

المحور الرابع: اقتصاديات التلفزيون

المحاضرة السادسة: النظام الاقتصادي للتلفزيون

تمهيد: شهدت صناعة الإعلام السمعي البصري بمعنى التلفزيون عدة تحولات بنيوية ووظيفية واضحة خلال النصف الثاني من القرن العشرين حيث كانت أهم التحولات تمس جانبين أحدهما صناعي تقني والآخر نوعي ايدولوجي، فالجانب الصناعي أو التكنولوجي يرتبط بتطور التقنيات الحديثة الموظفة ويتمثل في تلاقي ثلاث تكنولوجيات أساسية: الالكترونية، الاتصالات السلكية واللاسلكية والإعلام الآلي. أما الجانب النوعي فيتمثل في تزايد سيطرة الفعل الاتصالي على الخطاب الإعلامي بمعنى هيمنة الوسيلة على الرسالة وهيمنة الشبكة على صناعة المحتوى.

أولاً: مفهوم التلفزيون:

1- لغة: التلفزيون من الناحية اللغوية كلمة مركبة من مقطعين : Télé ومعناه عن بعد و Visio : معناه الرؤية، ومن خلال الجمع بين المقطعين فالتلفزيون معناه الرؤية عن بعد.

2- اصطلاحاً:

➤ التلفزيون هو نظام أو طريقة إرسال واستقبال الصورة والصوت من مكان لآخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والكابلات والأقمار الصناعية بمحطاتها الأرضية في حالة البث الواسع.

➤ التلفزيون وسيلة اتصال سمعية بصرية تعتمد أساساً على الصورة، والصورة في التلفزيون ليست كالصورة الفوتوغرافية أو الصورة السينمائية فهي تتكون من مجموعة مرسومة من النقاط الضوئية تظهر على الشاشة بواسطة شعاع إلكتروني.

➤ التلفزيون هو من وسائل الاعلام والاتصال التي تنتج خطاباً إعلامياً مضمونه ثقافة جماهيرية توجه إلى قطاعات عريضة من الجماهير تتميز هذه الأخيرة بالتشتت والتفتت والتخصص أكثر، حيث تساهم مؤسسة التلفزيون في التنشئة الاجتماعية والثقافية للأفراد بل أصبح تأثيرها يتجاوز دور مؤسسات التنشئة التقليدية كالأُسرة والمؤسسة التعليمية والدينية ومؤسسات المجتمع المدني وغيرها.

ثانياً: الخصائص الاقتصادية للتلفزيون :

- المنتج السمعي البصري هو تدفق مستمر في حين المنتج الصحفي المكتوب هو محتوى إعلامي وحامل ورقي.
- المنتج السمعي البصري ليست مجرد منتجات غير مادية ولكنها منتجات تقدم وتضمن الخدمة العمومية قابلة للاستهلاك من طرف عدد غير محدود من المشاهدين الذين يقعون في مجال استقبال التلفزيون ويتمتعون بتجهيزات الاستقبال الخاصة.
- تعدد وتنوع القنوات التلفزيونية وانتشارها كالتفيليات في الفضاء الإعلامي تفرض تخصيص أموال هامة لتحسين مستوى وجودة البرامج وكذلك جودة البث.
- تكاليف إنتاج البرامج المرتفعة تفرض منطقتها في اختيار البرامج المنافسة.
- التداخل بين تقنيات الإنتاج السينمائي والإنتاج التلفزيوني تحدد طبيعة وسائل الإنتاج.
- تقنيات البث الجماهيري والبث الحصري لبرامج التلفزيون يخضع للمنطق الاقتصادي من حيث التكلفة وطبيعة وسائل النقل والبث التلفزيوني المستخدمة مثل أجهزة الاستقبال الخاصة وبطاقات الاشتراك الشهرية والسنوية.
- ضرورة استهداف أكبر قطاعات الجمهور المستهلك للبرامج التلفزيونية تفرض المنافسة بين المحطات والقنوات التلفزيونية.
- ضخامة التجهيزات المستخدمة في الإنتاج وبث البرامج التلفزيونية مثل تلك التي تحتويها الاستوديوهات مثل كاميرات التصوير، قاعات المراقبة والبث، شاشات البث،
- حجم رأس المال وحجم العمالة كبير التي تستحوذ عليها القنوات TV.
- تزايد وتضخم حجم المكافآت والأجور الممنوحة خاصة للمواهب المتميزة والمنفردة.
- يعتبر منطق البث أو التدفق عرض المنتجات التلفزيونية بواسطة البث الجماهيري، فبدلاً من إعادة نسخ النموذج الأصلي لعمل معين عدة مرات أو يتم توزيعه يتم بثه في وقت واحد إلى عدد كبير من المستهلكين.

