

"أهم التطورات التي تشهدها أنظمة استغلال المحطات الاذاعية والقنوات التلفزيونية (Business Models) بحكم إزدياد عدد القنوات وتنوع تخصصاتها وفي ضوء تطور صناعة الاتصال السمعي والبصري في المنطقة العربية"

قدم " الدكتور فارس لبادة " هذا البحث اسهاما منه في الدراسة الاستراتيجية الاستشرافية التي أنجزها إتحاد إذاعات الدول العربية قصد تطوير أداء أجهزته ووسائل لمواكبة التطورات الجارية والمرتبقة في قطاع الاتصال السمعي البصري

المقدمة:

مع مرور ما يقارب القرن على بدء الصناعة التلفزيونية ، لا يزال دور البث التلفزيوني أساسيا في إيصال المعلومات وتقديم التسلية والترفيه للمشاهد في منزله وأثناء تنقله .

ونتيجة للتقدم التقني الهائل في مجال الارسال التلفزيوني والاذاعي لا سيما عبر الأقمار الصناعية ، وفي ضوء تعديل التشريعات في عدد من الدول العربية بما يسمح للقطاع الخاص بامتلاك وسائل الانتاج والارسال ، فقد تزايدت أعداد المحطات الاذاعية والقنوات التلفزيونية، الارضية والساتلية، الحكومية والخاصة، وتعددت تخصصاتها كالرياضية والاذاعية والعلمية والوثائقية والدينية... وتبذل جميعها قصارى جهدها من أجل المحافظة على المستمع والمشاهد، وذلك في ضوء تجزئة وشرذمة جمهورها، وبسبب التنافس الحاصل مع شبكة الانترنت.

ويمثل مفهوم أنظمة استغلال أو نماذج الاعمال التجارية (Business Models) الابعاد الرئيسية لاعمال الهيئة المعنية، بما فيها الاهداف ، والاستراتيجيات ، والبنية التحتية ، والهيكل التنظيمي، والممارسات التجارية، والعمليات والسياسات التشغيلية. ويتطلب وضع النموذج المناسب تحليل الاحتياجات والمتطلبات لا سيما المالية منها.

فباستثناء القنوات المدعومة حكوميا ، فان مصادر الدخل الرئيسية للمحطات الاذاعية والقنوات التلفزيونية تتأتى إما من الاعلانات التجارية أو من تسويق إنتاجها وبيع حقوق بث وتوزيع برامجها. أما شبكات البث التلفزيوني المشفر، ك OSN والجزيرة في العالم العربي ، فإن

مصدر دخلها هو في رسوم الاشتراك في الدرجة الاولى. وتنقسم النفقات الى رأسمالية وجارية، حيث تشمل النفقات الجارية ثمن البرامج المشتراة ، ونفقات الانتاج ، وأجور الطاقم الفني

والابداعي والهندسي والتشغيلي، وكلفة البث والارسال، وكلفة التسويق والدعاية، إضافة للنفقات الادارية والمالية الاخرى ... في حين تتضمن النفقات الرأسمالية إنشاء الاستوديوهات ومحطات الارسال، وتزويدها بالاجهزة والمعدات.

ويتناول البحث أثر التطورات التقنية الحديثة وتحليلا لانظمة الاستغلال (نماذج الاعمال التجارية) الحالية للقنوات التليفزيونية في المنطقة العربية.

التطورات التقنية الحديثة وأثرها على نماذج الاعمال:

يتطلب الانتقال الى تقنيات التليفزيون عالي الدقة (HDTV) والستيريوسكوب ثلاثي الابعاد (3D) نفقات رأسمالية لتطوير البنية التحتية وشراء الاجهزة والمعدات، كما ويستوجب تعديلات في طرق ووسائل الانتاج والارسال والتوزيع، وتغييرا لشاشات الاستقبال. وتجدر الاشارة الى أن الاتجاهات المستقبلية هي نحو تحقيق مزيد من الدقة والتفصيل بابتداع أنظمة التليفزيون الاعلى دقة (UHDTV) وانظمة ما بعد التليفزيون عالي الوضوح (BHD) ، مما يستدعي تغييرا في نماذج الاعمال لمجاراة التعديلات المذكورة.

