

دور التقنيات الحديثة في تطوير إنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة

(دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على عينة من الجامعات السودانية)

محاضر جامعة السودان كلية علوم الاتصال

أستاذ مشارك جامعة أم درمان الأهلية
كلية الآداب قسم علوم الاتصال
أستاذ مساعد جامعة السودان
كلية علوم الاتصال

أ. محمد عثمان عمر الفكي

د. عكاشة أبو العلا حامد

د. شاذي محمود الزين

المستخلص:

هدفت الدراسة بعنوان دور التقنيات الحديثة في تطوير إنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة إلى ارتباط التقنيات الحديثة ودورها في تطوير إنتاج المواد الإعلامية المقروءة والمسموعة والمرئية والرقمية بالجامعات السودانية، وتحديد المفاهيم وأساليب إنتاج المواد الإعلامية، والتعرف على الاستخدامات الحديثة ودور التكنولوجيا في إنتاج المواد الإعلامية. وحددت الدراسة معايير تحسين الأداء الواجب إتباعها في تنفيذ عمليات الإنتاج الإعلامي، واشتملت الدراسة على خمسة فصول: الإطار المنهجي، التقنيات الحديثة في الإنتاج الإعلامي، متطلبات الإنتاج الإعلامي، طرائق صناعة المواد الإعلامية في التعليم العالي، والدراسة الميدانية. واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وأسلوب التحليل الإحصائي (الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية) لتحليل المعلومات والبيانات واحتوت الدراسة على أداة رئيسة وهي الاستبيان ثم المقابلة، والملاحظة وتم اختيار عينة من خبراء وموظفي العلاقات العامة بجامعة الخرطوم، وجامعة امدرمان الإسلامية، وجامعة الأحفاد، وجامعة القراءان الكريم والعلوم الإسلامية، وجامعة العلوم الطبية والتكنولوجيا، وكلية الإمام الهادي وجاءت الدراسة بنتائج أهمها: مواقع التواصل الاجتماعي تدعم عمليات الإنتاج الإعلامي، يتطلب إنتاج المواد الإعلامية توافر الإمكانيات المادية اللازمة وتقنيات رقمية حديثة وفريق عمل مدرب على استخدامها، اندماج التقنيات والبرامج المختلفة تساعد في تطور إنتاج المواد الإعلامية، أداء كوادرات العلاقات العامة في الجامعات السودانية تتطلب التدريب المستمر ومعرفة التعامل مع التقنيات الحديثة، العلاقات العامة تستخدم الحاسوب وتطبيقاته من برامج وتصاميم متخصصة. وبناء على النتائج خرجت الدراسة بتوصيات لمعالجة القصور من أهمها: تفهم الإدارة العليا لدور العلاقات العامة الرئيس بتحسين الصورة الذهنية من خلال إنتاجها للمواد الإعلامية الرقمية، ودعم الإدارة العليا مادياً وتوفير أجهزة وأدوات حديثة شبكات لتنفيذ عملية الإنتاج، وإتباع الأسلوب العلمي وعناصر الإنتاج الإلكتروني والاستعانة بالخبراء لتطوير عملية الإنتاج، العمل على إقامة الدورات المتخصصة باستخدام التقنيات الحديثة والتطبيقات إنتاج المواد الإعلامية.

**The role of modern technologies in the development of the production of media materials for public relations
(An analytical descriptive study applied to a sample of Sudanese universities**

Researcher Preparation: Mohamed Osman Omer Alfaki, D. Okasha Hamid, D.Shaza Mahmoud

Abstract:

The study, entitled The Role of Modern Technologies in Developing the Production of Media Materials for Public Relations, aimed at linking modern technologies and their role in developing the production of print, audio, visual and digital media materials in Sudanese universities, identifying concepts and methods of producing media materials, and identifying modern uses and the role of technology in producing media materials. The study identified standards for improving performance to be followed in the implementation of media production operations, and the study included five chapters: the methodological framework, modern techniques in media production, media production requirements, methods of manufacturing media materials in higher education, and the field study. The researcher used the descriptive analytical approach, and the statistical analysis method (statistical packages for social sciences) to analyse information and data. The study included a main tool, which is the questionnaire, then the interview, and observation. A sample of experts and public relations employees were selected at the University of Khartoum, Omdurman Islamic University, Al-Ahfad University, and the University of the Holy Qur'an. and Islamic Sciences, the University of Medical Sciences and Technology, and Imam Al-Hadi College. The study came up with the most important results: social networking sites support media production processes, the production of media materials requires the availability of the necessary material capabilities, modern digital technologies and a trained team, the integration of different technologies and programs that help in the development of materials production Media, the performance of public relations cadres in Sudanese universities requires continuous training and knowledge of dealing with modern technologies. Public relations use the computer and its applications of specialized programs and designs. Based on

the results, the study came out with recommendations to address the shortcomings, the most important of which are: the understanding of the senior management of the main role of public relations in improving the mental image through its production of digital media materials, financial support for senior management, providing modern devices and tools, networks to implement the production process, following the scientific method and elements of electronic production, and the use of experts to develop The production process, working on the establishment of specialized courses using modern technologies and applications, the production of media materials.

المقدمة:

تمثل العلاقات العامة البوابة الرئيسة لعلوم الاتصال من خلال تطبيقاتها النظرية والعملية وتداخلها مع العلوم الأخرى، ومع ظهور ثورة التكنولوجيا في القرن الحادي والعشرين التي أحدثت التغيرات في العلوم التطبيقية والإنسانية، وساعدت التكنولوجيا الحديثة في تنمية الحياة الاجتماعية، فظهرت العديد من التحولات متمثلة في زيادة المعرفة وتقديم الصناعات، والتطور المتسارع في مجال الاتصالات والإنترنت، وتطبيقات التحول الرقمي وأطلق العالم على هذا التحول بالعصر الرقمي، الذي فرض على العلماء التسابق في البحث على الأساليب والبدائل الحديثة جاءت فكرة الدراسة لمواكبة التطور التكنولوجي من خلال برامج العلاقات العامة وأنشطتها في السعي والبحث عن التقنيات والأساليب الحديثة التي تطور من مدخلات إنتاج المواد الإعلامية. ويصور الذهن الغموض في وجود تقنيات حديثة تطور من إنتاج العلاقات العامة للمواد المقروءة والمسموعة والمرئية، لذا لابد من معرفة المفاهيم الأساسية للمواد الإعلامية وكيفية إنتاجها، والأساليب المستخدمة في عملية الإنتاج الإعلامي من جماليات الشكل والتصاميم والإخراج الفني لها، وكيفية إدخال التقنية الحديثة في مراحل الإنتاج المتعددة، مما يفرض احتمال أن إدخال العناصر الفنية من كوادر مؤهلة، وتقنية هي أساس الإنتاج في المواد الإعلامية، وكل الأساليب الحديثة المستخدمة تؤدي لتطوير المادة الإعلامية. وتسعى الدراسة لمعرفة أساسيات إنتاج المواد الإعلامية والتطبيقات والبرامج التي تطور الإنتاج والعوامل الفنية والتقنية المساعدة. وتشمل الدراسة المحاور التالية: أولاً: التقنيات المستخدمة في إنتاج المواد الإعلامية المقروءة والمسموعة والمرئية، والكشف في إيجاد الطرق والسبل المستحدثة اللازمة لعملية الإنتاج، إضافة لذلك التقنية الحديثة واستخداماتها، ثانياً: عوامل التطوير من موارد بشرية، ومعايير تطوير إنتاج المواد الإعلامية. ثالثاً: طريقة صناعة المواد الإعلامية بالجامعات والتطرق للعوامل المساعدة، واستخدامات الوسائل التقنية والتطبيقات الحديثة في عمليات الإنتاج وذلك لإثبات أو نفي فاعلية هذه التقنيات في تطوير إنتاج المواد الإعلامية المقروءة والمسموعة والمرئية. (الباحث، 2022م)

مشكلة البحث:

أتاح الواقع الافتراضي (الإنترنت)، التطبيقات والتقنيات الحديثة والأجهزة المستخدمة في خطوات الإنتاج الإعلامي من الدعم التقني في تصاميم الأشكال، والعناصر الأخرى المساعدة، والإخراج للمواد الإعلامية،

