

التلقي التلفزيوني في العالم العربي بعد انتشار الميديا الجديدة

Television reception in the Arab world after the spread of new media

عبد الرزاق حموش

جامعة 8 ماي 1945-قائمة (الجزائر) hammouche.abderezak@yahoo.com

تاريخ النشر: 2022/06/01

تاريخ القبول: 2022/04/02

تاريخ الاستلام: 2021/11/19

ملخص:

عرف العالم العربي ظهور وانتشار الميديا الجديدة خلال فترة ليست بالبعيدة. لكن الخصوصيات الكثيرة التي تتمتع بها محتوياتها الرقمية، جعلتها تستقطب إليها جماهير متزايدة العدد باستمرار. كما أصبحت المضامين التي تنقلها وسائط الميديا الجديدة منافسا قويا لتلك التي تنتشر في وسائل الإعلام الكلاسيكية المعروفة سابقا.

حيث أدت البيئة الرقمية وظهور الميديا الجديدة إلى خلق واقع مختلف، وتحديات أحدثتها سلطة الجمهور المتلقي في الاختيار، من خلال انتقاء المضامين التي تتناسب مع خصوصياته وانشغالاته وتلبي اشباعاته وميولاته، بدل الكثافة المفرطة للمواد السمعية البصرية التي أصبحت تتشابه أو تتكرر عبر قنوات تلفزيونية فضائية لم يعد من الممكن حصرها أو المداومة على متابعتها.

الكلمات المفتاحية: التلفزيون، التلقي، الميديا الجديدة.

Abstract:

Arab television production has developed over successive periods, and has known great successes in this field. It Has become The most popular content and an important economic source.

Television satellite channels have become increasingly popular with increased satellite broadcasting. Especially after the increase of broadcast satellites and digital transmission stations. The emergence of major media empires

Partnership with foreign expertise .to increase television production in both quantity and quality.

The digital environment and new media have created a different reality .Where the public can choose the content that suits his specificities and desires. Rather than similar and repetitive content that is impossible to follow it.

Keywords: Television, Audience, New Media

*المؤلف المرسل

1. مقدمة :

شهدت المضامين التلفزيونية العربية تحولات عديدة عبر مراحل متتالية، سجلت في أغلبها إنجازات كثيرة في مختلف مجالات هذا الميدان، باعتباره موردا اقتصاديا هاما لدى الكثير من الدول . وفي الوقت الذي اتجهت فيه الصحف إلى مخاطبة النخب المثقفة في مجتمعات تتميز بانتشار الأمية فيها، وجنحت الإذاعات إلى المحلية والقطرية، فإن الانتاج التلفزيوني والسينمائي صار المضمون الأكثر انتشارا ورواجا، حيث عرفت البيوت العربية غزوا للأفلام والمسلسلات، وشتى أشكال البرامج المنتجة في المؤسسات الإعلامية، كما شهد الفضاء العربي موجة الظهور الكثيف للقنوات التلفزيونية الفضائية ، خاصة بعد توسع بث محطات الإرسال الرقمية والأقمار التي أصبحت تشتمل على حزم أكبر ونطاق أوسع للتغطية من الناحية الجغرافية، كما أدى ظهور المؤسسات والامبراطوريات الكبرى، ونقل التكنولوجيا والشراكات الفاعلة مع الخبرات الأجنبية، إلى تغير كبير في حجم الانتاج كما ونوعا .

وقد أدى ظهور الميديا الجديدة والبيئة الرقمية إلى خلق واقع جديد وتحديات أحدثتها سلطة الاختيار للجمهور المتلقي، بسبب إتاحة انتقاء المضامين التي تتناسب مع خصوصياته وميولاته، وتعمل على إشباع حاجاته، كبديل عملي عن الكثافة المفرطة للمضامين السمعية البصرية المتشابهة أو المكررة عبر قنوات تلفزيونية عديدة، لم يعد من الممكن المداومة على متابعتها بنفس الوتيرة .

