

فاعلية الوسائط المتعددة في تطوير المونتاج التلفزيوني
(دراسة مقارنة على برنامجي أشرفت والتفاح الأخضر بقناتي النيل
الأزرق وMBC1)

د.أسامة حسب الرسول البشير* أ. زينب حاتم أحمد كرار**

**The Effectiveness of Multimedia in the Development
of Television Montage**

(comparative study on ashragat and green apple programs on the blue Nile and
MBC1 channels)

Dr.Osama Hassab Elrasoul Albashier Mr.Zeinab Hatim Ahmed Karrar

مستخلص الدراسة:

يناقش هذا البحث فاعلية الوسائط المتعددة في تطوير المونتاج التلفزيوني، ويهدف إلى معرفة متطلبات البرنامج التلفزيوني، والتعرف على المفاهيم الحديثة التي تتعلق بالوسائط المتعددة ومعرفة علاقتها بالعلوم الفيزيائية والهندسية واستخدام تلك المفاهيم على البرامج التلفزيونية، بالإضافة إلى الفهم الجيد لمضمون المونتاج كجزء من عملية بناء البرامج التلفزيونية. أما مشكلة البحث فتكمن في جمود بعض البرامج التلفزيونية المحلية وافتقارها لبعض عناصر الجذب وعدم توفر دوافع المشاهدة لدى بعض المشاهدين، مقارنة بما يقابلها من برامج في القنوات الخارجية، ومعرفة أسباب ذلك الجمود، وتتمثل مشكلة البحث في السؤال الرئيس التالي: ما مدى فاعلية الوسائط المتعددة في تطوير المونتاج التلفزيوني؟ استخدم البحث المنهج المقارن، ولتوضيح الفرق بين توظيف فاعلية الوسائط المتعددة في تطوير المونتاج بالتطبيق على برنامجي أشرفت والتفاح الأخضر، والأدوات التي استخدمت في البحث الملاحظة العلمية والمقابلة والاستبانة، لجمع البيانات اللازمة لتحقيق أهداف البحث، يتكون مجتمع البحث من المتخصصين في مجال المونتاج (فنيي المونتاج ومصممي الجرافيك والموشن جرافيك والمخرجين) لأنهم أكثر معرفة وقدرة على تحقيق متطلبات البحث من خلال الواقع العملي، ومن أهم النتائج التي توصل إليها البحث: أثبت البحث أن الجرافيك الجيد بنوعيه ثنائي الأبعاد

* أستاذ مساعد بكلية علوم الاتصال - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

** محاضر بكلية علوم الاتصال - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

وثلاثي الأبعاد جاذب للمحتوى. أثبت البحث أن المونتاج العام للفيديو المتمثل في تكوين اللقطات وزواياها وتكوين الصورة وألوانها والصوت والموسيقى والشخصيات يزيد من جودة الفيديو. أكد البحث تحقيق الانسجام بين عناصر الوسائط المتعددة التي تظهر في الشكل العام للصورة. وعلى ضوء هذه النتائج تم وضع عدد من التوصيات منها: التوظيف الجيد للصورة واستخدام التقنيات الحديثة للمؤثرات البصرية. الاهتمام بعنصر الجرافيك باعتباره أهم عنصر من عناصر الوسائط المتعددة. تفعيل المواقع الإلكترونية للقنوات والبرامج وتقديم ما يطلبه المشاهد من برامج.

الكلمات المفتاحية : الجرافيك - الهولوجرام - المونتاج الإلكتروني - الواقع الافتراضي.

Abstract:

This research discusses the effectiveness of multimedia in the development of television montage, and aims to know the requirements of the television programs, to identify modern concepts related to multimedia and to know its relationship with the physical and engineering sciences and the use of these concepts on television programs, as well as a good understanding of montage content as part of television programs construction process. As for the research problem, it lies in the stagnation of some local TV programs and their lack of some elements of attraction and the lack of motivation for watching among some viewers, compared to the corresponding programs on foreign channels, and knowing the reasons for that stagnation. The research problem is represented in the following main question: What is the effectiveness of multimedia in the development of television montage? The research used the comparative approach, in view of clarifying the difference between employing the effectiveness of multimedia in developing montage for the two programs (Ashragat. Altufah Alakhdar). The tools used by the research are: scientific observation, interview and questionnaire form, to collect the necessary data to achieve the research objectives.

The research community consists of specialists in the field of montage (montage technicians, graphic and motion graphic designers, and directors) because they are more knowledgeable and able to fulfill research requirements through practical reality.

Among the most important findings of the research: Research has proven that the good graphics of their - two and three dimensions are attractive for content. Research has proven that general video montage consisting of composition of shots and their angles, composition of the

image and its colors, sound, music and characters increases the quality of the video. The research confirmed the achievement of harmony between the multimedia elements that appear in the general shape of the image. In the light of these results, a number of recommendations were made, including: Good use of the image and the use of modern techniques for visual effects. The graphic component should be taken care of as the most important component of multimedia. Activating the websites of the channels and programs and providing the viewer with the programs.

المقدمة:

تعد الوسائط المتعددة من أهم عناصر التكنولوجيا والإعلام الجديد، وتمثل بوابة لتحويل الموضوعات والأفكار إلى الرسائل الإعلامية موجهة وقابلة للتأثير سواء كانت مقروءة أو مسموعة أو مرئية أو مسموعة ومرئية، فالرسالة الإعلامية التي تشتمل على عناصر الوسائط المتعددة تجد حظها من التعرض والمشاهدة والتأثير، وقد أدت الوسائط المتعددة دوراً حيوياً ومهماً في تكنولوجيا الاتصال حيث أتاحت سهولة الحصول على المعلومات وتبادلها وجعلها في متناول طالبها بسرعة وفاعلية، يركز البحث على فاعلية الوسائط المتعددة في تطوير المونتاج التلفزيوني، وذلك عن طريق الاستفادة من عناصر الوسائط المتعددة في التزاوج بين وسائل الإعلام والتكنولوجيا الحديثة.

مشكلة البحث: تتمثل مشكلة البحث في جمود بعض البرامج التلفزيونية المحلية في السودان وافتقارها لبعض عناصر الجذب وعدم توفر دوافع المشاهدة لدى بعض المشاهدين، مقارنة بما يقابلها من برامج في القنوات الخارجية، ومعرفة أسباب ذلك الجمود، وتتمثل مشكلة البحث في السؤال الرئيس التالي: ما مدى فاعلية الوسائط المتعددة في تطوير المونتاج التلفزيوني؟

أسئلة البحث:

1- ما المقصود بالوسائط المتعددة؟

2- إلى أي مدى يوجد فهم جيد لمضمون المونتاج كجزء من عملية صناعة البرامج التلفزيونية؟

3- كيف يتسنى للوسائط المتعددة استخدام تقنياتها الحديثة في تطوير المونتاج التلفزيوني؟

4- ما المعوقات والمشاكل التي تواجه استخدام الوسائط المتعددة في عملية المونتاج التلفزيوني؟

أهمية البحث:

يهتم البحث بكيفية الاستفادة من توظيف الوسائط المتعددة في تطوير المونتاج التلفزيوني، وتقديم المونتاج بأنواعه المختلفة بطريقة سهلة مع مراعاة جودة المضمون في البرنامج التلفزيوني، علماً بأن البرامج التلفزيونية أصبحت تقدم ما ينتظره الجمهور على حسب رغباتهم من خلال الاستفادة من عناصر الوسائط المتعددة وتوظيفها في المونتاج التلفزيوني.

أهداف البحث: يهدف البحث إلى الآتي:

1. التعرف على إمكانيات الوسائط المتعددة في تطوير المونتاج التلفزيوني.
2. تسليط الضوء على كيفية توظيف الوسائط المتعددة في تطوير المونتاج التلفزيوني.

3. استقراء ومعرفة المشاكل والمعوقات التي تواجه عملية المونتاج التلفزيوني.

منهج البحث: حدد العلماء المنهج بأنه فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة لدينا أو من أجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون⁽¹⁾. واستخدم في هذا البحث المنهج المقارن والمنهج الوصفي التحليلي للمقارنة بين برنامج أشرفت بقناة النيل الأزرق وبرنامج التفاح الأخضر بقناة MBC1 من حيث أوجه التشابه والاختلاف في توظيف عناصر الوسائط المتعددة المستخدمة في مراحل المونتاج التلفزيوني.

مجتمع البحث: هو مجموعة من المفردات التي تشترك معاً في صفة أساسية أو في بعض الخصائص المشتركة⁽²⁾. يتكون مجتمع البحث من المتخصصين في مجال المونتاج (فنيي المونتاج ومصممي الجرافيك والموشن جرافيك والمخرجين) للتعرف على آرائهم حول فاعلية الوسائط المتعددة في تطوير المونتاج التلفزيوني.

عينة البحث: العينة "هي الجزء الذي يتم اختياره من الكل، بهدف دراسته أو قياسه وتعميم ما حصل عليه من نتائج على الكل"⁽³⁾. واستخدم في البحث العينة العمدية (القصدية)، واعتمد تحديد نوع العينة على الآتي:

1/ سمات وطبيعة مجتمع البحث.

2/ نوع واسلوب البحث.

حدود البحث: حدد هذا البحث عدد من المحددات البشرية والزمانية والمكانية والموضوعية.

