

المقدمة

.....من الشيق دائما الحديث عن مستقبل التلفزيون، الا ان التركيز يكون دائما على التكنولوجيا، وبدرجة رئيسية على تقنيات اىصال وتوزيع الخدمات التلفزيونية، في حين ان المستهلك لا يعنيه كيف يصله المحتوى بقدر ما يهمله الحصول على المحتوى الذي يرغبه في المكان والوقت الذي يختاره.

وفيما يعتقد بعض الاذاعيين بانهم اذا عيون لامتلاكهم أنظمة الارسال، فان ظهور تقنيات البث التلفزيوني باستخدام بروتوكول الانترنت (IPTV, DSL)، والتقنيات اللاسلكية (Wireless Technologies)، إضافة للتطور الهائل للتقنيات الاتصالية والمعلوماتية (CIT)، أدى الى تغييرات في مفاهيم البث الاذاعي والتلفزيوني التقليدي، والى ظهور منافسين ولاعبين جدد كشركات الاتصالات والانترنت والتليفون المحمول، وتوفير فرص حديثة لتقديم الخدمات التفاعلية وحسب الطلب، والى بدء تحولات تقنية عديدة كإيقاف الإرسال التماثلي (Analogue)، والتحول نحو الرقمية (Digital)، وبدء بث التلفزيون عالي الدقة (HDTV)، والى ظهور وسائل توزيع جديدة للبرامج عبر الإنترنت والمحمول.

وليس كافيا ان يقوم الاذاعيون بتشكيل المحتوى ليتناسب ووسائل وأنظمة الارسال، سواء كانت عالية الدقة (HDTV) أو قياسية (SDTV)، للبث الارضي او الساتلي او الكابلي او ببروتوكول الانترنت او للموبايل... بل يجب ان يكون هذا المحتوى متميزا وجاذبا للمشاهد، وإلا فلا حاجة لأنظمة الارسال. وعليه فان دور الاذاعيين بالدرجة الاولى هو في التركيز بشكل رئيسي على انتاج المحتوى ذي النوعية العليا، والمصمم مع مراعاة خصوصية الاسواق الموجه اليها. وبالتأكيد فان وسائل وأنظمة الارسال مهمة... إلا أن المحتوى هو الملك (Content is King).

التلفزيون ببروتوكول الانترنت

مع النمو المتسارع لتقنيات الانترنت وتزايد سرعته، بدأ استخدامه لبث الإشارة التلفزيونية. ومع توفر خط الاتصال العائد بين المستهلك ومصدر البرنامج، ظهرت فرص جديدة للخدمات التفاعلية الالكترونية (Interactive Services) كالتسوق والالعاب والتخاطب، ولخدمة المشاهدة حسب الطلب (VOD-Video on Demand)، حيث يختار المستهلك ما يود مشاهدته من مكتبة حاسوبية ضخمة للأفلام والمواد البرمجية.

ويمثل توزيع المحتوى التلفزيوني عبر الإنترنت اتجاها حاليا ينبغي الاستفادة منه، لا سيما وان نسبة متزايدة من أجهزة الحاسوب الشخصي تجهز لاستقبال الإشارة التلفزيونية ولربطها ومشاهدتها عبر الشاشات التلفزيونية.

والبث التلفزيوني عبر الإنترنت (Internet TV) ملائم لإرسال القنوات

المتخصصة (Niche TV) ، وبكلفة رأسمالية وتشغيلية منخفضة. ويتيح ذلك مجالات عديدة لرواد جدد لمنافسة البث التلفزيوني التقليدي.

وكنتيجة لتوفر وسائل الإنتاج للجمهور بأسعار مناسبة، ظهرت مواقع على شبكة الإنترنت (MySpace, YouTube) تعرض بشكل رئيسي مساهمات الجمهور من البرامج المرئية القصيرة، كما وتزايد كم البرامج التي يشارك بها الجمهور بشكل مباشر وعن طريق التصويت عبر الرسائل القصيرة SMS والهاتفية والبريد الإلكتروني كتلفزيون الواقع وستار أكاديمي وسوبر ستار...

