

خصوصية المشهد التلفزيوني العربي في ظل الحتمية الرقمية وهيمنة منطق السوق.

The Feature of the Arab TV scene under the digital determinism and dominance of market logic

د/ آيت قاسي ذهبية*

ملخص:

عرفت الساحة الإعلامية العالمية انتشاراً واسعاً للقنوات التلفزيونية الفضائية خاصة في المنطقة العربية التي تكاثرت قنواتها بالآلاف... بعد تراجع احتكار الدولة للإعلام، وبالخصوص القطاع السمعي البصري وكذا الثورة التكنولوجية الرقمية التي تعد سلاحاً ذا حدين ففي الوقت الذي ضمنت بثاً تلفزيونياً على وفائق الجودة وبتكاليف منخفضة هددت بتلاشي الميديا التقليدية (الصحافة الورقية ، اذاعة الأثير و كذا التلفزيون) لذا كان من المهم أن نقف عند هذا التزايد الملحوظ للقنوات التلفزيونية العربية من حيث الخصائص ، وطبيعة المضامين التي تعرضها لجمهورها وموقعها ضمن المعادلة التكنولوجية و الربحية التي فرضها منطق السوق و المنافسة.

الكلمات المفتاحية: التلفزيون، الإعلام العربي، الثورة التكنولوجية، منطق السوق.

Abstract:

This study seeks to determine the specificities of Arab television especially after the technological revolution and domination of the commercial logic over the private television channels that benefit from the proceeds of advertising and investment....

This study also tries to know the quality of Arab media content after the social, political and economic changes that most Arab countries have known it...

Key- words: Television – The Arabic media- The Technological revolution-Market logic .

* أستاذة محاضرة بقسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة – جامعة الأغواط: الجزائر.

مقدمة:

عرف الإعلام العربي مؤخراً فتح المجال أمام الاستثمار في الميدان السمعي البصري، مما سمح بإطلاق العديد من العناوين التلفزيونية ففي مطلع تسعينات القرن الماضي مثلاً لم يكن يتجاوز العشرين والثلاثين قناة تلفزيونية بين عمومية وخاصة، وارتفع سنة 2014 ليصل إلى 1320 قناة تلفزيونية 168 عمومية و1152 خاصة (التقرير السنوي، 2014: ص 12). بالإضافة إلى تبني التخصص والخصوصية مما فرض عليها منطوق ربحي تجاري...

أمام هذا الكم الهائل من القنوات التلفزيونية العربية من المهم الوقوف على النوعية في مقابل الكم، على نوعية المضمون بمقابل الشكل، وعلى الهدف ومحل الانتاج المحلي والقومية والهوية في ظل التحولات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي عرفتها المنطقة العربية.

لذا طرحنا السؤال التالي: ما هي خصوصيات المشهد التلفزيوني العربي في ظل التحولات السياسية والاقتصادية والثقافية التي عرفتها المنطقة وأمام الحتمية التقنية والمنطق الربحي الذي أصبح أهم ميزات الإعلام المعاصر؟

أولاً: التلفزيون العربي وتحديات المرحلة:

1- التلفزيون: تحولات عميقة في الشكل و المضمون:

ولعل من الميزات الأساسية التي ميزت المشهد التلفزيوني، ظهور وتعدد القنوات التلفزيونية المتخصصة كنتيجة لتغير الجمهور، وتعدد اهتماماته و ميولاته ونزوعه نحو فردانية التعامل مع الوسيلة الإعلامية ومع المضمون الإعلامي، وأصبح الفرد يستهلك المضامين التلفزيونية بصورة مستقلة عن أي رقابة.

أ- وغير التوجه نحو التخصص في تقديم المحتوى الإعلامي من نمط الاتصال وتغيرت بموجبه النظرة إلى الجمهور، فبعد أن كان موحداً، يتقاسم نفس الأهداف، الآراء، الميولات القيم، التجارب الاجتماعية والعاطفية، أصبح التلفزيون يخاطبه باعتباره فئات اجتماعية متباينة، كل فئة تتميز باهتماماتها الشخصية، هويتها الثقافية وانتمائها اللغوي والديني والعرقى والطائفي وميولها العاطفية، تباين تخصصها المهني والحاجة الثقافية أو النفسية أو الاجتماعية أو المرحلة العمرية، وكل فئة تقدم لها المواد التلفزيونية التي تناسبها (برامج للمرأة، برامج الطفل، الشباب، الرياضة، سينما، منوعات، برامج دينية). (لعياضي، 2016: اشكالات الإعلام في عصر العولمة، <http://www.sironline.org>).

في ظل تلك التحولات بدأت القنوات التلفزيونية العمومية تفقد مكائنها بفقدانها أجزاء من جمهورها، وتوجهه إلى القنوات المتخصصة.

ب- الامر الذي أثر على أسس وبنية البرمجة التلفزيونية التي عرفت تعييرات بفعل تأثير التكنولوجيات الحديثة للاتصال، التي لا يمكن احتزالها فقط في الجانب التقني البحت، كونها أيضاً محدد أساسي للتحولات الثقافية، أعادت بناء أنماط جديدة للتواصل، وأحدثت تأثيرات عميقة في بنية المجتمعات المعاصرة، وغيّرت علاقة الفرد بالمنظومة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية (بودهان، 2014: ص 11 و 12).

