



في عامه الـ63.. "التليفزيون المصري" نافذة الماضي وأداة المستقبل

مقدمة

يشهد يوم 21 نوفمبر من كل عام انطلاق احتفال اليوم العالمي للتلفزيون، وهو أحد الأيام العالمية الهامة التي يتم الاحتفال بها دوليًا، ويركز اليوم على أهمية التلفزيون في نشر الوعي والأخبار حول العالم.

ولا يعد اليوم العالمي للتلفزيون مجرد احتفال بالتلفزيون بوصفه أداة فحسب، بل بالفلسفة التي يمثلها؛ حيث يمثل التلفزيون رمزًا للاتصال والعولمة في العالم المعاصر، وأداة رئيسية في إعلام الرأي العام وتوجيهه والتأثير فيه. لقد كان إطلاق أول قمر صناعي في عام 1975 إيدانًا بتأسيس إمبراطورية لم يعهدها الإنسان من قبل تمثلت بالسيطرة على الفضاء الإلكتروني وجعله فضاءً مفتوحًا مزدحمًا بعشرات الأقمار الصناعية المزروعة لأغراض شتى، وهذه كانت لحظة الإعلان عن سقوط الحواجز وعبور الزمان والمكان، وإلغاء المسافات والحواجز ليصبح الإنسان شاهدًا على عصره، فهو يرى ويسمع كل ما يحدث في العالم من أحداث ومجريات تصل إليه أنيًّا، وفتحت لأول مرة في تاريخ الإنسانية الأبواب واسعة للتعرف على شعوب وثقافات مختلفة.

ومن هنا يتأتى دور التليفزيون الذي اقتحم حياتنا بأقصى فاعلية ليسيطر بشكل كامل على النظام الحضاري بمجمله، فبات واحدًا من أهم مكوناته المعاصرة، بفعل كونه وسيلة مرئية قادرة على إنتاج خطاب ناجز يمتلك مجمل مقومات التأثير الفعال فهو واضح التعبير وسهل الاستيعاب فضلًا عن كونه وسيلة يدركها ويفهمها الصغير والكبير.

ولن نجافي الحقيقة إن قلنا بأن حياتنا بمجملها صارت تتركز في الكثير من تفاصيلها على معطيات مرئية، ويُعد التلفزيون من أهم مصادرها المعرفية كما أنه أحد أهم عوامل تشكيل وعينا المعرفي. ويتخطى التلفزيون هذا الحد فلا يتوقف دوره هنا بل يتعداه إلى قدرته الإقناعية والإخبارية والترفيهية إلى جانب الإرشاد والتسويق وترسيخ القيم والتقاليد السائدة أو حتى تقويضها. وبصرف النظر عن مصداقيته أو عدمها فقد أصبح التلفزيون أكبر مسوق ومروج لأفكار وسياسات المؤسسات التي تبسط هيمنتها عليه، فهو يقوم بعمل السُلطة الخفية التي تمارس نفوذًا قويًا من دون أن يعي الجمهور ذلك. لذا يستطيع أن يؤثر على اتجاهات الرأي العام بل وحتى صناعته لصالح تيارات أو مؤسسات أو جهات بعينها. لقد قام التلفزيون بالتأثير على نمط الحياة وتغيير عادات وسلوك الأفراد. وعلى الرغم من تعدد وسائل الإعلام الحديثة، يظل التلفزيون له دور مهم في تشكيل وعي الأفراد وعقولهم.

وتنطلق هذه الورقة لتحقيق عدة أهداف هي:

- 1 - معرفة تاريخ نشأة التلفزيون عالميًا.
- 2 - معرفة تاريخ نشأة التلفزيون عربيًا.
- 3 - معرفة تاريخ نشأة التلفزيون محليًا.
- 4 - التعرف على مراحل تطور التلفزيون.
- 5 - معرفة مدى إقبال الأفراد على مشاهدة التلفزيون.
- 6 - معرفة تأثير مشاهدة التلفزيون على سلوكيات المجتمع.
- 7 - التعرف على العلاقة بين التلفزيون والتطبيقات التكنولوجية الحديثة.



أولًا:

**تاريخ نشأة التلفزيون عالميًا
وعربيًا ومحليًا**

1 - بداية ظهور التلفزيون عالميًا

يعود تاريخ ظهور التلفزيون إلى عام 1884 عندما اخترع الألماني بول نيكو، قرصًا ميكانيكيًا دوارًا بفتحات صغيرة منظمة في شكل حلزوني عندما يتم تسليط الضوء عليها يتسرب الضوء من الفتحات ليعطي إحساسًا سريعًا بحركة الصور المسجلة على هذا القرص.

فتح "قرص نيكو" المجال أمام المخترعين للتفكير في إمكانية نقل الصور بطريقة ميكانيكية عبر الأسلاك إلى مكان آخر، وأصبح هذا القرص هو الأساس الذي قامت على أساسه التجارب التالية لتطوير تكنولوجيا لنقل الصور المتحركة من مكان إلى آخر سواء عن طريق الأسلاك أو باستخدام الموجات الهوائية.