ولا يزال انتشار الإنترنت والشبكات عريضة النطاق (Broadband Networks) محدودا في العالم العربي. وقد يكون لذلك أسبابه المحلية في ضرورة تطوير البنية الاتصالية، ودوافعه التقنية في محدودية سعة التخزين والنطاق الترددي المتاح للمستهلك في الوقت الحاضر، إلا أن المستقبل سيوفر السعة اللامتناهية والتي لن يحدّها إلا مقدار ما يرغب المستهلك في الدفع مقابله.

الارسال لأجهزة المحمول

وحديثا بدأ انتشار استخدام أنظمة (DVB-H) الأوروبية و (DMB) الكورية لبث الوسائط المتعددة (MultiMedia) للأجهزة التلفزيونية المتنقلة (PDA or Mobile Phone) . وأثبتت تجارب التلفزيون المتنقل Mobile TV أن هناك اهتماما جماهيريا ملحوظا بمشاهدة النشرات الأخبارية والرياضية والجوية عبر التلفزيون الخليوي وذلك لمدد زمنية قصيرة (عشر إلى خمسة عشر دقيقة). كما ويدل تقرير حديث على أن نسبة عالية من الأطفال ترغب في مشاهدة مزيد من المسلسلات التلفزيونية (Soap Operas) عبر الموبايل. إلا أن نجاح تلفزيون الموبايل يرتبط بإعادة تشكيل المحتوى التلفزيوني (Repurposing of TV Content) ليتناسب ومساحة وشكل شاشة المحمول ومن ثم بيع هذا المحتوى وتوزيعه عبر شركات المحمول للمستهلكين.

التقنيات اللاسلكية

وأدى التزاوج بين الإرسال التلفزيوني الرقمي (DVB) والتقنيات اللاسلكية المتنقلة الى ظهور آفاق جديدة لتزويد المستخدمين أيا كان موقعهم بخدمات الوسائط المتعددة الشخصية. وينتشر استخدام التقنيات اللاسلكية المختلفة لنقل المعلومات بصورها المختلفة كالنص والصوت والصورة، من مكان لآخر، باتجاه واحد أو باتجاهين، وأحادي أو متعدد الاستقبال (Unicast or Multicast) وأكثرها شيوعا في الأماكن العامة والمكاتب والمنازل هي أنظمة (Bluetooth, WiFi, WiMax, GSM, UMTS...etc.)

ونظام الاتصالات المتنقلة العالمي (GSM) هو الأكثر انتشارا للتلفونات المحمولة في العالم، حيث يستخدمه أكثر من بليون شخص في ما يزيد على منتي دولة. وتمكّن خدمة التجوال (Roaming) المشتركين من استخدام أجهزتهم في كافة أنحاء العالم. ويوفر النظام نوعية صوت رقمية متميزة، وخدمة الرسائل القصيرة، إضافة إلى الاتصالات المعلوماتية وذلك في أجهزة الجيل الثالث التي تمكن أيضا من إرسال الصور (SMS) واستقبال البث التلفزيوني.

التحول نحو الرقمية

وتشهد السنوات الحالية تحولا نحو الإرسال الإذاعي و التلفزيوني الرقمي، لا سيما في الولايات

المتحدة الأمريكية واليابان وأوروبا، حيث تقرر إيقاف الإرسال التليفزيوني التماثلي الأرضي والتحول نحو الرقمي في موعد لا يتجاوز خمس سنوات من تاريخه. وفي حين شهدت الدول العربية رقمنة وسائل الإنتاج والإرسال الساتلي، فإن التحول نحو الإرسال الإذاعي والتليفزيوني الأرضي الرقمي لا يزال في مراحله الأولى، باستثناء ما باشرته المملكة العربية السعودية حديثاً من الإرسال الرقمي الأرضي لخمس قنوات تليفزيونية رقمية أرضية لتغطية المدن في المملكة.