وجعلت من الجمهور طرفاً فاعلاً في المعادلة الإعلامية الحديثة، أصبح من خلالها مستخدماً للوسيلة والرسالة الإعلامية، نتيجة ما فرضه الإعلام الجديد من منطق للتفاعلية والتشاركية والتبادل، مما أثر على طبيعة ونمط البرمجة التلفزيونية.

(لعياضي، 2016: اشكاليات الإعلام المعاصر، <http://www.sironline.org>)

أيضاً من السمات الأساسية للمشهد الإعلامي الحديث (ما بعد ثمانينات القرن العشرين)، توجه القنوات التلفزيونية إلى الخصوصية، والتحرر من احتكار الدولة للقطاع السمعي البصري، وأصبح أساس التنافس بينها (القنوات الخاصة) تجارياً بحتاً، يقاس بالحصول على أكبر نسبة مشاهدة لاستقطاب المؤسسات الاعلانية (سوق الجمهور مقابل سوق المعلنين).

الأمر الذي هدّد مرة أخرى مكانة القنوات التلفزيونية العمومية، التي تمّ جرها إلى معترك المنافسة مع القنوات التلفزيونية الخاصة، لأنها أمام حتميتين: إما الالتزام بمبدأ الخدمة العمومية، وبالتالي تخسر جمهورها، أو التخلي عن مبدأ الخدمة العمومية، والدخول في منافسة "شرسة" مع القنوات الخاصة، وهي بذلك تنحرف عن مبدأ الخدمة العمومية، مما أثر على بنية مضمونها ونوعيته. وفرض عليها نمط برمجة تلفزيونية يلتقي مع القنوات التلفزيونية الخاصة في أكثر من نقطة.

ما ميّز أيضاً الساحة الإعلامية، التي تديرها القنوات التلفزيونية المتخصصة والخاصة، استفحال "الثقافة الطافحة"، أو الثقافة الجماهيرية التي رأت فيها مدرسة فرانكفورت تسليعاً و"تصنيعاً للثقافة الأصيلة" التي أنتجت أفراداً معزولين عن بعضهم البعض، مبهورين بالتقنيات والخدع التي يستعملها القائمون عليها، لتضليلهم وخداعهم وامتصاص قدراتهم وتسكين وعيهم النقدي. (لعيافة ، 2003 : ص 124).

2- هيمنة المنطق الربحي على القنوات التلفزيونية:

بالإضافة إلى ظهور نمط جديد خاضع لمنطق اقتصاد السوق، هدفه تحقيق الربح المادي فالأفلام السينمائية، برامج التلفزيون أصبح يغلب عليها الطابع الاستعراضي، مع اكتساح برامج تلفزيون الواقع، التي لم تكنفي بالتجسس على الحياة الخاصة للأفراد، بل دخلت أيضاً، إلى غرف العمليات، ليصبح إجراء العمليات الخطيرة ملهاة، وتسلية للجماهير يتخللها التشويق والمجازفة، وأصبحت القاعدة الأساسية في العمل التلفزيوني تقول: أن البرنامج الذي يحظى بمتابعة جماهيرية واسعة هو البرنامج الناجح. المنطق الربحي فرض أيضاً تلازم الرسالة الإعلامية والاعلانية، فلمشاهد يتعرض للعديد من المضامين والرسائل الإشهارية أثناء متابعته للبرامج التلفزيونية وحتى في محاولات تفاديه للفواصل الإشهاري - الذي يجزأ المادة التلفزيونية إلى أربعة أجزاء أو أكثر - بzapping، استطاعت القنوات التلفزيونية "مداهمة" المشاهد حتى أثناء متابعته للبرنامج باهتدائها إلى ادراج الرسالة الإشهارية في اعلى الشاشة أو في أسفلها أو على الجوانب وحتى الطفل لم يسلم من سطوة الإشهار، فقنواته لا تتوانى في ادراج الرسائل الإشهارية أسفل الشاشة وخلال مشاهدته للبرنامج المفضل.

وأوضحت البرمجة التلفزيونية هي الأخرى "رهينة" الحتمية الإشهارية التي ألزمت القائمين عليها اختيار البرامج التي تلقى أكبر نسبة مشاهدة وعرضها أثناء " وقت الذروة prime time " للحصول على أكبر حصة من سوق الإشهار، وأصبح معيار نجاح البرمجة التلفزيونية يقاس بمدى قدرتها على رفع نسب المشاهدة، وتوسيع حظوظ القناة من سوق الإشهار.

المنطق التجاري الذي تخضع له المؤسسات التلفزيونية، أفرغ المادة الثقافية الفكرية من محتواها الأصيل، وأصبغ عليها الطابع الترفيهي الاستعراضي، لجذب الجمهور بإشراكها في البرامج التلفزيونية، وفرض عليها إنتاج مادة يغلب عليها الطابع الدرامي، وصفت بموجبه الثقافة الجماهيرية ب: "دراما الاتصال"، هدفها تأسيس عالم يقوم على التظاهر والتمثيل والتزييف والخيال، يتقدم فيها الشكل على المحتوى، مع الاعتماد على المؤثرات الصوتية والبصرية.

(لعيفة ، 2003: ص ص 52 - 53).

3- التلفزيون و التكنولوجيا الحديثة للاتصال:

وبالعودة إلى التكنولوجيا الحديثة للاتصال، وجدت القنوات التلفزيونية نفسها في سعيها للتموقع داخل بيئة إعلامية جديدة، مطالبة بضمن السرعة في تقاسم المعلومات والأخبار (رغم تأثير ذلك على دقتها وموضوعيتها)، مما طرح إشكالية غياب المصدر.