وأساليب عرضها ودرجة تأثيرها مما أدى إلى: تعدد ميول الجمهور المستهدف واتساع نطاقه وسرعة انتشار المادة الإعلامية من برامج وأنشطة وهنا تتمحور مشكلة هذه الدراسة في السؤال التالي: إلى أي مدى طورت التكنولوجيا الحديثة (التقنية الرقمية) من إنتاج العلاقات العامة للمواد الإعلامية بالجامعات السودانية

أهداف البحث:

1. التعرف على أساليب تطوير إنتاج المواد الإعلامية.
2. توضيح العناصر متطلبات إنتاج المادة الإعلامية للطلاب.
3. بيان أساليب صناعة البرامج والأنشطة للعلاقات العامة في الجامعات.
4. تسليط الضوء على الدور التكنولوجي في إنتاج المواد الإعلامية.
5. إظهار دور التخطيط للعلاقات العامة في إنتاج المواد الإعلامية بالجامعات السودانية.
6. معرفة كيفية إنتاج العلاقات العامة للمواد الإعلامية.
7. تحديد المفاهيم الأساسية لإنتاج المواد الإعلامية.
8. تقويم الإنتاج الإعلامي في العلاقات العامة بالجامعات السودانية

ويتضمن البحث المباحث التالية:

1. تقنيات إنتاج المواد الإعلامية.
 2. متطلبات الإنتاج الإعلامي.
 3. تطبيقات إنتاج المواد الإعلامية
- تقنيات إنتاج المواد الإعلامية

تقنيات إنتاج المواد المقروءة: تتولى العلاقات العامة من خلال دورها الاتصالي على كتابة وإشراف وتحرير ونشر وتصميم موقع المؤسسة على الإنترنت، وتعتبر من الوظائف الحديثة للعلاقات العامة إدارة موقع المؤسسة على الإنترنت، وتصميم الموقع الإلكتروني هنالك نوعان من المواقع أو التصاميم هما: النوع البسيط وهو غالباً يعتمد على مجموعة من صفحات HTML التي تحمل مجرد معلومات عن موقعك، النوع الثاني محدث Dynamic وهو يعرف بالفاعل وتستخدم فيه برمجيات مختلفة تسهل عملية تبادل المعلومات مع الزائر والتفاعل معه، ويستخدم هذا النوع الشركات التي تحدث موقعها باستمرار. (نيازي، سالم-2014م-ص137)، أما النموذج الثاني من المواد المقروءة ألا وهي الصحافة الإلكترونية وهي صحافة الشاشة وتنشر موادها الإعلامية على شبكة الإنترنت من خلال موقعها الإلكتروني، وتتميز باستخدام الألوان الكثير والصوت والصورة، عبر الإنترنت وتنشر المناقشات حول موضوع معين أو العديد من الموضوعات، ويتم استخدام فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة بالإضافة إلى تقنية المعلومات. (الشميلية، وآخرون-2015م-ص172) وظهرت حديثاً الصحافة الروبوتية: (لديها ثلاثة مسميات وهي: الصحافة الروبوتية (Robot Journalism) أو الصحافة الخوارزمية أو صحافة الروبوت (Robo Journalism) ويتم إنتاج الأخبار بواسطة برنامج الذكاء الاصطناعي ويعنى ذلك بأن تتم عملية الإنتاج تلقائياً عن طريق الآلات مصنعة بدلاً من العناصر البشرية، ويتولى البرنامج تفسير البيانات وتنظيمها وعرضها بطريقة تمكن الإنسان من قراءتها، وتم تطبيق هذا البرنامج والذي نجحت فيه صحيفة (تشانينا دايلي) الصينية في استخدام روبوت

أنتجت به مقال صحفي، ويتعبّر أول صحفي روبوت في العالم يقوم بإنجاز مهمته على أكمل وجه، ويقوم بكتابة التقارير والقدرة على تحليل. (صادق-2019م-ص3)، ومثال آخر تقنيات السبورة الذكية: وهي عبارة عن برنامج (Smart Notebook) يتصل بشاشة تفاعلية ويرسل كل نقطة اتصال، بجانب معلومات أداة القلم إلى الحاسوب المتصل بالشاشة، ويقوم البرنامج بتفسير المعلومات على أنها نقرات بالماوس وحبر رقمي، ويتيح البرنامج أيضاً إجراء عمليات الحاسوب العادية. (الخالدي-2012م-ص11)

العناصر التيبوغرافية: يقصد بها كل ما يحتويه الكتاب من بيانات مكتوبة تعرض على شاشة الحاسوب، ومنها الحروف واختيار الخطوط لكتابة الموضوعات وهي تعتبر من العوامل الهامة لجذب الإنباه، وغالباً يتم تقديم خطوط إرشادية لعرض النصوص المكتوبة، وأحياناً تتجه بعض الكتب الإلكترونية في الإنترنت على المبالغة في استخدام الفراغ حول الكلمات في حالة كتابتها ببنط كبير وبحروف ثقيلة مما جعل نسبة الفراغ حولها كبيرة، وقد حدد التيبوغرافيون النسبة المناسبة للفراغ بحيث تصل إلى ثلث حجم البنط المستخدم في الكتابة.

العناصر الجرافيكية:

يعتبر اللون أحد العناصر الجرافيكية الهامة في واجهة الكتاب الإلكتروني ويعد من الفنون والجماليات بالإضافة لكونه قناة اتصال، واللون يدعم جذب الانتباه أثناء الموضوعات، ويحظى الإنترنت بعدد من الألوان فالحاسوب يتيح 256 درجة لونية ويمكن تقسيمها إلى: ألوان خلفية تستخدم لملاً الفراغ داخل الأشكال والجداول، والألوان الأمامية وتستخدم في الخطوط والحروف والنصوص.

العناصر التكنولوجية: وتستدعى الحاجة للرسوم المتحركة في نقل المعلومات من رسومات، وتعتبر الرسوم المتحركة وسيلة تعليم وإعلام، وهي سلسلة من الصور والرسوم الثابتة لمراحل متتالية من الحركة وتعرض بصورة منتظمة على الشاشة. (نيازي، سالم-2013م-ص101)

برنامج كوارك إكسبريس (Quark express): وهو من برامج التصميم التي تتمتع بميزات متقدمة في معالجة النصوص (تحديد أشكال الحروف وأحجامها وتحديد العلاقة النسبية بين طولها واتساعها وإمالتها والتحكم في المسافات بينها) ويربط البرنامج الصور بالفقرات أو إدراجها بين النصوص، والبرنامج مزود بأدوات الجداول وتصميم الويب وتصدير الملفات لتلبية احتياجات مصممي الوسائط المتعددة، يوفر البرنامج إمكانية الدخول المجاني لموقع التعلم على شبكة الإنترنت والحصول على بعض الميزات من الموقع.

المدونات الإلكترونية: تعتبر المدونات الإلكترونية إحدى المواد الإعلامية المقروءة التي استحوذت على رواجاً كبيراً عند مستخدمي الإنترنت، ومن أسرع الاتجاهات نمواً على شبكة الإنترنت (التدوين الإلكتروني) فإن منصات المدونات الإلكترونية (weblog) و (blog) هي منشورات على شبكة الإنترنت تتألف من مقالات دورية، وهي برامج مثبتة على الحاسوب وتصنف إلى برامج التدوين الإلكتروني التي يتم تشغيلها من سطح حيث يتم إنشاء المدونة كاملة على الحاسوب ومن ثم نسخها على خادم الويب، (صادق-2019م-ص3)

متطلبات الإنتاج الإعلامي:

تمثل الموارد البشرية أهم مدخلات النظام الإنتاجي وأعظم القوى المؤثرة في تحديد هوية المؤسسات الحديثة ورسم معالم مستقبلها، كما أنه يعتبر بمثابة الضابط لإيقاع حركة المجتمع والمحدد لمكانته في المجتمع،