➤ يعتمد بث البرامج التلفزيونية على الإنتاج الذاتي إضافة إلى شراء نسبة معتبرة من البرامج لتغطية وقت البث الطويل. يخضع التلفزيون كمؤسسة إنتاج وبث إعلامي إلى منطق الاستيراد والتصدير الذي يخضع للعرض والطلب.

ثالثا: مراحل الانتاج الصناعي في التلفزيون:

3-1- مرحلة إنتاج البرامج أو شراءها: لتحضير البرامج الإخبارية والحصص الخاصة والتغطيات المباشرة لمختلف الأحداث ويترتب على ذلك القيام بعمل فكري في غاية من الأهمية يتعلق أساسا بوظيفة الكتابة والتحرير الصحفي للتلفزيون حيث يأخذ قسم الأخبار حيزا مهما من وقت البث الخاص بمختلف القنوات التلفزيونية، لذلك من الضروري تحيين قواعد البيانات والمعلومات الخاصة بالمؤسسة الإذاعية والاعتماد على المصادر المختلفة للخبر بهدف تقديم المعلومة الصحيحة والمفيدة، إضافة إلى حسن اختيار عناوين الحصص والبرامج المتخصصة وانتقاء الشخصيات الفاعلة والمناسبة للمشاركة في إنتاج البرامج المختلفة. وتتخذ البرامج التلفزيونية أنماط وأشكالا متعددة لإنتاجها وهي إما أن تكون:

- برامج من إنتاج المحطة التلفزيونية ذاتها.
- برامج يتم إنتاجها مباشرة لصالحها من قبل شركة إنتاج.
- شراء القناة حقوق بث البرامج على وجه التخصيص.
- شراء برامج كاملة ومستقلة من شركات الانتاج السمعي البصري وكذا الانتاج السينمائي في حالة الدراما بنوعيتها الأفلام والمسلسلات.

3-2- تصميم وبناء الشبكة البرمجية: إن عملية البرمجة ليست بسيطة بالقدر الذي تستند فيه إلى قدرة وكفاءة المبرمج في استغلال كل العوامل الايجابية والالتفات إلى جملة من الضوابط الفنية التي يجب أن يأخذها بعين الاعتبار أثناء القيام بهذه الوظيفة المركزية في العمل التلفزيوني وهي:

➤ طبيعة البرنامج ومضمونه من حيث الفكرة التي ينطلق منها، القيم التي يحملها والأهداف التي يرمي إلى تحقيقها.

➤ المدة الزمنية التي يستغرقها البرنامج حيث يلعب ذلك دورا أساسيا في تنظيم رزنامة البرامج خلال 24 ساعة من البث المتواصل.

➤ توقيت بث البرامج لأنه يجب التفريق بين الأوقات العادية **Ordinary Time** للبث وأوقات الذروة

Prime Time التي عادة ما ترتبط بالمساحات الزمنية للإشهار، فمثلا ذروة المشاهدة في الـ.م.أ هي الوقت الواقع بين الساعة والحادية عشر ليلا (19.00 سا - 23.00 سا).

➤ **طبيعة الجمهور المستهدف وعادات وأنماط المشاهدة:** حيث تؤدي هذه السمات التي تتعلق بعادات وأنماط المستمعين للإذاعة إلى تنظيم الشبكة البرمجية وملاءمة أوقات الفراغ بما يتماشى مع هذه الأبعاد ومن مؤشرات أنها تؤثر في سلوك المعلنين.