أ- الأمر الذي يتطلب تحييد إمكانيات مادية وبشرية كبيرة هذا من جهة، من جهة أخرى لم يعد الإعلام من مهمة المؤسسات الإعلامية التقليدية. بل أخذت مؤسسات أخرى على عاتقها عملية إنتاج الإعلام وتخزينه وتوزيعه مما طرح إشكاليات أخلاقية وأدبية وقانونية في ممارسة العمليتين الإعلامية والاتصالية. (لعياضي، إشكاليات الإعلام المعاصر، <http://www.sironline.org>).

ب- هناك إشكالية أخرى تطرح في ذات السياق وهي تأثير التكنولوجيا الحديثة للاتصال فيما يخص المراقبة التشريعية على الممارسة الإعلامية. (لعياضي، إشكاليات الإعلام المعاصر، <http://www.sironline.org>).

رغم أن هناك من يرى بتلازمة العلاقة التبادلية مثلاً بين التلفزيون العمومي والإعلام الجديد، المتمثل في شبكة الانترنت التي أصبحت المضامين التلفزيونية مادتها الخام، بل يساهم في تطوره، على عكس ما كان يروج لفكرة تهميد اليوتيبيللتلفزيون، بل يعتبر في الحقيقة شكلاً جديداً لتوزيع المواد التلفزيونية. (الحمامي، 2009: ص 28)

كل ما ذكرناه آنفاً كان حول حاضر الوسيلة الإعلامية (التلفزيون) في ظل التكنولوجيات الحديثة، وكيف تتحكم في بناء مضمون الوسيلة الإعلامية وشكلها، وكيف تحالفت مع المنطق الاقتصادي لتغيّر مضمون الوسيلة الإعلامية وهنا المقصود " البرمجة التلفزيونية " التي تأثرت بمهدين المتغيرين.

4- التلفزيون يرهن جمهوره مقابل عائدات الإشهار:

بقي لنا الوقوف على جمهور التلفزيون الذي لم يسلم هو الآخر من تأثير التكنولوجيات الحديثة للاتصال، التي أدخلته في علاقة تبادلية مع الوسيلة الإعلامية (التلفزيون)، في سعيها لجذب أكبر عدد ممكن من المشاهدين للحصول على أكبر نسبة مشاهدة، وبالتالي ضمان حظّها من الإشهار، بعرض المضامين التي تستهوي الجماهير عبر الاعتماد على دراسة سبر الآراء لمعرفة الخصائص الثقافية والاجتماعية والسوسيو ثقافية والسياسية والنفسية للجمهور... وعليه

فالهدف المباشر هو الحصول على أكبر نسبة مشاهدة وغير المباشر، هو توسيع سوق المعلنين، فالجمهور هنا ليس غاية في حد ذاته و إنما هو فقط وسيلة .

هنا استسلمت القنوات التلفزيونية لجمهورها مقابل تحقيق ما ذكرناه آنفا، و قد لعبت التكنولوجيات الحديثة للاتصال دوراً في ذلك، من خلال فتح المجال أمام المشاهد للتعليق على البرامج التلفزيوني وابداء رأيه فيها، وحتى اختيار البرامج التي يريد مشاهدتها على شاشة التلفزيون، وتوقيت بثها بما يتلاءم مع اوقات فراغه .. وهناك من القنوات التلفزيونية من اعطت للمشاهد الفرصة لإكمال سيناريوهات بعض المسلسلات والاعمال الدرامية.

5- التكنولوجيات الحديثة تصنع جمهوراً من نوع آخر:

صنعت أيضا التكنولوجيا الحديثة للاتصال أهم خاصية في الجمهور الحالي للتلفزيون وهي السرعة، نتيجة خصائصها (الجمهور الآن أصبح جمهوراً أنياً يبحث عن المادة التلفزيونية المختصرة والسريعة، وفي احسن الظروف ودون بذل أدى جهد، نتيجة انتشار الهواتف الذكية واللوحات الالكترونية وغيرها، فأصبح بإمكانه متابعة برامج المفضلة والاستفادة من خدمات معينة (آخر الأخبار، الاحوال الجوية ... مواقيت الصلاة ، الافطار في أي مكان أو زمان)، ويمكنه ايضا متابعة حلقات من مسلسلاته المفضلة قبل عرضها على شاشة التلفزيون، بالإضافة إلى السمات الاخرى للتكنولوجيا الحديثة للاتصال :التحديث والشخصنة. التي فرضت على التلفزيون أن يسايرها ليضمن اقبال الجمهور على قناته الذي أصبح هو من يبني شبكتها البرمجية.

في الجزائر التي يعرف قطاعها السمعي البصري أول خطواته في ظل تعددية القنوات وتنوع الملكية، وتباين التوجهات والمضامين التي بقيت لعقود حكراً على الدولة الجزائرية وانحصرت وظيفتها في الدعاية السياسية وتمير خطابات النظام الحاكم.

قبل وبعد المصادقة على قانون الإعلام الجديد ظهرت العديد من القنوات التلفزيونية الخاصة، التي رسمت خارطة تلفزيونية جديدها، حولت عبرها موازين نسب المشاهدة لصالحها في ظرف قصير، رغم المنافسة القوية للقنوات التلفزيونية العربية والفرنسية على سوق الجمهور الجزائري.