2. خطوات تطور الإنتاج التلفزيوني العربي

تميز الانتاج التلفزيوني بتغيرات سريعة عبر فترات ، تميزت كل منها بسمات ومعالم مغايرة . ويبد أن العالم العربي عرف ظهور التلفزيون في خمسينات القرن الماضي . والبث الفضائي مع بداية التسعينات منه، فإن حاجة تلك المؤسسات الإعلامية إلى المضامين التي تشملها البرامج بقيت في ازدياد مطرد .

1.2 معالم ظهور الانتاج التلفزيوني العربي

بدأ البث التلفزيوني في العالم العربي في خمسينات القرن العشرين نتيجة الظروف التي كانت تعيشها المنطقة آنذاك، حيث " كان العراق أول بلد عربي شهد ولادة تلفزيون رسمي ببث منتظم داخل أراضيه في العام 1956 " (موقع الجزيرة نت ، 2014) . ومنذ تلك الفترة توالى ظهور وانتشار المحطات التلفزيونية تباعا ، وعلى الرغم من أن هذه الوسيلة الإعلامية ظهرت متأخرة نسبيا في العالم العربي، إلا أنها تمكنت من استقطاب جماهير كبيرة، غادرت إليها من السينما والإذاعة والصحافة، بفضل جاذبية وحيوية الصوت والصورة، وتوفر بدائل الاستقبال بمجرد توفر الأجهزة الخاصة بذلك .

ومن أهم العوامل التي ساعدت على دفع وتيرة الإنتاج التلفزيوني العربي ما يأتي:

- التطور السريع الذي شهدته السينما في مصر وبعض البلدان العربية بدرجات

أقل ، وهو ما وفر مادة إعلامية مهمة دخلت ضمن البرامج التلفزيونية اليومية.

-التجربة الرائدة للإنتاج المسرحي في المشرق العربي خصوصا ، مما شكل أرضية قوية للإنتاج التلفزيوني للمسلسلات، ومختلف الأعمال الدرامية . إضافة إلى أن المدارس المسرحية قدمت العديد من الأسماء اللامعة في مجالات الإخراج، والتمثيل والتنشيط وكتابة السيناريو . وهي المهن الرئيسية التي يحتاجها التلفزيون . فضلا عن التطور المتسارع والموازي في بقية الفنون والمجالات ذات الصلة كالموسيقى والطرب ...

- تعزيز الاستفادة من الخبرة التقنية التي راكمتها السينما في مجالات التصوير

والمونتاج والميكساج ، وهندسة الإضاءة و الصوت ، وكافة الوظائف الهامة

والمساعدة التي يحتاجها التلفزيون .

- استعانة بعض المؤسسات التلفزيونية العربية بالخبرة الأجنبية والغربية تحديدا .

- بروز أعلام وأسماء عربية عديدة ، تكونت في الخارج من المخرجين والممثلين

ومقدمي البرامج .

- تدفق الأموال من شركات الإنتاج التي استثمرت بقوة ملحوظة في هذا الميدان المريح ، مع توافد الرساميل من الدول الخليجية الغنية . مما ساعد على تطور الإنتاج التلفزيوني كما ونوعا وكفاءة وتجهيزا.

-الدعم القوي من عديد الحكومات الجهات الرسمية في العالم العربي لمؤسسات التلفزيون ، باعتبارها أحد أهم رموز السيادة الوطنية والقومية .

2.2 تطور وتيرة إنتاج المضامين التلفزيونية العربية

شهد العالم العربي وتيرة متسارعة جدا لانتشار الفضائيات التلفزيونية، بداية من تسعينيات القرن الماضي، بعد أن كانت التلفزيونات ذات البث المحلي مجرد مؤسسات رسمية تابعة للقطاع العام، كما كان ينظر لها على أنها الشكل الأفضل للإعلام الثقيل والمؤثر ، مخاطبة الجماهير في أي بلد عربي حسب المنظور الضيق لوظيفتها.

