دراسة تحليلية :

مقارنة لمضمون نشرات أخبار البرنامج الثاني لتلفزيون الكويت والشبكة الأمريكية CNN والتلفزيون البريطاني B.B.C

أ.د. محمد عوض

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

ومعار لجامعة الكويت

أ.د. نبيل الجردي

أستاذ الإعلام بجامعة واشنطن الأمريكية

ورئيس قسم الإعلام بجامعة قطر

دراسة تحليلية :
مقارنة لمضمون نشرات أخبار البرنامج الثاني لتلفزيون الكويت والشبكة الأمريكية CNN والتلفزيون البريطاني B.B.C

أ.د. محمد عوض
قسم الإعلام
جامعة الكويت

أ.د. نبيل الجردي
رئيس قسم الإعلام
جامعة قطر

ملخص البحث :

تستهدف هذه الدراسة تحليل نشرات أخبار القناة الثانية في تلفزيون الكويت، وكذلك نشرات أخبار شبكتي CNN الأمريكية و B.B.C الإنجليزية. الموجهة للدول الآسيوية عبر إحدى القنوات الخمس لتلفزيون النجم « STAR T.V » بهدف وضع تصور لأبعادها وخصائصها في محاولة لتطوير شكل ومحتوى ما تقدمه القناة الثانية لتلفزيون الكويت من أخبار، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المقارنة، والتي تستهدف تحديد خصائص النشرات الأخبارية التي تقدمها أشهر الشبكات العالمية ، والتي يستقبلها المشاهد في الكويت، ومقارنتها بما تقدمه القناة التلفزيونية الثانية في الكويت، وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي بالعينة التحكمية لعينة من نشرات أخبار القناة التلفزيونية الثلاث: (K T.V2 , B.B.C و CNN)، مع التركيز على النشرات التي تقدم في موعد واحد في القنوات الثلاث (الساعة الثامنة مساء) ، وتم تسجيل

نشرة الساعة الثامنة في البرنامج الثاني لتلفزيون الكويت باعتبارها النشرة الرئيسية للقناة، كما تم تسجيل النشرات التي عرضتها شبكتا التلفزيون (الأمريكي CNN والبريطاني B.B.C) طوال عشرة أيام متصلة .

* * *

COMPARATIVE STUDY OF CONTENT ANALYSIS OF CNN, BBC AND KTV 2 NEWSCASTS

Professor Muhammad Awadh
Department of Mass Communictaion
University of Kuwait

Prordessor Nabeel Al - Jardi
Department of Mass
University of Qatar

Abstract

Newscast is the basis upon which all information is established. News bulletins and newscasts constitute one of the most important elements of television transmission. It has been maintained that television is the most sought often medium known so far to present news. It transcends all other media, whether verbal, vocal or otherwise used independently.

Furthermore, television helps people from various corners of the globe to get to Know each other instantaneously.

Some international networks have gained reputation when they were singled out as trustworthy and informative networks. News

bulletins constitute a major factor in television network success. News is presented on location, and it is covered either live or recorded. This assignment is a collective one, which could thrill and animate the audience who are seated comfortably indoors. However, it has been noted that newscasts in the third world as a whole do not meet favorable response with the audience as is the case in the developed world.

The alienated attitude of the audience in the third world towards their - own newscasts may be attributed to at least two main failings: credibility and dependency on international networks. This is why many people have focused on receiving newscasts from international satellites.

Statistics indicate that satellite dishes are on the increase in the Gulf countries, particularly during and after the war of liberating Kuwait, amounting to 96,000 dishes enabling them to receive CNN, BBC and StarPlus beamed to Asia.

This paper is concerned with an analytical study of CNN, BBC networks which enjoy popularity among the people in Kuwait, together with a comparative analysis with programs extended by Kuwait television Channel 2. The ultimate goal of this paper is to pinpoint the factors whic may contribute to the positive development of Kuwait newscasts.

تمهيـــد :

يعتبر التلفزيون أحسن وسيلة اعلامية لنقل الأخبار على ظهر البسيطة، وتقديمها حال حدوثها في مشاهد متكاملة بالصورة الحية المقترنة بصوتها الأصلي الدال على عمق المشاعر، والذي يضفى عليها المزيد من الواقعية، إضافة إلى الحركة التي تثير المشاهد، واللون الذي يزيد فاعليتها، وتجتمع للتلفزيون كل مميزات الوسائل الإعلامية وامكانياتها، حيث يقدم المعلومات التي يتعسر نقلها سواء عن طريق الكلمة المكتوبة أو المسموعة أو المصورة إذا استعمل كل منها على حدة، ليقدم ما يحدث من وقائع وأحداث بطريقة واقعية ومفهومة لغالبية البشر، وبأسلوب له تأثيره البالغ في نفسية مشاهديه من مختلف الثقافات والأجناس والأعمار، حتى أصبح مصدراً هاماً وخطيراً لاكتساب المعارف والمعلومات، وقوة لا يستهان بها في حياة الناس عامتهم ومشاهيرهم وقادتهم لتساعدهم في تكوين أرائهم ومواقفهم في كل مجالات الحياة، وأصبحت الأخبار عنصراً هاما ورئيسياً في برامج التلفزيون، كما أصبحت مجالاً للمنافسة بين أشهر المحطات، ومحوراً هاماً تقوم عليه شهرتها، وتميز محطة دون أخرى في الوقت الراهن، ولهذا تؤكد الدراسات السابقة على أهمية التلفزيون كجهاز اخبارى Informative Medium ، وتهدف عملية تغطية وإنتاج أخبار التلفزيون إلى تقديم خدمة اخبارية يقبل عليها مشاهدو التلفزيون، لكننا لاحظنا انصراف جمهور المشاهدين عن متابعة نشرات أخبار قنواتها المحلية في دول العالم الثالث في الوقت الذي تعتبر نشرات الأخبار من أفضل البرامج التي يقبل عليها مشاهدو الدول المتقدمة، حتى أنها تشكل جزءاً عميقاً من نسيج حياتهم اليومية، كما أن حجم مشاهدة نشرات الأخبار يعد أضخم من مشاهدة عديد من البرامج التلفزيونية الأخرى، بعكس ما يحدث في الدول النامية حيث تأتى نشرات الأخبار التلفزيونية في مراكز متأخرة من بين أفضليات جماهير المشاهدين لبرامج التلفزيون فيها، على الرغم أنها تحتل جزءاً هاماً ومتميزاً من برامجها اليومية وخططها البرامجية، وهكذا يقبل المثقفون والمتعلمون

على الأخبار التلفزيونية التي تعرضها الشبكات العالمية في الوقت الذي لا يقبلون فيه على أخبار التلفزيون في بلادهم.

وتشير إحدى الدراسات الإعلامية الحديثة التي أجرتها إدارة البحوث بوزارة الإعلام الكويتية أجريت على ٤٠٠ شخص ممن تزيد أعمارهم عن ١٥ سنة من المواطنين الكويتين والمقيمين العرب دون غيرهم، وغطى البحث معظم المناطق السكنية في محافظات الكويت الخمس (العاصمة - حولى - الأحمدى - الفروانية - الجهراء)، وقد استخدمت هذه الدراسة عينة عشوائية متعددة المراحل، وتم اختيار مفرداتها كل مرحلة بها باستخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة . Simple Random S ، ٦٨٪ منها كويتيون و ٣٢٪ منهم غير كويتين، تشير الدراسة أن ٩٥٪ من أفراد عينة الدراسة يشاهدون محطات تلفزيونية لدول أخرى مجاورة أو يتم استقبالها عبر الأقمار الصناعية بينهم ٨٦٪ يحرصون على مشاهدة هذه المحطات و ٩٪ يشاهدونها من حين لآخر (أحياناً)، بينما لا يشاهدها سوى ٥٪ من أفراد العينة [١].

وحول دور وسائل الإعلام من أزمة الخليج أشارت إحدى الدراسات التي اعتمدت رأى ٥٩٠ كويتى تزداد أعمارهم عن ١٦ سنة، وتم اختيارهم باستخدام أسلوب العينة العشوائية متعددة المراحل بينهم ٣ر٥٠٪ ذكور و ٧ر٤٩٪ إناث، ويغطى البحث معظم المناطق السكنية بمحافظات الكويت الخمسة السابق الإشارة إليها، حيث قرر ٨٣٪ منهم أنهم كانوا يتابعون وسائل الإعلام الأمريكية ومنها CNN بينما قرر ١ر٣٦٪ أنهم كانوا يتابعون وسائل الإعلام الفرنسية [٢].

من جهة أخرى تشير إحدى الدراسات الإعلامية الهامة إلى ارتفاع نسبة المشاهدة بين المواطنين الكويتين وغيرهم من المقيمين للقنوات العالمية بعد التحرير ومنها الشبكة

الاخبارية CNN ، وبنسبة بلغت ٥٠٪ ضمن المشاهدين للأخبار في قنوات أخرى (أجنبية) تليها شبكة B.B.C. والتي احتلت المركز الثاني بالنسبة للشبكات التلفزيونية العالمية وبنسبة بلغت ٥ر٢٢٪ [٣].

وهكذا نلاحظ أن هذه المحطات التلفزيونية التي يتم استقبالها بالهوائى العادى أو عبر الأقمار الصناعية تستقطب نسبة كبيرة من مشاهدى التلفزيون في الكويت حتى أنها تشكل منافساً لبرامجه، ومن بينها الأخبار الأمر الذي يدفعنا إلى تحليل ما تقدمه أخبار هذه الشبكات بهدف التعرف على شكل ومحتوى الأخبار التلفزيونية التي تقدمها هذه الشبكات العالمية في محاولة لتطوير نشرات أخبار البرنامج الثاني لتلفزيون الكويت. خاصة وتشير الاحصائيات أن عدد الهوائيات التي تتعامل مع الأقمار الصناعية تزايد في منطقة الخليج بصورة واسعة أثناء وخلال وبعد حرب تحرير الكويت والتي وصلت إلى ما يزيد عن ٩٦ ألف هوائى من مختلف الأنواع والماركات التي يملكها المشاهدون في دولة الكويت وتمكنهم من مشاهدة أكثر من ٣٠ قناة تلفزيونية وتتزايد المحطات التي يستقبلها المشاهد وفقاً لحجم الهوائى الذي يعمل عليه فهناك هوائيات تعمل مع جميع الأنظمة ومنها C,KU .

الهدف من الدراسة :

تستهدف هذه الدراسة تحليل نشرات أخبار القناة الثانية في تلفزيون الكويت، وكذلك نشرات أخبار شبكتي CNN الأمريكية و B.B.C. الانجليزية الموجهة للدول الآسيوية عبر إحدى القنوات الخمس لتلفزيون النجم Star Tv. بهدف وضع تصور لأبعادها وخصائصها في محاولة لتطوير شكل ومحتوى ما تقدمه القناة الثانية لتلفزيون الكويت من أخبار.

نوعية الدراسة واجراءاتها المنهجية :

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المقارنة، والتي تستهدف تحديد خصائص النشرات الاخبارية التي تقدمهاأشهر الشبكات العالمية التلفزيونية والتي يستقبلها المشاهد في الكويت، ومقارنتها بما تقدمه القناة التلفزيونية الثانية في الكويت، وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الاعلامى بالعينة التحكمية لعينة من نشرات أخبار القنوات التلفزيونية الثلاث KTV 2 و B.B.C و CNN ، مع التركيز على النشرات التي تقدم في موعد واحد في القنوات الثلاث (الساعة الثامنة مساء)، وتم تسجيل نشرة الساعة الثامنة في البرنامج الثاني لتلفزيون الكويت باعتبارها النشرة الرئيسية للقناة، كما تم تسجيل النشرات التي عرضتها شبكتا التلفزيون الأمريكى CNN والبريطانى B.B.C طوال عشرة أيام متصلة خلال شهر اكتبر وبالتحديد في المدة من ١٩- ٢٩ اكتوبر ١٩٩٣م.