ثانياً: خصوصيات المشهد التلفزيوني العربي:

1- التزايد السريع والمستمر لعدد القنوات التلفزيونية العربية :

من أهم خصوصياته، كثرة القنوات التلفزيونية العربية لدرجة صعوبة حصرها بالإضافة إلى تنوع مضامينها، وامتداد بثها إلى كافة أقطار العالم، نتيجة لجملة من المتغيرات السياسية والاقتصادية والتكنولوجية والديمقراطية التي عرفتها المنطقة العربية، ومما ساعد على ترويج المضمون التلفزيوني العربي في المنطقة، عوامل متعلقة بالوحدة اللغوية، المرجعية الثقافية. (التقرير السنوي للبث الفضائي، 2014: ص 5).

جدول رقم 01 يبين عدد القنوات التلفزيونية العربية، وتصنيفها إلى عمومية وخاصة ما بين سنة 2006 - 2015

السنة	عدد القنوات التلفزيونية العربية	القنوات التلفزيونية العمومية	عدد القنوات التلفزيونية الخاصة
2009	696 قناة	97 قناة	599 قناة
2010	733 قناة	124 قناة	609 قناة
2011	1069 قناة	109 قناة	960 قناة
2012/2013	1320 قناة	168 قناة	1152 قناة
2014	1294 قناة	165 قناة	1129 قناة
2015	1250 قناة	133 قناة	1119 قناة

في سنة 2013 بلغ عدد القنوات التلفزيونية العربية أوجه ب: 1320 قناة منها 168 عمومية و 1152 خاصة.

1-1: ومن أهم الأسباب التي تقف وراء تزايد وتكاثر القنوات التلفزيونية العربية:

- الثورة التكنولوجية الرقمية التي يعرفها القطاع، والتي سهلت البث الفضائي بتكاليف منخفضة، وفتحت آفاقاً واسعة من التبادلية والتفاعلية.

- اندماج وتفاعل تكنولوجيات التلفزيون مع تكنولوجيات الاقمار الصناعية والحاسوب مما سهل من بث عدد لا متناهي من الرسائل المتنوعة المحتوى والمتعددة الأهداف.
- التحولات التي تعيشها البلدان العربية في شتى المستويات، (سياسية واجتماعية وثقافية)، ومواكبتها للتطور الذي يعرفه العالم في هذا القطاع، ساهم في تراجع احتكار الدولة للبث السلبي واللاسلكي.
- قيام المدن الإعلامية العربية (ثمانى مدن إعلامية سنة 2015، منها مدينة الانتاج الإعلامي بمصر، مدينة دبي للإعلام...)، الأمر الذي دفع بعجلة الانتاج وبالخصوص الانتاج الدرامي، وهياً الظروف لميلاد قنوات تلفزيونية جديدة.
- وإقبال الهيئات العربية على إحداث المزيد من القنوات المتخصصة، وخاصة القنوات الرياضية. (التقرير السنوي للبث الفضائي العربي 2013: ص 9 و21)
- الرغبة في استخدام التلفزيون كأداة للتواصل وتبليغ رسائل معينة من قبل جهات سياسية أو مؤسسات دينية وثقافية، مجتمع مدني... الخ.
- أما عن الارتفاع في القنوات العمومية ما بين سنة 2011 (109 قناة عمومية) وسنة 2012 (168 قناة عمومية)، يرجع إلى عودة قنوات التلفزيون الليبي للظهور بعد أن اختفت مباشرة مع الثورة. (التقرير السنوي للبث الفضائي العربي، 2012: ص 21)

2- تخصص القنوات التلفزيونية العربية:

جدول رقم 02 خاص بترتيب أهم التخصصات في القنوات العربية ما بين '2013-2015) تقرير 2014

تخصص القناة	ع. القنوات التلفزيونية سنة 2013 (ع /خ)	ع. القنوات التلفزيونية سنة 2014 (ع /خ)	ع. القنوات التلفزيونية سنة 2015 (ع /خ)
القنوات الجامعة	321 قناة	323 قناة	292 قناة
القنوات الإخبارية والتسويقية	210 قناة	248 قناة	32 قناة
القنوات الرياضية	146 قناة	170 قناة	61 قناة
الدراما(افلام ومسلسلات)	151 قناة	152 قناة	48 قناة
المنوعات الغنائية	124 قناة	124 قناة	23 قناة
القنوات الدينية	125 قناة	95 قناة	55 قناة
القنوات الإخبارية	66 قناة	68 قناة	61 قناة
قنوات الطفل	23 قناة	26 قناة	21 قناة
القنوات الثقافية/وثائقية /التعليمية	107 قناة	42 قناة	34 قناة

تصدر القنوات التلفزيونية الجامعة، صدارة الترتيب في الفترة من 2013 إلى 2015 سواء كانت تابعة للقطاع العام أو الخاص.

تليها القنوات التلفزيونية المخصصة 100% لعرض الإشهارات، والاعلانات حول منتوجات أو خدمات، والتي بلغت أوجها سنة 2014، لما تحققه للقناة من مداخيل معتبرة من عائدات الإشهار، المحرك الأساسي للقنوات العربية، تليها القنوات الرياضية، ثم الدرامية، ثم الغنائية المنوعاتية، باعتبارها من التخصصات التي يعوّل عليها في جذب الجماهير العربية.

تليها القنوات الدينية التي تتنوع ما بين دعوية، سنيّة وشيعية، وما بين مسيحيّة وبابوية وأرثوذكسية (التقرير السنوي للبيث الفضائي العربي، 2014: ص 15).