أضف إلى ذلك أنه يمثل الغاية من عملية التنمية وأدائها الرئيسية في ذات الوقت، ومن ثم فإن الاستثمار في العنصر البشري وتحقيق التوجيه السليم لأنشطته ورسم السياسات والنظم الإدارية اللازمة لتحقيق الفعالية المطلوبة لأدائها إنما يعتبر متطلباً حاكماً سواء بالنسبة للمجتمعات المتقدمة من أجل تدعيم برامج التقدم وضمان الاستمرارية في تحقيق الريادة أو بالنسبة للمجتمعات النامية لسد فجوة التخلف واللاحق بركب التقدم والقدرة على التعايش مع متطلبات وتحديات المستقبل، فالعنصر البشري في أي منظمة يحرك أدائها وهو المحدد لفعالية استخدام عناصر الإنتاج والأدوات الأخرى لتحقيق عملية الإنتاج الإعلامي، ويعتبر المنتج والمخرج وكاتب السيناريو والمحررين وفناني الأداء من الموارد البشرية الرئيسية في عملية الإنتاج، وتليها المعدات والبرمجيات المتعددة والأجهزة الرقمية وباقي الطاقم الفني بالإضافة لتخصيص الدعم المالي لضمان الإبداع في عملية الإنتاج الإعلامي، ويشمل طاقم العمل الإبداعي في إنتاج المطبوعات والصوت والصورة والفيديو والوسائط المتعددة من المحرر والمخرج المساعد وكاتب السيناريو والمصممين وفناني الأداء والتقنيين، وهناك العديد من الأنواع المختلفة لمنتجات التلفزيون والأفلام والمسرح منهم: المنتجون التنفيذيون، والمساعدون والمنتجون العاملون وتختلف المسؤوليات الدقيقة للمنتج الإعلامي على حسب النوع. (روبيرت، جورهام-2009م-ص49)

أهمية التخطيط في الإنتاج الإعلامي:

يعتبر التخطيط من الوظائف الرئيسة للعلاقات العامة وذلك لأهميته في رسم خطط إنتاج المواد الإعلامية وأنشطة العلاقات العامة لذلك التخطيط المكون الأساسي في بداية عملية الإنتاج الإعلامي، ويتسم هذا العصر بكثرة تعقيداته وكثرة العوامل المؤثرة على مختلف نشاطاته وهذا يحتم الأخذ بعين الاعتبار للتخطيط كمخرج من هذه التعقيدات بطريقة علمية تحقق الكثير من الفوائد وتجنب الكثير من المشكلات ويمكن إجمال أهمية التخطيط في: تحديد مسارات تفيد العمل في مجالاته المختلفة، واختصار للوقت والجهد في عملية التنفيذ. (المصري- 2016م- ص216)

مراحل تخطيط إنتاج البرامج:

هي الإجراءات التي ينبغي اتخاذها ويساعد التخطيط لبرنامج شامل ومتناسك على تحقيق الأهداف، وينطبق التخطيط على كل شيء، سواء أكان ذلك لإكمال البرامج وتداول فترات البرنامج سنة أو عدة سنوات أو حتى أطول، أو فردية، وتتم مراحل التخطيط برؤية التحقق من الغرض من النشاط هو التأثير على المواقف أو الآراء أو السلوك بطريقة ما، وأيضا الاستماع إلى أصحاب المصلحة والجمهور لمعرفة ميولهم للبرنامج، ومن المهم أيضاً جمع المعلومات واكتشاف كل ما يمكن معرفته عن المهمة الموجودة فيه إضافة لذلك البحث والتحليل الدقيق، يلي ذلك الإستراتيجية وهي استخدام تلك المعلومات لتحديد المبادئ التوجيهية والتوجه الأساسي للبرنامج، ثم يأتي البرنامج التكتيكي الذي يمكن أن يكون له تقييم فعال في هذه المرحلة، وأخيراً مراجعة كل عمليات مراحل تخطيط الإنتاج في الصورة النهائية. (جرجوري-2010م-ص39)

استطاع التلفاز التفاعلي أن يقدم العديد من الخدمات المتطورة والإنترنت بكل تطبيقاتها ومن تلك الخدمات: إتاحة للمشاهد طلب المواد والبرامج والأفلام من الخادم (Server)، ويمكن من خلال هذه الخدمة إجراء عمليات البيع والشراء وتفحص المنتجات والحصول على معلومات وافية ثم طلبها، وأيضاً يوفر

خدمة الإعلانات وخدمة الدليل الإلكتروني والتي تمكن المستخدم من اختيار البرامج المطلوبة، وكذلك خدمة المباريات الرياضية وتعدد زوايا التصوير ومكنت هذه الخدمة متابعي المباريات الرياضية من اختيار زوايا اللقطات، وإضافة لتلك الخدمات التي يقدمها التلفاز التفاعلي خدمة ألعاب الحاسوب وخدمة الدردشة وتقدمها الشركة المزودة للمشتركين للتعرف على بعضهم البعض من خلال عرض المعلومات الشخصية ويوفر أيضاً مناقشة الواجبات المدرسية في الدول المتطورة تقدم هذه الخدمة للطلاب. (الساعي-2020م-ص181)

مكونات البرامج الإذاعية والمسموعة التعليمية:

من الضروريات إلمام القائم بالاتصال في العلاقات العامة على مجموعة المكونات والعناصر التي يقوم عليها إنتاج المواد والبرامج الإذاعية، ومعرفة كيفية الاستفادة من العناصر في تكوين البرامج الإذاعية التعليمية وهي:

1. الصوت الإذاعي: كثيراً ما يلاحظ الخلط بين الصوت والمؤثرات فالصوت في الإذاعة يقصد به في الإذاعة الصوت البشري ويشمل في تقديم البرامج التعليمية من محاضرات وإعلانات الجامعة ورسالة الجامعة بطريقة شفوية من داخل الإستديو الإذاعي، ويعتبر الصوت البشري من أهم مكونات البرامج الإذاعية، وتستخدم المؤثرات الصوتية كعنصر مساعد لتحقيق الهدف من الكلمة أو الصوت الإذاعي، وبشكل عام تستخدم الكلمة المنطوقة في غالبية أشكال البرامج الإذاعية التعليمية.

2. المؤثرات الصوتية: وتعرف بأنها جميع الإضافات الصوتية التي تستخدم في البرامج الإذاعية التعليمية، ويتمثل دورها في دعم الصوت البشري في إيصال الرسالة الإذاعية، وتختلف طريقة دعم المؤثرات الصوتية للصوت البشري من مادة إلى أخرى، وتستخدم المؤثرات كخلفيات صوتية معبرة، وهناك أنواع مختلفة من المؤثرات الصوتية كأصوات الطبيعة مثل: المياه والحيوانات والطيور والرياح، وأصوات صناعية مثل: حركة الطائرات والسيارات.

3. الأصوات التفاعلية: هذا النموذج بين المرسل والمتلقي بما يسمى بالعملية التشاركية بينهما في صناعة المادة الإعلامية، وقد أثرت عملية التفاعل أو المشاركة من قبل المتلقين في عملية إعداد وإنتاج البرامج الإذاعية، وأصبحت من المكونات الرئيسة للمادة أو البرامج، وهناك أعداد كثيرة من المستمعين على الخط التلفوني المباشر أو وسائط الإعلام الجديدة أثناء البرامج وخلال التعليقات عبر وسائل التواصل وصفحات القناة الإذاعية الإلكترونية. (فقير-2013م-ص116)

تطبيقات الإنتاج الإعلامي:

التصميم والإخراج الفني لنماذج مواد مسموعة: تعتبر البرامج التي تقدمها الإذاعة التعليمية في مراحل الإنتاج هي نفس خطوات الإنتاج الإذاعي، ولكنها تتميز بارتباطها بالمنهاج المقررة، بحيث أنها برامج موجهة للطلاب، وهناك خطوات لاستخدام البرامج الإذاعية في التدريس وهي:

التمهيد:

بالاطلاع على الأدلة والنشرات المتعلقة بالبرامج الإذاعية التعليمية واختيار ما يتناسب منها مع موضوعات المقرر الدراسي، وإعداد مكان الاستماع من حيث توفير متطلبات الاستماع، بحيث يقف الأستاذ أمام الطلاب ولا يشغله شيء غير الإشراف، ويدون المفردات والمصطلحات الصعبة ليوضحها بعد انتهاء

دور التقنيات الحديثة في تطوير إنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة (دراسة وصفية تحليلية)