التساؤلات التي يسعى البحث للإجابة عليها :

١- ماهي مجالات التغطية الاخبارية للقنوات الثلاث (CNN -B.B.C - KTV 2) ؟

٢ - وما نسبة الأخبار المحلية والخليجية والعربية والعالمية في القنوات الثلاث ؟

٣ - وما مدى تركيز أخبار القنوات الثلاث على العواصم وغيرها من مناطق الأحداث ؟

٤ - ما مدى تركيز النشرات على الشخصيات الرسمية وغيرها ؟

٥ - ما هي موضوعات الأخبار في القنوات الثلاث التي تهتم بتغطيتها ؟

٦ - ماهي نسبة الأخبار المصورة إلى الأخبار غير المصورة في النشرات الثلاث؟

٧ - وما نوعية الصور المستخدمة في تغطية الأخبار (صورة حية أو وسائل إيضاح...الخ) ؟

٨ - وما هي طبيعة الصوت (صور الخبر الأصلي أو أصوات أخرى ...الخ) المقترن بصورة الخبر؟

٩ - ما هي طبيعة الأحداث التي تغطيها القنوات التلفزيونية الثلاث (أخبار متوقعة - مفاجئة)؟

١٠- وما هي الأشكال والأساليب التلفزيونية التي تقدم من خلالها في القنوات الثلاث؟

وقد قام الباحثان بتصميم استمارة لتحليل محتوى النشرات الإخبارية في القنوات التلفزيونية الثلاث تجيب على تساؤلات البحث، وتحقق الهدف منه، وبعد التأكد من صلاحية الاستمارة في التحليل حيث تم عرضها على مجموعة من أعضاء هيئة التدريس بقسم الإعلام بكلية الآداب جامعة الكويت، وتحتوي على مجموعة من فئات التحليل تجيب مباشرة على هذه التساؤلات، وقد استخدم الباحثان في تحليلهما لمضمون الأخبار وحدتين للقياس هما وحدة المفردة ونعني بها الخبر الواحد داخل النشرة الإخبارية، فكل خبر تقدمه أو تعرضه القنوات الثلاث أياً كان نوعه يُعد وحدة أساسية للتحليل، كذلك وحدة الزمن (الدقيقة) بهدف التعرف على المساحة الزمنية للأخبار، والمدة التي تستغرقها النشرات الإخبارية كذلك وحدة الشخصية التي تغطيها الأخبار، وقد قام الباحثان بتحديد الفئات المستخدمة في التحليل سواء من حيث الشكل والمضمون (ماذا قيل؟ وكيف قيل؟) ومنها :

الخبر التلفزيوني

هو أساس نشرات الأخبار وعنصرها الأول، والخبر التلفزيوني خبر مصور ينشأ في موقع الحدث وتتولى أطقم التغطية الاخبارية (المندوب Reporter والمصور Cameraman ومسجل الصوت Sound recordist وموزع الإضاءة Lighting man) نقله أو تسجيله على شرائط فيديو VTR أو أفلام اخبارية ١٦مم، ويتكون الخبر التلفزيوني المصور من مجموعة من اللقطات المصورة واحدة تلو الأخرى تجمعها رابطة قوية من حيث الشكل أو المضمون، وهناك الأخبار غير المصورة.

مجال التغطية الاخبارية

ونعني به المجال الجغرافي للخبر التلفزيوني، ومنها الخبر الداخلي أو المحلي أو الوطني، ونعني به الخبر الذي يغطي حدثاً أو واقعة داخل حدود الوطن الذي تنتمي إليه القناة التلفزيونية موضع التحليل أو متعلق بها.

الأخبار الخليجية

التي تنقل حدثاً أو خبراً داخل دول الخليج أو متعلق بها.

الأخبار العربية

وهي الأخبار التي تحدث داخل حدود الوطن العربي أو ترتبط بها.

الأخبار العالمية

ونعني بها الأحداث التي تحدث خارج حدود الوطن.

موضوعات الأخبار

ونهدف من خلالها التعرف على موضوعات الاخبار التي تقدمها القنوات الثلاث سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية أو علمية أو عسكرية أو رياضية أو دينية أو فنية ... الخ، أو أي موضوع آخر يذكر، ونعني به أكثر من موضوع يتضمنه الخبر.

- ❖ طريقة بث الحدث، هل يتم بث الحدث مباشرة، بمعنى أنه يكون على الهواء مباشرة، أو يتم تسجيله وإذاعته فيما بعد؟
- ❖ نوعية الصوت المستخدم في الأخبار، هل هو صوتها الطبيعي المسجل والمنقول من موقع الحدث ويُعرف بالصوت الأصلي للحدث أو صوت آخر (كالموسيقى أو المؤثرات)؟

- طبيعة الحدث، هل هو الحدث المتوقع أي المعلوم مسبقاً، أو غير المتوقع الذي يحدث فجأة وبدون مقدمات مثل الكوارث أو الزلازل أو الانفجارات أو الاغتيالات...الخ؟
- الأخبار الطويلة والقصيرة: ونعني بها الأخبار الطويلة والقصيرة من حيث المدة التي تستغرقها، أو المساحة الزمنية التي يشغلها الخبر، وبالتالي تعكس أهمية الأخبار الخبر القصير ما يقل عن دقيقة زمنية، بينما الأخبار الطويلة ما تزيد عن ذلك بحيث لا تزيد بأي حال من الأحوال للخبر الطويل أو ما يُعرف بالقصة الخبرية عن ثلاث دقائق)، وذلك طبقاً لرأى الزملاء أعضاء هيئة التدريس في قسم الإعلام بجامعة الكويت، والخبراء والممارسين في مختلف المحطات ومنها تليفزيون **B.B.C.** و **CNN** والتليفزيون الكويتي، وعلى ضوء ممارستنا العمل الإخباري مدة تقترب من العشر سنوات.

الشكل الذي تقدم به الأخبار

ونعني به طريقة تقديم الخبر ومنه الأشكال التالية:

- الخبر المذيع: ونعني به الخبر المقروء الذي يقدمه المذيع بدون صورة أو أية وسائل إيضاح.
- الخبر الذي يقدمه المندوب Field Reporter من مكان الحدث من داخل الدولة، أو الخبر الذي يأتي من خارج الدولة عن طريق المراسلين.
- المقابلات الإخبارية مع شخصيات مرتبطة بالأخبار سواء من خارج الاستوديوهات كالتي تتم في مواقع الأحداث أو من داخل الاستوديوهات الاخبارية.
- نوع الصورة المستخدمة، أي الصورة التي تجسد وقائع الحدث، سواء كانت مسجلة، أو منقولة على الهواء مباشرة، أو وسيلة إيضاح (صورة موضوعية أو شخصية أو رسوم أو خريطة ...الخ).

❖ الشخصية التي يتناولها الخبر، سواء كانت شخصية رسمية مسئولة كرئيس الوزراء أو الوزراء والمحافظين...الخ، أو شخصية غير رسمية، غير مسئولة، مثل بعض الشخصيات الأخرى غير الرسمية ومنها الفنانون أو الرياضيون أو الباحثون، أو شخصية عادية تشارك في صناعة الحدث.

وبعد تحليل مضمون نشرات أخبار القنوات الثلاث **KTV2 & B.B.C. & CNN** خلال عشرة أيام متصلة تشير نتائج الدراسة إلى ما يلي:

أولاً : بداية لابد أن نوضح أن قناة التلفزيون الكويتي الثانية لا تقدم إلا نشرة أخبار وحيدة يومياً في تمام الساعة الثامنة مساء (News in English) ، ثم تقدم بعدها بساعتين موجزاً يومياً لأهم الأخبار (News in Brief) تمام الساعة العاشرة مساء، وقد بلغ كم الأخبار التي قدمت في القناة الثانية لتلفزيون الكويت (٥ ساعات) خلال عشرة أيام بمتوسط نصف ساعة (٣٠ دقيقة) يومياً بلغت نسبتها إلى ساعات الإرسال ٠٫٠٥ ٪، هذا بخلاف موجز الأخبار (News in Brief) ، وللتقارير الاخبارية بشبكة **CNN** (News Report) والتي بلغت ١٠ ق و ٩ س نسبتها ٠٫٠٩١٦ ٪ في الوقت الذي تشكل المادة الاخبارية نسبة كبيرة جداً من المادة الإعلامية التي تقدمها شبكة **CNN** ، حيث بلغت نسبتها ٨١٫٢٥ ٪ مما تقدمه الشبكة وبلغت مدتها ٣٠ق و ١٩س طوال أربع وعشرين ساعة ومنها نشرات الأخبار CNN World News ، وكذلك مواجيز الأخبار Headline News ، هذا بالإضافة إلى العديد من المواد الإخبارية الأخرى ومنها CNN Newsroom و CNN News Hours News Update وتقارير اخبارية خاصة بها Speical Reports ، وصانع الأخبار Newsmaker ومصادر اخبارية يعتمد عليها Reliable S. .... الخ، وبلغت نسبة نشرات الأخبار التي قمنا بتحليلها إلى إجمالي

المادة الاخبارية حوالي ٢٦ ر٪ ومدتها خلال فترة الدراسة (١٠ أيام) حوالي ٥ ساعات ومعروف أن شبكة CNN تقدم عرض للأخبار كل ساعة تقريباً طوال ٢٤ ساعة وتتراوح مدة العرض الاخباري بين ١٠ - ٦٠ دقيقة.

ومن جهة أخرى: تشير نتائج الدراسة أن شبكة التلفزيون البريطاني B.B.C الاخبارية الموجهة للدول الآسيوية تقدم نشرة اخبارية World News كل ساعة، تتراوح مدتها من ١٥ دقيقة إلى ٦٠ دقيقة، هذا بالإضافة إلى العديد من البرامج الاخبارية الأخرى، ومنها مواجيز أهم الأنباء World News Headlines ، وذلك كل ساعة أيضاً يصل مدة الواحدة منها إلى ٥ دقائق، بالإضافة إلى البرنامج الاخباري المعروف World Business Report ، وأخبار المساء Newsnight وأسيا اليوم Asia Today ، وبلغت نسبة المادة الاخبارية إلى إجمالي الساعات التي تقدمها طوال ٢٤ ساعة ١٨ر٧١٪ حيث بلغت مدة المادة الاخبارية ٥ و ١٧ وبلغت نسبة نشرة الساعة الثامنة التي تم تحليلها إلى إجمالي المادة الاخبارية ٢٤ ر٪ مدتها ١٠ و ٤ طوال مدة الدراسة.

ثانياً : مجالات التغطية الاخبارية للقنوات التلفزيونية الثلاث :

(KTV2 - (B.B.C - CNN)

تشير الدراسة التحليلية لمضمون نشرات القنوات الثلاث أن نسبة الأخبار المحلية طوال الدراسة، إلى إجمالي أخبار القناة الثانية لتلفزيون الكويت قد بلغت ٧ر٢٢٪، بينما بلغت نسبة الأخبار الخليجية ١ر٩٪، أما باقي الأخبار العالمية فقد بلغت نسبتها ٢ر٦٨٪ من إجمالي الأخبار التي تقدمها القناة، على الرغم أن هذه القناة تعتبر قناة محلية تخاطب مشاهد التلفزيون الكويتي.