في السياق نفسه شهد عام 1927 أول خطاب متلفز في العالم من نيويورك لوزير التجارة الأمريكي هربرت هوفر، وبعدها بعام واحد، بثت أول دراما تلفزيونية في العالم، باسم «The Queen's Messenger» باستخدام المسح الميكانيكي.

تعتبر حقبة الخمسينات بمثابة العصر الذهبي للتلفزيون، وسط منافسة حامية ما بين شركات التلفزة الأمريكية الثلاث الكبرى ABC و CBS و NBC وشهدت بدايات هذه الحقبة أول استخدامه سياسيًا، حينما غطت شركة CBS حملات الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 1952.

وكانت بريطانيا أول من دشنت خدمة البث التلفزيوني المنتظم في عام 1936، من خلال هيئة الإذاعة البريطانية BBC التي تعتبر أيضًا أولى مؤسسات التلفزة التي تقدم التصوير والبث الحي من خارج الاستوديوهات المغلقة.

وبدأت شركة الإذاعة القومية بالولايات المتحدة الأمريكية، أول بث تلفزيوني منتظم عام 1939، وشكلت فترة الخمسينيات الحقبة الذهبية للتلفزيون بأمريكا مع ظهور عدد من [شركات التلفزة](#) واشتداد المنافسة بينها، خلال هذه الحقبة كانت عروض الموسيقى والتسلية وأفلام الغرب الأمريكي أكثر البرامج رواجًا على شاشات التلفزيون، ثم رويدًا رويدًا تعظم دور التلفزيون في التأثير على الرأي العام، وبدأت تغطية الأحداث الكبرى الانتخابات والاجتماعات السياسية تحتل حيزًا هامًا في البرمجة التلفزيونية وكانت سلسلة المناظرات الرئاسية الأمريكية عام 1960 ما بين المرشحين ريتشارد نيكسون وجون كينيدي حدثًا و معلمًا بارزًا في تاريخ البث التلفزيوني.

وفي عام 1962 تم القمر الصناعي تيلستار 1 (أول قمر للاتصالات المدنية)، الذي استخدم في نقل البث التلفزيوني بين أمريكا وأوروبا، ليتحول بذلك الإرسال من محلي إلى بث بالأقمار الاصطناعية، وكانت إحدى الصور الأولى التي تم إرسالها عبر المحيط الأطلسي على تيلستار من مؤتمر صحفي للرئيس الأمريكي جون كينيدي.

وكغيره من الاكتشافات كان العالم مهوياً بالتلفزيون لحظة اختراعه، ومع تزايد الطلب عليه عرف هذا الجهاز طفرة نوعية، وتوسعت الشركات مع مرور السنوات في عملية تصنيعه وإنتاجه¹.

2 - البداية العربية للتلفزيون

على الصعيد العربي، فقد عرف العرب التلفزيون لأول مرة في العراق، عام 1954، حيث تم إنشاء أول محطة تلفزيونية ناطقة بالعربية في العالم، تلتها الجزائر، بافتتاح قناة التلفزيون الجزائري عام 1956، ليحل في المرتبة الثالثة لبنان عام 1959 ثم مصر عام 1960، ثم ليبيا عام 1968.

3 - بداية ظهور التلفزيون في مصر

تعود بدايات فكرة إنشاء تلفزيون مصرى إلى عام 1954، عندما تقدم الصاغ صلاح سالم بمشروع إلى الرئيس جمال عبد الناصر لإنشاء إذاعة جديدة ومحطة تلفزيونية فوق جبل المقطم، ووافق الرئيس عبد الناصر على المشروع، وأوكل مسؤوليته إلى المهندس صلاح عامر وكيل الإذاعة للشؤون الهندسية، واعتمدت حكومة الثورة مبلغ 108 ألف جنيه لإقامة مبنى الإذاعة والتلفزيون على مساحة 12 ألف متر بشارع ماسبيرو بكورنيش النيل، وبدأت الدراسات وأعلن عن استيراد مصر لأجهزة اتصال حديثة خلال عام 1956. وجرى العمل في تصميم الاستديوهات ومحطات الإرسال، ودراسة وضع نواة للتلفزيون فوق جبل المقطم، ولكن سرعان ما تعطل تنفيذ المشروع بسبب العدوان الثلاثي على مصر عام 1956.

في يوليو 1959، تجدد المشروع مرة أخرى وأعاد الدكتور عبد القادر حاتم وزير الإرشاد القومى "الإعلام" وقتئذ من جديد طرح فكرة إنشاء التلفزيون المصري على الرئيس الراحل جمال عبد الناصر الذي رحب بها وبدأ التنفيذ الفعلى وبخطوات سريعة، وتم فتح باب التقدم بعطاءات لتنفيذ المشروع ولم يمر سوى ستة أشهر حتى تم الانتهاء من المشروع وبدأ الإرسال في 21 يوليو عام 1960.

