

# مستقبل البث التلفزيوني الرسمي في دول الخليج العربي في ظل التطورات التقنية

## دراسة وصفية

د. هباس بن رجاء الحري

أستاذ مساعد متعاون في كلية السياحة والآثار بجامعة الملك سعود

لم تعد مهمة التلفزيون تنحصر في كونه أداة للتسجيل ووصف الأحداث المحلية والدولية، أو في كونه مجرد وسيلة لنقل الأخبار المصورة، أو نقلها حية على الهواء مباشرة عبر الأقمار الصناعية، بل في قدرته على الإقناع والتأثير والسيطرة وكونه قوة لا يُستهان بها تدخل في مجال إعادة صياغة وعي الإنسان (الجردي، 1995).

وإيماناً بهذا الدور، قامت الحكومات بإنشاء القنوات والبرامج التلفزيونية التي تخدم أهدافها وطموحاتها، وأسست مراكز الإنتاج التلفزيوني؛ ليصبح البث التلفزيوني صناعة مهمة ثقافياً، ورابحة اقتصادياً (اتحاد إذاعات الدول العربية، 2006).

الطلب Demand TV on وتلفزيون الإنترنت Internet protocol والفيديو Mobile TV والتلفزيون عبر الهواتف المتحركة TV عند الطلب Video on Demand والفيديو الرقمي التفاعلي In-Portable وكذلك المشغلات الرقمية teractive Video Digital كان لا بد من التعرف إلى استخدام المؤسسات media player الرسمية لمثل هذه التقنيات، ومدى استخدامها في التلفزيون الرسمي، ومدى تقبل العاملين في هذا المجال لهذه الوسائل التقنية.

### ثانياً: هدف الدراسة

وتحددت أهداف الدراسة في إجراء استبيان مع مسؤولي المؤسسات الرسمية في دول الخليج، للتعرف على ما يلي:

- التعرف على المؤشرات المستقبلية للبث التلفزيوني الرسمي في دول الخليج العربية على ضوء التطورات التقنية السريعة المتصلة بوسائل الاتصال.
- التعرف على مفهوم الأنفوميديا والتلفزيون الرقمي لدى مديري المؤسسات الرسمية لتقنية البث التلفزيوني.
- التحليل لابرز العناصر التي تدخل في تكوين صناعة التلفزيون في القنوات الرسمية.
- تقييم العوامل المؤثرة في استخدام القنوات الرسمية

ولأن العالم في العصر الحديث يعيش طفرة تقنية هائلة، من حيث التقدم السريع في وسائل الاتصال ونقل المعلومات، تظهر الحاجة إلى دراسة مدى استفادة البث التلفزيوني من المزايا التي تقدمها الوسائل الإلكترونية الحديثة من أجل إيجاد فضاء تفاعلي يخدم الجمهور، ويسهم في بلورة أسس تنمية محلية مستدامة، ولهذا تأتي هذه الدراسة للتعرف إلى مستقبل البث التلفزيوني الرسمي في دول الخليج العربية في ظل التطورات الإلكترونية، وذلك من خلال عرض المفاهيم التالية:

- المجالات التي تشمل عليها صناعة التلفزيون.
- استعراض أبرز المجالات الإلكترونية ذات العلاقة بالبث التلفزيوني.

● رؤية مستقبلية لانعكاسات التطورات الإلكترونية خاصة في مجال (الأنفوميديا) على التلفزيونات الرسمية.

### أولاً: المشكلة البحثية

نتج عن التداخل بين تكنولوجيات الاتصال والبث الجديدة والتقليدية مع الحاسب الآلي وشبكاته، واقعاً جديداً له أدواته ومعاييره وتطبيقاته، وعلى رأس هذه التطبيقات التلفزيون الرقمي Digital Television والتلفزيون الفائق الوضوح والتلفزيون عند Interactive TV والتلفزيون التفاعلي HDTV

للتكنولوجيا الإعلامية الحديثة.