يلبي ذلك القنوات الإخبارية التي تتمتع بجمهورها الخاص، أما القنوات المخصصة للطفل العربي، فهي قليلة إذا ما قورنت بتخصصات أخرى، وإذا ما وقفنا أمام أهميتها في التكوين النفسي والفكري والأخلاقي للطفل العربي، وتنقسم إلى : قنوات مخصصة للإنشاد والموسيقى والغناء، لها أهداف تعليمية، تربوية : "طيور الجنة، كراميش، قناة نون، دار القمر" وموجهة للطفل العربي المسلم، وقنوات أخرى مخصصة لعرض رسوم كرتونية، أو باستخدام تقنية "ثلاثية الأبعاد" هي في أغلبها مستوردة، مما يطرح إشكالية غياب منتج عربي أصيل موجه للطفل، وعدم توظيف التراث الأدبي بحكاياه، ورواياته، وأساطيره، وملاحمه، في صناعة مادة تلفزيونية مدروسة، موجهة للنشء الجديد.

3- اللغة المستخدمة في مضامين القنوات التلفزيونية العربية: (التقرير السنوي للبحث الفضائي العربي، 2015، ص ص 14-15)

تصدر اللغة العربية، اللغات المستعملة في القنوات التلفزيونية العربية، تستخدم في النشرات والمواجيز الإخبارية، في البرامج الحوارية الحادة، (السياسية والاقتصادية...) تستخدم في البرامج الأجنبية المدبلجة، (مسلسلات مكسيكية أو فنزويلية أو أرجنتينية .. الأفلام الأمريكية أو البريطانية التاريخية... أو في البرامج الوثائقية الأجنبية... الخ).

تليها اللهجات المحلية، وبالخصوص المتعلقة بالأقليات الاثنية المتوزعة في المنطقة العربية (الأمازيغية، الكردية، الأوردو، الحسانية، الأمهرية، الصومالية، السواحلية...).

تليها اللغات الأجنبية العالمية، تصدرها الإنجليزية، اللغة الثانية في دول المشرق العربي والخليج، وهي اللغة التي تواكب التكنولوجيا والعلم والتقدم، تستخدم في:

- القنوات الإخبارية التي تعتمد ازدواجية اللغة أو التي تبث بالإنجليزية.
- توظف أيضاً في القنوات المتخصصة في عرض الأفلام أو المسلسلات أو البرامج الأمريكية في نسخها الأصلية.
- القنوات الوثائقية الناطقة بالإنجليزية.
- بعد الإنجليزية، اللغة الفرنسية هي الأخرى حاضرة، كونها مازالت اللغة الثانية في بلدان المغرب العربي

4- نظام البث الفضائي العربي: فيتميز باستخدام أغلب القنوات التلفزيونية العربية، نظام البث المفتوح أو المجاني بـ (121 قناة تابعة للقطاع العمومي، و294 قناة تابعة للخصص)، أما عن القنوات التي تتبنى النظام المشفر، أو المشاهدة مقابل الاشتراك فهي (11 قناة تابعة للقطاع العمومي، و214 قناة تابعة للقطاع الخاص سنة 2015).

العمومية المشفرة تقتصر على قنوات شركة أبو ظبي للإعلام، والمؤسسة القطرية للإعلام، وهي كلها رياضية. أما التابعة للقطاع الخاص، فتنحصر في (شبكة أوربيت، شوتايم Show Time، وbeinsports).

(التقرير السنوي للبث الفضائي العربي، 2015: ص ص 17-19).

تحمل هذه القنوات شعار البث الحضري، الذي يتمظهر أكثر في نقل المباريات الرياضية، وعرض الأفلام الأمريكية الجديدة، قبل عرضها في قاعات السينما وسعيها لاستقطاب الجماهير، يجعلها تعرض هذه الأفلام دون حذف.

5- انتعاش اقتصاديات التلفزيون العربي، يجذب الاستثمارات الكبرى، والاستفادة من تقنية الرسائل القصيرة، التي يبعث بها المشاهدون إلى القنوات وتدرج أسفل الشاشة "قناة طيور الجنة"، وتمويل بعض البرامج بما يعرف بالراعي الرسمي: مؤسسة أوريدو للاتصالات هي الراعي الرسمي لنشرة الاحوال الجوية بالتلفزيون الجزائري العمومي.

6- توسع بعض المجموعات التلفزيونية: (لعياضي، وتمار، 2007: ص 365) بفعل انتعاش الاستثمار في الميدان كمؤسسة الشرق الأوسط MBC 1990، فبعد ان كانت مجرد قناة تلفزيونية واحدة أصبحت تضم:

- MBC 2: (سنة 2003): متخصصة في عرض الأفلام الأمريكية والبرامج الناطقة بالإنجليزية، والمرفقة بترجمة إلى اللغة العربية، تظهر أسفل الشاشة sous titrage ك: The Insider

3-MBC -: (سنة 2004): متخصصة في عرض برامج الاطفال، أغلبها مستوردة أجنبية مدبلجة للعربية.

4-MBC -: (سنة 2005): تخصص مساحة شاسعة للبرامج الامريكية، مسلسلات، العاب ومسابقات تلفزيونية احاديث استعراضية... ، مرفقة بترجمة إلى اللغة العربية أسفل الشاشة، sous titrage، بالإضافة إلى عرض البرامج التركية الجديدة ، التي تحصد أكبر نسبة مشاهدة في تركيا، وبثها في زمن الذروة ، التاسعة بتوقيت السعودية.