1-اليوم العالمي للتلفزيون "كيف وأين بدأ"، المرصد المصري للصحافة والإعلام متاح على [الرابط](#)

البت الأول

بدأ البث الأول للتلفزيون المصري في تمام الساعة مساء 21 يوليو 1960، واستمر لمدة 6 ساعات يومياً تزامناً مع الاحتفال بالعيد الثامن لثورة يوليو، وبدأ الإرسال بتلاوة آيات من القرآن الكريم بصوت الشيخ محمد صديق المنشاوي شيخ المقرئين المصريين. ثم ظهر الإذاعي الكبير صلاح زكي كأول مذيع تلفزيوني ليعلن مولد التلفزيون العربي من القاهرة وإذاعة وقائع حفل افتتاح مجلس الأمة وخطاب الرئيس الراحل جمال عبدالناصر، ونشيد "وطنى الأكبر" ثم نشرة الأخبار وختام بالقرآن الكريم.

ونقل التلفزيون خطاب الرئيس عبدالناصر أمام مجلس الأمة بمناسبة احتفالات الثورة، وأعقبته مجموعة أغنيات وطنية لكبار المطربين، مثل أغنية "حكاية شعب" للفنان عبدالحليم حافظ ثم كلمة الدكتور عبدالقادر حاتم وزير الإرشاد القومي. وتواصل بث الأغنيات الوطنية، وقامت ب فقرات الربط بينها الإذاعية اللامعة همت مصطفى، وكان ذلك الافتتاح التجريبي الأول الذى توقف فى اليوم التالى ليفتح التلفزيون المصري يوم السبت الموافق 23 يوليو 1960.

واستهل التلفزيون المصرى إرساله بقناة واحدة، وامتد زمن البث ليصل إلى 13 ساعة يومياً بعد بدء إرسال قناة تلفزيونية ثانية فى 21 يوليو 1961، وتأسست قناة ثالثة فى أكتوبر 1962، وجرت إعادة هيكلة البنية التنظيمية للتلفزيون عام 1970، حين أصدر الرئيس الراحل أنور السادات مرسومًا بإنشاء اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري، وتم تقسيمه إلى 4 قطاعات: قطاع الإذاعة، قطاع التلفزيون، قطاع التمويل، وقطاع الهندسة، لكل قطاع رئيس يعمل تحت الإشراف المباشر لوزير الإعلام. وبعد حرب 6 أكتوبر 1973، تحول البث التلفزيونى ومرافق الإرسال إلى "SECAM"، وتغير البث التلفزيونى المصرى من "سيكام" إلى "بال" عام 1992.

مع بداية الثمانينيات شهد التلفزيون المصرى تطورات عديدة فى أكثر من مجال، من خلال التوسع الهندسى والجغرافى لمجال التغطية التلفزيونية ليصل إرسال التلفزيون المصرى إلى كل المحافظات، وفى عام 1988 بدأ البث التلفزيونى للقناة الثالثة وهى باكورة القنوات الإقليمية وتغطى إقليم القاهرة الكبرى. وخلال نفس العام أيضاً بدأ إرسال القناة الرابعة التى تخاطب "مدن القناة"، متمثلة فى الإسماعيلية وبورسعيد والسويس والشرقية وشمال وجنوب سيناء، وفى عام 1990 بدأ البث التجريبي للقناة الخامسة، وتغطى الإسكندرية والبحيرة ومطروح.

مع بداية الثمانينيات شهد التلفزيون المصري تطورات عديدة في أكثر من مجال، من خلال التوسع الهندسي والجغرافي لمجال التغطية التلفزيونية ليصل إرسال التلفزيون المصري إلى كل المحافظات، وفي عام 1988 بدأ البث التلفزيوني للقناة الثالثة وهي باكورة القنوات الإقليمية وتغطي إقليم القاهرة الكبرى. وخلال نفس العام أيضاً بدأ إرسال القناة الرابعة التي تخاطب "مدن القناة"، متمثلة في الإسماعيلية وبورسعيد والسويس والشرقية وشمال وجنوب سيناء، وفي عام 1990 بدأ البث التجريبي للقناة الخامسة، وتغطي الإسكندرية والبحيرة ومطروح.

وانطلقت القناة الفضائية المصرية الأولى في 12 ديسمبر 1990، كأول فضائية عربية حكومية، تلتها قناة النيل الدولية عام 1993.

وفي عام 1994 انطلق البث التجريبي للقناة السادسة لوسط الدلتا ومقرها طنطا والتي تخاطب "الغربية والدقهلية والمنوفية وكفر الشيخ ودمياط" كما بدأ إرسال القناة السابعة ومقرها المنيا وتغطي محافظات شمال الصعيد "بني سويف والمنيا والفيوم وأسيوط"، وفي عام 1996 تم افتتاح القناة الثامنة ومقرها في أسوان وتخدم محافظات جنوب الصعيد "سوهاج وقنا وأسوان والأقصر".