- معرفة الوسائل الإلكترونية المستخدمة في البث التلفزيوني في القنوات الرسمية في دول الخليج.
- تقييم أبرز مصادر البث التي تستخدمها القنوات التلفزيونية الرسمية في دول الخليج.

### ثالثاً: الدراسات السابقة

قام الباحث بإجراء مسح للدراسات السابقة من خلال زيارته لمراكز المعلومات البحثية، وبمراجعة العديد من الدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة، من أهمها:

- 1- دراسة بعنوان: "استخدام تكنولوجيا الاتصالات في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني اليمني؛ دراسة تطبيقية"، عبدالباسط الحطامى، ركزت فيها على تأثير التكنولوجيا الإعلامية الحديثة على القائم بالاتصال سواء كان مخرجاً، أم معداً، أو مقدماً، وقياس مدى تأثيرها عليه في عمله ومدى استفادته منها وانعكاس ذلك على المضمون المقدم للجمهور، وتحددت أهداف الدراسة في النقاط التالية:

● اتجاهاته نحو استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العمل الإعلامي.

- معرفة العوامل المهنية والاجتماعية والتعليمية والتدريبية والإدارية المؤثرة في استخدامه للتكنولوجيا الإعلامية الحديثة.
- معرفة واقع التكنولوجيا الإعلامية الحديثة في كل من الإذاعة والتلفزيون ومدى الاستفادة منها، والإمكانيات الراهنة للقائم بالاتصال من حيث توافر المعدات الاتصالية الحديثة، والقدرة على استخدامها.

واقترنت هذه الدراسة على التلفزيون اليمني والإذاعة اليمنية، والتي أجريت في 2002 - 2001م. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن هناك تقنيات حديثة أدخلت مجال الإنتاج الإعلامي ولكنها ما زالت ضئيلة إذا قسناها بحاجة العمل مثلها وإذا قارناها بالمحطات العربية والأجنبية، وأن خدمة الإنترنت لم تدخل بعد التلفزيون مما يؤدي إلى ضعف التواصل مع الجمهور في الداخل والخارج، بالإضافة إلى النتائج الخاصة بالقائم بالاتصال وبالوسائل التقنية التي لا بد على القناة والإذاعة توفيرهما للعاملين فيها.

وقد تعرضت الدراسة بشيء من التفصيل للوسائل التكنولوجية المستخدمة في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، كما أنها أجريت على مجتمع يختلف عن المجتمع الذي أجريت عليه

الدراسة الحالية. (عبدالباسط، 2003).

٢- دراسة بعنوان: "أثر التكنولوجيا المستخدمة في جمع وتقديم الأخبار على شكل ومضمون الخدمة الإخبارية"، وليد عمشة؛ تناول فيها الباحث التكنولوجيا المستخدمة في الجمع والنقل والمعالجة والتقديم والمؤثرة على طبيعة شكل اخبار من خلال التنوع في استخدام اجهزة المونيتور وعرض العناوين، والحاسبات، والاقمار الصناعية، والفاكس، واشرطة VNRS، واجهزة عرض الشرائح، والكاميرات الحساسة والدقيقة، وغيرها من الاجهزة المستخدمة، حيث تم تصنيف على عينة عمديه قوامها قناتين تلفزيونيتين فضائيتين عربيتين الأولى إخبارية قناة الجزيرة والثانية قناة الشرق الأوسط، وقد أختار الباحث بأسلوب المسح الشامل البرامج الإخبارية (السلطة الرابعة ومفكرة الراسل) من قناة الشرق الأوسط وبرنامجي (الملف الأسبوعي وسري للغاية) من قناة الجزيرة، وكان من نتائج الدراسة ما يلي:

أ- نتائج المتوسط الحسابي لمدة موجز أخبار العرض في مقدمته بالثواني 43.710ثانية.

ب- أقل طول لخبر كان 14ثانية وأطول طول لخبر كان 765 ثانية.