وفي تلفزيون B.B.C بلغت نسبة الأخبار المحلية ٨ر٧٪، بينما بلغت نسبة الأخبار الخليجية فيها طوال مدة الدراسة ٦ر١٪، وبلغت نسبة الأخبار العالمية ٧ر٨٩٪ من إجمالي الأخبار المقدمة فيها طوال مدة الدراسة، كما يوضحها الجدول رقم (١).

بينما بلغت نسبة الأخبار المحلية التي تحدث داخل الولايات المتحدة التي تقدمها شبكة CNN ٩ر٤٦٪، بينما بلغت نسبة الأخبار الخليجية ٢ر١٪ وبلغت نسبة الأخبار العالمية)ر٥١٪ من إجمالي الأخبار التي قدمتها طوال مدة الدراسة.

جدول رقم (١)

يوضح نسبة الأخبار وفقاً لموقعها الجغرافي في القنوات الثلاث

(KTV1 . B.B.C . CNN)

القنوات الثلاث / أنواع الأخبار	شبكة CNN		تلفزيون B.B.C		K.T.V.2	
	تكرارات الأخبار	النسبة ٪	تكرارات الأخبار	النسبة ٪	تكرارات الأخبار	النسبة ٪
أخبار محلية	١١٣	٩ر٤٦	١٦	٨ر٧	٥٠	٧ر٢٢
أخبار خليجية	٠٠٣	٢ر١	٣	٦ر١	٢٠	١ر٩
أخبار عالمية	١٢٥	٩ر٥١	١٦٤	٧ر٨٩	١٥٠	٢ر٦٨
إجمالي	٢٤١	١٠٠	١٨٣	١٠٠	٢٢٠	١٠٠

ومما يثير دهشتنا أن تطغى الأخبار العالمية على أخبار القناة الثانية لتلفزيون الكويت، خاصة وأن هذه القناة توجه لمشاهدي التلفزيون في الكويت، في الوقت الذي توصي فيه البحوث والدراسات الإعلامية بضرورة زيادة الاهتمام بالأخبار المحلية موضع اهتمام المشاهد الكويتي، لهذا نلاحظ أن نقص الأخبار المحلية، وطغيان الأخبار العالمية

عليها قد يفقدها أهميتها، خاصة وأن المشاهد في الكويت يهتم بالأخبار الأقرب منه وغالباً ما تكون الأخبار المحلية موضع اهتمام وانتباه أكبر قاعدة من المشاهدين على المستوى المحلي، وبقدر ما تثير هذه الأخبار المحلية انتباه المشاهدين بقدر ما تثير اهتمامهم بنشرات الأخبار، والخبر المحلي الذي نقصده هنا كما أشرنا مسبقاً هو الخبر الذي يتناول وقائع أو أحداث أو قضايا محلية أو داخلية، ويؤكد ولبر شرام (W. Shramm) عالم الاتصال الأمريكي المعروف على ألا تقل نسبة الأخبار المحلية Llcal News في القنوات المحلية أو الوطنية عن ٦٠٪ ولا تزيد عن ٩٠٪[٤] وأن القليل الذي يأتي من الخارج له دلالته.

أما قناتا التلفزيون البريطاني B.B.C والأمريكي CNN فهما قناتان عالميتان توجهان إرسالاً للعديد من دول العالم وبالذات في القارة الآسيوية لهذا تهتما بالأخبار العالمية، لكن الخطر هو أن تطغى الأخبار العالمية على الأخبار المحلية في القنوات المحلية.

وتشير الدراسات السابقة أن قنوات التلفزيون البريطاني B.B.C & ITV أو حتى قنوات التلفزيون الأمريكي تهتم بالأخبار المحلية عندما تخاطب المشاهد المحلي كالمشاهد البريطاني داخل المملكة المتحدة البريطانية أو المشاهد الأمريكي، وتشير دراستنا التحليلية السابقة لمضمون نشرات أخبار التلفزيون البريطان B.B.C أن الأخبار المحلية تشكل ثُلثي مدة الأخبار التي تقدمها القناة وبنسبة ٦٠٪، بينما بلغت نسبة الأخبار المحلية في قناة التلفزيون التجاري البريطاني ITV ٥٦٪ [٥]، فمحلية الخبر إحدى مقوماته الأساسية لديهم حتى لقد احتلت الأنباء المحلية ٧٥٪ من إجمالي الأنباء التي تذكرها المشاهدون من نشرات الأخبار مقابل ٢٥٪ للأنباء العالمية، ومن جهة أخرى تؤكد الدراسات الميدانية تفضيل ٤ر٧١٪ من مشاهدي التلفزيون الأخبار المحلية في حين

يفضل الأخبار العالمية ٣ر١٥٪ منهم ويستوي الأمر لدى ٣ر١٣٪ حيث يفضلون الخبر الهام بصرف النظر عن محليته أو عالميته.

لعل هذا يدعونا إلى ضرورة الاهتمام بالأنباء المحلية في نشرات أخبار القناة الثانية لتلفزيون الكويت، خاصة وأن المشاهد يهتم أولاً بنفسه، ومن ثم بالأشياء المحيطة به أكثر من البعيدة عنه، حيث يؤثر ذلك على حياته بصورة مباشرة، ولهذا نلاحظ أن عدداً أكبر من محطات التلفزيون تهتم بالأخبار المحلية لارتباطها بمصالح المشاهدين وبشكل مباشر[٦].

تفصيل المناطق التي تغطيها أخبار القنوات الثلاث:

بمزيد من التفصيل تشير نتائج الدراسة التحليلية لأخبار القنوات التلفزيونية الثلاث إلى ما يلي :

١ - أن أخبار البرنامج الثاني لتلفزيون الكويت تركز على أخبار العواصم، حيث استأثرت مختلف العواصم على الصعيد المحلي والخليجي والعربي والعالمي على نسبة ٥ر٥٥٪ من أخبار المناطق المقدمة في نشراتها الاخبارية، منها ٩ر١٥٪ للعواصم العربية و ٩ر٢٥٪ لعواصم مختلف بلاد العالم الأخرى، بينما استأثرت المناطق الأخرى (غير العواصم) على ٥ر٤٤٪ من أخبار القناة الثانية للتلفزيون الكويت.

٢ - من جهة أخرى جاءت نشرات أخبار القناة الدولية CNN في المرتبة الثانية في هذا المجال حيث استأثرت العواصم المختلفة على ٥ر٥١٪ من أخبارها منها ٩ر١٤٪ للعاصمة الأمريكية «واشنطن» وحدها ضمن تغطيتها الاخبارية و ٨٪ لعواصم

الخليج، و٩ر٢٪ لمختلف العواصم العربية الأخرى، و ٨ر٣٢٪ لعواصم في مختلف دولة العالم. بينما استأثرت المناطق الأخرى على ٦ر٤٨٪ من التغطية الاخبارية لشبكة CNN منها ٣٢٪ تقريباً لمناطق أخرى في داخل الولايات المتحدة الأمريكية، و ٤ر لمناطق أخرى غير العواصم في دول الخليج، ٤.٪ لمناطق عربية أخرى و ٨ر٥٪ تقريباً لمناطق مختلفة.

جدول رقم (٢ أ)

الشبكات الاخبارية / مناطق الأحداث	شبكة CNN		تلفزيون B.B.C		K.T.V.2	
	ك	النسبة ٪	ك	النسبة ٪	ك	النسبة ٪
أخبار العواصم	١٢٤	٥١ر٤	٩٣	٥٠ر٨	١٢٢	٥٥ر٥
أخبار المناطق الأخرى	١١٧	٤٨ر٦	٩٠	٤٩ر٢	٠٩٨	٤٤ر٥
إجمالي	٢٤١	١٠٠	١٨٣	١٠٠	٢٢٠	١٠٠

٣ - أما نشرات أخبار قناة التلفزيون البريطاني B.B.C فتأتي في المرتبة الثالثة من حيث تركيزها على العواصم في تغطيتها الاخبارية، حيث استأثرت العواصم على ٨ر٥٠٪ منها ٣ر٣٪ للعاصمة البريطانية (لندن) وحدها، و ١ر١٪ للعواصم الخليجية و ٣ر٣٪ للعواصم العربية و ٦ر٤٣٪ لعواصم أخرى مختلفة في مختلف بلاد العالم. بينما استأثرت تغطية المناطق الأخرى غير العواصم على ٢ر٤٩٪ منها ٥٪ لمناطق بريطانية مختلفة، ٥ر لمناطق خليجية، ٩ر٤٪ لمناطق عربية و٣ر٣٨٪ لمناطق مختلفة في دول العالم.

جدول رقم (٢ ب)

يوضح تفصيل المناطق التي تغطيها أخبار القنوات التلفزيونية الثلاث (CNN . B.B.C . KTV2)

تكرارات في القنوات الثلاث / تفاصيل مناطق الأحداث	شبكة CNN		تلفزيون B.B.C		القناة الثانية للتلفزيون الكويتي K.T.V.2	
	التكرارات	النسبة ٪	التكرارات	النسبة ٪	التكرارات	النسبة ٪
أخبار العاصمة	٣٦	١٤ر٩	٦	٣ر٣	٣٥	١٥ر٩
عواصم خليجية	٢	٠ر٨	٢	١ر١	١٥	٦ر٨
عواصم عربية	٧	٢ر٩	٦	٣ر٣	١٥	٦ر٨
عواصم خارجية	٧٩	٣٢ر٨	٧٩	٤٣ر٦	٥٧	٢٥ر٩
المناطق المحلية الأخرى	٧٧	٣٢ر٠	١٠	٥	١٥	٦ر٨
المناطق الخليجية الأخرى	١	٤ر	١	٠ر٥	٥	٢ر٤
المناطق العربية الأخرى	١	٤ر	٩	٤ر٩	١٠	٤ر٥
المناطق العالمية الأخرى	٣٨	١٥ر٨	٧٠	٣٨ر٣	٦٨	٣٠ر٩
إجمالي	٢٤١	١٠٠	١٨٣	١٠٠	٢٢٠	١٠٠

وهكذا يتضح أن قناة التلفزيون الكويتي الثانية هي أكثر القنوات التلفزيونية الثلاث تركيزاً على العواصم في تغطيتها الاخبارية، تليها شبكة CNN الأمريكية، ثم قناة التلفزيون البريطاني الدولية B.B.C، والمدهش حقاً أن العاصمة (الكويت) تستأثر بنسبة ١٥ر٩٪، وهي نسبة كبيرة من الأخبار المحلية المعروضة في نشرات البرنامج الثاني لتلفزيون الكويت، وغالباً نلاحظ أن أخبار العواصم في دول العالم الثالث تركز في تغطيتها الاخبارية على أخبار العواصم مما يدعونا للتأكيد على ضرورة الاهتمام بالأخبار التي تحدث في المناطق الأخرى مع عدم التركيز على العواصم، وهذا ما يوضحه الجدول رقم (٢).

رابعاً : أخبار التلفزيون والشخصيات الرسمية:

تحتاج الصحافة التلفزيونية إلى تغطية أخبار أناس خارج السلطة لا يؤدون دوراً رسمياً أو عاماً، وينتمي هؤلاء الناس إلى مستويات تعليمية وخبرات وثقافات ومواقف متباينة، ولكنهم قد يكونوا موضع اهتمام الناس في أحد الوقائع أو الأحداث الهامة، ويكونوا مصدراً هاماً للمعلومات، فأحياناً تكون التعليقات القيمة للعمال أو المضيفات أو البائعين أو المواطنين العاديين من كل آفاق الحياة يمكن أن تكشف عن جوانب هامة في الأحداث وتزيل الغيوم وتجيب على إحدى التساؤلات الهامة التي يجيب عليها الخبر، لهذا أردنا أن نتعرف على مدى اهتمام أخبار التلفزيون في القنوات الثلاث بالشخصيات غير الرسمية التي يرى فيها المشاهدون ذاتهم واهتماماتهم [٧] ، وتتفاوت أهمية الأشخاص غير الرسميين في الأحداث طبقاً لمكانتهم الاجتماعية ونجاحهم وثرواتهم ... الخ.

