



توظيف مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر في اعداد النشرات الإخبارية

دراسة تحليلية على عينة من نشرات قناة الشروق نيوز الجزائرية

Employing social networking sites as a source in preparing news bulletins

سمراء برييع*¹، نوال فراحتية²

¹ جامعة قاصدي مرباح (ورقلة)، مخبر جودة البرامج الخاصة في التربية والتعليم المكيف manosamra72@yahoo.fr

² جامعة الجزائر 3 (الجزائر)، nawelf003@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2023/03/31

تاريخ القبول: 2023/03/01

تاريخ الاستلام: 2022/10/02

DOI: 10.53284/2120-010-001-013

ملخص

تعد النشرات الإخبارية أساس القنوات الإخبارية وهي الوسيلة التي يتعرف من خلالها الجمهور على الأحداث الجارية وهذه الدراسة تهدف إلى معرفة مصادر التي تعتمد قناة الشروق نيوز الجزائرية في إنتاج نشراتها الإخبارية وأولوياتها في بناء وصناعة الأخبار، بحيث اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي باستخدام تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات على عينة من النشرات الإخبارية للقناة محل الدراسة، فتوصلت الى نتائج أبرزها أن القناة تركز على المواضيع السياسية والاقتصادية وتعتمد في مصادرها على مراسليها بالدرجة الأولى ولعلى مواقع التواصل الاجتماعي هي الأخرى أصبحت مصدرا تستقي منه الخبر كونه المنافس القوي، ولعلى القناة تعمل في ظل سياسة إعلامية شبيهة بالقنوات العمومية ذات الطابع الكلاسيكي.

كلمات مفتاحية: القناة التلفزيونية، مواقع التواصل الاجتماعي، الخبر، النشرة الإخبارية

Abstract:

News releases are the basis of news channels, and they are the means through which the public learns about current events. This study aims to know the sources that the Algerian Echourouk News channel relies on in producing its news bulletins and its priorities in building and making news, so that the study relied on the analytical approach using content analysis as a tool. To collect data on a sample of the news releases of the channel under study, it reached results, the most prominent of which is that the channel focuses on political and economic issues and relies for its sources on its correspondents in the first place, and on social networking sites is also a source from which to draw the news as it is a strong competitor, and that the channel works under the policy of Media similar to the public channels of a classic character.

Keywords: TV channel, social networking sites, newsletter



1. مقدمة:

تحتل القنوات التلفزيونية المراتب الأولى في ظل التطور التكنولوجي من حيث التأثير، ولا زالت تحافظ على مكانتها رغم المنافسة التي تفرضها وسائل الأخرى كالإنترنت مثلا، التي خلقت عالما افتراضيا بما في ذلك مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية... وما إلى ذلك. وهذا العالم الافتراضي الذي فرض نفسه على المجتمعات أصبح حتمية تكنولوجية تزامن الأفراد والمجتمعات في كل مكان وزمان. بحيث يسعى لمعرفة كل ما يدور من حوله، فيعتمد بذلك أي وسيلة كانت لتقصي الحقائق والأخبار. فالنشرة الإخبارية فهي موجهة للجمهور بكل أطرافه.

تعد معايير بناء واعداد النشرة الاخبارية ركيزة أساسية في القناة التلفزيونية الإخبارية، ونتيجة لذلك لفتت أنظار الباحثين والمهتمين بهذا المجال، وسعوا إلى دراستها والكشف عنها بحيث شكلت القنوات التلفزيونية منذ نشأتها وحتى اليوم هي قنوات للإعلام والإخبار.. والأمر الذي جعلها تقع في دائرة اهتمام الجمهور الذي بات يخصص من وقته ساعات طويلة لتلقي المضامين الإعلامية. فالقنوات الإخبارية أصبح لها دور فعال وأساسي في التأثير على حياة الناس الخاصة، بعد ظهورها وانتشارها بشكل واسع. وتحتل القنوات التلفزيونية الجزائرية والاعلامية على وجه الخصوص مكانة مهمة بين وسائل الاعلام في عصرنا هذا حيث أصبحت من بين وسائل الاعلام التي احتلت الريادة في هذا المجال كونها أكثر الوسائل استقطابا للجمهور من خلال استخدام تقنيات الصوت والصورة.

الإشكالية:

يعد الاعلام الاخباري أحد أشكال الاعلام التي تركز عليها المؤسسة الإعلامية الإخبارية في صناعة الأخبار بصفة خاصة، لأن القنوات الإخبارية تزداد أهمية بتزايد أهمية الخبر، وفي ظل التطور الهائل في التقنيات الجديدة أصبحت النشرات الإخبارية أهم مكون الشبكة البرمجية لأي قناة إخبارية ومن البرامج التي تحظى باهتمام الجمهور، مما تتطلب طاقما إعلاميا كبيرا، من أجل إعدادها ونتاجها بشكل متكامل من جميع الجوانب، فإن القناة الإخبارية تخضع إلى أجندة معينة تراعي فيها التطور التكنولوجي كما تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي ووسائط الاعلام الجديدة توأكب بها العصر في صناعة هذا المحتوى الإعلامي لتحقيق هدفها المتمثل في جذب أكبر عدد ممكن من الجمهور، ومن بين القنوات الجزائرية الخاصة التي تعني بالكثير وتعتبر تجربة فنية في الاعلام الخاص قناة الشروق نيوز التي تمكنت من اكتساح الساحة الإعلامية الجزائرية ومدى توظيفها لمواقع التواصل الاجتماعي في اعدادها للنشرات الإخبارية ، وتأتي هذه الدراسة كمحاولة بحثية تسعى للتعرف على مدى توظيف مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لإعداد النشرات الإخبارية ومن هذا المنطلق نطرح التساؤل التالي:

— كيف توظف قناة الشروق نيوز مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر في اعداد النشرات إخبارية؟

2. أهمية الدراسة:

— إن الأخبار تعد المنطلق الرئيسي الذي يعتمد عليه الفنون الصحفية الأخرى في تغطيتها وتحليلها فهي أساس نشرات الأخبار وعنصرها الأول، واعدادها بات له أهمية كبيرة في الإعلام الفضائي المسموع والمقروء والمرئي في دول العالم المتقدمة والعديد من الدول النامية لأنها تشكل محور المنافسة بين وسائل الاعلام لتحقيق الأهداف المرجوة وعليه نجد أهمية الدراسة التي تكمن في أهمية الموضوع في حد ذاته لأنه يبحث في عملية صناعة الخبر في قناة الشروق نيوز التي تعتبر تجربة إعلامية فنية تعيشها الجزائر في وقتنا الراهن وكيفية مواكبة عصر وسائط الاعلام الجديدة وترتيب أولويتها إزاء القضايا من خلال الطريقة التي تبني بها الأخبار.



