

## دور التصميم الجرافيكي فى تعزيز الهوية البصرية للفواصل الإعلانية بالقنوات التلفزيونية

### The Role of Graphic Design in Enhancing The Visual Identity of Advertising breaks on TV Channels

م.م / إسراء وجيه أحمد أحمد عبد القوى

مدرس مساعد بقسم التصميمات مطبوعة - تخصص تصميم واتصال جرافيكي - كلية الفنون الجميلة  
جامعة الإسكندرية

**Assist.Lec. Esraa Wagih Ahmed Ahmed Abd Elkawy**

Assistant Lecturer, Department of Graphic Design Graphic Design and Communication  
Faculty of Fine Arts - Alexandria University

[esraa.wagih@alexu.edu.eg](mailto:esraa.wagih@alexu.edu.eg)

#### الملخص:

أن أساليب العرض والإخراج الجرافيكي التلفزيوني باتت تشكل عاملاً رئيسياً وحيوياً لأستقطاب المتلقين الذين اكتسبوا الخبرة البصرية الكافية للحكم على ثقافات البلاد، حيث أن وسائل التكنولوجيا المتطورة، والإرسال التلفزيوني من أبرز وسائل الإتصال في عصرنا الحالى، وهى مرآة تعكس مدى تقدم الشعوب في ظل احتفاظها بمقومات السمة الحضارية الخاصة بها، وأن هذه الوسيلة الإتصالية تأتي فاعليتها من خلال إمكانياتها الفنية والتقنية المتمثلة بعرض الصور المتحركة مما يعطيها قدرة أكبر في التأثير ولفت الإنتباه وصنع الهوية والبصمه الخاصة بها.

أصبحت الهوية البصرية تعمل كإطار مرئى يخدم الرسائل البصرية الموجهه، إضافة إلى الرسائل الإعلانية والتي تأتي من قبل المتخصصين في التسويق والفنون البصرية، كون الهوية البصرية تعمل على رفع أسهم الشركات، كما أن الجرافيك التلفزيونى يعكس الملامح الجمالية والفنية والتقنية للهوية، والتي لا تقتصر على الهوية البصرية فقط بل تحتاج إلى هوية سمعية وحركية ونصية، مما يساعد على إنشاء صورة ذهنية من خلال وضع الخطط الإستراتيجية المتطورة؛ والتي تساهم بدورها فى تطويع المعالجات الجرافيكية والتي تتمثل في إختيار الخطوط والألوان والرموز والمؤثرات الصوتية ونوع الحركة، وذلك من خلال التوضيب الألكترونى على الشاشة والذي يعمل بدوره فى إحداث تغيير جذرى فى الكيفية التى يتم بها تنفيذ المعالجات الإخراجية اللازمه.

#### الكلمات المفتاحية:

قنوات البث - الهوية البصرية - الفواصل الإعلانية التلفزيونية - الجرافيك التلفزيونى.

#### Abstract:

Television shows and graphic output have become a major and vital factor in attracting audiences, who have gained sufficient visual experience to judge the country's cultures, where High-tech media, television transmissions are the most prominent communications media of our time, it is a mirror that reflects the progress of peoples, while retaining their own cultural attributes, and that this means of communication comes into play through its artistic and technical capabilities, which are represented in the display of moving images, this gives them more ability to influence, attract attention, create identity and their own fingerprint.

The visual identity has become a visual framework that serves directed visual messages, in addition to advertising messages that come from specialists in marketing and visual arts, The visual identity works to raise the shares of companies, and the television graphics reflect the aesthetic, artistic and technical features of the identity, Which is not limited to visual identity only, but also needs auditory, kinesthetic and textual identity, Which helps to create a mental image by developing advanced strategic plans, Which, contributes to adapting the graphic process, which is represented in the selection of fonts, colors, symbols, sound effects and type of movement, through electronic arrangement on the screen, which in turn works to bring about a radical change in the way in which the necessary output process are implemented.

### Key words:

Broadcast channels - visual identity - TV Advertising breaks - TV graphics.

### المقدمة

التلفزيون إحدى أهم الوسائل المرئية المسموعة التي ظهرت في منتصف القرن العشرين، حيث يمثل ثورة في عالم الإتصال الجماهيري فالتلفزيون يمثل جزء أساسي للإتصال البشري، والتي تتمثل في تدعيم الإتجاهات السياسية وتوعية الرأى العام والتوجيه في مجالات التنمية الإجتماعية والإقتصادية، لذلك أبدت العديد من الدول النامية اهتمامها بالاستفادة بقدرته الهائلة في شتى الجوانب، كما يمكننا الحكم على أى محتوى تلفزيونى من خلال الرسالة المقدمة ومن خلال عناصره التشكيلية والتي يتم توظيفها في الفواصل الإعلانية الثابتة والمتحركة والهوية البصرية للقناة بأكملها. أن الفواصل بجميع أنواعها ثابتة ومتحركة، تمثل عامل هام من عوامل الإتصال بالجمهور المشاهد بما تحمله من قيم جمالية وفنية تظهرها العديد من العناصر سواء كانت تشكيلية أو سينمائية، فهي تحمل كل مقومات العمل الفنى في كثير من الأحيان وذلك يتحقق إذا كانت العناصر المرئية موظفة توظيفاً صحيحاً، ذات قيم جمالية وفنية، وملائمة تلك العناصر للعمل الفنى والتي أصبحت أحياناً ملتصقة بذاكرة المشاهد، بما تحمله من عنصرى الجذب والتشويق كما تنوعت التكوينات فيها، ووظفت العناصر التشكيلية بشكل جيد؛ كى تصبح وحدة مترابطة فى كيان متناسق، مما يلعب دوراً هاماً فى نجاح العمل، كما يعزز من الهوية البصرية للقناة التلفزيونية.

### مشكلة البحث:

باتت الهوية البصرية للقنوات التلفزيونية هي الوسيلة التي تقوم من خلالها هذه القنوات بالتعريف عن نفسها وعن تخصصها لدى المشاهدين، وأدى تنوع وتعدد القنوات الفضائية إلى ضرورة أن تسعى كل قناة تلفزيونية إلى أن تؤكد لها هوية مختلفة عن غيرها من القنوات المنافسة نظراً لما يعنيه التلفزيون من مشاكل تصميمية عديدة بدءاً من الفكرة وصولاً لمرحلة التنفيذ النهائية، ونظراً لإهمال إستغلال إمكانيات عناصر التصميم الجرافيكى فى إثراء المحتوى البصرى للفواصل التلفزيونية لذلك جاءت مشكلة البحث فى عدة تساؤلات أهمها:-

- ما الدور الرئيسى للهوية البصرية في رفع درجة التفضيل لدى المشاهد للفواصل التلفزيونية ؟
- ما هي فاعلية الجرافيك التلفزيونى لإثراء المحتوى البصرى ورفع كفاءة ومستوى الفاصل التلفزيونى ؟
- كيفية تطوير الهوية البصرية بما يتوافق مع المستحدثات التكنولوجية فى مجال الجرافيك التلفزيونى؟

**أهمية البحث:**

يستمد البحث أهميته في إنه مجالاً بحثياً جديداً يحتاج لمزيد من البحث والدراسة لفهم اللغة البصرية المستخدمه في تصميم الفاصل ودلالاته الفكرية، وذلك لأهمية الفاصل التلفزيونى فى تنظيم خدمة بث البرامج وتنظيم المحتوى المعروض، ومن أجل ذلك تهتم الدراسة بتوضيح القيمة الجمالية للعناصر الجرافيكية المرئية المختلفة، والتي تعمل على تحقيق الهوية بصورة بصرية واضحة للإرتقاء بالذوق العام للمشاهد.

**أهداف البحث:**

- إلقاء الضوء على الأنواع المختلفة للفاصل التلفزيونية ودورها فى تحقيق الهوية البصرية.
- الأهتمام بتوظيف العناصر الجرافيكية وذلك من أجل رفع درجة التفضيل للقناة لدى المشاهدين .
- دراسة دور الفاصل التلفزيونى وعناصره التصميمية المختلفة بالصورة التى تساعده على تحقيق الهوية البصرية للقناة.

**• فروض البحث**

أن الفواصل التلفزيونية تمثل عامل أساسى من الصور المرئية التي يراها الجمهور يومياً عند مشاهدة التلفزيون لما لها من قيمة إخبارية تتمثل فى تنظيم خطة بث البرامج وجذب الجهات المعلنه وتنظيم ورفع كفاءة المحتوى البصرى للقناة التلفزيونية.

**حدود البحث**

حدود مكانية: القنوات التلفزيونية الفضائية.