العرض، وأن يراعى الهدوء ولا تطرح الأسئلة إلا بعد انتهاء العرض، ثم التقييم والمتابعة: يتم بعد أقفال الجهاز إثارة المناقشة فيما سمعه الطلاب وطرح الأسئلة والإجابة عليها ويتابع ذلك بأنشطة متعلقة بالبرنامج. (سليمان-2003م-ص99)

هنالك العديد من التطبيقات المستخدمة في إنتاج المواد الإعلامية أهمها:

- أ. تطبيق Hedge Cam: يتحكم بالكامل بالصور والمقاطع التي تلتقطها الكاميرا، ويحتوي على إعدادات الصورة الذاتية (السيلفي) المتقدمة، بإضافة التعريض الضوئي ووضع اللقطات.
- ب. تطبيق Open Camera: يعطى مزايا في جودة الصور ويعتبر الأفضل تصميماً للصور.
- ج. تطبيق Snapseed: يعتبر من أفضل تطبيقات تحرير الصور للهواتف وتعديل الصور بعد التقاطها ويحسن من مستوى الصور، و متاح التطبيق مجاناً.
- د. تطبيق Hypocam: وعبرة استديو رقمي بحيث يمكن التقاط الصورة داخل التطبيق، ويتم عرضها مع إمكانية التعديل من تباين وألوان، بالإضافة لدراما صور الأبيض والأسود.
- هـ. تطبيق Adobe Photoshop Lightroom: يتميز بالتعديل الآلي للصور وضبط التباين والظلال وضع مؤثرات على الصور. (جينس-2018م-ص37)

التصميم الفني للمواد الإعلامية بالجامعات: المشاهدة الواقعية:

وهي تلك التي تشمل جميع الأنشطة والأجهزة والمواد التعليمية التي يقوم الأستاذ بعرضها على الطلاب، لاكتساب خبرات تعليمية محددة، أو من أجل توضيح الأفكار الغامضة على الطلاب، وتنوع العروض التوضيحية من حيث درجة واقعيته، فيمكن للأستاذ أن يجري عرضاً لتجربة عملية أمام الطلبة مستخدماً الأدوات والمواد الحقيقية، ويمكن أيضاً أن يكتفي بعرض نماذج أو عينات أو مقاطع بديلة للأشياء الحقيقية، كما يمكن أن يعتمد على تمثيل الخبرة درامياً معتمداً على قدرتهم التخيلية ويمكن أن يعرض الأستاذ تجارب علمية بالمشاهدة على الطلاب.

- أ. المعارض والمتاحف التعليمية: ويتم تجهيزها لعرض مواد أو منتجات تعليمية، سواء أكان ذلك بشكل دائم أو مؤقت، وتكون داخل الجامعة أو خارجها على مستوى المنطقة أو المدينة، وقد تكون معارض محلية أو دولية.
- ب. الرحلات والزيارات الميدانية: وقد تكون الرحلات مشياً على الأقدام كزيارة مركز المدينة أو أي جهة رسمية على صلة بالتخصص التعليمي، ورحلات لأماكن أثرية، أو معارض أو متاحف أو معامل اقتصادية كالمصانع والشركات، ويفضل أن تكون هذه الرحلات من ضمن خطة الأستاذ ومنسجمة مع المناهج ومرثية لها، وهذه الوسائل تتيح للطلاب فرصة اكتساب الخبرات من خلال المشاهدة، والاستماع معاً إن كانت متحركة ناطقة، وتعد الوسائل التعليمية في هذا المستوى أكثر انتشاراً واستخداماً في العملية التعليمية، بحيث تحقق المتعة والإثارة والدافعية للطلاب، إذا توافرت الحبكة الدرامية في العملية التعليمية (الطيبي، وآخرون-2008م-ص109)

الأفلام التعليمية:

تتميز الأفلام التعليمية من حيث عنصر الحركة إلى نوعين: أفلام ثابتة وأخرى متحركة:

1/ الأفلام الثابتة: ويتألف الواحد منها من عدد الصور الثابتة عليها بعض البيانات التوضيحية وتتنظم في تسلسل خاض على فيلم مقاس 35مم ملون أو أبيض وأسود، ويحتوي الفيلم الثابت عادة على ما يتراوح بين 20-60 إطار تعالج موضوعاً واحداً في خطوات متسلسلة، وقد يحتوى الإطار على صورة أو رسم بياني أو بيانات معينة، وتنحصر أهمية الأفلام الثابتة في أنها تجمع معلومات كثيرة في مساحة صغيرة، فقد يضم الفيلم كثيراً من الصور والرسومات في عدد قليل من الإطارات وذلك لقلّة ثمنها وسهول الحصول عليها وإمكانية تشغيلها بسهولة. (الطناوي-2013م-ص96)

الانفوجرافيك - وهو عبارة عن رسم تصويري متحرك يتفاعل معه القارئ وهذا يعتمد على جزء من مفهوم الرسوم المتحركة، أو الموجود في مواقع الويب شيء معين، وبعضها يظهر على هيئة فيديو الخطوات اللازمة لتصميم الانفوجرافيك، كما يلي:

1. بساطة وسهولة تحديد الفكرة التي ترغب بعرضها للجماهير بشكل جذاب ومثير، وماهية كمية البيانات والمعلومات، وحجمها، والرجوع لمصادر موثوقة للبيانات والمعلومات التي ترغب بعرضها وتمثيلها للفكرة المختارة، بطريقة بصرية.
2. يتم تحديد العناوين الرئيسية والفرعية من خلال عمل مخطط رسومي كتصور مبدئي للانفوجرافيك، يتمثل في: الشكل العام، الألوان، طبيعة التصميم.
3. مراجعة التصميم للانفوجرافيك وتنقيحه؛ للتأكد من أن البيانات والمعلومات التي تم جمعها عن الفكرة قد تم عرضها بالشكل الصحيح والمرغوب فيه، والتأكد من صحة الرسوم وتصوير البيانات والمعلومات، وهل تعبر عن ذات الفكرة المختارة. (حسونة، حرب-2018م-ص146)

نماذج التصميم الفني للمواد الإعلامية أولاً: المناقشة: تعتبر طريقة المناقشة من أقدم طرق التدريس والتي مازال شائعة حتى اليوم، وتقوم على الحوار بين الأستاذ والطالب في صورة أسئلة أو مناقشة، لذلك يطلق عليها أحياناً الطريقة الحوارية أو طريقة المناقشة، وهي طريقة تدريسية تعتمد على الحوار الشفهي بين المعلم والطلاب أو بين الطلاب أنفسهم، يتم من خلالها تقديم المادة التعليمية، ثانياً المحاضرة: هي عرض لفظي أو شفهي للمعلومات من الأستاذ إلى الطلاب، وقد يتخللها عرض الأسئلة أو المناقشة، وبهذا فإن الحواس المشاركة في استلام المعلومات من قبل الطلاب، وهي أيضاً طريقة التدريس التي تعتمد على قيام المعلم بمجرد عرض شفاهي للمعلومات على الطلاب دون السماح لهو بالسؤال أثناء الإلقاء، وإمّا بعد الانتهاء منه، ويكتفون بمجرد تلقي المعلومات دفعة واحدة، لذا يعد الأستاذ محور العملية التعليمية. (نون-2011م-ص98)

الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

اتبع الباحث المنهجية في هذه الدراسة وهي علم الوصول إلى الحقائق العلمية بخطوات منتظمة، وإجراءات الدراسة هي الأسلوب المنظم الذي يستخدمه الباحث لدراسة إشكالية معينة هادفاً الوصول إلى نتائج علمية واضحة، وسوف يتم في هذا الفصل عرض قوة تأثير التقنيات الحديثة في تطوير إنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة بالجامعات السودانية، تناول الباحث في هذا الفصل من الدراسة الإجراءات

المنهجية التي أتبعنا في هذه الدراسة على مجتمع وعينة الدراسة من حيث إجراءات بناءها واختبار صدقها وثباتها وتقويمها وذلك للتحقق من مدى ملاءمتها لجمع البيانات الأولية مع بيان كيفية اختيار العينة ونوعها، كما قدم الباحث في هذا الفصل البيانات الإحصائية المستخدمة وتحليل بيانات الدراسة وذلك من أجل استخلاص أبرز نتائجها وفيما يلي تناول الباحث هذه الإجراءات:

1/ مجتمع وعينة الدراسة:

احتوى مجتمع الدراسة على ستة نماذج لعينة قصدية من الجامعات السودانية الحكومية والأهلية وشملت كل من: جامعة الخرطوم وموقعها في مدينة الخرطوم، جامعة أمدرمان الإسلامية وموقعها في مدينة أمدرمان، جامعة القرآن الكريم للعلوم الإسلامية وتقع في مدينة أمدرمان، جامعة الأحفاد للبنات وموقعها في مدينة أمدرمان، جامعة العلوم الطبية والتكنولوجيا وموقعها في مدينة الخرطوم، كلية الإمام الهادي وموقعها في مدينة أمدرمان، وركز الباحث على تنوع وتعدد المجتمع ما بين الجامعات الحكومية والأهلية والعريقة منها والحديثة والأكثر انتشاراً وأوسع نطاقاً وحجماً، وتضم مجموعة متعددة التخصصات وعدد بقدر كبير من الكليات، وبين الجامعات المتخصصة بمجال معين وعدد كليات محدودة.