-وقامت mbc ب: بإطلاق محطاتها الإذاعية الثانية بانوراما FM الموجهة لفئة الشباب في الوطن العربي، بتقديمها لأحدث الاغاني العربية والبرامج الحوارية الشيقة.

نفس الطريق انتهجته قناة الجزيرة بإنشائها باقة من القنوات التلفزيونية: (لعياضي، وتمار: 2007، ص 366).

الجزيرة الإخبارية، الجزيرة مباشر، الجزيرة اطفال، الجزيرة الدولية، الجزيرة للأفلام الوثائقية، الجزيرة الرياضية، التي أصبحت حاليًا مجموعة "beinsports"، تعتمد الجزيرة وغيرها من القنوات الإخبارية على تقنيات النقل المباشر

وإيفاد مراسلين إلى كافة أنحاء العالم خاصة بؤر التوتر، انشاء مكاتب خاصة في العواصم العالمية، بالإضافة إلى ادراج فقرات برمجية تحليلية باستضافة مختصين وخبراء. (لعياضي، وتمار، 2007: ص 79)

7- تغطية القنوات العربية المتخصصة مختلف المجالات :

- قنوات للأطفال: "قناة الجزيرة اطفال، سمس، طيور الجنة، قناة نون، دار القمر براعم، أجيال، سبائس تون، mbc 3"

- قنوات للمرأة: "هي تي في" للمرأة العربية، النهار لكي، سميرة، الشروق بنة".

- قنوات السينما والدراما : mbc 2 ، mbcMAX ، ZEE aflam ، ZEE alwen.

MBC Bollywood ، روتانا سينما، الحياة سينما، بانوراما سينما، تلم سينما، سيما، روتانا كلاسيك، ميلودي أفلام... الخ.

- القنوات الإخبارية: فرانس 24 ، الجزيرة الإخبارية، الجزيرة مباشر، العربية، العربية حدث، النهار الإخبارية، الشروق نيوز، بي بي سي البريطانية... الخ .

- الموسيقى والمنوعات الغنائية : روتانا كليب، روتانا موسيقى، FM ، Mazzika ، ميلودي Hits.

- القنوات الرياضية: beinsports، دبي الرياضية، الكويت الرياضية، نيل سبور السعودية رياضة، الهداف ...

- القنوات التعليمية: قنوات التعلم المصرية EDUC.

- قنوات الإشهار والعقار: دزاير شوب، العقارية، CNBC العربية .

- قنوات الزواج والشعوضة والدجل وتفسير الاحلام وقراءة الكف: قناة المستقبل ، قناة "هي"...

8- استقطاب القنوات التلفزيونية المتخصصة للاستثمار، خاصة في الميادين التي تحقق اقبالا جماهيرياً، وبالتالي

تحقق ارباحاً مادية يجذب المعلنين ك: السينما والموسيقى خاصة من خلال برامج المسابقات الاستعراضية، وبرامج تلفزيون الواقع" التعارف والزواج والشعوضة. (لعياضي ، وتمار: 2007، ص 79).

من جهة أخرى :

1. تأثر المشهد الإعلامي ككل، وبالخصوص السمعى البصري، بالتغيرات السياسية التي عرفتها المنطقة العربية والتي جرّت بعض دولها إلى حروب طاحنة، لم تضع لحد الآن أوزارها... وهناك من حمّل وسائل الإعلام مسؤولية الوضع، وأُهمّت الكثير من مؤسساتها بالتبعية لسلطات سياسية، وبخدمة جهات متواطئة.

2. انتهجت بعض الدول العربية سياسة تهدف لوضع حدٍ نهائي، لاحتكار الحكومات والدول لوسائل الإعلام، من خلال سنّ تشريعات قانونية، تنظم الفضاء السمعى البصري، وتخضعه لأخلاقيات المهنة، وتوفر له الإمكانيات المادية، والبشرية اللازمة لضمان فعاليته، من ذلك استحداث الدستور المصري الجديد، هيئة مستقلة فنياً ومالياً وإدارياً، لتنظيم شؤون المجال السمعى البصري، وأصدرت الجزائر قانون خاص بالقطاع السمعى البصري، ينص على إحداث هيئة تتمتع بالاستقلالية، تتولى الاشراف على القطاع السمعى البصري تسمى "سلطة الضبط".

(التقرير السنوي للبت الفضائي العربي، 2014: ص ص 36 و 37)

3. أصدرت الهيئة العليا التونسية المستقلة للقطاع السمعى البصري، دفتر شروط خاص بالإذاعة والتلفزيون، الأمر الذي قامت به دول أخرى، قبل حدوث التوترات التي عرفتها المنطقة: المغرب، الأردن، الامارات العربية المتحدة، لتنظيم القطاع السمعى البصري. (التقرير السنوي للبت الفضائي العربي، 2014، ص 37)

4. هناك الكثير من القنوات التلفزيونية التي انطلقت ببثها من الخارج، دون الحصول على تراخيص، مثلما حصل في الجزائر، أكثر من 43 قناة تلفزيونية، تبث برامجها دون ترخيص من الدولة الجزائرية.

5. مصادر التمويل: تعد من الاشكاليات التي تميز المشهد التلفزيوني العربي وبالخصوص القنوات التابعة للقطاع الخاص، ذلك أنّ التلفزيونات العمومية تتلقى مداخيلها من الدولة، أو من عائدات الإشهار، أو من رعاية وتمويل بعض البرامج، أو من المكالمات أو الرسائل القصيرة التي يعيها المشاهدون.

