

أساليب توظيف الوسائط البصرية بالنتائج الإخبارية

إعداد

عمر جمادى عبد الحجار

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أساليب توظيف الوسائط البصرية بال نشرات الإخبارية، وذلك من خلال دراسة تحليلية لنشرات الأخبار لكلا قناتي إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية، تعتبر هذه الدراسة وصفية تحليلية حيث استخدم الباحث فيها أسلوب تحليل المضمون بالنسبة للدراسة التحليلية، وتم الاعتماد في هذه الدراسة على نوعين من مصادر المعلومات هما المصادر الثانوية والمصادر الأولية، وقد قام الباحث بتصميم استمارة تخدم متغيرات الدراسة التحليلية. يتكون مجتمع الدراسة من جميع مضامين النشرات الإخبارية التي قدمتها القنوات الفضائية العربية والأجنبية، حيث قام الباحث بتصميم استبانة مصغرة للنشرات الإخبارية في الفضائيات العربية والأجنبية. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: أن فئة موضوع سياسي في قناة إكسترا نيوز كان الأعلى في القناتين، وأن كلا القناتين كان لديهما اهتمام كبير بالشريط الإخباري في أسفل الشاشة وهو الشريط الدائم. وأوصى الباحث بضرورة الاهتمام ببناء الهوية البصرية الجاذبة لزيادة درجة تفضيل الجمهور المتابع للنشرات الإخبارية المقدمة في الفضائيات.

الكلمات المفتاحية: الوسائط البصرية، النشرات الإخبارية.

Abstract

Methods of Employing Visual Media in News Bulletins

This study aimed to reveal the methods of employing visual media in news bulletins, through an analytical study of the news bulletins of both the Egyptian Extra News channel and the American CNN channel. This study is considered descriptive and analytical, as the researcher used the content analysis method for the analytical study, and this study was adopted. The study includes two types of information sources: secondary sources and primary sources. The researcher designed a form that serves the variables of the analytical study. The study population consists of all the content of news bulletins presented by Arab and foreign satellite channels. The researcher designed a mini questionnaire for news bulletins on Arab and foreign satellite channels. The study reached a number of results, the most important of which are: that the political topic category on the Extra News channel was the highest among the two channels, and that both channels had great interest in the news bar at the bottom of the screen, which is the permanent bar. The researcher recommended the need to pay attention to building an attractive visual identity to increase the degree of audience preference for news broadcasts presented on satellite channels.

Keyword: Visual Media, News Bulletins.

المقدمة

باتت الوسائط البصرية تؤدي دوراً إعلامياً خطيراً عن طريق الصورة ضمن تكنولوجيا واحدة تشمل الكمبيوتر والتلفزيون، فهي تتميز بجذب الانتباه والتركيز من خلال حواس الإنسان البصرية، مما يساعد الجمهور على التعامل المطول لمتابعة ما يقدم عبر هذه الوسائط التي وفرت للمشاهد ميزات كثيرة أهمها الرشاقة التي أدت إلى سرعة الاطلاع على المحتوى الذي كان يستغرق وقتاً أطول في الانتاج التلفزيوني التقليدي، كما وفرت له خيارات تناسب ظرفه واهتمامه، وأصبحت الصورة البصرية أكثر فاعلية في حمل الرسالة، رغم أن قد تستعين بالصوت، أو النص، أو الصورة. (١)

وقد أثبت القنوات الفضائية قدرتها على التأقلم مع التطورات التكنولوجية، فقد أفادت إفادة كبيرة من التقدم التكنولوجي ومنها الوسائط البصرية، وهي أوسع انفتاحاً من غيرها من وسائل الإعلام الأخرى لخصائصها التقنية والتأثيرية، إذ إن الرسائل الإعلامية يمكن أن تصل حتى من خلال صورة أو شكل أو فيديو قصير، وفي خضم هذا كله فإن النشرات الإخبارية التي تقدمها الفضائيات العربية ظلت من أهم الخدمات التلفزيونية التي يبحث عنها المشاهد للإحاطة بالأخبار والأحداث المتلاحقة والمتشابكة من حوله.

وينبغي التأكيد، على أن استخدام الوسائط البصرية في القنوات الفضائية التلفزيونية المختلفة يهدف إلى تحقيق الأثر المرغوب لدى المشاهدين بالدرجة الأولى، ثم يهدف إلى بناء هوية بصرية للقناة، وهي ما تساعدها في بناء علاقة مع المشاهدين، وذلك من خلال تمييز القناة عن غيرها بمجرد مشاهدة الشاشة للمرة الأولى، وتكرار مشاهدتها ما يجعلها مألوفة لدى المشاهد، ويمكن تذكرها ووصفها للآخرين أيضاً، وهكذا تتضح أهمية الوسائط البصرية في عمليات الإنتاج والعرض والتخزين وتعزيز تأثير الرسالة على المتلقي.

(1) Brody, D., A. (2019), **Broad casting in the Arab World; A Survey of the Electronic Media in the Middle East.** Iowa State University Press.

مشكلة البحث

تتمحور مشكلة الدراسة في تساؤل دار في ذهن الباحث من خلال الملاحظة والمشاهدة للقنوات الاخبارية حول الأساليب التي من الممكن أن تسهم في توظيف الوسائط البصرية بال نشرات الإخبارية في الفضائيات العربية والأجنبية، خاصة في ظل تراجع دور الإعلام لحساب هذه الوسائط نظرا لقوة تأثيرها على الجمهور، وباعتبار أنها أصبحت عامل مهم في تهيئة المتطلبات لتشكيل الوعي في نظرة الإنسان إلى مجتمعه والعالم.

وبما أن مضمون الرسالة الإعلامية الذي تتوجّه به القنوات الفضائية عبر رسائل إخبارية أو ثقافية أو ترفيهية أو غيرها، يساهم بالضرورة في تشكيل الرأي العام والمعتقدات والتقاليد لدى الأفراد، فإنه بالإمكان لهذه الدراسة تقديم رؤية علمية تجاه هذه الأساليب، ودورها في إمكانية غرس معارف وقيم ومدرجات حول الأساليب التي يتم الاعتماد عليها في توظيف الوسائط البصرية بالنشرات الإخبارية في الفضائيات العربية والأجنبية. وبناءً على ذلك، فإنه يمكن صياغة المشكلة من خلال طرح السؤال الآتي: ما أساليب توظيف الوسائط البصرية بالنشرات الإخبارية في الفضائيات العربية والأجنبية؟

أسئلة البحث

- ١- ما طبيعة الموضوعات التي تناولتها قناتي إكسترا نيوز المصرية، و CNN الأمريكية؟
- ٢- ما مدى الاعتماد على العناصر المرئية في نشرات الأخبار لكلا من قناتي إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية؟
- ٣- ما هي أنواع الصور التي استخدمت في نشرات الأخبار لكلا من قناتي إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية؟
- ٤- ما مدى مساهمة شعار Logo لقناتي الدراسة إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية في بناء الهوية البصرية للقناة؟
- ٥- ما طبيعة الخطوط المستخدمة في قناتي إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية كعنصر من عناصر الهوية البصرية للقناة؟
- ٦- ما طبيعة الألوان الأكثر استخداما في قناتي إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية عيني الدراسة كعنصر من عناصر الهوية البصرية؟

