

الفصل السابع

التلفزيون المدفوع^(١)

يمثل التلفزيون المدفوع Pay TV بمسمياته المختلفة وبمستوياته المتعددة وبطرق الاشتراك فيه أحد المستجدات الاتصالية التي بدأت في الانتشار في مجتمعات كثيرة وإن اختلف مستوى هذا الانتشار من مجتمع إلى آخر ومن شريحة جماهيرية إلى أخرى .

وقد انتشرت أطباق استقبال القنوات التلفزيونية الفضائية المفتوحة عربية كانت أو أجنبية ، بمعدلات مرتفعة لفتت انتباه الباحثين والإعلاميين والرأي العام وعبرت عن رغبة الجمهور في التحول عن القنوات الأرضية المحلية وفي الانتقال إلى وسائل اتصالية جديدة ، فإن دخول خدمة التلفزيون المدفوع إلى المنطقة العربية منذ ما يقرب من تسع سنوات والتنامي في أعداد المشتركين به واستمرار منحنى الزيادة في الارتفاع قد يشكل ظاهرة لها من الأهمية والتأثير والفاعلية ما يجعل من دراستها واستكشاف أبعادها أمراً على جانب كبير من الأهمية .

ويمكن رصد واقع التلفزيون المدفوع وتحديد اتجاهاته في المنطقة العربية ومحاولة

استشراف توجهاته المستقبلية على النحو التالي :

أولاً : نشأة التلفزيون المدفوع وأشكاله الحالية :

^(١) <http://www.e3lami.com/innerarticles.php?articleid=٩١٨&id=٣٩>

ليس هناك اتفاق بين باحثي الإعلام ومؤرخي نشأة وسائل الاتصال على تاريخ محدد لبدء التلفزيون المدفوع ، ويرجع السبب وراء ذلك إلى اختلاف تعريفهم لمفهوم التلفزيون المدفوع ذاته، فالذى يعرفه على أنه مرادف للتلفزيون الكابلي يرجع تاريخ نشأته إلى نهاية الأربعينيات ، والذى يجعل الأقمار الصناعية محددًا رئيسياً ومكوناً أساسياً من محددات ومكونات التلفزيون المدفوع ، يرجع تاريخ نشأته إلى منتصف السبعينيات ، والذى يقصر خدمة التلفزيون المدفوع على تلك الأشكال المتطورة من أشكال إرسال واستقبال البرامج التلفزيونية (PPV , NVOD , VOD) يرجع تاريخ نشأته إلى منتصف التسعينيات .

وهناك من يرى أن ما يحدث الآن ما هو إلا الإرهاصات الأولى للتلفزيون المدفوع ، فالتلفزيون المدفوع هو الشكل المسبق لتلفزيون .
غير أن هذه المحددات التي يركز إليها المؤرخون ليست منفصلة ومتباعدة بل هي مراحل تطور لشيء واحد وحلقات في سلسلة واحدة .

ويمكن إلقاء الضوء على كل عنصر من هذه العناصر على النحو التالي :

* التلفزيون الكابلي : Cable· Television

تعود نشأة التلفزيون الكابلي إلى نهاية الأربعينيات ، وتحديداً إلى عام ١٩٤٨ عندما استطاع مهندس الاتصالات جون والسن John Walson الذى كان يعمل تاجراً لأجهزة التلفزيون فى إحدى مدن ولاية بنسلفانيا الأمريكية وكان يعانى قلة مبيعات أجهزة التلفزيون فى منطقته بسبب بعدها عن مجال الإشارات التلفزيونية القادمة من ولاية فيلادلفيا التى تبعد ٦٨ ميلاً عن بنسلفانيا عندما استطاع تنصيب هوائي Antenna ضخم فوق قمة جبل خارج المدينة وأن يمد من هذا الهوائي توصيلات

سلكية إلى الراغبين في استقبال الخدمة التليفزيونية في منطقتهم ، وعندما طبق والسن هذه الفكرة زادت مبيعاته من أجهزة التليفزيون زيادة كبيرة ، ثم سرعان ما انتشرت هذه الفكرة في بقية الولايات والمناطق في الولايات المتحدة الأمريكية .

وقد أطلق الباحثون على هذه الفترة الأولى من تاريخ التليفزيون الكابلي مصطلح Community Antenna TV (CATV) إشارة إلى كون الهدف من النظام الكابلي في بدايته هو تقوية الإشارات التليفزيونية وتوصيلها إلى الجمهور بما يؤدي إلى تحسين الاستقبال، وخلال سنوات قليلة انتشرت فكرة CATV في معظم الولايات المتحدة .

وإذا كان المؤرخون ينظرون إلى عقدي الخمسينيات والستينيات باعتبارهما " الخطوة الأولى " في مسيرة التليفزيون الكابلي ، فإنهم يعتبرون عقدي السبعينات والثمانينات هما فترة النمو والازدهار الكبيرين للتليفزيون الكابلي بحيث أطلقوا على هذه الفترة " فترة الذروة والنضوج وذلك بسبب الانتشار الواسع لهذه الخدمة من ناحية ، ولظهور خدمات أخرى لم تكن متاحة من قبل من ناحية أخرى .

* ظهور القنوات المميزة :

حاولت بعض الأنظمة الكابلية تزويد مشتركها بمضامين أكثر تميزاً وخصوصية كالأفلام الجديدة والأحداث الخاصة و لكن كانت التكلفة الاقتصادية العالية لهذه المضامين حائلاً دون الاستمرار فيها .

وفي بداية السبعينات ظهرت تجارب رائدة كان لها حظ كبير من النجاح في هذا المجال .

ويمكن القول بصفة عامة بأنه خلال الفترة الحالية يحمل كل نظام كابلي في الولايات

المتحدة قناة مميزة واحدة على الأقل ، وأكثر من ٩٠ % من الأنظمة يحمل قناتين أو أكثر .

* الأشكال الحالية للتلفزيون المدفوع :

خلال عقد التسعينيات ، ونتيجة للتطورات التكنولوجية الهائلة التي حدثت في مجال الاتصالات ، شهد التلفزيون المدفوع تطوراً كبيراً سواء من حيث عدد أنظمة التلفزيون المدفوع أو من حيث الخدمات التي تقدمها أو من حيث عدد المشتركين ، ففي الولايات المتحدة ، على سبيل المثال ، تشير التقديرات إلى أن ٩١,٣ مليون منزل (من جملة عدد المنازل و قدرها ٩٥,١ مليون منزل) تشترك بشكل أو بآخر في إحدى خدمات التلفزيون المدفوع .

ويمكن تحديد الأشكال الحالية الأكثر شيوعاً للتلفزيون المدفوع كالتالي :

(١) التلفزيون بالاشتراك:

وهي خدمة تليفزيونية توجه إرسالها إلى المشتركين من الأفراد من خلال الترددات الهوائية التي تتخذ شكل مزيج متزاحم من الإشارات ويكون لدى المشترك أداة خاصة لفك هذه الإشارات واختيار البرامج المطلوبة من بينها .

(٢) نظام الدفع مقابل المشاهدة :

وهو نظام يسمح للمشاهد بطلب مشاهدة مواد معينة بدون مغادرة المنزل ، وقد تكون هذه المواد أفلاماً حديثة أو أحداثاً رياضية متميزة ذات اهتمام جماهيري أو احتفالات ومناسبات متميزة ، وتوجد طرق متعددة للدفع منها :

* الدفع مقابل اليوم الواحد .