وقد أوجدت التطورات التكنولوجية الحديثة فرصا عديدة في عالم الاعمال التلفزيوني، وأدت الى تزايد المنافسة بين القنوات الجامعة والمتخصصة والمدفوعة بالاشتراك او مقابل الرؤية، والى ظهور شبكات اليوتيوب والفيس بوك والتويتر، ولانتشار الاجهزة الذكية. ونتج عن ذلك ازدياد نسب مشاهدة التليفزيون والفيديو ، والاستماع للراديو والموسيقى، وذلك باستخدام العديد من الاجهزة الثابتة كالشاشات التليفزيونية المتصلة والمتنقلة كالهواتف واللوحات الحاسوبية الذكية، وعبر المنصات المختلفة كالبث الارضي والساتلي والمنتقل والانترنت وشبكات النطاق الترددي العريض .. وأثناء قراءة الصحف والمجلات وممارسة الالعاب الالكترونية والاتصال المباشر مع الاصدقاء.

وتمكن التكنولوجيا الحديثة من تحقيق تغيير دراماتيكي في عادات المشاهدة التليفزيونية وذلك باستخدام تقنيات المعلومات للانتاج والتوزيع ، وزيادة عرض النطاق الترددي للشبكات لا سيما

اللاسلكية، ومضاعفة معدلات الانضغاط الرقمي وسعات التخزين، وتطوير شاشات العرض وتصنيع اعداد هائلة من الاجهزة "المتصلة" "والذكية" .

ومع انخفاض كلفة توزيع المحتوى عبر المنصات المختلفة المذكورة ، تتيح التقنيات المستقبلية انتاج المزيد من المحتوى مع تخفيض النفقات باستخدام (Cloud Hosting and Broadcasting) ، وتقليل اعداد العاملين ، ودمج عمليات الانتاج والمونتاج والتوزيع ضمن الانتاج اللاخطي (Non-Linear Content Production) .

ومع ظهور التليفزيون الذكي تزايدت امكانية اختيار المحتوى الذي يرغب المشاهد، ومع انتشار تقنية التسجيل ضمن جهاز الاستقبال لم يعد المشاهد يهتم بالمشاهدة المباشرة الا للأخبار او المباريات الرياضية او برامج التسلية الحية، وما عدا ذلك من مسلسلات أو أفلام فيمكن تسجيلها لمشاهدتها في الوقت الذي يرغبه.

ويزداد الدخل المتأتي من التغطية التليفزيونية المباشرة مما يدفع نحو انتاج المزيد من التغطية المباشرة والمزيد من قنوات المحتوى داخل التغطية نفسها، وذلك بهدف تعويض الكلفة المالية الهائلة المترتبة على امتلاك حقوق البث التليفزيوني لا سيما للحدث الرياضي كمباريات كرة القدم العالمية . ولذلك تأثيره الواضح على نماذج الاعمال للقنوات الرياضية ، المشفرة منها على وجه الخصوص.

الارسال التليفزيوني الارضي الرقمي ونماذج الاعمال:

يؤدي التحول من الارسال الارضي التناظري الى الرقمي وإيقاف الخدمة التناظرية، الى توفير حيز ترددي كبير (Spectrum) يمكن استغلاله لخدمات اخرى عديدة. ولقد حصلت الدول التي اغلقت الارسال التناظري على الملايين، بل وفي بعض الاحيان البلايين، من الدخل المتأتي عن مزادات بيع الحيز الترددي . وهذا الدخل يمكن استغلاله في تطوير البنية الاذاعية والتليفزيونية بالتحول نحو الانتاج والبث والارسال الرقمي والتليفزيون عالي الدقة...

ويمكن التحول نحو الارسال الارضي الرقمي من تطوير نماذج اعمال جديدة للمحطات التليفزيونية بالتوجه نحو التركيز على تلبية المتطلبات المحلية، وتقديم الخدمات التفاعلية ... كما ويؤدي الى تقليل نفقات الارسال التليفزيوني حيث لا حاجة لاستئجار الساعات الفضائية المكلفة،

مما سيمهد لظهور محطات تليفزيونية محلية جديدة وسيكون له أثره الاجتماعي والاقتصادي والسياسي على المستوى المحلي.