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل ٢٠٢٤

٧-ما المؤثرات البصرية المستخدمة في قناتي إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية كعنصر من عناصر الهوية البصرية؟
٨-ما الأطر الأكثر تكرارا في نشرات الأخبار في كلا من قناتي إكسترا نيوز، و CNN ؟

٩-ما الاستمالات (الأساليب الإقناعية) الأكثر استخداما في نشرات الأخبار في قناتي إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية؟

أهداف البحث

- ١-التعرف على طبيعة الموضوعات التي تناولتها قناتي إكسترا نيوز، و CNN.
- ٢-تحديد مدى الاعتماد على العناصر المرئية في نشرات الأخبار لقناتي إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية.
- ٣-معرفة أنواع الصور التي استخدمت في نشرات الأخبار لقناتي إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية.
- ٤-تحليل شعار Logo قناتي إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية ومدى مساهمته في بناء الهوية البصرية للقناة.
- ٥-التعرف على طبيعة الخطوط المستخدمة في قناتي قناتي إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية عيني الدراسة كعنصر من عناصر الهوية البصرية للقناة.
- ٦-معرفة الألوان الأكثر استخداما في قناتي إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية عيني الدراسة كعنصر من عناصر الهوية البصرية.
- ٧-التعرف على المؤثرات البصرية المستخدمة في قناتي إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية كعنصر من عناصر الهوية البصرية.
- ٨-تحديد الأطر الأكثر تكرارا في نشرات الأخبار في كلا من قناتي إكسترا نيوز، و CNN.

٩-معرفة الاستمالات (الأساليب الإقناعية) الأكثر استخداما في نشرات الأخبار في كلا من قناتي إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية.

أهمية البحث

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من أنها تعتبر إحدى الدراسات الإعلامية الحديثة والتي لم تتم دراستها أو بحثها (حسب علم الباحث) إلا في نطاق محدود، وبالتالي فإن أهمية هذه الدراسة تكمن في تناولها أساليب توظيف الوسائط البصرية

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل ٢٠٢٤

بالنشرات الإخبارية في الفضائيات العربية والأجنبية، والتي تستدعي تضافر وتكامل جهود الباحثين لدراستها وتحليلها، بهدف التعرف عليها بشكل أفضل وخاصة في القنوات الفضائية.

منهج البحث

استخدم الباحث المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتطبيقي، للوصول إلى أهداف الدراسة من خلال جمع البيانات الخاصة بأساليب توظيف الوسائط البصرية بالنشرات الإخبارية في الفضائيات من خلال البيانات التحليلية (تحليل المضمون).

مجتمع البحث

يتكون المجتمع من جميع مضامين النشرات الإخبارية التي قدمتها القنوات الفضائية العربية والأجنبية، حيث تم تحديد هذا المجتمع بعد متابعة الباحث في هذا المجال لتوضيح القنوات الفضائية الأكثر استخداماً والأكثر فاعلية في الوطن العربي والعالم، حيث قام الباحث بتصميم استبانة مصغرة للنشرات الإخبارية التي قدمتها القنوات الفضائية العربية والأجنبية خلال الدورات البرمجية السابقة، وقام بتصميم استبانة مصغرة تتضمن مجموعة من الأسئلة، حول أهم القنوات الفضائية العربية والأجنبية التي تقدم النشرات الإخبارية لتوضيح القنوات الفضائية الأكثر استخداماً في الوطن العربي والعالم، مع مراعاة أن تشمل العينة قناة عربية وقناة اجنبية. وقد كان النتيجة أن أغلبية الجمهور قام باختيار القناة التي يرى انها تستحق المتابعة والمشاهدة من جانبهم خلال الفترة التي تمتد من ١-١-٢٠٢٢ ولغاية ٣٠-٨-٢٠٢٢ واستقرت أكثرية الآراء على قناتي إكسترا نيوز المصرية extra news وقناة سي ان أن CNN الأمريكية.

عينة البحث

بعد أن تم تحديد مجتمع الدراسة المتمثل في القنوات الفضائية العربية والأجنبية التي تقدم خدمة النشرات الإخبارية، وقد تم اختيار الفضائيات بناء اختيار الجمهور على وهما فضائية سي بي سي اكستر (CBC Extra News)، وفضائية CNN الامريكية، وهاتان القنوات عبارة عن مؤسسات إعلامية تعتبران انها الأكثر استخداماً والأكثر فاعلية والأكثر انتشاراً في العالم، هذا إضافة إلى ما تمثله كل من القناتين من أهمية بالنسبة للجمهور، إذ إن فضائية سي بي سي إكسترا نيوز تمثل

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل ٢٠٢٤

الفضائيات العربية عموماً، بينما تمثل قناة CNN الأمريكية القنوات الأجنبية التي تمثل القنوات الأجنبية أو الغربية على وجه الخصوص. وقد تم اختيار النشريتين الرئيسيتين في القناتين لتكون عينة الدراسة: البرنامج الإخباري "جولة ال ١٢ منتصف الليل الإخبارية" في قناة إكسترا نيوز، والتي تأتي بحصيلة لأهم الأخبار المحلية والإقليمية والعالمية على مدار ساعة من الوقت مع انتصاف ليل القاهرة، فيما تم الاعتماد على مجموعة من المقاطع التي تبثها القناة في نشراتها الإخبارية والتي تبث على مدار الساعة (٢٤) ساعة وعلى فترات زمنية مختلفة من خلال اليوتيوب والتي تشمل تقارير وأراء وتحليلات يجري بثها على مدار الساعة تقريباً. وقد تم تحليل (٢٠) نشرة إخبارية من كل قناة من قناتي الدراسة، تم اختيارها بأسلوب التدوير (Rotation) أو ما يُعرف بطريقة الأسبوع الصناعي، وقد امتدت الدورة على مدى خمسة أشهر بدأت من مطلع (شهر أكتوبر ٢٠٢٢ وحتى نهاية شهر فبراير ٢٠٢٣)، وتحقق هذه الطريقة ضمان منح فرص متساوية لجميع أيام التغطية الإخبارية في نشرات الأخبار على مدار الأسبوع في تمثيل العينة.

أداة تحليل المضمون (النشرات الإخبارية)

تتضمن الجوانب التي يسعى البحث إلى التعرف عليها وفقاً لأهداف البحث وتساؤلاتها، تم تحليل مضمون النشرات الإخبارية في الفضائيات العربية والأجنبية حول أساليب توظيف الوسائط البصرية، من خلال تطبيق استمارة تحليل مضمون والتي تم إعدادها خصيصاً كأداة للتحليل، وذلك لتحديد مضمون وشكل توظيف الوسائط البصرية، من خلال فئات ووحدات التحليل للمادة الإعلامية والمستخدم في تقديم المادة الإعلامية إلى الجمهور، والمستخدم في النشرة الإخبارية لنقل المضامين والأفكار والمعاني.