الحدود البشرية: اقتصر البحث على المتخصصين في مجال المونتاج التلفزيوني (فنيي المونتاج ومصممي الجرافيك والموشن جرافيك والمخرجين) بقناتي النيل الأزرق وMBC1.

الحدود الزمانية: يغطي البحث الفترة الزمانية من الأول من شهر يناير 2015م إلى الأول من شهر يناير 2017م.

ويمكن تبرير اختيار هذه الفترة للآتي:

1- تمثل امتداد للدراسات التي أجريت في الفترة حتى 2015م.

2- وقوع هذه الفترة في ظل تطور تقني هائل لوسائل الإعلام حول موضوع توظيف الوسائط المتعددة في تطوير المونتاج التلفزيوني.

الحدود المكانية: تم إجراء البحث على قناة النيل الأزرق بجمهورية السودان مدينة الخرطوم، وقناة MBC1 بالإمارات المتحدة في مدينة دبي.

الحدود الموضوعية: انحصر البحث على تناول فاعلية الوسائط المتعددة في تطوير المونتاج التلفزيوني.

المصطلحات والمفاهيم:

الوسائط المتعددة :

إصطلاحاً: الوسائط المتعددة مزيج من المواد الإعلامية التي هي الصوت والصورة والنص ولقطات الفيديو⁽⁴⁾.

إجرائياً: هي الصوت والصورة والفيديو والنص والمؤثرات الصوتية والبصرية المستخدمة في البرامج التلفزيونية التي تعتمد على المحتوى الوسائطي.

تطوير: لغة: طورَ يطور، تطويراً، فهو مطور، والمفعول مطور، طور المصنع: عدله وحسنه ونقله من حال إلى حال⁽⁵⁾.

اصطلاحاً: رفع مستوى العاملين علمياً وفنياً⁽⁶⁾.

إجرائياً: هو الوصول بالشيء المطور أو النظام إلى أحسن صورة حتى يؤدي الغرض المطلوب منه بكفاءة تامة، ويحقق كل الأهداف المنشودة على أتم وجه.

المونتاج:

لغة: تصنيع الصورة المركبة عن طريق ضم عدد من الصور المستقلة إلى بعضها البعض⁽⁷⁾.

اصطلاحاً: Editing بالإنجليزية - montage بالفرنسية، هو فن اختيار وترتيب المشاهد وطولها الزمني على الشاشة بحيث تتحول إلى رسالة محددة المعنى، بمعنى أنه أداة لتوصيل المشاهد إلى ردة فعل ونوع من الصدمة وهذا ما يترتب عليه هدف البرنامج التلفزيوني⁽⁸⁾.

إجرائياً: هو عملية الربط المتكيفة في توظيف معطيات الوسائط المتعددة واختيارها بالهدف المحدد والغرض المعين لإكمال ما يسمى بالبرنامج.

التلفزيون:

لغة: جهاز نقل الأصوات والصور بواسطة الأمواج الكهربائية⁽⁹⁾.
اصطلاحاً: عرفه بعض العلماء بأنه (نقل وإعادة إخراج مشاهد ومناظر للناس أو أشياء، وذلك بواسطة ابتكار يحول أشعة ضوئية منظورة ليتم إخراج المشاهد الأصلي في أماكن بعيدة⁽¹⁰⁾).
إجرائياً: هو الوسيط الإعلامي الذي يعرض البرنامج التلفزيوني عبر البث الأرضي أو القناة الفضائية أو الألياف الضوئية عن طريق الاستفادة من عناصر ومحتوى الوسائط المتعددة.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: فاعلية الوسائط المتعددة في إنتاج برامج التلفزيون دراسة تطبيقية على التصميم الإيضاحي بتلفزيون السودان⁽¹¹⁾ من أهم أهداف الدراسة معرفة مهام الجرافيك التلفزيوني باستخدام الوسائط المتعددة ودوره في إنتاج البرامج، واستخدمت في الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وأسفرت الدراسة الخروج بمجموعة من النتائج أهمها:

- أن البرامج الأكثر استخداماً للجرافيك هي البرامج التربوية والإخبارية والسياسية في تلفزيون السودان.

العلاقة والمقارنة بين الدراستين :

- ركزت الدراسة على فاعلية الوسائط المتعددة في إنتاج برامج التلفزيون من الناحية النظرية وانعكاس ذلك على الناحية العملية والوقوف على إيجابيات وسلبيات التطبيق، بينما ركزت الدراسة الحالية على فاعلية الوسائط المتعددة في التطوير والارتقاء بالمونتاج التلفزيوني.

موقف الدراسة الحالية والإضافة المرجوة:

- على الرغم من أن هنالك بعض الاختلافات بين الدراستين إلا أنه يمكن القول إن الدراسة الحالية استفادت من الدراسة السابقة في الإطار النظري واستخلاص النتائج.

الدراسة الثانية: فاعلية الصوت والصورة في المنتج التلفزيوني⁽¹²⁾.

أهم أهداف الدراسة:

- الوقوف على تطور مدخلات ومخرجات صناعة الصورة والصوت في الفنون السمعية والبصرية استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ومن أهم نتائجها:
- أن هنالك تطوراً في الجانب النظري والتطبيقي لمستويات صناعة الصوت والصورة في الفنون السمعية والبصرية بالسينما، والتلفزيون، والوسائط المتعددة والفيديو.

العلاقة والمقارنة بين الدراستين:

اهتمت الدراسة بفاعلية الصورة والصوت خاصة في عملية صناعتها أما الدراسة الحالية تناولت فاعلية الوسائط المتعددة في تطوير المونتاج التلفزيوني واتفقتنا جزئياً في المستوي الجمالي والدلالي للمنتج التلفزيوني وفي كيفية توظيف الصورة والصوت.

موقف الدراسة الحالية والإضافة المرجوة:

استفادت الدراسة الحالية من الدراسة السابقة في قراءة ملامح تطور المونتاج، وفي صياغة بعض محاور الاستبانة ومن ثم تحاول الدراسة استكمال ما لم يتم التطرق إليه في الدراسة السابقة.

تعريف الوسائط المتعددة:

" مصطلح لوصف إتحاد البرامج والأجهزة التي تمكن المستخدم من الاستفادة من النصوص والصور والصوت والعروض والصور المتحركة ومقاطع الفيديو"⁽¹³⁾.

الوسائط المتعددة Multimedia هي "مجموعة من تطبيقات الحاسوب التي يمكنها تخزين المعلومات بأشكال متنوعة وجمالية، ومتقنة بشكل احترافي، تتضمن النصوص والصور، والرسوم المتحركة، والأصوات والفيديو، ثم عرضها بطريقة تفاعلية وفقاً لمسارات المستخدم"⁽¹⁴⁾

تكنولوجيا الوسائط المتعددة: للوسائط المتعددة عدة خصائص تميزها دون غيرها من المجالات العلمية والعملية الأخرى وتشتق هذه الخصائص من مجموعة من الأسس المرتبطة بنظريات التعليم والتعلم والهندسة والاتصال وهي:

1- **التفاعلية Interactivity:** توفر هذه البيئة الاتصالية ما يسمى بتثائية الاتجاه على الأقل حيث تمكن المستخدم من اختيار المعدل الذي يناسبه من التعلم أو المشاهد، ويمكن أن يختار العديد من الخيارات أو البدائل الأخرى ومن الأمثلة على الوسائط المتعددة التفاعلية، الفيديو التفاعلي، أنماط التعليم التفاعلية، نظم النصوص الفائقة والوسائل المتعددة الفائقة⁽¹⁵⁾.

2- **التنوع Diversity:** توفر تكنولوجيا الوسائط المتعددة بيئة متنوعة يجد كل مستخدم ومتعلم ما يناسبه وترتكز على إثارة القدرات الذهنية والمعرفية لدى المتلقي من خلال ما يسمعه ويشاهده⁽¹⁶⁾.

3- **الكونية Globalism:** أصبح من السهل معرفة كلما يحيط بنا من أخبار ووقائع وأصبح العالم قرية صغيرة بمساعدة تكنولوجيا الوسائط المتعددة التي جعلت الانفتاح على العالم وثقافته وتداول المعارف من خلال المواقع

الإلكترونية والتلفزيون وغيرها من وسائل الاتصال الخاصة بالعملية التعليمية أمراً متاحاً⁽¹⁷⁾.

4- **الفردية Individuality**: توجد الفردية في المواقف التعليمية التي تقوم على مبدأ الخطو الذاتي Self Pacing ويتم تزويد المتعلمين بالتوجيه والقدرة على التعلم الذاتي الفردي لتحقيق الهدف المنشود⁽¹⁸⁾.

5- **التكاملية Integration**: كلما كان هناك تكامل في عناصر الوسائط المتعددة الصوتية والصورية والرسومية والنصية تكاملاً وظيفياً فإن تحقيق الهدف المنشود سهلاً⁽¹⁹⁾.

وتتحقق التكاملية عندما يراعي المصممون تصميم عناصر الوسائط المتعددة وكأنها تتكامل في إطار واحد وتتكامل في اتساقها ومحتواها وترتيبها وحركتها لتحقيق الهدف المنشود في نظام واحد متكامل⁽²⁰⁾.

6- **المرونة Flexibility**: المرونة من الخصائص المميزة والمهمة في برامج تكنولوجيا الوسائط المتعددة وإمكانية التحكم في عناصر الوسائط المتعددة سواء في عملية الإنتاج أو العرض⁽²¹⁾.