ت- أن تكرارات أخبار كل قناة كان يوازي تكرارات أخبار القناة الثانية في عينة الدراسة.

ث- أشكال التقديم السائدة والأكثر استخداماً في القنوات الفضائية العربية غير الحكومية للعروض الإخبارية. فقد أشارت النتائج إلى تنوع أشكال التقديم للخبر الواحد.

ج- اعتمدت تقارير المرسلين الخارجية ولقاءات المندوبين والاتصال عبر الأقمار الصناعية والتلفزيون واستخدام أشكال التقديم المختلفة على الوصلات الهابطة للأقمار الصناعية Sat-elite Downlink .

ح- تطور تقنية المونتاج الإلكتروني للأخبار سهل مهمة الفنيين والمصورين والمخرجين في هذه القنوات لإنجاز أخبار العروض بالصورة المتلى.

غير أن دراستنا الحالية تختلف عنها في تعرفها على مدى استخدامات المؤسسات الرسمية في دول الخليج للوسائل الإلكترونية. (وليد، 2001).

٢- ورقة قدمها الدكتور عباس مصطفى صادق بعنوان: "التطبيقات التلفزيونية في منظومة الإعلام الجديد"، حيث

عرضت الورقة إلى مجموعة من التساؤلات حول مفهوم الإعلام الجديد New Media فهل تعبر مرحلته هذه عن انتقال أدوات الاتصال وتطبيقاته المختلفة من قبضة المؤسسات إلى يد الجمهور؟ أو حتى قبل ذلك، كما يرى البعض بظهور أنماط جديدة من الأشكال الإعلامية في التلفزيون والإذاعة مثل برامج الحوار الحي في الراديو والتلفزيون Live Talk Show وفي ظهور نمط الأخبار الحية المباشرة وظهور قنوات سي ان ان وام تي في، وحددت الأسماء المتعددة للتطبيقات الإعلامية المستحدثة، تدل على أرضية جديدة لهذا الإعلام، فهو الإعلام الرقمي Digital Media لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي وغيرها، أو للإشارة إلى أى نظام أو وسيلة إعلامية تتدمج مع الكمبيوتر. ويطلق عليه الإعلام التفاعلي Interactive Media طالما توفرت حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الإنترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الإنترنت غيرها من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة. كما أنه أيضاً هو الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال Online Media بالتركيز على تطبيقاته في الإنترنت وغيرها من الشبكات.

وخرجت الورقة بالعديد من النتائج:

● حصر أغلب الاستخدامات الإلكترونية في مجال البث التلفزيوني.

● المصطلحات المستخدمة في استخدام الاعلام الجديد ووسائله في البث التلفزيوني.

● الميزات التقنية للاعلام الجديد في الحوار بين الطرفين صاحب الرسالة ومستقبلها من خلال التعليقات والردود على ما يبث. غير أن دراستنا هذه تختلف عنها في تعرفها حول مدى استخدامات المؤسسات الرسمية في دول الخليج للوسائل التقنية في البث التلفزيوني للقنوات (صادق، 2007).

٤- دراسة بعنوان: تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية (نموذجاً) لبنى عبدالله الملاوين، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية، ودراسة الفروق بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة حول مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية وفقاً للخصائص الديموغرافية، وكذلك قياس أثر تكنولوجيا الاتصال على

أنشطة وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية.

وقد حاولت الدراسة الإجابة على:

● ما مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية ؟

● ما مستوى تقييم أفراد مجتمع عينة الدراسة لأنشطة وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية باستخدام تكنولوجيا الاتصال ؟

● هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقديرات أفراد عينة الدراسة حول مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية وفقاً للخصائص الديموغرافية المتمثلة ؟

هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا الاتصال على أنشطة وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية، متمثلاً بمجالات (التخطيط، والتنظيم والمتابعة والتقييم، واتخاذ القرار، والموارد البشرية، والإنتاجية، وكفاءة الأداء) ؟