➤ **الدورة الاقتصادية للإشهار:** حيث يمثل اللاعبون الكبار في مجال الإشهار التلفزيوني الدور الرئيسي في استغلال الفترات المهمة لتمرير الرسائل الإشهارية وفقا للمنطق المالي الذي يسمح لهم بالتدخل في توجيه الشبكة البرمجية على أصعدة عديدة.

3-3- مرحلة البث والإرسال: هي المرحلة الأخيرة والفعالية في إرسال وبث البرامج التلفزيونية العامة والمتخصصة عبر وسائل البث الجماهيري لتصل إلى الجمهور المستهدف في وقت واحد، حيث يكمن الاعتماد على تقنيات البث التالية:

- البث الهرتزي الأرضي مثل القنوات الأرضية التابعة لمختلف الدول.
- البث عبر الأقمار الاصطناعية من خلال مثال القنوات الفضائية المختلفة.
- البث بواسطة الكابلات مثل نموذج تلفزيون الكابل الذي ينتشر في الدول الغربية مثل الـ.م.أ ، فرنسا، بريطانيا ، ألمانيا ، إيطاليا ، اليابان وغيرها.

وبالنسبة للإرسال التلفزيوني فهو يأخذ أنماطا متعددة:

- الارسال المباشر للبرامج من خلال النقل والبث الحي لمختلف الأحداث العامة والخاصة.
- ارسال وبث حصص وبرامج مسجلة.
- بث المسلسلات والأفلام والموسيقى بشكل دوري ومتكرر.

رابعاً: تكاليف ونفقات الصناعة التلفزيونية:

تتميز تكلفة إنتاج المواد الإعلامية في السعي البصري ببنية خاصة حيث تتسم بارتفاع تكلفة النموذج الأصلي، ارتفاع العمل الذهني وانعدام التكلفة الحدية. ويمكن إظهار هذه السمات من خلال المعطيات المتوفرة عن بعض المنتجات في البلدان الصناعية والبلدان النامية، فهناك علاقة مباشرة بين تكلفة المنتج وموقعه في شبكة برامج القناة أو المحطة المبرمجة، وهذا الموقع في البرمجة يحدد مستوى عائدات البرامج، مستوى مردوديته ضمن مجموع الشبكة البرمجية.

4-1- تكاليف ونفقات الاستثمارات الأولية: إن صناعة الاعلام مثلها مثل أي صناعة تحتاج إلى تكاليف ونفقات ضخمة للاستثمارات الأولية فمثلا مع أواخر السبعينات في أمريكا بدأت صناعة نظام تلفزيون الكابل التي وزعت آنذاك بين مئات المستثمرين الذين توجهوا نحو الاندماج أكثر وظهرت شركات جديدة للاستحواذ على أنظمة الكابل القائمة والتماس امتيازات جديدة وكانت القوة الدافعة لاندماج أنظمة الكابل هي حجم اقتصادياتها أي انه كلما كان حجم الشركة اكبر انخفضت التكلفة بالوحدة للسلع والخدمات الضرورية.

4-2- تكاليف ونفقات تجهيز البنية التحتية: تحتاج مختلف المؤسسات التلفزيونية سواء الشبكات الكبرى أو المحطات الدولية أو حتى القنوات التلفزيونية المحلية إلى نفقات لتجهيز البنية التحتية التي تتمثل في الهياكل العقارية والتنظيمية واللوجستكية إضافة إلى البنية التحتية للاتصالات التي تحتاج إلى تكاليف ضخمة، فمثلا تكاليف البنية التحتية في هيئة الإذاعة والتلفزيون البريطاني BBC قدرت ب 771 مليون أورو عام 2012.