حدود زمانية: فى الفترة من عام ٢٠١٠م، وحتى ٢٠٢٢م.

**منهج البحث:** يتبع البحث المنهج الوصفي والتجريبي، من خلال وصف نماذج من فواصل تلفزيونية تتضح فيها كيفية توظيف العناصر الجرافيكية والتشكيلية وكيفية ملائمتها لهوية القنوات التلفزيونية، والتي تؤدي بدورها إلى نجاح العملية الإتصالية وترسيخ الصورة الذهنية للمشاهد، والمنهج التجريبي لتطبيق تجربة عمليه عن القناة المصرية الفضائية.

**مصطلحات البحث:****الفواصل Ad breaks**

الفواصل عبارة عن مادة سمعية بصرية تشكل الهوية المرئية للقناة، فهو فن مركب ومكثف بالعناصر والمفردات والمؤثرات والمعاني، فإنها رسائل قصيرة تحوى فكرة محددة ومختزلة في زمن قصير يتراوح بين دقيقة إلى دقيقتين ونصف، فإنه يحمل الكثير من المعان الظاهرة والخفية والمضامين الأيدولوجية التى تعبر عن رسالة القناة التلفزيونية وهويتها، فهو يعد إعلان تسويقي للقناة، ويتم الفصل بها بين البرامج وتنوع الفواصل ما بين رسائل إقتصادية وإجتماعية إلى رسائل سياسية.

**الهوية البصرية Visual Identity**

هى النمط المرئى الذى يمكن التعرف عليه، حيث يمنح هذا النمط لغة واضحة للعمل من خلال منظومة جرافيكية واضحة فهى مجموعة الصفات والخصائص المشتركة التى تعمل ضمن مجموعة من المبادئ التوجيهية، وهذه المبادئ تحكم عملية

تطبيق الهوية وتحافظ على إستمرار صورتها الذهنية، وعند تألف الأنماط المرئية مع الحدود الإبداعية، تنتج قرارات تؤدي إلى إنتاج هوية بصرية.

### الاتصال المرئي Visual Communication

هو اتصال يتم بإستدعاء الأفكار والمعلومات في أشكال يمكن أن تقرأ وتُرى بصرياً، فالإتصال المرئي في جزئه أو كله يتصل بالرؤية ويقدم أو يعبر بالصور ثنائية الأبعاد، والتي تتمثل في الصور، الرسوم، التيبوجرافى، التصميم الجرافيكي الحركة، اللون والمصادر الإلكترونية، وهو أيضاً يكشف فكرة أن الرسالة المرئية المرفقة بالنص لها عظيم القوة لإعلام وتعليم، أو إقناع وجذب المشاهدين.

### الإطار النظري للبحث

التليفزيون كوسيلة إعلام جماهيرية لم تسبقه وسيله أخرى في القدرة الفائقة على جذب وإثارة الإنتباه، هذه الوسيله الإتصالية تأتي فاعليتها من خلال إمكانياتها الفنية والتقنية فى العرض الحى والبث المباشر المرئي، حيث أصبحت القنوات التليفزيونية تبث صورها المرئية من حين لآخر بغرض مساعدة المشاهد على تذكر اسم القناة وعلامتها التجارية وأيضاً فواصلها الإعلانية ومن هنا تأتي اهمية الفواصل الإعلانية والهوية البصرية التى تنظم المحتوى المرئي للقناة.

### الهوية البصرية كمنظومه جرافيكية

الهوية البصرية تعد وسيلة من وسائل الأتصال المرئي حيث ترتبط بثقافة وهوية المجتمع، كما تواجه ثقافة الفوضى والتي تمثل نوع من أنواع التلوث البصرى وفقد للهوية، فهى تمنح للمنظومه الجرافيكية لغة واضحة، تتم من خلال وضع الخطط الإستراتيجية المتطورة لتصبح دليلاً موجزاً Guidelines على إختيار الخطوط والألوان والرموز وبثها في شكل شعارات وفواصل تروج لقناة التليفزيون، وتعتبر الهوية هي الطريقة التى تهدف إلى تحديد القناة وتنظيم البرامج ونقل رسالة علامتها التجارية بشكل خاص، مما يسعى إلى إنشاء هوية تليفزيونية، وصورة تنظيمية صلبة.

### الدور الرئيسى للفواصل التليفزيونية

الفاصل يمثل جزء من الهوية المؤسسية للقناة التليفزيونية، وهي وسيلة مؤثرة للغاية ذات معدل إنتشار مرتفع، يتألف هذا الجزء من التصميم السمعي البصري، حيث يتكون الفاصل من عدة عناصر رئيسية من صور ثابتة ومتحركة ومؤثرات صوتية ونصوص ورسوم إيضاحية، ويتمثل فى رسائل قصيرة على الهواء أثناء فترات الراحة التجارية، ويهدف إلى تحديد القناة وتنظيم مجموعة البرامج ونقل رسالة العلامة التجارية للقناة، بالإضافة إلى الجزء الربحى فى جذب المعلنين نحو القناة حيث تسعى هوية التليفزيون إلى خلق صورة تنظيمية تترسخ فى ذهن المشاهد، كطريقة لضمان ولاء الجمهور، لذلك ينبغى أن تعكس طبيعة المجتمعات وما تملكه من رصيد حضارى مميز لتحقيق التميز والتفرد مما يكسب الفاصل بوجه خاص والقناة بوجه عام كثير من القيم الفنية.

### سيكولوجية تصميم رسالة القناة التلفزيونية

أن التصميم الناجح هو التصميم الذى يحقق أبعاد نفسية وجمالية، ويؤثر على إحساس المشاهد للرسالة، ويتضح ذلك بوضوح فى الأحاساس البصرية والسمعية، فالإدراك نوع من أنواع الاستجابة للرسالة، وهناك فرق بين الأحساس والإدراك فالأحساس هو مؤثر لشيء والإدراك هو معنى هذا الشيء، وتلعب الفواصل دوراً هاماً من ناحية نجاح وصول الرسالة إلى المشاهد من خلال نجاح التصميم والإخراج الفنى لها، والذى يعتبر عاملاً أساسياً من عوامل الجذب الرئيسية لدى المشاهد كما تلعب الشاشة التلفزيونية دوراً هاماً فى إدراك الرسالة ويبرز دورها فى قدرتها على النقل الفورى والدقيق، وهى ميزه جعلت من شاشة التلفزيون نقلاً سريعاً ومباشراً للرسالة الموجهة من خلال الفواصل، مما جعلها سريعة التأثير على الجمهور.

### اللغات الأساسية للهوية التلفزيونية

أن الثراء التواصلي للهوية التلفزيونية يتحقق من خلال العلاقات المتبادلة بين الإشارات المرئية واللفظية والصوتية، مما يولد إمكانيات متعددة للتفسير، لذلك سعى البحث إلى التأكيد على أهمية التصميم فى العملية السيميائية، وذلك لخلق ونقل الرسائل وعلاقتها باللغات الأخرى التي تشارك في الوسيط التلفزيوني، وهى ثلاثة لغات رئيسية والتي تعتبر مصفوفات لجميع اللغات والتي تتمثل فى لغات أو إشارات (للغة مرئية - لفظية - صوتية).

### اللغة المرئية Visual languages

تتمثل فى المظهر الخارجى للأجسام المادية بشكل عام والأشكال البصرية والفراغ أيضاً، فإنها وسيط بصرى يشمل الرسوم التوضيحية والصور والأشكال والرسوم كما بالشكل(١)، فإنها تنقسم لصور تمثيلية ( كالعلامات والرموز الرياضية والكيميائية... وغيرها) وصور تصويرية (اللوحات الواقعية والصور الفوتوغرافية... وغيرها) وهى أقل مرجعية وذات احتمالات تفسير أقل فكلما كانت الصور أقل مرجعية كان نطاقها التفسيري أضيق والعكس صحيح.



شكل(١) يوضح استخدام اللغة البصرية فى الفواصل التلفزيونية

### اللغة اللفظية Verbal languages

توجد الإشارات اللفظية فى الفواصل التلفزيونية على الهواء فى ثلاث خطابات: فى الشعار أو التوقيع المرئي Visual Signature للقناة وفى إعلانات بث القنوات ومواعيد عروض البرامج والعبارات الخاصة بالفواصل الإعلانية كالـ Today، الآن Now، قريباً Coming Soon، سنعود Back Soon، عدنا Come back... وغيرها من الخطابات اللفظية التى يكون هدفها إخبار الجمهور المشاهد بشئ محدد، والتى تهدف للإعلان عن عناصر التخطيط وتنظيم شبكة

محطة البث وإبقاء المشاهد في حالة جذب، كما يميل العنصر اللفظي في الفواصل إلى الاندماج مع العناصر الصوتية والمرئية كما بالشكل (٢).