وبعد التوسع في إنشاء قنوات فضائية، تم التفكير في إطلاق قنوات مصرية متخصصة، وتم بث قناة الدراما عام 1996، وهي باكورة القنوات المتخصصة ثم انضمت فيما بعد مجموعة قنوات بين أخبار ودراما ومنوعات ورياضة وأسرة ومعلومات فضلاً عن 7 قنوات تعليمية¹.

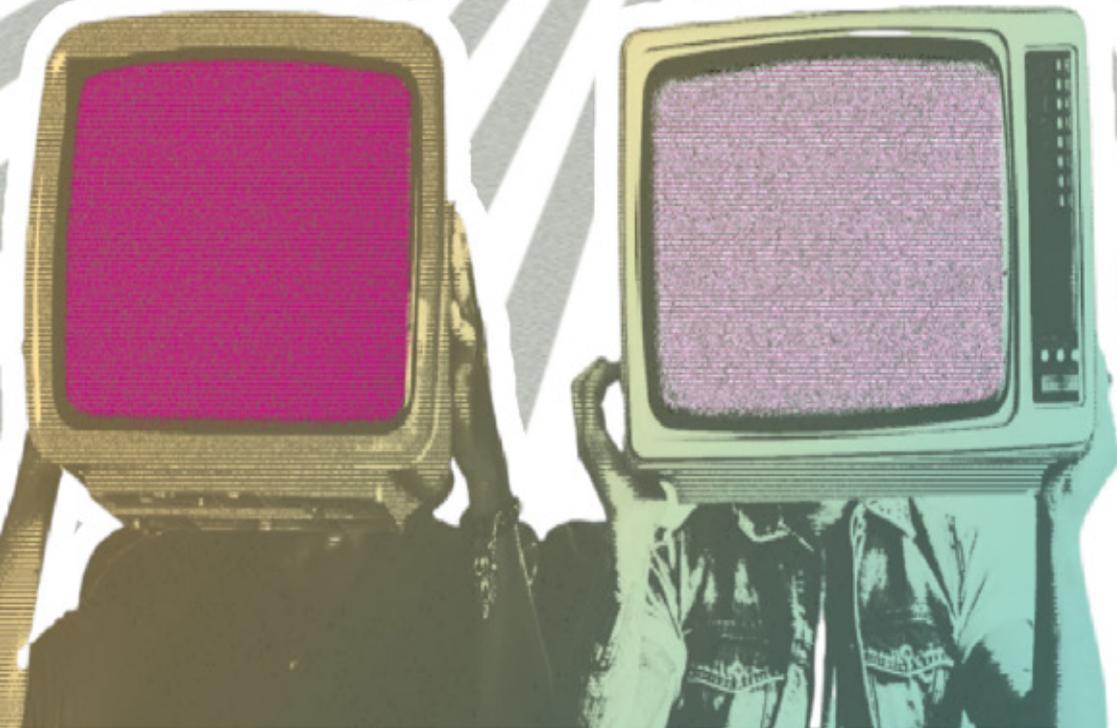
واستطاع التلفزيون أن يطور آلياته وسيكولوجية عمل قنواته، لكي يواكب التطورات التي تحدث حالياً، ويشكل التلفزيون، بوصفه أقوى وسائط الإعلام في العالم، جزءاً أساسياً من المجتمع، إذ يمكنه مساعدة أعداد كبيرة من الناس على فهم العالم المحيط بهم، ويمكنه كذلك تسليط الضوء على الزوايا المعتمدة للقضايا التي تهم الناس².

1-فاطمة حسن، التلفزيون المصري .. 63 عاما من المتعة والعطاء، الهيئة الوطنية للإعلام الخميس، 20 يوليو 2023 02:42 م، متاح على [الرباط](#)

2- تامر عبد الحميد، في اليوم العالمي للتلفزيون.. الإعلام المرئي يواصل تحدي «سوشيال ميديا»، مركز الاتحاد للأخبار، -12 نوفمبر 2019، متاح على [الرباط](#)

ثانياً:

**أثر مشاهدة التلفزيون على
سلوكيات المجتمع**



تفسّر أطروحة ماكلوهان كثيرًا من السلوكيات والظواهر البشرية الحالية، لكنها في المساحة الخاصة بالتلفزيون تبرز لنا أثر مشاهدة التلفزيون على سلوكيات المجتمع، وفي كتابه "وسائل الإعلام والمجتمع" يوضح "آرثر آسا بيرغر" تلك التأثيرات:

1 - يفقد مشاهدو التلفزيون الحساسية تجاه العنف، فمن كثرة ما يشاهدون من مشاهد عنف سواء في الأخبار أو الأفلام يفقدون الاهتمام أو المبالاة بالعنف الحقيقي، بجانب نزعة الكثير للجوء إلى العنف في الحياة اليومية.

2 - يوفر التلفزيون ملاذًا للتهرب عبر كوميديا المواقف الهزلية وبرامج العنف والمغامرة أو البرامج السطحية، مما يُعلّم مشاهدي التلفزيون سلوك الهروب والمراوغة في حياتهم اليومية، والهروب الدائم من مواجهة أي مسؤولية.