3. اهداف الدراسة:

- معرفة مدى توظيف مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد على القناة في اعداد الاخبار في النشرات الإخبارية.
- تحديد القيم الإخبارية التي تعتمد على قناة الشروق نيوز في انتقاء اخبارها .
- تحديد التقنيات التي تعتمد على القناة في إخراجها الفني للأخبار.

4. تحديد مصطلحات الدراسة:

القناة الفضائية: هي مد الحدود الاتصالية إلى ما وراء الحدود الجغرافية والسياسية فيصرف النظر عن الظروف المكانية والعوائق الطبيعية وبعد المسافات. (عبد الباسط، 2012، صفحة 47).

وتعرف أيضا على أنها مرور الكتروني لنقل برامج التلفزيون، عادة ما يشار إلى القناة برقم على جهاز الاستقبال، حتى يتسنى للمشاهد معرفة رقم القناة التي تذيع البرنامج الذي يود مشاهدته. (زكي، دسن، صفحة 36)

الخبر: يعرف الخبر على أنه: الوصف الدقيق والصادق للحادثة أو الواقعة أو الفكرة التي ترتبط بمصالح الناس وتثير اهتمامهم. (شعبان، 2011، صفحة 86).

النشرة الإخبارية: هي عبارة عن مجموعة أخبار متنوعة ومهمة تقدم للمستمع أو المشاهد خلال فترة زمنية معينة ولها مواعيد ثابتة يوميا على خريطة المحطة الاذاعية والتلفزيونية.. (الخليفي، 2005، صفحة 119).

مواقع التواصل الاجتماعي: هي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية، والرسائل الخاصة، والبريد الإلكتروني، بإنشاء صفحات خاصة للمستخدمين من مؤسسات إعلامية وشركات وأفراد لنشر مختلف أنواع المحتوى الإلكتروني الذي ترغب في نشره. (الشمالية، 2015، صفحة 33).

5. نوع الدراسة ومنهجها:

عند القيام بأي دراسة علمية، لابد من إتباع منهج معين يتناسب وطبيعة الدراسة، تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات التحليلية الميدانية ذلك أنها تستهدف وصف وتحليل النشرات الاخبارية لقناة الشروق الاخبارية الجزائرية، وباعتبار أن الدراسة تنصب على مضمون اعلامي اخباري، فالمنهج التحليل هو الأنسب حيث يساعد من خلال إسهامه في تقديم معلومات حول توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في اعداد النشرات الاخبارية من خلال قناة الشروق الإخبارية، اعتمدت الدراسة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، حيث تعتبر أداة فعالة في فهم ودراسة المحتوى الإعلامي.

*يشمل تحليل المضمون على عدة عناصر لوضعه في صورة كمية من خلال فئات التحليل صعب تحديدها بدقة وذلك حسب فئاته وعليه خلصت دراستنا إلى الاعتماد على الفئات التحليلية التالية:

فئات التحليل: يعتمد تحليل المضمون في دقته على تصنيف المادة حسب مضمونها، ذلك التصنيف الذي يسهم إسهاما مهما في التحليل، وتكون الفئات محددة تحديدا واضحا وتنقسم إلى:

1.5 فئات الشكل: هي تلك الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للمادة الإعلامية المراد دراستها وعادة ما نحاول الإجابة على

السؤال: كيف قيل؟

-أحد ركائز تحليل المضمون فالشكل الذي يقدم به المضمون إلى الجمهور من خلال مختلف قنوات الاتصال ووسائل الإعلامية المختلفة ومن بين فئات الشكل نذكر:



فئة القوالب الصحفية

فئة طبيعة الصورة.

فئة الألوان.

فئة الإخراج الفني (المؤثرات الصوتية)

فئة اللقطات.

2.5 فئات المضمون:

ويتمثل في تقسيم أجزاء المضمون المراد تحليله إلى أجزاء ذات سمات وصفات مشتركة، ويعتمد تحليل المحتوى على فئات المضمون لأن يعد من الأدوات الملزمة والتي يمكن تكييفها، وتفيد هذه الفئات في الكشف عن مراكز الاهتمام في المحتوى وتجب عن السؤال: ماذا قيل؟، وتمثلت فئات المضمون المراد دراسته في الفئات التالية:

فئة موضوع الخبر.

فئة القيم الخبرية.

فئة مصدر المادة الإعلامية (الخبر) "المصدر هنا يقصد بمصدر الخبر الصحفي الإشارة إلى الأداة أو الأدوات التي تحصل من خلالها صحيفة الخبر" (خوخة، 2007، صفحة 18).

مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع البحث هو المجتمع الأصلي والكلبي للدراسة، فالعينة تعرف على أنها عبارة عن عدد محدود من المفردات التي يتعامل معها الباحث منهجياً. (عبد الحميد، 2000، صفحة 133).

يتمثل مجتمع الدراسة في النشرات الإخبارية في قناة الشروق news الذي تم سحب عينة منه قوامها 6 أعداد من النشرة الرئيسية المقدمة التي جرى عرضها، انطلاقاً من مارس 2019 إلى غاية ماي 2019 وتم سحب هذه العينة بطريقة عشوائية.