الانترنت ونماذج الاعمال:

للبنث التليفزيوني عبر الانترنت ميزاته الخاصة كقلة تكاليف اىصال الاشارة، وتوفر السعات اللازمة ، وامكانية الخدمات التفاعلية، وفعالية الدعاية والرعاية عبر الانترنت، وفعالية التسعير المباشر ، وقلة الكلفة المترتبة على توزيع الاشارة عالميا وعلى تسجيل البرنامج او المشاركة بمشاهدته.

وإضافة الى قيام الهيئات التليفزيونية باستخدام مواقعها الالكترونية للبنث المباشر لقنواتها، وتسويق أو بيع برامج أو مسلسلات معينة عبر مواقع الكترونية متخصصة، فان محطات التليفزيون تركز أيضا على بناء علاقات مباشرة مع جمهور المشاهدين عبر الانترنت.

ومع بدء إنتشار تقنية (Over-The-Top Technology) OTT تتوفر للهيئات التليفزيونية فرص جديدة لتحقيق دخل مادي بتقديم خدمات المشاهدة حسب الطلب (VOD) ، و (Catch-Up TV) ، ويمكن للافراد أو الشركات إيصال المحتوى الخاص والجديد للمشاهدين وذلك دون تحمل نفقات مالية مقابل استخدام الشبكة العنكبوتية او لانشاء بنية تحتية اضافية.

شبكات التواصل الاجتماعي ونماذج الاعمال:

لشبكات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك (Facebook) وتويتر (Twitter) تأثير على نماذج الاعمال للقنوات التليفزيونية . فالشبكات الاجتماعية تعيد تشكيل سلوك الجمهور وتفاعله مع البنث التليفزيوني عبر الشاشة الثانية على أجهزة التليفزيون المتصلة او الذكية (Connected / Smart TVs) ، أو الهواتف الذكية (Smart Phones) ، او اللوحات الحاسوبية الشخصية (PC Tablets)، مما يدفع بالقنوات التليفزيونية لتعديل أنظمة ونماذج عملها، لابقاء المشاهد وربطه بهدف زيادة المشاهدة ومضاعفة الدخل المتأتي من الاعلان.

وفي حين تدعي شبكات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وتويتر انها شريك نموذجي للشركات التليفزيونية، فانها في الواقع منافس شديد لها في مجال الدعاية (TV Advertisement)

والتلفزيون المدفوع (Pay-TV) . وفي حقيقة الامر فان هذه الشبكات تواجه التلفزيون بفرص وتحديات جديدة

وتتزايد أهمية التطبيقات (Applications) لتمكين المشاهد من التفاعل المباشر مع البرنامج التلفزيوني ، والاتصال والتخاطب مع المشاهدين الآخرين. وتجد شبكات التلفزيون المدفوع في ذلك فرصة للمشاركين لكي يقوموا بدعوة بعضهم البعض لمتابعة برامج معينة ، وبالتالي للمساهمة في رفع معدلات المشاهدة.

ويعمل منتجو التلفزيون على ابتداء افكار جديدة تضمن مشاركة المشاهد وتفاعله ، بل وحتى انفاقه للمال لنشاطات معينة. كما وتبحث الشركات التلفزيونية عن طريق توفير فرص متميزة للدعاية والاعلان لمضاعفة الدخل المتأتي من الاعلان.

مصادر دخل القنوات التلفزيونية:

الدعاية والاعلان التلفزيوني هي احدى مصادر الدخل الرئيسية للقنوات التلفزيونية ، حيث يخصص زمن معين للدعاية التجارية الواحدة لا يتجاوز عادة الثلاثين ثانية للبث خلال البرنامج التلفزيوني ، وبما مجموعه عشرون دقيقة خلال الساعة لبث الاعلانات التجارية والدعايات التلفزيونية المحلية.