ويؤكد الدكتور سامي الشريف بأن: " الدول العربية كانت من أوائل رواد البث الفضائي في المنطقة والعالم ومنذ منتصف الثمانينات من القرن الماضي، إلا أنها احتاجت لمزيد من السنوات لتتخذ قرارها واستعداداتها لإطلاق فضائياتها، ودخولها فعلا نادي البث التلفزيوني المباشر مع بداية التسعينات منه، وذلك بهدف مواكبة التطور الهائل الذي تشهده قنوات الاتصال الإعلامي في المجتمعات المتطورة، ومنافسة البث الفضائي الوافد إلى المنطقة، وهذا كله أدى إلى زيادة الاهتمام الرسمي والحكومي من جهة رافقه اهتمام الهيئات والشركات الخاصة من جهة أخرى" (سامي الشريف، 2004 ، ص 69).

ولو دققنا في فوائد ذلك " لأمكن القول إن المشاهد العربي تحرر نوعا ما من قبضة الفضائيات الأجنبية التي كانت، ومازالت تنافس كل وسائل الإعلام العربية، وكانت إلى وقت قريب المتنفس الوحيد الذي يعود إليه الرأي العام العربي لمعرفة ما يحدث في الوطن العربي والعالم، من وجهة نظر غربية" (حمدي محمد الفاتح، 2014، ص45).

وقد قسم أمين سعيد عبد الغني القنوات الفضائية الأسلوب المتبع في الانتاج التلفزيوني إلى :

-قنوات فضائية تتولى بنفسها إنتاج ما تريده من مضامين بالاعتماد على مراكز انتاجها الخاصة .

-قنوات فضائية تلجأ إلى ما يسمى بالمنتجين المنفذين، حيث يتم تكليف مؤسسات أو شركات خاصة بالإنتاج ، من أجل ما تحتاجه القناة من مواد إعلامية، ورغم ذلك يبقى هذا الأسلوب غير كاف لملاأ ساعات الإرسال الطويلة، مما دفع بعض الفضائيات إلى عرض مضامين قديمة، وانتاج برامج مسابقات جماهيرية ، والتركيز على تقديم خدمة إخبارية متميزة (أمين سعيد الغني ، نقلا عن ليندة مسعود ضيف، 2015 ، ص 12).

وعموما فقد اعتبر البث الفضائي، دافعا قويا لتطور الإنتاج التلفزيوني في العالم العربي بعد اتساع نطاقه وزيادة الإقبال عليه من الجماهير المنتشرة في رقعة جغرافية واسعة .

3.2 أهمية التعاون الدولي في الترويج للإنتاج التلفزيوني العربي

يؤكد الدكتور رضوان بلخيري بأن العرب كانوا " بحاجة لمن يخطو الخطوة الأولى باتجاه تأسيس قناة فضائية عربية بلغتنا، تعبر عنا وتنقل صورتنا إلى الآخرين، فكانت تجربة قناة (MBC) التي بدأت بثها من لندن لتكون بذلك أول قناة فضائية عربية " (رضوان بلخيري، 2014، ص 128)، ظهورا مطلع تسعينات القرن العشرين . لتدشن بذلك مرحلة جديدة من الإنتاج التلفزيوني تميزت بما يأتي :

- الاستفادة القصوى من التقنية والخبرة الغربية في مجال العمل التلفزيوني .

الراحة المالية ووفرة الإمكانيات التي ساعدت على استقطاب الكفاءات من مختلف الأقطار العربية .

-تسارع وتيرة الاستثمار الخاص وزيادة حدة المنافسة التجارية بين القنوات التلفزيونية الخاصة .

- تدفق الإعلانات التجارية التي شكلت موارد هائلة للمؤسسات التلفزيونية ساعدها على تطوير وتحسين نوعية إنتاجها واستقطاب المزيد من المشاهدين، والمزيد من المعلنين تبعاً لذلك .