صدق الأداة

قام الباحث بإجراء اختبار الصدق بهدف التأكد من مصداقية الأداة، وتم التحقق من الصدق الظاهري بواسطة خمسة محكمين من جامعات مصرية وعربية، وذلك من خلال عرض الاداة على هيئة محكمين وأساتذة متخصصين بالإعلام والصحافة والإحصاء والخبراء ممن يملكون المؤهل والخبرة لتقييم مدى صلاحية الأداة، وبعد استرجاعها تم إجراء التعديلات المقترحة من المحكمين.

ثبات الأداة

تم التحقق من ثبات أداة تحليل المضمون عن طريق تحليل عينة مصغرة من قبل الباحث ومحلل أو مرمر آخر له خبرة في المجال، وتكونت العينة المصغرة من (٤) نشرات إخبارية بواقع نشرتين من كل قناة من قناتي الدراسة. وبالاعتماد على طريقة هولستي Holisti في حساب الثبات، فقد تبين أن العملية حققت ما معدله (٠,٨٩)، وهي نسبة عالية نوعاً ما لمثل هذا الغرض.

الدراسات السابقة

هدفت دراسة جابر، (٢٠٢٣).^(١) إلى التعرف على العوامل المؤثرة في تصميم العلامة التجارية كمدخل لإكساب شخصية المؤسسة التسويقية، وتوصلت الدراسة إلى أن البساطة والوضوح في تصميم الهوية والعلامة هو ما يمنح الهوية قدرة على جذب الجمهور، كذلك فإن اختيار لون واحد أو لونين أو ثلاثة فقط من شأنه أن يعزز ادراكات الجمهور للمعاني والدلالات التي تعبر عنها الهوية البصرية للعلامة التجارية.

هدفت دراسة الصبار، (٢٠٢١).^(٢) إلى التعرف على استخدامات موقعي سكاى نيوز العربية والجزيرة لمواقع القنوات الإخبارية للوسائط المتعددة (الانفوجرافيك والفيديو موشن جرافيك)، باعتبارها أداة رقمية تسهم في تعزيز المحتوى الرقمي للأخبار المقدمة في الموقعين، وتوصلت الدراسة إلى أن الموضوعات السياسية والاجتماعية والرياضية كانت من أكثر الموضوعات التي تتناولها (الانفوجرافيك والفيديو موشن جرافيك) في موقعي سكاى نيوز العربية والجزيرة.

(١) جابر، هشام رمضان علي، (٢٠٢٣)، العوامل المؤثرة في تصميم العلامة التجارية كمدخل لإكساب شخصية المؤسسة التسويقية، مجلة بحوث في التربية الفنية والفنون. ٢٣ (٢)، ٢٣٨-٢٥٠.

(٢) الصبار، صلاح الدين إبراهيم خليل، (٢٠٢١)، استخدام مواقع القنوات الإخبارية للوسائط المتعددة: موقعي سكاى نيوز العربية والجزيرة: دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

هدفت دراسة: شحادة، عمرو نديم، (٢٠٢٠).^(١) إلى التعرف على أهمية تطوير الهوية البصرية في البيئة الداخلية لمباني جامعة الشرق الأوسط، وأظهرت النتائج أهمية تطوير وتحسين شكل الفراغ الداخلي في مباني الجامعة من خلال إعادة الحياة للمكان وتقويته وخلق البيئة الحيوية لإثراء الفراغ الداخلي، كما تبين أن فاعلية الهوية البصرية للفراغات المعمارية تؤدي دوراً بعملية ربط المستخدمين بتجربة المكان.

تقييم الدراسات السابقة ومميزات الدراسة الحالية

سعى الباحث وفي وضع تصور عام للدراسة والتحديد الدقيق لمشكلتها وأهدافها، حيث أن الدراسات التي تم تناولها تعرضت للوسائط المتعددة وتوظيفاتها في التلفزيون التي لاقت اهتماماً واضحاً من الدراسات السابقة العربية منها والأجنبية، وكان من الواضح اهتمام الدراسات بالصورة في التلفزيون عموماً، بما في ذلك الوسائط المتعددة. وبعد استطلاع الباحث للعديد من الدراسات تطرق بدراسته هذه إلى تناول أساليب توظيف الوسائط البصرية بالنشر الإخبارية في الفضائيات العربية والأجنبية، على أساس أن كثير من الدراسات لم تتعرض إليها بشكل مباشر.

الإسناد النظري

اعتمد الباحث على نظرية الأطر الإخبارية لتفسير وتأطير نتائج البحث، فهذه النظرية تعتبر ملائمة لمثل هذه الدراسة بالنظر إلى عنصرين: الأول أهداف الدراسة التي تسعى إلى الكشف عن أنواع الأطر التي من المفترض أن تحملها الوسائط البصرية، والفروق بين أطر الفضائيتين، أما العنصر الثاني فيتمثل في أن نظرية الأطر تعد أكثر النظريات اهتماماً في تفسير المنتج النهائي لوسائل الإعلام المتمثل في إحداث الأثر سواء أكان معرفياً أم وجدانياً أم سلوكياً، وتبدو النظرية هي الأقرب إلى تفسير الصورة التلفزيونية. حيث تفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تكتفي بعملية إبراز لأحداث معينة، بل تعمل عن طريق الاختيار لما يجب أن ينشر أو لا ينشر من القصص الإخبارية لأنها تقوم بصياغة القصة في أطر معينة وفق تصورات واستنتاجات الجمهور حول الأحداث والتي تتشكل عن طريق البيئة المحيطة التي تمدها وسائل الإعلام بالمعلومات.^(٢)

(١) شحادة، عمرو نديم، (٢٠٢٠)، تطوير الهوية البصرية في البيئة الداخلية لمباني جامعة

الشرق الأوسط، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

(٢) مكاي، حسن، والسيد، ليلي، (٢٠٠٩) الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية

الليبية. ص ٣٤٨.