3 - التجزئة والتشردم، فالطريقة التي تُقطع بها ساعة عادية من ساعات البث التلفزيوني، من خلال العديد من الإعلانات التجارية والحملات الترويجية، تؤدي إلى الشعور بأن الحياة بشكل عام مجزأة وغير منظمة، وبعد فترة طويلة من مشاهدة التلفزيون، يقتنع العقل الباطن للإنسان أن الحياة عبارة عن أجزاء مجزأة ممتلئة بفواصل ترفيهية، مما يجعله يستصعب أي أمر جاد أو محتاج إلى وقت وجهد، مثل القراءة أو التعلم.

4 - القاسم المشترك الأصغر وتفكيك المجتمع، حيث إن التلفزيون يقلل أهمية أي موضوع ويبسط الأمور كثيرًا، ويتجنب القضايا المهمة في محاولة لإرضاء أكبر قدر من الناس واستهداف القاسم المشترك الأصغر بينهم، وكلما انحدر مستوى البرامج جذبت مزيدًا من الناس، لكنه جمهور واسع غير متفق على الإطلاق إلا في مساحات الترفيه كمباريات الكرة مثلًا، مما يُميت قضايا الشأن العام والإحساس الجمعي للمجتمع تجاه قضاياها.

5 - الحث على السلبية والاستهلاك، فمشاهدة التلفزيون تجربة سلبية، يجلس الشخص ويشاهد النشاط البدني الوحيد المتاح وهو الضغط على الزر، أو تناول الطعام، لذلك تتخلل مشاهدة التلفزيون عادة رحلات إلى الحمام والثلاجة، ومزيد من الأكل والاستهلاك والإخراج. ويتعلم الإنسان من تجربة التنقل بين القنوات أن اختياراته في الحياة عمومًا محدودة وأن المُقدّم له هو أفضل الاختيارات، ولا يمكنه التفكير خارج الموجود بالفعل!

6 - العنف باعتباره حلاً، تستخدم البرامج والأفلام والمسلسلات في التلفزيون العنف كحل سهل لمشاكل مأساوية، ويتعلم المشاهدون أن العنف أفضل طريقة للتعامل مع صعوبات معينة، وينتقل هذا بشكل واضح لثقافة الإنسان فيظهر في تعامله مع الآخرين في الشارع وتعامله مع أبنائه، بل يصل الأمر إلى الدورة عندما يقتنع الناس أن القوي العنيف معه الحق أن يسيطر على الجميع وينتصر، فينتهي الأمر إلى مساندة الاستبداد. ومع زيادة الإقبال على مشاهدة البرامج التلفزيونية على منصات الإعلام الجديدة مثل "فيسبوك" و"يوتيوب" تزداد تلك التأثيرات، لأنها تندمج مع العالم الافتراضي، الذي ينتقل بالإنسان إلى عالم آخر يُستبدل فيه الواقع تمامًا ويُعاد تعريفه¹.

مع انتشار التكنولوجيا الحديثة، انجذب إليها العديد من الأفراد نظرًا لما تقدمه من امتيازات لا يحظى بها التلفزيون التقليدي ومنها التحكم في كمية ووقت المشاهدة، والقدرة على التحميل والاستماع في الوقت المناسب للفرد، فضلًا عن قلة الإعلانات من عدمها وهو الأمر المزعج بالتلفزيون التقليدي والذي جعل عدد ليس بالقليل وخاصة من الشباب يلجأ للمنصات الرقمية وخاصة اليوتيوب.

ولكن يظل التلفزيون يحظى بشعبية واسعة بين عدد كبير من الجماهير وخاصة أصحاب الدخل المنخفض، حيث يعتبر التلفزيون بالنسبة لهؤلاء الأفراد الوسيلة الأسهل والأرخص والمتاحة أمامهم للترفيه والاطلاع على العالم. كما استطاع التلفزيون الاستفادة من الإمكانيات الهائلة للتكنولوجيا الحديثة وحاول جذب المشاهدين له مرة أخرى في محاولة لخلق مجال للتكامل بينه وبين الوسائل الحديثة بدلًا من إزاحة كل منهما للآخر. وخلال العقد الأخير من القرن العشرين شرعت الشبكات التلفزيونية الكبيرة في محاولة استغلال المزايا التفاعلية التي تتيحها شبكة الإنترنت، فبدأت بإنشاء مواقع إلكترونية لها على الشبكة بهدف تحقيق التواصل مع الجمهور والترويج لمضامينها.

وبعد أن كانت الشبكات التلفزيونية تنظر إلى الإنترنت باعتباره وسيلة بديلة لنشر وتوزيع المحتوى تنافسها في الحصول على اهتمام ومتابعة أفراد الجمهور من خلال إمكانياتها التفاعلية الكبيرة، وبدأت تدرك أنه من الممكن أن يتم استغلال هذه الإمكانيات عن طريق إيجاد صيغة تكاملية بين الوسيلتين تتيح للتلفزيون الاستفادة من مزايا الوصول إلى الجماهير والتفاعل معهم ومشاركتهم، خاصة بعد أن اتسمت خبرات مستخدمي الإنترنت بالصبغة الاجتماعية مع انتشار مواقع التواصل الاجتماعي.