* الدفع مقابل الحدث .

* الدفع مقابل الأسبوع .

* الدفع مقابل عدد مرات المشاهدة .

(٣) نظام الفيديو المتاح حسب الطلب :

في هذا النظام تقوم شركات التلفزيون المدفوع ببث برامجها ومضامينها الفيلمية والبرامجية على قنواتها الخاصة في أوقات متفاوتة بحيث تمكن المشاهدين من متابعتها في الوقت المناسب لهم ، فقد يبدأ الفيلم ، مثلاً ، على القناة رقم ١ التابعة للشركة في تمام الساعة ٨ مساءً ، و على القناة رقم ٢ في الساعة الثامنة والنصف وعلى القناة رقم ٣ في التاسعة مساءً وهكذا .

معنى هذا أن المشاهد لا يستطيع مشاهدة الأفلام والبرامج في الوقت الذي يريده ولكن في الوقت القريب منه و الذي تحدده الشركة .

(٤) نظام الفيديو حسب الطلب :

في هذا النظام تقوم شركات التلفزيون المدفوع بتسجيل كل الأفلام المتاحة لديها رقمياً على موزع فيديو رقمي ثم تنشر هذه الأفلام في قوائم شهرية ، ويمكن هذا النظام المشاهد (المشترك) من مشاهدة الفيلم الذي يريده في الوقت المناسب له ، بالإضافة إلى ذلك فإن المشاهد بإمكانه وفقاً لهذا النظام ، أن يشغل المادة الفيلمية وأن يقدمها أو يرجعها تماماً كما لو كان يستخدم أجهزة الفيديو المنزلية ، غير أن هذا النظام غير منتشر بالشكل الواسع و يرجع ذلك أساساً إلى تكلفته العالية ، إضافة إلى الفاتورة الشهرية المرتفعة التي يدفعها المشترك .

على أن بعض الباحثين يشيرون إلى أن هذا النظام سوف يجد إقبالا كبيراً في المستقبل القريب بما يوفره من إمكانيات ، سيكون المشاهد قادراً في المستقبل على أن يجلس في

بيته ويقول لجهاز التلفزيون : أنا مسافر إلى جزر غداً ، أرني كل ما لديك عن هذه الجزر ، و يمكن أن يختار من القائمة التي يظهرها له التلفزيون المادة التي تناسبه .

ثانياً: تجارب دولية في مجال التلفزيون المدفوع :

في بريطانيا تكاد شركة sky أن تحتكر سوق التلفزيون المدفوع هناك ، وهي تعمل على القمر ٢ Astra ، أما باقة B-SKY-B الرقمية فقد بدأت في أكتوبر ١٩٩٨ و يبلغ عدد القنوات التي تتيحها لمشتركيها ١٤٠ قناة تلفزيونية .

وتوجد كذلك باقة On Digital التي تم إطلاقها في نوفمبر ١٩٩٨ وتقدم لمشتركيها ٣٠ قناة و تصل إلى ٧٠% من البيوت في بريطانيا .

وبالإضافة إلى هذه الخدمة توجد خدمة كابلية رقمية ، حيث بدأ الكيبل الرقمي في بريطانيا منذ منتصف ١٩٩٩ ، و تسيطر على هذه الخدمة ثلاث شركات .

وفي فرنسا توجد ثلاث شبكات متنافسة هي :

(١) شبكة (TPS) وتقدم لمشتركيها ٤٠ قناة تلفزيونية ، و قنواتها موجودة على القمر . Hot bird

(٢) شبكة Canal Satellite وتديرها شركة Canal + و قنواتها موجودة على القمر ١ Astra و تتيح لمشتركيها من ٤٠-٥٠ قناة .

(٣) شبكة AB Sat وهي شبكة صغيرة تحتوي على ١٥ قناة تقريباً ، وقنواتها موجودة على كل من Astra ١ و . Hot bird

و في إسبانيا توجد شبكتان رئيسيتان تقدمان برامجهما باللغة الإسبانية و توجد قنواتهما

على القمر الإسباني His Past و الشبكة الكبرى هي Via Digital و تحتوي

على ٤٠ قناة ، و الشبكة الأخرى هي Multi Canal و قنواتها تعد على أصابع اليد

. كما تبث شركة Canal + باقة قنوات باللغة الإسبانية تبلغ ٤٠ قناة .
و فى ألمانيا التى قد يعتقد المرء أنها بما لديها من قنوات كثيرة مفتوحة ليس فيها مكان
للتلفزيون المدفوع ، توجد شبكة Premiere التى تبث لمشتركيها ٥٠ قناة على
القمر ١ Astra ، كما توجد بعض الشبكات الصغيرة مثل شبكة ORF و تتيح
لمشتركيها ١٢ قناة تلفزيونية ، و شبكة RTL و هى شبكة صغيرة جداً تتوجه إلى
الجمهور فى سويسرا و النمسا .

و فى اليونان توجد ثلاث شبكات تعمل جميعها على الهوت بيرد و تحتوى كل شبكة
على ١٠-٢٠ قناة تلفزيونية . وفى إيطاليا توجد شبكتان ، كل شبكة تحتوى على
٥٠-٤٠ قناة ، تعمل على الهوت بيرد ، و هما :شبكة D+ و شبكة . Stream

ثالثاً : واقع التلفزيون المدفوع فى الوطن العربى :

يوجد بالمنطقة العربية ثلاث شبكات تلفزيونية تعمل بنظام التلفزيون المدفوع و تبث
برامجها مشفرة فى الهواء Over The Air و ليس عن طريق الكابلات ، و تتباين
هذه الشبكات فى خصائصها و سمات القنوات التابعة لها و فى اللغات التى تستخدمها و
فى المناطق الجغرافية التى تغطيها ، و كذلك فى أسعارها و فى نظم الاشتراك فيها ، و
إن كان يجمع بينها رغبة كل شبكة فى الحصول على أكبر نسبة من المشركين .

ويمكن توضيح بعض الخصائص العامة لهذه الصناعة فى المنطقة العربية على

النحو التالى :

(١) الشركة العربية للتوزيع الرقمية :وتعتبر إحدى استثمارات الشركة الإعلامية

العربية ،وهى أكبر منصة توزيع للقنوات التلفزيونية فى المنطقة العربية .

* بدأت شبكة راديو و تليفزيون العرب إرسالها فى أكتوبر/تشرين الأول عام ١٩٩٣ و اتجهت الشبكة منذ بدايتها إلى بث القنوات المتخصصة وهى أربع قنوات هى : الرياضة و الأطفال و الموسيقى و الأفلام إضافة إلى القناة العامة، و قد استمر بث هذه القنوات بشكل مفتوح حتى سبتمبر ١٩٩٦ .

* من واقع دراساتها الميدانية الموسعة للسوق العربية و تعرفها على احتياجات الجمهور العربى و تفضيلاته و رغباته اتجهت الشركة إلى الأخذ بنظام "تجزئة الأسواق و ذلك من خلال تكوين "باقات من القنوات" التى تخاطب فئات معينة و تلبى احتياجات قطاعات و شرائح محددة موجودة فى المنطقة العربية .
و على ذلك اصبح لدى الشركة ثلاث باقات أساسية :

الباقة الأولى :

باقة الأوائل : وهى باقة عربية التوجه أساساً إذ تضم عدداً كبيراً من القنوات العربية إضافة إلى بعض القنوات الأجنبية وداخل هذه الباقة الكبرى توجد عدد من الباقات الفرعية المتخصصة و التى تلبى احتياجات و رغبات أكثر تحديداً مثل باقة الرياضة و باقة الأفلام و غيرها .