كما سمحت الشراكة الدولية في مجال الإنتاج التلفزيوني إلى تنوع مضامينه، والرفع من طاقاته وكفاءة العمل به، بفضل التكنولوجيات الحديثة التي دخلت فيه . وقد عرفت الكثير من المؤسسات التلفزيونية العربية شراكات ناجحة إضافة لتجارب مجموعة (MBC) ، و (ART) و "أوربيت " .

ومن مظاهر التعاون المثمر مشروع الإنتاج التلفزيوني العربي الأوروبي المشترك بين الضفاف ، الذي ينفذ بتعاون وشركة مع المؤتمر الدائم للوسائل السمعية البصرية للبحر المتوسط (COPEAM) حيث شرع خلال عام 2020 في تنفيذ الصيغة الجديدة بعنوان :

الاستدامة .. صناع التغيير بمشاركة 14 هيئة تلفزيونية عربية وأوروبية ، وقد تم تنظيم الورشة عن بعد عبر تطبيق ZOOM نظراً للظروف الاستثنائية التي فرضتها جائحة كورونا (ASBU ، 2020 ، ص 07)

هذا و عرفت حركة الترجمة والدبلجة إلى اللغة العربية إقبالا كبيرا من طرف العديد من المؤسسات التلفزيونية العربية التي أبرمت اتفاقات تجارية مهمة مع شركاء من المكسيك والبرازيل والولايات المتحدة وكوريا والهند وباكستان وتركيا ... في مجال المسلسلات والأعمال الدرامية والسينمائية . واليابان وإيطاليا وفرنسا وبريطانيا والمانيا واستراليا وعديد المؤسسات الغربية في مجالات الرسوم المتحركة وبرامج الأطفال والكوميديا ، وبرامج التسلية والترفيه .

3. طبيعة المتلقي للمضامين التلفزيونية العربية

يتميز الجمهور المتلقي للمضامين التلفزيونية بعدد الخصائص التي أصبحت تأهله لأداء أدوار أكثر فاعلية على تحسين أداء المحطات التلفزيونية، في ظل المنافسة القوية على استقطاب هذا الجمهور . ويسري ذلك - بكل تأكيد على ما تنتجه التلفزيونات في العالم العربي ، حيث تبرز عدة خصائص لهذا الجمهور نذكر منها :

- خصوصية البيئة والمؤسسات الاجتماعية المساهمة في تكوين وتنشئة هذه الجماهير

- الوضع الاقتصادي المتباين بين الدول العربية ، والذي يخلق تباينا في امكانيات البث والانتاج والاستقبال

- المستوى التعليمي وعادات المشاهدة المنتشرة بين الجماهير العربية التي إلى الثقافة الشفهية والمضامين التلفزيونية الجاهزة أكثر من ميلها إلى القراء أو المضامين الجادة .

- التقارب اللغوي والثقافي الذي يساهم في رواج أغلب المضامين المنتجة في التلفزيونات العربية بسهولة ومرونة أكبر ، حتى مع استعمال اللهجات المحلية بدل اللغة الفصحى في مختلف البرامج والأعمال الدرامية .

- توفر التقنيات المتطورة للبث والانتاج في العديد من التلفزيونات العربية ، وامتلاك أحدث أجهزة الاستقبال من قبل الجماهير .

- الاختلاف الواضح في مستوى وكم الانتاج التلفزيوني بين البلدان العربية ، مما يعطي لبعض الشركات والمؤسسات المنتجة أفضلية واستقطابا أكبر لجماهير واسعة .

- الكثافة الكبيرة لعدد القنوات الفضائية العربية مما يزيد المنافسة ، وتزكية سلطة الجمهور المتلقي

- وجود تدفق إعلامي بالغ الضخامة ، خاصة من أوروبا في الضفة المحاذية للعالم العربي ، وازدياد أعداد الجاليات المقيمة في هذه البلدان ، مما يخلق شكلا آخر للمنافسة ، وتهديدا للخصوصية والهوية .