ويعتمد بث الدعاية أو الاعلان على الوقت الذي تبث فيه حيث يزداد ثمن الدعاية في اوقات ذروة المشاهدة التلفزيونية ، وعلى مدى شعبية البرنامج الذي تبث الدعاية خلاله، ومدى جماهيرية القناة التلفزيونية وأعداد مشاهديها. ويتم احتساب الدخل الكلي المتأتي من الدعاية التجارية انطلاقا من المجموع الاجمالي لزمن الدعايات ومعدل سعر الدعاية. إلا أن هناك اشكالا أو انواعا أخرى من الدعاية، كرعاية البرنامج حيث يتم التفاوض على السعر الاجمالي بشكل مستقل .

وتحصل بعض القنوات والشبكات التلفزيونية في حال امتلاكها للحقوق المتصلة ببرامج تلفزيونية مشهورة وشخصياتها وممثليها على دخل من ترخيص وتسويق الاصول المذكورة

واستخدامها في الكتب والمجلات واسطوانات الفيديو الرقمية والالعاب والوسائط الاعلامية الاخرى ، وقد يتم ذلك بالتفاوض والاتفاق مع طرف ثالث.

ومن مصادر دخل القنوات التليفزيونية الاخرى رسوم الاشتراك لمشاهدة القنوات المشفرة، وأجور الدفع مقابل المشاهدة، ومنها أيضا رسوم الاتصالات الهاتفية والرسائل النصية والخدمات التفاعلية عبر الانترنت.

ومع انطلاق الربيع العربي، اعتمدت العديد من القنوات الجديدة في العالم العربي التمويل الحزبي او الجماهيري المباشر كمصدر دخل اساسي لها.

النفقات الجارية للقناة التليفزيونية

من الممكن تصنيف النفقات الجارية والمتكررة للقنوات التليفزيونية على النحو التالي:

ثمن البرامج: ويشمل كلفة شراء وترخيص وامتلاك البرامج المنتجة من قبل طرف ثالث.

كلفة الانتاج: وتشمل أجور العاملين بما فيهم الفنانين والممثلين ومديري الانتاج والمساعدين وكاتبي السيناريو وفنيي المونتاج والمصورين والمنسقين.. الخ. كما وتشمل أيضا ثمن الديكورات والاجهزة الداعمة والماكياج والملابس ونفقات السفر .. إضافة الى النفقات الاخرى المرتبطة بانتاج البرنامج التليفزيوني.

كلفة مجدولي البرمجة: وتشمل رواتب العاملين على جدولة برامج القناة التليفزيونية، وشراء البرامج ونسخها وتخزينها، وما يترتب على ذلك من نفقات ادارية.

كلفة الخدمات الخلاقة والابداعية: وتشمل الجرافيك والمؤثرات الرقمية والترويج للبرامج والعاملين المبدعين من مخرجين ومنتجين ومصممين للجرافيك الرقمي والمطبوع.

كلفة التحضير للبث: وتشمل إدخال الدعاية والترويج والترجمة الالكترونية والدوبلاج والمزج الصوتي وتوقيت البرنامج للبث على الهواء ، إضافة لاجور العاملين في المكتبة والارشيف وفي مونتاج الصورة والصوت.

كلفة البث: وتشمل أجور إيصال البث التليفزيوني من محطة التليفزيون لمحطة الارسال عن طريق الميكروويف او الفبير او شبكات النطاق الترددي العريض، وكلفة الارسال التليفزيوني الارضي او الساتلي (بما فيها أجور الوصلة الصاعدة للقمر الصناعي والقطاع الفضائي)، إضافة لاجور المهندسين وفنيي الميكروويف والارسال.

كلفة التسويق والدعاية: وهي ضرورية للترويج للقناة التليفزيونية، واجتذاب المشاهدين والمعلنين... وتشمل هذه الكلفة نفقات التذكارات والنشرات والكتيبات .. الخ.

النفقات العامة والادارية: بما فيها الجهاز الاداري والمالي، والمحامين .. الخ.