وأظهرت النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول، أن المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على جميع فقرات مجال استخدام تكنولوجيا الاتصال في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية قد جاءت (إيجابية) وبدرجة كبيرة ومتوسطة، أظهرت النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني، أن المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على جميع الفقرات الخاصة بمجالات أداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية قد جاءت (إيجابية) وبدرجة كبيرة ومتوسطة غير أن دراستنا الحالية تختلف عنها في تعرفها على مدى استخدامات المؤسسات الرسمية في دول الخليج للوسائل الإلكترونية وفي مجتمع يختلف عن المجتمع الذي أجريت عليه الدراسة (لبنى، 2009).

٥- دراسة بعنوان: إمكانيات الإنتاج التلفزيوني في المؤسسات الحكومية بالملكة العربية السعودية بين الواقع والطموح لخالد الحارثي، تناول فيها الإمكانيات التي تمتلكها المؤسسات الحكومية وليس القنوات التلفزيونية، فمنذ بداية بناء المؤسسات الحكومية في المملكة ومروراً بسنوات الطفرة الاقتصادية، وإلى وقتنا الحالي، زودت إدارات العلاقات العامة، وتحديد الأقسام السمعية والبصرية في تلك المؤسسات بالتجهيزات التلفزيونية اللازمة لعمل برامج تلفزيونية تخدم أهداف تلك الجهات، والتي لا تختلف أهدافها عن بعضها

لتخزين محتويات فيديو تصل الى 700 ساعة. هذه الاجهزة توفر لمستخدميها ميزات ابداعية مثل التسجيل السهل و تخطى الاعلانات، و بهذه الطريقة من المحتمل ان تتسبب مسجلات الفيديو الرقمية فى اعادة صياغة سلسلة نشاطات و تراتبية لصناعة التلفزيون بما فى ذلك اعادة ترتيب موقع منتجى محتوى الفيديو فى هذه الصناعة، حيث خرجت بالعديد من النتائج ومنها:

- استعادة منتجى الفيديو من مسجلات الفيديو الرقمية.
- دمج مسجلات الفيديو الرقمية فى استراتيجية توزيعها حيث على سبيل المثال بإمكان مزودى محتوى الفيديو توسيع فرصهم من خلال توفير خدمات متقدمة مثل "فيديوهات عند الطلب (VOD)

- التركيز على فرص الاعمال التجارية لمالكى محتوى الفيديو حيث هم الان يمتلكون الخيار التقنى للاستقلال بأنفسهم عن منتجى برامج التلفزيون ، و هذا الاستقلال سيقود الى خيارات جديدة و تعاون اقوى مع مقدمى خدمات الكيبل والاقمار الصناعية اضافة الى المعلنين من اجل العمل لإنتاج محتوى مشترك .

وركزت هذه الدراسة على الانتاج الرقمية من خلال الفيديو ولم تتعرض للانتاج التقنى فى القنوات التلفزيونية (Loebbecke 2005).

#### التعليق على الدراسات السابقة:

#### ويمكن الاختلاف بين دراستنا والدراسات المشار إليها فى النقاط الآتية:

أ- الدراسة الحالية تركز، بشكل أساسى، على الاستخدامات الإلكترونية فى مجال البث التلفزيونى فى دول الخليج العربى.

ب- الدراسة الحالية تنظر إلى جميع العناصر الإلكترونية المختلفة، وتركز على استخدامها فى البث التلفزيونى.

ت- الدراسة الحالية تعتمد على المقابلة العلمية لمديرى القنوات للتعرف إلى استخدام القنوات التلفزيونية الخليجية للوسائل الإلكترونية الحديثة.