الباقة الثانية :

باقة فيرست نيت : وهى باقة عربية التوجه تماماً وحتوى على قنوات عربية المحتوى واللغة و تتوجه إلى الأجانب المقيمين فى المنطقة العربية ، وداخل هذه الباقة توجد أيضاً بعض الباقات الفرعية مثل باقة فيرست الأساسية و باقة فيرست الرياضية و باقة فيرست الذهبية .

الباقة الثالثة :

باقة بهلا : وهى باقة تشبع احتياجات تجمعات عرقية معينة متمثلة فى الآسيويين المقيمين فى المنطقة العربية بصفة عامة و منطقة الخليج أساساً ، وبداخل هذه الباقة توجد أيضاً بعض الباقات الفرعية مثل باقة بهلا الفضية و باقة بهلا الذهبية ووفقاً لنتائج الدراسات التى تناولت الجوانب التسعيرية والنواحى الاقتصادية فقد تم اتباع عدة سياسات تسعيرية وتسويقية منبثقة من الإطار العام لفلسفة تجزئ الأسواق و الجمهور ، و منها :-

* تنويع طرق الاشتراك وذلك من خلال اتباع نظامين للاشتراك :

- نظام القنوات الفردية التى يختارها المشترك.

- نظام الباقات.

* استحداث وسائل جديدة و سريعة للاشتراك مثل فكرة الكارت المدفوع مسبقاً و ذلك

لتسهيل إجراءات الاشتراك لدى من يمتلكون أجهزة الديكودر أو غير المشتركين و الذين يريدون التعرف على قنوات التليفزيون المدفوع .

* تنويع أشكال الاشتراك فى الشبكة ، إذ يمكن الاشتراك بشكل فردى و هو النمط

السائد أو من خلال الاشتراكات الجماعية لتجمعات معينة أو لمبانى سكنية كبرى .

* تسهيل و تهيئة الظروف العامة لانتشار و توغل التليفزيون المدفوع و ذلك من خلال طرح الديكودر المجانى الذى يمثل عقبة أساسية فى كثير من المجتمعات العربية وكذلك تخفيض أسعار الاشتراك إلى حد كبير .

(٢) شبكة أوربيت التليفزيونية والإذاعية : Orbit

* بدأت شبكة أوربيت بثها فى نهاية ١٩٩٣ كأول شبكة تليفزيون مدفوع فى المنطقة

العربية تعمل بالنظام الرقمى .

* حددت أوربيت لنفسها منذ بداية انطلاقها جمهوراً محدداً تتوجه إليه ، وهو الجمهور الذى ينتمى إلى الفئة الاقتصادية والذين لهم توجهات غربية ، ويظهر ذلك من ارتفاع ثمن جهاز الديكودر الذى طرحته كسبيل وحيد للاشتراك فى قنواتها ، إضافة إلى كثرة عدد القنوات الغربية مقارنة بالقنوات العربية التى لا تتجاوز حالياً أربع قنوات فقط .

* مع نهاية ٢٠٠٢ و بداية عام ٢٠٠٣ بدأت الأوربيت فى تغيير سياستها التسعيرية وتوجهاتها العامة و تمثل ذلك فى :-

- أ - طرح الديكودر المجانى فى بعض المجتمعات .
- ب - تخفيض أسعار الاشتراك بصورة ملحوظة .
- ج - اتباع نظام تجزئة السوق و ذلك من خلال :

* تطبيق نظام الباقات :حيث تقسم أوربت قنواتها إلى باقة ألفا وهى باقة تحتوى على القنوات العربية ، والباقة الميجا وهى باقة تحتوى على عشرين قناة غربية أجنبية إضافة إلى الأربع قنوات العربية .

* تطبيق نظام القنوات الفردية.

-كما بدأت الأوربيت فى تقديم بعض الخدمات النوعية مثل خدمة الدفع المسبق مقابل المشاهدة من خلال نظا اطلب وشاهد وإن كان اتجاهها غربياً تماماً .

(٣) شبكة الشوتايم Show Time:

-هى مجموعة قنوات تعتمد بشكل أساسى على تقديم الترفيه الغربى بمجالاته المختلفة.

-تم إطلاق الشوتايم بالمنطقة العربية فى عام ١٩٩٦ كمشروع مشترك بين شركة الكويت للمشروعات الاستثمارية (Kipco) و شركة Viacom الأمريكية .

-تتوجه الشوتايم بصفة عامة إلى نوعين من الجمهور :-

-الجمهور الغربى المقيم فى المنطقة العربية .

-الجمهور العربى ذوى التوجهات الغربية .

-حدث تحول جزئى فى سياسات الشوتايم بصفة عامة فى الفترة الأخيرة إذ بدأت فى تطعيم قنواتها الغربية ببعض القنوات العربية مثل قناة الشاشة المتخصصة فى عرض الأفلام العربية ، و قناة أبو ظبى الرياضية ، بالإضافة إلى خدمة هوم سينما التى تقدم كثيراً من الأفلام العربية .

تواؤماً مع سياسات الشبكتين السابقتين فقد بدأت الشوتايم فى تخصيص أسعار الاشتراك فيها ، بما يشير إلى أن سوق التلفزيون المدفوع سيشهد الأيام القليلة القادمة ما يمكن تسميته بحرب التخفيضات فى الأسعار .

-تتيح الشوتايم لمشتركيها نظاماً واحداً للاشتراك وهو نظام الباقات، وهى تقدم أربع باقات أساسية هى: باقة أرابيا ، والباقة الرياضية وباقة الأفلام والباقة التوتال .

-اتبعت الشوتايم خلال الفترة الأخيرة بعض السياسات التسويقية الجديدة مثل :
-طرح الديكودر المجانى.

-تطبيق نظام الكروت المدفوعة سابقا.

-تخفيض أسعار الاشتراك .

رابعا : مستقبل التلفزيون المدفوع فى المنطقة العربية:

يرتبط مستقبل التلفزيون المدفوع فى المنطقة العربية بثلاث مجموعات من العوامل التى تتفاعل معا لتحديد واقعه وتشكيل مستقبله .

ويمكن الإشارة إلى هذه العوامل على النحو التالي :

(١) عوامل متعلقة بالجمهور :

من خلال عدد من الدراسات التي تم إجراؤها على عينة عشوائية ممثلة للجمهور المستهدف في بعض الدول العربية (لا سيما السعودية و مصر) بلغت ٤٠٠٠ مفردة وذلك خلال الفترة من ١٩٩٩ إلى ٢٠٠١ و تم إجراؤها في شكل سلسلة زمنية من الدراسات لاستكشاف اوجه التطور والنمو المتعلقة بثلاث مكونات أساسية هي : المكون المعرفي - المكون الاتجاهي - المكون السلوكي ، أشارت هذه الدراسات إلى عدد من النتائج يمكن الإشارة إليها على النحو التالي :

أ- مستوى المعرفة بمفهوم التليفزيون المدفوع :

تشير نتائج هذه الدراسات إلى انخفاض مستوى المعرفة بخدمة التليفزيون المدفوع في المنطقة العربية (بالتطبيق على مصر والسعودية باعتبارهما أكبر سوقين للتليفزيون المدفوع في المنطقة) إذ تشير النتائج التفصيلية إلى أن ١٠,٧% من عينة الدراسة لم يسمعو عن أي من القنوات المدفوعة ، وإلى أن ١٨,١% يعرفون فقط بعض أسماء هذه القنوات دون معرفة أسعار الديكودر الخاص بها أو طريقة الاشتراك فيها ،معنى هذا أن حوالي ثلث العينة إلاً قليلاً لديهم مستوى معرفة منخفض عن التليفزيون المدفوع .