وتأخذ العلاقة التكاملية بين التلفزيون والإنترنت ستة جوانب مختلفة:

1 - تكامل التلفزيون مع الجيل الأول من الإنترنت Web 1 ، وذلك من خلال إنشاء القنوات لمواقع إلكترونية لها على شبكة الإنترنت تعمل على نشر الأخبار والمعلومات عن برامج القناة ومعرفة ردود أفعال الجمهور على المحتوى وبناء علاقات إيجابية معهم. وفي هذا الإطار تقوم شركات الإنتاج التلفزيوني والشبكات التلفزيونية باستغلال إمكانات الإنترنت في الحفاظ على قاعدتها الجماهيرية وخلق فرص للتفاعل غير المسبوق مع مجموعات المتلقين لمضامينها.

2 - تكامل التلفزيون مع الجيل الثاني من الإنترنت Web2 ، وذلك من خلال العمل على تنوع وتعميق مظاهر التكامل والاندماج والتلاقى. وهنا يتم النظر إلى شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها منصات لعرض وتدفق المحتوى وإعادة توزيعه والترويج له، بالإضافة إلى خلق فرص للتداول والتفاعل مع الجمهور وإشراكهم في عملية صنع المحتوى نفسه. ويشير باتريك رايلي Patrick Riley إلى التشابك الكبير والمعقد في العلاقة بين التلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي، مؤكداً على أن هذه العلاقة تتسم بالتكامل أكثر منها بالتنافس وأنها تسير دائماً في اتجاهين. ففي حين يؤكد على أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في صنع ونشر الأخبار على حد سواء، فإنه يلفت إلى أن المضامين التلفزيونية تمثل مادة للنشر والتداول والنقاش على منصات التواصل الاجتماعي.

ونظراً لنجاح مواقع التواصل في جلب ملايين المستخدمين حول العالم، تتجه قنوات التلفزيون وشركات إنتاج الفيديو إلى الشبكات الاجتماعية باعتبارها منصة جديدة لنشر وإعادة توزيع المحتوى وتعد في سبيل شراكات بملايين الدولارات مع إدارات هذه الشبكات، وعلى رأسها الفيسبوك واليوتيوب، من أجل توفير أدوات متخصصة واحترافية لبث الفيديو وتحريره وترويجه بين أوساط المستخدمين، وبالتالي تحقق الانتشار عبر توزيع المحتوى والترويج له على منصات مختلفة.

كما استغل الباحثون في مجال دراسات الجمهور وإدارات القنوات نفسها حجم وأنماط وأساليب التفاعل الاجتماعي للمشاهدين على منصات التواصل حول ما يتابعونه من مضامين تلفزيونية كمؤشرات على اتجاهات الجمهور نحو هذه المضامين وقياس مدى الشعبية والقبول التي تحظى بها.

3 - تكامل المواقع الإلكترونية للقنوات مع صفحاتها على الشبكات الاجتماعية، وذلك

من خلال الترويج المتبادل وتفعيل أدوات مشاركة المحتوى، حيث شرعت كثير من القنوات التلفزيونية في استغلال الإمكانيات التفاعلية لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل دفع المزيد من المتابعين لزيارة موقع القناة الرسمي والتفاعل عليه سواء من خلال صفحات هذه القنوات على الشبكات الاجتماعية أو نشر الإعلانات المدفوعة عليها.

كما أتاحت لمستخدمي الموقع إعادة نشر ومشاركة القصص الإخبارية والفيديوهات من على الموقع بشكل أوتوماتيكي في مقابل الحصول على معلومات حول أنماط استخدامهم للشبكات الاجتماعية.

وفي سبيل الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي كمنصات لإعادة توزيع المحتوى التلفزيوني بهدف الترويج له بين جماعات المستخدمين، عملت القنوات التلفزيونية على الربط بين موقعها الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي من خلال توفير أدوات تتيح للمستخدمين مشاركة محتويات الموقع على صفحاتهم أو المجموعات التي يشتركون فيها على الشبكات الاجتماعية وهذه الأدوات تعرف باسم Social Bookmarking Tools ، وقد ساهمت بدورها في خلق بيئة تفاعلية تشاركية حول محتوى المضمون التلفزيوني.

4 - تطبيقات تلفزيون الإنترنت: على المستوى التقني ظهرت العديد من أشكال التكامل

والتلاقي بين التلفزيون والإنترنت. ومن بين أبرز هذه الخدمات التلفزيونية الجديدة، والتي تعتمد على شبكة الإنترنت في بثها وتوزيعها واستقبالها، خدمات الفيديو المدفوعة كنتفلكس وأمازون تي في وأبل تي في وغيرها، بالإضافة إلى تلفزيون بروتوكول الإنترنت، والذي يقوم على استقبال الإشارة التلفزيونية للقنوات من خلال البنية التحتية للإنترنت بدلاً من طرق البث التقليدية بالأقمار الصناعية أو الكابلات وباستخدام أجهزة استقبال خاصة متصلة بالشبكة، وهو نظام تفاعلي متكامل يعطى للمشاهدين قدرًا كبيرًا من التحكم في تجربة المشاهدة ككل.