#### رابعاً: تساؤلات الدراسة

من خلال الدراسات السابقة وصياغة المشكلة، قام الباحث بصياغة تساؤلات الدراسة على النحو الآتى:

1- ما مفهوم الأنفوميديا لدى مديرى مؤسسات البث الرسمية؟

البعض، وعلى ضوء ذلك عملت تلك المؤسسات على إنتاج العديد من البرامج التلفزيونية بالاستعانة بكوادرها الفنية، وتجهيزاتها التقنية، وكانت عبر تلك السنين تقدم مجموعه من المواد تلبى متطلبات المناسبات الخاصة أو متطلبات التدريب أو محاولة الإسهام فى تقديم أعمال تلفزيونية تأخذ طريقها إلى العرض فى المحطات العامة، وبخاصة التلفزيون السعودى، وكان من نتائج الدراسة، مايلى:

هناك إهدار مالى ضخمة للميزانيات المخصصة لتطوير الإنتاج التلفزيونى، وذلك عبر إنفاق عشرات الملايين من الريالات على تجهيزات لم تستثمر بشكل كافى، أو أكبر من الحاجات الفعلية لتلك المؤسسات.

أ- وجود طاقات بشرية غير مستثمرة بشكل جيد، وقدرات فنية محدودة أو شبه منعدمة لإفراد.

ب- أن مستويات الإنتاجية لدى المؤسسات الحكومية متدنية، مقارنة بالإمكانات، مع وجود انخفاض فى مستوى الجودة.

ت- أن هناك نمطية تقليدية فى نوعية الأعمال التى تقدم، وتكاد تنحصر فى التوثيق الإخبارى وبعض الأعمال الدعائية البسيطة، مما جعل كثير من تلك الجهات تستعين بشركات الإنتاج الخاصة، والتى لا تمتلك جزء مما تمتلكه تلك الجهات.

ث- هناك إهدار كبير للمواد الأرشيفية المصورة لتلك المؤسسات، و للمملكة عموماً، والتى ترصد مراحل التطور والتغير فى تلك الجهات.

ج- وتعتبر هذه الدراسة لم تتعرض للاستخدام التقنى فى القنوات التلفزيونية وإنما تعرضت للمؤسسات الحومية وطريقة انتاجها للبرامج التلفزيونى (الحارثى، 2006)

6- ورقة بعنوان " نماذج الاعمال واختيار البرمجة: التلفزيون الرقمية تشكيل صناعة التلفزيون". ل. Claudia Loebbecke و هذه الورقة تركز على تأثير التلفزيون الرقمية Stefan Radtke وأن يكون اختيار برمجة محطات التلفزيون والكابل والقنوات الفضائية ومقدمى خدمات TV? وتحتوى الورقة على الخصائص والمميزات للتلفزيون الرقمية وتأثيراته على سلوك المشاهد و تقديم الأسس فى اختيار البرمجة لصناعة التلفزيون Kفى تتحدث عن مسجل الفيديو الرقمية (DVRs) هو احد هذه التقنيات الرقمية ،وما يعرف بـ "مسجل الفيديو الشخصى . (PVR ومسجلات الفيديو الرقمية هي (set-top أجهزة معلومات تستخدم محركات اقراص صلبة رقمية (boxes

أما المعلومات التي تجيب عن تساؤلات البحث الميدانية، فتم جمعها عن طريق الاستقصاء المقنن الذي تم تصميمه ليحتوي على أسئلة محددة للإجابة عن تساؤلات الدراسة، وتلقى إجابات مجتمع الدراسة عنها.

#### أسلوب جمع البيانات

استخدمت هذه الدراسة صحيفة الاستقصاء المقنن لجمع البيانات، واشتملت الصحيفة التي تقع في تسع صفحات وتتضمن عشرة أسئلة، فيما عدا البيانات الشخصية، على عدد من الأسئلة التي تدور حول مفهوم الأنثوميديا، واشتملت على: العناصر التي تتضمنها تقنية التلفزيون الحديث، والعوامل المؤثرة في أداء القنوات، ومدى استخدام القنوات التلفزيونية الرسمية لمصادر البث الحديثة.