أخبار الشخصيات الرسمية في القنوات الثلاثة:

١ - من جهة أخرى تشير أرقام الجدول رقم (٣) أن أخبار نشرات البرنامج الثاني لتليفزيون الكويت تركز بصورة واضحة على تغطية أخبار الشخصيات الرسمية، حيث بلغت النسبة المئوية للأخبار التي استأثرت عليها الشخصيات الرسمية في التغطية الاخبارية ٩ر٩٠٪، بينما حصلت الشخصيات غير الرسمية على ١ر٩٪ من أخبار نشرات البرنامج الثاني.

٢ - جاءت الشبكة الأمريكية CNN في المرتبة الثانية في هذا المجال، حيث استأثرت الشخصيات الرسمية على ٢ر٨٢٪ من أخبارها، بينما ركزت الأخبار الأخرى على الشخصيات غير الرسمية بنسبة ٨ر١٧٪ من الأخبار التي قدمتها طوال فترة الدراسة.

جدول رقم (٣)

يوضح نوعية الأخبار التي تغطيها القنوات الثلاث

لشخصيات رسمية أو غير رسمية

القنوات الثلاث / أخبار شخصية	شبكة CNN		تلفزيون B.B.C		القناة الثانية للتلفزيون الكويتي K.T.V.	
	التكرارات	النسبة ٪	التكرارات	النسبة ٪	التكرارات	النسبة ٪
شخصيات رسمية	١٩٨	٨٢ر٢	١٠٤	٥٦ر٨	٢٠٠	٩٠ر٩
شخصيات غير رسمية	٠٤٣	١٧ر٨	٧٩	٤٣ر٢	٢٠	٩ر١
إجمالي الأخبار	٢٤١	١٠٠	١٨٣	١٠٠	٢٢٠	١٠٠

٣ - وفي نشرات التلفزيون البريطاني B.B.C استأثرت الشخصيات الرسمية على ٥٦ر٨٪ من أخبارها طوال مدة الدراسة، بينما لم تحصل الشخصيات غير الرسمية سوى ٤٣ر٢٪ من الأخبار.

خامساً : طبيعة الأحداث التي تقدمها نشرات الأخبار الثلاث

أولاً : تشير الدراسات أن أخبار التلفزيون تعني ما حدث منذ لحظة أو ما يحدث الآن[٨] ، هذا من جهة ومن جهة أخرى تعتبر الحالية ونعني بها فورية الخبر التلفزيوني إحدى مقوماته الهامة[٩] فأحدث الأخبار وآخرها أكثر جذباً للانتباه ولفتاً للأنظار، لهذا تهتم وسائل الإعلام بموضوعات الساعة والقضايا والأحداث والوقائع التي تتسم بالحداثة Freshness أو الجدة، والتوقيت أو الحد الزمني Timelines الذي يلعب دوراً هاماً في عرض أخبار التلفزيون حيث يطلب جمهور المشاهدين أخباراً حديثة، وتعتبر الأخبار أولى الاشكال الإعلامية في التلفزيون لامدادهم يومياً ولعدة مرات بأخبار أهم الأحداث

الجارية، من جهة أخرى يشير الباحثون إلى أن كلمة الأخبار News بالإنجليزية الحديثة و new-yo بالألمانية القديمة و neowe بالإنجليزية القديمة وجميعها تعني (جديد) وطبيعي فهذا يؤكد ضرورة حداثة وحالية محتويات النشرة التلفزيونية من أنباء، وقد ساعد التطور التقني في مجال العمل التلفزيوني على تعضيد عنصر الحالية ونقل الأحداث حال حدوثها، خاصة وأن الأخبار سلعة سريعة التلف[١٠]، وفي هذا المجال تشير نتائج الدراسة التحليلية لنشرات أخبار القنوات التلفزيونية الثلاث إلى ما يلي:

١ - جميع أخبار النشرات التي عرضتها القناة الثانية لتلفزيون الكويت خلال مدة الدراسة تم تسجيلها مسبقاً، وأذيعت بعد تسجيلها بفترة طويلة وبنسبة بلغت ١٠٠٪، ولم تنقل القناة أي خبر حي أو فوري.

٢ - بينما بلغت نسبة الأخبار الحية الفورية التي نقلتها قناة التلفزيون البريطاني **B.B.C** حوالي ١٢٪، بينما بلغت نسبة الأخبار المسجلة في نشراتها خلال مدة الدراسة التحليلية ٨٨٪.

٣ - أما الشبكة الأمريكية **CNN** فقد بلغت نسبة الأخبار الحية، أو التي تم نقلها مباشرة من خلال نشرات الأخبار على الهواء Live ٥ر٤٪، بينما بلغت الأخبار المسجلة مسبقاً ٩٤ر٦٪. وهكذا يتضح من الدراسة أن قناة التلفزيون البريطاني العالمية **B.B.C** الموجهة لدول آسيا هي أكثر القنوات الثلاث عرضاً للأخبار الحية المنقولة على الهواء مباشرة من مواقع الأحداث، وأقل القنوات الثلاث عرضاً للأخبار المسجلة، تلتها شبكة **CNN** ، ويلاحظ أن تلفزيون الكويت (البرنامج الثاني) لم يعرض قط أي خبر حي على الهواء، وهذا ما توضحه نتائج الجدول رقم (٤).

جدول رقم (٤)

يوضح نسبة الأخبار الحية والمسجلة في

القنوات التليفزيونية الثلاث

القنوات الثلاث / طبيعة الأخبار في النشرات	شبكة CNN		تلفزيون B.B.C		البرنامج الثاني لتلفزيون الكويت K.T.V	
	ك	النسبة ٪	ك	النسبة ٪	ك	النسبة ٪
أخبار حية (live)	١٣	٥ر٤	٢٢	١٢	-	-
أخبار مسجلة	٢٢٨	٩٤ر٦	١٦١	٨٨	٢٢٠	١٠٠
إجمالي	٢٤١	١٠٠	١٨٣	١٠٠	٢٢٠	١٠٠

ثانياً : من جهة أخرى تعرض نشرات أخبار القنوات الثلاث أخباراً متنوعة منها ما هو معلوم أو متوقع expected News ومنها أخبار المناسبات الهامة وزيارات الملوك أو الرؤساء الرسمية أو الاتفاقات أو المباريات ... الخ، وهناك الأخبار غير المتوقعة non expected News وهي التي تحدث فجأة وبدون علم مسبق كالانفجارات والأزمات والثورات والحرائق والكوارث والبراكين والزلازل وتعتبر أخبار ساخنة Hot News، وترفع من قيمة الأخبار وتجذب انتباه جمهور المشاهدين وتثير اهتمامهم، وقد تحدث الأخبار المفاجئة في إطار الأخبار المتوقعة عندما يحدث ما لا يمكن توقعه أو التكهن به مسبقاً كاغتيال الرؤساء أوزال والسادات وكنيدي ... الخ، وترتب عليها حدوث مفاجآت هامة ونتائج خطيرة جديرة بالاهتمام [١١].

وتشير نتائج الدراسة التحليلية للقنوات التلفزيونية مجتمع البحث أن نسبة الأخبار المفاجئة تصل نسبتها في أعلى معدلاتها في نشرات أخبار قناة التلفزيون البريطاني B.B.C ٢ر٨٢٪، بينما بلغت نسبتها في شبكة CNN الأمريكية ٣ر٨١٪، بينما لم

تزد نسبتها في نشرات أخبار البرنامج الثاني لتلفزيون الكويت عن ٩ر٤٠٪، في حين بلغت نسبة الأخبار المتوقعة وهي التي يكون موعد حدوثها معروفاً أو معلوماً مقدماً في أعلى معدلاتها في نشرات أخبار البرنامج الثاني لتلفزيون الكويت خلال فترة الدراسة وبنسبة ١ر٥٩٪، بينما بلغت نسبتها في أخبار الشبكة الأمريكية CNN حوالي ٧ر١٨٪، وجاءت أدنى نسبة لها في نشرات أخبار التلفزيون البريطاني B.B.C حيث بلغت نسبتها ٨ر١٤٪ وهذا ما توضحه أرقام الجدول رقم (٥).

جدول رقم (٥)
يوضح نسبة الأخبار المتوقعة وغير المتوقعة
في القنوات التليفزيونية الثلاث

القنوات الثلاث / نوعية الأخبار	شبكة CNN		تلفزيون B.B.C		القناة الثانية لتلفزيون الكويت K.T.V	
	ك	النسبة ٪	ك	النسبة ٪	ك	النسبة ٪
الأخبار المتوقعة Expected News	١٩٦	١٨ر٣	١٥٦	٨٥ر٢	١٣٠	٥٩ر١
الأخبار غير المتوقعة Instantaveois News	٤٥	١٨ر٧	٢٧	١٤ر٨	٩٠	٤٠ر٩
إجمالي	٢٤١	١٠٠	١٨٣	١٠٠	٢٢٠	١٠٠

سادساً: الأخبار المصورة وغير المصورة في القنوات التلفزيونية:

(أ) يعتبر التلفزيون وسيلة مرئية في المقام الأول ويؤكد الباحثون على أهمية الصورة المتحركة بالنسبة للتلفزيون، وأفضل قيم التلفزيون الاخبارية قائمة على هذه الحقيقة، خاصة وأن الصورة أبلغ في التعبير من آلاف الكلمات على حد تعبير

المثل الصيني، كما أن الصورة المرئية لغة عالمية مفهومة لغالبية البشر، والرؤية أس الاقتناع على حد تعبير المثل الإنجليزي المعروف Seeing is believing ، كما تشير البحوث والدراسات الميدانية إلى أن هناك ٨٦٪ من جمهور المستقبلين يفضلون الكلمة المرئية والمصورة كما في التلفزيون، بينما يفضل ٧١٪ منهم الاستماع إلى الكلمة المذاعة، ويفضل ٧٠٪ منهم الكلمة المقروءة في الصحف[١٢].

من جهة أخرى تشير الدراسات الميدانية إلى طلب جمهور التلفزيون المتزايد للأخبار المصورة في نشراته، ويعتبر الاهتمام بالأخبار المصورة في نشرات أخبار التلفزيون محور هام في عمل رجال أخبار التلفزيون وأساسي خاصة وتشير الدراسات والبحوث الميدانية أن المادة الاخبارية المصورة تجعل النشرات الاخبارية أكثر فهماً، خاصة بالنسبة للمشاهد العادي، الذي لم يتلق قسطاً وافراً من التعليم، والذي يشكل نسبة كبيرة من مشاهدي التلفزيون[١٣].