ومن هنا فإن الجماهير العربية المتلقية للمضامين والمنتجات التلفزيونية تتميز عن نظيراتها في المناطق الأخرى ، وهو ما يفرض على المنتجين والمؤسسات التلفزيونية أنماطا مختلفة من البرامج والمضامين التي تراعي هذا الخصوصيات ، وتقاوم التدفق الإعلامي الغربي بالخصوص الذي يهدد الهوية العربية ككل .

4. أثر الوسائط الجديدة للإعلام على مكانة المتلقي العربي

يعتبر الإعلام السمعي البصري عموما قوة تأثيرية بالغة الأهمية على جمهور المتلقين حيث برز ذلك جليا في الأبحاث الإعلامية التي أجريت بداية القرن الماضي ، بعد الحادثة الشهيرة في نيويورك بالولايات المتحدة سنة 1938 بعد بث حصة على محطة (CBS) الإذاعية ، حيث : " كان المذيع أرسون ويلز مرتبكا ومتوترا وهو يتحدث عن مركبة فضائية غريبة الشكل هبطت على أطراف المدينة .. وقد أصيب الناس بحالة ذعر عارمة فشرع البعض يتلون الصلوات ، وهم يبكون ، وسارع البعض إلى سياراتهم هارين بما استطاعوا حمله من أمتعتهم ، والتأم شمل العديد من العائلات ، إما للبحث عن سبيل للنجاة أو للوداع في اللحظات الأخيرة ، وتلقت مراكز الشرطة ، ووسائل الإعلام آلاف الاتصالات التي تحاول الاستفسار أو الاطمئنان ...تبين أخيرا أن ما تبثه إنه هو عمل فني (مسرحية) مستوحاة من رواية باسم (حرب العوالم) " (أحمد فهيم ، 2014 ، ص06) .

لقد بينت على أساس ذلك مرجعية فكرية كاملة حول التأثير المطلق لوسائل الإعلام ، وهي التي تم التراجع عنها تدريجيا في كافة الأعمال البحثية اللاحقة التي بدأ تميل شيئا فشيئا للتأكيد على سلطة المتلقي في الإدراك والانتقاء ثم التفاعل مع المصدر ودفعه لتغيير مضمونه، وصولا إلى قدرة كل فرد من الجمهور أن يتحول إلى مشارك ومعلق ومنتقد ثم

منتج للمحتوى و مصدر لترويجه ، بعدما أتاحتها الميديا الاجتماعية على الشبكة العالمية من إمكانيات في هذا السياق .

ومن أبرز مظاهر سلطة المتلقي في عصر الميديا الجديد ما يأتي :

حرية الاختيار: فقد زادت سلطة المتلقي على انتقاء المواد التلفزيونية والسمعية البصرية بما يتلائم مع وقته واهتماماته وإشباعاته ، وتحول جهاز التحكم عن بعد (الريموت) وسيلة قوية في يد المشاهد للقضاء على كافة جهود واستثمارات ، وسمعة برامج قناة تلفزيونية معينة بمجرد تغيير المحطة .

1.4 قوة المنافسة: فازدياد عدد القنوات الخاصة والحكومية، وزيادة الانتاج التلفزيوني والمضامين التي تبثها على مدار اليوم، خلق منافسة شرسة بين القنوات العربية التي أصبح كل منها يسعى لنيل رضى المشاهد بما يتبع ذلك من تأثير على مصير القناة واستمرارها .

2.4 تنوع الدعامات : فالأجهزة المحمولة واللوحية والرقمية ، وكافة التكنولوجيات الحديثة في مجالات الاستقبال، أعطت للمشاهد طلاقة في تلقي المضامين عبر مختلف الأجهزة بدل الاكتفاء بهوائيات الالتقاط التقليدية، كما أن قدرات التخزين الرقمية التي ارتفعت إلى مستويات قياسية مكنت المستخدم من الرجوع إلى المحتوى متى شاء، وهو مأخذ حيزا كبيرا من وقت مشاهدة التلفزيون .