تؤكد هذه النتيجة السابقة انخفاض نسبة من لديهم مستوى معرفة مرتفع عن القنوات المشفرة ، إذ تبلغ ١٥,٢% فقط من مفردات العينة، و بمقارنة من لديهم مستوى منخفض من المعرفة بنسبة من لديهم مستوى مرتفع نجد أن النسبة الأولى تكاد تكون ضعف الثانية .

ولاشك أن هذا المستوى المنخفض من المعرفة قد يكون عائقاً دون انتشار التلفزيون المدفوع على نطاق واسع، الأمر الذي يبرر قيام حملات تسويقية تعريفية موسعة بالخدمة وأبعادها .

ب- تشتت اتجاهات الجمهور نحو التلفزيون المدفوع :

تشير نتائج الدراسات السابقة إلى تشتت اتجاهات الجمهور العربي نحو التلفزيون المدفوع والقنوات المشفرة وغلبة الاتجاه المحايد، وقد يرجع ذلك إلى طبيعة السلعة أو الخدمة كمنتج والتي تحتاج من الفرد، حتى يصدر حكماً عليها أن يجربها أو يتعرف جيداً على مكوناتها، وفي ضوء قلة المعلومات لدى نسبة كبيرة من الجمهور و قلة عدد المشتركين في القنوات المشفرة بصفة عامة لذلك فان تشتت الاتجاهات يعتبر أمراً منطقياً .

تفسير آخر لهذه النتيجة هو ضعف استراتيجيات الترويج المستخدمة في الترويج للقنوات المشفرة و عدم قدرتها على تكوين اتجاهات إيجابية لدى الجمهور عن هذه القنوات ، إذ عادة ما تركز هذه الحملات على البعد الكمي و عدد القنوات التي تتيحها هذه الشبكات أكثر مما تركز على مضامينها أو أشكالها البرمجية .

و في ضوء كثرة القنوات الفضائية المفتوحة و تعدد أشكالها البرمجية و تنوع مضامينها لذا فان الجمهور قد لا يلقى بالاً لهذه الحملات الترويجية و من ثم لا يستجيب لهل أو تكون استجابته سطحية غير عميقة و لا مؤثرة .

ج- انخفاض مستوى النية للاشتراك في التلفزيون المدفوع :

أوضحت نتائج الدراسات السابقة ارتفاع نسبة غير المشتركين ممن لا ينوون الاشتراك مستقبلاً في القنوات المشفرة و تبلغ نسبة هؤلاء ٦٥,٧ % . و بسؤالهم عن أسباب عدم

رغبتهم اتضح وجود أربعة أسباب هي :

-ارتفاع أسعار الاشتراك بها رغم عدم معرفة نسبة كبيرة من المبحوثين بأسعار هذه القنوات ٣٧ % .

-التخوف من عدم اتفاقها مع القيم والأخلاق ٢٥ % .

-عدم وجود اختلافات بين القنوات المشفرة و القنوات المفتوحة ٢٣ % .

-لا يوجد سبب محدد يدفعنى للاشتراك ١٥ % .

-إن حوالي ربع مفردات العينة تقريبا (٢٧,٣%) ينوون الاشتراك مستقبلاً فى القنوات المفتوحة،و بسؤالهم عن أسباب رغبتهم اتضح تمحورها حول النقاط التالية :

- تميز البرامج المقدمة على هذه القنوات المشفرة ٣٢ % .

- عدم جودة البرامج المقدمة بقنوات التليفزيون العام ٢٩ % .

- البرامج المتخصصة التى تقدمها القنوات المشفرة تهم كل أفراد الأسرة ١٧ % .

- لأنها تعرض مشكلات المجتمع العربى بحرية أكبر ١٥ % .

- الرغبة فى التعرف على ما تقدمه هذه القنوات المشفرة ٧ % .

د- انخفاض نسبة المشتركين فى التليفزيون المدفوع :

تشير التقارير والإحصاءات المتعلقة بالتليفزيون المدفوع فى المنطقة العربية إلى

انخفاض عدد المشتركين الفعليين فى شبكات التليفزيون المدفوع إذ لا يزيد العدد

الإجمالى للمشاركين فى الشبكات الثلاث الرئيسية عن ١ % من سكان المنطقة العربية،

وهى نسبة ضئيلة للغاية إذا ما قورنت بنسب انتشار وتغلغل خدمات التليفزيون المدفوع

فى كثير من دول العالم .

هـ- محدودية الدوافع المسببة للاشتراك فى التليفزيون المدفوع :

تشير نتائج الدراسات السابقة إلى أن أهم دوافع اشتراك الأفراد فى الشبكات العربية المدفوعة تنحصر فى مشاهدة بعض البطولات الرياضية التى تنفرد بها بعض القنوات بعض القنوات أو مشاهدة الأفلام الجديدة عربية كانت أو أجنبية ، و يأتى بعد ذلك المباشرة الاجتماعية وإضفاء نوع من المكانة الاجتماعية على الشخص .

وإذا كانت النظرة الأولى إلى هذه العوامل السابقة يمكن تصنيفها باعتبارها عوامل عائقة وتوحى بمحدودية النمو المستقبلى فإن معدل النمو يشير إلى عكس ذلك حيث أن معدل النمو السنوى يتراوح ما بين ٣٠-٤٠ % و هى نسبة نمو مرتفعة .

(٢) عوامل متعلقة بالبيئة الإعلامية المحيطة بخدمة التليفزيون المدفوع :

ويمكن الإشارة إلى أهم هذه العوامل على النحو التالى :-

أ- وجود عدد كبير و متزايد من القنوات الفضائية المفتوحة المجانية و ما تتيحه من اختيارات واسعة و خاصة لدى الشرائح ذات المستويات الاقتصادية الاجتماعية المرتفعة .

ب- التطور المستمر فى القنوات الأرضية كما و كيفا مما يجعلها بديلا مشبعا للشرائح ذات المستويات الاقتصادية/ الاجتماعية المتوسطة أو التى تميل للانخفاض مما يقلل من احتمالات تحولهم إلى التليفزيون المدفوع .

ج- حداثة المفهوم و هو أمر يمكن أن يكون له أثر سلبى و إيجابى فى آن واحد ، حيث أن المفاهيم الحديثة تثير الاستطلاع و الرغبة فى التجريب مما يسهم فى سرعة انتشارها فى مرحلة البدايات ، هذا من ناحية الأثر الإيجابى ، أما الأثر السلبى فان

المفهوم الحديث و خاصة إذا ما كان مكلفا و يقتضى جهدا معرفيا فانه قد يعوق انتشاره

د- انتشار ظاهرة القرصنة و تعدد أشكالها : و هى ظاهرة عالمية ، فى الولايات

المتحدة ٣ مليون مشترك يستقبلون القنوات المدفوعة مجاناً بما يتسبب في خسائر تقدر بمليار دولار سنوياً ، و في المنطقة العربية تبرز السوق اللبنانية باعتبارها أكبر سوق لظاهرة القرصنة .