وتشير نتائج دراستنا التحليلية إلى ارتفاع نسبة الأخبار المصورة في الشبكة الاخبارية CNN ، وبنسبة بلغ ٥٠ر٨٠٪، وبفارق ٣٪ تقريباً عن مثيلتها في نشرات أخبار التلفزيون البريطاني B.B.C الموجهة للدول الآسيوية خلال فترة الدراسة التحليلة، ونشرات أخبار البرنامج الثاني في التلفزيون الكويتي، حيث تقاربت الأخبار المصورة في قناتي التلفزيون البريطاني B.B.C والكويتي KTV2، حيث بلغت نسبة الأخبار المصورة في التلفزيون البريطاني B.B.C ٦ر٧٧٪ بينما بلغت نسبة الأخبار المصورة في القناة الثانية لتلفزيون الكويت ٢ر٧٧٪ وذلك لأهمية الصورة بالنسبة لمشاهدي الأخبار في التلفزيون حيث تجذب انتباههم وتثير اهتمامهم، وتساعدهم في فهم واستيعاب المعلومات والبيانات التي

تقدم من خلال أخبار النشرات المصورة، وهذا ما أكدته الدراسة الميدانية التي أجراها معهد هانزبريد للراديو والتلفزيون في هامبورج على مشاهدي التلفزيون عام ١٩٧٥، والتي أجريت على ٢٦٠ شخصاً، وقد استخدم المعهد فيها طريقة التحليل العلمي لمعرفة مدى حكم المشاهدين على المادة المصورة وأثرها على مقدرتهم في الاحتفاظ بما شاهدوه في ذاكرتهم، وأثبتت الدراسة أن المادة الاخبارية المصورة تجعل النشرات الاخبارية أكثر فهماً، خاصة بالنسبة للمشاهدين العاديين، بعكس الأخبار غير المصورة والتي لا يستطيع المشاهدون استيعاب وفهم المعلومات المجردة بها بسرعة[١٤]، ولهذا يقرر رؤساء تحرير أخبار التلفزيون في بعض القنوات الاخبارية العالمية والعربية أن المادة الاخبارية المصورة هي التي تحكم عملهم بدرجة كبيرة، ولهذا يجب اختيار هذه المادة المصورة بعناية تامة.

ملاحظة عامة: لكننا لاحظنا في أخبار القنوات التلفزيونية الثلاث اهتمامها الكبير بالحركة التي تتضمنها اللقطات والمشاهد الاخبارية المصورة، ويرى الخبراء أن الحركة Movement تعتبر من أهم العناصر التي يجب مراعتها عند تقديم الأخبار.

(ب) **وسائل الإيضاح :** من جهة أخرى تستخدم نشرات أخبار القنوات الثلاث (B.B.C - CNN - KTV2) وسائل الإيضاح بهدف زيادة قدرة المشاهد على فهم واستيعاب المادة الاخبارية غير المصورة، وتتكون وسائل الإيضاح Visual Aides من وسائل بسيطة وغير مكلفة، ومنها الصور الموضوعية، والأفلام ذات الخلفية الخفيفة، والرسوم الثابتة والمتحركة والخرائط والرسوم البيانية..الخ وتعرض بطريقة أمامية تختفي معها صورة مقدم النشرة، أو بطريقة

خلفية بحيث يشاهدها جمهور التلفزيون خلف مقدم النشرة، لتركز انتباه المشاهد على موضوع الخبر، وبالتالي تساعده على فهم الخبر واستيعابه دون عناء، حيث تغطي الهدف الاخباري بسرعة وبطريقة أفضل من التعبير اللفظي، أو ما يعرف بالخبر المذيع أو المقروء، كما تعرض الأخبار بوضوح، ولها أهميتها في إبعاد الملل والتقليل من صعوبة أو تعقيد الأخبار، هذا بالإضافة إلى دورها في تسلية وتثقيف المشاهدين.

وتشير نتائج الدراسة إلى تفوق نشرات أخبار تلفزيون B.B.C في استخدام الصور والرسوم الإيضاحية Visal Aides، والتي بلغت نسبتها ١٤ر٧٪ تقريباً بينما لم تبلغ نسبتها في نشرات أخبار تلفزيون البرنامج الثاني سوى ١٣ر٦٪، بينما استأثرت في نشرات أخبار الشبكة الأمريكية ٧ر٩٪ من كم الأخبار التي تقدمها، وتؤكد الدراسات السابقة على أهمية وسائل الإيضاح لمساعدتها المشاهدين في فهم واستيعاب البيانات والمعلومات، والتي كثيراً ما تتضمنها الأخبار غير المصورة، ومن بينها دراسة معه هانزبريد للراديو والتلفزيون السابق الإشارة إليها، من جهة أخرى تشير النتائج الخاصة بالدراسة أن نسبة الأخبار غير المصورة التي تستخدم فيها مواد مصورة أو وسائل إيضاح في نشرات B.B.C ٧ر٧٪، بينما بلغت النسبة في نشرات أخبار البرنامج الثاني لتلفزيون الكويت ١ر٩٪ تقريباً، في الوقت الذي بلغت هذه النسبة أقصاها في نشرات أخبار الشبكة الأمريكية CNN، حيث بلغت ٦ر١١٪ طوال مدة الدراسة، وهذا ما توضحه نتائج الجدول رقم (٦).

جدول رقم (٦)

يوضح نسبة الأخبار التليفزيونية المصورة وغير المصورة

في القنوات الثلاث خلال فترة الدراسة

القنوات الثلاث / نوعية الأخبار	شبكة CNN		تلفزيون B.B.C		القناة الثانية لتلفزيون الكويت K.T.V	
	ك	النسبة ٪	ك	النسبة ٪	ك	النسبة ٪
أخبار مصورة (Pictorial)	١٩٤	٨٠ر٥	١٤٢	٧٧ر٦	١٧٠	٧٧ر٣
أخبار تستخدم وسائل إيضاح (Visual Aides)	١٩	٧ر٩	٢٧	١٤ر٧	٣٠	١٣ر٦
أخبار غير مصورة مذيع (Non Pictorial)	٢٨	١١ر٦	١٤	٧ر٧	٢٠	٩ر١
إجمالـي	٢٤١	١٠٠	١٨٣	١٠٠	٢٢٠	١٠٠

سابعاً : الصوت الطبيعي للأحداث المصورة (NEWS natural sound)

يُعد الاهتمام بصوت الأحداث الأصلي من مواقع الأحداث أحد العوامل الهامة التي تضفي مزيداً من الواقعية على الأخبار، فالصورة لم تعد وحدها المعبرة عن الحدث، ولتكامل دورها لابد أن يصحبها أو يقترن بها الصوت الأصلي النابع من موقع الحدث، والدال على عمق المشاعر، ويلعب الصوت في الأحداث أدواراً هامة حيث يؤكد وقائع الخبر، وعندما يكون هناك تطابق بين ما يُقال (الصوت) وما يُعرض (الصورة) في الخبر يزداد فهم المشاهد للحدث، كما يوسع الصوت المقترن بالخبر إطاره الدلالي، فيضيف للخبر

التلفزيوني أبعاداً هامة، كما يساعد في خلق الجو الدرامي للأخبار، بحيث يصبح الصوت قيمة هامة في حد ذاته، كما ينتج عن استخدام الصوت الطبيعي للحدث شعور بالحركة، وبالتالي يضفي مزيداً من الواقعية على الأحداث، ويعاون في استبيان التفاصيل، واستيعاب المعلومات التي قد لا توضحها الصورة.

وتشير نتائج الدراسة التحليلية لمضمون نشرات الأخبار في القنوات التلفزيونية الثلاث أن الشبكة الاخبارية الأمريكية CNN هي أكثر القنوات المذكورة استفادة من الصوت الأصلى للأحداث، وبنسبة بلغت ٥ر٩٧٪ من الأحداث التي قدمتها خلال فترة الدراسة، بينما جاءت قناة التلفزيون البريطاني B.B.C في المركز الثاني وبنسبة بلغت ٣ر٨٦٪، بينما جاءت نشرات البرنامج الثاني لتلفزيون الكويت في المركز الثالث وبنسبة بلغت ٦ر١٣٪، في الوقت الذي طغى فيه استخدامها والألحان كخلفية لغالبية الأحداث المصورة، وبنسبة وصلت إلى ٤ر٨٦٪ خلال مدة الدراسة، كما يوضحها الجدول رقم (٧) بينما بلغت نسبة الأخبار التي استخدمت فيها الموسيقى كخلفية في نشرات أخبار الشبكة الأمريكية CNN ٥ر٢٪، وفي قناة التلفزيون البريطاني B.B.C ٧ر١٣٪ الأمر الذي يدعونا للتأكيد على ضرورة اهتمام التلفزيون الكويتى بالصوت الأصلى للأحداث، والذي يمكن تسجيله أو نقله من مواقع الأحداث، باعتباره من العوامل التي تعاون في تطوير نشراته الاخبارية، خاصة وكما سبق أن أشرنا لوظيفة الصوت الأصلى للحدث الذي يضفى مزيداً من الواقعية على الأخبار، ويعمل على توسيع اطار الصورة الخبرية، ويضيف إليها المعانى الجديدة والقوية، التي لا تستطيع الصورة تقديمها أو ابرازها.

جدول رقم (٧)

يوضح مدى اهتمام القنوات الثلاث بالصوت الطبيعي للأحداث التي قدمتها خلال نشراتها الاخبارية طوال مدة الدراسة

القنوات الثلاث / نوعية الصوت المستخدم	شبكة CNN		تلفزيون B.B.C		البرنامج الثاني لتلفزيون الكويت K.T.V	
	ك	النسبة ٪	ك	النسبة ٪	ك	النسبة ٪
الصوت الطبيعى(الأصلى للحدث (News Natural Sound)	٢٣٥	٩٧ر٥	١٥٨	٨٦ر٣	٣٠	١٣ر٦
صوت آخر (موسيقى)	٠٦	٢ر٥	٢٥	١٣ر٧	١٩٠	٨٦ر٤
إجمالـــي	٢٤١	١٠٠	١٨٣	١٠٠	٢٢٠	١٠٠

ثامناً : موضوعات أخبار نشرات القنوات الثلاث :

تهدف نشرات الأخبار التلفزيونية إلى اشباع فضول المشاهدين المتجدد باستمرار، وتقديم الأحداث والوقائع في مختلف مجالات حياتهم، ولهذا تقوم النشرات بنقل الأخبار إلى أكبر عدد ممكن من المشاهدين وفي أسرع وقت ممكن، وتتكون النشرات الاخبارية من مجموعة من القصص الاخبارية يتخللها مجموعة من الأخبار، القصيرة والمتفرقة، وتتنوع موضوعات الأخبار فمنها السياسى والاقتصادى والاجتماعى والثقافى والعلمى والرياضى... الخ، والنشرة ما هي إلا توليفة من كل هذه النوعيات من الأخبار ولابد أن يكون هناك توازن بين هذه النوعيات حسب أهميتها ودلالتها ، بحيث يقف المشاهد على أهم هذه الأحداث ذات الموضوعات المتباينة.

وتشير نتائج الدراسة إلى أن هناك نوعاً من عدم التوازن في المضمون الاخبارى لنشرات أخبار البرنامج الثاني للتلفزيون الكويتى، حيث يتم التركيز على الأخبار السياسية بصورة واضحة والتي بلغت نسبتها ٣ر٧٧٪، بينما حصلت النوعيات الأخرى على نسب محدودة فالأخبار العسكرية بلغت نسبتها ٩ر١٠٪، والاجتماعية بلغت نسبتها ٥ر٤٪، أما الأخبار الاقتصادية فبلغت ١ر٤٪، أما الأخبار الرياضية فبلغت نسبتها ٨ر١٪، أما الأخبار الثقافية بلغت ٤ر١٪ وخلت النشرات خلال فترة الدراسة التحليلية من النوعيات الأخرى من الأخبار ومنها الأخبار العلمية والفنية والدينية وأخبار الجرائم ... الخ ذلك من أخبار.