أما عينة الدراسة فقد اختار الباحث وحدد عينة قصدية شملت الخبراء والمختصين والموظفين وانحصرت على إدارات العلاقات العامة وأقسامها وفروعها بالجامعات المذكورة أعلاه، وقام الباحث بتوزيع عدد 93 استمارة، وكان المفقود منها عدد 19 استمارة نسبة لعدم استقرار تواجد الموظفين بالجامعات، والتالف عدد 4 استمارات، وتم استلام حصيلة مقدره وبلغت 70 استمارة.

2/ خطوات تصميم الاستبانة:

قام الباحث بتصميم الاستبانة الخاصة بالعاملين في العلاقات العامة لكل من جامعة الخرطوم، وجامعة أمدرمان الإسلامية، وجامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، وجامعة الأحفاد، وجامعة العلوم الطبية والتكنولوجيا، وكلية الإمام الهادي و قسم الباحث الاستبانة الأولى إلى قسمين: القسم الأول: يحتوي على البيانات الشخصية وقد احتوت على النوع، والعمر، والحالة الاجتماعية، والمؤهل العلمي، والتخصص، والمستوى الوظيفي، ثم عدد سنوات الخبرة، أما القسم الثاني من الاستبانة اشتمل على خمسة محاور وهي: التطبيقات الإلكترونية في إنتاج المواد الإعلامية ويحتوي على سبعة عبارات، ومحور أشكال وطرائق إنتاج المواد الإعلامية المقروءة ويحتوي على ثمانية عبارات، ومحور أشكال وطرائق إنتاج المواد الإعلامية المسموعة ويحتوي على سبعة عبارات، ومحور أشكال وطرائق إنتاج المواد الإعلامية المرئية وشكل ثمانية عبارات، بالإضافة لمحور للأسئلة المفتوحة وتضمن سؤالين.

3/ اختبار الصدق والثبات للاستبانة:

لاختبار الصدق الظاهري تم عرض الاستبانة على عدد من محكمين ذو كفاء عالية وخبرة وهم: بروفيسور علي محمد شمو الخبير الإعلامي المعروف بجامعة الخرطوم، دكتور طارق ميرغني محمود أستاذ مشارك بكلية الدعوة للإعلام جامعة القرآن الكريم، دكتور معاوية مصطفى بابكر أستاذ مساعد بكلية علوم الاتصال ورئيس قسم العلاقات العامة بجامعة السودان، دكتور رباب خليل عبد الله أستاذ مساعد بجامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية وكلية الامام الهادي، دكتور عبد الكريم أحمد بخيت أستاذ مساعد بجامعة أمدرمان الإسلامية، دكتور المشرف الأمين المشرق أستاذ مساعد بكلية الدراسات العليا كلية الإمام الهادي،

وبعد الاستعانة بالمحكمين تم إجراء التعديلات التي أوصوا بها وبذلك تم تصميمها في شكلها النهائي.

توضيح مقياس (ليكاتر) الخماسي:

بما أن المتغير الذي يعبر عن الخيارات (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) مقياس ترتيبي، والأرقام التي تدخل في البرنامج وهي (موافق بشدة = 5، موافق = 4، محايد = 3، لا أوافق = 2، لا أوافق بشدة = 1) تعبر عن الأوزان ثم نحسب بعد ذلك المتوسط الحسابي (المتوسط المرجح) ويتم ذلك بحساب طول الفقرة أولاً، وهي عبارة عن حاصل قسمة 4 على 5، حيث 4 تمثل عدد المسافات (من 1 إلى 2 مسافة أولى، ومن 2 إلى 3 مسافة ثانية، ومن 3 إلى 4 مسافة ثالثة، ومن 4 إلى 5 مسافة رابعة)، تمثل 5 عدد الاختيارات، وعند قسمة 4 على 5 ينتج طول الفترة ويساوي 0.80 ويصبح التوزيع حسب الجدول وتم تقسيم الاستبانة إلى مقياس خماسي.

جدول رقم (4) يوضح الميزان التقديري وفقاً لسلم (ليكاتر) الخماسي

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة
ضعيف	79,.	من 1 إلى 1,79	لا أوافق بشدة
	79,.	من 1,80 إلى 2,59	لا أوافق
متوسط	79,.	من 2,60 إلى 3,39	محايد
مرتفع	79,.	من 3,40 إلى 4,19	أوافق
	80,.	من 4,20 إلى 5,00	أوافق بشدة

5/ ثبات الاستبانة: لقياس مدى ثبات الأداة (الاستبانة) استخدمت الدراسة معادلة (ألفا كرومباخ)

(Cronbach's Alpha) وقد جاءت نسبة الثبات كما هو موضح أدناه:

جدول رقم (5)

Cronbach's Alpha	N of Items
.858	37

يتضح من الجدول أعلاه أن معامل الثبات العام للاستبانة مرتفع حيث بلغ (.858). لإجمالي عبارات الاستبانة، وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات يمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدراسة.

أسلوب تحليل الاستبانة:

من أجل إجراء التحليل الإحصائي، استعان الباحث بمختص في التحليل الإحصائي والذي قام بترميز جميع الإجابات التي تم الحصول عليها من المبحوثين، ومن ثم إدخال هذه الإجابات إلى برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، ومن أجل استخلاص النتائج التي تم التوصل إليها استخدم الأسلوب الإحصائي الوصفي (Descriptive Statistic)، والذي يتضمن الجداول التكرارية والنسب المئوية، والمتوسطات والانحراف المعياري، وذلك من أجل تحديد خصائص المبحوثين وتحديد دور التقنيات الحديثة في تطوير إنتاج المواد

دور التقنيات الحديثة في تطوير إنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة (دراسة وصفية تحليلية)

الإعلامية للعلاقات العامة.

تحليل وتفسير وعرض البيانات: المحور الأول: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات فئة

التطبيقات الإلكترونية

الانحراف المعياري	الوسط	النسبة	العبرة
716.	4.54	% 97.1	1/ تعتبر التكنولوجيا العنصر الأساسي لإنتاج المعلومات عبر الإنترنت
805.	4.30	% 88.6	2/ تتمثل عملية الإنتاج الإعلامي بتجهيز المعدات والبرمجيات المتعددة والأجهزة الرقمية والطاقت الفني
820.	4.37	% 87.1	3/ ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي (الفيستوك، تويتر، تلغرام، يوتيوب، تك توك) بصورة أساسية في عملية الإنتاج الإعلامي
963.	4.00	% 77.1	4/ تسعى العلاقات العامة في الجامعة بإعداد وإنتاج أشكال وأنواع مختلفة من المواد الإعلامية
900.	4.27	% 84.3	5/ دمج العديد من التقنيات والبرامج من مصادر مختلفة يدعم تطوير عملية الإنتاج الإعلامي
673.	4.56	% 95.7	6/ تدريب القائم بالاتصال على التقنيات الحديثة يحسن مستوى أدائه
557.	4.67	% 98.6	7/ الإمكانيات المادية أساسية لتوافر المعدات والأجهزة الإلكترونية التي تدخل في عمليات إنتاج المواد الإعلامية