جدول عينة الدراسة:

النشرة محل الدراسة	تاريخ النشرة
1	18 مارس 2019
2	24 مارس 2019
3	23 أبريل 2019
4	28 أبريل 2019
5	2 ماي 2019
6	5 ماي 2019

6. نظرية الدراسة:

تعتمد الدراسة على نظرية الحتمية التكنولوجية، وهي نظرية تركز على الوسيلة والرسالة الإعلامية، ولذلك فوسائل الاعلام تركز على الرسالة وكيفية اعدادها وماهي المصار التي تعتمد لها لصناعة محتواها الإعلامي.



تعود هذه النظرية إلى اسهامات ماكلوهان إذ يرى أن تكنولوجيا الاتصال هي الأساس في تغيير التحولات التاريخية في المجتمعات فقد اعتبر ماكلوهان أن الوسيلة هي الرسالة، فوجود الهاتف غير من العلاقات الاجتماعية التي أصبحت متباعدة بغض النظر عن فحوى الكلام الذي يخوض فيه المتحدثون مثلاً وقسم ماكلوهان وسائل الاعلام إلى باردة وساخنة، تعود هذه النظرية إلى الستينات من القرن العشرين أين ربطت بين الرسالة والوسيلة الإعلامية، وقد ركزت هذه النظرية على أهمية ودور الوسيلة في تحديد نوعية الاتصال وتأثيره، حيث يرى ماكلوهان أن الوسيلة هي الرسالة فلا يمكن لنا فهم الرسالة الإعلامية إن لم تكن الوسيلة التي بثت عبرها هذه الرسالة واضحة ومتطورة. (عزي، 2011، الصفحات 33-34).

ومن خلال تلك الوسيلة أو الأداة التكنولوجية الحديثة (وسائط الاعلام الجديدة) التي فرضها التطور التكنولوجي والتي أصبحت تتحكم بشكل أو بآخر في الخبر من خلال الوسائط الجديدة ومواقع التواصل الاجتماعي. وإن التطور التكنولوجي الذي شهدته وسائل الاعلام مع ظهور الأنترنت جعلت من نظرية الحتمية التكنولوجية لا سيما ما تعلق منها بالفرضية القائلة أن الوسيلة هي الرسالة، أي أن طبيعة كل وسيلة وليس مضمونها هو الأساس، وبالفعل هذا ما أكدته لنا البيئة الاعلامية الجديدة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي. فبظهور الأنترنت التي أنجبت لنا وسائط جديدة ومواقع التواصل التي أصبحت هي الأخرى تتسابق للحصول على المعلومة وبثها في زمن حدوث الواقعة أين أصبح نشر الخبر مرتبط ارتباطاً وثيقاً بمدى استخدام هذه الوسائل التكنولوجية الحديثة، حيث أنه كلما كانت هذه الأخيرة مستعملة لقوة في بث الرسالة كلما كانت الرسالة واضحة ومثيرة ومقنعة.

7. انتاج واعداد نشرات الأخبار في التلفزيون:

الإنتاج التلفزيوني: إن عملية الإنتاج التلفزيوني تتطلب تحويل مجموعة من الأفكار إلى مجموعة من الصور والأصوات لإيصالها إلى المشاهد عبر قالب مشوق بغية التأثير فيه والتفاعل معه، وتحتاج هذه العملية إلى خبرات فنية وإدارية، وفي عملية إنتاج الخبر التلفزيوني عند اعداد النشرة هناك تقاليد ثابتة تمكن من سرعة الإنجاز في العملية الإخبارية مع وضوح الهدف المتمثل في نقل صورة واضحة عما يحدث في مختلف المناطق الجغرافية (البدراي، 2022، صفحة 25).

تعريف النشرة الإخبارية: نشرة الأخبار هي الوعاء الذي يصب فيه الصحفي إنتاجه، وهو المنبع الذي يستمد منه المشاهد المعلومات والأخبار عما يدور حوله سواء في وطنه أو في العالم (عبد النبي، 2014، صفحة 57).

تعد النشرة الإخبارية من أول أشكال البرامج فأولوياتها ترجع إلى أنها تمد الجمهور يوميا لعدة مرات في اليوم بأخبار أهم الأحداث الجارية لذلك تعرف على أنها تلك البرامج التي تهدف إلى الإخبار عما يحدث على مستوى المجتمع المحلي وعلى مستوى الوطن وعلى مستوى العالم. (المجيد، 2015، صفحة 30).

8. مكونات النشرة الإخبارية: تضم النشرة عادة عدة أجزاء نذكر منها: (عبد النبي، 2014، الصفحات 61-62).

- عناوين الاخبار: و هو الاستعراض السريع للمواضيع التي يعتبرها معدو النشرة أنها رئيسية وتحظى بالاهتمام الأكبر لدى المشاهدين.

- الموضوع الرئيسي: و هو الموضوع الذي يتصدر النشرة فور انتهاء العناوين وبداية فقرات النشرة.

- باقي موضوعات النشرة: وهي أخبار يعتقد القائمون على إعداد النشرة أنها مهمة لكن أقل أهمية لدى المشاهدين.

- اللقاءات الحية: وهي حوارات قصيرة مركزة يجريها مقدم النشرة على الهواء مباشرة إما مع المرسلين أو ضيوف آخرين، من أجل توضيح أو تحليل تفاصيل الأخبار.



-اللقاءات المسجلة : وهي حوارات قصيرة يتم إجراؤها في نشرات سابقة ولا زالت تحتفظ بقيمتها المعلوماتية.

-النقل الحي ضمن النشرة : غالبا يصاحبه لقاء حي مع مراسل ميداني.