7- **التزامنية Synchronization**: تعني عرض عناصر الوسائط المتعددة وفق أدوارها ومتطلباتها المتداخلة مع بعضها البعض بشكل متكامل وفي الموضع والوقت المناسب خاصة في الرسوم المتحركة والفيديو معاً للنصوص والصور⁽²²⁾.

8- **الإلكترونية Electronic**: هي الخاصية الأساسية لبناء مشروع وتطبيق وعرض تكنولوجيا الوسائط المتعددة لأنها تنتج وتصمم وتعرض على الأجهزة الرقمية الإلكترونية وأن العصر الحالي هو العصر الرقمي ويوجد تحول كبير في الأدوات في مختلف المجالات حتى أن السبورة أصبحت سبورة تعليمية ذكية⁽²³⁾.

9- التبادلية **Interchangability**: تتيح الوسائط المتعددة للطلاب اختيار المسار الذي يناسبهم ويرغبون في مشاهدته وذلك لكي نعطي الطلاب الحق في التحكم في المعلومات التي تظهر على الشاشة وزمن ظهورها⁽²⁴⁾.

10- سرعة الأداء **Fast Performance**: تعد برامج الوسائط المتعددة من أقوى وأسرع البرامج في استدعاء المعلومات وتحليلها.

عناصر الوسائط المتعددة :

- النص Text
- الصوت Sound
- الفيديو Video
- الصور الثابتة Images
- الصور المتحركة Animation

ومن أهم إمكانيات تكنولوجيا الوسائط المتعددة⁽²⁵⁾:

1. التحوير.

2. الواقع الوهمي.

3. النمذجة.

4. التحول.

الإنفوجرافيك Infographic:

تعريفه: هو تمثيل مرئي لأي نوع من المعلومات أو البيانات. اصطلاحاً هو " التجسيد البصري للمعلومات والأفكار سعياً لتوصيل معلومات معقدة لجمهور ما بطريقة تمكنهم من فهمها واستيعابها بسرعة" يمزج الإنفوجرافيك بين التصميمات والبيانات أو المعلومات المساعدة، ونجد أن هنالك مسميات أخرى تطلق على عملية إنشاء الإنفوجرافيك مثل التجسيد البصري

للبيانات Data Visualization أو العمارة المعلوماتية Information Architecture أو تصميم المعلومات information Design⁽²⁶⁾.

يمر النموذج الإنفوجرافيكى بخمس مراحل وهي⁽²⁷⁾:

1. مرحلة الدراسة والتحليل: وما يحدث في هذه المرحلة هو تحليل المادة المراد تصميمها حسب نوعيتها.

2. مرحلة التخطيط: يتم فيها تصميم المخطط لعناصر الإنفوجرافيك وصياغة المحتوى وتمثيله.

3. مرحلة التصميم: يتم تجميع العناصر البصرية باستخدام أحد برامج تصميم الجرافيك وعمل مراجعة فنية وتمثيله بصرياً.

4. مرحلة التقويم: يتم التحكيم من قبل خبراء بتقويم مدى اكتمال الإنفوجرافيك وصحته.

5. النشر والاستخدام: يتم في هذه المرحلة النشر للتصميم الإنفوجرافيكى على أشكال الوسائط سواء كانت في كتب أو مجلات أو مطبقات أو على التلفزيون أو الانترنت.

الأشياء التي تساعد الإنفوجرافيك في تحقيقها تجارياً على ضوء فلسفة نيجل هولمز هي⁽²⁸⁾: صياغة فلسفة وإستراتيجية للمستثمرين.

أ- إبراز المنتج ومميزاته وفوائده للعملاء.

ج- فرص الخدمات والأعمال التي تفيد العملاء.

د- طرح أفكار ووضع سياسات للعاملين لدى الشركة.

الهولوجرام (التصوير التجسيمي):

الهولوجرام هو عبارة عن صورة افتراضية ثلاثية الأبعاد مطابقة للجسم

المراد تمثيله باستخدام شعاعين من الليزر داخل وسط معين⁽²⁹⁾.

يتم التصوير المجسم أو الحصول على الهولوجرام على مرحلتين⁽³⁰⁾:

- **المرحلة الأولى:** يسجل فيها أنماط التداخل ثم الحصول على الهولوجرام بإلتقاء أشعة المرجع وأشعة الجسم على اللوح الفوتوجرافي ويظهر نمط تداخل مناطق مظلمة داكنة وأخرى مضيئة شفافة.
- **المرحلة الثانية:** يتم فيها إضافة الهولوجرام ويكون جزء من الشعاع النافذ من الهولوجرام مطابقاً لموجة الجسم الأصل ويتم إضاءة الهولوجرام بأشعة بيضاء وهي جزء من أشعة المرجع.

المونتاج التلفزيوني:

تعريف المونتاج: Editing بالإنجليزية - montage بالفرنسية، هو فن اختيار وترتيب المشاهد وطولها الزمني على الشاشة بحيث تتحول إلى رسالة محددة المعني، بمعنى أنه أداة لتوصيل المشاهد إلى ردة فعل ونوع من الصدمة وهذا ما يترتب عليه هدف البرنامج التلفزيوني⁽³¹⁾.

تعني عملية المونتاج Montage أو التوليف Editing وضع اللقطات والصور والأصوات في وضع متآلف ومتناسق وذلك باستخدام الحذف أو الإضافة أو إعادة الترتيب وفقاً لنوعية البرنامج ولتحقيق معنى وتأثير محدد.

المونتاج الإلكتروني Electronic montage:

المونتاج الإلكتروني شائع الاستخدام خاصة في الإذاعات والمحطات التلفزيونية لسهولة وسهولته ودقته ومزاياه في توفير الوقت والجهد يحتاج المونتاج الإلكتروني إلى وحدتي الصوت والصورة خاصة في مونتاج الفيديو وتتنوع أساليب مونتاج الفيديو على النحو التالي:

أ. **المونتاج المباشر:** ويتم عند بث البرنامج التلفزيوني على الهواء مباشرة من داخل الإستديو التلفزيوني أو الإذاعي أو من واقع الحدث عن طريق أستوديو

مصغر مكون من غرفة مراقبة وكاميرا وأجهزة صوتية بواسطة المخرج والمهندس وتنقل الصورة على الشبكة المتصلة بالأقمار الاصطناعية⁽³²⁾.

ب. **مونتاج شريط الفيديو:** يتم استخدام وحدة مونتاج مخصصة لهذا الغرض يتم من خلالها عرض المادة المصورة ونقل الفقرات أو اللقطات أو الأجزاء المراد نقلها من شريط إلى آخر أو من شريط إلى جهاز الحاسوب، تتكون الوحدة من جهازين الأول للعرض والثاني للتسجيل، هنالك جهاز آخر يسمى المؤلف الإلكتروني Electronic Editor⁽³³⁾.

* هنالك ثلاثة نماذج للمونتاج تعين الجمهور على تفسير العلاقة التي تربط اللقطات وفهمها⁽³⁴⁾:

- توليف الربط Continuity Cutting

في هذا النوع يستخدم القطع كنوع من الانتقال بين اللقطات بشكل متواصل وهو أسهل أنواع الأساليب في البرامج التلفزيونية.

- توليف الصلة أو العلاقة Relation Cutting:

يكون القطع هنا لإظهار العلاقة الضمنية بين اللقطات التي لا تكون بينها صلة مباشرة.

- التوليف المتحرك أو المتغير Dynamic Cutting:

هو التوليف الذي يستخدم لإظهار العلاقة والربط لتأكيد المعنى درامياً عن طريق المتغير أو المتحرك.

طرق المونتاج ونماذجه Types of Editing:

اقتبس المونتاج أهم قواعده من صناعة الأفلام السينمائية خاصة في الانتقال من لقطة إلى أخرى وتتبع الحوادث وتواليها، وعلى المخرج هنا أن يتأكد أن المشاهد يفهم هذه المعاني ويفسرها من الناحية الذهنية فيبدأ بتفسير الصورة الجديدة على أساس: (أين نحنا لأن؟ ما الذي يحدث؟ ما هذا؟).

أساليب وسائل الانتقال بين اللقطات تتمثل في الآتي:

أ. **القطع cut**: هو من أكثر الأساليب بساطة في الانتقال وهو الوسيلة العادية للانتقال بين اللقطات، القطع ينتقل من لقطة إلى أخرى ويتم فوراً ودفعة واحدة⁽³⁵⁾.

ويستخدم لـ :

التأكيد- إظهار التناقض والمقارنة بين شيئين- إظهار التشابه بين شيئين- تحويل الانتباه إلى جزء آخر من جوانب الموضوع - إظهار التوازي بين حادث وآخر- موقع الشيء بالنسبة لما يحيط به من مرئيات.

ب. **المزج Dissolve or Mixing**: هو الانتقال التدريجي من لقطة إلى لقطة أو من مشهد لآخر وتتداخل اللقطات في نصف المسافة أو اللقطة وتجميع صورتين في صورة واحدة من مصدرين مختلفين، مهام المزج هي⁽³⁶⁾:

1- الانتقال بين أجزاء الحركة بنعومة 2- توضيح التضاد أو التوافق بين لقطتين 3- إظهار التغيير في الزمان والمكان أو الشخصية 4- توضيح المشاعر الداخلية للمشاركين في العمل التلفزيوني.