مفهوم الوسائط البصرية

تعرف الوسائط البصرية فهي مصطلح واسع الانتشار في عالم الحاسوب، ويشير إلى مجموعة تقنيات تقوم على النصوص والرسوم الثابتة والمتحركة، وما هو بصري (الفيديو) ضمن تكنولوجيا واحدة، كالكومبيوتر أو التلفزيون. إذن فإن الوسائط السمعية هي نفسها الوسائط المتعددة باستثناء خلوها من الصوت والنصوص واعتمادها الكلي على العناصر البصرية من حروف نصية وصور بجميع أشكالها وأنماطها ورسوم ثابتة أو متحركة أو جرافيكية. (١) وهناك من ذهب إلى أن الوسائط السمعية البصرية هي الأداة أو اللغة التي يوظفها ويستثمرها الإعلامي والصحفي في تحرير وإعداد النشرات الإخبارية في القنوات الفضائية العربية ، وهناك من يراها "طريقة يمكن بموجبها التحكم بعناية فائقة في مختلف الخبرات الاتصالية التي يحصل عليها المتلقي". (٢)

عناصر الوسائط المتعددة

تتألف الوسائط المتعددة من مجموعة عناصر إعلامية ومعلوماتية وتقنية، وهذه العناصر:

١. الفيديو: تقوم تقنية الفيديو على الصور الحية المتحركة التي تحاكي الوضع الطبيعي، وهذه الميزة التي تعطي الفيديو أهميته مقارنة مع التقنيات الأخرى كونه ينقل الحقيقة كما هي، ويعتمد التلفزيون اعتمادا كبيرا على الفيديو باعتباره سلسلة من الصور، بالإضافة إلى مقاطع لغوية أيضا، ولهيمنة العلامات البصرية الأيقونية تأثير واضح على القيمة الإخبارية لأخبار التلفزيون، بحيث لا نرى إلا القليل من الأخبار التي تنقصها العناصر البصرية، فالصور الواقعية هي العنصر الطاغي من العلامات في أخبار التلفزيون. (٣)

(١) فتح الباب عبد الحليم، إبراهيم (١٩٨٥) وسائل التعليم والإعلام، عالم الكتب، القاهرة، ص٦٩.

(٢) الطوبجي، حسين (١٩٨٧)، وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم، دار القلم، الكويت، ص٢٦١.

(٣) جوناثان بيغل، سيمياء الإعلام، (ترجمة: محمد شيا)، بيروت، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، ١٥٧.

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل ٢٠٢٤

٢. **الصوت:** هو طاقة ميكانيكية تنتقل كاهتزاز عن طريق وسيط هو الهواء، وينتقل الصوت أيضا عبر المواد الصلبة السوائل. قد يتطلب تطبيق الوسائط المتعددة استخدام الكلام والموسيقى والمؤثرات الصوتية، وتسمى بالعناصر الصوتية للوسائط المتعددة، فالصوت قد يكون تماثليا (تناظري) Analog وقد يكون رقميا Digital، والصوت التماثلي هو مثل الذي نسمعه من الراديو أو من شريط الكاسيت وهو ناتج عن موجات متصلة، أما الصوت الرقمي وهو الذي يستعمل في الوسائط المتعددة، فهو ينتج عن أخذ عينات من الصوت التماثلي وتسجيلها في جهاز رقمي مثل ذاكرة الكمبيوتر. والكمبيوتر يخزن الصوت في شكل رقمي، لذلك، فإن الصوت المستخدم في تطبيق الوسائط المتعددة هو صوت رقمي. (١)

٣. **النصوص:** يدخل الخط في عمليات إنتاج الوسائط المتعددة ليؤدي وظائف مرغوبة لكل من القارئ بالاتصال والمتلقي، حيث يمكن أن يحتوي النص على أنواع مختلفة من الأحرف الأبجدية الرقمية وبعض الأحرف الخاصة الأخرى بالإضافة الى الخطوط والأحجام والألوان لتتناسب العرض التقديمي المهني لبرنامج الوسائط المتعددة، والنص يمثل ملك المحتوى The King of Content، لأن له ميزات تجعله سهلا في الإنتاج، وسهلا في التلقي، ويوجد أربعة أنواع من النصوص هي: النص المطبوع، والنص الممسوح ضوئيا، والنص الإلكتروني، والنص الفائق. (٢)

٤. **الصور النقطية (الفوتوغرافية):** هي صور حقيقية يمكن التقاطها من أجهزة مثل الكاميرات الرقمية أو الماسحات الضوئية، وتعتبر الصور النقطية بشكل عام غير قابلة للتحريك، كما انها تتطلب قدرًا كبيرًا من ذاكرة الحواسيب والكاميرات والهواتف. والصور النقطية تسمى أيضا Raster graphic وهي طريقة مشابهة في تخزين ورسم الصور والرسوم والتعامل معها، وتقوم على تجزئة الصورة إلى عدد كبير جدا من النقاط المتراسة أفقيا ورأسيا، وتؤثر الكثافة النقطية بطريقة مباشرة في جودة الصورة التي تستخدم في الطباعة على الورق، أو العرض على الشاشة، أو من خلال صفحات Web. (٣)

(١) شفيق، حسنين (٢٠١٢) إعلام الوسائط المتعددة، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر، ص ٩٤.

(٢) ناصر، نورهان (٢٠٢١) مميزات الوسائط المتعددة وانواعها وخصائص كل نوع، موقع المرسل، على الرابط: <https://www.almrsl.com/post/998399>

(٣) شفيق، حسنين (٢٠١٢) إعلام الوسائط المتعددة، القاهرة، مرجع سابق، ص ١٣٣.

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل ٢٠٢٤

٥. **الرسومات:** شكل استخدام الرسوم البدايات الأولى لتشكل اللغات المكتوبة، إذ وجدت الرسوم المنقوشة على الصخور أو في الكهوف منذ ما قبل اللغة أو ما قبل التاريخ، وكانت تلك الرسومات لغة يفهما الناس آنذاك، واستطاع بعض علماء اليوم ترجمة بعض تلك الرسومات. كذلك فقد تطورت الرسومات لتصبح مختزلة إلى رموز كما هو الحال في اللغة الصينية مثلاً، أو كما هو الحال في الهيروغليفية المصرية، التي اعتمدت على رموز من صورة الإنسان كالعين والقم وغيره أو من صور الحيوانات والأشياء المعروفة في البيئة، ويبدو أننا في عصر التكنولوجيا الرقمية والبصرية، بدأنا نشهد عودة الرموز من خلال "الإيموجي" Emoji التي باتت مستخدمة بكثرة في التواصل الإلكتروني، لتبدو في بعض الحالات وكأنها تحل محل الحروف، وتعبّر عما تعجز الكلمات في بعض الأحيان عن وصفه أو التعبير عنه. وتعد الرسومات والصور الثابتة كذلك، من أهم الوسائل التعليمية والإعلامية التي يمكن الحصول عليها بتكلفة أقل من غيرها من الوسائل والتقنيات، وتصنف الرسوم إلى عدة أصناف، مثل: رسوم ثابتة، والرسوم المتحركة، والرسوم ثلاثية الأبعاد. (١)

تحليل البيانات واختبار الفرضيات

أولاً: نتائج السؤال الأول: ونصه: ما طبيعة الموضوعات التي تناولتها قناتي إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية؟

الجدول (١): التكرارات والنسب المئوية المقارنة والترتيب لفئات الموضوعات لكل

من قناتي الدراسة إكسترا نيوز و CNN الأمريكية

الترميز	الفئة	قناة إكسترا نيوز		قناة CNN	
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
١,١	فئة موضوع سياسي	٢٤٠	٢٩,٣	60	٢٥,٧
٢,١	فئة موضوع اقتصادي	١٣٥	١٦,٥	50	٢١,٥
٣,١	فئة موضوع اجتماعي	٠١0	٠١,٢	06	٠٢,٦
٤,١	فئة موضوع ثقافي	٠٠٥	٠٠,٦	16	٠٦,٩
٥,١	فئة موضوع ترفيهي	٠٠٩	٠١,١	24	٠٩,٠