9. أنواع النشرات الإخبارية:

إن نشرات الأخبار التلفزيونية تحتاج إلى تضافر الجهود من تغطية واعداد وإنتاج وتنفيذ هذا الجهد الجماعي يسعى بالدرجة الأولى إلى تقديم خدمة إخبارية تحظى باهتمام المشاهد وتغطي انشغالاته على شكل نشرات واضحة خالية من التعقيد تأخذ العديد من الأنواع منها:

1. النشرة العامة: وهي النشرة الرئيسية الموجهة إلى جميع أفراد وفئات المجتمع تتضمن أهم الأحداث العالمية والوطنية بشيء من التوازن تأخذ عدة أشكال البرامج المسائية وغيرها مثلا نشرة التاسعة في قناة الجزيرة.
2. النشرة المحلية: تركز على الأخبار الداخلية أي أهم الأحداث المحلية في الوطن.
3. النشرات المتخصصة: والتي تضم نوعا واحدا فقط من الأخبار السياسية، الرياضية، الثقافية، المجتمع، الأحوال الجوية، الصحة، أو البيئة وغيرها من النشرات الإخبارية. (حمدي و عراضة ، 2012 صفحة 22).

10. اعداد النشرة الإخبارية في التلفزيون: يختلف اعداد النشرة الإخبارية في الإذاعة عن التلفزيون بحيث تمر النشرة الإخبارية بخمس مراحل وهي:

- 1) جمع الأخبار: هي أولى مراحل اعداد النشرة، فنجدها معقدة بعض الشيء بحيث يجتمع رؤساء التحرير ومديرو الإنتاج في اجتماع تخطيطي لدراسة نوعية الاخبار التي يمكن بثها في النشرة.
- 2) انتقاء واختيار الأخبار: بعد الحصول على الأخبار من مصادرها الحقيقية يقوم رئيس التحرير بفرز الأخبار التي تصلح للبث ما يؤخذ منها وما يحذف والوقت الذي يستغرقه. (الفتاح، 2013، الصفحات 49-50).
- 3) تحرير النشرة الإخبارية: صياغة الخبر في التلفزيون يجب أن تكون بلغة بسيطة وتفهم بسهولة، ويتميز أسلوب الكتابة بالإيجاز، وتغطي النقاط الأساسية التي تسمى الأسئلة الست. (البدراي ف.، 2015، صفحة 182).
- 4) تنفيذ النشرة الإخبارية: يقوم المخرج تحويل النص الخبري إلى نص تصويري وذلك بتحديد أوضاع الكاميرات وتحديد الإضاءة مع الأخذ بعين الاعتبار الوقت الذي يستغرقه كل خبر.
- 5) تقديم النشرة الإخبارية: طريقة تقديم النشرة الإخبارية تجذب الانتباه، فعلى المقدم أن يتحدث ببساطة وتلقائية وبلغة طبيعية دون التكلف وبدون أخطاء أو حركات درامية. (الفتاح، 2013، الصفحات 56-58).

11. دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء النشرات الإخبارية:

إن العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الاعلام علاقة تشاركية بحيث يكملان بعضهما البعض بانتقاء المعلومات والأفكار، وبالتالي هذه الأخيرة أثرت على القنوات الإخبارية بشكل كبير، وذلك لما توفره من معلومات وأخبار منفردة إضافة إلى عوامل أخرى متعلقة بطبيعة الخبر نفسه، فأصبحت مواقع التواصل تنافس المواقع الإخبارية ووكالات الأنباء على دورها في صناعة الخبر. فالعديد من المؤسسات الإعلامية والصحفيين يتبعون هذه المواقع بما فيها من معلومات وأفكار لما يقودهم إلى خبر أو قصة



مهمة وذلك لتساير اهتمامات الرأي العام بحيث لعبت أدوار عديدة في بناء قصص إخبارية باعتبار أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي منتشرون في كل مكان.

12. الإطار التطبيقي للدراسة:

بعد التطرق للجانب المنهجي والنظري للدراسة، نصل الآن للجانب التطبيقي الذي سنعرض فيه البيانات بعد تحليلها وجمعها لاستخلاص النتائج.

1. تفرغ وتحليل البيانات:

بعد اعتماد استمارة تحليل مضمون وتطبيقها على عينة الدراسة تم جمع البيانات وتفرغها في الجداول التالية:

الجدول 1: يمثل فئة القوالب الصحفية

النسبة المئوية	التكرار	فئة القوالب الصحفية
52.23%	35	الخبر
41.79%	28	التقرير
00%	00	التحقيق
5.97%	04	ربورناج
100%	67	المجموع

المصدر: المؤلف(ة) سمراء برييع

يمثل الجدول رقم (01): فئة القوالب الصحفية بحيث يتضح أن الخبر تصدر فئة القوالب الصحفية وذلك بنسبة 52.23%, يليه التقرير بنسبة 41,79% مقارنة بالروبورتاج الذي قدرت نسبته ب 5,97 % حسب البيانات الواردة في الجدول اتضح أن قناة الشروق نيوز تعتمد أساسا في إعداد النشرات على الخبر والتقرير كقالب من القوالب الصحفية الأكثر استخداما في نشراتها التي تقدم التفاصيل الأساسية للأحداث, وهذا ما لوحظ في جميع النشرات عينة الدراسة ويعود ذلك إلى طبيعة الأخبار السائدة التي يمر بها البلد في هذه الفترة, في حين نجد أن الروبورتاج لا يستخدم بشكل كبير لهذا لا نجد تنوع في القوالب المستخدمة في إعداد النشرات مما يجعل النشرة نمطية.

الجدول 2: يمثل فئة طبيعة الصورة المتضمنة في عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	فئة طبيعة الصورة
65%	50	فلمية
13.15%	10	ثابتة
5.26%	04	ارشيفية
00%	00	خرائط
15.78%	12	شخصيات
100%	76	المجموع