شكل (٢) يوضح استخدام اللغة اللفظية في الفواصل التلفزيونية

### اللغة الصوتية Sound languages

الصوت ليس مجرد موسيقى، ولكنه يشمل أيضاً الكلمة المنطوقة والمؤثرات الصوتية، التي تهدف إلى إحياء الارتباط بين الصورة والصوت، وهكذا فإن الأنواع المختلفة من الأصوات التي يمكن أن تظهر في هوية التلفزيون ترتبط ببعضها البعض أو مع مصفوفات أخرى بطريقة تقليدية أو غير متوقعة، بهدف زيادة الفاعلية التفسيرية للرسالة الموجهة، حيث يمكننا أن نسلط الضوء على بعض أنواع الإشارات التي تنقل المعاني في الكلمة المنطوقة مثل: نبرة صوت المتحدث، إيقاع الكلام، الشدة تنفس المتحدث، اللهجة، ولغة الخطاب نفسه، وفي المؤثرات الصوتية يمكننا التأكيد على شدة الصوت، وقوة الهجوم، والآلات وتأثير السرعة، وارتفاع النغمات..إلخ.

### اللغة الهجينة The Hybrid Languages

اللغات الهجينة هي تلك التي تدمج مصفوفتين أو ثلاث مصفوفات من اللغة (المرئي واللفظي والصوتي)، أكثر من اللغات البحتة كلاً منهم على حدى، قد تنشأ اللغة الهجينة من الجمع بين مصفوفتين (سمعية بصرية ، سمعية لفظية ، بصرية لفظية) أو مزيج من ثلاث لغات، فإن تجريد الإشارات اللفظية إلى إشارات صوتية (كلام) وإشارات بصرية يعني أن اللغات الثلاثة أكثر ارتباطاً، فإن الإشارة اللفظية التي تتجسد في صوت ومدمجة بالصور، لها أهمية كبيرة على التلفزيون ، بحيث تعتبر "راديو مصور" تحافظ على دورها في هوية التلفزيون، وخاصة في الفواصل القصيرة وذلك لسهولة الحفظ.

### عوامل نجاح العملية الإتصالية في تصميم الفواصل

#### ■ جذب الإنتباه

تعد عملية جذب إنتباه المشاهد ومحاولة الاحتفاظ به أحد أهم العوامل الرئيسية التي تواجه عملية الإتصال الإعلامي وخاصة أن المشاهد يتعرض لمئات من الرسائل الإعلامية يومياً، وعناصر الجذب تتعلق بالهيئة الشكلية واللغة البصرية والأستمالات المستخدمة والتي تتمثل في العناصر الجرافيكية مثل الحجم والشكل واللون والمساحة والحركة والصور والرسوم والعناوين الرئيسية...إلخ، بالإضافة إلى اللغة الصوتية، وفقاً لكيفية تنظيم تلك العناصر بشكل إبتكارى .

## الوضوح والبساطة

لابد أن تكون الرسالة الموجهة تتسم بالوضوح والبساطة وأن تفهم بمجرد مشاهدتها، وأن تكون عمومية التوجيه، أي لا يجب إختصارها على فئة معينة، وأن تناسب جميع ومختلف فئات الشعب تبعاً لتنوع ثقافتهم وإتجاهاتهم وخاصة بعد إنتشار العديد من القنوات الفضائية للتلفزيونات العربية والتي تكون فيها الفواصل إنعكاساً لمدى تقدم هذه القنوات .

## ■ الأبتكار

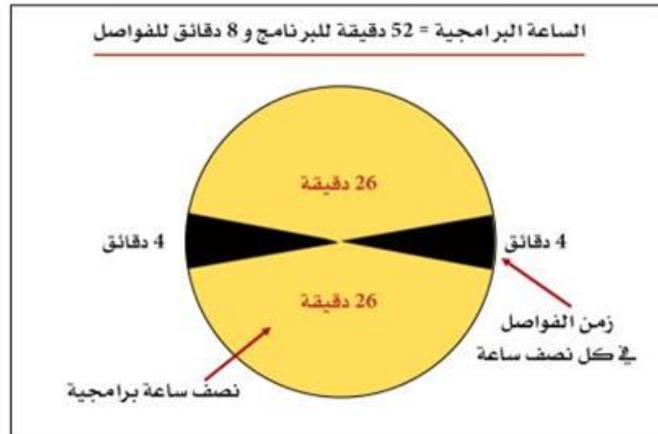
فالأبتكار وحدثا الفكرة وإخراجها بشكل غير تقليدى هو الذى يزيد من إثارة الأهتمام وتعلق التصميم بذهن المشاهد فالتصميم الجيد للعناصر والمؤثرات الخاصة المرئية أو الصوتية، تساعد كل هذه العناصر فى تدعيم العملية الإتصالية.

## ■ الإنتشار

يجب أن يتكرر ظهوره على الشاشة، بما يحمله من علامه تجارية وعناصر مرئية وسمعية تتعلق بذهن المشاهد ويعتمد الكثيرون على التكرار لتحقيق عملية الحفظ و التذكر.

## مساحة زمن بث الفاصل التلفزيونى

تتكون حزمة الهوية الفنية للفاصل التلفزيونية من حيث بثها فى خريطة برامج القناة من عدة مكونات من عناصر لفاصل وشعارات تروج للقناة وبرامجها، ووفق لساعة البث التلفزيونية كما فى الشكل (٣) فإن فواصل الهوية التلفزيونية تمثل نسبة تتراوح بين ١٢% إلى ١٤% من الساعة البرمجية لخريطة البث التلفزيونى، وبالتالي فإن هذه النسبة تعتبر نسبة مقدره جداً فى حجم مساحة المشاهدة للقناة مما يؤكد على أهمية الفواصل فى الخريطة البرمجية للقناة التلفزيونية فى التسويق والترويج لها ولبرامجها كما تبرز أيضاً أهميتها فى الناحية الإقتصادية والتكاليف الإنتاجية بسبب تكرار هذه الفواصل كل ساعة وبثها بإستمرار طوال فترة الدورة البرمجية، إذ أنها تنتج مره واحدة فقط.

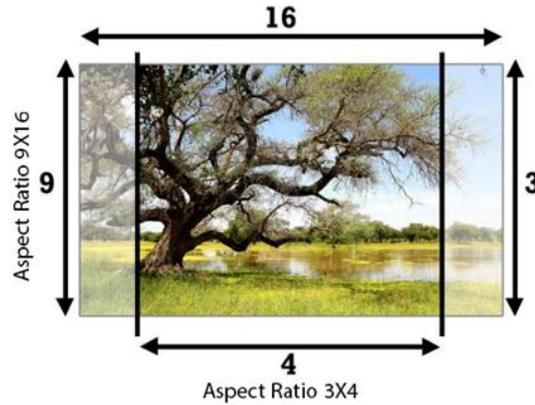


شكل (٣) يوضح مساحة زمن بث الفاصل التلفزيونى

## تنظيم مساحة الشاشة Organizing screen

## نسبة مساحة الشاشة التلفزيونية Aspect Ratio

واحدة من الأختلافات الأكثر وضوحاً بين التلفزيون التناظري القياسى SD والتلفزيون الرقمي HD، هي الصورة التلفزيونية والتي إمتدت أفقياً نسبة العرض إلى الارتفاع من ٤:٣، حيث يتم تمثيل نسبة العرض إلى الارتفاع هذه أيضاً على أنها ١:٣،٣ حيث يوجد ١,٣٣ وحدة عرض لكل وحدة واحدة فى إرتفاع الشاشة، أما نسبة العرض إلى الارتفاع للتلفزيون عالي الوضوح هي ١٦:٩ فهو يمثل نسبة ١,٧٨:١ وهو مضاعف لنسبة ٤:٣ كما بالشكل (٤) .