3.4 تغير الأدوار : بعد المرحلة التي أصبح المشاهد مشاركا في انتاج المحتوى التلفزيوني، من خلال الفيديوهات التي يرسلها للقنوات لأغراض إخبارية أو ترفيهية أو لنقص الامكانيات وعدم قدرتها للوصول إلى مصدر الحدث في الوقت المناسب، أو لتقليل التكاليف، فقد دشن البودكاستينغ أو التدوين المرئي عصر جديدا من سلطة المتلقي وتراجع مكانة التلفزيون، حيث تحول المشاهد إلى مصدر للمواد السمعية البصرية التي ينتجها عن طريق التطبيقات والبرمجيات والتجهيزات الرقمية المتوفرة، ويبثها على اليوتوب وبقية

مواقع التواصل الاجتماعي، وبعد أن تحدث المختصون قبل سنوات قليلة عن المواطن الصحفي، أصبحنا نشهد عصر المواطن القناة . أو تلفزيون المواطن .

4.4 انقلاب الأذواق : فالمادة التقليدية فقدت الكثير من بريقها السابق في عصر الميديا الجديدة بعد أن تغيرت أذواق ومزاجات المشاهدين، وأصبحوا يميلون للمضامين الشخصية التي تنشر على مواقع التواصل الاجتماعي، أو البرامج المسجلة التي تخلوا من إزعاج الإعلانات واستغلال تشويد المشاهد .

5. معالم التعاون بين عربي في مجال الإنتاج التلفزيوني :

هناك الكثير من الدلائل الميدانية على وجود تعاون عربي مشترك في مجال تطوير أداء الانتاج التلفزيوني مع ما يرافق ذلك من تصدي لغزو الإعلام الغربي الوافد، والذي تعدى كل الخطوط والحدود اللغوية والثقافية والأخلاقية، وتغلغل في الجسم العربي وعمل على تفكيك أواصره . وهو ما ظهر جليا في حركية ما سمي بالربيع العربي، حيث استطاعت بعض القنوات الغربية الموجهة والناطقة باللغة العربية توجيه الشباب العربي وقيادة المنطقة لحالة من الفوضى تحت مبررات نشر الديمقراطية وحقوق الإنسان وتغيير الواقع الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والثقافي .

وقد تم انشاء هيئة سهرت على توحيد هذه الأهداف ممثلة في اتحاد إذاعات الدول العربية، حيث يمكن تلخيص أبرز أهدافها "في مجال البرامج التلفزيونية التي يمكن إنتاجها بصورة مشتركة أو تبادلها بين الهيئات الأعضاء .

وفي تقرير الهيئة لعام 2020 حول الإنتاج العربي المشترك أكدت بأنه " سعيا إلى دعم التعاون العربي في مجال التلفزيون ، وتعزيز المشاريع في مجال الإنتاج المشترك واصل الاتحاد تنفيذ الإنتاج العربي المشترك ، حيث تم استكمال الصيغة 03 تحت عنوان : (الإنترنت وتأثيرها على المجتمعات العربية) ، بمشاركة 05 هيئات عربية في تونس

وسلطنة عمان ومصر والمغرب واليمن (ASBU ، تقرير 20 ، ص 07)

وقد برزت العديد من الدلائل من خلال التقارير السابقة التي أصدرتها الهيئة على الخطورة التي أصبحت تشكلها الميديا الجديدة على مكانة الإنتاج التلفزيوني ، بعد زيادة سلطة المتلقي بفضل الإمكانيات الكبيرة والخيارات الكثيرة التي أصبحت متاحة له في عصر تطور التقنية الرقمية . رغم التطور السريع لعدد الفضائيات العربية التي ازداد عددها بشكل ملحوظ .