النفقات الرأسمالية والاستثمارية للقناة التليفزيونية:

وتشمل المباني والاجهزة والمعدات لإنشاء الاستوديوهات وبث وإرسال القناة التليفزيونية. وكلفة إنشاء الاستوديوهات سواء كانت للانتاج او للاخبار او تقديم البرامج ، وتشمل ايضا الكهرباء والميكانيك والتكييف والعزل والمعالجة الصوتية والاضاءة التليفزيونية. في حين تشمل الاجهزة والمعدات الكاميرات التليفزيونية وأجهزة المزج والمؤثرات والتسجيل والمونتاج المرئي والصوتي وأجهزة الترجمة والحروف الالكترونية... إضافة الى أنظمة البث والأتمتة الحاسوبية والأرشفة المعلوماتية وأجهزة التحكم والتوزيع والمراقبة والجودة...

أما محطات الارسال الارضية والساتلية، فإضافة الى المباني والكهرباء والمولدات والتكييف فهي تشتمل على أجهزة الارسال والهوائيات للبث التليفزيوني الارضي أو الساتلي.

وتنخفض قيمة المعدات والاجهزة التليفزيونية بنسبة إهلاك سنوية ترتبط بمدة حياة الاجهزة. أما البرامج التليفزيونية ، فان نسبة إهلاكها تعتمد على عدد مرات إعادة عرضها، وتفقد عادة 80% من ثمنها أو كلفتها في السنة الاولى من عرضها.

الوضع التليفزيوني العربي:

بموجب دراسة أعدها حديثا إتحاد إذاعات الدول العربية:

- بلغ عدد الهيئات العربية التي تبث أو تعيد بث القنوات التليفزيونية في العام 2011 (608) هيئات (26 عمومية، 582 قطاع خاص) ، بزيادة قدرها (138) هيئة عن عام 2010.

- بلغ مجموع القنوات التليفزيونية التي تبثها أو تعيد بثها هذه الهيئات (1069) قناة بزيادة قدرها (336) قناة مقارنة بالعام 2010. ومن هذه القنوات (752) تبثها هيئات عربية و (317) قناة يعاد بثها.

- وتصنف الدراسة القنوات التليفزيونية الى عمومية أو حكومية وعددها (109) قنوات عام 2011 أي أقل ب (15) قناة من عام 2010 ، وخاصة وعددها (960) قناة بزيادة مقدرة ب (351) قناة عن عام 2010 .

- وتعتمد (247) قناة خاصة نظام البث المشفر ، فيما تعتمد باقي القنوات من عمومية وخاصة (822) قناة نظام البث المفتوح.

نماذج أعمال القنوات العمومية:

بلغ مجموع القنوات العمومية الفضائية في العالم العربي عام 2011 (109) قنوات وهو أقل ب (15) قناة مقارنة بعام 2010 ، ومنها (48) قناة جامعة ، (61) متخصصة ، (18) رياضية، (9) تعليمية ، (8) دينية، (7) دراما و (7) ثقافية ...

ويمثل الدعم المالي الحكومي المصدر الرئيسي لتمويل القنوات التليفزيونية الحكومية الجامعة والمتخصصة. وتوفر الدعاية والاعلان وتسويق الانتاج وبيع حقوق بث وتوزيع البرامج جزءا آخر من مصادر الدخل. وفي حين كانت القنوات الحكومية المصدر الاعلامي الاساسي حتى تسعينيات القرن الماضي قبل بدء البث الفضائي المباشر للمنزل وقبل السماح للقطاع الخاص

بامتلاك وسائل الانتاج والارسال، فان دورها الحالي يتضاءل في ضوء المنافسة الشديدة لبطء قيامها بتطوير محتواها وبرامجها وامكاناتها الفنية.

وتتشابه نماذج الاعمال للقنوات الحكومية الجامعة من حيث اهدافها واستراتيجياتها بل وحتى بنيتها التحتية وهيكلها التنظيمية.

ومع تناقص انتشارها وتضاؤل جماهيريتها فان على القنوات الحكومية لتستعيد دورها التاريخي ان تكون اكثر استقلالية وبعدا عن الضغوط السياسية والتجارية، وان تعكس الاهتمامات الاساسية للمجتمعات المحلية وتعالج مشاكلها الحياتية، وان تمتاز بالمصداقية والحياد الايجابي.