من جهة أخرى بلغت نسبة الأخبار السياسية في نشرات الشبكة الاخبارية الأمريكية CNN ٦ر٣٦٪، ولاحظنا ارتفاع نسبة النوعيات الأخرى منها في نشرات الشبكة الاخبارية CNN ، فبلغت نسبة الأخبار الاجتماعية ٦ر٢٨٪ تليها الأخبار الاقتصادية بنسبة ١٢٪، أما أخبار الجرائم بلغت نسبتها ٩ر٧٪، ثم الأخبار العلمية التي بلغت نسبتها ٦ر٦٪، أما الأخبار الفنية فكانت نسبتها ٧ر٣٪، والأخبار العسكرية ٩ر٢٪، أما الأخبار الثقافية فبلغت نسبتها ٧ر١٪ ... الخ. أما نشرات أخبار التلفزيون البريطاني B.B.C فقد بلغت نسبة الأخبار السياسية فيها ٨ر٤٣٪، وبلغت الأخبار الاقتصادية ٦ر١٢٪، والأخبار الاجتماعية ١٢٪، ثم الأخبار العسكرية ٨ر٩٪ وأخبار الجرائم ١ر٧٪ والأخبار الرياضية ٤ر٤٪ والأخبار الخاصة بالشئون الدينية ٨ر٣٪، والأخبار العلمية ٨ر٣٪، والأخبار الفنية ٧ر٢٪، وهذا ما توضحه نتائج الجدول رقم (٨).

جدول رقم (٨)
يوضح نسبة موضوعات الأخبار في القنوات التلفزيونية الثلاث
خلال مدة الدراسة

القنوات الثلاث / موضوعات الأخبار	شبكة CNN		تلفزيون B.B.C		القناة الثانية لتلفزيون الكويت K.T.V	
	ك	النسبة ٪	ك	النسبة ٪	ك	النسبة ٪
الأخبار السياسية	٨٨	٣٦ر٦	٨٠	٤٣ر٨	١٧٠	٧٧ر٣
الأخبار الاقتصادية	٢٩	١٢	٢٣	١٢ر٦	٩	٤ر١
الأخبار الاجتماعية	٦٩	٢٨ر٦	٢٢	١٢	١٠	٤ر٥
الأخبار العسكرية	٠٧	٢ر٩	١٨	٩ر٨	٢٤	١٠ر٩
الأخبار الرياضية	-	-	٨	٤ر٤	٠٤	١ر٨
الأخبار الجرائم	١٩	٧ر٩	١٣	٧ر١	-	-
الأخبار العلمية	١٦	٦ر٦	٠٧	٣ر٨	-	-
الأخبار الثقافية	٤	١ر٧	-	-	٣	١ر٤
الأخبار الدينية	-	-	٧	٣ر٨	-	-
الأخبار الفنية	٩	٣ر٧	٥	٢ر٧	-	-
الأخبار الأخرى	-	-	-	-	-	-
إجمالـــي	٢٤١	١٠٠	١٨٣	١٠٠	٢٢٠	١٠٠

تاسعاً : أشكال أخبار القنوات التلفزيونية وأساليب تقديمها

تتنوع أشكال أخبار نشرات التلفزيون، وأساليب تقديمها، وتهدف إلى تقديم الأخبار بصورة مبسطة ومستساغة وشيقة ومألوفة للمشاهد العادى، ويمكن عرض الأخبار التلفزيونية في أشكال متنوعة، وبأساليب مختلفة منها تقارير Reports مندوبى الأخبار أو المراسلين من مواقع الأحداث، أو تأخذ شكل السرد الاخبارى Narration حيث يقدم مقدم النشرة أو قارئها سرداً صوتياً لجوانب الحدث أو الخبر، ويكون كلامه مطابقاً للصورة التي يعرضها التلفزيون لوقائع الخبر، وقد يستخدم اللقاء الاخبارى Interview بين المندوب أو المراسل والشخصيات الهامة التي تشارك في صناعة الاخبار، أو التصريحات الاخبارية التي تقدمها الشخصيات الهامة الرسمية في الأحداث والمناسبات الهامة، ويشترط في التصريحات أهميتها وحالية موضوعاتها ووضوحها وقصرها وعدم تكرارها، حتى لا يشعر المشاهد بالفتور أو الملل، وحتى يمكن المحافظة على جذب انتباهه واثارة اهتمامه، وذلك بتوزيع التصريحات أو الشخصيات التي تدلى بالتصريحات الهامة.

وتشير نتائج الدراسة التحليلية إلى مايلي :

تعتبر قناة التلفزيون البريطاني **B.B.C** هي أكثر القنوات الثلاث - مجتمع البحث - استخداماً للمراسلين والمندوبين الذين ينقلون الأحداث من مواقعها وبنسبة بلغت ٤٨ر٦٪ تليها شبكة **CNN** بنسبة ٧ر٣٠٪، أما القناة الثانية للتلفزيون الكويتى فجاءت في المرتبة الأخيرة في الاستفادة من هذا الأسلوب، وبنسبة بلغت فيه أخبار المندوبين والمراسلين ٥ر٤٪، في الوقت الذي تعتبر فيه أخبار التلفزيون هي أخبار المراسل أو المندوب **Field Reporter** وتشير الدراسات السابقة أن تقارير المندوبين والمراسلين من مواقع الأحداث تعتبر أكثر المواد التي يفضلها المشاهدون، أما أخبار المذيع «السرد» **narration** فقد طغت بشكل واضح على أخبار نشرات البرنامج الثاني للتلفزيون الكويتى، ووصلت نسبتها إلى ٥ر٩٥٪ في الوقت الذي بلغت نسبتها في أخبار الشبكة

الأمريكية CNN ٧ر٦٤٪، بينما بلغت نسبة في قناة التلفزيون البريطاني B.B.C ٧ر٤٣٪، أما المقابلات الاخبارية التي تم استخدامها داخل استوديوهات التلفزيون، وتم علاضها من خلال نشرات أخبار القنوات التلفزيونية أثناء اجراء الدراسة بلغت أعلى نسبة لها في نشرات أخبار التلفزيون البريطاني B.B.C حيث وصلت إلى ٧ر٧٪ من مضمون النشرات، بينما بلغت النسبة في أخبار الشبكة الأمريكية CNN خلال مدة الدراسة ٧ر٣٪، ولم يستخدم التلفزيون الكويتى هذا الشكل على الاطلاق وهذا ما توضحه نتائج الجدول رقم (٩).

جدول رقم (٩)

يوضح الأشكال الاخبارية المستخدمة في نشرات أخبار القنوات التلفزيونية الثلاث طوال مدة الدراسة

القنوات الثلاث / الأشكال الاخبارية	شبكة CNN		تلفزيون B.B.C		القناة الثانية لتلفزيون الكويت K.T.V	
	ك	النسبة ٪	ك	النسبة ٪	ك	النسبة ٪
عرض قارئى النشرة (Announced News)	١٥٦	٦٤ر٧	٨٠	٤٣ر٧	٢١٠	٩٥ر٥
تقرير اخباري (Reported News)	٠٧٤	٣٠ر٧	٨٩	٤٨ر٦	٠١٠	٤ر٥
مقابلات اخبارية (Interviews)	٩	٣ر٧	١٤	٧ر٧	-	-
أشكال أخرى	٠٢	٩ر٠	-	-	-	-
إجمالـــي	٢٤١	١٠٠	١٨٣	١٠٠	٢٢٠	١٠٠

القصص الاخبارى في القنوات الثلاث :

من جهة أخرى تشير نتائج الدراسة إلى أن نشرات التلفزيون البريطاني B.B.C هي الأكثر استفادة من تقديم الاخبار في شكل قصص اخبارى News Stories ، وبصورة واضحة، حيث بلغت نسبة استخدام هذا الأسلوب في عرض الأخبار التلفزيونية بها ١ر٥٤٪ مستهدفة التشويق والتبسيط وتسلية المشاهدين حتى لا يشعرون بثقل الأخبار أو جفافها وبالتالي يقبلون عليها ويتبعونها.

أما شبكة CNN الأمريكية فقد بلغت نسبة استخدامها لهذا الشكل القصصى الاخبارى ٢ر٤٠٪ من مضمون نشرات الأخبار التي قدمتها طوال مدة الدراسة، وبالتالي تلعب دورها في تشويق المشاهد واثارة اهتمامه لمتابعة أخبار هذه الشبكة.

بينما نلاحظ قلة نسبة استخدام هذا الشكل في نشرات أخبار البرنامج الثاني لتلفزيون الكويت والتي بلغت ٦ر١٣٪ ، لهذا ننبه إلى ضرورة الاستفادة من هذا الأسلوب القصصى للأخبار News Story لأهميته في جذب انتباه واهتمام المشاهدين.

من جهة أخرى لاحظنا نشرات أخبار الشبكة الأمريكية CNN والتلفزيون البريطاني BBC تستخدما هذا الأسلوب في تقديم الأحداث الهامة والساخنة، وبأسلوب درامى مشوق، يساعد في تقريب المعانى المجردة لمختلف الأحداث التي تقدمها سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو رياضية أو علمية ... الخ، وتجعل المشاهد يتآلف مع هذه الوقائع والأحداث، ولهذا يتطلب عرض أخبار التلفزيون الكويتى بأسلوب درامى أكثر جودة ومغزى، حتى يزيد من استجابة المشاهدين، ويعمل على جذب انتباههم واثارة اهتمامهم لمتابعة النشرات الاخبارية التي يقدمها، ويتطلب ذلك من محررى أخبار التلفزيون الكويتى مهارة كبيرة وتفكيراً مستمراً وطويل، حتى يتمكنوا من صياغة أخبارهم في شكل قصصى مسلى يتفق وسيكولوجية المشاهد في هذه المنطقة، والتي تستهدف التسلية والترفيه وهذا ما تؤكده الدراسات الميدانية السابقة في هذا المجال (١٦)

وهذا ما تشير إليه نتائج الجدول رقم (١٠) بالنسبة لأشكال المواد الاخبارية التي تقدمها القنوات الثلاث.

جدول رقم (١٠)

يوضح نسبة القصص الاخبارى إلى المواد الأخرى التي تقدمها نشرات القنوات التلفزيونية الثلاث خلال مدة الدراسة التحليلية

القنوات الثلاث / نسبة القصص الأخبار / المواد الأخرى	شبكة CNN		تلفزيون B.B.C		القناة الثانية لتلفزيون الكويت K.T.V	
	ك	النسبة ٪	ك	النسبة ٪	ك	النسبة ٪
القصص الاخبارى	٩٧	٤٠ر٢	٩٩	٥٤ر١	٣٠	١٣ر٦
المواد الاخبارية الأخرى	١٤٤	٥٩ر٨	٨٤	٤٥ر٩	١٩٠	٨٦ر٤
إجمالـــي	٢٤١	١٠٠	١٨٣	١٠٠	٢٢٠	١٠٠

الأخبار المتفرقة والقصيرة :

من جهة أخرى تشير نتائج الدراسة أن القنوات الثلاث تقدم نسبة كبيرة من الأخبار القصيرة والمتفرقة، والتي يقل زمن عرضها عن دقيقة، وتبلغ نسبتها في أخبار نشرات البرنامج الثاني لتلفزيون الكويت ٨٦ر٤٪، بينما جاءت نسبتها في شبكة CNN الأمريكية ٥٩ر٨٪ من مضمون ما تقدمه من أخبار، بينما بلغت نسبة هذه الأخبار القصيرة والمتفرقة في نشرات أخبار التلفزيون البريطاني BBC ٤٥ر٩٪ خلال مدة الدراسة، وهذا ما يشير إليه الجدول السابق رقم (١٠).