المصدر: المؤلف(ة) سمراء برييع



يبين الجدول رقم(02) فئة طبيعة الصورة والملاحظ من الجدول أن الصورة الفلمية هي التي تستخدم أكثر خلال إعداد النشرات الإخبارية مقارنة بالأنواع الأخرى من الصور, حيث قدرت نسبتها ب:65% تليها الشخصيات بنسبة 15,78%, في حين جاءت الثابتة بنسبة 13,15% وتحصلت الصورة الأرشيفية على نسبة ضئيلة قدرت ب 5,26% وصورة الخرائط منعدمة تماما من المعطيات الكمية التي تحصلت عليها فإن نشرات الأخبار التي تبث عبر قناة الشروق نيوز تعتمد بشكل كبير على الصورة الفلمية أو المتحركة وهي التي تعكس عمل شبكة المراسلين التي تملكه القناة والذي يضمن نقل الأحداث من مكان وقوعها وبشكل مباشر, ويعود استخدام القناة في عرض نشراتها على صور الشخصيات وخاصة السياسية منها والبارزة لتدعيم الأخبار خاصة ما تزامن مع الفترة الحساسة التي مست جميع ولايات الوطن و الوضع السائد في البلد أذاك خلال فترة الحراك, تأتي بعدها الصور الثابتة التي لوحظ استخدامها في بعض النشرات عينة الدراسة وذلك لتدعيم بعض الاخبار التي يصعب تغطيتها بشكل كلي والاعتماد الدولي على وجه الخصوص بإضافة إلى عدم تواجد المراسلين في عين المكان مما يصعب تغطية بعض الأحداث من مكان وقوعها. كما نجد أنها تعتمد على صور الأرشيف ولكن بنسبة ضئيلة جدا والتي يتم استعمال هذا النوع من الصور عند الضرورة فقط.

الجدول 3: يمثل فئة الألوان المستخدمة المتضمنة في عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	فئة
19.04%	20	الألوان الحارة
66.67%	70	الألوان الباردة
14.28%	15	المزيج بين الألوان الحارة والباردة
100%	105	المجموع

المصدر: المؤلف(ة) سمراء برييع

يتبين من خلال الجدول رقم(03) الذي يوضح فئة الألوان المستخدمة في النشرات الإخبارية محل التحليل أن الألوان الباردة هي أكثر استخداما في عرض النشرة لجذب انتباه المشاهد والتي قدرت نسبتها ب: 66,67% تليها نسبة الألوان الحارة والتي تحصلت على نسبة 19,04%, في حين قدرت نسبة المزيج بين الألوان الحارة والألوان الباردة ب: 14,28% والتي تعتبر الأقل من بين النسب الأخرى.

على ضوء التحليل الكمي للجدول تبرز البيانات أن قناة الشروق نيوز تركز بشكل كبير على الألوان الباردة خلال إعداد نشراتها وعلى وجه التحديد اللون الأزرق الذي يوحي بالهدوء والتنظيم والصفاء واللون الأبيض الذي يعد مصدرا لجميع الألوان وهو يوحي للبساطة والصفاء, حيث يلاحظ من خلال النشرات أن أغلب الشاشة يظهر فيها اللونين الأزرق والأبيض بدا من الخلفية مرورا إلى شريط الأخبار, تليها الألوان الحارة وذلك بتركيزها على اللون الأحمر الذي يظهر في شريط الأخبار " الهام" وهو يعبر عن الشغف والطاقة التحفيزية والقيادية والذي يعد من الألوان التي تنجذب لها عين المشاهد وبالتالي تجعله أكثر تركيزا على الشاشة مما يبعث رسائل للدماغ بالتوقف عند تنقل المشاهد بين القنوات فبمجرد رؤية المشاهد للون الاحمر يتولد له الفضول لقراءة ما هو مكتوب في الشريط, و اللون البنفسجي الذي يظهر في شريط الأخبار الخاص فقط بفقرة الأخبار الاقتصادية والذي بدوره يعطي إحساسا بالغموض والخيال والإبداع, أما المزيج بين الألوان الحارة والألوان الباردة تظهر جليا خلال عرض التقارير و



الروبورتاجات التي تعرض فيها مختلف الصور من مختلف الاماكن وبالتالي تكون فيها مزيج بين الألوان التي تعتبر شكل من أشكال الطاقة التي لها تأثير مباشر على سلوك ومزاج وأفكار المشاهد.

الجدول 4: يمثل فئة المؤثرات الصوتية المتضمنة في عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	فئة المؤثرات الصوتية
17.72%	14	موجودة
82.27%	65	غير موجودة
100%	79	المجموع

المصدر: المؤلف(ة) سمراء برييع

تبين من خلال الجدول (04) الذي يمثل فئة المؤثرات الصوتية أن نسبة استخدام المؤثرات الصوتية في النشرات الإخبارية كانت أقل من عدم تواجدها والتي قدرت نسبتها ب 17,72% في حين تحصلت غياب المؤثرات الصوتية على نسبة كبيرة والتي بلغت 82,27%.

وحسب البيانات التي يظهرها الجدول اتضح أن قناة الشروق نيوز تعتمد على المؤثرات الصوتية بشكل نسبي وذلك لإضفاء واقعية أكثر على بعض المشاهد ولتعطي مزيدا من التشويق والحاذية ولفت انتباه المشاهد، من خلال النشرات الإخبارية سواء كانت نشرات رئيسية أو محلية المختارة كعينة لتحليلها تبين أن أغلبها لم تكن مرفقة بالموسيقى عدا بداية النشرة ونهايتها وهذا لا يتعدى بضع ثواني وذلك للفت انتباه المشاهد ببداية النشرة ومعرفة أن النشرة قد انتهت بالإضافة إلى بعض التقارير و الروبورتاجات التي ترفق بموسيقى هادئة خاصة في ما تعلق بالأخبار الاقتصادية وأخبار البورصة وحتى الأخبار الثقافية والفنية.