وقد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في إرساء أسس محاولات التزاوج بين التلفزيون التقليدي والإنترنت، فبعد أن كان ذلك المجال يتسم بالتخبط والغموض اتجه إلى الوضوح والتبلور باعتماد شبكات التلفزيون وشركات الإنتاج لنموذج عمل قائم على اشتراكات المشاهدين من خلال الدفع مقابل إتاحة المضمون التلفزيوني على شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى تحقيق مزيد من التواصل والتفاعل مع الجمهور عن طريق صفحات القنوات والخدمات التلفزيونية على الشبكات الاجتماعية بما يحقق الترويج لمحتواها ويساهم في الحصول على حجم أكبر من المتابعين.

5 - تطبيقات التلفزيون الاجتماعي، أظهرت دراسات عدة أن أفراد الجمهور يستخدمون الوسائل التقليدية والجديدة بشكل متزامن ومتوازي، ففي حين يشاهدون البرامج التلفزيونية يقومون بإنشاء أو تداول أو مناقشة منشورات ومواد متعلقة بما يشاهدونه من مضامين وموضوعات باستخدام أجهزة الكمبيوتر أو التلفزيون المحمول المتصلة بالإنترنت فيما يعرف باسم

Second Screen Viewing

أي استخدام جهاز آخر متصل بالإنترنت في نفس وقت مشاهدة التلفزيون أو بعدها مباشرة.

وقد انتشر هذا النمط الجديد من التعرض للتلفزيون في السنوات الأخيرة لدرجة اعتباره ظاهرة اتصالية وإعلامية جديدة تتم دراستها في العديد من البحوث والدراسات تحت مسميات مختلفة مثل المشاهدة الجماعية، والمشاهدة الاجتماعية، والتلفزيون الاجتماعي.

وتهدف هذه الأبحاث إلى معرفة أنماط ومحددات وتأثيرات استخدام أجهزة اتصال أخرى كالتلفزيون المحمول وأجهزة الكمبيوتر والآيباد أثناء متابعة محتوى تلفزيوني محدد كمسلسل درامي أو برنامج حوارى مثلاً. وتركز هذه الدراسات على استخدام المشاهدين لمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك وتويتر من أجل متابعة التعليقات والمراجعات حول المضمون التلفزيوني أو المشاركة في كتابة أو تناول مثل هذه التعليقات أو إعادة نشر أجزاء من المضمون التلفزيوني الأصلي بهدف النقد أو الترويج.

وهو ما دفع القنوات التلفزيونية إلى تغيير نمط تعاملها مع وسائل التواصل الاجتماعي، فبعد أن كانت تقوم بتحديث محتويات صفحاتها على الشبكات الاجتماعية بشكل أوتوماتيكي جامد خالي من التفاعل والحوار أو تحفيز المتابعين على المشاركة والنقاش، اتجهت إلى اتباع الأسلوب الحوارى مع المتابعين وتشجيعهم على إبداء آرائهم والدخول في مناقشات حول المحتوى المنشور.

وأصبحت هناك الآن تطبيقات تفاعلية على الأجهزة المحمولة ومنصات إلكترونية على الإنترنت مصممة خصيصاً لتحقيق التواصل بين مشاهدى البرامج التلفزيونية يطلق عليها "تطبيقات التلفزيون الاجتماعي" مثل Amigo TV و Starting TV و Miso TV وغيرها. ويمكن للمشاهدين من خلالها التواصل المباشر أثناء المشاهدة، ونشر وتبادل الآراء حول البرامج التي يشاهدونها، ودعوة أصدقائهم لمشاهدة مضامين مماثلة. بل وتقوم بعض الشبكات التلفزيونية بتوظيف هذه التطبيقات لخلق مجتمع تفاعلي مع برامجها ذات الشعبية الكبيرة.

6 - المضمون الذي ينتجه المستخدمون، لا تسير العلاقة دائماً في اتجاه واحد فقط- من المضمون التلفزيوني التقليدي إلى منصات التواصل الاجتماعي- ولكنها تتخذ أنماطاً متنوعة في المسار المعاكس أيضاً، حيث تظهر تعليقات ومشاركات مستخدمي الشبكات الاجتماعية في كثير من برامج التلفزيون بأشكالها وقوالها المختلفة كنوع من ديمقراطية الاتصال ومحاولة من القنوات التلفزيونية لعرض آراء الشارع واتجاهات الرأي العام. ولا يقف الأمر عند هذا الحد فقط، بل إن هناك برامج كاملة مخصصة لتعليقات ومشاركات المشاهدين على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة ردود أفعالهم على الأحداث المختلفة وآرائهم في القضايا والموضوعات المطروحة أو لعرض مقاطع فيديو قاموا هم أنفسهم بإنتاجها ونشرها وتداولها، وفي هذا الإطار تشجع القنوات التلفزيونية الكبرى، وخاصة الإخبارية منها، متابعتها على إرسال مقاطع فيديو عن الأحداث والموضوعات المتنوعة.