شكل(٤) يوضح مساحة زمن بث الفاصل التلفزيوني

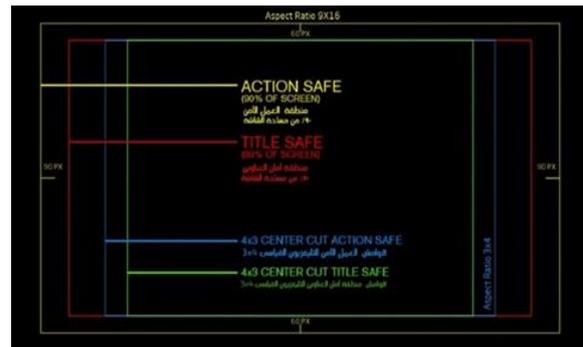
### المساحة الرئيسية لتصميم التلفزيوني Essential Areas

أثناء العرض على أجهزة الإستقبال التلفزيوني، نجد أن هناك بعض الحواف الخارجية التي تحيط بالصورة المعروضة Transmitted Area التي ربما يتم فقدانها عند الإرسال لأن أجهزة التلفزيون المنزلية الحديثة تفتقد ما يُقرب من ١٠% من حجم الصور المُرسلة وتختلف هذه النسبة قليلاً من جهاز لآخر، ولكي نتأكد من وصول المعلومات المرئية الهامة تجنب عرض أي معلومات مهمة بالقرب من حافة الشاشة فيجب أن نترك منطقة آمنة للعنوان والتي تمثل ٨٠% من مساحة الشاشة كما بالشكل(٥)، حيث يتم عرض النص بدون تشويه.

كما أن هناك منطقة آمنة لوضع الصور والتي تمثل ٩٠%، كما يجب على المُصمم أن يتأكد من أن تصميمه يقع بداخل المساحة الرئيسية Title Area والتي تتمثل في تصميم العناوين والكتابات الرئيسية ولذلك يجب مراعاة ترك مساحة أمان Safe Action Area كما بالشكل (٦) وهو ما يقرب من ٢٠% من إجمالي مساحة التصميم وتوزع هذه المساحة على كل الجوانب أي يجب أن يكون مساحة الجزء الذي يظهر للمشاهد أقل من مساحتها ككل.



شكل(٦) نموذج توضيحي لفاصل لقناة تلفزيونية يوضح مناطق العمل والعناوين الآمنة على شاشة التلفزيون HD 16x9



شكل(٥) يوضح مناطق العمل والعناوين الآمنة على شاشة 4X وشاشة تلفزيون HD 16x9 ٣ التلفزيون

## أنواع الفواصل التلفزيونية

تنقسم الفواصل من حيث المحتوى إلى :-

- فواصل هوية القناة التلفزيونية: هذه الفواصل تعمل على الترويج والتسويق لهوية القناة بطريقة فنية من خلال شعار القناة وفي الغالب يتبعه تصميمات الرسوم الإيضاحية والاشكال المتحركة مع إضافة الصور سواء كانت ثابتة أو متحركة، متبعه ألوان الشعار والهوية البصرية للقناة مما يخلق حالة بصرية مميزة كما بالشكل(٧).



شكل(٧) يوضح فواصل هوية القناة التلفزيونية وكيفية إرتباط الفاصل بهوية القناة والشعار الخاص بكل قناة

- فواصل هوية المجتمع أو البلد: هي التي ترتبط موضوعاتها حسب تبعية القناة سواء كانت قناة عامة تمثل البلد وتهتم بقضاياها كما تعكس ثقافة وبيئة المجتمع التابع لها كما بالشكل(٨)، أو قناة خاصة ذات أهداف ومواضيع محددة تعمل على الترويج لها كما بالشكل(٩).



شكل(٩) يوضح فاصل لقناة خاصة وكيفية إرتباط الفاصل بهوية المحتوى الذي تقدمه القناة



شكل(٨) يوضح فواصل هوية المجتمع وكيفية انعكاس الفاصل لهوية المجتمع الأمريكي المتمثلة في ألوان العلم الأمريكي

- فواصل إرشادية موسمية: يتم إنتاجها وفقاً لحدث موسمي كالأعياد الرسمية والمناسبات وتعتمد في الغالب على عناصر الصورة والمؤثرات البصرية والصوتية، كفواصل الإرشادات الصحية والإجراءات الاحترازية، والفواصل الانتخابية كما بالشكل(١٠).



شكل(١٠) يوضح فواصل إرشادية موسمية والمتمثلة في الإرشادات الصحية

**القيم التشكيلية في الكادر التلفزيوني**

القيم التشكيلية هنا تتحدد في إختيار العناصر التكوينية وتنظيمها من خط وشكل ولون وملمس وكتلة ومساحة وفراغ، وقدرتها على بناء هيكل العمل الفني، بحيث نحصل من خلال تألفها على الوحدة البنائية والجمالية والتوازن والإيقاع البصري بشكل تفاعلي للعمل، مجسداً خصوصية العمل وأهدافه وضرورته الأساسية من تصميم وتوزيع عناصر التكوين وتجانسها وانتقالها بحس إيقاعي مدروس ضمن بؤر منظورية وكتل متناسقة مع بقية العناصر الأخرى، والجدير بالذكر أن القيم الجمالية للعمل الفني، تنطبق على الكادر التلفزيوني، بوصفه عملاً فنياً وفناً بصرياً، لذلك يجب عدم إغفال أى من العناصر التشكيلية المكونة للكادر التلفزيوني وهي..

أولاً: التكوين Composition.

ثانياً: فكرة التصميم Design Idea.

ثالثاً: العناصر الرئيسية في التصميم التلفزيوني Television Design Elements

**- التكوين Composition**

يختلف الصورة أو التكوين في الكادر التلفزيوني عن التكوينات في الوسائط الأخرى نظراً لعدة عوامل، أولهما كونه تكوين في الفراغ وفي الزمن، كما يختلف من حيث الشكل وميكانيكية العمل، ولكن يبقى جوهر المضمون داخل الكادر واحد في جميع الوسائط، كما يأتي الأختلاف من ارتباط التكوين في الكادر الواحد بالتكوين في العمل بأكمله، فيجب أن يراعى في التكوين توجيه حركة عين المشاهد داخل التصميم، لذلك يجب أن يتميز التكوين بالديناميكية والوحدة وترجمة المزاج النفسى وذلك يتحقق بإستخدام الخط والشكل والكتلة والحركة إلى جانب درجات اللون والمعالجة والمؤثرات الدرامية والموسيقية .

**قواعد التكوين الرئيسية في الكادر التلفزيوني**

تعتمد التكوينات عادة في الفواصل على التكوين المغلق، تلك التكوين الذى تكتمل فيه الكتابات والأشكال داخل الكادر بينما التكوين المفتوح هو الذى تستمر فيه الخطوط وأجزاء من الصورة أو الأشكال خارج مجال الكادر وتستطيع أن نقول بأن التكوين المغلق هو التكوين المفضل عادة في تصميم الفواصل وذلك من أجل إعطاء معلومة محددة وكاملة ومقربة للمشاهد وذلك هو الهدف الأول من الفواصل، كما أن هناك بعض القواعد والأسس الهامة والتي تلعب دوراً رئيسياً في تنظيم العناصر المرئية في الكادر التلفزيوني فهذه القواعد تعمل على توجيه عين المشاهد نحو التصميم وليس من الضروري أن تتوافر جميعها في التصميم كما بالشكل (١١) ومن أهمها :-

- قاعدة الثلث Rule of Third -الحلزون الذهبى Golden Spiral -المستطيل الذهبى Golden Rectangle - القطع الذهبى Golden Rectangle.

- التكوين الهرمى Pyramid - التكوين على شكل حرف S - التكوين على شكل حرف L - التكوين على شكل حرف V  
- تكوين الخط المائل Diagonal - الخطين المائلين Double Diagonal - التكوين الإشعاعى Radiating - التكوين النفقى Tunnel.

- تكوين المساحات الموجبة والسالبة Positive&Negative Space - العزل Out of Focus - التكوين ذات العمق Depth التأطير Framing .



شكل (١١) يوضح قواعد التكوين الرئيسية في الكادر التلفزيوني

### ثانياً: فكرة التصميم Design Idea

المقصود بها هنا الحصيلة الفكرية والثقافة العلمية التي يتمتع بها المصمم، والتي تتناسب مع هوية القناة ومضمونها ومحتوها الفكرى والتي تكون في محصلتها الأفكار الأولية للتصميم المطلوب، بما ينسجم مع مضمون الكادر التلفزيوني وتوظيفه لعناصره البنائية بما يتلائم مع فكرة التصميم، كما يجب إختيار الأفكار القابلة للتنفيذ، فهذه المرحلة التي هي الأساس لما سيتم بناءه وهيكله العمل على أساسه، وهي عبارة عن وضع خطة للعمل والتي سوف يتم تنفيذها في مرحلة الإنتاج.

