي. ■ المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية.

شكل رقم (١)

الوسائل الرقمية التي تستعين بها القنوات الفضائية الإخبارية المصرية في تحقيق مزيد من الانتشار لأخبارها

أوضحت نسبة ٦١.٥% بواقع ٢٤٦ مفردة من عينة الدراسة أن القنوات الفضائية الإخبارية تستعين بالمواقع الإلكترونية في تحقيق مزيد من الانتشار لأخبارها تلاه نسبة ١٩.٨% بواقع ٧٩ مفردة من عينة الدراسة تستعين بصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق المزيد من الوصول للجمهور واطلاعه على رسائلها الإخبارية، وهو ما يتفق مع النتائج التي أشارت لها الدراسات السابقة والتواجد الأكبر على موقع الفيس بوك

والرمز (B) يعبر عن ميل الانحدار γ على المتغير المستقل.

واليووتيوب ثم تويتر والانستجرام، فقد أكدت دراسة (Nic Newman، ٢٠٢٢) على توجيه الاهتمام من قبل مؤسسات الإعلام لتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وتويتر ويوتيوب والانستجرام والتيك توك في التغطيات الإعلامية وعدم التركيز فقط على كل من موقعي تويتر والفيس بوك فقط، فضلاً عن توجيه الاهتمام للتغطيات الصوتية مثل البودكاست، ويضاف لما سبق أن الجمهور يستثمر الآليات التفاعلية المختلفة للمؤسسة في التفاعل مع المؤسسات الإعلامية ورسائلها ومنتجاتها بهدف التعليق وأبداء الرأي والتقييم، وهو ما أدركته المؤسسات واتجهت نحو استثمار الشبكات الاجتماعية التفاعلية في تعزيز التواصل والحوار مع الجمهور.

وجاء في الترتيب الثالث رأي نسبة ١٨.٨% من عينة الدراسة توضح توظيف التطبيقات على الهواتف الذكية لتحقيق الانتشار الخبيري، كما أن المواقع الإلكترونية للمؤسسات التليفزيونية تعمل على تضمين أيقونات تمثل رابط للموقع الإلكتروني بصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك التطبيقات الهاتفية، كما يتضمن الموقع الإلكتروني خاصية البث المباشر للقناة التليفزيونية على الموقع الإلكتروني وهو ما يتناسب مع إمكانية مشاهدة بعض الأفراد للقنوات عبر موقعها الإلكتروني بدلاً من الاعتماد على القنوات التليفزيونية التقليدية، كما تتجه مؤخراً القنوات التليفزيونية لإعادة بث مضمونها على المنصات الرقمية التليفزيونية، حيث أوضحت دراسة (على جمال على خليفة، ٢٠٢١) أن نهج المنصات المتعددة كأسلوب حديث فرضته البيئة الإعلامية الجديدة، ونتاج واقعي لسيطرة مفهوم الاندماج على المؤسسات الإعلامية، وأن المنصات المتعددة تساعد المؤسسات الإعلامية على الاستمرار في المنافسة في ظل بيئة إعلامية أصبحت تتسم بالسرعة الفائقة، فضلاً عن الدور الكبير الذي بات الجمهور يلعبه كفاعل أساسي ورئيسي في صناعة المحتوى.

- تقييم دور التقنيات الاتصالية الحديثة في تحقيق جودة النشرات الإخبارية وإدراك منافع توظيفها في صناعة الأخبار:

أولاً: المنفعة المتوقعة لاستخدام التقنيات الاتصالية الحديثة:

جدول رقم (٢)

المنفعة المتوقعة لاستخدام التقنيات الاتصالية الحديثة

العبارات	موافق		محايد		معارض		الإجمالي		الوسط المرجح
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
زيادة أعداد المشاهدين للنشرات الإخبارية	372	93	28	7	-	-	400	100	96.5
إمكانية استخدام أكثر من تقنية جرافيكية في تحقيق الوضوح الحقيقي لمحتوى الخبر	368	92	32	8	-	-	400	100	96
إمكانية تطوير مستوى المحتوى الإخباري بشكل مستمر وجاذب	341	85.3	55	13.8	4	1	400	100	92.1
تحسين أدوات البث الرقمية ليكون أوضح وأقوى	323	80.8	77	19.3	-	-	400	100	90.4
وضوح رؤية النصوص والصور بأبعاد ثنائية أو ثلاثية	310	77.5	90	22.5	-	-	400	100	88.8
تحقيق الابتكار والإبداع التقني في الصورة الإخبارية	247	61.8	153	38.3	-	-	400	100	80.9
جودة مستوى الصورة والصوت عند بث الأخبار	246	61.5	150	37.5	4	1	400	100	80.3

تنوعت مظاهر المنفعة التي عبرت عنها عينة الدراسة، وإن كان أعلى منفعة متحققة من توظيف التقنيات الاتصالية الحديثة متمثلة في تحقيق الانتشار المجتمعي للأخبار التلفزيونية بوسط مرجح قيمته ٩٦.٥ درجة، ويرتبط من وجهة نظر عينة الدراسة أن تحقيق الانتشار يأتي نتيجة لتحقيق وضوح مضمون المحتوى الخبري نتيجة توظيف التقنيات الجرافيكية المناسبة وذلك بوسط مرجح ٩٦ درجة، ثم بعد ذلك أكدت عينة الدراسة على منافع توظيف التقنيات الاتصالية الجرافيكية بشكل تفصيلي لتحقيق المحتوى الخبري المؤثر حيث تمكن هذه التقنيات من تطوير المحتوى الخبري بشكل جاذب بوسط مرجح ٩٢.١ درجة، وضوح ونقاء البث الخبري بوسط مرجح ٩٠.٤ درجة، ورؤية النصوص والصور بأبعاد ثنائية أو ثلاثية بوسط مرجح ٨٨.٨ درجة، والابتكار والإبداع في جاليات الصورة بوسط مرجح ٨٠.٩ درجة، وأخيراً جودة الصوت والصورة في البث بوسط مرجح ٨٠.٣ درجة، حيث يمكن التعقيب على ما سبق، بأن التقنيات الرقمية عامة والجرافيكية الحديثة خاصة تمثل ثورة في عالم البث التلفزيوني، مما يجعل الصور أكثر إبهاراً وقدرة على جذب المتلقي، وهو ما يتقارب مع ما أكدت عليه الدراسات السابقة بأن التقنيات الاتصالية الحديثة لها أثر في تحقيق جاليات بعنصر الصورة الرقمية، كدراسة (هالة أبو الفتح علي، ٢٠١٢) ودراسة (جورج آل سيدهم، ٢٠١٩) التي يزداد تأثير الصورة الرقمية وقدرتها في منح المشاهد الاسترخاء والمتعة والمعرفة لتكوينها التقني وبلاغتها التكنولوجية، وإشباعها بالألوان الأصوات والمؤثرات، وعنصر التحريك وتوالي المشاهد بالصورة، وبالتالي تميزت هذه النوعية من الصور بكونها أكثر إقناعاً، وقد أضافت دراسة (مصطفى حميد الطائي، ٢٠١٩) أن الجودة والابتكار في المحتوى الإعلامي يعدان من المستلزمات الأساسية لنجاح عمليات الإنتاج في مختلف المجالات الإعلامية، وضرورة لتقدم المجتمعات الحديثة، وأن هناك علاقة تكاملية بين المعايير الأخلاقية والجمالية في المشهد التلفزيوني المبتكر، وأن هناك علاقة قوية بين جمال الشكل والمظهر وجمال الأخلاقيات السلوكية.

ثانياً: إدراك سهولة استخدام التقنيات الاتصالية الحديثة:

جدول رقم (٣)

إدراك سهولة استخدام التقنيات الاتصالية الحديثة

الوسيط المرجح	الإجمالي		معارض		محايد		موافق		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
89.1	100	400	-	-	21.7	87	78.3	313	وضوح آلية التفاعل مع مقومات البيئة الاتصالية الحديثة
88.5	100	400	-	-	23	92	77	308	تقسيم الإنتاج الخبري بشكل واضح عبر توظيف التقنيات الاتصالية الحديثة
81.7	100	400	7.5	30	21.5	86	71	284	تساعد التقنيات الاتصالية الحديثة في متابعة مقترحات الجمهور لتطوير شكل ومضمون الأخبار
75.9	100	400	-	-	48.3	193	51.7	207	امتلاك مهارة الكتابة لأخبار تراعي مقومات البيئة الاتصالية الحديثة

يكشف الجدول السابق عن معايير إدراك سهولة استخدام التقنيات الاتصالية الحديثة، والتي جاء في مقدمتها وبشكل هام وضوح آلية التفاعل مع مقومات البيئة الاتصالية الحديثة بوسط مرجح ٨٩.١ درجة، وهو الأمر الذي يقود إلى أن الإعلام الجديد يحقق التفاعلية وتبادل الرأي والرأي الآخر، ويتيح التواصل بين القائم بالاتصال والجمهور وغيره، كما أن تقسيم الإنتاج الخبري وعرضه بشكل مصنف والذي جاء تقييم العينة له بوسط مرجح ٨٨.٥ درجة، يساعد على ارتفاع مستوى التفاعل مع المحتوى الخبري، كما أن تنوع آليات التواصل وسهولتها نتيجة استثمار إمكانات التقنيات الاتصالية الحديثة يمكن من المتابعة الأنبية والفورية للجمهور والاستجابة لتوقعاتهم واحتياجاتهم بوسط مرجح ٨١.٧ درجة، وأخيرًا امتلاك مهارة الكتابة لأخبار تراعي مقومات البيئة الاتصالية الحديثة بوسط مرجح ٧٥.٩ درجة، وقد أشارت دراسة (محمد بدري عبد الوهاب، ٢٠١٩) بأن العوامل التي تساعد على جودة المنتج الإعلامي تتمثل في الاستفادة من تقنيات الاتصال الحديثة والوسائط المتعددة، وأدوات وتطبيقات الإعلام الجديد ورصد مستوى التفاعل مع الموضوعات المنشورة لتقييم الاهتمامات وقياس الأثر، وأضافت دراسة (على عيسى عبد الباقي موسى، ٢٠٢٠) أن أهم التغيرات التي أحدثتها البيئة الرقمية على طبيعة العمل الإعلامي تمثلت، في دمج أكثر من وسيلة في معالجة المحتوى عبر النص والصورة ومقاطع الصوت والفيديو، ثم تبني أشكال إعلامية ذات طبيعة مغايرة للأشكال التقليدية، مع التركيز على العمل الإعلامي المتخصص واستهداف جمهور ومشاركته في إنتاج المحتوى والتفاعل مع أفكارهم.

ثالثًا: مهارات استخدام البيئة الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار:

جدول رقم (٤)

مهارات استخدام البيئة الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار

الوسيط المرجح	الإجمالي		معارض		محايد		موافق		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
92.5	100	400	-	-	15	60	85	340	سهولة استخدام التقنيات الاتصالية الحديثة في بناء شكل رسالة إخبارية متميز
86.5	100	400	-	-	27	108	73	292	استطيع فهم الآليات التفاعل التي تتسم بها التقنيات الجرافيكية
77	100	400	3.8	15	38.4	154	57.8	231	التفاعل المبتكر مع خصائص التقنيات الجرافيكية مما يعمل على تقديم رسائل إخبارية إبداعية
52.3	100	400	42.2	169	11	44	46.8	187	القدرة على تقديم أخبار جاذبة بعكس الأسلوب التقليدي في صياغتها

يكشف الجدول السابق عن مهارات استخدام البيئة الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار، والتي جاء في مقدمتها وضوح كيفية التعامل مع خصائص التقنيات الاتصالية حيث سهولتها مما يمكن من بناء شكل رسالة إخبارية متميزة بوسط مرجح ٩٢.٥ درجة، فضلاً عن سهولة فهم خصائصها التفاعلية مما يمكن من بناء رسالة تفاعلية مع الجمهور وذلك بوسط مرجح ٨٦.٥ درجة، كما أن التفاعل المبتكر مع خصائص التقنيات الجرافيكية يعمل على تقديم

رسالة إخبارية إبداعية بوسط مرجح ٧٧ درجة، وأخيرًا كافة المهارات السابقة تساعد على امتلاك القدرة على تقديم أخبار جاذبة بعكس الأسلوب التقليدي في صياغتها بوسط مرجح ٥٢.٣ درجة، ويتضح من إجابات عينة الدراسة على حتمية توافر المهارات في العاملين بالصناعة التليفزيونية التقنية والتكنولوجية لابتكار رسائل إعلامية متميزة ومبدعة، وفي هذا الشأن أكدت دراسة (Carlos Lopezosa. Lluís Codina. Ariadna Fernández-Planells. Pere Freixa ٢٠٢١) على أن الابتكار يؤثر بشكل أساسي على أربعة جوانب رئيسية في الصناعة الإعلامية تتمثل في المعلومات والمحتوى المنشور أي الرسالة الإعلامية؛ والجمهور المستهدف؛ الأساليب المستخدمة والمعتمد عليها، وأخيرًا الموارد وشركات الإعلام الإخباري، وتوصلت دراسة (لبنى جودة عبد العزيز، ٢٠٢٢) لضرورة الاهتمام بالبرامج التدريبية الخاصة بالشركة على تنمية وتطوير المعارف والمهارات للعاملين لديها، مما يساعد على إمكانية تطبيقها في تخطيط وتطوير السياسات الإدارية والاستثمارية لتحقيق أهداف الشركة.