وتتخذ ظاهرة القرصنة عدة أشكال منها :

- الاستخدام الجماعي لعقود فردية .
- استخدام البطاقات المزورة .
- نمو و تزايد الشبكات السرية .

(٣) عوامل خاصة بالتلفزيون المدفوع :

ويمكن الإشارة إلى أهم هذه العوامل على النحو التالي :-:

أ- مدى تميز ما تقدمه و قدرتها على الانفراد بمضامين و أحداث و مناسبات يصعب أن تقدمها قنوات أخرى فضائية مفتوحة كانت أو أرضية و مما يفسر ذلك التزايد الملحوظ في أعداد المشتركين في " الأوائل"حينما انفردت ببطولة "كأس القارات و كأس العالم . "

ب- مدى قدرتها على وضع نظم تسعيرية و طرق اشتراك تتسم بالمرونة ، و كذلك توفيرها لأجهزة الديكودر بأسعار تمكنها من تقريب المسافات بينها و بين الفئات المستهدفة .

ج- مدى قدرتها على توفير مستوى خدمة تتسم بالملائمة و يقدمها محترفون يستوعبون مفهوم التلفزيون المدفوع .

د- مدى قدرتها على تقديم اكبر قدر من القنوات المتنوعة و المتوازنة و التي تلبي احتياجات المتلقى مما يجعلها بديلاً مركزاً للقنوات الفضائية و متطلباتها .

هـ- مدى الاتساق و الاستمرارية و تكامل جهودها الترويجية و حملاتها الإعلانية و تكثيفها من خلال ما يسمى بالميزانيات التعاونية المشتركة بهدف رفع الطلب الأولى الكلى على المفهوم .

التلفزيون على الدقة :

يعرف هذا الابتكار بمصطلح H.D.TV اختصارا للكلمة الإنجليزية TELEVISION HIGH DEFINITION ويستهدف ابتكار الدقة العالية أو الوضوح العالى تقريبا الصورة التلفزيونية من نقاوة الصورة السينمائية التى تكون على مقياس ٣٥ ميليمترا وهى حتى الآن أجود صورة بسبب ما أدخل عليها من التطويرات المختبرية عبر السنين وبالنظر إلي تعدد نقاطها والتمكن من الوصول إلي هذه الجودة فى التلفزيون يستدعى إدخال تغييرات شتى على العوامل التقنية التى تتحكم فى التصوير وعرض الصور .

ومما لاشك فيه أن مضاعفة عدد مكونات الصورة التلفزيونية أى دقة الصورة من شأنها مضاعفة عدد النقاط التى تشكل هذه الصورة أى عددها على الخط وعددها على الشاشة غير أن هذه المضاعفة تستلزم توسيع نطاق الترددات الضرورى للانتشار .

وإذا علمنا أن الصورة التلفزيونية فى المنطقة التى تعيننا تعمل على نمط ٦٢٥ خط فعلىنا أن نعلم أن الوصول إلي الهدف الجديد لمعان صورة ٣٥ ميليمترا السينمائية فى الدقة العالية قد يستدعى الارتفاع إلي ألف أو أكثر من ألف فى هذا الخصوص .

وقد أجرى الصناعيون الأوروبيون العديد من البحوث حول تلفزيون الدقة العالية وحققوا تقدما جيدا ولعل النجاح الذى ناله اختراعهم للمعيار التقنى المسمى " دى ٢ ماك باكى " مرحلة أولية ورائدة فى هذا الصدد إذ بهذه الطريقة التكنولوجية الجديدة لتحسين

الصورة رؤية وسمعا وعلى حجم الشاشة أكبر من المؤلف هو حجم ١٦ / ٩ سيمكن اللحاق بالهدف الذى يرمى إليه تليفزيون الدقة العالية .

فالمعيار الأوروبى المبتكر يتيح تجسيما للصوت (ستيريو) ويتيح كذلك إمكانية استعمال عدة لغات فى البرنامج التليفزيونى بحيث تلتقطه كل هيئة تليفزيونية باللغة التى تناسبها نظرا لتعدد لغات أوروبا وقد بدأت شبكة التليفزيون الفرنسى توفر هذه الإمكانية لكل تليفزيون يريدھا .

ولو أن حجم الشاشة فى الوقت الحالى على مقاس ٣/٤ فى انتظار أجهزة الاستقبال على حجم ٩/١٦ فى الأسواق وهكذا سيصبح بوسع المشاهدين التقاط برامج التليفزيون على شاکلة ما تمتاز به سينما سكوب من الوضوح والتجسيم واللمعان .

وجدير بالذكر أن القمر الاصطناعى الألمانى ٢ T.V sate مزود هو أيضا بإمكانات معيار " دى ٢ ماك " لكن مما يوصى به بعض الخبراء ولاسيما فى ألمانيا أن الاحتفاظ بحجم الكادرات على مقاس ٣/٤ ممكن لنقل صور من معيار ٩/١٦ حتى لا يضطر عموم الناس إلى تبديل ما لديهم من أجهزة الاستقبال التليفزيونية مبكرا .

وقد قيل أن جدوى هذا السلوك قد تأكدت من خلال التجارب التى أجريت بمناسبة نقل مباريات كأس العالم لكرة القدم ونقل مباريات التنس فى رولان غاروس عام ١٩٩٠ وكان هذا فى انتظار ما هو أفضل .

وجدير بالذكر أن استعمال إمكانات التكنولوجيا الحديثة التى يمتاز بها تليفزيون الدقة العالية حالا واستقبالا سيؤثر على الكتابة التليفزيونية .

إن الإخراج والتصوير سيختلفان اختلافاً شاملاً عما هو معهود ومعروف الآن إن التقطيع الكتابي لنصوص السيناريو سيكون مختلفاً استجابةً للحجم الجديد والمعياري المبتكر .

التلفزيون عالي الوضوح ((High Definition Television))^(١) :

نظام التلفزيون الحالي المستخدم في الولايات المتحدة وهو نظام NTSC (National Television System Committee) الذي تم تطويره في الثلاثينات والأربعينات ثم أدخلت عليه الألوان في الخمسينات. هذا النظام يتم العمل به بشكل عام في دول شمال القارة الأمريكية وفي اليابان، في حين تستخدم معظم دول العالم الأخرى إما نظام PAL (Phase Alternating Line) وهو النظام الأوروبي أو نظام Sequential Color With Memory) والذي تم تطويره في فرنسا واستخدم في ما كان يعرف بالإتحاد السوفيتي إضافة إلى بعض دول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. هذه الأنظمة تختلف في كفاءتها إلا أنها جميعها تعاني من عيوب في درجة نقاء الصورة والألوان وهي مشاكل يمكن رؤيتها بوضوح عند استخدام شاشات العرض الكبيرة.

هذه المشاكل أدت إلى تطوير ما يعرف بالتلفزيون عالي الوضوح أو إختصاراً HDTV والذي يعتبر التطور الرئيسي الأهم من نوعه في تكنولوجيا التلفزيون منذ اختراع التلفزيون الملون في الخمسينات، ويسعى مصمموه إلى جعله اختراعاً يجمع في داخله ثابث أنواع مختلفة من التكنولوجيا وهي تكنولوجيا التلفزيون وتكنولوجيا الكمبيوتر وتكنولوجيا الأفلام بحيث يصبح تلفزيون كمبيوتر متعدد الوسائط. ومع أن

^(١) http://www.ekateb.net/bookcont/ch٢_٧.html.