#### سائماً: مجتمع الدراسة وعينها

اقتصرت مجتمع الدراسة على مديري المؤسسات الرسمية (القنوات التلفزيونية) في دول الخليج العربية ومساعدتهم، أما عينة الدراسة فشملت القنوات الأولى والثانية في السعودية، وقناة الإمارات في دولة الإمارات العربية المتحدة، وقناة سلطنة عمان في سلطنة عمان، وقناة قطر في قطر، وقناة البحرين الأولى في مملكة البحرين، وقناة الكويت في دولة الكويت، وذلك لتمثيل كل منها الصفة الرسمية للدولة، وكان إجمالي عدد المسؤولين 22 فرداً (ما بين مدير عام قناة، ومدير إدارة برامج).

#### جدول رقم (1) يوضح خصائص عينة الدراسة

مفردات العينة		التكرار	النسبة
توزيع مفردات العينة وفقاً لمتغير الوظيفة	مدير قناة الأبرار	1	5
	نائب مدير القناة التقنية	1	5
	مدير الأخبار	4	18
	مدير إدارة البرامج	8	36
	معد برامج القناة الرياضية	6	27
لم يبين	2	9	
توزيع مفردات العينة وفقاً لمتغير العمر	من 31-35 سنة	2	9.1
	من 36-40 سنة	3	13.6
	من 41-45 سنة	8	36.4
	من 46-50 سنة	7	31.8
	الجامعة	17	77.3
توزيع مفردات العينة وفقاً للعوامل الدراسية	دراسات عليا (ماجستير، دكتوراه)	5	22.7
	الإتصال والإعلام	2	10
توزيع مفردات العينة وفقاً لمتغير التخصص العلمي	إتباعة وتلفزيون	17	70.5
	لغة العربية	1	4.5
	إخراج تلفزيوني - إخراج سينمائي	1	4.5
	لم يبين	1	4.5

٢- ما مدى أهمية بعض العناصر التي تدخل في تكوين صناعة التلفزيون من وجهة نظر مديري مؤسسات البث الرسمية؟

٣- ما مدى الدعم المادي والمعنوي الذي تقدمه الجهات العليا في المؤسسات الرسمية للاستخدامات الإلكترونية؟

٤- ما أبرز المجالات الإلكترونية في البث التلفزيوني المستخدمة في القنوات الرسمية في دول الخليج؟

٥- ما أبرز مصادر البث التي تستخدمها القنوات التلفزيونية الرسمية في دول الخليج؟

٦- ما مدى فائدة القنوات الرسمية من الخطط التطويرية، وما مدى مساهمة المديرين في وضعها؟

٧- ما العوامل المؤثرة في استخدام التقدم التقني في القنوات الرسمية؟

#### خامساً: الدراسة ومنهجها

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على وصف لأبعاد الظاهرة المدروسة ومتغيراتها، وذلك من خلال تحديد ماهية الأشياء، حيث تعتبر الدراسة من أكثر الدراسات استخداماً في جميع مجالات الحياة، والتي يمكن أن تحقق أهدافاً عديدة قد تكون وصفية Descriptive أو تفسيرية Explanatory أو استكشافية planatory.

تستخدم هذه الدراسة الأسلوب الكيفي، والتي من خلالها تم استعراض المصادر الأساسية المتمثلة في المراجع العلمية والمنشورات، بالإضافة إلى استخدام التواصل مع أصحاب العلاقة ومن خلال الاستبانة لجمع المعلومات الميدانية الجانب الميداني. (الحيزان «1999» بعمل قياسات ضرورية لمشكلة الدراسة، واستخدام الأرقام لتفسير نتائجها)، ومن خلال هذا الأسلوب اعتمدت الدراسة الوصفية لإعطاء وصف لأبعاد الظاهرة المدروسة ومتغيراتها.