الجدول 5: يمثل فئة اللقطات المتضمنة في عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	فئة اللقطات
34.31%	70	اللقطة القريبة
29.90%	61	اللقطة المتوسطة
35.78%	73	اللقطة البعيدة
100%	204	المجموع

المصدر: المؤلف(ة) سمراء برييع

يوضح الجدول رقم (05) أعلاه أن قناة الشروق نيوز تعتمد في نشراتها على اللقطات البعيدة وذلك بنسبة 35,78% في حين أن اللقطات القريبة تحصلت على نسبة 34,3% أما فيما يخص اللقطات المتوسطة فبلغت نسبتها 29,90%. يظهر التحليل الكمي للجدول وحسب البيانات الموضحة فيه أن اللقطات البعيدة والقريبة تمثلان نسب متقاربة ويعود سبب اعتماد قناة الشروق نيوز على اللقطات القريبة مساعدتها في توضيح الأشياء بشكل يلفت النظر أكثر إلى أشياء محددة في الكادر وذلك بالتأثير على المشاهد خاصة في ما تعلق بالأخبار السياسية والاجتماعية، أما اعتمادها على اللقطة البعيدة فيكون حسب تناول الموضوعات كما لوحظ في نشرات محل التحليل اللقطات البعيدة عند تغطية المراسلين للحراك من مختلف ولايات الوطن وظهور حشد من المواطنين الجزائريين لإبراز كل جوانب الحدث، ويعود اعتماد القناة على اللقطة المتوسطة إلى تناول المواضيع في النشرات لإبراز كل الجوانب والزوايا وهذا من خلال التوسط والتنقل بين اللقطات والتنوع فيها.



الجدول 6: يمثل فئة القيم الخبرية المتضمنة في عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	فئة القيم الخبرية
26.82%	55	الآنية
31.70%	65	الأهمية
9.70%	20	الشهرة
3.90%	08	الإثارة
7.31%	15	التأثير
18.44%	38	اهتمامات انسانية
2.42%	05	الغربة والطرافة
100%	206	المجموع

المصدر: المؤلف(ة)، سمراء بربيع

يوضح الجدول رقم (6) فئة القيم الخبرية حيث يلاحظ أن قناة الشروق نيوز تركز في النشرة الإخبارية على مجموعة من القيم لضمان مصداقية الخبر ولعل أهم قيمة هي الأهمية التي تحصلت على نسبة 31.70% تليها الآنية بنسبة 26.82%، والاهتمامات الانسانية التي قدرت نسبتها ب 18,44% مقارنة بالقيم التي تحصلت على نسب أقل من القيم السابقة حيث قدرت الشهرة ب 9.31% في حين قدر التأثير ب 07,31% والإثارة التي بلغت 3.90% بالمقارنة بالغربة والطرافة التي تحصلت على نسبة ضئيلة جدا 2.42%.

وبعد القراءة الكمية للجدول اتضح أن قيمة الأهمية هي أكبر وأهم قيمة خبرية تركز عليها النشرات الإخبارية لقناة الشروق نيوز وهذا من أجل انتقاء الأخبار وترتيبها حسب مضمونها وأهميتها وذلك من الأهم، فالمهم، ثم الأقل أهمية، لتأتي بعدها قيمة الآنية والتي تعد من المعايير والقيم الأساسية في اعداد النشرة الإخبارية وذلك فإن الجمهور يتطلع دائما لما هو جديد و آني ويفسر تركيز القناة على الاهتمامات الإنسانية لأنها تعتبر من القيم المرتبطة باختيار الأخبار وطريقة اعدادها حسب أولويات المواطن الجزائري وهذا ما له علاقة بطبيعة مختلف الأخبار سواء كانت سياسية , اقتصادية , اجتماعية وحتى ثقافية , تليها القيم الخبرية الأخرى بنسب قليلة فهي لا تعتمد عليها بشكل كبير.

الجدول 7: يمثل فئة مصدر المادة الإعلامية المتضمنة في عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	فئة القيم الخبرية
68.10%	79	مراسلين القناة
8.62%	10	مصادر رسمية
18.96%	22	شهود عيان
4.31%	05	مواقع التواصل الاجتماعي
100%	116	المجموع

المصدر: المؤلف(ة)، سمراء بربيع



يمثل الجدول رقم (07) فئة مصدر المادة الإعلامية بحيث يوضح أن قناة الشروق نيوز تعتمد في اعداد نشراتها على مصادر متعددة وذلك من شبكة مراسلين بنسبة 68.10% وشهود عيان بنسبة 18.96% بالمقارنة بالمصادر الرسمية التي بلغت نسبتها 8.62% وجات مواقع التواصل الاجتماعي كأقل نسبة مقارنة بالمصادر الأخرى وذلك بـ 4.31%. ومن خلال القراءة الكمية للجدول تبين أن القناة محل الدراسة تعتمد في مصادر الخبر على مراسليها بالدرجة الأولى سواء داخل الوطن أو خارجه وذلك من خلال تواجد المراسل القناة في عين الحدث مما يتم تغطية الحدث من كافة جوانبه ونقله بشكل مباشر، تليها شهود عيان أو التغطية المباشرة وذلك للنقل الحي ومصادقية الحدث ونقله دون تزييف، وبعدها المصادر الرسمية (وكالات الأنباء) وذلك للتحقق من مصداقية الأخبار ونزاهتها كون أن هذه الوكالات تعد من المؤسسات التي تستقي منها القنوات الاخبار والمتحكمة فيها. أما مواقع التواصل الاجتماعي فإنها أصبحت المنافس القوي لوسائل الاعلام خلقت نوعا من التحدي باعتبارها آنية في نقل الخبر وهذا مع ظهور صحافة المواطن استفادت القناة من ذلك بإنشاء روابط في صفحات وحسابات تحمل اسمها على المواقع فلا يمكن تصور قناة تلفزيونية لا تملك موقعا، فالتطور التكنولوجي حتم النشر على مواقع التواصل الاجتماعي لإيصال المنشور إلى أكبر عدد من الجماهير بشكل ناجح.

الجدول 8: يمثل فئة موضوع الخبر المتضمنة في عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	فئة موضوع الخبر
25%	23	سياسي
07.63%	07	تنموي
014.13%	13	اجتماعي
03.26%	03	تربوي
16.30%	15	اقتصادي
9.78%	09	امني
04.34%	04	ثقافي
06.52%	06	ديني
13.04%	12	رياضي
100%	92	المجموع

المصدر: المؤلف(ة)، سماء بربيع

يوضح الجدول رقم (08) الذي يمثل فئة موضوع الخبر أعلاه أن نشرات قناة الشروق نيوز تركز على الأخبار السياسية ذلك حسب تحليل النشرات الإخبارية عينة الدراسة حيث تبين أن الخبر السياسي تصدر المواضيع بنسبة 25% يليه الخبر الاقتصادي بنسبة 16,30%، في حين الخبر الاجتماعي فقدرت نسبته 14,13% والرياضي بنسبة قدرت بـ 13.04% بنسب متقاربة، بينما قدر كل من الخبر الأمني و التنموي الثقافي والديني والتربوي بنسب ضئيلة مقارنة بالمواضيع الأخرى حيث قدرت نسبة الخبر الأمني 9,79%، التنموي نسبته قدرت بـ 7.63% أما الخبر الثقافي بنسبة 4.34% والديني بـ 06,52% أما الخبر التربوي تدلى الترتيب بنسبة 3.26%.