ج. **الظهور والاختفاء Fade**: الظهور هو بداية الشاشة السوداء ثم تظهر الصورة تدريجياً حتى تصل إلى أقصى وضوح لها ويستخدم هذا الانتقال بمثابة مقدمة أو تقديم للموضوع أو مدخل إليه، وهو بمثابة تكوين وتشكيل للفكرة، على عكس الظهور الذي يقود للاختفاء Fade out يعني إخفاء شدة الصورة إلى درجة الصفر حتى تظهر الشاشة سوداء، ويعرف أحياناً بالمزج إلى الأسود Fade to black⁽³⁷⁾.

د. **تجزئة الشاشة screen splitting**: يستخدم أسلوب تقسيم الشاشة إلى جزئين أو أربعة وغيرها من الأجزاء بحسب ما يلجأ إليها المخرج لإظهار

العلاقة بين الأشخاص أو الأماكن أو المناظر أو حدث في بلدين مختلفين لإظهار جوانب مختلفة بغرض أن تكمل بعضها بعضاً في المعنى والغرض.

ه. أسلوب الشاشة الزرقاء **Chroma key – Shooting the blue**:

يستخدم أسلوب الشاشة الزرقاء أو المفتاح اللوني لمزج عدة لقطات وجمعها في مكان واحد وفي آن واحد⁽³⁸⁾.

و. **The Wipe** المسح: يستخدم من لقطة إلى أخرى بإزاحة أو تغطية اللقطة الحالية لتحل محلها لقطة أخرى ويمكن تنفيذه بعدة طرق وأجهزة المونتاج الإلكتروني مزودة بأساليب عدة⁽³⁹⁾.

ز. وصل اللقطات باستخدام عدم التركيز البؤري لها **Out of focus**:

يشبه هذا الانتقال المزج ويستخدم في معظم الأحيان لنفس المهام التي يقوم بها، وتصبح نتيجة الصورة غير واضحة أو مطموسة وتظهر صورة جديدة واضحة⁽⁴⁰⁾.

د. التراكب **Superimposition**:

هو ظهور تدريجي لصورتين من مصدرين يتزامن ظهورهما في وقت واحد وتشغلان الشاشة بكاملها، في المونتاج الخطي عن طريق المسح ويتم بواسطة يد أو زراع المزج.

يستخدم التراكب للتعبير عن العديد من الأفكار ونقلها:

الإشارة إلى أن هنالك حدثان يحدثان في نفس الوقت وفي أماكن مختلفة - توضيح التطور أو التقدم الذي يطرأ على الأشياء - إظهار الصورة الذهنية التي تدور في ذهن الشخص - للمقارنة وإظهار أوجه الشبه والاختلاف بين عدة موضوعات - إظهار العلاقة بين الموضوع وأجزائه⁽⁴¹⁾.

الحاجة إلى الأساليب الفنية:

استخدام الأساليب الفنية يحقق الأغراض والمهام للمونتاج على المستوى الفني الإبداعي وعلى المستوى الآلي الحرفي كما يأتي⁽⁴²⁾:

أولاً : فنياً:

التغلب على القيود والمشاكل الناجمة عن طبيعة التلفزيون كوسيلة والشاشة المسطحة ذات البعدين التي تقتصر إلى البعد الثالث وبالتالي تكون الصورة المعروضة محددة بذلك الإطار الضيق، وتحقيق التنوع في عرض المناظر في أحجام وأشكال متعددة، وخلق الانفعالات والانطباعات، وإضفاء عناصر الجمال والجاذبية على الموضوع، ويساعد على تحقيق الخداع أو الوهم والتعبير عن الوقت والحركة وتحقيق المؤثرات الخيالية.

ثانياً: ميكانيكياً أو ألياً:

التغلب على قيود ومشاكل الآلات أو نقصها ومشاكل الاستمرار الزمني في المشهد وزوايا التصوير، الحصول على لقطات نوعية لتجاوز وعورة التضاريس والأماكن الخطرة، إتاحة الفرصة للانتقال من مكان إلى آخر أو من وقت إلى آخر وتفادي مشاكل ظهور الكاميرا والميكرفون أو تشويش الصوت أو الأخطاء أثناء التصوير، خلق الخداع والوهم في حالة تعذر التصوير أو عندما يكلف التصوير جهداً كبيراً.

الوسائط المتعددة وتطور المونتاج التلفزيوني:

ساهم التطور التقني الذي صاحب الوسائط المتعددة في تطور المونتاج التلفزيوني، حيث ساهمت البرامج الحاسوبية المتعددة في حل كثير من الإشكالات التي كانت تبطئ العمل التلفزيوني وتقلل من جودته في السابق، فظهرت برامج ثنائية الأبعاد وثلاثية الأبعاد وأحياناً يتم دمجها من خلال استخدام

تقنية الوسائط المتعددة الحديثة والاستفادة من التجديدات والتحسينات التي تحتويها في إنتاج برامج تلفزيونية عالية الجودة.

الدراسة الميدانية:

أولاً : نبذة تعريفية عن قناة النيل الأزرق:

نشأت قناة النيل الأزرق كشراكة بين الهيئة السودانية للإذاعة والتلفزيون ورايو وتلفزيون العرب ART في أغسطس 2003م، حيث كانت تبث إرسالها لمدة ساعتين في اليوم فقط في إطار باقة قنوات رايو وتلفزيون العرب (الأوائل) وبنظام التشفير وفي 2010م أصبحت القناة تبث بنظام الدورة الكاملة على مدار 24 ساعة، وظلت القناة تعتمد على مواردها الخاصة من خلال التسويق والإعلان والرعايات لبرامجها المختلفة لمواجهة الكلفة العالية لمدخلات العمل الإنتاجي التلفزيوني، حيث يتم ذلك وفق رؤية متوازنة بين المحتوى والتسويق، فكانت تبث برامجها على الترددات التالية على نايل سات 3000 V 12688، وعلى عرب سات 3000 H 10810.

رؤية ورسالة قناة النيل الأزرق كمؤسسة إعلامية تحاول إبراز الهوية والثقافة السودانية عبر قوالب إبداعية تقدم بطرح جديد، ساعية من خلال ذلك لوضع الثقافة السودانية في سباق مع الحداثة والحضارة والريادة، ولتشكل ملامح مؤسسة متفردة في أهدافها الثقافية والاجتماعية، لتتبنى القناة معايير جديدة للتميز، قوامها الكفاءة في العمل الإعلامي، القائم على التوازن بين الشكل والمضمون.

تهدف القناة إلى رسم صورة مشرقة تزين هامة العمل الإعلامي الهادف لإبراز قيم وثقافة المجتمع السوداني الغني بأشكاله ومورثاته وأصالته، وبث برامج ثقافية تعطي ملامح للثقافة السودانية⁽⁴³⁾.

نبذة تعريفية عن قناة MBC1:

بدأ مركز تلفزيون الشرق الأوسط في سبتمبر 1991م بداية بث قناة MBC المشهورة اليوم باسم MBC1 كأول محطة تلفزيونية فضائية يمتلكها القطاع الخاص، تبث على مدار الساعة، وقد كان مقرها يقع بمدينة لندن، بالمملكة المتحدة، وكانت برامجها ترفيهية وإخبارية فأصبح لها مشاهدون كثيرون في جميع أرجاء الوطن العربي، بعدها انتقلت إلى مدينة دبي الإعلامية في الإمارات المتحدة في عام 1994م⁽⁴⁴⁾.

تردد قنوات mbc1 نايلسات 11470 V 27500 5/6 وعربسات بدر7 11270 V 27500 5/6⁽⁴⁵⁾.

تسعى قناة MBC1 من خلال رؤيتها ورسالتها إثراء مسيرة حافلة من البث التلفزيوني المستقل ينظر بها العرب إلى العالم لارتباطها الوثيق بالعالم العربي، وهي مجموعة إعلامية تثري حياة الناس من خلال تزويدهم بالمعلومات والتفاعل والتواصل معهم، فضلاً عن إتاحة مصدر متكامل ومتوازن من الترفيه حيث تشمل المجموعة 12 قناة.(MBC Group، 2018)

تهدف القناة في ظل الطفرة التكنولوجية التي يشهدها العالم اليوم إلى توسيع رقعة البث واستقطاب جمهور عالمي أكبر، وتوفير محتوى نوعي يمتاز بأخلاقيات رفيعة وجودة لا مثيل لها وفق رؤية طموحة⁽⁴⁶⁾.

برنامج أشرقت بقناة النيل الأزرق:

هو برنامج يبث على قناة النيل الأزرق يقدم البرنامج التوعية الطبية والصحية عبر فقرات طبية وترفيهية وهو يقدم النصائح بطريقة مختلفة يعرض المحتوى عبر عدة فقرات متنوعة تسجل داخل الاستديو وأجزاء خارج الاستديو، يعرض البرنامج كل سبت في الفترة المسائية من تقديم المذيعة شهد المهندس يتكون فريق العمل من معد، مقدم، مدير التشغيل، مصور، مساعد

إنتاج، مهندسو تشغيل، مهندس إضاءة، مصمم أزياء، مصمم جرافيك، مصمم موشن جرافيك، فني مونتاج، سوشال ميديا، فرقة موسيقية، مشرف عام ومخرج⁽⁴⁷⁾.