رابعًا: المخاطر المتوقعة للبيئة الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار:

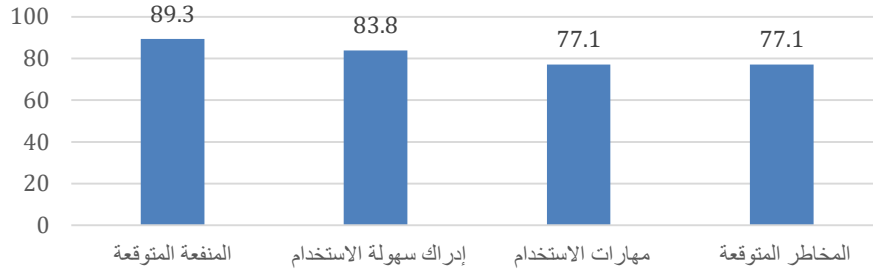
جدول رقم (٥)

المخاطر المتوقعة للبيئة الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار

الوسط المرجح	الإجمالي		معارض		محايد		موافق		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
78.1	100	400	7.6	30	28.7	115	63.7	255	يجدد القائمين على صناعة الأخبار تطوير الخدمة الإخبارية وتنوع طرق توصيلها للجمهور
76.6	100	400	7.4	30	31.8	127	60.8	243	الثقة في حقوق الملكية التي تترتب على توظيف البيئة الاتصالية الحديثة
76.6	100	400	6.7	27	33.3	133	60	240	كلي ثقة في حفظ خصوصية البيانات للمتفاعلين مع الأخبار التفاعلية

يكشف الجدول السابق عن المخاطر المتوقعة للبيئة الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار، وإن كانت إجابات عينة الدراسة تدل على الثقة الكاملة في خصائص وإمكانات البيئة الاتصالية الحديثة، حيث التأكيد على تمكين هذه البيئة الاتصالية للقائمين بالاتصال من التجديد الخبري والتطوير في تقديم الخدمة الإخبارية وتنوع طرق توصيلها للجمهور بوسط مرجح ٧٨.١ درجة، تلاه الثقة في حقوق الملكية التي تترتب على توظيف البيئة الاتصالية الحديثة وكذلك الثقة في حفظ خصوصية البيانات للمتفاعلين مع الأخبار التفاعلية بوسط مرجح ٧٦.٦ درجة لكل من العبارتين.

ويستخلص من النتائج السابقة، مقارنة بين واقع تقييم عينة الدراسة لمناخ توظيف التقنيات الاتصالية الحديثة في القنوات الإخبارية المصرية، على مستوى المقاييس الفرعية السابق الإشارة لها وكانت النتائج كما يلي:



شكل رقم (٢)

تقييم المقاييس الفرعية التي تشكل منافع البيئة الاتصالية الحديثة في القنوات الإخبارية المصرية

يكشف الجدول السابق عن تقييم عينة الدراسة لترتيب المعايير التي تحكم تقييم توظيف التقنيات الاتصالية الحديثة في القنوات الإخبارية المصرية، حيث جاء في المرتبة الأولى بوزن ٨٩.٣ درجة تقييم المنفعة المتوقعة من توظيف هذه التقنيات الاتصالية، تلاه تقييم إدراك سهولة الاستخدام بوزن ٨٣.٨ درجة، ثم في الترتيب الثالث جاء كل من تقييم مهارات الاستخدام المطلوبة لتوظيف هذه التقنيات بوزن ٧٧.١ درجة، وتقييم المخاطر المتوقعة من توظيف هذه التقنيات، وهو الأمر الذي يدل على حتمية التركيز على المنافع التي تعود على شكل الرسالة الإعلامية من توظيف هذه التقنيات، وبالتالي الاتجاه المؤسسي نحو تعزيز التوظيف ومحاولة التغلب على أي معوقات تحول دون ذلك، سواء توفير بنية تحتية ملائمة أو تدريب العاملين على مهارات استخدامها أو تحديث النظم الإدارية المطلوبة وغيره.

تقييم القائم بالاتصال لواقع البيئة الاتصالية الحديثة بالقنوات الفضائية الإخبارية المصرية:

جدول رقم (٦)

تقييم القائم بالاتصال لواقع البيئة الاتصالية الحديثة بالقنوات الفضائية الإخبارية المصرية

الوسط المرجح	الإجمالي		معارض		محايد		موافق		العبارة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
91.3	100	400	2	8	13.7	55	84.3	337	توظيف برامج تصميم الصور الإخبارية لتحقيق أهداف معينة
84.3	100	400	2	8	27.5	110	70.5	282	استخدام تقنيات حديثة لنقل الأفكار والأحداث
82.3	100	400	12.7	51	10	40	77.3	309	تقنيات الانفوجرافيك الحديثة في النشرات الإخبارية
80.9	100	400	7	28	24.3	97	68.8	275	توظيف برامج المونتاج مما يعطي صور جمالية مختلفة
75.3	100	400	7	28	35.5	142	57.5	230	رسومات بيانية رقمية حديثة
72	100	400	5	20	46	184	49	196	امتلاك شبكة مراسلين كبيرة
69.7	100	400	12.7	51	35	140	52.3	209	الرسومات التوضيحية

تكشف بيانات الجدول السابق عن تنوع مجالات تقييم القائم بالاتصال لواقع البيئة الاتصالية الحديثة بالقنوات الفضائية الإخبارية المصرية، حيث جاء في الصدارة مراعاة هذه القنوات توظيف برامج تصميم الصور الإخبارية لتحقيق أهداف معينة بوسط مرجح ٩١.٣ درجة، تلاه استخدام تقنيات حديثة لنقل الأفكار والأحداث بوسط مرجح ٨٤.٣ درجة، ثم توظيف التقنيات الجرافيكية الحديثة في النشرات الإخبارية بوسط مرجح ٨٢.٣ درجة، تلاه توظيف برامج المونتاج مما يعطي صور جمالية مختلفة بوسط مرجح ٨٠.٩ درجة، تلاه الرسومات البيانية الرقمية الحديثة بوسط مرجح ٧٥.٣ درجة، ثم امتلاك شبكة مراسلين كبيرة بوسط مرجح ٧٢ درجة، وأخيرًا الرسومات التوضيحية بوسط مرجح ٦٩.٧ درجة، ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة، مقياسًا عامًا لتقييم القائم بالاتصال لواقع البيئة الاتصالية الحديثة بالقنوات الفضائية الإخبارية المصرية، وكانت درجته العامة ٧٩.٤ درجة، وهي درجة تعبر عن ارتفاع التقييم الإيجابي لعينة الدراسة، فمثلًا برز في الواقع الإعلامي تنوع التقنيات الحديثة التي تؤثر على شكل المنتج الإعلامي مثل الواقع المعزز والافتراضي والذكاء الاصطناعي، فمثلًا كشفت دراسة Raghieri, Marco (٢٠١٩م) عن أن الذكاء الاصطناعي قد أسهم بشكل كبير في نشر المعلومات التي تقوم المؤسسة الإعلامية بإنتاجها، كما أضافت دراسة ((Irene Costera Meijer, ٢٠٢٢ أن هناك تحدى أمام العمل الإعلامي متمثل في كيفية سرد القصص التي تلبى الاحتياجات المختلفة، على الرغم من أن الحالة المادية متوفرة في العالم الرقمي، إلا أن المساحة اللامتناهية للصحافة الرقمية لا تضمن إمكانية العثور على قصص إخبارية قيمة معينة، وأكدت دراسة (مياسر وليد، ٢٠٢٢) على وجود علاقة طردية متوسطة بين استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي ومعدل الاعتماد عليها، حيث أن ٧٤% من القائمين بالاتصال يستخدمون تكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي بدرجة كبيرة وأكد ٩٠.٧% منهم على احتياج إنتاج الوسائط الرقمية إلى فريق عمل مستقل، حيث توصى الدراسة بتكثيف تدريب القائمين بالاتصال على إنتاج الوسائط الرقمية بشكل محترف في صناعة القصص الإخبارية ودفعهم لاكتساب مهارات الصحفي الشامل، وتشجيعهم على التعلم الفردي وامتلاك المهارات الرقمية مثل تحليل الجمهور ومواكبة الرائج، لتحقيق الاستخدام الأمثل من توظيف تكنولوجيا الإعلام الرقمي في محتوى الصحف عبر الإنترنت وعدم اقتصره على نسخ المضامين المطبوعة، كما أوضحت دراسة (علا عبد القوي عامر محمد، ٢٠١٩) أن من أهم أسباب لجوء القائم بالاتصال إلى الإعلام الرقمي هو الحرية وقلة تكلفة إنتاج "الفيديو"، بالإضافة إلى السرعة في تحقيق الشهرة، وجذب قاعدة عريضة من الجماهير.

المحور الثاني: كيفية توظيف التقنيات الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار التلفزيونية عند تعاملها مع القضايا المجتمعية المصرية:

– تقييم عينة الدراسة لتعامل القنوات الإخبارية المصرية مع القضايا المجتمعية المصرية:

جدول رقم (٧)

تقييم عينة الدراسة لتعامل القنوات الإخبارية المصرية مع القضايا المجتمعية المصرية

الوسط المرجح	الإجمالي		معارض		محايد		موافق		العبارة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
88.5	100	400	3.8	15	15.4	62	80.8	323	تقديم تقارير إخبارية خاصة حول الأحداث الطارئة في وقتها
87.5	100	400	5.8	23	13.4	54	80.8	323	مصادقية المعلومات المقدمة بالقنوات الفضائية الإخبارية
85.8	100	400	7.5	30	13.5	54	79	316	نشر الأخبار عن أهم الأحداث الجارية
84.1	100	400	9.4	38	12.8	51	77.8	311	تكوين صور ذهنية حول القضايا المجتمعية
83.5	100	400	-	-	33	132	67	268	سرعة الأداء في تغطية القضايا المجتمعية المصرية في وقت الأزمات
82.6	100	400	10.7	43	13.3	53	76	304	مراعاة احتياجات الجمهور المصري واهتماماته عند ترتيب العناصر الخبرية
81	100	400	9.5	38	19	76	71.5	286	إتاحة القنوات الفضائية الإخبارية وسائل لتواصل مع القناة والمشاركة بالرأي للتفاعل مع آراء الجمهور
77.9	100	400	13.3	53	17.7	71	69	276	الحرص على تنوع طبيعة القضايا التي يتم طرحها في النشرات الإخبارية
76.4	100	400	3.8	15	39.8	159	56.4	226	تغطية الفعاليات الثقافية والسياسية والاجتماعية للمجتمع المصري بشكل دوري
76.1	100	400	7.4	30	32.8	131	59.8	239	وجود مواقع الكترونية لنشرات الأخبار الخاصة بالقناة وكذلك صفحات لها على مواقع التواصل الاجتماعي تمكن الجمهور على متابعة ما لم يتمكنوا من مشاهدته وقت البث أو إعادة المشاهدة مرة ثانية
75.6	100	400	12.7	51	23.3	93	64	256	مراعاة القيم الإخبارية والمعايير المهنية المتمثلة بالصدق والموضوعية وعدم التحيز
75.6	100	400	9.4	38	29.8	119	60.8	243	التوازن في عرض وجهات النظر المختلفة
74.1	100	400	13.2	53	25.3	101	61.5	246	عرض الرأي والرأي الآخر في طرح الأخبار
72.1	100	400	5.7	23	44.3	177	50	200	تنقل الواقع بدون تزييف
72.1	100	400	10.7	43	34.3	137	55	220	تبني طرق كتابة خبرية تساعد على تكوين اتجاهات الرأي العام

70.9	100	400	13.2	53	31.8	127	55	220	إمداد الجمهور بمعلومات متنوعة تمكنه من التواصل مع الآخرين ومناقشتها
69.9	100	400	13.3	53	33.7	135	53	212	تنوع الشخصيات المستضافة لمناقشة القضايا المصرية وتميزهم مما يساعد في تكوين وجهة نظرهم تجاه القضايا المجتمعية المصرية
69	100	400	5.8	23	50.4	202	43.8	175	اهتمام القنوات الفضائية الإخبارية بمتابعة تطورات القضايا المجتمعية المصرية على فترات زمنية مختلفة لتحقيق الرؤية المتكاملة

اتسم تقييم عينة الدراسة بالإيجابية المرتفعة لفاعلية دور البيئة الاتصالية الحديثة في تقديم القضايا المجتمعية المصرية، ويمكن تقسيم فعالية هذا الدور في المجالات التالية:

١- أكدت عينة الدراسة على مراعاة معايير المصداقية والموضوعية في تقديم القضايا المجتمعية، ف جاء التأكيد في المقدمة على مصداقية المعلومات المقدمة بالقنوات الفضائية الإخبارية بوسط مرجح ٨٧.٥ درجة، ثم مراعاة القيم الإخبارية والمعايير المهنية المتمثلة في الصدق والموضوعية وعدم التحيز بوسط مرجح ٧٥.٦ درجة، ومراعاة التوازن في عرض وجهات النظر المختلفة بوسط مرجح ٧٥.٦ درجة، ثم عرض الرأي والرأي الآخر في طرح الأخبار بوسط مرجح ٧٤.١ درجة، وفي هذا الشأن أشارت دراسة (نورهان نبيل محمد رشاد، ٢٠٢٢) إلى أن خصائص المحتوى الإعلامي الجيد سواء الذي يتم بثه عبر الإعلام التقليدي أو الجديد أو يعمل على توظيف التقنيات الاتصالية الرقمية في المقدمة مراعاة "المسؤولية الاجتماعية" تليها "المصداقية" ثم "حرية التعبير عن الرأي" ثم "الدقة في عرض المعلومات"، وهي إحدى الميزات التي يجب أن تتوفر في محتوى الوسائط.

