تُعد مراحل عملية الإنتاج الاخباري عصب غرفة الأخبار سواء التقليدية منها أو الذكية، وهي لم تتغير عن السابق إلا أن طريقة العمل ومهارات البحث المطلوبة في كل مرحلة اختلفت وتطورت متأثرة بانتشار الانترنت، وحجم الاعتماد عليه في البحث عن الاخبار والمعلومات فضلاً عن اتساع الاستخدام للوسائل الاتصالية الحديثة وأدوات الذكاء الاصطناعي وغيرها من التقنيات الحديثة التي اخذت تشكل الجزء الأساس في كل مرحلة من مراحل عملية انتاج الأخبار التي تقع في خمسة مراحل أساسية، وهنا نركز على مرحلتي جمع الاخبار ونشرها على النحو الآتي:

- **مرحلة رصد وجمع الأخبار:**

اعتمدت غرف الأخبار سابقا على المراسلين الميدانيين والوكالات الإخبارية كمصدر لأخبارها، وبعد انتشار الانترنت والتطور الإعلامي الرقمي والاجتماعي، اضطرت غرف الأخبار للقبول بمواقع الانترنت كمصدر ومورد رئيسي للأخبار (بشرط التحقق من مصداقيتها)، إذ يعمل المراسلون بالشكل المعتاد على جمع الأخبار

شكل 2: المصادر الإخبارية لغرف الأخبار الذكية

من المناطق المتواجدين فيها من المصادر الصحفية المختلفة، إلا أن الوسائل الاتصالية الحديثة سهلت عملهم ونوعت مواردهم الإخبارية، فأصبحوا بحاجة إلى متابعة مواقع التواصل الاجتماعي التي لها صلة بالأحداث، وقد سمحت مواقع التواصل لقسم المراسلين في غرفة الأخبار بمواكبة تطورات الأحداث وتفاصيلها في أماكن تواجد مراسليها من خلال مواقع التواصل، ما ساهم في تسهيل عملية الإشراف على المراسلين، والأشراف على بناء القصة الإخبارية وملئ ثغراتها بشكل أفضل، بالإضافة إلى أن وسائل الإعلام أصبحت تنتظر ما سيغرد به المسؤولون في حساباتهم بمواقع التواصل، أو ما سيغرد به الصحفيون المتواجدون في مكان الحدث، ففي العشر سنوات الأخيرة اعتمدت غرف تحرير الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي وأدواتها في رصد وجمع الأخبار واعتبارها مصدرا يمكن الوثوق به بعد خضوعها لإجراءات التحقق والتثبت المناسبة، فضلاً عن اعتمادها تصريحات المسؤولين من خلال حساباتهم على تويتر، وعرض تعليقات الجمهور وتفاعلهم مع قصة معينة، كما أنتجت بعض البرامج الإخبارية بالاعتماد الكامل على مصادر من مواقع التواصل الاجتماعي والمواضيع الأكثر تداولاً فيها.

وبالحديث عن مواقع الانترنت: تعتبر من أهم المصادر المفتوحة، فهي تضم مواقع الوسائل الإعلامية الرسمية والحزبية، والمدونات، ومواقع الموسوعات المعرفية، والشركات والمؤسسات الخاصة، ومراكز البحث وقواعد البيانات ،وغيرها من المواقع التي توفر المعلومات وتسهل إلمام الصحفي بزوايا القضايا المطروحة، أو تقدم له مجموعة من الوثائق والبيانات لتحليلها.

وبالإضافة الى ما تقدم تعتمد غرفة الأخبار التلفزيونية الذكية **على الوكالات الإخبارية العالمية** وفق طريقة تعتمد على اشتراكات مع وكالات الأخبار العالمية الموثوقة بعدة لغات ومن عدة دول بحيث تضع هذه الوكالات كل خبر تنشره على لوحة برنامج **(آي نيوز – I news)** الذي يمكن من خلاله الوصول لكل ما تنشره الوكالات، وتبقى مهمة غرفة الأخبار اختيار ما يناسبها من هذه الأخبار لمتابعته ومعالجته ونشره بما يتفق مع سياستها التحريرية واهتماماتها.

الأداة	الاستخدام
I News	برنامج يعمل كشبكة بين العاملين داخل غرفة الأخبار والوكالات العالمية الموثوقة، بحيث تزوده كل وكالة بأخبارها وموادها الصحافية بما يسمح للمشتركين فيه استخدام هذه المواد بشكل مباشر وسريع. كما يتوفر في البرنامج عدة فلاتر ومعايير تضبطها كل وسيلة إعلامية حسب سياستها.
Trend Map, Trend 24, Twitter Trends	أدوات للبحث عن المواضيع الأكثر تداولا والهاشتاغ في أي مكان على تويتر.
Storyful	موقع متخصص في البحث داخل وسائل التواصل الاجتماعي والتحقق من القصص المنشورة عليه
Storyful Multisearch Extension	أداة للبحث في أغلب وسائل التواصل الاجتماعي في آن واحد بدلا من البحث في كل موقع لوحدة.
Dataminr	أداة تنبهك عن ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي حسب الكلمات المفتاحية التي تختارها، ويتم ضبط اعداداتها بشكل يتلائم مع اهتمامات غرفة الأخبار.
Telegram Channels	قنوات التلغرام التي تستخدمها وسائل الإعلام لنشر الأخبار أولا بأولا

نشر الاخبار وبثها:

في عصر الإعلام الرقمي والاجتماعي باتت غرف الأخبار الذكية بحاجة إلى نشر نتاجاتها عبر الوسائل الاتصالية الحديثة، لما لها من مميزات كالوصول إلى جمهور أوسع وأكثر تنوع، إذ قاد ذلك غرفة الأخبار الذكية لأن تكون غرفة مدمجة يمكن نشر نتاجاتها على الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي دون التغيير في أن أولوية انتاجها للوسيلة الإعلامية التقليدية، إذ تسعى أغلبية الوسائل الإخبارية إلى أن توفر موقعا إلكترونيا خاصا بها، لنشر نتاجاتها وأرشفتها، فبقائها على الانترنت يسمح لجمهور أوسع بالاطلاع عليها والاستفادة منها، إلا أن معايير وسياسة النشر على المواقع الالكترونية مختلفة عن غيرها من الوسائل وهو ما يتطلب فريقاً خاصاً بانتقاء المواد الصحفية التي تصلح لأن تنشر على الموقع بما يتضمن إعادة معالجتها كصياغة عناوين جديدة، وشرح المضامين وكتابة التقارير عن بعض البرامج والحلقات بما يلخص أهم ما ورد فيها، وتجدر الإشارة الى أن غرف الأخبار الذكية تبحث عن نفوذ أكبر لإيصال رسالتها لجمهور واسع ومتنوع، وأكثر حيوية، قادر على التفاعل مع القصص الاخبارية، وليس سراً أن النشر على وسائل التواصل الاجتماعي في غرف الأخبار أصبح أولوية لدى إداراتها، فالقصة الإخبارية أحيانا تنتج بنسختين، نسخة للبث الفضائي أو للصحيفة المطبوعة ونسخة أخرى لوسائل التواصل الاجتماعي، كما أن الصحفيين أنفسهم يطالبون غرفة الأخبار بقصصهم التي عملوا عليها لنشرها على مواقع التواصل الاجتماعي، إذ ان غرفة الأخبار أصبحت غير قادرة على تجاهل تأثيرها.