المصدر: إعداد الباحث من نتائج التحليل (2022م)

جاءت العبارة (7) في المرتبة الأولى بنسبة موافقة بشدة بلغت (98.6 %) ووسط حسابي (4.67) وانحراف معياري (55.5)، تلتها العبارة (1) بنسبة موافقة بشدة (97.1 %) ووسط حسابي (4.54) وانحراف معياري (716)، وحلت ثالثاً العبارة (6) بنسبة موافقة بشدة (95.7 %)، وسط حسابي (4.56)، وانحراف معياري (673)، أما في المرتبة الرابعة فقد جاءت العبارة (2) بنسبة موافقة بشدة (88.6 %)، وسط حسابي (4.30)، وانحراف معياري (805)، وفي المرتبة الخامسة (3) بنسبة موافقة بشدة بلغت (87.1 %) ووسط حسابي (4.37) وانحراف معياري (820)، وفي المرتبة السادسة العبارة (5) بنسبة موافقة بشدة (84.3 %)، واحتلت العبارة (4) بنسبة موافقة (77.1 %)، وسط حساب (4.00)، وانحراف معياري (963)، وذلك يرمز بأن التطبيقات الإلكترونية تعتبر عنصر أساسي لإنتاج المعلومات، وبإكمالها وتجهيزه الأجهزة الرقمية والطاقت الفني تكتمل عملية الإنتاج، وساهمت تطبيقات التواصل الاجتماعي في عملية الإنتاج، والتطبيقات تسهل عمل العلاقات العامة وتنوع من أشكال الإنتاج

المحور الثاني: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات فئة أشكال وطرائق الإنتاج

الانحراف المعياري	الوسط	النسبة	العبارة
701.	4.17	% 88.6	1. تستخدم العلاقات العامة برامج وتصاميم متخصصة تعالج النصوص والصور والرسوم وإمكانية القص واللصق الإلكتروني
893.	4.01	% 72.9	2. يستخدم المصمم غالباً الصور المصغرة على الورق من أجل تنقيحها على الكمبيوتر لتصميم الشعارات واللافتات
824.	4.24	% 87.1	3. تروج العلاقات العامة للجامعة عن طريق الرسائل الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي
793.	4.26	% 84.3	4. يتواصل الصحفيون الرقميون مع المصادر عن طريق الرسائل الإلكترونية وشبكات التواصل الإلكتروني
820.	4.37	% 90.0	5. يتميز الصحفي الإلكتروني بسرعة نقله للأخبار وبثها
778.	4.34	% 87.1	6. تمنح التقنية الرقمية الفرصة لتجديد قراءة الخبر كل فترة زمنية وكتابة المزيد من تطورات الأحداث
788.	4.24	% 87.1	7. الصحافة الإلكترونية تعتبر نموذجاً لتطور الصحافة الرقمية
931.	4.06	% 80.0	8. تعرض المادة الإعلامية للطلاب من خلال استخدام الشاشات الرقمية بمختلف الأحجام

المصدر: إعداد الباحث من نتائج التحليل (2022م)

جاءت العبارة (5) في المرتبة الأولى بنسبة موافقة بشدة بلغت (90 %) ووسط حسابي (4.37) وانحراف معياري (820)، تلتها العبارة (7) بنسبة موافقة بشدة (87.1 %) ووسط حسابي (4.24) وانحراف معياري (788)، وحلت ثلثاً العبارة (6) بنسبة موافقة بشدة (87.1 %)، ووسط حسابي (4.34)، وانحراف معياري (788)، أما في المرتبة الرابعة فقد جاءت العبارة (3) بنسبة موافقة بشدة (87.1 %)، ووسط حسابي (4.24)، وانحراف معياري (824)، وفي المرتبة الخامسة (1) بنسبة موافقة بلغت (88.6 %) ووسط حسابي (4.17) وانحراف معياري (701)، وفي المرتبة السادسة العبارة (4) بنسبة موافقة (84.3 %)، ووسط حسابي (4.26)، وانحراف معياري (793) وجاءت سابعاً العبارة (8) بنسبة موافقة (80 %)، ووسط حساب (4.06)، استخدام العلاقات العامة لبرامج وتصاميم متخصص في مراحل الإنتاج، ويستخدم الجرافيك لتصميم الشعارات واللافتات، وعرض المواد على الشاشات، يظهر أشكال وطرق جديدة في إنتاج المادة المقروءة.

المحور الثالث: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات فئة أشكال وطرائق إنتاج المواد الإعلامية المسموعة:

الانحراف المعياري	الوسط	النسبة	العبرة
700.	4.27	% 88.6	(1) يتميز البث بتقانة إذاعية رقمية من إنتاج الصوت بجودة عالية
783.	4.23	% 87.1	(2) تمثل مكونات عقد المؤتمرات بتجهيز المعدات والأجهزة مع توافر شبكة الإنترنت
769.	4.40	% 88.6	(3) تنفيذ برامج عقد الاجتماعات والمحاضرات الحية (أون لاين) عملية التعليم والتدريب
1.004	4.09	% 77.1	(4) تعتبر المؤتمرات عن بعد البديل الرقمي للمؤتمرات والاجتماعات العادية وتحقق أكبر إنتاجية وأعلى فائدة
799.	4.00	% 77.1	(5) تدخل برامج تعديلات الصوت والتقنيات الحديثة في إنتاج المدونات الصوتية
1.038	3.77	% 67.1	(6) تسجل الرسائل الصوتية الخاصة بالجامعة وإرسالها عبر تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي
932.	4.17	% 84.3	(7) تعمل العلاقات العامة على إقامة وتنظيم المحاضرات والندوات والزيارات في الجامعة

المصدر: إعداد الباحث من نتائج التحليل (2022م)

جاءت العبرة (3) في المرتبة الأولى بنسبة موافقة بشدة بلغت (88.6%) ووسط حسابي (4.40) وانحراف معياري (769)، تلتها العبرة (1) بنسبة موافقة بشدة (88.6%) ووسط حسابي (4.37) وانحراف معياري (700)، وحلت ثلثاً العبرة (2) بنسبة موافقة بشدة (87.1%)، ووسط حسابي (4.23)، وانحراف معياري (783)، أما في المرتبة الرابعة فقد جاءت العبرة (7) بنسبة موافقة (84.3%)، ووسط حسابي (4.17)، وانحراف معياري (932). وفي المرتبة الخامسة (4) بنسبة موافقة بلغت (77.1%) ووسط حسابي (4.09) وانحراف معياري (1.004)، وفي المرتبة السادسة العبرة (5) بنسبة موافقة (77.1%)، ووسط حسابي (4.00)، وانحراف معياري (799). وجاءت سابعاً العبرة (6) بنسبة موافقة (67.1%)، ووسط حسابي (3.77)، وانحراف معياري (1.038)، وهذا يتضمن جودة الصوت تتوقف على التقنيات، تكوين المؤتمرات يعتمد المعدات وشبكة الإنترنت، تنفيذ برامج المواد المسموعة في التدريب والتعليم، حققت المؤتمرات عن بعد فوائد لمجتمع الجامعة، إدخال التقنيات يساعد في إنتاج المدونات، تواصل الجامعة مع جمهورها بالرسائل الصوتية الإلكترونية، تقوم العلاقات العامة بتنظيم المعارض والزيارات وتعد المحاضرات والندوات، وكل ذلك يعتبر أشكال جديدة وطرق حديثة في إنتاج المواد المسموعة.