٢- وأوضحت عينة الدراسة أن التقنيات الاتصالية ساهمة في تقديم تغطيات إعلامية حول مختلفة القضايا المجتمعية، ف جاء التأكيد في المقدمة على تقديم تقارير إخبارية خاصة حول الأحداث الطارئة في وقتها بوسط مرجح ٨٨.٥ درجة، تلاه نشر الأخبار عن أهم الأحداث الجارية بوسط مرجح ٨٥.٨ درجة، والاهتمام بتغطية الفعاليات الثقافية والسياسية والاجتماعية للمجتمع المصري بشكل دوري بوسط مرجح ٧٦.٤ درجة، والاهتمام بنقل الواقع بدون تزيف بوسط مرجح ٧٢.١ درجة،

٣- وكشفت عينة الدراسة عن وجود عدد من المميزات للتغطيات الإخبارية التي توظف التقنيات الاتصالية الحديثة، حيث الإشارة إلى سرعة الأداء في التغطية وخاصة وقت الأزمات بوسط مرجح ٨٣.٥ درجة، ثم مراعاة احتياجات الجمهور واهتماماته عند ترتيب العناصر الخبرية بوسط مرجح ٨٢.٦ درجة، ثم الإشارة لتنوع طبيعة القضايا التي يتم طرحها في النشرات الإخبارية بوسط مرجح ٧٧.٩ درجة، ثم تبني طرق كتابة خبرية تساعد على تكوين اتجاهات الرأي العام بوسط مرجح ٧٢.١ درجة، فضلاً عن تنوع الشخصيات المستضافة لمناقشة القضايا المصرية وتميزهم مما يساعد في تكوين وجهة نظرهم تجاه القضايا المجتمعية المصرية بوسط مرجح ٦٩.٩ درجة، وأخيرًا

اهتمام القنوات الفضائية الإخبارية بمتابعة تطورات القضايا المجتمعية المصرية على فترات زمنية مختلفة لتحقيق الرؤية المتكاملة بوسط مرجح ٦٩ درجة.

٤- وأشارت عينة الدراسة إلى أن التقنيات الاتصالية الحديثة قد أدت لحدوث عدد من التأثيرات المتنوعة على الجمهور، فجاء في مقدمتها تكوين صور ذهنية حول القضايا المجتمعية بوسط مرجح ٨٤.١ درجة، وإمداد الجمهور بمعلومات متنوعة تمكنه من التواصل مع الآخرين ومناقشتها بوسط مرجح ٧٠.٩ درجة، وقد أوضحت دراسة (Patrick Ferrucci، ٢٠٢٠) أن الإعلاميين أدركوا القيود الهيكلية لسرد القصص عبر وسائل التواصل الاجتماعي والطرق التي يمكن العمل بها لتقديم الأخبار بعد تقسيمها وتصنيفها وفقاً لاحتياجات الجمهور، لذا لا بد من القائم بالاتصال فهم الوسائط الجديدة لأنها تعد جزء رئيسي من الممارسات العمل الإعلامي بشكل عام والتي تمكنه من اختيار الآلية المناسبة لتقديم المعلومات للجمهور في التوقيت المناسب، كما أشارت دراسة (Ahn, S.J، ٢٠١٥) عن تأثير مشاهدة التصوير الافتراضي للقصص الإخبارية المرتبطة بتعديل السلوك اتجاه المشروبات الغازية حيث انخفض استهلاكهم له، بعد أسبوع من التجربة بنسبة فاقت تأثير المشاركين الذين تعرضوا لنفس المضمون بأسلوب عرض تقليدي، كما أوضحت دراسة ((Lazard & Atkinson، ٢٠١٦) أن المتلقين يكونوا أكثر اندماجاً مع المحتوى المعروض بطريقة الواقع الافتراضي مقارنة بالمضمون الذي يعتمد فقط على النص أو العناصر الإيضاحية، وأن المحتوى البصري يُعد عاملاً حيويًا في اقتناع المتلقى بالمضمون، وأن أسلوب التصوير الغامر أكثر فعالية في تذكر المضامين الإخبارية المقدمة، كما أضافت دراسة أحمد حسني الرحماوي (٢٠٠٩) أن هناك فاعلية لتوظيف تكنولوجيا الاستديو التخليفي في تصميم البرامج الإخبارية في التلفزيون المصري مما يزيد من جاذبية وفاعلية أداء هذه البرامج، وأكدت دراسة (Lin Jingfei، ٢٠١٧) على حدوث تأثير للتعرض للقصص المنتجة بالتقنية الغامرة على التخطيط الدماغي، ومعدل ضربات القلب، والحركة، ومستويات الإدراك والتذكر والتي قادت إلى مستويات مرتفعة من التحفيز والصراع يمكن أن تثير مشاركة أعلى مقارنة مع القصص التقليدية، كما أضافت دراسة (Tanja، ٢٠٢٠) Aitamurto) أن الواقع المعزز قد أسهم في إحساس المبحوثين بالوجود المادي مقارنة بباقي الأساليب الأخرى كما تشير النتائج إلى أن الخصائص الغامرة للواقع المعزز تدعم بشكل كبير توجه المؤسسات الإعلامية نحو دمج وإشراك الجمهور في المحتوى كما أشارت النتائج إلى أن الواقع المعزز لم يثبت تفوق ملحوظا فيما يتعلق بحكم الجمهور على مصداقية المحتوى مقارنة بالأساليب الأخرى.

٥- كما أكدت عينة الدراسة على أن التقنيات الاتصالية الحديثة ساهمت في عملية تعزيز التفاعلية، حيث الإشارة إلى إتاحة وسائل للتواصل مع القناة والمشاركة بالرأي للتفاعل مع آراء ومقترحات واستفسارات الجمهور بوسط مرجح ٨١ درجة، ثم وجود مواقع الكترونية لنشرات الأخبار الخاصة بالقناة وكذلك صفحات لها على مواقع التواصل الاجتماعي تمكن الجمهور على متابعة ما لم يتمكنوا من مشاهدته وقت البث أو إعادة المشاهدة مرة ثانية بوسط مرجح ٧٦.١ درجة، وفي هذا الشأن، أشارت دراسة (نعيمه

برئيس، ٢٠١٧) إلى أن الوسائط المتعددة تشكل مزيجاً نصياً صوتياً وصورياً يضيف على المواقع الإعلامية جمالية وجاذبية ومهارة وتفاعلية، حيث انصهرت بواسطتها الفروق والأبعاد بين الوسائل الإعلامية، وأصبح الخبر يقرأ ويسمع ويشاهد في نفس الوقت على موقع واحد، وبات إحدى الضروريات والشروط للمواقع الإعلامية الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية والمعلوماتية التي تشهد التحديث باستمرار، وإحدى عناصر المنافسة بين الوسائل الإعلامية ومواقعها على الشبكة، وقد أكدت دراسة (كاظم مؤنس، ٢٠٢٢) على أن مواقع التواصل الاجتماعي تأتي على رأس قائمة وسائل الإعلام الجديدة، وأكثرها تداولاً للمعلومات والوقائع ومجريات الأحداث ومستجداتها والأكثر إعانة في متابعة ردود فعل الجمهور.

٦- ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة، مقياساً عامّاً لفاعلية دور البيئة الاتصالية الحديثة في تقديم القضايا المجتمعية المصرية والذي كانت درجته العامة، ٧٧.٩ درجة، وهي الدرجة التي تعبر عن ارتفاع التقييم الإيجابي لفاعلية دور هذه البيئة في التعبير المبتكر والجذاب عن القضايا المجتمعية المصرية من قبل القنوات الفضائية الإخبارية المصرية.

- تقييم عينة الدراسة للسياسة التحريرية في معالجتها الخبرية في ظل البيئة الاتصالية الحديثة بالقنوات الفضائية الإخبارية المصرية:

جدول رقم (٨)

تقييم عينة الدراسة للسياسة التحريرية في معالجتها الخبرية في ظل البيئة الاتصالية الحديثة بالقنوات الفضائية الإخبارية المصرية

الوسط المرجح	الإجمالي		معارض		محايد		موافق		العبرة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
91.8	100	400	1.5	6	13.5	54	85	340	تركز النشرات الإخبارية على القضايا الداخلية المصرية
81.4	100	400	14.2	57	20.3	81	65.5	262	تهتم النشرات الإخبارية بالمتابعة المستمرة للقضايا المصرية الموجودة على الساحة
81.4	100	400	12.4	50	12.3	49	75.3	301	تحرص النشرات الإخبارية بالمتابعة الاثنية للقضايا المصرية الطارئة وتداعياتها
81.3	100	400	9.2	37	19	76	71.8	287	تشكل النشرات الإخبارية أجندة اهتمامات الجمهور المصري بقضاياها
79.6	100	400	13.7	55	13.3	53	73	292	تحاول النشرات الإخبارية إبراز وجهة نظر المسؤولين من كافة الجنسيات في القضايا المصرية
77.8	100	400	14.2	57	16	64	69.8	279	تحرص النشرات الإخبارية على طرح وجهات النظر المختلفة أطراف القضايا المصرية

77.6	100	400	7.7	31	29.3	117	63	252	تهتم النشرات الإخبارية بتقديم معلومات عن الثقافة المصرية إلى جانب قضاياها
75.6	100	400	13.3	53	28.2	113	58.5	234	تقديم النشرات الإخبارية الأدلة والبراهين الخاصة بالقضايا المصرية
73.8	100	400	5.7	23	41	164	53.3	213	تركز النشرات الإخبارية على القضايا الخارجية المصرية
69.6	100	400	18	72	24.7	99	57.3	229	تحرص النشرات الإخبارية على تضمينها أرشيف خبري لكافة القضايا المصرية التي تتناولها

تكشف بيانات الجدول السابق عن تقييم عينة الدراسة للسياسة التحريرية في معالجتها الخبرية في ظل البيئة الاتصالية الحديثة بالقنوات الفضائية الإخبارية المصرية، والتي جاءت على النحو التالي:

- من حيث طبيعة ونوعية القضايا التي تهتم بها، فقد أوضحت عينة الدراسة أن النشرات الإخبارية تهتم بالتركيز على القضايا الداخلية المصرية بوسط مرجح ٩١.٨ درجة، ثم اهتمام النشرات الإخبارية بتقديم معلومات عن الثقافة المصرية إلى جانب قضاياها بوسط مرجح ٧٧.٦ درجة، ثم حرص النشرات الإخبارية النشر للقضايا الخارجية المصرية بوسط مرجح ٧٣.٨ درجة.
- وعن دورية متابعة القضايا المجتمعية بالنشرات الإخبارية، فجاء إشارة عينة الدراسة إلى اهتمامها بالمتابعة المستمرة للقضايا المصرية الموجودة على الساحة بوسط مرجح ٨١.٤ درجة، وكذلك بذات الوسط السابق، جاء حرص النشرات الإخبارية بالمتابعة الأنية للقضايا المصرية الطارئة وتداعياتها.
- وعن تأثير التناول الإعلامي للقضايا المجتمعية بالنشرات الإخبارية، فقد أوضحت عينة الدراسة أنها تشكل أجندة اهتمامات الجمهور المصري بقضاياها بوسط مرجح ٨١.٣ درجة، وأنها تحرص على تضمينها أرشيف خبري لكافة القضايا المصرية التي تتناولها بوسط مرجح ٦٩.٦ درجة.
- وعن طريقة معالجة القضايا المجتمعية بالنشرات الإخبارية، فقد أوضحت عينة الدراسة أنها تحاول إبراز وجهة نظر المسؤولين من كافة الجنسيات في القضايا المصرية بوسط مرجح ٧٩.٦ درجة، تلاه الحرص على طرح وجهات النظر المختلفة أطراف القضايا المصرية بوسط مرجح ٧٧.٨ درجة، ثم تقديم الأدلة والبراهين الخاصة بالقضايا المصرية بوسط مرجح ٧٥.٦ درجة.
- ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة، مقياسًا عامًا لتقييم عينة الدراسة للسياسة التحريرية في معالجتها الخبرية في ظل البيئة الاتصالية الحديثة بالقنوات الفضائية الإخبارية المصرية والذي كانت درجته العامة ٧٩ درجة، والتي تعبر عن ارتفاع التقييم الإيجابي لعينة الدراسة لأثر البيئة الاتصالية الحديثة في تطوير آليات ونظم السياسة التحريرية التليفزيونية لمعالجة الأخبار التي تنشرها.

- ضرورة امتلاك القائم بالاتصال لمهارات التقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الإخباري الموجه للجمهور المصري:

جدول رقم (٩)

امتلاك القائم بالاتصال لمهارات التقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الإخباري الموجه للجمهور المصري

الوسط المرجح	الإجمالي		معارض		محايد		موافق		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
83.1	100	400	11.7	47	10.3	41	78	312	زيادة كفاءة وفاعلية الرسالة الإخبارية المقدمة للجمهور
82.8	100	400	8.2	33	18	72	73.8	295	إيجاد حلول مبتكرة لإعادة تقديم الرسالة الإخبارية بشكل جاذب للجمهور
82.5	100	400	8	32	19	76	73	292	تقديم رسالة مبتكرة إخبارية وتوعوية عن مشكلات المجتمع المصري مبسطة
80.3	100	400	15	60	9.5	38	75.5	302	تلبية لرسائل الجمهور للمؤسسة لتحسين مستوى الرسائل الإخبارية
77.4	100	400	17.4	70	10.3	41	72.3	289	إمكانية إدخال المعلومات كما بطريقة سهلة وفعالة تحقق مزيد من الوضوح للرسالة الإخبارية
74.4	100	400	13.8	55	23.8	95	62.4	250	تحقيق القدرة التنافسية فيما بين القنوات الفضائية الإخبارية على المستوى العربي والعالمي

يوضح الجدول السابق المهارات التقنيات الرقمية التي يتطلب من القائم بالاتصال امتلاكها لأجل صناعة المحتوى الإخباري الموجه للجمهور المصري، فجاء في المقدمة زيادة كفاءة وفاعلية الرسالة الإخبارية المقدمة للجمهور بوسط مرجح ٨٣.١ درجة، تلاه في الترتيب الثاني القدرة على إيجاد حلول مبتكرة لإعادة تقديم الرسالة الإخبارية بشكل جاذب للجمهور بوسط مرجح ٨٢.٨ درجة، ثم في الترتيب الثالث جاء تقديم رسالة مبتكرة إخبارية وتوعوية عن مشكلات المجتمع المصري مبسطة بوسط مرجح ٨٢.٥ درجة، وفي الترتيب الرابع جاء تلبية رسائل الجمهور من قبل المؤسسة لتحسين مستوى الرسائل الإخبارية بوسط مرجح ٨٠.٣ درجة، ثم في الترتيب الخامس جاء إمكانية إدخال المعلومات كما بطريقة سهلة وفعالة تحقق مزيد من الوضوح للرسالة الإخبارية بوسط مرجح ٧٧.٤ درجة، وأخيرًا تحقيق القدرة

التنافسية فيما بين القنوات الفضائية الإخبارية على المستوى العربي والعالمي بوسط مرجح ٧٤.٤ درجة، ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة، مقياساً عاماً لضرورة امتلاك القائم بالاتصال لمهارات التقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الإخباري الموجه للجمهور المصري والذي كانت درجته العامة ٨٠ درجة، والتي تعبر عن التأييد الكبير من قبل عينة الدراسة لضرورة تطوير مهارات القائم بالاتصال التقنية والتكنولوجية والاتصالية بما يعود بالشكل الإيجابي على خلق وابتكار محتوى إخباري مميز قادر على جذب المشاهد المصري، حيث أوضحت دراسة (طارق عبد الرؤوف مرعي، ٢٠٢٢) ضرورة وضع استراتيجية متكاملة للتدريب داخل كل مؤسسة إعلامية، تشمل تأهيل العاملين بها للقيام بوظائف رقمية جديدة لم تكن موجودة قبل ذلك، والتعامل مع الوسائط المتعددة في مجال إنتاج المواد الإعلامية، وفي استخدام أنظمة تحريرية جديدة، وتقديم معالجات إعلامية أكثر عمقاً، واستخدام الرسومات المتحركة والمؤثرات الصوتية وبرامج التلوين والفيديو والجرافيكس، وهو الأمر الذي ينطبق على كافة المؤسسات الإعلامية للإنتاج المرئي والمسموع، وهو ما أكدت عليه دراسة (فاطمة ناصر صالح، ٢٠٢٢) بأن التخطيط الاستراتيجي بإدارة المؤسسات الإعلامية وتعظيمه لرفع كفاءة العاملين لديها يترتب عليه من آثار ونتائج تعمل على تغيير مسار المؤسسة ونجاحها وتحقيق أهدافه.