برنامج التفاح الأخضر بقناة MBC1:

هو برنامج يبث على قناة MBC1 كل جمعة في الفترة المسائية من تقديم هويدا أبو هيف يقدم البرنامج النصائح الطبية والصحية والبيئية ويقدم فقرات للرياضة والجمال والتغذية يهتم البرنامج بالجمهور وحصوله على حياة صحية وتعزيز علاقة الفرد بالمجتمع ويشترك الجمهور طرح مشاكله عبر مواقع التواصل الإلكتروني ويتكون فريق عمل البرنامج من مقدم، معد، منتج، مشرف طبي، مساعد منتج، منتج فقرات، أبحاث، منسق إنتاج، خدمات إنتاجية، منسق حجوزات، مصور، مساعد تصوير فني إضاءة، مدير قسم الصوت، مصمم صوت، مكياج، مصفف شعر، مصمم جرافيك، تقني معلومات، مدير العلاقات العامة والشؤون التجارية، مدير علاقات الإنتاج، فني مونتاج، مدير الموارد التقنية للإنتاج، ومشرف الموارد التقنية للإنتاج، مساعد المشرف العام، المشرف العام⁽⁴⁸⁾.

ثانياً: الإجراءات المنهجية للبحث:

يتناول هذا المبحث منهج الدراسة، ويحدد مجتمعها وكيفية اختيار العينة وأهم خصائصها، ثم يستعرض أداة الدراسة ويتعرف على بنائها وصدقها وثباتها، وأخيراً كيفية تطبيق الدراسة المسحية والأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل بيانات الدراسة.

منهج البحث: استخدام في البحث المنهج المقارن والمنهج الوصفي التحليلي للمقارنة بين فاعلية الوسائط المتعددة وتوظيفها في برنامج أشرفت وبرنامج التفاح الأخضر.

مجتمع وعينة البحث: يتكون مجتمع البحث من المختصين في مجال الجرافيك والمونتاج وقد قام الباحثان بالتطبيق على شريحة قسدية ممثلة لبقية أفراد مجتمع البحث، وتم التطبيق على كل المختصين بنسبة 100% أي ما يعادل (19) مختص بالمجال على النحو التالي: عدد الاستبانات الموزعة (19) استبانة، عدد المبحوثين (19) مختص عدد الاستبانات المستلمة (19) لا يوجد تالف من الاستبانات.

أدوات البحث:

الاستبانة: وهي استبانة توزع على فنيي المونتاج ومصممي الجرافيك والموشن جرافيك والمخرجين في مجال الوسائط المتعددة حيث تم إعداد تلك الاستبانة من قبل الباحثين، كذلك تم استخدام أداة الملاحظة العلمية والمقابلة كأدوات منهجية لهذا البحث.

وصف الأداة: تكونت هذه الاستبانة من جزئين الجزء الأول البيانات الشخصية والجزء الثاني البيانات الموضوعية ويحتوي كل جزء على عدد من الأسئلة. **بناء أداة البحث:** أطلع الباحثان على عدد من الاستبانات البحثية وتمت الاستفادة منها في إنشاء الاستبانة الأولية، وتم وضع نقاط أساسية لفاعلية الوسائط المتعددة في تطوير المونتاج التلفزيوني.

صدق أداة البحث: صدق الاستبانة يعني التأكد من أنها سوف تقيس ما أعدت لقياسه وقد قام الباحثان بالتأكد من صدق الدراسة من خلال:

الصدق الظاهري للأداة: قام الباحثان بعرض أداة الدراسة في صورتها الأولية على عدد من المحكمين وهم: بروفييسور/ بدرالدين أحمد إبراهيم من جامعة أم درمان الإسلامية، دكتور/ صالح موسى علي جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، دكتور/ معاوية مصطفى بابكر جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا لإبداء آرائهم

حول ملائمة العبارات ومدى وضوح صياغتها لقياس ما وضعت لأجله، حيث تم تعديل صياغة بعض العبارات وحذف بعضها.

الصدق البنائي (الاتساق الداخلي) لأداة البحث:

بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة البحث قام الباحثان بتطبيقها على عينة استطلاعية قوامها ثمانية أفراد يعملون بقناة النيل الأزرق وذلك من أجل التعرف على مدى الاتساق الداخلي لأداة البحث.

الثبات والصدق الإحصائي: لحساب الصدق والثبات الإحصائي لاستمارة الاستبانة تم حساب ثبات وصدق الاستبانة من جميع المحاور بموجب معادلة ألفا كرونباخ والتي اتضح أنها تساوي 983.0 وهو أكبر من 0.7 مما يعطي مؤشر جيد لقوة وصدق الاستبانة وفهم عباراتها من قبل المبحوثين.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

ولتحقيق أهداف الدراسة والتحقق من فرضياتها تم استخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) والذي يشير اختصاراً إلى الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، كما تم الاستعانة ببرنامج الإكسل (Excel) لتنفيذ اختبار المحاور المطلوبة في الدراسة وذلك عن طريق استخدام نتائج الأساليب الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية.
- الرسومات البيانية والنسب المئوية.
- مقياس ألفا كرونباخ لحساب معامل الثبات والصدق الإحصائي.
- اختبار مربع كاي.

فاعلية الوسائط المتعددة في تطوير المونتاج التلفزيوني

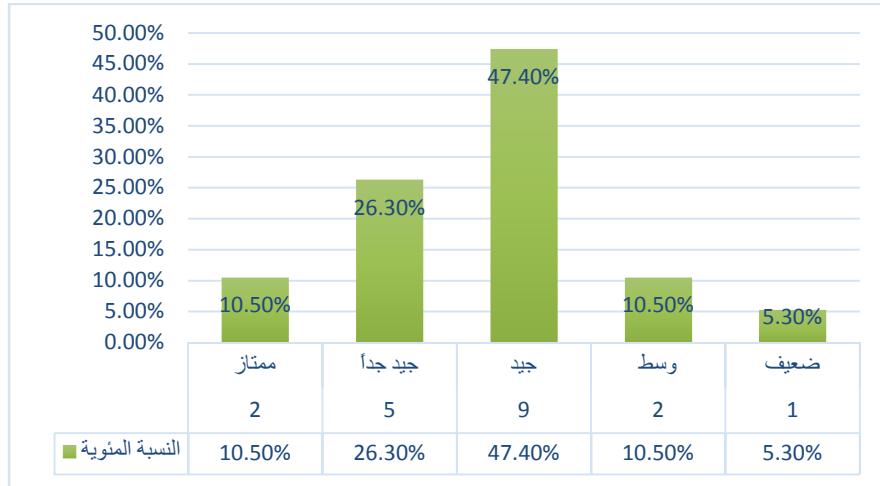
عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية:

يحتوى هذا المبحث على عرض وتحليل وتفسير بيانات ومعلومات الدراسة الميدانية، ويضم آراء واتجاهات المتخصصين في المونتاج التلفزيوني ويمكن عرض تلك الآراء والاتجاهات وتفسيرها على النحو التالي:

جدول رقم (1) يوضح جاذبية ألوان الجرافيك والصور (برنامج أشرفت)

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
ممتاز	2	10.5%
جيد جداً	5	26.3%
جيد	9	47.4%
وسط	2	10.5%
ضعيف	1	5.3%
المجموع	19	100%

شكل رقم (1) يوضح جاذبية ألوان الجرافيك والصور (برنامج أشرفت)



يلاحظ من الجدول والشكل أعلاه أن جاذبية ألوان الجرافيك والصور جيدة بنسبة بلغت 47.4% من العينة المبحوثة بينما يرى 5.3% من المبحوثين أن جاذبية الألوان للجرافيك والصور ضعيفة، يشير ذلك إلى أن ألوان الجرافيك

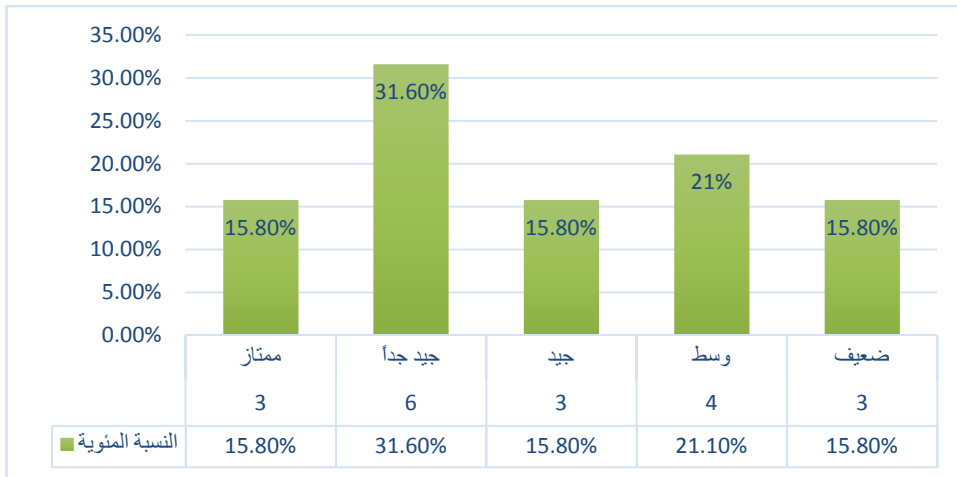
د. أسامة حسب الرسول - أ. زينب حاتم أحمد كرار

المستخدمة في برنامج أشرقت جاذبة لبعض المشاهدين وتحتاج إلى مزيد من الاهتمام.