(١) الدجيلج، إبراهيم (٢٠١٠)، الاتصال والوسائل والتقنيات التعليمية، عمان، دار صفاء للنشر،

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل ٢٠٢٤

٦,١	فئة موضوع رياضي	105	١٢,٨	20	٠,٨,٦	إكسترا
٧,١	فئة عسكرية وأمنية	١٢٠	١٤,٧	08	٠,٣,٤	إكسترا
٨,١	فئة موضوعات إدارات محلية	٠,٧٥	٠,٩,٢	07	٠,٤,٥	إكسترا
٩,١	فئة موضوعات الصحة والبيئة	٠,٧٥	٠,٩,٢	18	٠,٧,٦	إكسترا
١٠,١	فئة نشرة الطقس	٠,١٥	٠,١,٨	20	٠,٨,٥	CNN
١١,١	فئة موضوعات أخرى	٠,٣٠	٠,٣,٧	04	٠,١,٧	إكسترا
						المجموع
		٨١٩	١٠٠	٢٣٣	١٠٠	

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن "فئة موضوع سياسي" حازت على الرتبة الأولى بتكرار بأعلى نسبة من الفئات الأخرى في كلا القناتين، وتقدم الموضوع السياسي في قناة إكسترا نيوز على قناة CNN الأمريكية بنسبة (٢٩,٣%) مقابل (٢٥,٧%). أما الموضوع الاقتصادي فقد جاء في الرتبة الثانية لصالح قناة CNN الأمريكية بنسبة (٢١,٥%) مقابل (١٦,٥%). بينما جاءت أقل النسب لعدة فئات منها فئة الموضوع الترفيهي في قناة إكسترا نيوز بنسبة (٠,١,١%) مقابل نسبة (٠,٩,٠%) في قناة CNN الأمريكية، ومثل ذلك فئات الموضوعات: الاجتماعي، ونشرة الطقس، وفئة موضوعات أخرى في كلا القناتين. ويلاحظ من هذه النتائج ان هناك اهتمام من كلا القناتين بالأخبار السياسية بالدرجة الأولى والأخبار الاقتصادية بالدرجة الثانية، ثم برز اهتمام قناة إكسترا نيوز بفئة الموضوعات الأمنية والعسكرية بحكم اهتمام القناة بالأحداث الأفريقية والعربية، إضافة إلى العالمية التي برز فيها الحرب الروسية الأوكرانية.

ثانياً: نتائج السؤال الثاني: ونصه: ما مدى الاعتماد على العناصر المرئية في نشرات الأخبار لقناتي إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية؟

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل ٢٠٢٤

الجدول (٢): التكرارات والنسب المئوية المقارنة والرتب لفئة العناصر البصرية لكل من قناتي الدراسة إكسترا نيوز و CNN الأمريكية

الترميز	الفئة	قناة إكسترا نيوز		قناة CNN	
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
١,٢	فئة الخطوط	١٠٦٥	٤٠,٨	80	٢٣,١
٢,٢	فئة الرموز التصويرية	090	٠٣,٦	00	٠٠
٣,٢	فئة الرسوم التعبيرية (إيموجي)	015	٠,٦	00	٠٠
٤,٢	فئة الخرائط	٠٠	٠٠	06	٠١,٧
٥,٢	فئة المخططات البيانية	٠٠	٠٠	08	٠٢,٣
٦,٢	فئة الشرائح Slides Typography video	645	٢٤,٦	10	٠٢,٩
٧,٢	فئة الشريط المتحرك	دائم	٠٠	دائم	٠٠
٨,٢	فئة الشريط المتغير (مضمون الخبر)	795	٣٠,٤	٢٤٢	٧٠,٠
المجموع		٢٦١٠	١٠٠	٣٤٦	١٠٠

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن كلا القناتين اهتم بدرجة كبيرة بالشريط الإخباري في أسفل الشاشة وهو الشريط الدائم، ومن خلاله كان يجري بث سلسلة الأخبار المتوفرة والمستجدة، أما الشريط المتغير، فهو الذي يتم من خلاله إبراز عناوين ومضامين الأخبار مدار العرض والاهتمام في اللحظة، وفي بعض الحالات يجري من خلاله الإعلان عن الأخبار العاجلة والمستجدة. وقد تقدمت قناة CNN الأمريكية على قناة إكسترا في هذا الاهتمام بنسبة (٥٩,٦%) مقابل (١٩,٨٥). وهو ما احتل المرتبة الأولى من بين سبع فئات للعناصر المرئية في القناتين. أما المرتبة الثانية فقد جاءت لفئة الصور، أي الصور النقطية أو الفوتوغرافية لصالح قناة إكسترا نيوز وبنسبة (٣٥,١%) مقابل (١٤,٧%) لقناة CNN الأمريكية، في حين جاءت المرتبة الثالثة في الاهتمام لفئة "الخطوط"، بأفضلية لقناة إكسترا نيوز وبنسبة (٢٦,٥%) مقابل (١٩,٧%) لقناة CNN الأمريكية.

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل ٢٠٢٤

ثالثا: نتائج السؤال الثالث: ونصه: ما هي أنواع الصور التي استخدمت في نشرات الأخبار لقناتي إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية؟

الجدول (٣): التكرارات والنسب المئوية المقارنة والترتيب لفئة الصور لكل من قناتي الدراسة إكسترا نيوز و CNN الأمريكية

الترميز	الفئة	قناة إكسترا نيوز		قناة CNN الأمريكية		الرتبة
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
١,٣	فئة صور فوتوغرافية (النقطية)	435	٣٠,٢	٦٢	٢١,٠	٢ إكسترا
٢,٣	فئة الصور المتحركة	990	٦٨,٨	٢٣٤	٧٩,٠	١ CNN
٣,٣	فئة الصور والرسوم الرمزية	015	١,٠٠	٠٠	٠٠	٣ إكسترا
المجموع						
		١٤٤٠	١٠٠	٣٤٦	١٠٠	

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن فئة الصور المتحركة-الفيديوية حازت على الاهتمام الأكبر في الرتبة الأولى لكلا القناتين وبنسبة (٧٩,٠%) لصالح قناة CNN الأمريكية مقابل (٦٨,٨%) لقناة إكسترا نيوز، بينما جاءت الرتبة الثانية لفئة صور فوتوغرافية (الصور النقطية) بنسبة (٣٠,٢%) لقناة إكسترا نيوز مقابل، (٢١,٠%) لقناة CNN الأمريكية. بينما جاءت الرتبة الثالثة والأخيرة من نصيب فئة الصور والرسوم الرمزية بنسبة ضئيلة جدا بلغت (١,٠%) لصالح قناة إكسترا نيوز مقابل (٠٠%) لقناة CNN الأمريكية. ولعل الصور والرسوم الرمزية في قناة إكسترا نيوز تمثلها بعض الرموز التي تتبناها القناة مثل (الجمهورية الجديدة) وغير ذلك.