وعلى ضوء التحليل الكمي للجدول تبين أن الخبر السياسي تصدر الترتيب وذلك راجع لخصوصية الحدث والوضع الذي مرت به البلد في فترة الحراك، وأن قناة الشروق نيوز تضع في أولوياتها الأخبار السياسية بالدرجة الأولى ثم تليها الأخبار الاقتصادية وهذا يعود لتسلسل المواضيع في النشرة الإخبارية حسب أهمية الخبر أما بقية المواضيع الأخرى بنسب متفاوتة يفسر قلة نشر الاخبار الاجتماعية حيث ان هذا النوع من الأخبار خصص له فقرة كاملة في النشرة المحلية خاصة بالأخبار الاجتماعية، أما الأخبار الدينية فتزامنت مع حلول شهر رمضان ورؤية الهلال، أما عن الموضوع التربوي فكانت الاخبار حول التحضير لشهادة التعليم الابتدائي والخبر الأمني في فترة الحراك كان الجانب الأمني في البلاد بالتخوف من دول الجوار.

2. نتائج الدراسة:

بعد تحليل لمضمون النشرات الإخبارية لقناة الشروق نيوز وصلت في الأخير إلى عدة نتائج، حيث أبانت نتائج التحليل أن:

01 - تعتمد قناة الشروق نيوز في اعداد نشراتها الإخبارية سواء الرئيسية أو المحلية على الخبر كقالب من القوالب الصحفية الأكثر استخداما والذي قدرت نسبته ب 23,52% كون أن الخبر هو الشكل الصحفي الذي يقدم وقائع جديدة عن احداث راهنة تثير اهتمام الجمهور بشكل مفصل بالإضافة الى طبيعة الاخبار السائدة التي مر بها البلد في تلك الفترة.

02 - إن النشرات الاخبارية التي تبث عبر قناة الشروق نيوز تعتمد بشكل كبير على الصورة الفلمية او المتحركة والتي بدورها تضمن نقل الاحداث والوقائع من مكان حدوثها وبشكل مباشر وهذا من خلال عمل المراسلين لتغطية الاحداث بشكل كلي.

03 - تركز قناة الشروق نيوز في اعداد نشراتها على مجموعة الالوان التي تعد مصدرا مهما وشكل من اشكال الطاقة التي لها تأثير قوي ومباشر على سلوك وافكار ومزاج المشاهد ومن بين الالوان الأكثر استخداما هي الالوان الباردة بالتحديد اللون الازرق والايض حيث قدرت نسبتها ب 66,67% التي لها القدرة على جذب الانتباه والتي تبعث في نفس المشاهد الراحة والسكينة والهدوء.

04 - لم تعتمد قناة الشروق نيوز في اعداد نشراتها الاخبارية على المؤثرات الصوتية بشكل كبير في اغلب النشرات المختارة كعينة للتحليل والتي قدرت نسبة وجودها ب 17,7% فقط وذلك لإضفاء واقعية أكثر على النشرات الاخبارية ولتعطي مزيدا من التأثير للفت انتباه المشاهد والتعايش مع الاحداث والوقائع والاستماع للأخبار المباشرة بشكل أكبر، هذا ما يفسر عدم تواجدها.

05 - احتلت كل من اللقطة القريبة واللقطة البعيدة نسب متقاربة ويعود هذا السبب الى اعتماد قناة الشروق نيوز في اعداد نشراتها الاخبارية على هذا النوع من اللقطات لمساعدتها في توضيح الاشياء بشكل يلفت النظر أكثر الى اشياء محددة في الكادر وذلك بالتأثير على المشاهد من خلال القرب بالإضافة الى ابراز كل جوانب الاحداث والوقائع باللقطات البعيدة من خلال تغطيتها بشكل كلي.

06 - برزت مجموعة من القيم الخبرية في النشرات الاخبارية المختارة كعينة للتحليل من قناة الشروق نيوز، حيث اتضح ان اهم قيمة خبرية تركز عليها القناة هي قيمة الاهمية وهذا من اجل اقتناء الاخبار وترتيبها حسب مضمونها واهميتها من المهم الى الاقل اهمية والتي بلغت نسبتها 26,82% بالإضافة الى القيم الأخرى كالأنية والاهتمامات الانسانية والاثارة والشهرة.

07 - تعتمد قناة الشروق نيوز في اعداد نشراتها الاخبارية على مراسليها بالدرجة الأولى سواء من داخل الوطن او من خارجه وذلك من خلال تواجد مراسل القناة في عين الحدث ما يتم تغطيته من كافة جوانبه ونقله بشكل مباشر بالإضافة الى المصادر



الرسمية وشهود العيان ولعل مواقع التواصل الاجتماعي هي الأخرى أصبحت مصدرا آخر تستقي منه القنوات الإخبارية الأخبار كونها أصبحت المنافس القوي لوسائل الإعلام ما جعل بروزها وتنوعها يخلق نوعا من التحدي باعتبارها آنية في نقل الخبر. 08- تمثلت أهم مواضيع الأخبار التي تركز عليها قناة الشروق نيوز في نشراتها الإخبارية في المواضيع السياسية والاقتصادية بالدرجة الأولى بحيث تضع أولوياتها للخبر السياسي والاقتصادي حيث اتضح من خلال النشرات الإخبارية المختارة كعينة للتحليل ان الخبر السياسي والاقتصادي تصدرا قائمة المواضيع وهذا راجع الى الوضع الذي كان يمر به البلد والحراك الذي مس جميع ولايات الوطن.