تلك النقطة لم تحدث بعد إلا أن التلفزيون عالي الوضوح (HDTV) يوفر حالياً المزايا التالية:

- ١- درجة وضوح أعلى نظراً لكون الصورة تتكون من حوالي ١١٠٠ خط مقارنة بـ ٥٢٥ خطاً فقط لنظام NTSC و ٦٢٥ خطاً لكل من PAL و SECAM.
- ٢- نقاوة الصورة تزيد بحوالي ٤٠٠ إلى ٥٠٠% نظراً لكون شاشة التلفزيون عالي الوضوح (HDTV) يتم تقسيمها إلى شبكة تكون من ١٠٨٠ x ١٩٢٠ نقطة ضوئية (pixel) مقارنة بـ ٣٤٠ x ٤٢٠ نقطة ضوئية فقط لنظام NTSC.
- ٣- نسبة عرض الصورة التلفزيونية إلى ارتفاعها (Ratio Aspect) في التلفزيون عالي الوضوح هي ١٦ إلى ٩ مقارنة بـ ٤ إلى ٣ في الأنظمة الأخرى مما يعني شاشة أعرض بمقدار ٢٥% ، ونظراً لأن الـ HDTV يتمتع بحدة وضوح أعلى (RESOLUTION) فإن بالإمكان زيادة حجم الشاشة مع الإستمرار في الحصول على صورة عالية الوضوح .
- ٤- حركة الصور في التلفزيون عالي الوضوح تتم بشكل أكثر سلاسة وإنسيابية نظراً لأنه يعمل بواقع ٦٠ إطاراً في الثانية وهو نفس نسبة الأطر المستخدمة في نظام NTSC.
- ٥- لا وجود لصورة الطيف أو الظل التي كثيراً ما تظهر في التلفزيون العادي.
- ٦- درجة صوت عالية الوضوح تماثل نقاوة الصوت في الأقراص المدمجة.
- ٧- التلفزيون عالي الوضوح حسن من وسائل نقل الألوان بشكل أصبحت تبدو معه أكثر وضوحاً وأقرب للطبيعة.

إن التلفزيون عالي الوضوح سوف يجعل من عملية مشاهدة فيلم على التلفزيون عملية

ممتعة ومماثلة لمشاهدة الأفلام السينمائية في صالة العرض .

صعوبات التليفزيون عالي الوضوح :

مع كل تلك المزايا التي يوفرها التليفزيون عالي الوضوح إلا أنه يواجه بعدد من

الصعوبات التي قد تؤدي إلى تأخر انتشاره بشكل كبير ، ومن تلك العقبات :

١- إرتفاع التكلفة بالنسبة للمستهلك ، فالمستهلك ليس بحاجة إلى شراء أجهزة جديدة مرتفعة التكاليف .

٢- عملية التحول إلى النظام الجديد تتطلب استثمار مبالغ كبيرة.

٣- عملية الإرسال المستخدمة في الأنظمة الحالية تتم على ذبذبات غير ملائمة

للإستخدام بالنسبة للتليفزيون عالي الوضوح والذي يحتاج إلى عرض نطاق أكبر

تستوعبه التكنولوجيا الحالية. حل هذه المشكلة يكمن في استخدام وسائل الضغط الرقمية

والتي تعمل على كبس إشارات التليفزيون عالي الوضوح بحيث تصبح قادرة على

المرور عبر قنوات التليفزيون الحالية .

التليفزيون الرقمي^(١) :

التليفزيون الرقمي والإذاعة الرقمية هي أحدث التطورات التي بدأت زحفها نحو

المنازل والتي أصبح بإمكان المشاهدين لها التمتع بالمزايا والخدمات المتفاعلة التي

توفرها تكنولوجيا التليفزيون الرقمي من طلب وجبات الطعام السريعة إلى حجز تذاكر

السفر ومتابعة أسعار الأسهم وأخبار المال والسياسة والرياضة عبر شاشة تليفزيونهم

الجديد بالإضافة إلى الدخول على شبكة الإنترنت عبر التليفزيون بدلاً من أجهزة

الكمبيوتر الشخصي.

^(١) http://www.ekateb.net/bookcont/ch٢_٧.html.

ويعرف بعض الخبراء متابعة العروض على التلفزيون بأنها تجربة "الجلوس المسترخي" بالمقارنة مع عملية متابعة العروض على شاشة الكمبيوتر التي توصف بتجربة "الجلوس المتأهب". ففي الحالة الأولى تكون المتابعة سلبية لأن المشاهد يتلقى تلقائياً دفعات العروض التلفزيونية ، أما في الحالة الثانية فإن مستخدم الكمبيوتر يتعامل إيجابياً مع العروض على شاشته.

غير أن الحدود الفاصلة بين التلفزيون والكمبيوتر عموماً بدأت بالاختفاء وذلك مع تقديم التلفزيون لخدمات تتفاعل مع رغبات ومتطلبات المشاهدين وإمكانية استخدامه للدخول على الإنترنت دون حاجة لجهاز كمبيوتر شخصي ، وفي نفس الوقت أصبح الكمبيوتر يؤدي وظائف عرض اللقطات والصور التلفزيونية الحية .

وتختلف تكنولوجيا التلفزيون الرقمي عن تكنولوجيا التلفزيون التقليدية التناظرية analog بأن الصورة والصوت في التلفزيون الرقمي يتم تحويلها إلى إشارات ثنائية من الأصفار والآحاد أي بنفس النظام الذي تستخدمه أجهزة الكمبيوتر . هذه الإشارات يتم استقبالها بواسطة هوائي التلفزيون الذي يقوم ذاتياً أو من خلال جهاز خارجي إضافي بفك الرموز المستقبلية بينما في التلفزيون التقليدي يتم تحويل الصوت والصورة إلى أمواج إلكترومغناطيسية تحدد جودتها مدى نقاء الصورة والصوت على الشاشة .

وتنتشر شبكات التلفزيون الرقمي حالياً سواءً بالبث عبر الأقمار الصناعية أو الكابلات أو البث من المحطات الأرضية وهي تجعل بالإمكان عن طريق استخدام تكنولوجيا الضغط إرسال عدد أكبر من البرامج على نفس الموجة الهوائية التي تستخدمها التكنولوجيا التناظرية مقابل قناة واحدة للتلفزيون التقليدي الحالي ، بالإضافة إلى ميزة

الجودة العاليه للصوره والصوت في التلفزيون الرقمي .

مزايا التلفزيون الرقمي :

- * صورة وصوت عالية الجودة تفوق تلك التي يوفرها النظام التناظري تجعل من عملية مشاهدة الأفلام على التلفزيون عملية مشابهة لمشاهدتها داخل قاعات السينما من حيث نقاوة الصورة ووضوح الصوت الذي يماثل نقاوة صوت الأقراص المدمجة .
- * عدد خيارات أكبر من القنوات والبرامج حيث يوفر التلفزيون الرقمي عدة قنوات على عرض النطاق bandwidth المستخدم لبث برنامج واحد بالنظام التناظري الحالي.
- * التلفزيون الرقمي قادر على تقديم خدمات وسائط متعددة تشتمل على الصوت والصورة والبيانات والنصوص.
- * إمكانية الدخول على البريد الإلكتروني والإنترنت
- * خدمات متفاعلة من المشاهد والبرامج المعروضة فالصفحات التلفزيونية التي تعرض نصوص الأخبار وبمختلف أنواعها حالياً يمكن أن تعرض الصور ايضاً مع إمكانية إضافة توصيلات إلكترونيه مباشرة مع الشركات المعلنه. وتقدم بعض خدمات التلفزيون الرقمي خدمات اضافيه .
- * إمكانية الحصول على صورة عالية الوضوح للتلفزيون المتنقل والتلفزيون التناظري لا يمكنه توفير صورة جيدة في حال الإستقبال المتحرك مثل أجهزة التلفزيون المثبته في السيارات والقطارات والباصات بل وحتى في حال التلفزيونات الصغيرة المحمولة باليد .