أما القنوات التلفزيونية الخاصة أو التجارية التي تعتمد على نفسها في تحصيل مداخيل للقناة، سواء من الإشهار، أو من الاستثمار، ورغم استحداثها طرقاً جديدة لتحصيل مداخيل مالية، منها الرسائل القصيرة التي يعيها المشاهدون للقناة، عبر برامج المسابقات التلفزيونية ك: مسابقة "حلم" لمصطفى الأغا على قناة mbc 1، أو مسابقة "حروف

وألف " محمد الشهري على نفس القناة، إلا أن العديد من الأسئلة تطرح حول مدى مقدرة هذه القنوات على تغطية تكاليف الإنتاج، والبث، واقتناء البرامج، وتسديد أجور العمال، والموظفين.

خاصة أنّ الدراسات أثبتت ضعف موارد الإشهار في المنطقة العربية، التي لم تتعد سنة 2013 في دول الشرق الأوسط والمغرب العربي 4.4 بليون دولار أمريكي، مقابل 7.26 بليون دولار في دول شرق أوروبا، و8.38 بليون دولار في أمريكا اللاتينية. (التقرير السنوي للبث الفضائي العربي، 2014: ص ص 37 و38)

مما أفضى إلى الكثير من الشكوك حول حقيقة وطبيعة مصادر تمويلها، خاصة في ظل الانفلات الأمني، ويظن خبراء في الميدان الإعلامي، أنّ بعض وسائل الإعلام ممولة من جهات اإرهابية أو متورطة مع الإرهاب.

6. أثرت الظروف السياسية، والأمنية، والاقتصادية، التي عرفتها مصر وسوريا على الانتاج الدرامي، إذ تراجع الانتاج إلى 30%. في حين انتعشت البرامج الإخبارية والحوارية ذات الطبيعة السياسية، بفعل اهتمام المشاهد العربي بمتابعة الوضع الانساني، والأمني في: سوريا، العراق، مصر، تونس، اليمن، ليبيا.

7. احتكار بعض المجموعات الإعلامية للمجال الرياضي (beinsports)، حال دون متابعة الجمهور العربي للكثير من التظاهرات الرياضية، على رأسها مباريات كأس العالم 2014، التي أجريت في البرازيل، حتى أنّ البلد العربي الوحيد المتأهل منتخبه عانى للحصول على حقوق بث مباريات هذا الحدث، واقتصر عرضها على القناة الأرضية، عكس الدول الأوروبية الذي تمنع احتكار بث الأحداث الرياضية العالمية حصرياً، أو ببث مشفر، خدمة لثق الجمهور الأوربي في الإعلام وخدمة لكرة القدم. (التقرير السنوي للبث الفضائي العربي، 2014: ص 38)

8. اعتماد القنوات التلفزيونية العربية على الشبكات الاجتماعية لجذب الجماهير أو ما يعرف ب: الهاشتاق "Hashtag"، والتعرف على آرائهم، ومقترحاتهم، عبر حسابات البرامج التلفزيونية العربية على صفحات الشبكات الاجتماعية، غير أن بعض القنوات لا تملك حتى مواقعاً الكترونية، وإن امتلكتها فهي تنتمي للجيل الأول، الذي لا يسمح بتلقي ردود فعل الجمهور أو مشاهدة برامجها. (التقرير السنوي للبث الفضائي العربي ، 2014: ص 39)

9. اللجوء إلى الحوكمة الرشيدة في المجال الإعلامي، لضمان احترام القانون، الشفافية والتفاعلية، وفتح مجال للحوار واحترام اخلاقيات المهنة، وتحمل كل الأطراف المسؤولية القانونية، والاجتماعية لتحقيق الأهداف المسطرة من البداية. (التقرير السنوي للبث الفضائي العربي ، 2014: ص 42).

ثالثاً: خصوصيات المضمون التلفزيوني الفضائي العربي.

يتميز المشهد التلفزيوني العربي، بكثرة في عدد القنوات التلفزيونية، مع تشابه إن لم نقل تطابق في المحتوى، وطبيعة الانتاج التلفزيوني العربي، وطغيان الطابع الترفيهي، على حساب برامج التربية والثقافة.

فحسب دراسة تحليلية أجراها معهد الشرق الأوسط للدراسات الإعلامية، على مضامين كبرى المؤسسات التلفزيونية العربية، والباقة القيمة المشفرة، التي تغطي الشرق الأوسط، والخليج العربي توصلت إلى ما يلي: (التقرير السنوي للبث الفضائي العربي، 2014:ص 39)

- 62% من ساعات البث مخصصة للبرامج الأجنبية المستوردة والجاهزة.
 - 55% من المحتوى محصور في الانتاج الدرامي، والترفيهي، والرياضي.
 - 14% من ساعات البث مخصصة للإنتاج التربوي والثقافي.
 - هيمنة المنطق الربحي على البرمجة التلفزيونية للقنوات العربية، وبالخصوص التجارية التي تطبعها المنافسة الشديدة على الحصص الإشهارية، المقدرة بـ 3 مليار دولار سنوياً، والتسابق على عرض برامج الالعاب، والمسابقات التلفزيونية، والترفيه لرفع نسب المشاهدة.
- (التقرير السنوي للبث الفضائي العربي، 2014: ص 39).