جدول رقم (2) يوضح جاذبية الجرافيك لمحتوى البرنامج (برنامج أشرقت)

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
ممتاز	3	15.8%
جيد جداً	6	31.6%
جيد	3	15.8%
وسط	4	21%
ضعيف	3	15.8%
المجموع	19	100%

شكل رقم (2) يوضح جاذبية الجرافيك لمحتوى البرنامج (برنامج أشرقت)



يلاحظ من الجدول والشكل أعلاه أن جاذبية الجرافيك لمحتوى البرنامج جيدة جداً بنسبة بلغت 31.6% من إجمالي المبحوثين، بينما بلغت نسبة جاذبية الجرافيك لمحتوى البرنامج 15.8% للمبحوثين الذين يرون أنها ممتازة، وبنفس النسبة 15.8% للذين يرون أنها جيدة، وكذلك نفس نسبة 15.8% للذين يرون

فاعلية الوسائط المتعددة في تطوير المحتوى التلفزيوني

أن جاذبية الجرافيك ضعيفة، يمكن القول أن الأشكال والرسوم والألوان المستخدمة في برنامج أشرقت جاذبة لمحتوى البرنامج.

جدول رقم (3) يوضح توظيف انتقالات الصوت داخل الحلقة (برنامج أشرقت)

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
ممتاز	4	21.1%
جيد	8	42%
وسط	4	21.1%
ضعيف	3	15.8%
المجموع	19	100%

شكل رقم (3) يوضح توظيف انتقالات الصوت داخل الحلقة (برنامج أشرقت)



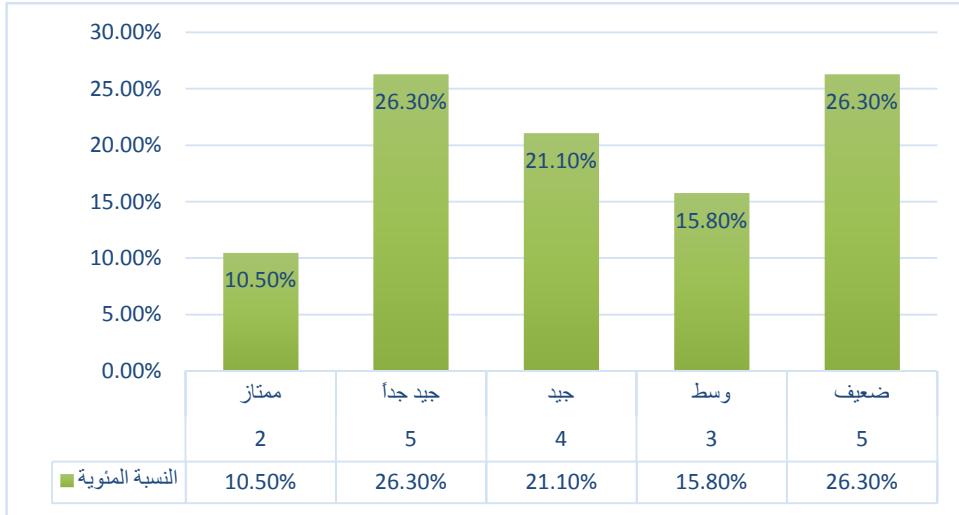
يلاحظ من الجدول والشكل أعلاه أن توظيف انتقالات الصوت داخل الحلقة جيدة بنسبة بلغت 42% من إجمالي العينة المبحوثة، وأن نسبة 15.8% من أفراد العينة المبحوثين يرون أن توظيف انتقالات الصوت ضعيفة، يشير ذلك إلى أن انتقالات الصوت جيدة بين الفقرات وانتقال الفقرة إلى فاصل أو انتقال الفاصل إلى الفقرة أخرى أو تقرير مع مراعاة الاستفادة من إمكانات الوسائط المتعددة.

د. أسامة حسبه الرسول - أ. زينب حاتم أحمد كرار

جدول رقم (4) يوضح فاعلية تصحيح الألوان على الفيديو (برنامج أشرقنت)

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
ممتاز	2	10.5%
جيد جداً	5	26.3%
جيد	4	21.1%
وسط	3	15.8%
ضعيف	5	26.3%
المجموع	19	100%

شكل رقم (4) يوضح فاعلية تصحيح الألوان على الفيديو (برنامج أشرقنت)



من الجدول والشكل أعلاه يتبين التساوي في الفئات من حيث التكرارات والنسب، حيث نجد أن نسبة 26.3% من إجمالي أفراد العينة المبحوثة يرون أن فاعلية تصحيح الألوان جيدة جداً، وأن نسبة 26.3% من إجمالي المبحوثين يرون أن الفاعلية ضعيفة، بينما نجد أن فاعلية تصحيح الألوان ممتازة بنسبة 10.5% من إجمالي أفراد العينة المبحوثين، يشير ذلك لأهمية تصحيح الألوان التي تضيف على الفيديو قدراً من الجودة ونقاء الألوان المكونة للصورة كما

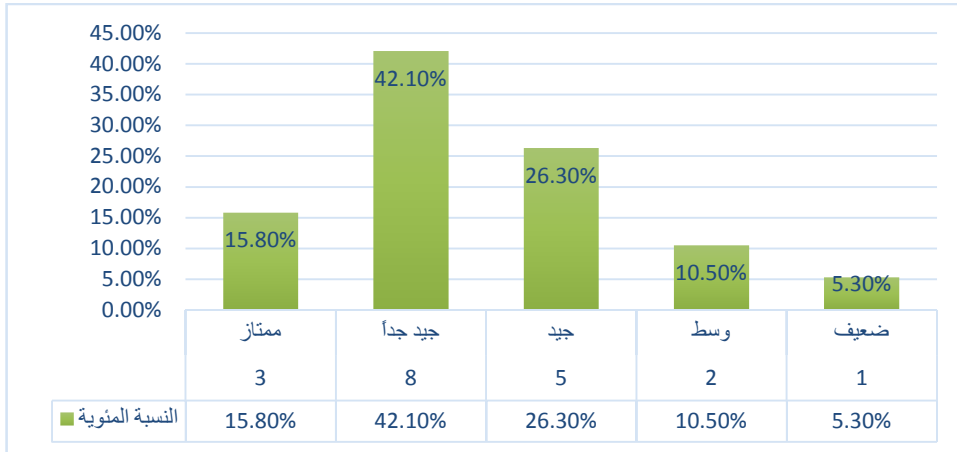
فاعلية الوسائط المتعددة في تطوير المونتاج التلفزيوني

يعمل تصحيح الألوان على معالجة مشاكل الإضاءة أو انخفاض قيمة لون عن الآخر من الألوان الأساسية.

جدول رقم (5) يوضح أسلوب المونتاج العام مع محتوى البرنامج (برنامج أشرق) (برنامج أشرق)

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
ممتاز	3	15.8%
جيد جداً	8	42.1%
جيد	5	26.3%
وسط	2	10.5%
ضعيف	1	5.3%
المجموع	19	100%

شكل رقم (5) يوضح أسلوب المونتاج العام مع محتوى البرنامج (برنامج أشرق)



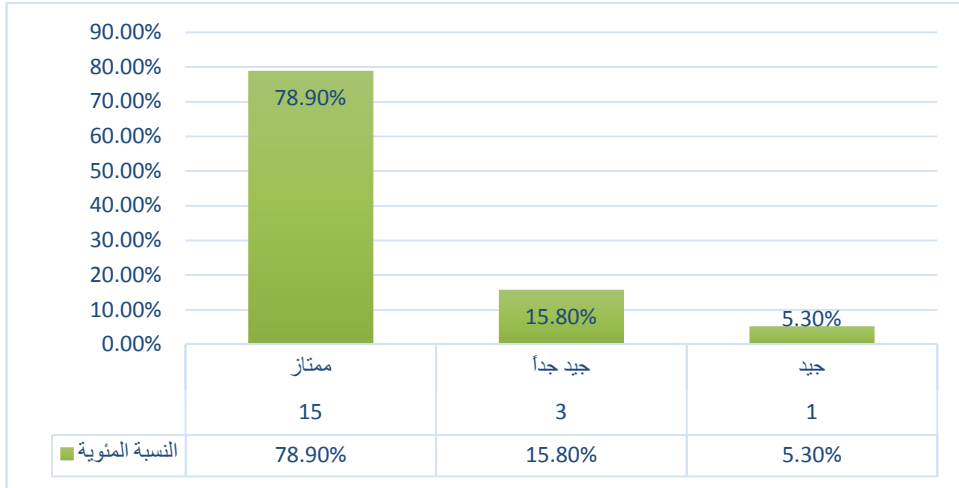
يتضح من الجدول والشكل أعلاه أن أسلوب المونتاج العام مع محتوى البرنامج جيد جداً بنسبة 42.1% من إجمالي العينة المبحوثة، بينما يرى 5.3% من إجمالي المبحوثين أن أسلوب المونتاج العام مع محتوى البرنامج ضعيف، هذا يشير إلى أن المونتاج العام لبرنامج أشرق مع محتوى البرنامج متناسق ومتناسق من خلال استخدام اللقطات المناسبة ومعالجة أخطاء التصوير.

د. أسامة حسب الرسول – أ. زينب حاتم أحمد كرار

جدول رقم (6) يوضح جاذبية ألوان الجرافيك والصور (برنامج التفاح الأخضر)

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
78.9%	15	ممتاز
15.8%	3	جيد جداً
5.3%	1	جيد
100%	19	المجموع

شكل رقم (6) يوضح جاذبية ألوان الجرافيك والصور (برنامج التفاح الأخضر)



يتبين من الجدول والشكل أعلاه أن جاذبية ألوان الجرافيك والصور ممتازة بنسبة 78.9% من إجمالي المبحوثين، وأن نسبة 5.3% من إجمالي أفراد العينة المبحوثة يرون أن جاذبية الجرافيك جيدة، يشير ذلك إلى أن الجرافيك بنوعيه ثنائي الأبعاد وثلاثي الأبعاد يتم تصميمه وتلوينه بطريقة جاذبة لفكرة ومحتوى البرنامج.