### ثالثاً: العناصر الرئيسية في التصميم التلفزيوني Television Design Elements

بعد الانتهاء من الفكرة تأتي أهمية الإلمام بالأسس الفنية التي تدخل في تكوين العناصر التلفزيونية، حيث تتشابه عناصر التصميم التلفزيوني مع غيرها من العناصر الأساسية للتصميم الجرافيكي للوسائط الأخرى، فهي مجموعة من المفردات

## المؤتمر الدولي العاشر - الفن وحوار الحضارات " تحديات الحاضر والمستقبل "

التي تحمل قيمةً فنيةً تتوافق فيما بينها لإيصال مفهوم التصميم إلى البعد التشكيلي وحركته وإيقاعه، وماهيته البصرية، وهذه العناصر تساعد بشكل كبير في عملية معالجة الصور والأسلوب الجرافيكية، ومن هذه العناصر:-

## - الكتلة Solid والفراغ Space

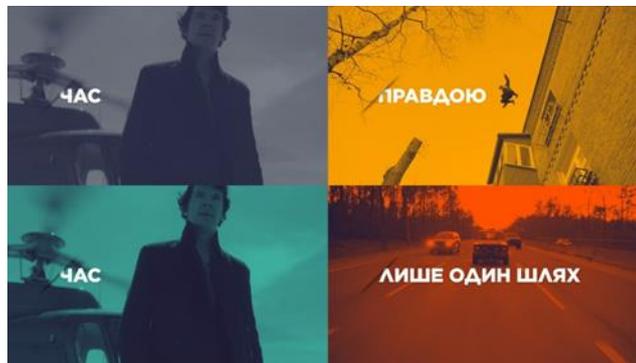
يشكل الفراغ في المشهد التلفزيوني الحيز الذي يضم عناصره المختلفة، لهذا تعد الكتلة والفراغ من أهم العناصر التشكيلية الرئيسية للكادر التلفزيوني، حيث يظهر الفراغ من خلال إطار الصورة وحدودها في الكادر التلفزيوني والفراغ مدلول سيكولوجي كبير، حيث أن للفراغ مدلول زمني فزيادته أمام الموضوع يرمز للمستقبل ويكون دليلاً على الفكر وإستمرار المبادئ كما بالشكل (١٢)، فهو لا يرمز للبقاء المادي فقط بل هو كفيلاً يبيث معاني البقاء الروحي والمعنوي أيضاً فالفراغ عبارة عن شكل ينشأ من تفاعل العناصر المادية الثلاثة وهي السطح والمجسم والخط، فالكادر التلفزيوني لوحة فنية يحتاج إلى فراغ يضم عناصره ضمنه، وأي خلل في نسبة هذا الفراغ يؤثر على تعبير هذه العناصر.



شكل (١٢) يوضح كيفية توظيف الفراغ في الكادر التلفزيوني

## - اللون Color

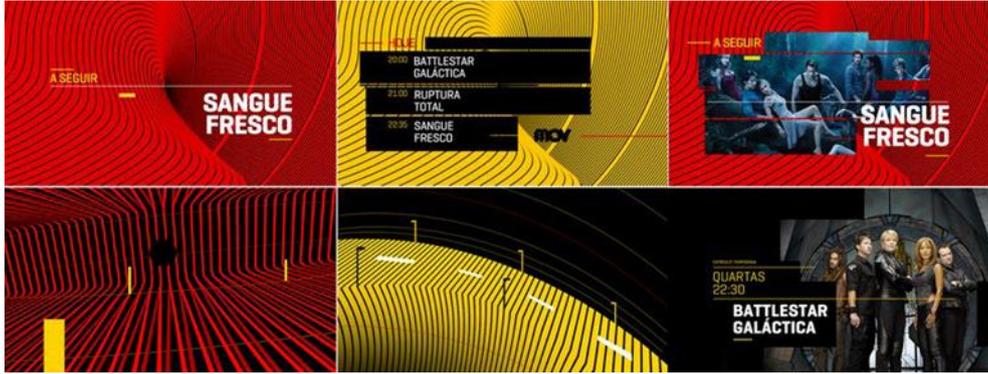
هو ذلك التأثير الفسيولوجي الناتج عن شبكية العين والناتج عن الضوء الملون في شاشة التلفزيون فهو إذن إحساس وليس له أي وجود خارج الجهاز العصبي، فاللون يضيف على الأشياء من حولنا الحياة ويعطيها معاني أخرى اللون من أهم العناصر تأثيراً على المستوى المرئي كما بالشكل (١٣)؛ فهو يعمل على ترك إنطباع ذهني يساير المضمون التعبيري والمرئي للقناة فهو عنصر هام يعطى تأثيراً درامياً معبراً عن أجواء العمل فللون دوراً هاماً على التأثير في نفسية المشاهد وجذب عواطفه وإهتمامه كما يعزز الفكرة ويؤكد على الهوية البصرية للقناة .



شكل (١٣) يوضح كيفية استخدام اللون في الفواصل التلفزيونية

**- الخطوط Line**

الخط عنصر من عناصر التصميم ذات الدور الهام والرئيسي في بناء العمل الفني للمصمم، حيث لا يخلو أي عمل تصميمي من عنصر الخط وإن كان بدرجات متفاوتة، حيث إنه يؤثر بشكل ملحوظ على النجاح التركيبي للصور، كما يساهم بشكل كبير في أسلوبية الصور وإخراجها بشكل مبتكر، فالخطوط تدعم فكرة البعد الثالث وتحقق العمق وتعمل على خلق نمط إرشادي للمشاهد، كما تقود العين إلى مركز الاهتمام وتستخدم للربط بين أجزاء العمل، وتتنوع اشكال الخطوط فقد يكون الخط مستقيماً أو منحنيّاً أو منفصلاً أو ممتداً أو منعكساً كما بالشكل(١٤).



شكل(١٤) يوضح النجاح التركيبي للفواصل وذلك باستخدام الخطوط



شكل(١٥) يوضح فواصل هوية القناة التلفزيونية وكيفية ارتباط الفاصل بهوية القناة والشعار الخاص بكل قناة

**- المساحة space والشكل Shape**

أحد أهم العناصر المكونة للصورة التلفزيونية، فهي بيان حركة الخط مما يشكل المساحة، فهي تعني عنصر مسطح أولى أكثر تركيباً من النقطة والخط ينتج شكلاً، والمساحة بشكل عام هي الفراغ المحصور والمحدد بين الخطوط، فهي وحدة بناء العمل الفني ووحدة البناء في التصميم، قد تعبر شكل المساحة عن أشكال معتادة أو تكون ذات أشكال مجردة هندسية أو عضوية أو تجمع بين العضوي والهندسي كما بالشكل(١٥).

**العناصر البنائية (التصميمية) في الفواصل التلفزيونية**

الهوية هنا هي التي تعكس الملامح الجمالية والفنية والتقنية، فهي المؤثر الإيجابي لدى المشاهد لما لها من القدرة على الجاذبية الفعالة لمتابعة الأحداث وتحقيق الأهداف والمعرفة، ويترتب على ذلك وضع الخطط الإستراتيجية المتطورة والتي تساهم بدورها في بناء المهارات لتصبح دليلاً واضحاً يتمثل في إختيار الخطوط والألوان والرموز ونوع الحركة المنتقاة من ثقافة وحضارة الدولة وبثها في شكل شعارات وفواصل ترويجاً للقناة أو التلفزيون، وبما انه خليط من الصورة والصوت والمؤثرات لذلك يجب التعرف عليه أكثر من خلال دراسة عناصر الهوية البصرية.