مقدمو الأخبار في القنوات الثلاث :

وقد لاحظنا أن مقدمى أخبار الشبكة الأمريكية CNN وأخبار التلفزيون البريطاني BBC يقدمون الأخبار والوقائع بصورة روائية شيقة من البداية وحتى النهاية، يحكون ما

حدث وكأنما يقع في اللحظة التي يقدمون فيها أخبارهم، وبما يضفى على القصص الاخبارى حيوية وتشويقاً وبطريقة مباشرة وواضحة مع الاهتمام بربط الأحداث ببعضها بأسلوب شيق مستفيدين من اللحظات الهامة التي يمكن أن تثير اهتمام المشاهدين، كما لاحظنا استيعاب مقدمى النشرات لمضمونها وتمهيدهم لها وربطهم بين خبر وآخر وبطريقة غير متكلفة لا يمل منها المشاهدون، وإنما يظهرون بصورة محبوبة، تقدم وتحكى جوانب الخبر بثقة وبصوت سليم ومعبر ليس به أى عيب من عيوب النطق، ونلاحظ أنه عندما يحكى لنا مقدم الأخبار قصته الاخبارية بتلقائية فإنما يقدمها بحيوية وببساطة وبما يوحى للمشاهد أنه معد هذا النص الاخبارى ومحرره.

من جهة أخرى لاحظنا أن مقدمى أخبار نشرات البرنامج الثاني في تليفزيون الكويت يقرأون النصوص الاخبارية، وثمة فرق في التأثير في مشاهدى الاخبار الذي يحتاج لمن يحكى له قصة اخبارية، وتقديمها له بشكل طبيعى، يحدثه عن وقائعها بأسلوب شيق لا أن يقرأها له، لذلك أوصى مقدمى أخبار التليفزيون الكويتى (نشرات البرنامج الثاني) بضرورة تسلم نصوص نشرات الأخبار ومشاهدة موادها المصورة قبل عرض النشرات بوقت كاف يسمح لهم أن يتعايشوا مع كل كلمة يحكيها النص، خاصة وأنهم أهم أشخاص النشرات، وواجهتها التي نعتبرهم حلقة الوصل بين التليفزيون والمشاهدين في منازلهم، مع البعد عن التصنع أو التكلف وحسن التصرف، وهي شروط لابد من من توافرها في مقدم النشرة، حتى ينجح في اقناع مشاهديه ببساطة ووضوح وقدرة على جذب انتباه مشاهديه عن طريق أسلوبه الشيق في عرض أخبار النشرة، هذا بالإضافة إلى ما يجب أن يتمز به بالحميمية والبشاشة والحيوية، والتي تجعل منه صديقاً للمشاهد قريباً من فكره ووجدانه في وقت أصبحت فيه أخبار التليفزيون مصدراً أساسياً يعتمد عليه جماهير المشاهدين في استقاء أنبائهم ومعلوماتهم [١٧].

عاشراً : تكرار الأخبار المعروضة في قنوات التليفزيون الثلاث :

جدول رقم (١١)
يوضح نسبة تكرار الأخبار في نشرات أخبار القنوات التليفزيونية
مجتمع البحث خلال مدة الدراسة

القنوات التليفزيونية الثلاث / تكرار الأخبار	شبكة CNN		تلفزيون B.B.C		القناة الثانية لتلفزيون الكويت K.T.V	
	ك	النسبة ٪	ك	النسبة ٪	ك	النسبة ٪
الأخبار المكررة بدون تغيير يذكر	٧	٢ر٩	٢٧	١٤ر٨	٧٩	٣٥ر٩
الأخبار المكررة مع بعض التغيير في الصوت والصورة	١٣	٥ر٤	١٦	٨ر٧	٢	٩ر٠
الأخبار غير المكررة	٢٢١	٩١ر٧	١٤٠	٧٦ر٥	١٣٩	٦٣ر٢
إجمالـــي	٢٤١	١٠٠	١٨٣	١٠٠	٢٢٠	١٠٠

تشير أرقام الجدول رقم (١١) أن نشرات أخبار القناة الثانية للتليفزيون الكويتى هي الأكثر في تكرار عرض الأخبار التليفزيونية المصورة كما هي بدون تغير، وبنسبة بلغت ٣٥ر٩٪ ، بينما بلغت نسبة الأخبار التليفزيونية التي عرضتها مع تغير طفيف في مضمون أخبارها (صوت - صورة) ٩ر٪ ، وهناك نؤكد - عند تكرار عرضها - على ضرورة عرض الأخبار للمرة الثانية في النشرات الاخبارية التالية مباشرة مع بعض التغير في مضمونها (الصوت - والصورة) ، حتى لا يشعر المشاهد أنها أذيعت من قبل وبالتالي ينتابه الملل أو الفتور، وتشير الدراسات السابقة أنه في حالة تكرار عرض بعض الأخبار

التليفزيونية مع بعض التغير في مضمونها يزداد متابعة المشاهدين لها، لأنهم يشعرون بأنهم يتابعون موضوعاً أو خبراً جديداً، أما التكرار بنفس الصوت والصورة فيدعو إلى الملل والفتور والرتابة.

وهذا ما تلاحظ في نشرات أخبار التليفزيون الأمريكى CNN، والبريطاني BBC والتي تعمل باستمرار على تغيير مضمون الأخبار التي يتمرر عرضها مرة أو مرات أخرى في نشرات أو عروض اخبارية لاحقة. وتشير نتائج الدراسة أن نسبة الأخبار التي تم تكرارها بنفس الصورة في نشرات أخبار التليفزيون البريطاني BBC بلغت ٨ر١٤٪، بينما بلغت نسبة الأخبار التي تم تكرارها مع تغير مضمونها (صوت - صورة) ٧ر٨٪ .

كذلك لاحظنا أن نسبة الأخبار المكررة بنفس صورتها وصوتها في نشرات أخبار الشبكة الأمريكية CNN لا يتعدى ٩ر٢٪، بينما بلغت نسبة الأخبار التي تم اعادة عرضها مع تغير في مضمونها بلغت ٤ر٥٪.

وهكذا يتضح أن شبكة CNN الأمريكية هي أقل القنوات ميلاً لتكرار عرض الأخبار بنفس صورتها وصوتها.

نتيجة الدراسة

مما سبق يتضح أن نتائج الدراسة التحليلية لمضمون نشرات أخبار القنوات التليفزيونية الثلاث (CNN - BBC - KTV 2) قد أجابت بشكل واضح على التساؤلات التي سعت الدراسة إلى تحقيقها، وأكدت أن هناك خصائص وسمات واضحة تتسم بها نشرات أخبار الشبكة الأمريكية CNN والقناة الدولية لهيئة BBC، وتعتبرا من أفضل النشرات الاخبارية في العالم بينما تضعف هذه الخصائص والسمات وتقل نسبتها في نشرات أخبار البرنامج الثاني لتليفزيون الكويت ومنها على سبيل المثال عدم الاهتمام

بالأخبار المحلية، والتي بلغت نسبتها ٧ر٢٢٪ في أخبار النشرات، كذلك غياب دور ونشاط مندوبى الأخبار المحلية، وتقديم ٥ر٩٥٪ من أخبار التليفزيون عن طريق مقدمى الأخبار من الاستديو، في الوقت الذي تشكل فيه تقارير المندوبين والمراسلين ٦ر٤٨٪ من أخبار القناة الدولية للتليفزيون البريطانى BBC، و ٧ر٣٠٪ من أخبار الشبكة الأمريكية CNN، كذلك تقل نسبة استفادة التليفزيون الكويتى من الأسلوب القصصى عند عرض الأخبار، حيث وصلت تلك النسبة إلى ٦ر١٣٪ بينما ازداد هذا الأسلوب استخداماً لدى القنوات الدولية فبلغت نسبته ٥٤٪ في أخبار BBC، و ٢ر٤٠٪ في أخبار شبكة CNN، كذلك في الوقت الذي طفت فيه الأخبار السياسية على أخبار التليفزيون الكويتى والتي شكلت ٣ر٧٧٪ من مضمونها إلا أن نسبتها قد قلت في أخبار الشبكة العالمية CNN. حيث بلغت نسبتها ٦ر٣٦٪، كما وصلت نسبتها في أخبار BBC إلى ٨ر٤٣٪ ولاحظنا أن هناك تركيزاً واضحاً على الشخصيات السياسية الرسمية في أخبار البرنامج الثاني لتليفزيون الكويت بنسبة ٩ر٩٠٪ بعكس ما يحدث في أخبار القنوات العالمية، من جهة أخرى أذكر أن الأخبار الفنية قد انعدمت في نشرات أخبار البرنامج الثاني لتليفزيون الكويت، بينما بلغت نسبتها ٧ر٣٪ في أخبار CNN و ٧ر٢٪ في أخبار BBC، كذلك مدى الاهتمام بالصوت الأصلى للأحداث واضح جداً في القناتين الدوليتين حيث بلغت نسبة الأخبار التي قدمت بصوتها الأصلى في أخبار شبكة CNN ٥ر٩٧٪، و ٣ر٨٦٪ في أخبار BBC، بينما لم تصل نسبة الأخبار التي قدمت بصوتها الأصلى في نشرات أخبار التليفزيون الكويتى سوى ٦ر١٣٪، من جهة أخرى لاحظنا أن القنوات الدولية قد تكرر عرض بعض أخبارها، وبنسبة محدودة تصل إلى ٥ر٢٪ لدى شبكة CNN، بينما ترتفع النسبة بشكل واضح إلى ٦ر٣٥٪ في أخبار التليفزيون الكويتى (البرنامج الثاني) والأخطر من ذلك أن هذه النسبة المرتفعة قد يتكرر عرض أخبارها بدون تغير يذكر في شكلها أو مضمونها بعكس ما يحدث في القنوات العالمية.

وهكذا يتضح لنا من نتائج هذه الدراسة السمات والخصائص التي تميز نشرات أخبار التليفزيون العالمية (CNN - BBC)، والتي تقل أو تنعدم في أخبار، البرنامج الثاني لتليفزيون الكويتى، ونضعها أمام المسئولين عن نشرات أخباره، خاصة وقد أصبح انتاج نشرات الأخبار في العالم صناعة لها سماتها وخصائصها الواضحة وضعف هذه السمات أو غيابها يقلل من اقبال المشاهدين عليها. وهو ما أثرناه مع عدد كبير من منتجى ومحررى أخبار التليفزيون الكويتى خلال دورة التغطية الاخبارية التي أقامتها كلية الآداب (قسم الاعلام) بالتعاون مع وزارة الاعلام والتي استمرت فعالياتها مدة أسبوع خلال شهر مايو ١٩٩٤م.

التوصيات والمقترحات :

وعلى ضوء بيانات ومعلومات هذه الدراسة التحليلية لمضمون نشرات أخبار التليفزيون الثلاث (KTV2 - BBC - CNN) نوصى بما يلى :

أولاً: زيادة الاهتمام باللون المحلى في المواد الاخبارية، التي تقدمها نشرات أخبار البرنامج الثاني لتلفزيون الكويت، عن طريق متابعة الأحداث الداخلية، واشاعة الاهتمام بالقضايا والأحداث الوطنية على كافة المستويات وفي شتى المجالات، ذلك لأن الإنسان الكويتى يهتم بنفسه كإنسان ثم بالوسط المحيط به بعد ذلك، ثم تتدرج أهمية الأحداث بالنسبة له في الأهمية، فهو يهتم بالأخبار الأقرب فالأقرب، وغالباً ما يكون الخبر المحلى موضع اهتمام وانتباه أكبر عدد من المشاهدين.