رابعا: نتائج السؤال الرابع: ونصه: ما مدى مساهمة شعار Logo لقناتي الدراسة إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية في بناء الهوية البصرية للقناة؟

الجدول (٤): تحليل شعار القناة لكل من قناتي إكسترا نيوز و CNN الأمريكية

الوصف	الفئة	الترميز
يظهر شعار القناة في الزاوية اليمنى السفلية، وهو مكون من حروف إنجليزية extra news باللون الأبيض تقع على مربع بلونين رئيسيين الأزرق والأحمر ودرجاتهما، وقد صممت الحروف بأسلوب فني لا يعتمد على التوازن بين الحروف، لذلك كان حرف (X) ممتدا في أحد أضلاعه لما يبدو خط قطري للمربع. هذا الشعار يعطي انطبعا للمشاهد أن القناة متخصصة بالأخبار يصاحبه ساعة تحدد الوقت باللون الأبيض.	شعار القناة Logo mark	١,٤ قناة إكسترا نيوز
يتألف شعار القناة من ثلاثة مقاطع في الوسط منها الحروف الإنجليزية CNN باللون الابيض على خلفية باللون الاحمر، وجاءت جميع الحروف متوازنة في الحجم.	شعار القناة Logo mark	٢,٤ قناة CNN الامريكية

بالتعليق على شعارات القناتين موضوع الدراسة، فإنه لا يمكن المفاضلة بينهما، فالشعار هو تعبير رمزي عن المؤسسة، لكن يمكن الإشارة إلى أنه كان من الأفضل لو جعلت قناة إكسترا بعض الكلمات أو الحروف العربية في شعارها لأنها في الواقع قناة عربية صرفة. ومن هذا المنطلق فقد جمع شعار قناة CNN الأمريكية الحروف الإنجليزية. بينما سنجد أن قناة CNN الأمريكية تحرص على وضع اسم اللغة الخاصة بقنواتها، وهناك عشرات اللغات التي تبث بها قنوات CNN الأمريكية وبعضها يعد لغات محلية مثل اللغة الأمهرية في إفريقيا.

خامسا: نتائج السؤال الخامس: ونصه: ما طبيعة الخطوط المستخدمة في قناتي إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية كعنصر من عناصر الهوية البصرية؟

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل ٢٠٢٤

الجدول (٥): التكرارات والنسب المئوية المقارنة والرتب لفئة الخطوط لكل من قناتي الدراسة إكسترا نيوز و CNN الأمريكية

الترميز	الفئة	قناة إكسترا نيوز	قناة CNN
١,٥	نوعية الخطوط	ARIAL	ARIAL
٢,٥	لون الخطوط	اسماء المتحدثين تكون في اعلى التايتلات وتكون خلفية الخطوط اللون الازرق والكتابة باللون الأبيض. العاجل: الخلفية باللون الابيض والكتابة باللون الأزرق. التايتل الاخباري: يظهر أسفل الشاشة ويخرج التايتل من كلمة إكسترا نيوز باللون الأحمر.	الخطوط باللون الأبيض على الشاشة الرئيسية بينما يستخدم الخط الأسود على الشريط السفلي.
٣,٥	حجم الخطوط	اسماء المتحدثين تكون حجم ٩ العاجل الكبير وجنب اللوجو حجم الخط ١٤ تايتل الاخبار العادي يكون في الاسفل حجم ٩	خطوط الشاشة مكبرة (٢٤) وخط الشريط الدائم (١٢)

سادسا: نتائج السؤال السادس: ونصه: ما طبيعة الألوان الأكثر استخداما في قناتي إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية كعنصر من عناصر الهوية البصرية؟

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل ٢٠٢٤

الجدول (٦): التكرارات والنسب المئوية المقارنة والرتب لفئة الألوان المستخدمة في كل من قناتي الدراسة إكسترا نيوز و CNN الأمريكية

الترميز	الفئة	قناة إكسترا نيوز	قناة CNN
1.6	لون الخلفية الرئيسية:	اللون الازرق مصاحبا للخلفية شاشات تعطي انعكاسا اثناء ظهور المذيع	الأحمر هو اللون الرئيسي مع تدرجات باللون الرمادي وخطوط سوداء
2.6	ألوان فرعية في الخلفية	ألوان ما بين الابيض والازرق ويأتي من انعكاس الشاشات التلفازية المتواجدة في الخلفية	تدرجات الأحمر والرمادي والأبيض وحدود أو خطوط باللون الأسود
3.6	ألوان الشريط المستمر	لون الشريط الازرق الغامق والكتابة باللون الابيض الساطع	تستخدم القناة شكلين هما لون الشريط أحمر والحروف باللون الأبيض. والثاني باللون الأبيض والحروف سوداء
٤,٦	ألوان الشريط المتغير (عناوين الأخبار)	لون الشريط اللون الأبيض. ولون الكتابة الازرق الغامق	تستخدم القناة شكلين من الألوان، الأول باللون الأبيض والحروف باللون الأسود، والثاني الشريط باللون البرونزي والحروف بيضاء
	ألوان الفاصل	مشتق من ألوان اللوجو والذي يجمع ما بين اللون الابيض واللون الازرق والاحمر وتظهر في البداية وفي الختام	مشتق من ألوان اللوجو على شكل كرة أرضية متحركة صممت باللونين الابيض والاحمر

يمكن التعليق على هذا الجدول أعلاه بخصوص توظيف الشريط الإخباري، الدائم والمتغير، إذ يلاحظ أن قناة إكسترا نيوز، تحافظ على تصميم الألوان في هذا الشريط، فالشريط المستمر يأتي باللون الأزرق الساطع، والكتابة باللون الأبيض

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل ٢٠٢٤

الساطع، أما الشريط المتغير فهو يبدو بخلاف الشريط المستمر، فهو باللون الأبيض، والكتابة بالأزرق الغامق. وتوزيع هذه الألوان على الشريطين يبدو في غاية الجمال والتوفيق. بالمقابل، تستخدم CNN الأمريكية الحروف الإنجليزية CNN باللون الأبيض على خلفية باللون الاحمر، وجاءت جميع الحروف متوازنة في الحجم.