المحور الثالث: تقييم عينة الدراسة لأثر توظيف التقنيات الجرافيكية في تقديم الرسالة الخبرية بالقنوات الفضائية الإخبارية المصرية:

١- مستويات الرضا عن توظيف التقنيات الجرافيكية في توضيح مضمون الرسالة الخبرية:

كشفت النتائج الإحصائية عن أن نسبة ٥٣% من عينة الدراسة بواقع ٢١٢ مفردة راضية بشكل كبير عن مستوى توظيف التقنيات الجرافيكية في توضيح مضمون الرسالة الخبرية، في مقابل نسبة ٤٧% من عينة الدراسة راضية إلى حد ما بواقع ١٨٨ مفردة عن التوظيف، وفيما يلي تقييم عينة الدراسة للنواحي الشكلية والمادية والمشاكل التي يمكن أن يواجهها القائمين بالاتصال عند توظيف التقنيات الجرافيكية في عملية صناعة الأخبار بالقنوات التليفزيونية الفضائية، على النحو التالي:

١- تقييم النواحي الشكلية لتقنيات الجرافيكية للبيئة الاتصالية الحديثة المتعلقة ببث الأخبار:

جدول رقم (١٠)

تقييم النواحي الشكلية لتقنيات الجرافيكية للبيئة الاتصالية الحديثة المتعلقة ببث الأخبار

الوسط المرجح	الإجمالي		معارض		محايد		موافق		العبرة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
81.3	100	400	15.7	63	6	24	78.3	313	يسمح بالتزامنية بين ما يتم تقديمه بتقنيات الواقع الفعلي وبين الواقع الفعلي متمثلاً في تفاعل مقدم الخبر مع هذه التقنيات
80.8	100	400	16.2	65	6	24	77.8	311	يهتم القائم بالاتصال بتوصيل الرسالة الخبرية من خلال التقنيات الجرافيكية أكثر من الاهتمام بتصميم وتفاصيل الأشكال المتحركة
80.5	100	400	13.2	53	12.5	50	74.3	297	تستخدم التقنيات الجرافيكية كجزء من النص الإخباري مما يحقق مزيد من الوضوح للرسالة الإخبارية
74.6	100	400	15.4	62	19.8	79	64.8	259	يرتبط شكل التصميم المجسمات الجرافيكية بألوان ديكور الخاصة بالبرنامج الإخباري
72.8	100	400	14.2	57	26	104	59.8	239	الدمج بين صور تشبه الواقع ويصعب تصويرها في الواقع الفعلي مثل صور الدبابات والطائرات ونقلها في قلب الاستديو الخبري
72.1	100	400	16.4	66	22.8	91	60.8	243	يوجد تزامن جيد في الحركة بين التقنيات الجرافيكية المستخدمة في تقديم الخبر والسيناريو المكتوب للبرنامج الخبري

يكشف الجدول السابق عن تقييم النواحي الشكلية لتقنيات الجرافيكية للبيئة الاتصالية الحديثة المتعلقة ببث الأخبار، فجاء في المقدمة السماح بالتزامنية بين ما يتم تقديمه بتقنيات الواقع الفعلي وبين الواقع الفعلي متمثلاً في تفاعل مقدم الخبر مع هذه التقنيات بوسط مرجح ٨١.٣ درجة، حيث أضافت دراسة Graham Thomas (٢٠١١) تقديم طرق بديلة للجمع بين الرسومات الجرافيكية والشخصيات الحقيقية في لقطات فيديو حية، ووضعها في نموذج ثلاثي الأبعاد، كما توصلت دراسة Wang Hua (٢٠٠٧) إلى أنه يمكن الجمع بحرية بين بيئة افتراضية مع أناس حقيقيين، وهو ما نوع من الإبداع الاستثنائي في نظم الإنتاج التلفزيوني ويؤدي لتحسين نوعية الإنتاج التلفزيوني مع خفض تكاليف إنتاج البرامج.

وفي الترتيب الثاني اهتمام القائم بالاتصال بتوصيل الرسالة الخبرية من خلال التقنيات الجرافيكية أكثر من الاهتمام بتصميم وتفاصيل الأشكال المتحركة بوسط مرجح ٨٠.٨ درجة، حيث أثارت دراسة نيفين محمد أحمد الرفاعي (٢٠٠٥) طريقة المزج بين الرسوم المتحركة والتصوير الحي أي المزج بين صورتين أحدهما حقيقية والأخرى كرتونية ينتج

عنه صدمة سيكولوجية في ذهن المشاهد تزيد من جاذبية الصورة وسهولة تقبلها وتلقيها، وجاء في الترتيب الثالث استخدام التقنيات الجرافيكية كجزء من النص الإخباري مما يحقق مزيد من الوضوح للرسالة الإخبارية بوسط مرجح ٨٠.٥ درجة، وفي الترتيب الرابع جاء ارتباط شكل التصميم المجسمات الجرافيكية بألوان ديكور الخاصة بالبرنامج الإخباري بوسط مرجح ٧٤.٦ درجة، ثم جاء في الترتيب الخامس الدمج بين صور تشبه الواقع ويصعب تصويرها في الواقع الفعلي مثل صور الدبابات والطائرات ونقلها في قلب الاستديو الخبري بوسط مرجح ٧٢.٨ درجة، حيث أوضحت دراسة (Jae Yeol Lee, Dong Woo Seo and Gue Won Rhee ٢٠١١) أنه بإمكان المستخدم أن يتفاعل بسهولة مع مستخدمين آخرين أو حتى مع الأشياء الافتراضية في واجهات تفاعلية مختلفة الأمر الذي يتطلب تبني طرق جديدة ومتنوعة من واجهات التفاعل والمشاهد الافتراضية، فهناك مشاهد تليفزيونية تتضمن المزج بين نماذج افتراضية متعددة مع أشياء حقيقية في نفس المشهد الذي يستقبله المتلقي، وأخيرًا جاء وجود تزامن جيد في الحركة بين التقنيات الجرافيكية المستخدمة في تقديم الخبر والسيناريو المكتوب للبرنامج الخبري بوسط مرجح ٧٢.١ درجة.

٢- تقييم النواحي المادية العائدة على القنوات الفضائية الإخبارية من توظيف التقنيات الجرافيكية للبيئة الاتصالية الحديثة المتعلقة ببث الأخبار:

جدول رقم (١١)

تقييم النواحي المادية العائدة على القنوات الفضائية الإخبارية من توظيف التقنيات الجرافيكية للبيئة الاتصالية الحديثة المتعلقة ببث الأخبار

المرجح	الإجمالي		معارض		محايد		موافق		العبارة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
87.1	100	400	3.4	14	18.8	75	77.8	311	يختلف كم ونوعية التقنيات الجرافيكية المستخدمة في البرنامج حسب طبيعته والغرض منه
87	100	400	10.5	42	5	20	84.5	338	يعتبر الاستديو المجهز لتطبيق التقنيات الجرافيكية والاتصالية الحديثة استثمار جيد على المدى البعيد
82.4	100	400	10.5	42	14.2	57	75.3	301	يوفر تجهيز استديو بالتقنيات الواقع المعزز والافتراضي فرصة تصوير أكثر من برنامج بديكور مختلف على نفس المساحة
80.6	100	400	12	48	14.7	59	73.3	293	تكلفة بناء استديو مجهز بتقنيات جرافيكية للواقع المعزز والافتراضي أعلى من بناء استديو تقليدي في بداية الإنشاء

يكشف الجدول السابق عن تقييم النواحي المادية العائدة على القنوات الفضائية الإخبارية من توظيف التقنيات الجرافيكية للبيئة الاتصالية الحديثة المتعلقة ببث الأخبار، فجاء في المقدمة اختلاف كمية ونوعية التقنيات الجرافيكية المستخدمة في البرنامج وذلك وفقًا لطبيعته والغرض منه بوسط مرجح ٨٧.١ درجة، تلاه في الترتيب الثاني اعتبار الاستديو المجهز لتطبيق التقنيات الجرافيكية والاتصالية الحديثة استثمار جيد على المدى البعيد بوسط مرجح

٨٧ درجة، حيث أوضحت دراسة أشرف محمد سعيد (٢٠١٢) أن استخدام التكنولوجيا الرقمية والإستديو التخليفي في برامج التليفزيون أضاف قيمة فنية حيث إمكانية تقديم رؤية إبداعية غاية في الروعة والتعبير الفني، فضلاً عن توفير الجهد والمال، وإعطاء حدود أكبر لتنفيذ المشاهد، ويتطلب مع وجود تقنية الاستوديو التخليفي وجود جيل جديد من المصممين الملمين بشروط الإضاءة والتكنولوجيا الحديثة ويقومون بتوظيف الأجهزة والبرامج لتنفيذ رؤية الإبداعية، وفي الترتيب الثالث جاء توفير تجهيز استديو بالتقنيات الواقع المعزز والافتراضي فرصة تصوير أكثر من برنامج بديكور مختلف على نفس المساحة بوسط مرجح ٨٢.٤ درجة، وأخيراً جاء أن تكلفة بناء استديو مجهز بتقنيات جرافيكية للواقع المعزز والافتراضي أعلى من بناء استديو تقليدي في بداية الإنشاء بوسط مرجح ٨٠.٦ درجة.

أضافت دراسة Tommi Tykkälä et al (٢٠١٤) أن هناك إمكانية لتفعيل الاستفادة من خصائص تتبع كاميرا ليستخد في البث الحي Live RGB-D حيث تحسين فاعلية وسهولة النظام المستخدم في الإنتاج التلفزيوني مع تقليل التكلفة الكلية للنظام، وكشفت دراسة Mingting Fu (٢٠٠٩) عن ميزات إنتاج استوديو افتراضي منخفض التكلفة حيث توفير تقنية التحكم بالأجهزة Hardware control technology ذات التسلسل التنفيذي وتقنية عروض الخلفية الافتراضية Virtual background display وتقنيات إدارة الموارد Resource management techniques ، ل يتم تثبيتها واستخدامها على نطاق واسع كوحدة إنتاج تلفزيوني وفقاً للاحتياجات الفعلية، وتكون ذات كفاءة عالية الجودة، خاصة في برامج البث المباشر مع الجمهور.

ج- تقييم المشاكل التي يمكن أن تواجه القائمين بالاتصال من توظيف التقنيات الجرافيكية للبيئة الاتصالية الحديثة المتعلقة ببث الأخبار:

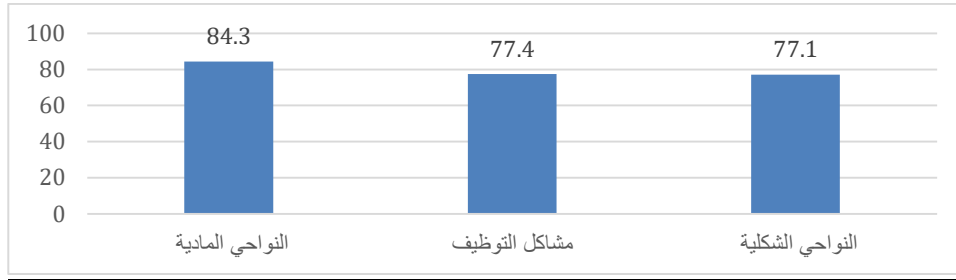
جدول رقم (١٢)

تقييم المشاكل التي يمكن أن تواجه القائمين بالاتصال من توظيف التقنيات الجرافيكية للبيئة الاتصالية الحديثة المتعلقة ببث الأخبار

الوسط المرجح	الإجمالي		معارض		محايد		موافق		العبارة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
85.3	100	400	11	44	7.5	30	81.5	326	حدوث عطل مفاجئ في جهاز التحكم في الأشكال التقنية الجرافيكية المقدمة واختفاء الأشكال من على شاشة البث
79.5	100	400	7	28	27	108	66	264	حدوث عطل في إضاءة الإستديو أثناء التصوير
72.6	100	400	20.3	81	14.2	57	65.5	262	عدم التزام مقدم الخبر بالسيناريو المسبق المعد بالأماكن التي من المفترض أن يقف عندها ولا يتخطاها مما يحدث خلل في التزامن بين حركة التقنيات الجرافيكية وحركة مقدم الخبر
72	100	400	17	68	22	88	61	244	عدم التزام مقدم البرنامج أو الضيوف بألوان ملابس تختلف تماماً عن لون الكروما الخضراء أو الزرقاء أثناء التصوير

يكشف الجدول السابق عن تقييم عينة الدراسة للمشاكل التي يمكن أن تواجههم من توظيف التقنيات الجرافيكية للبيئة الاتصالية الحديثة المتعلقة ببث الأخبار، فجاء في المقدمة حدوث عطل مفاجيء في جهاز التحكم الخاص بالأشكال التقنية الجرافيكية المقدمة واختفاء الأشكال من على شاشة البث بوسط مرجح ٨٥.٣ درجة، تلاه في الترتيب الثاني حدوث عطل في إضاءة الاستديو أثناء التصوير بوسط مرجح ٧٩.٥ درجة، وفي الترتيب الثالث جاء عدم التزام مقدم الخبر بالسيناريو المسبق المعد بالأماكن التي من المفترض أن يقف عندها ولا يتخطاها مما يحدث خلل في التزام بين حركة التقنيات الجرافيكية وحركة مقدم الخبر بوسط مرجح ٧٢.٦ درجة، وأخيرًا جاء عدم التزام مقدم البرنامج أو الضيوف بألوان ملابس تختلف تماما عن لون الكروما الخضراء أو الزرقاء أثناء التصوير بوسط مرجح ٧٢ درجة.