#### سادساً: البيانات والمعلومات وكيفية جمعها

تم جمع المعلومات المتعلقة بالجانب النظري، والتي تتناول صناعة التلفزيون والجوانب الإلكترونية المستخدمة في هذه الصناعة، من الإنتاج العلمي العام المتمثل في المراجع الأساسية المتخصصة في الإنتاج التلفزيوني، والأبحاث والدراسات المختلفة، وكذلك من المطبوعات والمنشورات، إضافة إلى إجراء بعض اللقاءات اللازمة مع المختصين في مجال الوسائل التقنية في البث التلفزيوني.

## إجراءات الصدق والثبات:

### أ- إجراءات الصدق:

ويعنى الصدق أن الأداة تقيس بالفعل ما وُضعت لقياسه، ويرتبط الصدق بالإجراءات المتبعة في التحليل، مثل اختيار العينة، وبناء الفئات وتحديد ما تحديداً دقيقاً، فضلاً عن درجة الثبات في التحليل.

وقد اهتم الباحث بمراعاة الدقة في التحليل، وهو ما يزيد الصدق الظاهري الذي اعتمدت عليه في قياس صدق الاستمارة. وقد تحقق ذلك من خلال تحكيمها، حيث عرضها الباحث على مجموعة من الخبراء والمحكمين (الحيزان، 1999) بهدف الموازنة بين عدد من الآراء سعياً إلى تعزيز معايير (\*) الموضوعية في دقة قياس النتائج التي أسفرت عنها الاستمارة.

### ب. إجراءات الثبات:

ويشير الثبات إلى كون الأداة قادرة على إعطاء النتيجة ذاتها حين استخدامها أكثر من مرة، فالأداة في عنصر الثبات تشبه إلى حد كبير ميزان الأثقال الذي ينبغي أن يكون موثقاً به في ثبات نتائجه لقبولها (طابع، 2001) حيث يقوم باستخدام أداة التحليل نفسها، وقد تم إجراء اختبار الثبات من خلال إعادة الاختبار على عينة فرعية من النخبة مكونة من 10 مفردات من مديري القنوات الرسمية بعد فترة زمنية مدتها أسبوعان من إجراء التطبيق الأول للاستمارة، وكانت نسبة الاتفاق 97.4 % وهي تعد قيمة ثبات عالية.

### ج. أسلوب التحليل الإحصائي:

تم استخدام أسلوب الإحصاء الوصفي باستخدام الحاسب الآلي على حزم البرامج الإحصائية spss

### ثامناً: الإطار النظري للدراسة

يُعتبر البث التلفزيوني من وسائل الإعلام الجماهيرية التي تُستقى منها الأخبار والأفكار والقيم والسلوكيات، وهو وسيط فعال في عملية التواصل والتفاعل، إذ يمكنه نشر قيم إيجابية حول العديد من القضايا الاجتماعية والثقافية والتعليمية والتنمية... إلخ، بالإضافة إلى توجيه سلوكيات الأفراد بما يخدم الصالح العام (البطريق، 1999).

ولذلك، فإن ثورة الاتصال والمعلومات أسهمت في إيجاد وسائط تقنية مهمة لا يمكن الاستغناء عنها في عملية التواصل والتفاعل مع الجمهور، وفي تسهيل البث التلفزيوني وتوصيل الرسائل الإعلامية للجمهور.

لقد أدت هذه الثورة إلى ظهور ما يسمّى "الأنفوميديا"، وهي استخدام تقنية الاتصالات في الوسائل الإعلامية؛ وإيجاد تقارب بين الوسائط المعلوماتية والإعلامية (علم الدين، 1990) ويُعد مصطلح الإعلام الرقمي Digital Media وصفاً للتطبيقات التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية، وما يطلق عليه الإعلام التفاعلي Interactive Media الذي تقاس فاعليته بمدى استجابة المستخدمين للشبكة الدولية للمعلومات لمعطيات التلفزيون التفاعلي والصحافة الإلكترونية، وغيرها من الوسائط الإعلامية التفاعلية الحديثة. كما يطلق عليه وصف إعلام المعلومات Info Media للدلالة على التداخل التكامل بين الحاسب الآلي والاتصال، وكذلك على ظهور نظام يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلومات ويندمج فيها، كما يُطلق على بعض التطبيقات، إعلام الوسائط المتعددة Multimedia تعريفاً لحالة الاندماج التي تحدث داخله بين النص والصورة والفيديو (صادق، 2007).