سابعا: نتائج السؤال السابع: ونصه: ما المؤثرات البصرية المستخدمة في قناتي إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية كعنصر من عناصر الهوية البصرية؟

الجدول (٧): تحليل المؤثرات البصرية في قناتي، إكسترا نيوز، وقناة CNN

الترميز	الفئة	قناة إكسترا نيوز	قناة CNN
١,٧	القطع cut	استخدام كبير	استخدام كبير
٢,٧	الدمج Mix-dissolve	استخدام متوسط	استخدام بسيط
٣,٧	الاختفاء والظهور Fade in-Fade out	استخدام قليل	استخدام قليل
٤,٧	السحب	استخدام متوسط	استخدام قليل
٥,٧	تعدد الاطارات	استخدام كبير	استخدام قليل
٦,٧	Chroma key	لم تستخدم	استخدام متوسط

تميزت قناة إكسترا نيوز بتعدد استخدامات المؤثرات البصرية إذ اعتمدت في عملها على انتقال القطع cut لتعطي انطباعا جديا للنشرات الإخبارية، واستخدمت أيضا تقنية fade in وعكسها fade out في مقدمة بعض التقارير ونهايتها وقبل الانتقال الى الفواصل أيضا. لكنها استخدمت مرات قليلة معدودة انتقال الدمج وايضا السحب وذلك بسبب ان هذه الانتقالات تضعف احترافية القناة وهذا يحسب للقناة وخاصة السحب استخدمت فقط اثناء المواجهات. لكن كان لتعدد الاطارات استخدام متكرر اثناء النشرات حيث كان اما مع الضيوف او في عرض المواد الفلمية مع كلام المذيع اثناء النشرات. ولم يتم استخدام الCHROMA KEY في النشرات الإخبارية. بالمقابل، تميزت قناة CNN الأمريكية في الاقلال باستخدام المؤثرات البصرية، إذ اعتمدت في عملها على انتقاله القطع cut لتعطي انطباعا جديا للنشرات الإخبارية، واعتمدت على شاشة عرض امام المذيع في اغلب الحوارات مع الضيوف، واستخدمت تعدد الاطارات بشكل بسيط. أما الكروما فجاء استخدامها مع

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل ٢٠٢٤

بعض الضيوف اثناء استضافتهم على تطبيق السكايب skype وايضا الدمج والسحب استخدم بشكل بسيط جدا. وكان القطع هو المتصدر اثناء الانتقال ما بين المذيع والمتحدثين.

ثامنا: نتائج السؤال الثامن: ونصه: ما الأطر الأكثر تكرارا في نشرات الأخبار في قناتي إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية؟

الجدول (٨): التكرارات والنسب المئوية المقارنة والترتيب لفئة نوعية الأطر لكل من قناتي الدراسة إكسترا نيوز و CNN الأمريكية

الترميز	الفئة	قناة إكسترا نيوز		قناة CNN الأمريكية		الرتبة	القناة
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
١,٧	فئة إطار التعاون/ مصالح مشتركة	٠,٤٥	٣٧	٠,٥٣	١١,١	٥	CNN
٢,٧	فئة إطار الصراع والتنافس	٣٣٠	١٩٢	٣٨,٦	٥٧,٨	١	CNN
٣,٧	فئة إطار السمات العاطفية / الوجدانية	١٥٠	٢٠	١٧,٥	٠,٦١	٢	إكسترا
٤,٧	فئة إطار تحديد المسؤولية	١٥٠	٢٤	١٧,٥	٠,٧٢	٣	إكسترا
٥,٧	إطار إنساني عام	٠,٤٥	١٣	٠,٥٣	٠,٣٩	٦	إكسترا
٦,٧	إطار ترفيهي/ ثقافي	١٣٥	٤٦	١٥,٨	١٣,٩	٤	CNN
المجموع		٨٥٥	٣٣٢	١٠٠	١٠٠		

* تضمنت بعض التقارير أكثر من إطار، لذلك زاد العدد عن عدد الوحدات الأساسية

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن فئة إطار الصراع والتنافس حازت على الرتبة الأولى من بين ست فئات لأطر الأخبار، وبنسبة (٥٧,٨%) لصالح قناة CNN الأمريكية مقابل (٣٨,٦%) لقناة إكسترا نيوز، وجاء في الرتبة الثانية فئة إطار السمات العاطفية/ الوجدانية بنسبة (١٧,٥%) لقناة إكسترا نيوز مقابل (٠,٦١%)

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل ٢٠٢٤

لقناة CNN الأمريكية. أما الرتبة الثالثة فقد جاءت بنسبة (١٧,٥%) أيضا لصالح قناة إكسترا نيوز مقابل (٧,٢%) لقناة CNN عربي. أما فئة الإطار الترفيهي/ ثقافي فقد حازت على الرتبة الرابعة بنسبة (١٥,٨%) لصالح قناة إكسترا نيوز مقابل (١٣,٩%) لقناة CNN الأمريكية. وحازت باقي الفئات على نسب ضئيلة تراوحت بين (٣,٩ - ١١,١%).

تاسعا: نتائج السؤال التاسع: ونصه: ما الاستمالات (الأساليب الإقناعية) الأكثر استخداما في نشرات الأخبار في قناتي إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية؟

الجدول (٩): التكرارات والنسب المئوية المقارنة والرتب لفئة نوعية الاستمالات

لكل من قناتي الدراسة إكسترا نيوز و CNN الأمريكية

الترميز	الفئة	قناة إكسترا نيوز		قناة CNN		الرتبة	القناة
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
١,٨	فئة العقلية/ المنطقية	٤٥,١	٣٥٨	٦٣,٧	١٥٨	١	CNN
٢,٨	فئة الوجدانية	٢٢,٠	١٧٤	٠٨,١	020	٣	إكسترا
٣,٨	فئة التخوفية	١٧,١	١٣٦	٠٥,٦	014	٤	إكسترا
٤,٨	فئة مختلطة	١٥,٨	125	٢٢,٦	٠٥٦	٢	CNN
	المجموع	١٠٠	٧٩٣	١٠٠	٢٤٨		

تظهر بيانات الجدول أن الرتبة الأولى من بين أربع فئات للاستمالات جاءت من نصيب فئة العقلية/ المنطقية لصالح قناة CNN الأمريكية بنسبة بلغت (٦٣,٧%) مقابل (٤٥,١%)، وجاءت الرتبة الثانية من نصيب فئة استمالات مختلطة لصالح قناة CNN الأمريكية بنسبة بلغت (٢٢,٦%) مقابل (١٥,٨%)، في حين جاءت الرتبة الثالثة من نصيب فئة الوجدانية لصالح قناة إكسترا نيوز بنسبة بلغت (٢٢,٠%) مقابل (٠٨,١%) لقناة CNN الأمريكية. أما الرتبة الرابعة والأخيرة فقد جاءت لفئة التخوفية لصالح قناة إكسترا نيوز بنسبة بلغت (١٧,١%) مقابل (٥,٦%) لقناة CNN الأمريكية.

النتائج

أظهرت النتائج ما يلي:

١- أن فئة موضوع سياسي في قناة إكسترا نيوز كان الأعلى في القانتين، ثم كان الموضوع الاقتصادي، بمعنى أن كلا القناتين لديهما اهتمام بالأخبار السياسية والأخبار الاقتصادية، في حين ظهر أن اهتمام قناة إكسترا نيوز بفئة الموضوعات الأمنية والعسكرية بحكم اهتمام القناة بالأحداث الأفريقية والعربية والحرب الروسية الأوكرانية.