## الشعار logo

DISH offers over 35 Arabic channels



يعتبر الشعار من أهم عناصر الإتصال البصري والذى لا غنى عنه فى تصميم تليفزيونى، حيث يمثل الهوية البصرية والشخصية الإعتبارية للقناة، فهو المدخل الرئيسى المعبر عن هوية القناة، فهو يعكس الصورة الذهنية للقناة وفلسفتها كما بالشكل (١٦) فالشعار يعمل على تعزيز إستراتيجية القناة التليفزيونية على إمتداد ساعات البث

شكل(١٦) نموذج يوضح شعارات القنوات والتي تعبر عن هوية كل قناة

التليفزيونى، كما يعمل على خلق ألفه بين المشاهد والقناة، ويقوم بإختزال معانى وأهداف القناة ورؤيتها فى شكل رمزى وجملته مفتاحية، وترجع أهمية الرموز إلى عملية الحفظ والتذكر لدى المتلقى وترسيخ الصورة الذهنية لدى الجمهور، كما يطلق الشعار على عدد من الأشكال الفنية فى العمل التليفزيونى، منها:-

١- علامة القناة التليفزيونية logo

٢- الشعار الخاص ببرامج القناة Programme logo

٣- الشعار اللفظى أو المكتوب والذى يعبر عن رؤية القناة وهويتها Slogan

## الصورة Image

الصورة هى أولى مفردات اللغة البصرية، كما أن الأعمال التليفزيونية يرتبط بناؤها اللغوى بالصور، ومع التقدم التكنولوجى وتطور صناعة الكاميرات الرقمية للتصوير الفوتوغرافى، أصبحت الصور عالية الجودة تمثل عنصراً هاماً من عناصر الإخراج التليفزيونى، حيث تستخدم الصور لتمثيل الواقع دون وجود للحركة فيها، كما أن الصور تخلق العديد من الإيحاءات النفسية والإنفعالية، فأصبحت الصورة تتغلب على القيود الناجمة عن طبيعة شاشة التليفزيون ذات البعدين والتي تفتقر إلى وجود البعد الثالث، وذلك من خلال تحقيق التنوع فى عرض الصور والإختلاف فى أحجام وأشكال العناصر المكونة للصورة وإضفاء العديد من الإنطباعات والعناصر الجمالية والدرامية للموضوع وتحقيق الوهم والخداع البصرى والتعبير عن الوقت والحركة وتحقيق المؤثرات الخيالية وإضافة المؤثرات البصرية لها كما بالشكل (١٧).



شكل(١٧) نموذج يوضح توظيف استخدام الصور فى تصميم الفواصل ودورها فى تحقيق أبعاد درامية للموضوع

**فئات الصور Image Types**

بغض النظر عن درجة تمثيل الصورة سواء بطريقة حرفية أو بطريقة مجردة ، قد يختار المصمم أن يمثل الفكرة باستخدام الصور الفوتوغرافية أو باستخدام الرسوم التوضيحية Illustration والصور المختلطة المهجنة Mixed Media الصور الفوتوغرافية مع إضافة الرسوم أو صور مجمعة بطريقة Collage أو صور مركبة Photomontage (وهي عدد من الصور الفوتوغرافية أو أجزاء منها لتكوين مركب مرئي) ويجب أن توفر تلك الصور وضوحاً إعلامياً، وذلك بطريقة تثير وتوصل الرسائل المطلوب إرسالها، حيث يطلق على شكل تمثيل الصورة إسم النمط أو النسق mode – type .

**- الرسوم المتحركة Animation**

هي الرسوم التي تنقسم إلى رسوم ثنائية الأبعاد 2D وثلاثية الأبعاد 3D الرسوم ثنائية الأبعاد هي التي تعتمد في تكوينها على الرسوم النقطية الإلكترونية، وقد تطورت الرسوم المتحركة تطوراً كبيراً مع تطور التقنيات الرقمية وظهور برمجيات الحاسوب والتي تعمل على التجسيم ثلاثي الأبعاد، وقد ساعدت بشكل كبير في خلق بيئات للمحاكاة، ومع تطور تقنيات الحاسوب وبرامجه أصبح التصميم ثلاثي الأبعاد يحاكي المشاهد الطبيعية مما ساهم في تجسيد مقاطع ومشاهد خيالية كان يصعب تصويرها وإنتاجها وذلك من أجل تقليل تكلفة الإنتاج، والتي يتم إنتاجها حالياً ببرامج الجرافيك ثلاثية الأبعاد والتي تعرف بمصطلح CGI وهي الصور المخلفة بالكمبيوتر، إذ أن برامج التصميم ثلاثية الأبعاد يمكنها بناء مشاهد افتراضية محاكية للواقع، إضافة للمؤثرات والخدع البصرية ومقاطع النمذجة، تكثيف انتشار مشاهد الحركة ثلاثية الأبعاد 3D Animation، فإن استخدام الرسوم المتحركة في إنتاج الفواصل تعمل على كسر الملل والشعور بالمتعة والبهجة وتدخل السعادة على قلوب المشاهدين كما في شخصيات فنانيس الكرتونية في الفواصل الرمضانية كما بالشكل(١٨).



شكل(١٨) نموذج يوضح الرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد (٣) D شخصيات فنانيس الرمضانية والتي تمثل محاكاة لسلاطين بغداد في العصر العباسي) واستخدامها في تصميم الفواصل التلفزيونية

**الفديو VIDEO**

أن لقطات الفيديو الحية هي أحد التقنيات الرئيسية التلفزيونية، حيث إنها أحد أهم الأشكال الأساسية للفيديو جراف Videograph والتي تعتمد عليها الفواصل بشكل رئيسي فهي من أقوى الوسائل تعبيراً عن الفكرة وتأثيراً على المشاهد فهي تمثل " صور واقعية للغاية"، فهي تعمل على تجسيد الأحداث جاعلة المشاهد يتعايش مع الحدث وكأنه جزءاً منه، فهي

## المؤتمر الدولي العاشر - الفن وحوار الحضارات " تحديات الحاضر والمستقبل "

تعتمد على تصوير الفيديو بدلاً من الرسوم والصور الثابتة، والتي تستخدم التصوير الحى بشكل أساسى لأنه الأكثر مرونة وواقعية وله قدرته الإتصالية العالية فى توصيل الفكرة بشكل مبسط وواضح دون تعقيد وتزييف، حيث يتم التنويه فى الفاصل عن إحدى برامج القناة وذلك بالأستعانة بأقتطاع أجزاء مصورة من العمل والتنويه عنه فى الفاصل كما موضح بالشكل (١٩).



شكل (١٩) نموذج يوضح الفيديو Video Graph وإستخدامه فى تصميم الفواصل التلفزيونية

## - التيبوجرافى Typography

أنه الوسيلة التى يتم من خلالها إعطاء فكرة مكتوبة بصورة مرئية، فهو يهتم بهيكله وترتيب اللغة البصرية، كما يجلب معه عناصر الإتصال (العواطف والتعبير) فهو مكون أساسى فى تصميم الفواصل التلفزيونية؛ لأنه يحقق القيمة الإخبارية المطلوبه فى تصميم الفواصل، والعناصر التيبوجرافية هنا تتمثل من النصوص Text والعناوين Titling والتعليقات Captions وكذلك تتمثل فى الشعارات والرموز، كما يجب دمج التيبوجرافى مع العناصر المرئية الأخرى ومراعاة الأسس والقواعد الجرافيكية المطلوبة، كإختيار النمط المطلوب والحجم والتباين اللونى والتناسق والتألف بينه وبين العناصر الأخرى.

## التيبوجرافى المتحرك Motion typography

إن الوقت المضاف إلى النص الساكن سمح بدخول النص الديناميكى فى أجهزة الأعلام الرقمية، حيث تم إستخدام النصوص الحركية بشكل صريح فى التلفزيون، فإن إضافة عنصر الحركة للنص يعمل على تعزيز مفهوم الصورة الذهنية كما بالشكل (٢٠)، فإن النصوص الحركية تعمل على خلق بناء فنى وتصميمى، ويتم وصف النصوص المتحركة بإنها تلك "النصوص التى تتحرك وتتغير بمرور الوقت أو تخضع لتحول فى الزمان، فالنصوص الحركية لا تشير فقط إلى نقل المعلومات والرسائل من خلال لغة نموذجية مفهومة، ولكن أيضاً إلى عنصر يتم طرحه كأسلوب وشخصية ولغة بصرية.



شكل (٢٠) نموذج يوضح التيبوجرافى TYPOGRAPHY وإستخدامه فى تصميم الفواصل التلفزيونية

## حجم النصوص على شاشة التلفزيون

هناك بعض الإرشادات الخاصة بتطبيقات التصميم التلفزيوني، حيث تقاس الوحدة هنا SP وهى إختصاراً Scale-Independent Pixels وهى تشبه وحدة DP والتي تكون إختصاراً DOT-Independent Pixels ولكن يُوصى بإستخدام الوحدة SP عند تحديد أحجام الخطوط المتعلقة بالتلفزيون، بما لها من إمكانية تغيير حجمها وفقاً بما يتناسب مع حجم الشاشة، ونمط الخطوط المستخدمة، وهناك إستعراض لبعض القياسات التي يتم إستخدامها فى المقدمات التلفزيونية .

- عنوان الشاشة الرئيسى Screen Title: قياس SP 44.