ويستخلص من النتائج السابقة، مقارنة بين تقييم عينة الدراسة للنواحي الشكلية والمادية والمشاكل من توظيف التقنيات الاتصالية الحديثة، على مستوى المقاييس الفرعية السابق الإشارة لها وكانت النتائج كما يلي:



شكل رقم (٣)

تقييم المقاييس الفرعية التي تشكل تقييم النواحي الشكلية والمادية والمشاكل من توظيف التقنيات الاتصالية الحديثة بالقنوات الإخبارية المصرية

يكشف الشكل السابق عن ترتيب عينة الدراسة للمعايير التي يتم دراستها لتوظيف التقنيات الاتصالية الحديثة بالقنوات الإخبارية المصرية، وجاء في المقدمة تقييم النواحي المادية لتعزيز تواجدها بالقنوات بوزن ٨٤.٣ درجة، تلاه تقييم مشاكل التوظيف للتغلب عليها بوزن ٧٧.٤ درجة، وأخيرًا تقييم النواحي الشكلية الناتجة من توظيفها على الرسالة الإعلامية بوزن ٧٧.١ درجة، وتدل النتائج السابقة على اهتمام القائمين بالاتصال على تقييم هذه التقنيات من كافة الزوايا وإدراك ما يرتبط بكل اتجاه للتوظيف بشكل كبير.

٢- تقييم أثر البيئة الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار بالقنوات الفضائية الإخبارية المصرية:

جدول رقم (١٣)

تقييم أثر البيئة الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار

الوسط المرجح	الإجمالي	5	4	3	2	1	العبارة
85.7	400	292	48	-	-	60	تجديد في طريقة إلقاء مقدم النشرة للأخبار
79.3	400	247	89	-	14	50	تطوير نقاء الصوت وتنوعه بما يتلاءم مع محتوى الخبر
78.1	400	230	110	-	-	60	تطوير طريقة كتابة الأخبار
75.6	400	189	151	-	-	60	تطوير شكل الديكور المستخدم في النشرات الإخبارية
75.2	400	182	158	-	--	60	تنوع طرق إخراج الأخبار بما يتلاءم مع محتوى الخبر
61.4	400	151	-	189	-	60	جمع معلومات متنوعة عن القضية المطروحة في الخبر

يوضح الجدول السابق عن تقييم أثر البيئة الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار بالقنوات التلفزيونية الفضائية، ف جاء في المقدمة التجديد في طريقة إلقاء مقدم النشرة للأخبار بوسط مرجح ٨٥.٧ درجة، تلاه تطوير نقاء الصوت وتنوعه بما يتلاءم مع محتوى الخبر بوسط مرجح ٧٩.٣ درجة، ثم تطوير طريقة كتابة الأخبار بوسط مرجح ٧٨.١ درجة، وفي الترتيب الرابع تطوير شكل الديكور المستخدم في النشرات الإخبارية بوسط مرجح ٧٥.٦ درجة، وفي الترتيب الخامس جاء تنوع طرق إخراج الأخبار بما يتلاءم مع محتوى الخبر بوسط مرجح ٧٥.٢ درجة، وأخيرًا جمع معلومات متنوعة عن القضية المطروحة في الخبر بوسط مرجح ٦١.٤ درجة، ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة، مقياسًا عامًا لتقييم أثر البيئة الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار بالقنوات التلفزيونية الفضائية والذي كانت درجة ٧٥.٩ درجة، والتي تعبر عن ارتفاع التقييم الإيجابي لأثر البيئة الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار بالقنوات التلفزيونية الفضائية.

٣- التحديات التي تعوق دون انتشار التقنيات الجرافيكية للبيئة الاتصالية الحديثة في بث الأخبار:

أشارت عينة الدراسة للتكلفة الإنتاجية العالية لتجهيز استديوهات تقوم بتوظيف التقنيات الجرافيكية وذلك من قبل نسبة ٤١.٣% بواقع ١٦٥ مبحوث، ثم عدم توفر مصممين من حيث الخبرة والكفاءة والحرفية للقيام بأعمال الجرافيك الخاصة بتقنيات الجرافيكية المختلفة بشكل يومي بنسبة ٢٧.٥% بواقع ١١٠ مبحوث، تلاه التخوف من حدوث أعطال مفاجئة أثناء البث المباشر لأجهزة التقنيات بنسبة ٢١.٣% بواقع ٨٥ مبحوث، ثم بنسبة ٥% جاء كل من تحدي عدم منح دورات تدريبية لرفع كفاءة العاملين في القنوات الفضائية الإخبارية، وتحدي عدم وجود رؤية للابتكار والإبداع في تقديم المحتوى الإخباري في سياسات القنوات الفضائية الإخبارية، وفي هذا الإطار أضافت دراسة رنا محسن عبد العزيز (٢٠١٧) أنه لا بد من تمتع مصمم المؤثرات البصرية الجرافيكية بالمرونة والقابلية في اكتساب ثقافات مختلفة وتطوير إمكانياته وتعلم التقنيات الحديثة دون أن يفقد هويته الفنية، حيث في ذلك أشارت دراسة محمد عطية (٢٠١٥) إلى أن التصميم الجرافيك لا يُعبر عن ذاته دائمًا بل عن وجدان المجتمع،

ولكن يبقى الفن في مجملته فردياً ذاتياً وينفتح على المجتمع بعد ذلك، وقد أوصت دراسة جورج سيدهم، ٢٠١٩ بأهمية "رفع كفاءة المصممين بالقنوات التلفزيونية عبر دورات تدريبية منتظمة على تلك التطبيقات الجرافيكية" وإعداد "عمل بروتوكولات تعاون بين وكلاء بيع التقنيات الجرافيكية ومراكز التدريب لتسويق تلك التقنيات لفئة أكبر من المصممين لسوق العمل، و"إنشاء قسم مكون من المصممين لتبادل الخبرات الفنية والتقنية"، كما أوصت دراسة أيمن رأفت إسماعيل (٢٠١٠) بحتمية دراسة التطورات التكنولوجية في صناعة الصورة بواسطة رسوم الكمبيوتر الجرافيكية ثلاثية الأبعاد ودورها في إنشاء محتوى رقمي مبتكر جاذب للمشاهد cgi and digital content creation.

٤- مقترحات عينة الدراسة في توظيف تقنيات البيئة الاتصالية الحديثة في طرح الأخبار التلفزيونية:

أوضحت عينة الدراسة أهمية تشكيل لجنة فنية متخصصة لشراء وتحديث واقتناء الأجهزة الجديدة والمحدثة، وكذلك توفير البرامج التدريبية التي تمكن العاملين والموظفين من التدريب على استخدام والتمكن من أحدث التقنيات التلفزيونية (انفوجرافيك، جرافيك، مؤثرات سمعية، مؤثرات بصرية)، والاستفادة من خبرات القنوات الفضائية الأجنبية والعربية المتميزة في توظيف تقنيات الرقمية مثل روسيا اليوم وسكاي نيوز، والعمل على ابتعاث الفنيين في مجال التصوير والصوت والإضاءة والمونتاج للخارج وكذلك اكتساب الخبرة والمهارات وتبادل الخبرات في المجالات المرتبطة باستخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة.

ثانياً: التحقق من نتائج فروض الدراسة:

الفرض الرئيسي الأول: يؤثر إدراك منابع توظيف التقنيات الاتصالية الحديثة على تعزيز تعامل القنوات الإخبارية المصرية بهذه التقنيات في إطار سياستها التحريرية. باستخدام تحليل الانحدار البسيط تم قياس تأثير إدراك منابع توظيف التقنيات الاتصالية الحديثة على تعزيز تعامل القنوات الإخبارية المصرية بها في إطار سياستها التحريرية، والذي كانت نتائجه كما يلي:

جدول رقم (١٤)

نتائج تحليل الانحدار البسيط تم قياس تأثير إدراك منافع توظيف التقنيات الاتصالية الحديثة على تعزيز تعامل القنوات الإخبارية المصرية بها في إطار سياستها التحريرية

SIG معنوية المتغير	B معامل الانحدار	المتغير المستقل	SIG معنوية النموذج	قيمة F	R2 معامل التحديد	المتغير التابع
0.000	26.222	الثابت (Constant)	0.001	10.816	0.026	الأثر على السياسة التحريرية
0.001	0.596	إدراك منابع توظيف				

يتضح من الجدول السابق وجود أثر ذي دلالة إحصائية لإدراك منافع توظيف التقنيات الاتصالية الحديثة على تعزيز تعامل القنوات الإخبارية المصرية بهذه التقنيات في إطار

سياستها التحريرية، وبلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.26$)، وهذا يعني أن المتغير المستقل (منافع توظيف التقنيات الاتصالية الحديثة) يفسر حوالي (٢.٦) % من التغيرات التي تحدث على تعامل القنوات الإخبارية المصرية بهذه التقنيات في إطار سياستها التحريرية، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من ٠.٠٥، وبلغت قيمتها (٠.٠٠٠)، وكانت قيمة ف (١٧.٦٦٧)، وكانت معادلة الانحدار الخطي البسيط:

$$Y = 26.222 + (0.096) * X$$

وهو ما يعني أنه كلما ارتفع (إدراك منافع توظيف التقنيات الاتصالية الحديثة في النشرات الإخبارية) وفقا لرأي عينة الدراسة بدرجة واحدة يؤدي ذلك إلى رفع مستوى التقييم الإيجابي لأثرها على السياسة التحريرية لمعالجة الأخبار بمقدار ($B = 0.096$)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين وجود علاقة طردية ضعيفة القوة بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (٠.١٦٣) وذلك عند مستوى معنوية (٠.٠٠١)، وهو ما يعني أن عينة الدراسة ترى أنه كلما ارتفع إدراك فوائد توظيف التقنيات الاتصالية الحديثة في النشرات الإخبارية كلما ارتفع أثرها على التقييم الإيجابي للسياسة التحريرية في معالجة الأخبار.

الفرض الرئيسي الثاني: يؤثر إدراك القائم بالاتصال لضرورة امتلاك مهارات التقنيات الرقمية على تقييمهم لتعامل القنوات الاتصالية الإخبارية المصرية مع القضايا المجتمعية المصرية.

باستخدام تحليل الانحدار البسيط تم قياس تأثير إدراك القائم بالاتصال لضرورة امتلاك مهارات التقنيات الرقمية على تقييمهم لتعامل القنوات الاتصالية الإخبارية المصرية مع القضايا المجتمعية المصرية، والذي كانت نتائجه كما يلي:

جدول رقم (١٥)

نتائج تحليل الانحدار البسيط لقياس تأثير إدراك القائم بالاتصال لضرورة امتلاك مهارات التقنيات الرقمية على تقييمهم لتعامل القنوات الاتصالية الإخبارية المصرية مع القضايا المجتمعية المصرية

المتغير التابع	R2 معامل التحديد	قيمة F	SIG معنوية النموذج	المتغير المستقل	B معامل الانحدار	SIG معنوية المتغير
تقييم معالجة القضايا المجتمعية	0.192	94.804	0.000	الثابت (Constant)	49.590	0.000
				مهارات القائم بالاتصال	0.341	0.000

يتضح من الجدول السابق وجود أثر ذي دلالة إحصائية لإدراك القائم بالاتصال لضرورة امتلاك مهارات التقنيات الرقمية على تقييمهم لتعامل القنوات الاتصالية الإخبارية المصرية مع القضايا المجتمعية المصرية، وبلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.192$)، وهذا يعني أن المتغير المستقل (إدراك القائم بالاتصال لضرورة امتلاك مهارات التقنيات الرقمية) يفسر حوالي (١٩.٢) % من التغيرات التي تحدث على تعامل القنوات الإخبارية المصرية مع

القضايا المجتمعية المصرية، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من ٠.٠٥، وبلغت قيمتها (٠.٠٠٠)، وكانت قيمة ف (٤٩.٥٩٠)، وكانت معادلة الانحدار الخطي البسيط:

$$Y = 49.590 + (0.341) * X$$

وهو ما يعني أنه كلما ارتفع (إدراك القائم بالاتصال لضرورة امتلاك مهارات التقنيات الرقمية) وفقاً لرأي عينة الدراسة بدرجة واحدة يؤدي ذلك إلى رفع مستوى التقييم الإيجابي لأثرها على معالجة القنوات للقضايا المجتمعية المصرية بمقدار (B=0.341)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين وجود علاقة طردية متوسطة بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0.439) وذلك عند مستوى معنوية (0.00)، وهو ما يعني أن عينة الدراسة ترى أنه كلما ارتفع إدراك القائم بالاتصال لضرورة امتلاك مهارات التقنيات الرقمية كلما ارتفع مستوى التقييم الإيجابي لتعامل القنوات الاتصالية الإخبارية المصرية مع القضايا المجتمعية المصرية

الفرض الرئيسي الثالث: يؤثر تقييم النواحي الشكلية والمادية ومشاكل توظيف التقنيات الاتصالية بالقنوات الفضائية الإخبارية المصرية على تقييم واقع البيئة الاتصالية الحديثة بالقنوات الإخبارية المصرية.