٢- أن كلا القناتين كان لديهما اهتمام كبير بالشريط الإخباري في أسفل الشاشة وهو الشريط الدائم، ومن خلاله كان يجري بث سلسلة الأخبار المتوفرة والمستجدة، وقد تقدمت قناة CNN الأمريكية على قناة إكسترا في هذا الاهتمام، ثم جاءت فئة الصور أي الصور النقطية أو الفوتوغرافية وفئة الخطوط لصالح قناة إكسترا نيوز.

٣- أن فئة الصور المتحركة-الفيديوية حازت على الاهتمام الأكبر في كلا القناتين ولصالح قناة CNN الأمريكية التي تفوقت في إنتاج مواد فيديوية، وهو ما يميز التلفزيون عن غيره من وسائل الإعلام، وذلك يسهم في بناء هوية بصرية تقوم على الفيديو والصور الحية، بينما جاءت فئة صور فوتوغرافية (الصور النقطية) لصالح قناة إكسترا نيوز.

٤- أن شعارات القناتين لا يمكن المفاضلة بينهما، لكون الشعار هو تعبير رمزي عن المؤسسة، لكن يمكن الإشارة إلى أنه كان من الأفضل لو جعلت قناة إكسترا بعض الكلمات أو الحروف العربية في شعارها لأنها في الواقع قناة عربية صرفة على عكس شعار قناة CNN الأمريكية الذي جمع الحروف الإنجليزية.

٥- أن طبيعة الخطوط المستخدمة في قناتي إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية، أن نوعية الخطوط هي (ARIAL) لكلا القناتين، فيما كانت أسماء المتحدثين في أعلى التابلات وتكون خلفية الخطوط اللون الأزرق والكتابة باللون الأبيض بالنسبة لقناة إكسترا نيوز، فيما ظهرت الخطوط في قناة CNN الأمريكية باللون الأبيض على الشاشة الرئيسة بينما يستخدم الخط الأسود على الشريط السفلي.

٦- أن توظيف الشريط الإخباري، الدائم والمتغير، قناة إكسترا نيوز تحافظ على تصميم الألوان في الشريط، فالشريط المستمر يأتي باللون الأزرق الساطع، والكتابة باللون الأبيض الساطع، أما الشريط المتغير فهو يبدو بخلاف الشريط المستمر، فهو باللون الأبيض، والكتابة بالأزرق الغامق، فيما استخدمت CNN الأمريكية الحروف الإنجليزية CNN باللون الأبيض على خلفية باللون الأحمر، وجاءت جميع الحروف متوازنة في الحجم.

٧- أن المؤثرات البصرية المستخدمة في قناتي إكسترا نيوز المصرية، وقناة CNN الأمريكية، أن الأولى (قناة إكسترا نيوز) تميزت بتعدد استخدامات المؤثرات البصرية، على العكس فان قناة CNN الأمريكية التي تبين أن استخدامها للمؤثرات البصرية كان قليلا، وهذا يعني أن لكل قناة أساليب وتقنيات ومؤثرات بصرية حرصت على استخدامها باعتبارها جزءا من الهوية البصرية للقناة ومن ضمن تقنياتها التي اعتاد الجمهور عليها.

٨- أن فئة إطار الصراع والتنافس جاءت الأعلى بين الفئات الأخرى ولصالح قن، CNN الأمريكية، في حين جاءت فئة إطار السمات العاطفية/ الوجدانية لصالح قناة إكسترا نيوز. أما فئة الإطار الترفيهي/ ثقافي فقد جاءت لصالح قناة إكسترا نيوز، وهو ما قد يعكس احترافية أكبر في الأخبار التي تبثها قناة CNN الأمريكية.

٩- أن الاستمالات أو الأساليب الإقناعية كانت لفئة العقلية / المنطقية التي كانت الأعلى بين بقية الفئات ولصالح قناة CNN الأمريكية، ثم فئة استمالات مختلطة لصالح قناة CNN الاميركية، فيما جاءت فئة الوجدانية وبعدها التخوفية ولصالح قناة إكسترا نيوز.

التوصيات

يوصي الباحث بما يلي:

- ١- ضرورة الاهتمام ببناء الهوية البصرية الجاذبة لزيادة درجة تفضيل الجمهور المتابع للنشرات الإخبارية المقدمة في الفضائيات.
- ٢- التأكيد على ضرورة الاستفادة من الشعار باعتباره الأساس في الوسائط البصرية وذلك عند صياغة الهوية البصرية للقنوات الفضائية.
- ٣- زيادة الاهتمام بالوسائط البصرية وتوظيفها اساليبها المختلفة في النشرات الإخبارية، خصوصا الألوان في الاستوديو وفي الفاصل وفي الشريط.
- ٤- إيلاء المزيد من الاهتمام بالخطوط على وجه الخصوص، وتوظيفها واستخدامها بطرق مختلفة غير تلك التي تستخدم في الشريط المتغير أو الدائم.
- ٥- ضرورة التركيز على الاستفادة من مكونات التصميم الجرافيكي من ألوان ورموز وخطوط وإشارات وغيرها عند تكوين الهوية البصرية المناسبة للقنوات الفضائية.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

جابر، هشام رمضان علي، (٢٠٢٣)، العوامل المؤثرة في تصميم العلامة التجارية كمدخل لإكساب شخصية المؤسسة التسويقية، مجلة بحوث في التربية الفنية والفنون، جامعة حلوان، مصر. ٢٣ (٢)، ٢٣٨-٢٥٠.

جوناثان بيغل، سيمياء الإعلام، (ترجمة: محمد شيا)، بيروت، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر.

الدعيلج، إبراهيم (٢٠١٠)، الاتصال والوسائل والتقنيات التعليمية، عمان، دار صفاء للنشر.

شحادة، عمرو نديم، (٢٠٢٠)، تطوير الهوية البصرية في البيئة الداخلية لمباني جامعة الشرق الأوسط، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن. شفيق، حسنين (٢٠١٢) إعلام الوسائط المتعددة، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر.

الصبار، صلاح الدين إبراهيم خليل، (٢٠٢١)، استخدام ومواقع القنوات الإخبارية للوسائط المتعددة: موقعي سكاى نيوز العربية والجزيرة: دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

الطوبجي، حسين، (١٩٨٧)، وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم، دار القلم، الكويت.

فتح الباب، إبراهيم حفظ الله (١٩٨٥م) وسائل التعليم والإعلام، عالم الكتب، القاهرة، مصر.

مكاوي، حسن عماد، والسيد، ليلي حسين (٢٠٠٩) الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

ناصر، نورهان (٢٠٢١) مميزات الوسائط المتعددة وانواعها وخصائص كل نوع، موقع المرسال، على الرابط: <https://www.almsal.com/post/998399>

ثانياً: المراجع باللغة الانجليزية

Brody, D., A. (2019), **Broadcasting in the Arab World; A survey of the Electronic Media in the Middle East.** Iowa State University Press.