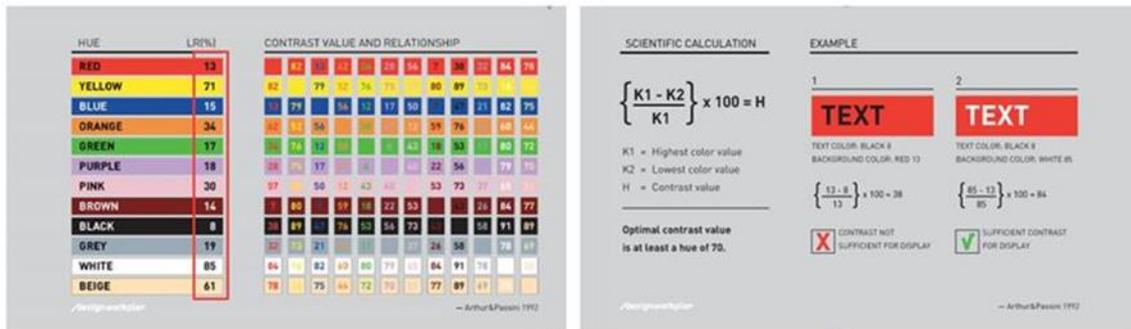
- عناوين فرعية SupTitles: قياس SP 16.

- النصوص الأساسية Maintext : قياس SP 14.

- النصوص الفرعية Card Subtext: قياس SP ١٢ .

## نسبة تباين النص مع الخلفية Contrast Ratio

يمكن حساب نسبة التباين لعرض النص على خلفية ملونه، من خلال عمليه حسابية بسيطة لمعرفة نسبة الوضوح والتباين حيث يوجد طريقة حسابية لحساب إختلاف التباين بين لونين الخلفية والنص وشكل (٢١) يوضح الطريقة الحسابية، ووفقاً لقراءات إنعكاس الضوء (LR) Light Reflectancy بنسب مئوية لكل من اللونين المعنيين، ومن خلال طرح اللون الأعلى فى القيمة اللونية الذى يمثل K1 باللون الأقل منه الذى يمثل K2 على الفرق بين اللون الأعلى K1 والضرب فى ١٠٠، نحصل على فرق السطوع، وعندما يكون فارق السطوع ٧٠% أو أعلى، يتم ضمان الوضوح والتباين، ولكن عندما تكون النسبة أقل من ٧٠%، لا يمكن ضمان الوضوح ولا ينبغي إستخدام تلك الألوان معاً، وهذه النظرية أثبتت أن أكثر الألوان تبايناً هو إستخدام اللون الأبيض مع خلفية سوداء أو العكس، حيث تبلغ نسبة التباين والوضوح لإستخدامهم معاً ٩١% وهى أعلى نسبة تباين لإستخدام لونين معاً كما موضح بالشكل (٢٢) .



شكل (٢١) يوضح نظرية Arthur & Passini لحساب نسبة التباين والوضوح بين الخلفية والنص

## الصوت Sound

يعتبر الصوت فى الإخراج التلفزيوني من أهم العناصر التي تساعد على تكامل العمليه الفنية لإيصال رسالة الوسائط المتعددة، وتتمحور الأصوات هنا فى الأصوات الطبيعية كالإنسان والحيوان والظواهر الطبيعية، أو تركيبية صناعية كالموسيقى أو فى التعليقات ونطق العبارات اللفظية التابعه للعمل، كما يمكن إضافة بعض المؤثرات الصوتية الخاصة (Sound Effects) SFX كخطوات الأقدام التي تسيير إلى الباب وأصوات المفاتيح وفتح الأبواب وبعض المؤثرات

## المؤتمر الدولي العاشر - الفن وحوار الحضارات " تحديات الحاضر والمستقبل "

الأخرى التي تخدم الموضوع، وذلك بجعل الموضوع أكثر إثارة وحيوية ويساعد على جذب الانتباه، وتسجل هذه المؤثرات الصوتية الجديدة بحرص ثم توضع بدقة في تزامن مع الصورة، ويجب أن يتطابق التوقيت مع الحركة الموجودة على الشاشة، حيث إنها تؤدي دوراً في تدعيم الإحساس العاطفي للمشاهد، فإن إضافة مؤثرات صوتية تجعل العمل أكثر واقعية حيث تشترك المؤثرات الصوتية بأنتمائها للواقع مع البيئة المحيطة لها .

<b>BLACK</b> LR = 8	CONTRAST WHITE, H = 91	CONTRAST BLUE, H = 47
	CONTRAST YELLOW, H = 89	CONTRAST GREY, H = 58
	CONTRAST RED, H = 38	CONTRAST BLACK, H = 0

شكل (٢٢) يوضح استخدام اللونين الأبيض والأسود بالتبادل بين المقدمة والخلفية لأنها الأعلى نسبة تباين

## المعالجات البصرية الرقمية

## التحوير Morphing

من أهم التقنيات المستخدمة في الوسائط المتعددة تلك التي تعني تحويل مشهد إلى مشهد ولقطة إلى أخرى، ويحدث التحوير أيضاً بطريقة جذابة ومؤثرة في الرسومات المتحركة وفي النصوص أيضاً، والذي يظهر في شكل إذابة عنصر أو دمج عنصرين أو تحول في الألوان أو إنتقال عنصر من موقع إلى آخر أو الظهور المفاجئ، ويمكن تعريف التحوير بأنه " تقنية من تقنيات الإبهار تستخدم في توليد بعض الخصائص الجديدة بين مشهدين .

## النمذجة Modelling

من أشهر المعالجات المستخدمة في الفواصل التليفزيونية، خاصة في تصميم نماذج ثلاثية الأبعاد 3D، مثل تصور للمنشآت الهندسية والمعمارية والرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد 3D، وهي التي تستخدم مجموعة من العمليات على الشخصيات كالظل والضوء والخامات، وعملية بناء الهيكل العظمي على الشخصية لتضيف خاصية التحريك عليها، حيث يتم صنع النماذج باستخدام مجموعة من النقاط في فضاء ثلاثي الأبعاد، ويتم ربطها عن طريق اشكال هندسية مثل المثلثات والخطوط والمنحنيات ويتم إنشاؤها يدوياً أو حسابياً، وتستخدم النمذجة على نطاق واسع خلاف التليفزيون مثل السينما وألعاب الفيديو والرسوم المتحركة والهندسة المعمارية والمناظر الطبيعية.

## التحول Warming

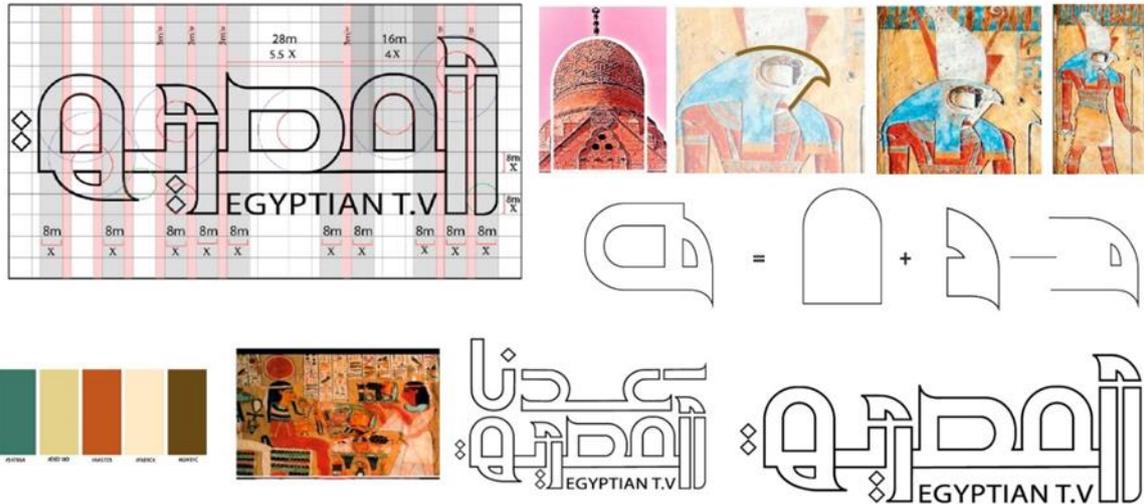
يستخدم التحول مع تقنية التحوير حيث يتم إحداث بعض التغيرات على عنصر الوسائط المتعددة مع الزمن فمثلاً يكون هذا العنصر على هيئة ما في زمن ما، وعند زمن آخر تضاف عليه بعض التأثيرات على بعض النقاط المهمة لإظهار التغيير ويظهر شكلاً مختلفاً تماماً، وهذا من خلال استخدام التحول الجذري للشكل، حيث تتحول الصور أو الأشكال إلى صور وأشكال أخرى، عن طريق تغير هيئتها، وهذه الطريقة تسمح للرسوم المتحركة بعمل التحولات داخل الكادر التليفزيوني .