المحور الرابع: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات فئة أشكال وطرائق الإنتاج

الانحراف المعياري	الوسط	النسبة	العبرة
736.	4.46	% 91.4	1/يتم استخدام الحاسوب وتطبيقاته في معالجة الصورة والصوت والرسوم البيانية والفيديو
710.	4.40	% 90.0	2/يعتبر تصميم الجرافيك وسيلة مرئية تربط بين الأشياء ويرتب عناصر المادة المراد عرضها
737.	4.09	% 80.0	3/تمكن المنصة الإلكترونية من الرسم والكتابة على الشاشة ومشاركة الطلاب
816.	4.17	% 82.9	4/يقدم الفيديو التفاعلي معلومات سمعية وبصرية وفقاً لاستجابات الطلاب
783.	4.23	% 87.1	5/تستخدم الوسائط الرقمية والتصميم الجرافيكي في عملية تصميم المعارض
717.	4.50	% 90.0	6/باستمرار إنتاج البرامج التلفازي يحتاج إلى مواكبة التقنية الرقمية
783.	4.23	% 81.4	7/تعالج الأفلام التعليمية الموضوعات بخطوات متسلسلة وتجمع معلومات كثيرة في مساحة صغيرة
0.935	3.83	% 67.1	8/يتم استخدام الوسائط الرقمية المتعددة في الإنتاج المسرحي

المصدر: إعداد الباحث من نتائج التحليل (2022م)

جاءت العبارة (1) في المرتبة الأولى بنسبة موافقة بشدة بلغت (91.4%) ووسط حسابي (4.46) وانحراف معياري (736)، تلتها العبارة (6) بنسبة موافقة بشدة (90%) ووسط حسابي (4.50) وانحراف معياري (717)، وحلت ثانياً العبارة (2) بنسبة موافقة بشدة (90%)، ووسط حسابي (4.40)، وانحراف معياري (710)، أما في المرتبة الرابعة فقد جاءت العبارة (5) بنسبة موافقة بشدة (87.1%)، ووسط حسابي (4.23)، وانحراف معياري (783). وفي المرتبة الخامسة (4) بنسبة موافقة بلغت (82.9%) ووسط حسابي (4.17) وانحراف معياري (816)، وفي المرتبة السادسة العبارة (7) بنسبة موافقة بشدة (81.4%)، ووسط حسابي (4.23)، انحراف معياري (783). وجاءت سابعاً العبارة (3) بنسبة موافقة (80%)، ووسط حسابي (4.09)، انحراف معياري (737)، وجاءت في المرتبة الأخيرة العبارة (8) بنسبة موافقة (67.1%)، ووسط حساب (3.83)، انحراف معياري (935)، وهذا يبرهن أن الحاسوب وتطبيقات تعالج عناصر الإنتاج، وتطبيق الجرافيك تقنية متكاملة لعملية الإنتاج، والمنصة الإلكترونية البديل التقني من التعليم التقليدي وتفاعل الطلاب مع الفيديو الرقمي، والتنظيم الحديث للمعارض يستخدم فيه وسائط رقمية، وإيضاً الأفلام الرقمية تعالج الموضوعات بفضل التقنية الحديثة، أما في الإنتاج المسرح التفاعلي فتستخدم فيه وسائط رقمية متعددة، وأخيراً من الملاحظ أن التقنيات الحديثة أدت إلى تحول جزري في شكل ونوع وأسلوب إنتاج المادة الإعلامية المرئية.

النتائج:

المتطلبات الأساسية للعمليات الفنية الخاصة بمراحل الإنتاج الإعلامي المتميز توافر الإمكانيات المادية اللازمة وتقنيات رقمية حديثة وفريق عمل مدرب على استخدامها.

أظهرت الدراسة بأن مواقع التواصل الاجتماعي الداعم الأساسي لعمليات الإنتاج الإعلامي من الإعداد إلى النشر لتوافرها عناصر إنتاج متعددة.

بينت الدراسة سعي العلاقات العامة بالجامعة للترويج المستمر في تنوع وابتكار أشكال إنتاج مواد إعلامية مختلفة للمنشورات والكتيبات والإعلانات والدوريات لتحسين الصورة الذهنية.

اندماج التقنيات والبرامج المختلفة في مراحل إنتاج المواد الإعلامية تساعد في عملية تطوير الإنتاج الإعلامي.

كشفت الدراسة بأن ترقية أداء كوادر العلاقات العامة في الجامعات السودانية تتطلب التدريب المستمر ومعرفة التعامل مع التقنيات الحديثة.

تأكيد اتصال الجامعات إلكترونياً مع جمهورها بتطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي لتسجيل وإرسال الرسائل الصوتية وتقوم بعرض المواد الإعلامية عن طريق شاشات رقمية.

إنتاج المادة الصوت والمعدونات الصوتية بجودة عالية يتوقف على استخدام التقنيات الإذاعية الرقمية وبرامج تعديلات الصوت.

أبانت الدراسة بأن المكون الرئيس لعقد المؤتمرات والاجتماعات عن بعد المعدات والأجهزة وشبكة الإنترنت حققت تفاعل وفوائد أكثر على مجتمع الجامعات.

وضحت الدراسة أن التطبيقات الحديثة وبرامج عقد الاجتماعات والمحاضرات بواسطة شبكة الإنترنت تفيد وتطور عملية التعلم والتدريب.

تعمل العلاقات العامة بالجامعات على تنظيم المعارض والزيارات وتقوم بإعداد المحاضرات والندوات.

العلاقات العامة تستعين بتطبيقات الجرافيك وتقنيات الوسائط الرقمية لتساعد في إعداد وتصميم المعارض بتجميع وربط وترتيب عناصر أجزاء المادة الإعلامية المرئية.

أكدت الدراسة أن الإعلام بتحديثات التقنيات الرقمية بصورة دائمة من الضروريات الداعمة لإنتاج البرامج التلفازية.

التوصيات:

أهمية التصور الكامل لإدارة العلاقات العامة بالجامعات السودانية في تنوع جمهورها وتحديد أهداف شاملة لتطرح إنتاج مواد إعلامية تُعرّف الجامعة مستهدفة الطلاب المتوقع دخولهم الجامعة، ومواد إعلامية متعددة تفيد الطلاب الحاليين.

يرجي تفهم الإدارة العليا في الجامعات لدور إدارة العلاقات العامة الرئيس بتحسين الصورة الذهنية من خلال إنتاجها للمواد الإعلامية الرقمية.

ضرورة الدعم من الإدارة العليا في زيادة المخصصات المالية بمقدار كافي وتوفير المعينات من أجهزة وأدوات حديثة وتوافر شبكات الإنترنت لإتاحة العلاقات العامة القيام بتنفيذ إنتاجها للمواد الاعلامية.

من المهم أن تضع العلاقات العامة في الجامعات سعيها بتزويد القسم بأحدث الأدوات وسائل الاتصال مما يدعم ويطور العملية الفنية للإنتاج الإعلامي.

ضرورة الاهتمام بوسائل التواصل الاجتماعي لمواكبة التكنولوجيا الحديثة ومتابعة كل ما هو جديد من تقنيات وتطبيقات تفيد مراحل الإنتاج الإعلامي من خلال البحث والتدريب.

أهمية دمج الأقسام التي تمارس نشاط العلاقات العامة بالجامعات في إنتاج المواد الإعلامية كدار النشر والإذاعات والقنوات الخاصة والعلاقات الخارجية في الجامعات تحت إشراف إدارة العلاقات العامة بالجامعات المتخصصة علمياً ومهنياً بالمجال.

المصادر والمراجع العربية:

- (1) نيازي، حسن - سالم، أحمد - مبادئ إنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة_ الطبعة 1- ايتراك للطباعة والنشر- 2014م - الصفحة 101-137
- (2) الشمالية، ماهر عود-اللحام، محمود، عزت-كافي، مصطفى يوسف-الاعلام الرقمي الجديد- الطبعة 1-دار الاعصار العلمي للنشر-2015م -الصفحة 172
- (3) صادق، عباس مصطفى-مجلة إذاعة وتلفزيون الخليج- الناشر جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج- الجزء 112—2019م- الصفحة 3
- (4) الخالدي، عوض خالد الجبور-السبورة الذكية-الطبعة 1-الدار الوطنية-2012م -الصفحة 11.
- (5) المصري، محمد عبد الرحمن-التخطيط الإستراتيجي-الطبعة 1-دار الكتب المصرية-2016م - الصفحة 216
- (6) الساعي، ندى-وسائل الاتصال الإلكترونية-الطبعة 1 - الجامعة الافتراضية-2020م -الصفحة 181
- (7) فقير، عماد الدين تاج السر -- إعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة -الطبعة 1- دار البداية للنشر-2013م- الصفحة 116
- (8) سليمان، نايف-تصميم وإنتاج الوسائل التعليمية-الطبعة 2-دار صفاء للنشر والتوزيع-2003م -الصفحة 99
- (9) الطيطي، محمد عيسى-العزة، فراس محمد-طويق، عبد الإله- إنتاج وتصميم الوسائل التعليمية-الطبعة 1-عالم الثقافة للنشر والتوزيع-2008م -الصفحة 109
- (10) الطناوي، عفت مصطفى-التدريس الفعال تخطيطه مهاراته استراتيجياته تقويمه-الطبعة 3-دار المسرة للنشر-2013م -الصفحة 96
- (11) حسونة، إسماعيل عمر-حرب، سليمان أحمد- تكنولوجيا الحاسوب والاتصالات في التعليم- الطبعة 1- دار جامعة الأقصى-2018م -الصفحة 146
- (12) نون، مركز تأليف-التدريس طرائق واستراتيجيات-الطبعة 1-جمعية المعارف الإسلامية الثقافية- 2011م- الصفحة 98