التقاء تكنولوجيا التلفزيون وتكنولوجيا الكمبيوتر الشخصي :

عملية توظيف التلفزيون للتكنولوجيا الرقمية سوف يؤدي إلى إلغاء الحدود الفاصلة بين التلفزيون والكمبيوتر الشخصي بحيث يمكن أن يحل أي منهما مكان الآخر ويصبح بالتالي بالإمكان استخدام جهاز التلفزيون للقيام بأي وظيفة من وظائف الكمبيوتر والعكس صحيح .

إن أحد أهم مزايا التلفزيون الرقمي تتمثل في التفاعل والذي يتيح عرض النطاق الواسع للتلفزيون الرقمي القادر على حمل عدد أكبر من القنوات . أعداد كبيرة من شبكات وقنوات التلفزيون أوجدت لها مواقع على الإنترنت وفي الوقت ذاته بدأت تظهر على الشبكة أعداد متزايدة من القادمين الجدد لمجال البث التلفزيوني والإذاعي عبر الإنترنت .

تلفزيون الإنترنت^(١) :

يتوقع كثير من المتخصصين أن تؤدي عملية الاندماج الحاصلة حالياً بين التلفزيون والكمبيوتر إلى إحداث تغييرات أساسية في صناعة التلفزيون والإنترنت خلال المرحلة القادمة .

فبالنظر إلى التلفزيون ونسبة إختراقه العاليه للمنازل والتي تقارب الـ ١٠٠% في الولايات المتحدة وأوروبا مقارنة بـ ٥٠% للكمبيوتر نجد أن سوق التلفزيون المتفاعل سوف يحقق درجات نمو عاليه وفرص دخل كبيرة لصناعة الأجهزة وبرامج الكمبيوتر بشكل خاص ، كما أنه من المتوقع أن تشهد المرحلة القادمة تنافساً بين شركات توفير

^(١) http://www.ekateb.net/bookcont/ch٢_٧.html.

خدمة الإنترنت وشركات بث برامج التلفزيون الرقمي لتلبية الطلب المتزايد من قبل العملاء على الخدمات المتفاعلة.

وتوقعت شركة (Forester Research) أن يكون التلفزيون المتفاعل هو الثورة التكنولوجية القادمة في مجال التجارة المتفاعلة بعد الإنترنت حيث توقعت الدراسة التي قامت بها الشركة أيضاً أن يؤدي الانتشار السريع المتوقع لخدمات التلفزيون الرقمي إلى إستحواذه على جزء غير بسيط من الدخل الإعلاني لوسائل الإعلام الحاليه بما فيها التلفزيون والإنترنت والصحافة.

وتؤمن الإنترنت حالياً إمكانيات تتطور بشكل سريع لنقل الموسيقى وبث شرائط الصور المرئية والأفلام السينمائية وعروض الحفلات الحيه . ويشيع الآن مصطلح (Webcasting) أو البث الشبكي والذي يعبر عن عملية بث البرامج المرئية عبر الإنترنت نحو أعداد كبيرة أو أعداد محدودة من المشاهدين ، وفي الحالة الأخيرة عندما يتم البث نحو عدد محدود من المشاهدين يستخدم مصطلح آخر هو (narrowcasting) أو البث المحدود.

ويُمكن بث الإنترنت المرئي الشركات من إرسال الأفلام مع الإعلانات الدعائية التي توفر لها الدخل المادي والأرباح . وتبث غالبية الصور المرئية عبر الإنترنت بطريقة التدفق (streaming) أي أن مستخدم الشبكة لا يحتاج إلى تحميلها على القرص الصلب في كمبيوتره بل إنها تتدفق نحو الكمبيوتر من جهاز خادم للفيديو . أكبر مشاكل البث المرئي الإنترنتي تتمثل في تطلبها لعرض نطاق واسع حيث أن أجهزة المودم الهاتفية الشائعة الإستخدام لا توفر إستقبالاً سريعاً لهذه المعلومات المرئية ، والحل يكمن في استخدام الوسائل الأكثر سرعة مثل خطوط الكيبل أو خطوط المشترك الرقمي DSL وغيرها والتي توفر استقبالاً أكثر سرعة إلا أنها لا زالت محدودة الإنتشار وعالية التكلفة.

ورغم المزايا الكبيرة لتلفزيون الإنترنت مثل نطاق خياراته الواسعه وملاءمته لرغبات ووقت المشاهد إلا أن السؤال المطروح هو هل تعتبر هذه الحسنات كافية للتغلب على إستجابة المستهلك الفاتره لدمج مزايا الإنترنت مع ما يوفره التلفزيون من أخبار وتسليه؟.

تلفزيون المستقبل^(١) :

سيكون هناك التوقيت الذي يريده المشاهد ، كما سيكون التفاعل عنصراً أساسياً بحيث لن يقتصر دور المشاهدين على تلقي البرامج من شبكات التلفزيون في اتصالات تأخذ إتجاه واحد من الشبكة للمشاهدين ، ولكن التلفزيون سيوفر خدمات رقميه متطوره يأخذ طابع الإتصال فيها:

* اتصال من مجموعة إلى فرد .

* اتصال من مجموعة إلى مجموعة .

* اتصال من فرد إلى فرد .

المشاهد سيتمكن كالعاده من مشاهدة المباريات الرياضيه والمسرحيات وغيرها ، ولكن ذلك لن يكون كل ما يمكنه القيام به حيث سيكون بإمكانه مثلاً عند متابعة فعاليات توزيع جوائز الأكاديمية الأمريكية للسينما أن يتجول داخل أرجاء المسرح ويركز على الشخصيات التي يرغب في رؤيتها أو الدخول في حوار مباشر مع أحد الحضور أو المسؤولين حول المهرجان أو توجيه بعض الأسئلة للفائزين بالجوائز عبر شبكة الإنترنت بإستخدام جهاز التلفزيون الخاص به .

مشاهد برامج كرة القدم سيكون بإمكانه مشاهدة المباراة حية على الهواء وإعادة اللقطات التي يرغب رؤيتها مرة أخرى وإختيار الزوايا التي يريدها والإنتقال من زاوية إلى أخرى .

(١) http://www.ekateb.net/bookcont/ch٢_٧.html.

وبهذا سيكون بإمكان المشاهد مشاهدة ما يرغب في الوقت الذي يريده ضمن منهاج يُعد من قبل الشخص نفسه حسب ظروفه ورغبته.

وتمكنت شركتا "تيفو" و "ريبلي نيتورك" من تطوير مسجلات الفيديو الشخصية والتي تمزج خدمات الكمبيوتر بجهاز الفيديو. هذا الجهاز يحتوي على قرص ذاكرة رقمي يستطيع من خلاله جهاز التسجيل المرتبط به أن يخزن برامج تليفزيونية تتراوح ما بين ١٤ ساعة إلى ٣٠ ساعة إضافة إلى تسجيل المشاهد الحية المعروضة أثناء متابعة البرامج المسجلة .