نماذج الاعمال للقنوات الخاصة:

بلغ عدد القنوات الخاصة الفضائية في العالم العربي (960) قناة عام 2011، وتشكل الزيادة في عددها ما نسبته %46 من عدد قنوات القطاع الخاص البالغ (609) قنوات عام 2010.

وتصنف هذه القنوات الى القنوات الجامعة (234 قناة)، والمتخصصة ومنها المنوعات الغنائية (129 قناة)، والدراما (122 قناة)، والدينية (83 قناة)، والرياضية (61 قناة)، والاذخارية (61 قناة)، والاطفال (39 قناة)، والوثائقية (17 قناة)، والاقتصادية (15 قناة)، والثقافية (13 قناة)، والاسرة (12 قناة)، والتعليمية (9 قنوات)، والسياحية (4 قنوات)، والموضة والسيارات (4 قنوات).

ومقارنة بالعام 2010، سجلت القنوات الجامعة زيادة بـ (52) قناة (ما نسبته %28) مقارنة بعام 2010، والمنوعات الغنائية بـ (42) قناة (ما نسبته %48) مقارنة بالعام المذكور 2010، والدراما بـ (68) قناة (ما نسبته %12.6)، والرياضة بـ (22) قناة (ما نسبته %56)، والدينية بـ (42) قناة (ما نسبته %104).

ويبدو واضحا أن تطور قنوات القطاع الخاص لا سيما القنوات الجامعة والدراما والدينية يدل على زيادة الاستثمار في المجال التلفزيوني الاعلامي مما يسمح بالاستنتاج بربحية المجال المذكور، وجدوى نماذج الاعمال فيه.

وبالطبع فان هناك تفاوتاً واضحاً في الاهداف والاستراتيجيات والبنية التحتية والهيكل التنظيمية لقنوات القطاع الخاص المختلفة. إلا أن العامل المشترك بينها هو في اعتمادها الرئيسي على

الدعاية والاعلان والرعاية، وفي بعض الاحيان على تسويق وتوزيع الانتاج البرامجي الخاص بها، او حقوق بث قنواتها عبر شبكات الساتل او الكابل او الانترنت عربيا وعالميا.

نماذج الاعمال لشبكات البث التلفزيوني المشفر:

تعتبر رسوم الاشتراك في استقبال قنوات أو باقات الشبكات التلفزيونية المشفرة المصدر الاساسي لدخلها. ويتأتى دخلها أيضا وإن بنسبة أقل من الدعايات والاعلانات التجارية ومن تقديم خدمات الدفع مقابل الرؤية (Pay-Per-View).

وعلى مدى الاعوام الماضية، أدى الصراع بين شبكات البث المشفر الى تحالف بين شبكتي اوربت وشوتايم لتشكيل شبكة (OSN) التي تقدم مزيجا من القنوات الترفيهية العربية والاجنبية، والى احتكار شبكة الجزيرة الرياضية لحقوق البث الرياضية لكرة القدم العالمية والعباب اخرى. ولاجتذاب مزيد من المشتركين بدأت كلا الشبكتين بتقديم خدمة البث التلفزيوني عالي الدقة (HDTV) وثلاثي الابعاد (3DTV).

وتعتمد شبكة (OSN) في نموذج اعمالها على تقديم عدد من الباقات التلفزيونية التي تختلف في تشكيل وعدد قنواتها وبالتالي في اسعار اشتراكها الشهري والسنوي. فعلى سبيل المثال تضم باقة (Platinum Extra HD) واحدا وتسعين قناة مشفرة من الافلام والمسلسلات والرياضة والاعلام والاطفال والموسيقى بسعر اشتراك شهري يصل الى (70) سبعين دولارا، في حين تضم باقة (Sports) سبعة عشر قناة تلفزيونية بسعر اشتراك شهري لا يتجاوز (22) اثنين وعشرين دولارا.

ويتضمن جهاز استقبال الشبكة (Showbox Decoder) امكانية تسجيل البرامج التلفزيونية مما يتيح للمشارك مشاهدتها في الوقت الذي يشاء. كما وبامكانه ايضا مشاهدة البرامج على شاشة حاسوبه الشخصي او عبر تليفونه الذكي او جهاز ال (I-PAD).