4-3- تكاليف ونفقات التسيير والإدارة: وظيفة التسيير والإدارة من الحلقات الرئيسية في نجاح أي شبكة أو محطة تلفزيونية حيث تحتاج الإدارة المركزية والفروع المرتبطة بها إلى تخصيص ميزانيات مهمة لاتمام الأنشطة الإدارية

والتسييرية التي ترتبط أساسا بتنفيذ وظائف الإدارة من مثل الوظيفية التشغيلية التخطيطية الإنتاجية والاتصالية.

4-4- تكاليف ونفقات الأجور والخدمات المختلفة: تمثل تكاليف ونفقات الأجور كتلة مهمة من ميزانية أي مؤسسة تلفزيونية نظرا لكثرة الوظائف المتخصصة التي تحتاجها في المجال إضافة ارتباطها بالنظام الدولي لأجور الصحفيين والعمال في مجال السمع البصري الذي يجعل من الأجور المدفوعة حرة وترتبط بمدى كفاءة ومهارات والجانب الإبداعي للأفراد فمثلا في التلفزيون العمومي الجزائري تم إحصاء ما يقارب 3000 موظف من مختلف الفئات تقابلها ميزانية ضخمة للمؤسسة تقدر بحوالي 4000 مليار سنتيم يذهب جزء معتبر منها لتغطية نفقات الأجور والخدمات المختلفة مثل شبكات الاتصال والأنترنت والعمليات الاستشارية المختلفة.

4-5- تكاليف ونفقات البث والإرسال: تحتاج كل مؤسسة تلفزيونية إلى تخصيص نفقات لبث وارسال البرامج حيث يمكن اعتبار نفقات البث والارسال التلفزيوني من التكاليف المرتفعة مقارنة بالبث والارسال الإذاعي الذي يعد منخفضا نوعا ما، ويرتبط ذلك أساسا بحقوق البث التلفزيوني المدفوع للشركات المشغلة للأقمار الاصطناعية أو الشبكات المنتجة للبرامج التلفزيونية إضافة إلى توجه مختلف الشبكات والمحطات التلفزيونية الكبرى وحتى المحلية إلى التمركز واحتكار إنتاج وبث البرامج وهي التي تكلف ميزانيات ضخمة تدفع هذه الشبكات إلى البحث عن تعويض هذه النفقات باحتكار البث والارسال. فمثلا كلف الانتقال إلى النظام الرقمي في هيئة الإذاعة والتلفزيون البريطاني BBC 162 مليون أورو عام 2012.

4-6- تكاليف ونفقات إنتاج وشراء البرامج والحصص: إن إنتاج البرامج التلفزيونية تكلف ميزانيات نفقات تتراوح بين الضعيفة في البرامج الخفيفة والمحلية، والمتوسطة في البرامج ذات البعد الوطني وكذلك المتخصصة أما البرامج الضخمة والشهيرة ذات البعد والتأثير الدولي فهي تكلف خزينة المؤسسة التلفزيونية ميزانية ضخمة، ونفس الأمر تقريبا يطرح عندما يتعلق الأمر بشراء البرامج التلفزيونية سواء المحلية، الوطنية أو الدولية مع الأخذ

بعين الاعتبار مدى شهرة البرنامج وتأثيره خاصة على المستوى الدولي فذلك يكلف أموالاً طائلة لإنتاجه ويتم بيعه أيضاً بأموال طائلة خاصة عندما يتعلق الأمر بالشبكات العالمية الكبرى خاصة الأمريكية منها مثل **CBS**، **ABC**، **NBC**، **FOX** وغيرها ، وعندما يتعلق الأمر بالبرامج الشهيرة مثل برنامج **أوبرا**، **Adol** وغيرها.

4-7- تكاليف دراسات السوق والجمهور: تم تأسيس وإنشاء العديد من المحطات التلفزيونية دون دراسات مسبقة لسوق المشاهدين والمعلنين لمن باشتداد المنافسة في السوق الإعلامية شرعت مختلف المؤسسات في إجراء دراسات حول هذه السوق بداية من ثمانينات القرن الماضي، وقد بينت أغلب الدراسات أنه من الممكن ضمان نسبة نجاح كبيرة للعديد من البرامج مثل الموسيقى، الرياضة والاقتصاد.