وقامت شركة SnapStream بتطوير برنامج أسمته SnapStreamPVS يجعل بإمكان المستخدم مشاهدة البرامج والأفلام الموجودة على نظام الفيديو الشخصي من أي مكان عن طريق الإنترنت وذلك بإستخدام أجهزة الكمبيوتر الكفية ، وبالتالي يمكنه متابعة البرامج التلفزيونية المفضلة من أي مكان وفي أي وقت . ويرى المسؤولون في شركة Apple بأنه إذا كانت الثورات التكنولوجية الثلاث في مجال الكمبيوتر المنزلي هي سبريدشيت (Spreadsheet) وبرامج النشر المكتبي (Desktop Publishing) والإنترنت ، فإن الثورة الرابعة في هذا المجال تتمثل في تطبيقات فيديو الكمبيوتر .

إن كمبيوتر المنزل يتوقع له أن يتحول في المستقبل إلى مركز ترفيه كامل يحتوي على فيديو بقدرات تسجيل وتعديل البرامج ، إضافة إلى جهاز عرض تليفزيوني عالي الوضوح HSTV وجهاز عرض لأقراص الفيديو الرقمية . DVD معظم هذه القدرات موجودة حالياً في أجهزة الكمبيوتر ولكنها بحاجة إلى المزيد من التطوير والتبسيط وهو مايتوقع حدوثه في المستقبل المنظور .

وبالنسبة لتليفزيون الإنترنت فإن مستقبله لن يكون قائماً ببساطة على إمكانية تصفح الإنترنت في الوقت الذي يتابع المستخدم فيه برنامجاً ما .

فكما أن الحدود الفاصلة بين وسائل الإعلام تتهاوى فإن "بوابات" الإنترنت ستقدم نوعاً خاصاً بها من أفلام الفيديو كما ستقدم خيارات أخرى كبيرة. إذ يمكنها على سبيل المثال توفير آلاف القنوات أو حلقات برامج تليفزيونية قديمة من الستينات عند الطلب وهذا شيء لا يقدر عليه التليفزيون التقليدي".

أهم التطبيقات اللازمة للتليفزيون المتفاعل والتي ستحظى بشعبية كبيرة تتمثل في ثلاثة أصناف رئيسيه وهي التطبيقات التي تتيح للمشاهدين التسوق والتجارة ، والتطبيقات الإعلامية لتصفح المعلومات ، وأخيراً تلك التي تؤمن ممارسة الألعاب عبر التليفزيون. أنظمة استقبال التليفزيون الرقمي^(١) :

هناك ثلاث أنواع من الأنظمة التي يمكنها استقبال التليفزيون الرقمي وهي :
بواسطة هوائي تليفزيون عادي (نظام أرضي رقمي) أو بواسطة الأطباق اللاقطة الخاصة بالأقمار الصناعية (نظام رقمي عبر الأقمار الصناعية) أو بواسطة الكيبل (نظام كيبل رقمي).

جميع هذه الأنواع الثلاثة تتطلب تركيب جهاز خاص لفك الشفرة decoder مشابه لذلك الذي يستخدمه المشتركون في القنوات الفضائية التليفزيونية أو أولئك المشتركون في الكيبل التليفزيوني.

هذا الجهاز الذي يكون على شكل علبة إلكترونية إضافيه لجهاز التليفزيون في المنزل يقوم باستقبال الإشارات الرقمية المضغوطة من الشبكة أو القناة المرسله ثم يعمل على فك الشفرة الخاصة بها وتحويلها إلى إشارات تناظريه يتم عرضها على جهاز التليفزيون في شكل صورة وصوت .

وتقوم البطاقة الذكية (smart card) بفك الشفرة أو الرموز الخاصة بقنوات الأوتل التي يتطلب مشاهدتها دفع قيمة اشتراك معينة.

^(١) http://www.ekateb.net/bookcont/ch٢_٧.html.

هذه الأنظمة الثلاثة أيضاً تقوم بتوفير دليل إلكتروني للبرامج يسهل للمشاهد عملية اختيار البرامج المرغوبة وترتيبها حسب رغبته. التطور الجديد في هذا المجال يتمثل في إنتاج أجهزة تليفزيون تحتوي داخلياً على جهاز فك الشفرة وتتمتع بمزايا أكبر لخاصية التفاعل.

أولاً: التليفزيون الأرضي الرقمي :

في هذا النوع يتم الإرسال من خلال شبكة الإرسال الأرضية كما أن الاستقبال يتم عادة من خلال الهوائي المثبت فوق سطح المنزل والذي يستخدم لإستقبال الخدمات التناظرية الحالية. وحتى يستطيع المشاهد استقبال العدد المحدود نسبياً من القنوات فإنه بحاجة إلى جهاز استقبال رقمي أو أحد أجهزة التليفزيون الجديد التي تحتوي داخلياً على إمكانيات فك الشفرة الرقمية .

ثانياً: البث الرقمي بواسطة القمر الصناعية :

في هذا النوع يتم إرسال الإشارة إلى قمر صناعي ومنه مباشرة إلى منزل المشاهد. هناك حاجة إلى جهاز استقبال رقمي وأجهزة أخرى إضافية لإستقبال البث الرقمي عبر الأقمار الصناعية ، غير أن وجود أطباق لاقطة تستقبل الإرسال مباشرة يعني بدوره تجنب التكلفة المرتفعة المترتبة على توصيل الأسلاك للمنازل.

من ناحية أخرى فإن البث بواسطة الأقمار الصناعية يجعل بالإمكان إيصال الأرسال إلى مناطق نائية أو بعيدة بشكل يصعب إيصال الخدمة إليها بواسطة الكيبل نظراً للتكلفة العالية .

وتعتبر شركة Direct TV أكبر شركة عاملة في هذا المجال في الولايات المتحدة الأمريكية وهي شركة مدعومة من شركة ((Hughes Communications أحد أقسام شركة جنرال موتورز العملاقة.

وتوفر شركة Direct TV أكثر من ٢٢٥ قناة رقمية متنوعة مماثلة لتلك القنوات التي توفرها شركات الكيبل التلفزيوني والتي تعتبر المتضرر الأكبر من إنتشار تكنولوجيا البث التلفزيوني المباشر بواسطة الأقمار الصناعية.

من ناحية أخرى استفادت شبكات التلفزيون التقليدية من هذه التكنولوجيا التي مكنتها من إيصال برامجها إلى ملايين المنازل في المناطق النائية التي لم يكن بوسعهم الوصول إليها سابقاً .

وتوفر شركة Open العديد من الخدمات التلفزيونية المتفاعلة مثل التسوق المنزلي وإجراء العمليات البنكية عبر التلفزيون والترفيه والبريد الإلكتروني وغير ذلك من خدمات متفاعلة يأخذ بعضها الطابع الشخصي .

الكيبل التلفزيوني الرقمي :

في هذا النوع من البث يتم إرسال الإشارات من خلال تمديدات كيبل أرضيه واصلة إلى منزل المشترك والذي يحتاج أيضاً إلى جهاز استقبال إضافي receiver . ونظراً لإستخدام شركات الكيبل لتكنولوجيا مشابهة لتكنولوجيا الهاتف فإن قدرات وإمكانات التفاعل لدى هذا النوع من البث تكون مرتفعه.