التلفزيون عالي الدقة

والتلفزيون عالي الدقة (HDTV) هو نظام تليفزيوني يحوي كم معلومات صورة يتجاوز خمسة أضعاف ما يحويه التليفزيون قياسي الوضوح (SDTV) ، مما يعني درجة تفصيل ودقة أعلى بكثير. وتختلف نسبة عرض الصورة لارتفاعها (Aspect Ratio) في نظام التلفزيون عالي الدقة (16:9) عنها في التلفزيون العادي (4:3).

وفي العالم العربي تعتمد بعض الشبكات التليفزيونية الساتلية العربية (أوربت، راديو وتلفزيون العرب، شوتاييم) البدء بإرسال عدد من قنواتها بنظام التلفزيون عالي الدقة في المستقبل القريب، وذلك عبر عرب سات ونايلسات. كما وتقوم العديد من القنوات التليفزيونية وشركات الإنتاج التليفزيوني بالاستثمار في شراء أجهزة ومعدات الإنتاج التليفزيوني عالي الوضوح.

وتحفل السوق الاستهلاكية العربية بالعديد من شاشات الاستقبال التليفزيوني بنوعها الرئيسي (Direct View Displays كالبلازما و LCD) و (Projection Displays - DMD و SXRD/LCoS) والمجهزة كلها لاستقبال البث التليفزيوني عالي الدقة.

التلفزيون في المستقبل القريب

خلال السنوات القادمة، سيتم التحول التام نحو التلفزيون الرقمي انتاجا وارسالا، وستزيد وتيرة الانتقال نحو التلفزيون عالي الدقة، لا سيما وأن شاشات الاستقبال المنزلية مهيأة منذ الآن لاستقباله، وان أجهزة الانتاج التليفزيوني كافتها ستكون عالية الدقة.

وسيكون التلفزيون بروتوكول الانترنت منافسا للتلفزيون الارضي والساتلي والكابلي، لا سيما وان الشبكات عريضة النطاق الترددي ثنائية الاتجاه مما سيسمح بتقديم الخدمات التليفزيونية التفاعلية وحسب الطلب. وسيتمكن الانترنت الهيئات التليفزيونية من ايصال قنواتها خارج حدود التغطية الوطنية وبأسعار أقل بكثير.

كما وسيزداد الدخل المتحصل من التلفزيون المتنقل الموجه للأجهزة المحمولة والتلفون الخليوي، وسيتعاضد دور هيئات الاتصالات في نقل وتوزيع الإشارة التليفزيونية، لا سيما وان الهيئات المذكورة ذات خبرة سنوات طويلة في ادارة العلاقة مع المستهلك وتحصيل الفواتير منه. وعمليا فان ايصال الفيديو للمنزل لا يختلف في ميكانيكته عن ايصال الكهرباء او الماء له، وان المستهلك لا يهمه كيف يصله المحتوى طالما انه يحصل عليه بشكل سريع وفعال.

ومع تزايد انتشار جهاز تسجيل الفيديو الشخصي (PVR) ، وتغير عادات المشاهدة، واستخدام القناة العائدة (Return Channel) التفاعلية في جميع المعلومات الاحصائية، سيتغير دور وشكل الدعاية والاعلان التليفزيونيين، وذلك في ضوء امكان قياس الدخل المباشر المتأتي منهما،

لتصبح موجهة فقط لاولئك الذين يرغبون في شرائها (Targeted Advertising) .

وستشهد السنوات القادمة تأثيرا متناميا للجمهور على صناعة الاعلام، وتصاعديا لدور المحتوى الذي ينتجه (User Generated Media) . كما وستستمر تجزئة وتفتت الجمهور (Fragmentation & Splintering of Audiences) مع التزايد المتواصل لاعداد القنوات التلفزيونية، واتجاهها الثابت نحو التخصصية.