بينما يلاحظ اتجاه هذه القنوات التلفزيونية الفضائية العربية نحو التناقص ابتداء من سنة 2014 أي أغقت 26 قناة أبوابها ، لأسباب كثيرة : مالية وقانونية وسياسية أحيانا ، لكن السبب الأبرز هو عزوف المشاهد العربي عنها ، واتجاهه أكثر نحو استخدام الميديا الجديدة ، وهو ما بدأ يتضح أكثر سنة 2015 أين التحقت 64 قناة بهذا الركب و 108 سنة 2016 ، وبالتالي فإن الفضاء العربي فقد ما مجمله 198 قناة خلال ثلاث سنوات (ASBU، 2019 ، ص 13)، وهو يدل بوضوح على بداية فقدان التلفزيون فعليا لمكانته على الساحة العربية .

وفي مقابل ذلك يتجه المتلقي في العالم أكثر فأكثر نحو استخدام الشبكات الاجتماعية وعلى رأسها الفيسبوك واليوتوب الذي أصبحت قنواته ومضامينه تنافس التلفزيونات بشكل واضح .

وقد كشفت البيانات الصادرة عن الشركة الإعلامية (We Are Social) ومنصة إدارة حسابات التواصل الاجتماعي (Hootsuite) سنة 2019 ، عن تجاوز عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في جميع أنحاء العالم حاجز الأربع مليارات شخص (<https://www.hootsuite.com/resources/digital-trends> ، 2019)، وفيما يلي نرصد مجموعة من الأرقام توضح عدد مستخدمي الأنترنت في العالم ومعدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وغيرها من الحقائق الأخرى.

بينما كانت شبكة أليساكا لترتيب المواقع قد أكدت سنة 2014، أن :
31 هي عدد البلدان التي يقدم لها يوتيوب نسخة مخصصة لتلك البلاد ، ومن ضمنها سبع دول عربية.

45 هي عدد اللغات التي يدعمها الموقع ومن بينها العربية.
830,000 هي عدد مقاطع الفيديو التي يتم رفعها إلى الموقع كل يوم.
150,000 هو عدد الأفلام التي تستطيع يوتيوب إنتاجها كل أسبوع بسبب وفرة المحتوى والخامات لديها، علماً أن هوليوود لا تستطيع سوى إنتاج 5 أفلام فقط كل أسبوع (موقع YouTube.com/charts، 2014) وهي الإحصائيات التي بقيت تتضاعف بمعدلات قياسية إلى غاية يومنا الحاضر، وهو ما جعل الكثير من المنظمات الدولية والمهنيين والباحثين المختصين يتحدثون صراحة عن مستقبل غامض للتلفزيون في خضم هذه المعطيات ، بعدما دار النقاش سابقا عن مستقبل الإعلام الورقي .

والمتابع لإحصائيات موقع اليوتيوب خلال فترة جائحة (COVID-19) ، يدرك تماما تضخم حجم المشاهدات اليومية لمقاطع الفيديو المنشورة وترتيبها عالميا وعربيا . حيث ترتب معظم المواقع المختصة في هذا المجال العالم العربي في المراتب الأولى من حيث ساعات مشاهدة الفيديو على مواقع التواصل الاجتماعي ، وعلى اليوتيوب تحديدا . مما يعتبر مؤشرا على استحواذ الميديا الجديد على حيز متزايد من وقت المتلقي الذي أصبح يملك سلطة أكبر تجاه الانتاج التلفزيوني في هذه المنطقة .

6. خاتمة :

من خلال الدلائل الميدانية التي عرفتها سنوات بداية الانتشار الواسع للميديا الجديدة يتضح أن المشاهد العربي لم يعد - كغيره من في بقية أرجاء العالم - مجرد متلقي سلبي لما يبث على شاشات التلفزيون والفضائيات العربية بعد أن اقتحمت الميديا الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي جل المساحات المتوفرة سابقا من وقته واهتماماته .

فالأجهزة اللوحية المحمولة والتطبيقات والأجهزة عوضت بسرعة كبيرة جهاز التلفزيون وحولت المتلقي إلى منتج للمحتوى ، كما غيرت الكثير من عاداته وأنماطه الاستهلاكية ولم تترك حيزا كافيا للتلفزيون الذي كان غلى وقت قريب يعتبر امبراطور وسائل الإعلام.