وفي حين تمكنت شبكة (OSN) من القضاء على ظاهرة القرصنة في استقبال قنواتها المشفرة باعتماد نظام تشفير جديد وربطه بجهاز الاستقبال، فان قرصنة قنوات شبكة الجزيرة الرياضية باستخدام أجهزة (Dream box) لا تزال مستمرة.

نماذج الاعمال للقنوات الربحية:

تبين دراسات اتحاد اذاعات الدول العربية ان عدد القنوات الربحية قد تضاعف عام 2011 الى (157) قناة تليفزيونية مقارنة بـ (79) قناة تليفزيونية عام 2010 ، و (50) قناة تليفزيونية عام 2009.

وتشمل القنوات الربحية قنوات التسوق وقنوات الاعلانات النصية وقنوات التسلية والخدمات. ونموذج الاعمال للقنوات الربحية يهدف الى تحقيق الربح دون تقديم أي رسالة اعلامية للمشاهد. ويتم ذلك باختصار نفقات انشاء القناة الرأسمالية حيث لا حاجة لانشاء بنية تحتية

متميزة او ستوديوهات انتاجية مكلفة، ويقتصر نظام البث على أجهزة التصوير والتسجيل والخوادم الحاسوبية، ووصلة لايقال الاشارة أو بثها للقمر الصناعي. أما النفقات الجارية فأهمها أجور السعة الفضائية لبث القناة وأجور الطاقم الفني التشغيلي والهندسي والاداري والمالي المحدود عددا .

ويتأتى الدخل من الدعايات والاعلانات والرعاية التي تشكل الطابع الرئيسي لمحتوى البث، إضافة الى رسوم الاتصالات الهاتفية والرسائل النصية والقصيرة.

الربيع العربي والبث الفضائي:

لم يكن للربيع العربي تأثير فعلي على تطور القنوات التليفزيونية الفضائية العربية في العالم العربي باستثناء دول الربيع العربي.

ففي تونس تم ترخيص خمس قنوات تليفزيونية منها قناة "TWT" وقناة "الحوار" وقناة "تونس".

وفي مصر انعدمت مصداقية القنوات الحكومية نتيجة للربيع المصري، لا سيما في الوقت الذي كانت فيه القنوات التليفزيونية في العالم أجمع تقدم تغطية حية مباشرة للاحداث الثورية في حين كان التليفزيون المصري يعرض مشاهد هادئة لنهر النيل. وبعد الثورة ظهر العديد من القنوات التليفزيونية الممثلة للاتجاهات والجماعات والاحزاب السياسية المختلفة، وتمخضت عنها نماذج

أعمال جديدة ، تعتمد على التمويل الحزبي أو الجماهيري المباشر كقناة "الحياة" (حزب الوفد) ، "ومصر 25" (الاخوان المسلمين) و"ONTV" (نجيب سواريس) ، "والتحريير" ... وكلها قنوات للدعاية والاعلان مساهمة محدودة في تمويلها.

وأدى الربيع الليبي الى اختفاء شبكة القنوات الليبية الحكومية التسعة عشر ... وان ظهرت بعض القنوات الفضائية الليبية البديلة أو الجديدة المنتمية للثورة، كقناة " ليبيا الحرة " و " الثورة " .

وفي سوريا ، تبدل المشهد الاعلامي الاحادي بظهور عدد من قنوات المعارضة السورية ، كـ "شذا الحرية" ، و " دير الزور " و "السوري الحر " الاسلامية ، و"سوريا الغد " و " سوريا الشعب" ، و"اورينت" و " بردي" .

ولقد لعبت القنوات الاخبارية دورا بارزا في تغطية ثورات الربيع العربي ، وشكلت مصدرا لأخبارها على مستوى الوطن العربي والعالم كله. وتميزت القنوات ذات التوجه العربي الاقليمي (Pan-Arab) كـ "الجزيرة" و"العربية" و" بي بي سي العربية" في تغطيتها المستمرة للاحداث والصدامات .

هذا ويشهد الفضاء العربي قنوات اخبارية جديدة كـ "Sky News Arabia" التي تركز على الاخبار العاجلة ، وقناة " العرب" والتي ستغطي ايضا أخبار الاعمال .