وباستخدام تحليل الانحدار المتعدد لمقارنة أي من المتغيرات المستقلة الأكثر تأثيراً في التقييم الإيجابي لواقع البيئة الاتصالية الحديثة بالقنوات الإخبارية المصرية، فكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (١٦)

نتائج تحليل الانحدار المتعدد باستخدام طريقة Stepwise بين المتغيرات المستقلة. †

والتقييم الإيجابي لواقع البيئة الاتصالية الحديثة بالقنوات الإخبارية المصرية

SIG معنوية المتغير	B معامل الانحدار	□ (بيتا) Standard Coefficients	المتغيرات المستقلة	SIG معنوية النموذج	قيمة F	R2 معامل التحديد	المتغير التابع
0.000	67.782	-	الثابت (Constant)	0.000	53.128	0.211	تقييم واقع البيئة الاتصالية الحديثة
0.000	0.359	0.500	النواحي الشكلية				
0.000	0.191	0.194	النواحي المادية				

تبين وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمتغيرين † هما (النواحي الشكلية، النواحي المادية) على ارتفاع مستوى التقييم الإيجابي لواقع البيئة الاتصالية الحديثة بالقنوات الإخبارية

† تم إعداد تصور عن نموذج يشمل العلاقة بين المتغيرات المستقلة متمثلة في (النواحي الشكلية، النواحي المادية، مشاكل التوظيف) والمتغير التابع "تقييم الإيجابي لواقع البيئة الاتصالية الحديثة".

المصرية، وبلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.211$)، وهذا يعني أن النموذج يفسر حوالي ٢١.١% من التغييرات التي تحدث في التقييم الإيجابي لواقع البيئة الاتصالية الحديثة بالقنوات الإخبارية المصرية، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من ٠.٠٥، وبلغت قيمتها (٠.٠٠٠)، وكانت قيمة ف (٥٣.١٢٨)، وكانت معادلة النموذج:

$$\text{النواحي المادية} * (0.191) + \text{النواحي الشكلية} = Y + 67.782 + (0.359) *$$

ويكشف النموذج عن النقاط التالية:

١- كلما زاد حجم إدراك تقييم النواحي الشكلية لتوظيف تقنيات الاتصالية الرقمية بدرجة واحدة يؤدي ذلك إلى زيادة التقييم الإيجابي لواقع البيئة الاتصالية الحديثة بالقنوات الإخبارية بمقدار (B=٣٥٩)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين وجود علاقة طردية ضعيفة القوة بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (٠.٤٢٨) وذلك عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠).

٢- كلما زاد إدراك تقييم النواحي المادية لتوظيف تقنيات الاتصالية الرقمية بدرجة واحدة يؤدي ذلك زيادة التقييم الإيجابي لواقع البيئة الاتصالية الحديثة بالقنوات الإخبارية بمقدار (B=١٩١)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين وجود علاقة طردية متوسطة القوة بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (٠.٢٠) وذلك عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠).

٣- ويكشف النموذج أن متغير "النواحي الشكلية" يرتفع تأثيره عن متغير "النواحي المادية"، حيث بلغت قيمة \square للأول (٠.٥٠٠) وللثاني (٠.١٩٤).

٤- واستبعد النموذج وجود تأثير للمتغير (تقييم المشاكل لتوظيف التقنيات الرقمية) على زيادة التقييم الإيجابي لواقع البيئة الاتصالية الحديثة بالقنوات الإخبارية، وذلك عند مستوى معنوية (٠.٣١٢).

الفرض الرئيسي الرابع: يؤثر تقييم الإيجابي للسياسة التحريرية في معالجتها الخبرية في ظل البيئة الاتصالية على تقييم أثر البيئة الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار.

باستخدام تحليل الانحدار البسيط تم قياس تأثير تقييم الإيجابي للسياسة التحريرية في معالجتها الخبرية في ظل البيئة الاتصالية على تقييم أثر البيئة الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار، والذي كانت نتائجه كما يلي:

$$\square \text{معادلة النموذج: } y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

جدول رقم (١٧)

نتائج تحليل الانحدار البسيط لقياس تأثير تقييم الإيجابي للسياسة التحريرية في معالجتها الخبرية في ظل البيئة الاتصالية على تقييم أثر البيئة الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار

SIG معنوية المتغير	B معامل الانحدار	المتغير المستقل	SIG معنوية النموذج	F قيمة	R2 معامل التحديد	المتغير التابع
0.000	88.881	الثابت (Constant)				
0.000	0.167	تقييم الإيجابي للسياسة التحريرية في معالجتها الخبرية في ظل البيئة الاتصالية	0.000	5.768	0.014	أثر البيئة الاتصالية في صناعة الأخبار

يتضح من الجدول السابق وجود أثر ذي دلالة إحصائية لتقييم الإيجابي للسياسة التحريرية في معالجتها الخبرية في ظل البيئة الاتصالية على تقييم أثر البيئة الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار، وبلغ معامل التحديد (٢R٠.٠١٤)، وهذا يعني أن المتغير المستقل (تقييم الإيجابي للسياسة التحريرية في معالجتها الخبرية في ظل البيئة الاتصالية) يفسر حوالي (١.٤) % من التغييرات التي تحدث على تقييم أثر البيئة الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من ٠.٠٥، وبلغت قيمتها (٠.٠٠٠)، وكانت قيمة ف (٥.٧٦٨)، وكانت معادلة الانحدار الخطي البسيط:

$$\text{أثر البيئة الاتصالية الحديثة بالقنوات الإخبارية المصرية } Y = 88.881 + (0.167) * X$$

وهو ما يعني أنه كلما ارتفع (تقييم الإيجابي للسياسة التحريرية في معالجتها الخبرية في ظل البيئة الاتصالية) وفقا لرأي عينة الدراسة بدرجة واحدة يؤدي ذلك إلى رفع مستوى التقييم الإيجابي لأثر البيئة الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار بمقدار (B=٠.١٦٧)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين وجود علاقة طردية متوسطة بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (٠.١٢٦) وذلك عند مستوى معنوية (٠.٠٠٨)، وهو ما يعني أن عينة الدراسة ترى أنه كلما ارتفع تقييم الإيجابي للسياسة التحريرية في معالجتها الخبرية في ظل البيئة الاتصالية كلما ارتفع تقييم أثرها على البيئة الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار.

خلاصة الدراسة والتوصيات:

كشفت نتائج الدراسة على استخدام تقنيات الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار بشكل متنوع في القنوات الإخبارية المصرية، مما يدل على الاهتمام المؤسسي في القنوات التليفزيونية بشكل عام على تطوير مستوى الرسالة الإعلامية الإخبارية شكلا ومضموناً، وأن القنوات الفضائية الإخبارية تستعين بالمواقع الالكترونية في تحقيق مزيد من الانتشار لأخبارها تلاه صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق المزيد من الوصول للجمهور واطلاعه على رسائلها الإخبارية، ثم التطبيقات على الهواتف الذكية لتحقيق الانتشار الخبري.

وكان تقييم عينة الدراسة لترتيب المعايير التي تحكم تقييم توظيف التقنيات الاتصالية لحديثة في القنوات الإخبارية المصرية، حيث جاء في المرتبة الأولى بوزن ٨٩.٣ درجة تقييم

المنفعة المتوقعة من توظيف هذه التقنيات الاتصالية وإن تصدرها تحقق الانتشار المجتمعي للأخبار التلفزيونية نتيجة لتحقيق وضوح مضمون المحتوى، وتطوير المحتوى الخبري بشكل جاذب فضلاً عن وضوح ونقاء البث الخبري ثم جاء تقييم إدراك سهولة الاستخدام بوزن ٨٣.٨ درجة في الترتيب الثاني وتمثل في وضوح آلية التفاعل مع مقومات البيئة الاتصالية الحديثة وأن الإعلام الجديد يحقق التفاعلية وتبادل الرأي والرأي الآخر، ويتيح التواصل بين القائم بالاتصال والجمهور وغيره، ثم في الترتيب الثالث جاء كل من تقييم مهارات الاستخدام المطلوبة لتوظيف هذه التقنيات بوزن ٧٧.١ درجة وتصدرها وضوح كيفية التعامل مع خصائص التقنيات الاتصالية حيث سهولتها مما يمكن من بناء شكل رسالة إخبارية متميزة فضلاً عن سهولة فهم خصائصها التفاعلية مما يمكن من بناء رسالة تفاعلية مع الجمهور، وجاء في المرتبة الثالثة تقييم المخاطر المتوقعة من توظيف هذه التقنيات وإن كان هناك ثقة كاملة في فاعليتها، وهو الأمر الذي يدل على حتمية التركيز على المنافع التي تعود على شكل الرسالة الإعلامية من توظيف هذه التقنيات، وبالتالي الاتجاه المؤسسي نحو تعزيز التوظيف ومحاولة التغلب على أي معوقات تحول دون ذلك، سواء توفير بنية تحتية ملائمة أو تدريب العاملين على مهارات استخدامها أو تحديث النظم الإدارية المطلوبة وغيره.

وتنوعت مجالات تقييم القائم بالاتصال لواقع البيئة الاتصالية الحديثة بالقنوات الفضائية الإخبارية المصرية، حيث جاء في الصدارة مراعاة هذه القنوات توظيف برامج تصميم الصور الإخبارية لتحقيق أهداف معينة ثم استخدام تقنيات حديثة لنقل الأفكار والأحداث ثم توظيف التقنيات الجرافيكية الحديثة في النشرات الإخبارية تلاه توظيف برامج المونتاج مما يعطي صوراً جمالية مختلفة ثم الرسومات البيانية الرقمية الحديثة، ثم امتلاك شبكة مراسلين كبيرة، وأخيراً الرسومات التوضيحية.

واتسم تقييم عينة الدراسة بالإيجابية المرتفعة لفاعلية دور البيئة الاتصالية الحديثة في تقديم القضايا المجتمعية المصرية، حيث تأكيد العينة على مراعاة معايير المصداقية والموضوعية في تقديم القضايا المجتمعية، وأن التقنيات الاتصالية تساهم في تقديم تغطيات إعلامية حول مختلفة القضايا المجتمعية، وتحقيق سرعة الأداء في التغطية وخاصة وقت الأزمات مع مراعاة احتياجات الجمهور واهتماماته عند ترتيب العناصر الخبرية مما أظهر وجود تأثيرات للتقنيات الاتصالية الحديثة المتنوعة على الجمهور، تصدرها تكوين صور ذهنية حول القضايا المجتمعية وإمداد الجمهور بمعلومات متنوعة تمكنه من التواصل مع الآخرين ومناقشتها، كما أكدت عينة الدراسة على أن التقنيات الاتصالية الحديثة ساهمت في عملية تعزيز التفاعلية، حيث الإشارة إلى إتاحة وسائل للتواصل مع القناة والمشاركة بالرأي للتفاعل مع آراء ومقترحات واستفسارات الجمهور ووجود مواقع الكترونية لنشرات الأخبار الخاصة بالقناة وكذلك صفحات لها على مواقع التواصل الاجتماعي تمكن الجمهور على متابعة ما لم يتمكنوا من مشاهدته وقت البث أو إعادة المشاهدة مرة ثانية.

وقد كشفت نتائج الدراسة عن التقييم الإيجابي لعينة الدراسة لفاعلية التقنيات الاتصالية الحديثة في رفع كفاءة السياسة التحريرية عند معالجتها خبرية بالقنوات الفضائية الإخبارية المصرية، حيث جاء التقييم بدرجة ٧٩، والتي تعبر عن ارتفاع التقييم الإيجابي لعينة الدراسة

لأثر البيئة الاتصالية الحديثة في تطوير آليات ونظم السياسة التحريرية التليفزيونية لمعالجة الأخبار التي تنشرها، لذا جاء تأكيد عينة الدراسة على ضرورة رفع مهارات القائمين بالاتصال وتزويدهم بالمهارات التقنيات الرقمية لأجل صناعة المحتوى الإخباري الموجه للجمهور المصري، مرتفعاً بـ ٨٠ درجة، والتي تعبر عن التأييد الكبير من قبل عينة الدراسة لضرورة تطوير مهارات القائم بالاتصال التقنية والتكنولوجية والاتصالية بما يعود بالشكل الإيجابي على خلق وابتكار محتوى إخباري مميز قادر على جذب المشاهد المصري.

يكشف التحليل الإحصائي عن ترتيب عينة الدراسة للمعايير التي يتم دراستها لتوظيف التقنيات الاتصالية الحديثة بالقنوات الإخبارية المصرية، وجاء في المقدمة تقييم النواحي المادية لتعزيز تواجدها بالقنوات بوزن ٨٤.٣ درجة، تلاه تقييم مشاكل التوظيف للتغلب عليها بوزن ٧٧.٤ درجة، وأخيراً تقييم النواحي الشكلية الناتجة من توظيفها على الرسالة الإعلامية بوزن ٧٧.١ درجة، وتدل النتائج السابقة على اهتمام القائمين بالاتصال على تقييم هذه التقنيات من كافة الزوايا وإدراك ما يرتبط بكل اتجاه للتوظيف بشكل كبير، حيث في ذات السياق، جاء رأي عينة الدراسة في تقييم أثر البيئة الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار بالقنوات التليفزيونية الفضائية، متمثلاً في قدرتها على التجديد في طريقة إلقاء مقدم النشرة للأخبار وتطوير نقاء الصوت وتنوعه بما يتلاءم مع محتوى الخبر ثم تطوير طريقة كتابة الأخبار علاوة على تطوير شكل الديكور المستخدم في النشرات الإخبارية ثم تنوع طرق إخراج الأخبار بما يتلاءم مع محتوى الخبر وأخيراً جمع معلومات متنوعة عن القضية المطروحة في الخبر.