لكن كل ذلك يطرح انشغالا رئيسا يتمثل في طبيعة المضامين التي يتلقاه أو يبثها أو ينشر المستخدم العربي للميديا الجديدة ، والتي خرجت عن حدود السيطرة والضوابط القانونية والأخلاقية ، في ضل السلطة القوية التي أصبح يملكها المتلقي في وقتنا الراهن .

قائمة المراجع :

المؤلفات

1- بلخيري ، رضوان (2014): مدخل إلى الإعلام الجديد .. المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، جسور للنشر والتوزيع ، الجزائر

2- بورديو ، بيير ، ترجمة الحلوجي، درويش(2004): التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول ، دار كنعان ، دمشق

3- الحمامي، الصادق (2012): الميديا الجديدة ..الابستولوجيا والإشكاليات والسياقات ، المنشورات الجامعة بمنوبة ، تونس .

4- سعيد الغني ، أمين ، نقلا عن ليندة مسعود ضيف(2015) : الإعلام الإخباري في الفضائيات " الجزيرة والعربية أنموذجا" ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان، الأردن .

5- الشريف، سامي(2004): الفضائيات العربية..رؤية نقدية ،دار النهضة العربية ، القاهرة، 2004 .

6- شطاح، محمد(2006): قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا ، دار الهدى ، الجزائر.

7- فهي، أحمد(2014): هندسة الجمهور .. كيف تغير وسائل الإعلام الأفكار والتصرفات ؟، مركز البيان للبحوث والدراسات، الرياض.

8- قسايسية، علي (2012): جمهور وسائل الاتصال ومستخدموها من المتفرجين إلى المبحرين الافتراضيين الورسم للنشر والتوزيع ،الجزائر.

المقالات :

9- محمد الفاتح ، حمدي(نوفمبر 2014): البث الفضائي العربي..الواقع الراهن واستشراف المستقبل، المستقبل العربي مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، عدد 417 .

مواقع الأنترنت :

10.التقرير السنوي حول البث الفضائي العربي لسنة 2016 ، متوفر على رابط اتحاد إذاعات الدول العربية على الرابط :

http://www.asbu.net/medias/NewMedia_2017/text/asbusatreport

(تاريخ الزيارة : 2020/08/12)

11- احصائيات موقع اليوتيوب لسنة 2014 على الرابط:

<https://artists.youtube.com/charts/tracks?hl=fr/13/08/2014>

(تاريخ الزيارة : 2019/10/28)

/التلفزيون-العربي-2014/12/17-البرامج/البرامج-الخاصة/12aljazeera.net/programs/al-jazeeraspecialprograms/2014/12/17-

البدايات (تاريخ الزيارة : 2021/11/01)

13- التقرير السنوي لاتحاد الإذاعات العربية (ASBU) متوفر على الرابط :

<https://asbu.net/ar> (تاريخ الزيارة : 2021/11/01)

14 – منصة إدارة مواقع التواصل الاجتماعي ، متوفر على الرابط :

<https://www.hootsuite.com/resources/digital-trends> .(2019)

(تاريخ الزيارة : 2021/10/08)

ملاحظة: قدم الباحث سابقا أجزاء من هذا المقال ضمن تظاهرتين علميتين غير منشورتين في مجلات أخرى ، وهما:

-الملتقى الوطني حول تعاطي المخدرات في المجتمع الجزائري بتاريخ : 15 أكتوبر 2018 بجامعة قالمة .

والمداخلة موسومة بـ "تسطيح سلوك استهلاك المخدرات عبر أفلام السينما – دراسة تحليلية لعينة من الأفلام المصرية "

-الملتقى الدولي حول الإنتاج الإعلامي في الوطن العربي ممارسات واقعية ومسؤوليات أخلاقية بتاريخ 27/26 نوفمبر 2018، بجامعة أم البواقي.

والمداخلة موسومة بـ " واقع تلقي الإنتاج التلفزيوني العربي في ظل انتشار الميديا الجديدة "