12. الخاتمة:

في الختام ومن خلال ما تم تقديمه حيث أن قناة الشروق نيوز في عملية انتاجها للأخبار فإنها تعتمد على أهمية وآنية الخبر لمواكبة وسائل الإعلام، ومصادر المعلومات الأخرى المنافسة لها وبالأخص مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت مصدرا من مصادر الأخبار التي قد تعتمد عليها القناة في أحد أخبارها، وذلك من خلال بعض المعايير والأولويات ، وإن هذه العملية الإخبارية ضرورية بسبب عامل السرعة الحاسم الذي تتسم به التغطية الإخبارية التي يحكمها التنافس على السبق الصحفي، وفي اختيار المواضيع وفق متطلبات الأشكال الجديدة في الإنتاج الإعلامي بالقنوات الإخبارية خصوصا، وكذا التنوع في القوالب الصحفية المقدمة وهذا لجذب اهتمام الجمهور والرأي العام ورفع نسب المشاهدة لمنافسة القنوات الإخبارية الأخرى و أضحي اعداد النشرات ضرورة أملتتها متطلبات الإنتاج الإعلامي التلفزيوني والتحول الرقمي الذي تشهده الساحة الإعلامية لذلك كان لزاما على القنوات التلفزيونية الإخبارية منها العمل على انتاج تلفزيوني يواكب الساحة العالمية لما اقتصرته الانترنت من مسافات، وما زاد من حدة المنافسة بين القنوات الإخبارية.



13 قائمة المراجع:

1. أحمد زكي، معجم مصطلحات الاعلام (القاهرة، دار الكتاب المصري، دسن).
2. الخلفي طارق سيد أحمد، الكتابة الاذاعية والتلفزيونية (مصر، دار المعرفة الجامعية، 2005).
3. شعبان خضير مصطلحات في الاعلام والاتصال (دار اللسان العربي، 2001).
4. عبد الباسط محمد ناصر، الاعلام الفضائي والهوية الثقافية (الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2012).
5. عبد النبي سليم، الاعلام التلفزيوني، الأردن دار أسامة للنشر، 2014).
6. عزي عبد الرحمان، المصطلحات الحديثة في الاعلام والاتصال، ط1 (تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2011).
7. علاوي، طالب عبد المجيد، صناعة الأخبار في القنوات الفضائية المتخصصة "ANN" ط1 (الأردن، نبلاء ناشرون وموزعون، 2015).
8. فاضل البدراني، أسس التحرير الصحفي والتلفزيوني والالكتروني (لبنان، دار الكتاب الجامعي، 2015).
9. فهمي خوخة أشرف، الصحفيون ومصادر الأخبار (مصر، دار المعرفة، 2007).
10. ماهر الشمايلة، الاعلام الرقمي الجديد، ط1، (عمان، دار الاعصار العلمي، 2015).
11. محمد الفاتح حمدي، انتاج النشرات الإخبارية التلفزيونية، ط1، (الأردن، دار أسامة للنشر، 2013).
12. محمد الفاتح حمدي، عبد القادر عراضة، انتاج النشرات الإخبارية (عمان الأردن، دار أسامة للنشر، 2012).
- 13.

References:

- Aḥmad Zakī, Mu‘jam muṣṭalaḥāt al-I‘lām (*in Arabic*), (al-Qāhirah, Dār al-Kitāb al-Miṣrī, dsn).
- Al-Khulayfī Ṭāriq Sayyid Aḥmad, al-kitābah idhā‘īyah wa-al-tilifizyūniyah (Miṣr, Dār al-Ma‘rifah al-Jāmi‘īyah, 2005).
- Sha‘bān Khuḍayr muṣṭalaḥāt fī al-I‘lām wa-al-Ittiṣāl (Dār al-lisān al-‘Arabī, 2001).
- ‘Abd al-Bāsiṭ Muḥammad Nāṣir, al-I‘lām al-faḍā’ī wa-al-huwīyah al-Thaqāfiyah (al-Iskandarīyah, Dār al-Ma‘rifah al-Jāmi‘īyah, 2012).
- ‘Abd al-Nabī Salīm, al-I‘lām al-tilifizyūnī, al-Urdun Dār Usāmah lil-Nashr, 2014).
- ‘Izzī ‘Abd al-Raḥmān, al-muṣṭalaḥāt al-ḥadīthah fī al-I‘lām wa-al-Ittiṣāl, Ṭ1 (Tūnis, al-Dār al-Mutawassiṭīyah lil-Nashr, 2011).
- ‘Allāwī, Ṭālib ‘Abd al-Majīd, ṣinā‘at al-akhbār fī al-qanawāt al-faḍā’īyah al-mutakhaṣṣiṣah "ANN" Ṭ1 (al-Urdun, Nubalā’ Nāshirūn wa-Muwazzi‘ūn, 2015).
- Fāḍil al-Badrānī, Usus al-Taḥrīr al-ṣuḥufī wa-al-tilifizyūnī wālalktrwny (Lubnān, Dār al-Kitāb al-Jāmi‘ī, 2015).
- Fahmī khwkh Ashraf, alṣḥfywn wa-maṣādir al-akhbār (Miṣr, Dār al-Ma‘rifah, 2007).
- Māhir alshmaylh, al-I‘lām al-raqmī al-jadīd, Ṭ1, (‘Ammān, Dār alā‘ṣār al-‘Ilmī, 2015).
- Muḥammad al-Fātiḥ Ḥamdī, intāj al-Nasharāt al-ikhbarīyah al-tilifizyūniyah, Ṭ1, (al-Urdun, Dār Usāmah lil-Nashr, 2013).
- Muḥammad al-Fātiḥ Ḥamdī, ‘Abd al-Qādir ‘rāḍh, intāj al-Nasharāt al-ikhbarīyah (‘Ammān al-Urdun, Dār Usāmah lil-Nashr, 2012).