- المدن الإعلامية لم تساعد على النهوض بالمضمون التلفزيوني للقنوات العربية (التقرير السنوي للبث الفضائي العربي، 2014: ص 40)، وإنما وجدت في إطار منافسة اقليمية، لاستقطاب الاستثمار في خدمات الاتصال واقتصاد المعرفة، ما عدا مدينة دبي للإعلام، التي توفر "مدينة استوديوهات"، لاستقطاب المؤسسات العالمية، والاقليمية لصناعة السينما والدراما.

- تواجد مجموعة من القنوات التلفزيونية العربية، ترفع شعار قنوات دينية، أو طائفية تعرض رسائل إعلامية، تكفيرية، إقصائية، عنصرية، تفريقية، بين فئات، وعناصر الوطن الواحد، وتدعو للتعصب، وإشاعة الفتنة والحقد والكراهية. وأخرى تنشر مضامين لمعتقدات وهمية، خرافية، تميل للدجل، والشعوذة، وهي في توسع وانتشار مستمر، وتخضع معظمها لأجندات سياسية، تحارب مفهوم الدولة والمواطنة والسلام والأمن الاجتماعيين. (التقرير السنوي للبث الفضائي العربي، 2014:ص 40)

- ظهور وانتشار قنوات تلفزيونية (العراق وسوريا)، تدعو إلى التقسيم الجغرافي والسياسي والانفصال عن الوطن الأم، بحجة التهميش والاقصاء، الذي يتعرض له أفراد من قبل السلطات الحاكمة، وتحمل مضامين هذه القنوات بعداً طائفيًا أو قبليًا. (التقرير السنوي للبحث الفضاوي العربي، 2015: ص ص 43 و44).
- القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة في الغناء والموسيقى والرقص، قنوات رُجّية بالدرجة الأولى، فقد استحدثت العديد من الطرق لزيادة مداخيلها المالية، فمثلا قناة Melody Hits، تفرض على المغني دفع مبلغ 500 دولار، مقابل عرض أغنيته ثلاث مرات في اليوم، أما قناة Melody Arabia، فتتيح لمشاهديها فرصة الدردشة والتمتع بخدمة التوافق بين المحبين، فلا هي تهتم بترقية الأغنية العربية ولا بتحريرها من قيود التلفزيون الحكومي. (لعياضي، وتمار، 2007، ص80).
- سيطرة الانتاج الأجنبي على المضمون البرامجي للقنوات التلفزيونية العربية، فمثلاً معظم برامج قناة MBC4 أجنبية، أمريكية بالدرجة الأولى، بالإضافة إلى الانتاج الدرامي التركي والانتاج الدرامي الكوري الجنوبي.

خاتمة:

أصبح في وقتنا الحالي الحديث عن التلفزيون وخصوصياته ضربا من المغامرة، خاصة وأتينا أمام حتمية تكنولوجية فرضت نفسها على كل مناحي الحياة الانسانية... وأثرت بشكل جدي وعميق على الوسيلة الإعلامية التقليدية، وعلى طبيعة الجمهور، ونقلته من مرحلة التعرض والتلقي إلى مرحلة الاستخدام والتفاعلية والتشاركية، بالإضافة إلى الرسالة الإعلامية، التي بدورها تغيرت شكلا ومضمونا، وتشبعت بخصوصيات الحامل التكنولوجي...

وقد تبين من خلال ما تم تقديمه أعلاه، أنّ المشهد التلفزيوني العربي يتميز في مرحلة عرفت بنهاية التلفزيون، وغيرها من الوسائل امام ميديا جديدة صنعت المشهد العالمي، ووضعت الميديا التقليدية، امام إشكالية وجودية عميقة، يتميز بتكاثر عددي غير مسبوق للقنوات التلفزيون العربية حسب ما قدم من احصائيات. إلا أنّ الواقع يحيل إلى حقيقة مفادها أنّ التنوع العددي لم يحرر الإعلام العربي من التبعية الاجنبية سواء على مستوى الشكل أو المضمون، ولم يرقى الانتاج العربي القومي... بالإضافة إلى ترسيخ خطابات ايديولوجية اقصادية... لا تدافع عن الهوية المشتركة وإنما تنمي الخلاف باسم الاختلاف.

المراجع:

1. "البث الفضائي العربي، التقرير السنوي". (2014)، مجلة اتحاد اذاعات الدول العربية.
2. لعياضي، نصر الدين، اشكالات الإعلام في عصر العولمة، على الموقع <http://www.sironline.org>
3. بودهان، يامين. (2014). تحولات الإعلام المعاصر. الاردن: دار إيازوري للنشر والتوزيع.
4. العيفة، جمال. (2003). الثقافة الجماهيرية. منشورات جامعة باجي مختار. الجزائر.
5. الصادق، الحمامي . (2009). الإعلام الجديد و الإعلام الكلاسيكي بين الاتصال و الانفصال، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، القاهرة، العدد 33،
6. البث الفضائي العربي ، التقرير السنوي (2014)، تونس : اتحاد اذاعات الدول العربية .
7. البث الفضائي لعربي، التقرير السنوي (2012/2013).
8. البث الفضائي العربي، التقرير السنوي (2012/2013) .
9. البث الفضائي العربي، التقرير السنوي (2014) .
10. البث الفضائي العربي، التقرير السنوي (2015) .
11. لعياضي ، نصر الدين و تمار، يوسف . (2007). فن البرمجة وإعداد الخارطة البرمجية في القنوات التلفزيونية العربية : جدلية التصور و الممارسة. اتحاد اذاعات الدول العربية. تونس .