وبذلك يحقق التكامل بين الشبكات التلفزيونية والشبكات الاجتماعية نمطاً غير مسبوق من التزاوج بين المضمون الذي ينتجه المحترفون Professional - generated Content والمحتوى الذي ينتجه المستخدمون User-generated Content. ويتخذ هذا التلاقي أشكالاً ومستويات مختلفة في العمل التلفزيوني بداية من عرض تعليقات المتابعين في البرامج، مروراً بمشاركاتهم في اختيار ضيوف الحلقات واقتراح الأسئلة، وصولاً إلى البرامج القائمة بالكامل على المحتوى الذي ينتجه المستخدمون¹.

1- عبده (خالد جمال). (2021). من الشبكات التلفزيونية إلى الشبكات الاجتماعية: أنماط الوجود الافتراضي للقنوات المصرية الحكومية والخاصة على الفيسبوك، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 35/ أكتوبر/ديسمبر 2021. ص ص 409-405 متاح على [الرباط](#)

الختامة

عرضنا في تلك الورقة كيف ومتى بدأ التلفزيون وكيف تطور وما التحديات التي واجهته والمتمثلة في التطور التكنولوجي السريع، وكيف استطاع التأقلم مع هذا التطور واستخدامه لصالح بقائه فمزال التلفزيون أداة ووسيلة للترفيه والاطلاع على العالم بالنسبة للغالبية من المصريين، وخاصة الدخول المنخفضة وربات المنازل وكبار السن الذين لا يستطيعون التعامل مع التكنولوجيا الحديثة والمنصات الرقمية وحتى بالنسبة للشباب القادرين الذين يفضلون المنصات الرقمية الآن يستطيعون استخدام تلك المنصات الرقمية من أجهزة التلفزيون الذكية. Smart TV.

ففي عامه الثالث والستون مزال يلجأ له العديد من الناس للتحقق من المعلومات التي يتم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تكون بعضها شائعات ومغالطات، وكذلك لم تخلو أسرة حديثة التكوين أو قديمة أو حتى مازالت في طور التكوين -كما في حالة المقبلين على الزواج- من جهاز أو أكثر من أجهزة التلفزيون فهو منذ ظهوره في مصر كان ولا يزال مكون أساسي ورئيسي في الأجهزة المنزلية وفي تشكيل ثقافة النشء.

لذا يجب على القائمين على القنوات التلفزيونية تطوير المحتوى المعروض على هذه القنوات ليواكب التطورات الحادثة في وسائل الإعلام الحديثة، ويحافظ على مكانته مع هذه التطورات المتلاحقة.

EOJIM

“المرصد المصري للصحافة والإعلام”

مؤسسة مجتمع مدني مصرية تأسست بالقرار رقم 5805 لسنة 2016. وتتخذ “المؤسسة” من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان والمعاهدات والمواثيق الدولية الخاصة بحرية الصحافة والإعلام والدستور المصري مرجعية لها.

تهدف “المؤسسة” إلى الدفاع عن الحريات الصحفية والإعلامية وتعزيزها، والعمل على توفير بيئة عمل آمنة للصحفيين والإعلاميين في المجتمع المصري من ناحية، والعمل على دعم استقلالية ومهنية الصحافة والإعلام من ناحية أخرى.

ومن أجل تحقيق هذه الأهداف يعمل “المرصد” عبر برامج وآليات متنوعة؛ تقوم بعضها برصد الانتهاكات الواقعة بحق الصحفيين والإعلاميين وتوثيقها من ناحية، ورصد ونقد لبعض أنماط اللامهنية في عدد من الصحف والمواقع الإلكترونية ووسائل الإعلام من ناحية أخرى. كما تقدم “المؤسسة” الدعم القانوني المباشر أو غير المباشر للصحفيين أو الإعلاميين المتهمين في قضايا تتعلق بممارستهم لمهنتهم. كما تقوم “المؤسسة” بالبحوث والدراسات الخاصة بوضع حرية الصحافة والإعلام في المجتمع، وتقديم أيضًا مجموعة من التدريبات والندوات التثقيفية من أجل تعزيز قدرات الصحفيين والإعلاميين، والارتقاء بمستواهم المهني وتعريفهم بحقوقهم وواجباتهم وطرق أمنهم وسلامتهم أثناء تأدية عملهم.

رؤيتنا

دعم وتعزيز حرية الصحافة والإعلام واستقلالهما، والوصول إلى بيئة مهنية ومناخ آمن وملائم لعمل الصحفيين والإعلاميين في دولة يكون أساسها سيادة القانون واحترام حقوق الإنسان.