ثانياً: (أ) أن تغطى المادة الاخبارية المصورة أكثر وقت النشرة، لأن التلفزيون صورة في المقام الأول [١٨] والصورة من أحسن الوسائل المقنعة، لهذا نؤكد على أن تعتمد الخدمة الاخبارية التي يقدمها البرنامج الثاني للتلفزيون الكويتى على الصورة المرئية المصورة من مواقع الأحداث، والتي تعتبر

أقوى تأثيراً من المادة المسوعة نظراً لاستخدام أكثر من حاسة في تلقيها ، كما تشكل الصورة قدرة على استحداث أو توليد رد فعل عاطفى لدى المشاهدين، وهي ميزة يجب أن تنفرد بها نشرات الأخبار المصورة، خاصة وتشير الدراسة أن هذه المادة الاخبارية المصورة تجعل النشرات أكثر فهماً وخصوصاً بالنسبة للمشاهد العادى الذي لم يتلق قسطاً وافراً من التعليم والثقافة.

(ب) أهمية تطابق المادة الاخبارية المصورة، أو تكاملها مع النصوص التي يقدمها مقدموا الأخبار حتى تزداد نسبة فهم المشاهدين لها ، خاصة ونلاحظ أنه عندما يبتعد مضمون النص المسموع عن مضمون اللقطات المصورة في الحدث ينخفض فهم المشاهدين بسبب جوهرى هو أن هؤلاء المشاهدين لابد أن يجهدوا أنفسهم حتى يظلوا منتبهين لما يقال ولما يعرض في آن واحد، وتختلف هذه المقدرة من فرد لآخر.

(ج) ألا يعطى منتجوا الأخبار التليفزيونية اهتماماً كبيراً لقدر الحركة التي تتضمنها اللقطات والمشاهد الاخبارية المصورة أكثر من اهتمامهم بقدر (كم وكيف) المعلومات التي تقدمها .

(د) زيادة الاهتمام بوسائل اليضاح التي تهدف إلى زيادة قدرة المشاهد على استيعاب المادة الاخبارية غير المصورة، ومنها الصورة الموضوعية الاخبارية والمواد ذات الخلفية القصيرة، والرسوم المتحركة والبيانية والخرائط المتنوعة، وعدم التركيز على صورة مقدم الأخبار طوال الوقت الذي تستغرقه هذه الأخبار غير المصورة، كما نوصى بضرورة انشاء قسم خاص لاعداد وسائل الايضاح المرئية اللازمة للخدمة الاخبارية في تلفزيون الكويت بصفة عامة والبرنامج الثاني بصفة خاصة.

تعطى إحساساً بالعلاقة المشتركة، وتزيد من احساس الجمهور بالمشاركة والاهتمام، خاصة ويقيم القصص الاخبارى من هذا النوع اتصالاًعاطفياً سريعاً مع جمهورها، ويعتبر عنصر الاهتمام الإنسانى أحد العوامل الهامة التي تلعب دورها في جذب انتباه المشاهدين وتحقيق رضاهم عن الأخبار. وأن تكون القصص الاخبارية التلفزيونية بسيطة ذات وحدة درامية لا ينتابها أى لبس أو غموض [١٩] ، وأن يقدم في صورة روائية شيقة من البداية وحتى النهاية يروى ما حدث وكأنه يقع في الوقت الحاضر، مستغلاً طبيعة التلفزيون الحية، مما يضفى على القصص الاخبارى حيوية وتشويقاً، وتتطلب الوحدة الدرامية توضيح جميع عناصر القصة الاخبارية من الذروة إلى الأسباب ثم الاثار مع الايجاز لضيق الوقت، مع أهمية الربط بين الأحداث مستفيدين من اللحظات والوقائع الاخبارية، التي يمكن أن تثير اهتمام المشاهدين، مع الاهتمام بتحرير القصص الاخبارى (بالصوت والصورة)، وتتخذ أشكال تحرير القصص الاخبارى العديد من الأساليب منها أسلوب الذروة أو القمة **Climax** أو الترتيب الزمنى أو التفسير **Interpertation** ويعتمد الأسلوب الأول عنصراً بارزاً في تحرير أخبار التلفزيون حيث يقدم الحقائق بسرعة للمشاهدين، أما الأسلوب الثاني فيستخدم في القصص الاخبارى المثير لاهتمام الناس، ويأخذ شكل الهرم المعتدل **Up wraght Pyramid** ، ويبدأ بمعلومة تجذب انتباه المشاهدين ثم يستعرض المحرر بعد هذه المقدمة المختصرة تفاصيل القصة الخبرية موضحاً موضوعها والنتيجة أو نهاية القصة الخبرية في صورة درامية شيقة ومثيرة للاهتمام، أما الأسلوب الثالث فيجمع بين النمطين السابقين حيث يبدأ بمعلومة هامة تليها التفاصيل وهكذا يستخدم الأسلوب في تحرير القصص الاخبارى التي تتكون من مكونات وعناصر على مستوى واحد من الأهمية [٢٠] ، وقد لا

يلتزم المحرر بهذه الأشكال والأساليب السابقة عندما يعرف التطورات والأحداث قبل موعد النشرة بفترة قصيرة لا تمكنه من عرضها وتحريرها في أحد الأشكال السابقة، وفي كل الحالات يبدأ المحرر قصته الاخبارية بالعناصر المهمة لأنه إذا لم يثر انتباه واهتمام المشاهد من اللحظة الأولى فإنه سيفقدهم في متابعة بقية جوانب القصة الخبرية.

خامساً: ضرورة التخفيف في تقديم نشرات أخبار البرنامج الثاني، نحاول تقديمها بشكل تلقائى وبطريقة طبيعية، خاصة وأن ما يريده المشاهد من مقدم النشرة أن يحدثه عن القصة الخبرية لا أن يقرأها له، ونعلم أن هذه الطريقة التي يقدم بها مقدم النشرة أخباره هي أسلوبه الهام للربط بينه وبين جمهوره من المشاهدين وإلا سينصرفون لمتابعة برنامج آخر تعرضه قناة أخرى، ولهذا يجب على مقدمى النشرات الاطلاع على الأخبار قبل تقديمها ودراستها وفهمها، ثم يحدثنا بما درس وفهم من أخبار، مع مراعاة أن التلفزيون صورة قبل أن يكون كلمة، صورة في حركة مستمرة لا تعرف الجمود ولا الوجه الثابت، يقدم قصصه الاخبارية بصوت فاهم ومعبر لجوانب الحدث، حتى لا يمله المشاهد، وعموماً فقد تقلص دور قراء نشرة الأخبار في التلفزيون في الدول المتحضرة وأصبح يقتصر على الربط بين القصص الاخبارية المصورة وتقديم الأخبار القصيرة غير المصورة.

سادساً: ضرورة الاهتمام بالصوت الأصلى **Original Sound** من مواقع الأحداث لإضافة المزيد من الواقعية حيث لم تعد الصورة وحدها المعبرة عن الحدث، وحتى تؤدى دورها المستهدف لابد أن يصحبها ويقترن بها الصوت الأصلى النابع من موقع الحدث والتقليل قدر الامكان من الموسيقى والألحان التي تستخدم في هذا الغرض.

المراجـــع

١ - وزارة الاعلام بدولة الكويت، إدارة البحوث والترجمة، بحث استطلاع آراء المواطنين في بعض برامج التلفزيون، مطبعة الحكومة، فبراير ١٩٩٢، ص ١٦ - ١٧.

٢ - وازارة الاعلام، استطلاع آراء المواطنين حول الآثار النفسية والاجتماعية والتربوية للعدوان على دولة الكويت ودور وسائل الاعلام أبان الأزمة، في المؤتمر الدولى للآثار النفسية والاجتماعية والتربوية للعدوان العراقى على دولة الكويت ٣ - ١٦ أبريل ١٩٩٣م، مكتب الانماء الاجتماعى، الديوان الأميرى، مطبعة النظائر، فبراير ١٩٩٣، ص ١٤٤.

٣ - د. محمد معوض، د. ياسين طه الياسين، موقف المشاهدين في دولة الكويت من القناة الفضائية المصرية بعد التحرير، دراسة تطبيقية، ١٩٩٣، ص ٥٩.

٤ - Schramm, W., Mass Media and national development The role of information in the developing countries, California Stanford University Press, 1964, p. 59 .

٥ - راجع الفصل التاسع والعاشر في د. محمد معوض، المادة الاخبارية في تلفزيون ج. م. ع، دراسة تحليلية لمضمون نشرات الأخبار، دكتوراه، كلية الآداب (قسم الصحافة) جامعة أسيوط، ١٩٨٢م.

- ❑ د. محمد معوض، الخبر التلفزيونى، القاهرة، دار الفكر العربى، ١٩٨٧، ص ١٥٢ - ١٥٦ .
- ❑ JURDI, N., Communication Policies in the state of Kuwait Annals of thefaculty of arts Kuwait University O No0 190, 1993/1994, pp. 1 - 54 .

٦ - د. عبد العزيز الغنام، مدخل في علم الصحافة، الصحافة والاذاعة، انتاج البرامج الاذاعية للراديو والتلفزيون، الجزء الثالث، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٣، ص ١٤٢ - ١٤٣.

٧ - كارولين ديانا لويس، التغطية الاخبارية للتلفزيون، ت. محمود شكرى العدوى، مراجعة وتقديم سعد لبيب، القاهرة، المكتبة الاكاديمية، ١٩٩٣، ص ١٦٥.

٨ - إبراهيم وهبى، الخبر الاذاعى، القاهرة، دار الفكر العربى، ص ٧٠.

٩ - David Dary.T.V. News Handbook, TAB Books, USA, 1971, p. 91.

١٠ - Jurdi, op. cit, pp. 1 - 54 .

١١ - د. محمد معوض، الخبر في وسائل الاعلام، القاهرة، دار الفكر العربى، ١٩٩٤، ص ١٤ .

١٢ - المرجع السابق، ص ٦٧.

١٣ - د. محمد معوض، الخبر التلفزيونى، مرجع سابق، ص ٨٣.

١٤ - المرجع السابق، ص ١٨٨ - ١٨٩.

١٥ - مايكل أبند، كيف تجعل الصور أخبار التلفزيون أسهل فهما ؟ محاضرة مطبوعة للعاملين في أخبار التلفزيون المصرى (استنسل) غير منشورة، ص ١٨.

١٦ - د. محمد معوض، دور التلفزيون العربى في التنمية الاجتماعية في الريف المصرى، دراسة تطبيقية على بعض قرى الريف المصرى (ماجستير)، كلية الاعلام، جامعةالقاهرة، ص ١٤٥.

❑ د. محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيونى، دار الفكر، ١٩٩٤، مرجع سابق، ص ١٨٥ - ١٨٦.

١٧ - Adams, W. Schreibman, Fay, Editors, Television Networks, News, Issues in content Research, George Washington universty, U.S.A. 1978, p. 90 .

١٨ - Fang E, Irving, Television News, Second Edition, Hasting N.Y., 1976, p. 67 .

١٩ - د. محمد معوض نصر، أخبار التلفزيون، (١٠) سلسلة بحوث ودراسات تلفزيونية، الرياض، جهاز تلفزيون الخليج، ١٩٨٤، ص ٧٧.

٢٠ - Imam, Ebrahim, The langue of Journalism, Cairo, Dar El Nahda Al ARABI, 1969, pp. 29 - 32 .