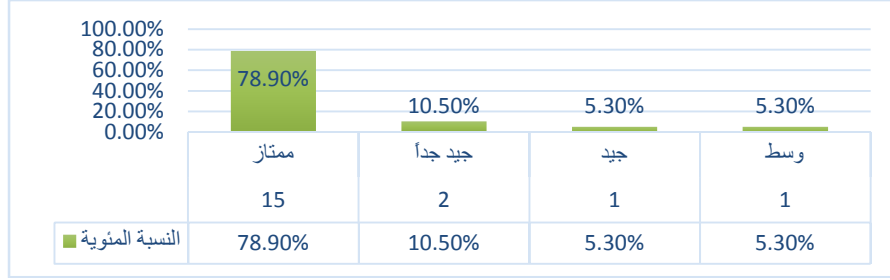
جدول رقم (7) يوضح جاذبية الجرافيك لمحتوى البرنامج (برنامج التفاح الأخضر)

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
78.9%	15	ممتاز
10.5%	2	جيد جداً

فاعلية الوسائط المتعددة في تطوير المحتويات التلفزيونية

جيد	1	5.3%
وسط	1	5.3%
المجموع	19	100%

شكل رقم (7) يوضح جاذبية الجرافيك لمحتوى البرنامج (برنامج التفاح الأخضر)



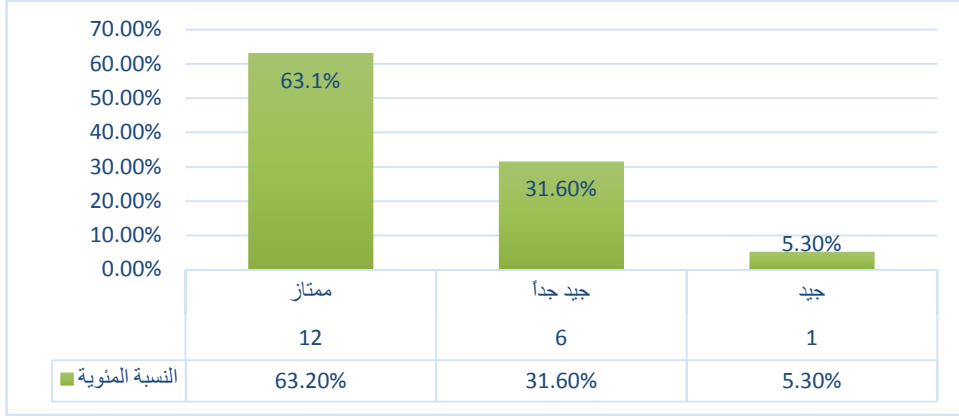
من الجدول والشكل أعلاه يتبين أن جاذبية الجرافيك لمحتوى البرنامج ممتاز بنسبة 78.9% من إجمالي المبحوثين، وأن نسبة 10.5% من إجمالي أفراد العينة المبحوثة يرون أن جاذبية الجرافيك جيدة جداً، بينما نجد نسبة 5.3% من إجمالي المبحوثين يرون أن جاذبية الجرافيك جيدة، وبنفس النسبة 5.3% من المبحوثين يرون أن جاذبية الجرافيك متوسطة، يتضح من ذلك أن جاذبية الجرافيك تكمن في دقة واحترافية واستخدام النوع المناسب من الحركة مع الشكل أو الرسم يعبر عن اسم البرنامج أو محتوى البرنامج.

جدول رقم (8) يوضح توظيف انتقالات الصوت داخل الحلقة (برنامج التفاح الأخضر)

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
63.1%	12	ممتاز
31.6%	6	جيد جداً
5.3%	1	جيد
100%	19	المجموع

د. أسامة حسبه الرسول - أ. زينب حاتم أحمد كرار

شكل رقم (8) يوضح توظيف انتقالات الصوت داخل الحلقة (برنامج التفاح الأخضر)



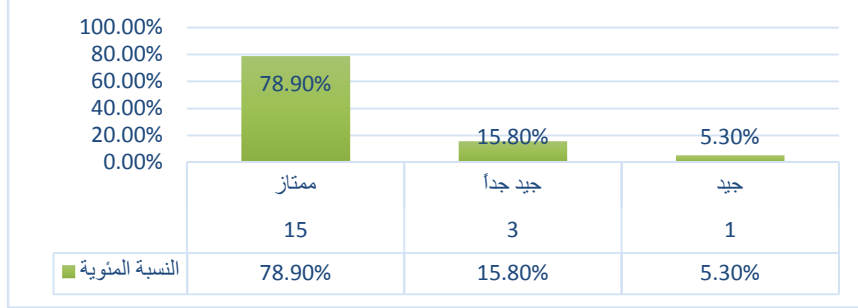
من الجدول والشكل أعلاه يلاحظ أن توظيف انتقالات الصوت داخل الحلقة ممتاز بنسبة 63.1% من إجمالي المبحوثين، وأن نسبة 31.6% من إجمالي أفراد العينة المبحوثة يرون أن توظيف الانتقالات جيد جداً داخل البرنامج، بينما يرى 5.3% من المبحوثين أن توظيف الانتقالات جيد، يشير ذلك إلى أن انتقالات الصوت ممتازة وتساعد على جذب انتباه المشاهد دون تشويش وبطريقة مريحة للأذن.

جدول رقم (9) يوضح فاعلية تصحيح الألوان على الفيديو (برنامج التفاح الأخضر)

النسبة المنوية	التكرار	الفئة
78.9%	15	ممتاز
15.8%	3	جيد جداً
5.3%	1	جيد
100%	19	المجموع

فاعلية الوسائط المتعددة في تطوير المونتاج التلفزيوني

شكل رقم (9) يوضح فاعلية تصحيح الألوان على الفيديو (برنامج التفاح الأخضر)



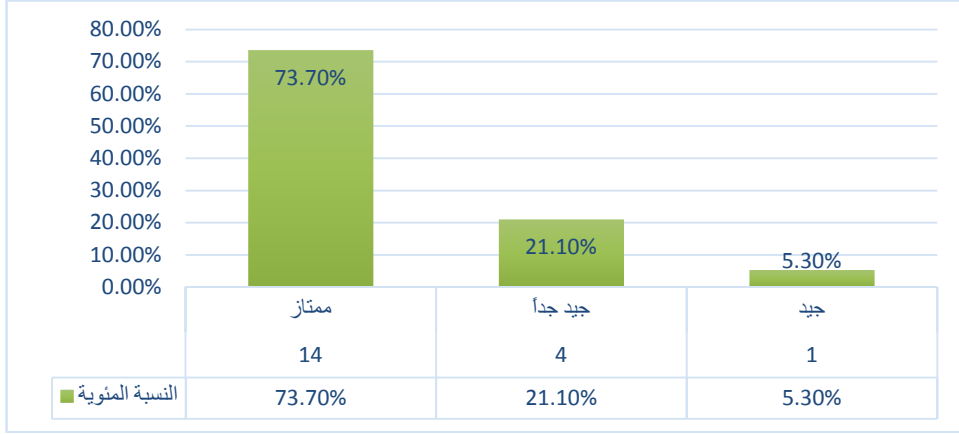
من الجدول والشكل أعلاه يتبين أن فاعلية تصحيح الألوان على الفيديو ممتازة بنسبة 78.9% من إجمالي المبحوثين، بينما نجد أن نسبة 15.8% من أفراد العينة المبحوثة يرون أن فاعلية تصحيح الألوان جيدة جداً، ويرى 5.3% من المبحوثين أن فاعلية تصحيح الألوان على الفيديو جيدة، يشير ذلك إلى أن تصحيح الألوان يحقق القيمة التي تضيف للفيديو قدراً من الجودة ونقاء الألوان المكونة للصورة كما يعمل تصحيح الألوان على معالجة مشاكل الإضاءة أو انخفاض قيمة لون عن الآخر من الألوان الأساسية.

جدول رقم (10) يوضح أسلوب المونتاج العام مع محتوى البرنامج (برنامج التفاح الأخضر)

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
73.6%	14	ممتاز
21.1%	4	جيد جداً
5.3%	1	جيد
100%	19	المجموع

د. أسامة حسبه الرسول - أ. زينب حاتم أحمد كرار

شكل رقم (10) يوضح أسلوب المونتاج العام مع محتوى البرنامج (برنامج التفاح الأخضر)



من الجدول والشكل أعلاه يلاحظ أن أسلوب المونتاج العام مع محتوى البرنامج ممتاز بنسبة 73.6% من إجمالي المبحوثين، بينما نجد أن نسبة 21.1% من أفراد العينة المبحوثة يرون أن أسلوب المونتاج العام جيد جداً، ويرى 5.3% من المبحوثين أن أسلوب المونتاج العام مع محتوى البرنامج جيد، يشير ذلك إلى أن المونتاج العام مع محتوى البرنامج يتحقق باستخدام اللقطات المناسبة ومعالجة أخطاء التصوير والأخطاء الصوتية والفنية وتصحيح الألوان وتركيب بداية البرنامج مع الفقرات ثم الفواصل ثم نهاية البرنامج.