## الواقع الافتراضي Virtual Reality

هي بيئة يتم إنشاؤها بواسطة الكمبيوتر مع مشاهد وخلفيات وأشياء تبدو حقيقية، فهي تحاكي العوالم الافتراضية والعوالم الاصطناعية مما يجعل المستخدم يشعر بأنه منغمس في محيطه، وهي تتمثل في إظهار الأشياء الثابتة والمتحركة وكأنها في عالمها الحقيقي من حيث تجسيدها وحركتها، فإن تجربتنا الكاملة للواقع هي ببساطة مزيج من المعلومات الحسية وآليات عقولنا لصنع الحس لهذه المعلومات، فإن إدراكك للواقع سيتغير أيضًا استجابةً لذلك، سيتم تقديمك بنسخة من الواقع ليست موجودة بالفعل، ولكن من وجهة نظرك ستُنظر إليها على أنها حقيقية، شيء يمكن أن نشير إليه على أنه واقع افتراضي، ويتم استخدام الواقع الافتراضي بشكل كبير في تصميم الفواصل الإعلانية لإضافة خلفيات تحاكي عوالم افتراضية وخيالية يصعب تصويرها بالكاميرات الرقمية وإضافة بيانات ثلاثية الأبعاد .

## التطبيق العملي

إعتمدت تجربة الباحث على إعادة تطوير هوية القناة الفضائية المصرية وهي أول قناة فضائية عربية، والتي تتبع شبكة قنوات التلفزيون المصري ، وتعد القناة الفضائية الرسمية لجمهورية مصر العربية، كما إعتمدت التجربة على تصميم شعار خاص بالقناة مستمد من هوية الحضارة المصرية القديمة والذي يعتمد بشكل أساسي على النيبوجرافى وهو تصميم شكل الكلمة من الهيئة البنائية لرأس حورس وهو أله الشمس عند القدماء المصريين كما بالشكل(٢٣) يليه التجربة الخاصة بتصميم الفواصل الإعلانية الخاصة بالقناة، مستمد من هوية وثقافة وحضارة المجتمع المصرى وأصله الحضارى العريق، لذلك تم الإستعانه برسوم وتيمات وألوان الحضارة المصرية القديمة على جدران المعابد كما بالشكل(٢٤).



شكل (٢٣) يوضح تجربة الباحث في تصميم الشعار الخاص بالقناة المصرية



شكل (٢٤) يوضح تجربة الباحث في تصميم الفواصل الإعلانية طبقاً للهوية المصرية

### نتائج البحث

- أثبتت الدراسة أن التنوع في استخدام عناصر الهوية البصرية ساهم في تطوير وأثراء المحتوى البصري للفواصل.
- أكدت الدراسة على أن تكامل اللغات الأساسية للهوية التليفزيونية (المرئية-اللفظية -الصوتية) تحقق نجاح العملية الإتصالية في تصميم الفواصل.
- أن مراعاة القيم التشكيلية في الكادر التليفزيوني، ساهمت في إخراج الفواصل بشكل معاصر، وعملت على تنظيم المحتوى البصري لها.

### توصيات البحث

- التأكيد على أهمية العناصر الجرافيكية والتشكيلية كنواة أساسية في صياغة الهوية البصرية للفواصل التليفزيونية.
- ضرورة إستحداث أساليب وتقنيات رقمية حديثة ومحاولة فهم اللغة البصرية المستخدمه في تصميم الفواصل .
- تطوير الهويات البصرية الخاصة بالقنوات المحلية وضرورة ملائمتها للمحتوى المرئي للقناة.

### المراجع

#### أولاً: المراجع العربية

1. محمد سعيد، أشرف. (٢٠٠١)، القيم الجمالية والفنية للوحات الربط الجرافيكية بين البرامج التليفزيونية رسالة ماجستير، جامعة حلوان.
1. Mohamed Saeed, Ashraf (2001) al8ym algmalya wa elfnya llo7at alrbt algrafykya byn albramg altlyfzyonya ،rsala magystyr،gam3a 7loan. .)
2. مصطفى أحمد، خالد. (2011)، التصميم الجرافيك للهويات البصرية "البراندنج" بين الأبداع وثقافة الفوضى المؤتمر الدولي الثاني - كلية التربية النوعية - جامعة اسيوط، ص.١.
2. Mostafa Ahmed, Khaled. (2011), altsmym algrafyky llhoyat albsrya "albrandng" byn alabda3 we thkafa alfawda ،alm2tmr aldoly althany - klya altrbya alno3ya - gam3a asyot،.P.1.

3. ممدوح صادق، رانيا. (٢٠١٢)، الإعلان التلفزيوني: التصميم والإنتاج. ط١. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع ص. ٤٠

3.Mamdouh sadiq, rania (2012). Alealan altelefzioni: altasmim wa alentag. T1. Oman: dar osama lelnashr wa altawzei. P40, 41.

#### ثانياً:المراجع الأجنبية

1. Ablan,Dan,Digital Cinematography and Directing,An Imprint of pearson Education Boston,London,Munich,San Francisco,P.144.
2. Ponte, Raquel.2012,Television Identity as a complex sign: moving images, sound and texts increasing the effectiveness of communication, Brazil,P.6-9.
3. Pušnik, Nace & Možina, Klementina. (2010). Graphics in television broadcast presented in aspect ratio 16 : 9, Conference Paper,P.6, retrived from <https://www.researchgate.net/publication/273696504>
4. Cédric Bertolus, Daniel Bailleul, Marc Mersiol.(2017) Viewing distance requires large characters to ensure legibility on TV-set. 29ème conférence francophone sur l'Interaction Homme-Machine, Poitiers, France. P.147.
5. Kim, Jeeyoun& Yu, Hyunjung.(2015), The effects of channel brand identity design on channel brand image,International Journa of Asia Digital Art &Design,P.82.
6. M,Evgenia.(2012), Television ProductionManaging the Technology,Hamk Bachelor's thesis Media Technology,University of Apllid Science, P.3.
7. Baines, Phil & Haslam, Andrew.(2005). Type &Typography,2<sup>nd</sup> Edition, Laurence King Publishing Ltd,London,P.6,7.
8. Thampson, Roy, &J. Bowen, Christopher.2009 Grammar of the Edit 2 – Focal Press London,P.80.
9. U,Dana,R.(2007),The Artistic Ideals of Graphic Design Artists in the television Industry the Developing Standards of a New Art Form, The Edwin Mellen Press ,USA.
10. Ward,Peter.(2003), Picture Composition For Film and Television,2 nd Edition, Focal Press,Oxford,P.83.
11. Webb, J. (2020). Design Principles for Photography (2nd ed.). Taylor and Francis. Retrieved from <https://www.perlego.com/book/1828668/design-principles-for-photography-pdf> (Original work published 2020).
12. Yao, Song and Wang, Wenbo and Chen, Yuxin.(٢٠١٦), TV Channel Search and Commercial Breaks, Journal of Marketing Research.

#### ثالثاً:مراجع الصور

1. <https://www.pinterest.com/pin/604467581218702479>.
2. [https://www.pinterest.com/search/pins/?q=tv%20branding&rs=typed&term\\_meta\[\]=tv%7Ctyped&term\\_meta\[\]=branding%7Ctyped](https://www.pinterest.com/search/pins/?q=tv%20branding&rs=typed&term_meta[]=tv%7Ctyped&term_meta[]=branding%7Ctyped).
3. <https://eks.tv/title-safe-still-matters/>
4. <https://www.behance.net/gallery/58386497/22-TV-CHANNEL-REBRANDING>
5. <https://www.pinterest.com/pin/111956740727330265/>
6. <https://www.pinterest.com/pin/9640586687665624/>

7. <https://www.behance.net/gallery/8319851/FOX-Rebrand-Motion-Design-Pkg/modules/66133797>
8. <https://www.pinterest.com/pin/1062574910>
9. <https://www.pinterest.com/pin/37014028162786057/>
10. <https://www.pinterest.com/pin/470978073506707172/>
11. <https://www.behance.net/gallery/58386497/22-TV-CHANNEL>
12. <https://www.pinterest.ru/pin/414120128207885797/>
13. <https://www.pinterest.co.uk/pin/76124914325>
14. [https://www.pngkey.com/detail/u2e6a9u2i1q8w7t4\\_arabic-elite-super-pack-dish-tv-arabic-channels](https://www.pngkey.com/detail/u2e6a9u2i1q8w7t4_arabic-elite-super-pack-dish-tv-arabic-channels)
15. <https://www.pinterest.com/pin/555702041498953505>
16. <https://www.isarc2019.org/%D9%81%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84>