وقد أعربت عينة الدراسة عن طبيعة التحديات التي تواجه توظيف هذه التقنيات الرقمية، متمثلة في التكلفة الإنتاجية العالية لتجهيز استديوهات تقوم بتوظيف التقنيات الجرافيكية وذلك من قبل نسبة ٤١.٣% بواقع ١٦٥ مبحوث، ثم عدم توفر مصممين من حيث الخبرة والكفاءة والحرفية للقيام بأعمال الجرافيك الخاصة بتقنيات الجرافيكية المختلفة بشكل يومي بنسبة ٢٧.٥% بواقع ١١٠ مبحوث، تلاه التخوف من حدوث أعطال مفاجئة أثناء البث المباشر لأجهزة التقنيات بنسبة ٢١.٣% بواقع ٨٥ مبحوث، ثم بنسبة ٥% جاء كل من تحدي عدم منح دورات تدريبية لرفع كفاءة العاملين في القنوات الفضائية الإخبارية، وتحدي عدم وجود رؤية للابتكار والإبداع في تقديم المحتوى الإخباري في سياسات القنوات الفضائية الإخبارية.

أكدت نتائج التحليل الإحصائي على وجود أثر ذي دلالة إحصائية لإدراك منافع توظيف التقنيات الاتصالية الحديثة على تعزيز تعامل القنوات الإخبارية المصرية بهذه التقنيات في إطار سياستها التحريرية، أي أنه كلما ارتفع إدراك فوائد توظيف التقنيات الاتصالية الحديثة في النشرات الإخبارية كلما ارتفع أثرها على التقييم الإيجابي للسياسة التحريرية في معالجة الأخبار، كما ثبت وجود أثر ذي دلالة إحصائية لإدراك القائم بالاتصال لضرورة امتلاك مهارات التقنيات الرقمية على تقييمهم لتعامل القنوات الاتصالية الإخبارية المصرية مع القضايا المجتمعية المصرية، أي أنه كلما ارتفع إدراك القائم بالاتصال لضرورة امتلاك مهارات التقنيات الرقمية كلما ارتفع مستوى التقييم الإيجابي لتعامل القنوات الاتصالية

الإخبارية المصرية مع القضايا المجتمعية المصرية، كما ثبت وجود أثر ذي دلالة إحصائية لتقييم الإيجابي للسياسة التحريرية في معالجتها الخبرية في ظل البيئة الاتصالية على تقييم أثر البيئة الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار، أي أنه كلما ارتفع تقييم الإيجابي للسياسة التحريرية في معالجتها الخبرية في ظل البيئة الاتصالية كلما ارتفع تقييم أثرها على البيئة الاتصالية الحديثة في صناعة الأخبار، كما أثبت التحليل الإحصائي عن وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمتغيرين (تقييم النواحي الشكلية، وتقييم النواحي المادية) على ارتفاع مستوى التقييم الإيجابي لواقع البيئة الاتصالية الحديثة بالقنوات الإخبارية المصرية.

وفي ضوء نتائج الدراسة ومقترحات عينة الدراسة من القائمين بالاتصال، توصلت الباحثة لمجموعة من المقترحات تمثلت فيما يلي:

- ١- إعداد دراسات تحليلية للنصوص والمحتوى الإعلامي الذي يعتمد على تقنيات الرقمية الحديثة مثل كيفية توظيف الواقع المعزز والافتراضي والمختلط في مختلف الوسائل الإعلامية الخاصة والحكومية وكذلك تقنيات الذكاء الاصطناعي وتقنيات الصور ثلاثية الأبعاد والثنائية، والرسوم المتحركة وكذلك موشن جرافيك وغيره من التقنيات الجرافيكية، حيث أن هذا التحليل لا يكون مرتكزاً على قوالب تليفزيونية محددة، حيث يتم تحليل القوالب التليفزيونية المختلفة ما بين البرامج أو الإعلانات أو الحملات الإعلانية والإعلامية أو النشرات الإخبارية وغيره والتي وظفت هذه التقنيات المختلفة، وإبراز كيفية تفاعل القائمين بالاتصال معها.
- ٢- أن يتم إعداد دراسات تحليلية للمقارنة بين توظيف القنوات المصرية سواء الحكومية أو الخاصة لهذه التقنيات الرقمية والجرافيكية في إطار مقارن مع الواقع العربي والأجنبي، مما يفيد في اكتساب معلومات عن التطور العربي والأجنبي في المجال يفيد في تقديم مقترحات تساعد على تطوير البنية الاتصالية الحديثة.
- ٣- أن يتم إعداد مقابلات متعمقة مع القائمين بالاتصال على مستوى القيادات العليا للمؤسسات التليفزيونية المصرية سواء عامة أو إخبارية، وكذلك مقابلات مع المسؤولين الحكوميين في الإعلام إلى جانب الخبراء الإعلاميين والأكاديميين للوقوف على الواقع الفعلي لتوظيف هذه التقنيات الرقمية والجرافيكية في القنوات التليفزيونية المصرية وأوقات التوظيف، والتحديات الفعلية التي تواجههم في تحقيق ذلك، ومتطلباتهم التكنولوجية والإدارية والتشريعية لتطوير الرسالة الإعلامية العامة والإخبارية في ظل توظيف هذه التقنيات الرقمية والجرافيكية.
- ٤- ضرورة تعزيز الأنشطة والبرامج التدريبية الجامعية بكليات الإعلام المختلفة الخاصة والحكومية التي تعزز من الوعي بمفهوم التقنيات الرقمية الحديثة واكتساب الطلاب المهارات الرقمية الاتصالية للتأهيل لسوق العمل الإعلامي وبالتالي يتمكنوا من بناء رسائل إعلامية متطورة ومبتكرة قادرة على التأثير في الجمهور وتراعي في ذات الوقت متطلباته وتوقعاته.

- ٥- ضرورة دراسة أي تحديات قانونية وتشريعية تظهر على الساحة الإعلامية المصرية تعيق من مستوى تقبل المجتمع المصري خاصة جمهور الإعلاميين لهذه التقنيات خاصة في ظل وجود مخاوف ومعوقات وتحديات أبرزتها الدراسة.
- ٦- إعداد دراسات ميدانية على كافة المراحل العمرية للجمهور المصري لقياس مستوى الوعي والإدراك لتقنيات الرقمية المختلفة والجغرافية وحرصه على التفاعل معها، وتفيد هذه الدراسة في تحديد أي الفئات العمرية الأكثر تفاعلاً مع هذا التطور الرقمي وأسباب ذلك التفاعل وكيفية التفاعل، حتى تستفيد منه القنوات التليفزيونية المصرية في تعزيز هذه الآليات التفاعلية وتحديثها.
- ٧- إعداد دراسة تحليلية من المستوى الثاني (Meta Analysis) بهدف تحليل التراث المصري والعربي والأجنبي المتعلق بتوظيف التقنيات الرقمية والاتصالية والجغرافية في العمل الإعلامي عامة، وهنا التركيز على صناعة التليفزيون، بهدف الوصول لاستراتيجية مبدئية تقدم للقائمين بالاتصال في الواقع الفعلي تكون بمثابة دليل إرشادي لكيفية التفاعل مع هذه التقنيات بكافة أنواعها وتعزيز توظيفها في الواقع الفعلي بالاستفادة من كافة الخبرات العلمية والنظرية التي تقدمها الدراسات المصرية والعربية والأجنبية في ذات المجال.

مراجع الدراسة

أولاً: المراجع باللغة العربية:

١. إبراهيم عبد الله خلف. تأثير المنافسة الإعلامية على مستقبل تليفزيون الدولة: دراسة استشرافية لمستقبل التليفزيون المصري في الفترة من ٢٠١٨ إلى ٢٠٣٠. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة المنيا: كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠٢٢)
٢. أحمد مجدي شفيق أحمد، "استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية للفضائيات: دراسة تحليلية لموقعي الفضائية السودانية وقناة الشروق"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، كلية علوم الاتصال، قسم الوسائط المتعددة، ٢٠١٥.
٣. آسيا إبراهيم أحمد عبده. دور تكنولوجيا الاتصال في تطوير إنتاج البرامج الإخباري للراديو دراسة تطبيقية على الإذاعة السودانية في الفترة من ٢٠١١-٢٠١٤. رسالة دكتوراه. (جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا: كلية الدراسات العليا. قسم الإذاعة، ٢٠١٥)
٤. أشرف محمد سعيد عارف. "التكنولوجيا الرقمية والاستوديو التخليفي في برامج التليفزيون بين التقنية والإبداع"، رسالة دكتوراه غير منشورة (القاهرة: جامعة حلوان، كلية الفنون الجميلة، قسم الجرافيك، ٢٠١٢)
٥. أماني رضا عبد المقصود مصطفى. التجربة الترفيهية عبر منصات خدمة الفيديو الرقمية العربية: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الثراء الإعلامي. مجلة البحوث الإعلامية. جامعة الأزهر. العدد ٥٥. الجزء الأول. أكتوبر ٢٠٢٠.
٦. أمنية عبد الرحمن أحمد. العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام الجديد ووعي الشباب بقضايا الأمن السياسي المصري. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. عدد خاص لأعمال المؤتمر الدولي العلمي الثالث والعشرين (وسائل الاتصال وقضايا الصراع في العالم). العدد ٦٠. عدد خاص لأعمال المؤتمر الدولي العلمي الثالث والعشرين (وسائل الاتصال وقضايا الصراع في العالم). يوليو/سبتمبر ٢٠١٧.
٧. أيمن رأفت إسماعيل. "العوامل المؤثرة في تصميم ودمج الرسوم ثلاثية الأبعاد في الصورة الرقمية الإعلانية المتحركة". رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة حلوان: كلية الفنون التطبيقية. قسم الفوتوغرافيا والسينما والتلفزيون، ٢٠١٠)
٨. جورج زكي آل سيدهم. دور التقنيات الجرافيكية الحديثة في تطوير البرامج التليفزيونية بالقنوات الفضائية. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون. ٢٠١٩)
٩. جولي بالانت، ترجمة خالد العامري، التحليل الإحصائي باستخدام برامج "Spss"، ط٢، (القاهرة: دار الفاروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦).
١٠. الرحاوى، أحمد حسنى. "الاتجاهات الحديثة للتصميم الداخلي لخلفية مناظر البرامج الاخبارية بالتليفزيون المصري باستخدام أحدث أساليب التكنولوجيا الحديثة"، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: جامعة حلوان، كلية الفنون التطبيقية، قسم التصميم الداخلي والأثاث، 2009)
١١. رنا محسن عبد العزيز. استخدام التقنيات الثلاثية الأبعاد لتنفيذ أفلام المستقبل في الولايات المتحدة الأمريكية منذ بداية القرن الواحد والعشرين. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة حلوان: كلية الفنون الجميلة. قسم الجرافيك، ٢٠١٧)
١٢. سامي طابع، بحوث الإعلام، ط١ (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠١).
١٣. سعد بن محارب المحارب. الإعلام الجديد في السعودية: دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة، (الكويت: دار جداول للنشر والتوزيع، ٢٠١١).
١٤. طارق عبد الرؤوف مرعي. متطلبات التحول الرقمي في المؤسسات الصحفية المصرية: دراسة ميدانية على عينة من الخبراء والقيادات الصحفية. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الصحافة، ٢٠٢٢).
١٥. عاطف عدلي العبد. تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية. (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٢).
١٦. عبدالهادي أحمد النجار، "العوامل المؤثرة على قارئ الصحافة الإلكترونية في مصر دراسة تحليلية ميدانية"، مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق، ديسمبر ٢٠١٢.

١٧. علا عبد القوي عامر محمد. تقييم خبراء الإعلام لمستقبل القائم بالاتصال عبر الإعلام الرقمي. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. المجلد ١٨. العدد ٢. إبريل ٢٠١٩.
١٨. على جمال علي خليفة. السياسة التحريرية للمؤسسات الإعلامية ذات المنصات المتعددة: دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام، ٢٠٢١).
١٩. عماد الدين ربيع أحمد. استخدامات القائم بالاتصال في البرامج الحوارية لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على معالجة القضايا المجتمعية: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٢٠).
٢٠. عيسى عبد الباقي موسى. التحولات في بيئة الاتصال الرقمي وعلاقتها بإدراك القائمين بالاتصال في الصحافة العربية لأدوارهم الوظيفية والمهنية: دراسة على عينة من الصحفيين المصريين والسعوديين. حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية. ٢٠٢٠. متاح عبر الرابط التالي: <http://www.pubcouncil.kuniv.edu.kw/aass/homear.aspx?id=8&Root=yes&authid#1405>
٢١. فاضل عبد الحسن هاشم. الاندماج الإعلامي وانعكاسه على إنتاج واستهلاك الأخبار في القنوات التلفزيونية العاملة في العراق. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام، ٢٠٢٢).
٢٢. فاطمة الزهراء عماري. استخدام القنوات التلفزيونية الإخبارية لتفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي: حالة الفيس بوك: دراسة مسحية لعينة من صفحات "الفيس بوك" لفتاتي بي بي سي وفرانس ٢٤. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام. قسم علوم الإعلام والاتصال، ٢٠١٢).
٢٣. فاطمة ناصر صالح. التخطيط الاستراتيجي ودوره في إدارة المؤسسات الإعلامية المحلية والدولية ومدى تأثيره على الرأي العام: دراسة وصفية مقارنة. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الآداب. شعبة الاتصال والإعلام، ٢٠٢٢).
٢٤. فاطمة ناصر صالح. التخطيط الاستراتيجي ودوره في إدارة المؤسسات الإعلامية المحلية والدولية ومدى تأثيره على الرأي العام: دراسة وصفية مقارنة. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الآداب. شعبة الاتصال والإعلام، ٢٠٢٢).
٢٥. كاظم مؤنس. اعتماد الجمهور في مملكة البحرين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء تفشي جائحة كوفيد-١٩. مجلة البحوث الإعلامية. كلية الإعلام. جامعة الأزهر. العدد ٦١. الجزء الرابع. إبريل ٢٠٢٢.
٢٦. لبنى جودة عبد العزيز. إطار مقترح لدور الابتكار في تحسين الإنتاجية: دراسة ميدانية على قطاع الزراعة في مصر. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية التجارة، قسم إدارة الأعمال، ٢٠٢٢).
٢٧. لمياء فتحي صابر أبو النجا. جودة الصورة الرقمية المنتجة في التلفزيون المصري بين الواقع والمأمول. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية. الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية. العدد ١٢. أكتوبر ٢٠١٨.
٢٨. مالك رحاب محمود العزة. استخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة وتأثيرها على زيادة متابعة مشاهدة البرامج الإخبارية في التلفزيون الأردني. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة الشرق الأوسط: كلية الإعلام، ٢٠١٧).
٢٩. مجدي محمد عبد الجواد الداغر. دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في مصر بعد ثورة يناير ٢٠١١-٢٠١٣م (مواقع التواصل الاجتماعي نموذجاً). المجلة المصرية لبحوث الإعلام. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد ٥٢. يوليو/سبتمبر ٢٠١٥.
٣٠. محمد أحمد إبراهيم محمد. تأثير التقنيات الحديثة للمنتج على إدراك المشاهدين للبرامج التلفزيونية: دراسة تجريبية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام، ٢٠٢٢).
٣١. محمد بدري عبد الوهاب. تأثير القائم بالاتصال في جودة المحتوى الفعال للمواقع الإلكترونية العربية: دراسة تطبيقية على الموقع الإلكتروني. الجزيرة نت. رسالة دكتوراه. جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية. كلية الدراسات العليا. السودان. ٢٠١٩.
٣٢. محمد بن علي بن محمد السويد، "استخدامات الشباب السعودي لموقع التواصل الاجتماعي تويتر وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية: دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعات الحكومية والخاصة في مدينة الرياض"، بحث مقدم في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعية للتطبيقات والإشكالات المهنية، كلية

- الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ٢٠١٥. متاح على <https://units.imamu.edu.sa/Conferences/smumc/Documents/%D8%AF%20%D9%85%D8%AD%D9%85%D8%AF%20%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D9%8A%D8%AF.pdf>
٣٣. محمد حسام الدين إسماعيل. اندماج المحلي بالعملة في الإعلام العربي: دراسة لحراس البوابة في المواقع العربية لمؤسسات الإعلام الدولية وشبه الدولية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. المجلد الثاني عشر. العدد الثالث. يوليتم سبتمبر ٢٠١٣.
٣٤. محمد عبد الحميد. البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. (القاهرة: عالم الكتب. ١٩٩٧).
٣٥. محمد عطية عبد الجميل. التصميم الجرافيكي المطبوع بين القيم الروحية والمادية. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة المنيا: كلية الفنون الجميلة. قسم الجرافيك، ٢٠١٥)
٣٦. محمد فتحي عبد السميع. إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة حلوان: كلية الآداب. قسم الإعلام. ٢٠١٩).
٣٧. محمد ناصر عبد الرحمن سالم. دور التقنيات الحديثة في تطوير وإعداد البرامج التلفزيونية والإذاعية بدولة الكويت: دراسة تطبيقية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام. ٢٠٢٢)
٣٨. مصطفى حميد الطائي. معايير الجودة والابتكار في الإنتاج التلفزيوني: دراسة ميدانية على عينة من المتخصصين والعاملين في الإعلام بدولة الإمارات ٢٠١٨-٢٠١٩. مجلة الباحث العلمي. جامعة بغداد. العدد ٤٢. ٢٠١٩.
٣٩. معتز أحمد عبد الفتاح عبد الحميد. تأثير التطورات التكنولوجية في دعم تجارب المشروعات الإعلامية المحلية على شبكة الإنترنت ومدى قدرتها على منافسة المواقع الإخبارية الرئيسية. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الصحافة، ٢٠٢٠)
٤٠. مياسر وليد سماو. تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي: دراسة ميدانية على القائم بالاتصال. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية. المركز القومي للبحوث. فلسطين. غزة. المجلد ٦. العدد ٥. ٢٠٢٢.
٤١. ناصر نافع البراق. الصحافة السعودية الإلكترونية: دراسة تحليلية للعلاقة التفاعلية مع القراء. المجلة المصرية لبحوث الإعلام. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد السابع والأربعون. إبريل- يونيو ٢٠١٤.
٤٢. نعيمة برنيس. تطبيقات الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية. مجلة العلوم الإنسانية. جامعة منتوري قسنطينة. الجزائر. العدد ٤٧. ٢٠١٧.
٤٣. نورهان إبراهيم. العوامل المرتبطة بالأداء المهني لمرسلي البرامج الرياضية بالقنوات الرياضية الفضائية المتخصصة. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة حلوان: كلية التربية الرياضية، قسم الإدارة الرياضية والترويج. ٢٠٢٠)
٤٤. نورهان نبيل محمد رشاد. المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الإعلامية عبر مواقعها الإلكترونية وتأثيرها على الرأي العام: دراسة تطبيقية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام، ٢٠٢٢).
٤٥. نيفين محمد أحمد الرفاعي. "المزج بين الرسوم المتحركة و التصوير الحي في الأفلام الإعلانية الدرامي . رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة : جامعة حلوان، كلية الفنون التطبيقية، قسم الإعلان ، ٢٠٠٥)
٤٦. هاجر محمود أبو الخير السيد. أساليب الإخراج الحديثة في دراما الخيال العلمي المصرية والأجنبية: دراسة تحليلية. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام. ٢٠٢٣.
٤٧. هالة أبو الفتاح علي. فاعلية الصورة الرقمية في تصميم الملصق الإرشادي الموجه للشباب بمصر. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة حلوان: كلية التربية الفنية. قسم التصميمات الزخرفية. ٢٠١٢).
٤٨. هبة ربيع رجب. الأبعاد التنظيمية والإدارية في المواقع الإخبارية المصرية وعلاقتها بالمضمون الإخباري: دراسة مسحية. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم علوم الإتصال والإعلام، ٢٠١٦)
٤٩. هبة شاهين. وسائل الاتصال في مصر: النشأة والتطور وآفاق المستقبل: سلسلة اتجاهات حديثة في الإعلام. ط١. (القاهرة: دار العالم العربي. ٢٠١١)

ثانياً: المراجع باللغة الإنجليزية:

١. Ahmed Abd Alazim. Technological Innovation in Modern Digital Television Image. *Journal of Architecture, Arts and Humanities. The Arab Society for Islamic Civilization and Arts*. No 22. 2020.
٢. Eileen C. Teves, "Breaking television News :Is social media coverage you can count on? ,**PhD** , University of the Incarnate Word ,2016 Available at.. http://athenaeum.uw.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1020&context=uiw_etds
٣. Ellies,. **Digital Television Flexibility** :A survey of Australian With Disability. 2014
٤. Mei –Hua Cheng ,Yi-Chen Wu, Ming – Chihchen ,Television meets Face book :The correlation between TV ratings and Social Media” ,**American Journal Of Industrial and business Management** ,6-2016, https://file.scirp.org/pdf/AJIBM_2016032513291040.pdf
٥. Helmond, A. (2015). The platformization of the web: Making web data platform ready. **Social media+ society**, 1(2),..
٦. Li, N. S. (2013). **Gratification obtained from television shows on Internet TV and conventional TV**.
٧. Spencer H.Harrison ,Karyn Dossinger, Pliable Guidance :A multilevel Model of curiosity ,feedback Seeking and ,Feedback Giving in Creative Work .**ACAD Manage J.** ,Vol.(60), no.(6).December 2017. Available at. <http://amj.aom.org/content/60/6/2051.full.pdf+html>
٨. Yun, Haejung; Choi, Chris SeoYun; and Lee, Choong C., "Testing the Task-Media Fit: The Effects of Task Equivocality on Social Presence of Mobile Video-Mediated Communication" (2009). **AMCIS 2009 Proceedings**. 645.Available at <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1633&context=amcis2009> .
٩. Beverly Wright,Paul H.Schweger,Naveen Donthu,,"Application of Media Richness Theory To Data Collection “,**The Journal Of Applied Business Research**.Vol.24,No,1,First quarter 2008.
١٠. Ishii, K. Lyons, M. Carr, S. (2019). "Revisiting Media Richness theory for today and future" pp (124-131), **Available at wileyonlinelibrary**. com/journal/hbe2 DOI:10. 1002/hbe2.
١١. Stephen J.Kuyath,Susan.J.Winter. Distance Education Communications: The social presence and media richness of instant messaging ,**Journal of Aasynchronous Learning** ,Vol.(10). 1/12/2006.
١٢. Spencer H.Harrison ,Karyn Dossinger, Pliable Guidance :A multilevel Model of curiosity ,feedback Seeking and ,Feedback Giving in Creative Work .**ACAD Manage J.** ,Vol.(60), no.(6).December 2017. Available at. <http://amj.aom.org/content/60/6/2051.full.pdf+html>
١٣. Yun, Haejung; Choi, Chris SeoYun; and Lee, Choong C., "Testing the Task-Media Fit: The Effects of Task Equivocality on Social Presence of Mobile Video-Mediated Communication" (2009). **AMCIS 2009** .2 ,Available at <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1633&context=amcis2009>
١٤. Debashish Mandal ,Robert JMC Queen ,”Extending Media Richness Theory To Explain Social Media Adoption By Micro businesses”, **Journal Te Kura Kete Aronui** , Vol.5. 2013.

- 10 Gilman Stuart, C. MD MPH., & Turner, Jeanine, W., "Media Richness and Social Information Processing : Rationale for Multifocal Continuing Medical Education Activities", **Journal of Continuing Education in The Health Professions**, vol.21, No.3. Summer 2001. Available at : http://journals.lww.com/jcehp/Citation/2001/21030/Media_richness_and_social_information_processing.2.aspx
- 11 Alan R. Dennis , Susan Y. Kinney "Testing Media Richness Theory in the New Media: The Effects of Cues , Feedback and Task Equivocality", **Information Systems Research** , Vol.9., No.3 September 1998.
- 12 Robert F. Otondo et.al., "The Complexity Of Richness : Media Richness : **Media , Massage , And Communication Outcomes, Information & Management** , Vol.45, No.1, 2008 .available at . https://libres.uncg.edu/ir/uncg/f/P_Palvia_Complexity_2008.pdf
- 13 Dan O. Hare, Gustav W. Friedrich, Lynda Dixon Shaver , " **Strategic Communication In Business And The Profession**", Boston : Houghton Mifflin 1998.
- 14 Alan R. Dennis, Josephs, Valacich, Cheri Speier, Michael G. Morris, "Beyond Media Richness: An Empirical Test of Media Synchronicity theory ", **HICSS, 98 Proceedings of The Thirty First Annual Hawaii International Conference On System Sciences** – Vol.1, January 1998.
- 15 Joseph Schmitz, Janet Fulk, "Organizational Colleagues, Media Richness, And Electronic Mail, **A Test of the Social Influence Model of Technology Use Communication Research** , Vol.(18), No.(4), August, 1991. Available at . <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/009365091018004003#articleCitationDownloadContainer>
- 16 Kilsoouh. "Impact of communication medium on task performance and satisfaction : an examination of media richness theory " , **Information & Management** , Vol.35, no.5, 1999, Available at . <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378720698000974#!>
- 17 Nic Newman. Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2022. **DIGITAL NEWS PROJECT**. 2022
- 18 Carlos Lopezosa. Lluís Codina. Ariadna Fernández-Planells. Pere Freixa. **JOURNALISTIC INNOVATION: HOW NEW FORMATS OF DIGITAL JOURNALISM ARE PERCEIVED IN THE ACADEMIC LITERATURE**. Sage Journals. 2021. Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/14648849211033434>
- 19 Raghieri, Marco, (2019). **Long-form journalism and archives in the digital landscape** King's College (United Kingdom). University of London.
- 20 . What is Valuable Journalism? Three Key Experiences and [Irene Costera Meijer](#) Their Challenges for Journalism Scholars and Practitioners. **Digital Journalism**. Taylor & Francis online. Vol 10. Issue 2. 2022.
- 21 Gregory Perreault. Patrick Ferrucci. What Is Digital Journalism? Defining the Practice and Role of the Digital Journalist. **Journalistic Role Conception and Technological Innovation**. **Digital Journalism** 8. No (10). 2020.

- Ahn,S.J. (2015) .Incorporating Immersive Virtual Environments in Health .٢٨
Promotion Campaigns: Aconstrucual Level Theory approacj . **Health
Communication** , 30 (6).
- Lazard , A., & Atkinson, L. (2016). Putting Environmental Infographics .٢٩
CenterStage: The Role of Visuals at the Elaboration Likelihood Model’s Critical
Point of Persuasion. **Science communication**, Vol (37)1
- Jingfei Lin (Jade), 2017, **Virtual reality and Immersive Media, Phase 2 Paper**, .٣٠
Data Visualization in the Community.
- Tanja Aitamurto, L.A-F. (2020). Examining augmented reality in journalism .٣١
Presence, Knowledge gain. and perceived visual authenticity, **New Media &
Society**.
- Graham Thomas."Virtual Graphics for Broadcast Production", **Advances in** .٣٢
Computers, Vol. 82, 2011.
- Wang Hua."Virtual studio virtual scene generation system design and .٣٣
implementation", **Master thesis**, Southwest Jiaotong University, Chengdu, China,
2007
- Jae Yeol Lee, Dong Woo Seo and Gue Won Rhee, Tangible authoring of 3D .٣٤
virtual scenes in dynamic augmented reality environment, **Computers in
Industry**. Vol 62 (2011).
- Tommi Tykkälä, Andrew I. Comport, Joni-Kristian Kämäräinen, Hannu .٣٥
Hartikainen." Live RGB-D camera tracking for television production studios"
Journal of Visual Communication and Image Representation, Volume 25,
Issue 1, January 2014 .
- Mingting Fu. "Virtual studio production system resources Research and .٣٦
Implementation" **Master thesis**, Huazhong Normal University, Wuhan, China,
2009.