النتائج:

توصل البحث إلى عدة نتائج واستنتاجات أهمها:

- 1- أثبت البحث أن الجرافيك الجيد بنوعيه ثنائي الأبعاد وثلاثي الأبعاد جاذب للمحتوى.
- 2- أثبت البحث أن المونتاج العام للفيديو المتمثل في تكوين اللقطات وزواياها وتكوين الصورة وألوانها والشخصيات بالإضافة إلى الصوت والموسيقى يزيد من جودة الفيديو.

- 3- أكد البحث أن تحقيق الانسجام بين عناصر الوسائط المتعددة التي تظهر في الكادر مع الشكل العام للصورة خاصة الديكور والملابس مهم جداً للرفع من مستوى جودة البرامج.
- 4- أكد البحث أن تصحيح الألوان يحقق القيمة التي تضيف للفيديو قدراً من الجودة ونقاء الألوان المكونة للصورة وذلك في برنامج أشرفت بنسبة 26.3% وفي برنامج التفاح الأخضر بنسبة 78.9%.

التوصيات:

توصل البحث إلى التوصيات التالية:

1. التوظيف الجيد للصورة واستخدام التقنيات الحديثة للمؤثرات البصرية.
2. الاهتمام بعنصر الجرافيكس باعتباره أهم عنصر من عناصر الوسائط المتعددة.
3. تفعيل المواقع الإلكترونية للقنوات والبرامج وتقديم كل ما يطلبه المشاهد.

الهوامش:

- 1- المسلمي، إبراهيم : (1999م) **مناهج البحث في الدراسات الإعلامية**، ط1، القاهرة، دار الفكر العربي ص 17.
- 2- إسماعيل، محمود حسن : (2011م) **مناهج البحث الإعلامي**، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة 139.
- 3- إسماعيل، محمود حسن : مرجع سابق ص 140.
- 4- بصبوص وآخرون (2004م) **الوسائط المتعددة تصميم وتطبيقات**، ط1، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ص10.

- 5- عمر، أحمد مختار (2008م) معجم اللغة العربية المعاصرة، ط1، القاهرة، عالم الكتاب ص 142.
- 6- شلبي، كرم (1988م) معجم المصطلحات الإعلامية، الطبعة الأولى، دار الشروق، القاهرة. ص 166.
- 7- عمر، أحمد مختار مرجع سابق ص 145
- 8- الغمراوي، رجاء عبد الرازق : (2013م) قواعد الإخراج بين النظرية والتطبيق، ط1، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ص 175.
- 9- إين منظور، محمد بن جلال الدين (2000م) لسان العرب، المجلد الأول، دار صادر للطباعة والنشر، لبنان، ص 9.
- 10- محمددين، عثمان عوض الكريم محمددين (2005م) تخطيط البرامج التلفزيونية، ط1، الخرطوم، فهرسة المكتبة الوطنية، ص 20.
- 11- الشيخ، أم هاني أبو صباح (2007م) فاعلية الوسائط المتعددة في إنتاج برامج التلفزيون، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، رسالة دكتوراه، غير منشورة، ص 11.
- 12- الجيلاني، الأرقم (2012م) فاعلية الصوت و الصورة في المنتج التلفزيوني، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، رسالة دكتوراه، غير منشورة، ص 13.
- 13- حسن، عباس ناجي (2016م) الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني، ط1، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، ص 132.
- 14- سليم، حنان أحمد (2015م) فنون الفيديو الرقمي، ط1، الرياض، مكتبة الشقري، ص 23.
- 15- شعلان، محمد إبراهيم (2017م) تصميم وإنتاج الوسائط المتعددة بإستخدام **Flash MX**، ط1، دار الكتاب الحديث، ص 39.
- 16- محطات تقنية، 2018م

فاعلية الوسائط المتعددة في تطوير المحتوى التلفزيوني

- 17- حسن، عباس ناجي، مرجع سابق، ص 132.
- 18- تكنولوجيا وسائط متعددة 2018م
- 19- حسن، عباس ناجي، مرجع سابق ص 134.
- 20- شعلان، محمد إبراهيم، مرجع سابق، ص 40.
- 21- تكنولوجيا الوسائط المتعددة 2018م
- 22- حسن، عباس ناجي، مرجع سابق، ص 135.
- 23- تكنولوجيا الوسائط المتعددة 2018م
- 24- شعلان، محمد إبراهيم، مرجع سابق، ص 41.
- 25- حسن، عباس ناجي، مرجع سابق، ص 137.
- 26- بوابة تكنولوجيا التعليم على الانترنت 2015م
- 27- شلتوت، محمد شوقي عبد الفتاح (2016م) **الإنفوجرافيك من التخطيط إلى الإنتاج**، ط1، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، ص 145.
- 28- شلتوت، محمد شوقي عبد الفتاح، المرجع السابق، ص 110
- 29- كردوح وآخرون (2017م)، ص 2
- 30- برهوم (2016)، ص 14-15.
- 31- الغمراوي، رجاء عبد الرازق، مرجع سابق، ص 175.
- 32- شلبي، كرم : (2008م) **الإنتاج التلفزيوني وفنون الإخراج**، ط1، بيروت، دار الشروق للنشر والتوزيع ودار مكتبة الهلال، ص 524.
- 33- شلبي، كرم، المرجع السابق، ص 525.
- 34- شلبي، كرم، المرجع السابق، ص 27.
- 35- شلبي، كرم، المرجع السابق، ص 128.
- 36- إبراهيم وآخرون (2015م) **إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية**، ط1، القاهرة - الكويت - الجزائر، دار الكتاب الحديث، ص 512.

- 37- شلبي، كرم، مرجع سابق، ص 135.
- 38- إبراهيم وآخرون، مرجع سابق 517.
- 39- شلبي، كرم، مرجع سابق، ص 135.
- 40- إبراهيم وآخرون، مرجع سابق 513.
- 41- شلبي، كرم، مرجع سابق، ص 139.
- 42- شلبي، كرم، مرجع سابق، ص 273.
- 43- محمد، 2018م
- 44- ويكيبيديا 2018م
- 45- 2018،MBC.net
- 46- 2018،MBC.net
- 47- 2018،YouTube
- 48- 2018 ،MBC Group

المصادر والمراجع:

أولاً : المعاجم:

- 1- ابن منظور، محمد بن جلال الدين (2000م) لسان العرب، المجلد الأول، دار صادر للطباعة والنشر، لبنان.
- 2- عمر، أحمد مختار (2008م) معجم اللغة العربية المعاصرة، ط1، القاهرة، عالم الكتاب.
- 3- شلبي، كرم (1988م) معجم المصطلحات الإعلامية، الطبعة الأولى، دار الشروق، القاهرة .

ثانياً : الرسائل الجامعية:

- 4- الجبلاني، الأرقم (2012م) فاعلية الصوت و الصورة في المنتج التلفزيوني، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، رسالة دكتوراه، غير منشورة.
 - 5- الشيخ، أم هاني أبوصباح (2007م) فاعلية الوسائط المتعددة في إنتاج برامج التلفزيون، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، رسالة دكتوراه، غير منشورة.
 - 6- عوض الكريم، ياسر يوسف (2007م) دور تكنولوجيا الاتصال في إنتاج البرامج التلفزيونية، جامعة أم درمان الإسلامية، رسالة دكتوراه، غير منشورة.
- ثالثاً: المراجع العربية:
- 7- الغمراوي، رجاء عبد الرازق : (2003م) قواعد الإخراج بين النظرية والتطبيق، ط1، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية.
 - 8- المسلمي، إبراهيم : (1999م) مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، ط1، القاهرة، دار الفكر العربي.
 - 9- إبراهيم وآخرون (2015م) إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، ط1، القاهرة - الكويت - الجزائر، دار الكتاب الحديث.
 - 10- إسماعيل، محمود حسن : (2011م) مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة.
 - 11- بصيوص وآخرون (2004م) الوسائط المتعددة تصميم وتطبيقات، ط1، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
 - 12- حسن، عباس ناجي (2016م) الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني، ط1، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع.

- 13- سليم، حنان أحمد (2015م) فنون الفيديو الرقمي، ط1، الرياض، مكتبة الشقري.
- 14- شعلان، محمد إبراهيم (2017م) تصميم وإنتاج الوسائط المتعددة باستخدام **Flash MX**، ط1، دار الكتاب الحديث.
- 15- شلبي، كرم : (2008م) الإنتاج التلفزيوني وفنون الإخراج، ط1، بيروت، دار الشروق للنشر والتوزيع ودار مكتبة الهلال.
- 16- شلتوت، محمد شوقي عبد الفتاح (2016م) **الإنفوجرافيك من التخطيط إلى الإنتاج**، ط1، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر
- 17- محمدين، عثمان عوض الكريم محمدين (2005م) **تخطيط البرامج التلفزيونية**، ط1، الخرطوم، فهرسة المكتبة الوطنية.

رابعاً : المجالات والأوراق العلمية

- 18- الناجد وآخرون (2016م) **الهندسة والتكنولوجيا** - الباحثون السوريون.
- 19- تكنولوجيا الوسائط المتعددة.
- 20 -محطات تقنية.

خامساً: مواقع الإنترنت

- 21 MBC.net،-، 2018.
- 22 MBC Group،-، 2018.
- 23 YouTube،-، 2018.