ثانياً المراجع الأجنبية:

- (13) Robert, Musburger-Gorham, Kinderm-Introduction to Media Production-1p- Elsevier Book-2009-Page 49
- (14) Gregory, Anne--Planning Managing Public Relation-Third Edition- Kogan Page Limited-2010-Page 39
- (15) Jens, Ruchatz-Exploring the Selife-1p-Singer International-2018-Page 37



جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
كلية الدراسات العليا
استمارة استبانة



الأخ الكريم / الأخت الكريمة.
السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته.
الموضوع: إجراء دراسة حول التقنيات الحديثة في تطوير إنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة بالتطبيق على عينة من الجامعات السودانية.
الهدف من الاستبانة هو جمع البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة لنيل درجة الدكتوراه في فلسفة علوم الاتصال تخصص العلاقات العامة والإعلان، وإكمال هذه الدراسة يتوقف على إجاباتكم على هذه الأسئلة. أرجو من شخصكم الكريم التفضل بملء هذه الاستمارة وفقاً لما يتفق مع وجهة نظركم، مع العلم أن كل البيانات والمعلومات التي تدلون بها لا تستخدم إلا لأغراض هذه الدراسة فقط وفي غاية السرية، شاكراً حسن تعاونكم وحسن مسيرتكم في مساندة البحث العلمي.
ملحوظة:

- 1/ الرجاء وضع علامة ✓ أمام الإجابة التي تراها مناسبة في المربع المخصص لذلك.
2/ في نهاية الاستمارة سؤالين مفتوحين الرجاء الإجابة عليهما.

الباحث / محمد عثمان عمر الفكي

رقم هاتف: 0962041044

أولاً: البيانات الشخصية:

1/ النوع:

ذكر أنثى

2/ العمر:

من 20 - 27 سنة من 28 - 37 سنة

من 38 - 47 سنة من 48 - 57 سنة

58 سنة فأكثر

3/ المؤهل العلمي:

ثانوي دبلوم بكالوريوس ماجستير

دكتورة

دور التقنيات الحديثة في تطوير إنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة (دراسة وصفية تحليلية)

4/ التخصص:

علوم اتصال علوم حاسوب علوم إدارية

علوم اجتماع أخرى تذكر.....

5/ المستوي الوظيفي:

تقني اتصال محرر مصمم معد برامج

رئيس قسم مصور أخرى تذكر.....

7/ عدد سنوات الخبرة في الوظيفة الحالية:

من سنة إلى 5 سنوات من 6 إلى 10 سنوات

من 11 إلى 15 سنة من 16 سنة فأكثر

ثانياً: البيانات الموضوعية:

المحور الأول: التطبيقات الإلكترونية في إنتاج المواد الإعلامية

الرقم	السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	تعتبر التكنولوجيا العنصر الأساسي لإنتاج المعلومات عبر الإنترنت					
2	تتمثل عملية الإنتاج الإعلامي بتجهيز المعدات والبرمجيات المتعددة والأجهزة الرقمية والطاقم الفني					
3	ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر، تلغرام، يوتيوب، تك توك) بصورة أساسية في عملية الإنتاج الإعلامي					
4	تسعى العلاقات العامة في الجامعة بإعداد وإنتاج أشكال وأنواع مختلفة من المواد الإعلامية					
5	دمج العديد من التقنيات والبرامج من مصادر مختلفة يدعم تطوير عملية الإنتاج الإعلامي					
6	تدريب القائم بالاتصال على التقنيات الحديثة يحسن مستوى أدائه					
7	الإمكانات المادية أساسية لتوافر المعدات والأجهزة الإلكترونية التي تدخل في عمليات إنتاج المواد الإعلامية					

المحور الثاني: أشكال وطرائق إنتاج المواد الإعلامية المقروءة

الرقم	السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا بشدة أوافق
1	تستخدم العلاقات العامة برامج وتصاميم متخصصة تعالج النصوص والصور والرسوم وإمكانية القص واللصق الإلكتروني					
2	يستخدم المصمم غالباً الصور المصغرة على الورق من أجل تنقيحها على الكمبيوتر لتصميم الشعارات واللافتات					
3	تروج العلاقات العامة للجامعة عن طريق الملصقات والمنشورات والكتيبات والإعلانات والدوريات التي تصدرها					
4	يتواصل الصحفيون الرقميون مع المصادر عن طريق الرسائل الإلكترونية وشبكات التواصل الإلكترونية					
5	يتميز الصحفي الإلكتروني بسرعة نقله للأخبار وبنها بمجرد معرفته بها					
6	تمنح التقنية الرقمية الفرصة لتجديد قراءة الخبر كل فترة زمنية وكتابة المزيد من تطورات الأحداث					
7	الصحافة الإلكترونية تعتبر نموذجاً لتطور الصحافة الورقية					
8	تعرض المادة الإعلامية للطلاب من خلال استخدام الشاشات الرقمية بمختلف الأحجام					

المحور الثالث: أشكال وطرائق إنتاج المواد الإعلامية المسموعة

الرقم	السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا بشدة
1	يتميز البث بتقانة إذاعية رقمية من إنتاج الصوت بجودة عالية					
2	تمثل مكونات عقد المؤتمرات بتجهيز المعدات والأجهزة مع توافر شبكة الإنترنت					
3	تفيد برامج عقد الاجتماعات والمحاضرات الحية (أون لاين) عملية التعليم والتدريب					
4	تعتبر المؤتمرات عن بعد البديل الرقمي للمؤتمرات والاجتماعات العادية وتحقق أكبر إنتاجية وأعلى فائدة					
5	تدخل برامج تعديلات الصوت والتقنيات الحديثة في إنتاج المدونات الصوتية					
6	تسجل الرسائل الصوتية الخاصة بالجامعة وإرسالها عبر تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي					
7	تعمل العلاقات العامة على إقامة وتنظيم المحاضرات والندوات والزيارات في الجامعة					

المحور الرابع: أشكال وطرائق إنتاج المواد الإعلامية المرئية

الرقم	السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا بشدة أوافق
1	يتم استخدام الحاسوب وتطبيقاته في معالجة الصورة والصوت والرسوم البيانية والفيديو					
2	يعتبر تصميم الجرافيك وسيلة مرئية تربط بين الأشياء ويرتب عناصر المادة المراد عرضها					
3	تمكن المنصة الإلكترونية من الرسم والكتابة على الشاشة ومشاركة الطلاب					
4	يقدم الفيديو التفاعلي معلومات سمعية وبصرية وفقاً لاستجابات الطلاب					
5	تستخدم الوسائط الرقمية والتصميم الجرافيكي في عملية تصميم المعارض					
6	باستمرار انتاج البرامج التلفزيونية يحتاج إلى مواكبة التقنية الرقمية					
7	تعالج الأفلام التعليمية الموضوعات بخطوات متسلسلة وتجمع معلومات كثيرة في مساحة صغيرة					
8	يتم استخدام الوسائط الرقمية المتعددة في الإنتاج المسرحي					

المحور الخامس: الأسئلة المفتوحة

1/ برأيك ما المعوقات والتحديات التي تواجه عمليات الإنتاج الإعلامي بالجامعة؟

.....

.....

.....

2/ مقترحاتكم وتوصياتكم لإدارة العلاقات العامة لتطوير إنتاج المواد الإعلامية بالجامعة؟

.....

.....

.....

لكم جزيل الشكر والتقدير لتعاونكم مع الباحث