وقدمت التكنولوجيا الحديثة في مجال التلفزيون ما يسمّى "التكنولوجيا الرقمية"، التي تتيح لنا مجالات أوسع وأكثر ابتكاراً للإنتاج التلفزيوني. فبواسطة التكنولوجيا الرقمية يتم تحويل الصورة التلفزيونية إلى مجموعة من الأرقام الثنائية، ويتحول ذلك بتحقيق لنا زيادة سعة الذاكرة، والحفاظ على المعلومات من أي تلف، وإمكانية التعامل معها بدرجة عالية من حيث التصغير أو التكبير ومع أي جزء منها وفيها بأى سرعة وبأى حجم مطلوب، وبشاشة متعددة الاتجاهات، وقد يكون ذلك عبر عدة شاشات بجهاز تلفزيون واحد توفر خاصية متابعة المباريات الرياضية والأحداث الحية في آن ومن جميع الزوايا، ففي مباريات كرة القدم على سبيل المثال يمكن أن توضح الشاشة بعض المعلومات عن اللاعبين وتشمل زوايا مرئية أخرى إحداها تعرض تعليقات المشاهدين والخبراء، وأخرى تعرض حركة اللاعب من زاوية مختلفة، وغيرها لمتابعة تعليقات الفريق المنافس. وكذلك من الأشياء الجديدة في عالم التلفزيون أنه بالإمكان استقبال "الإنترنت" على شاشة التلفزيون من دون تزويدها بأى جهاز خارجي، وكل ما يحتاج إليه المستخدم هو توصيل التلفزيون بخط هاتف أرضي أو محمول، وعند شراء التلفزيون يمكن الحصول على لوحة مفاتيح تتصل بالتلفزيون لاسلكياً باستخدام خاصية التحكم عن بعد مثل "الريموت كنترول". كما يمكن تزويد التلفزيون بذاكرة لتخزين

الضوئية، وقدرتها على التعامل مع الإشارات الرقمية.

### ● البث والإرسال:

التلفزيون هو جهاز لبث واستقبال صور متحركة وصوت عن بعد، وقد أطلق الاصطلاح لى يشمل كل نواحي البث والإرسال. وتنقسم شاشات التلفزيون إلى أنواع عدة، منها شاشات الأشعة، والشاشات المسطحة أو المعروفة بشاشات البلازما، ونوع آخر منها هو شاشات البلورات السائلة LCD.

### أ. التقاط البث:

فى السابق اعتمد التلفزيون على التقاط الموجات الأرضية فقط باستعمال هوائى. ويتطور تقنية الاتصال صار بالإمكان الآن التقاط موجات لقنوات جديدة عبر الفضاء تبث من "سواتل" أقمار صناعية تدور فى الفضاء. ونتج عن ذلك زيادة هائلة فى عدد القنوات التلفزيونية الفضائية، وهو ما أتاح مجالاً واسعاً للتنوع، وعزز دور المشاهد فى عملية اختيار القناة.

### ب- أنواع شاشات العرض:

#### CRT

شاشات العرض CRT حيث إنها اختصار لـ (Cathode Ray Tube) وتعنى أنبوب أشعة الكاثود. وتستخدم هذه الشاشات فى أغلب أجهزة التلفاز، وقد وجدت منذ 60 سنة تقريباً. وخلال هذه المدة الطويلة فإن تقنيات العمل التى تتبعها لم تتغير كثيراً.

#### LCD

هى شاشة عرض مسطحة لا يوجد فيها ظهر مثل CRT وهى مميزة فى توفير الكهرباء ومفيدة وغير مضرّة بالنظر، وتعمل من خلال مصباح مضيء على وجه المستخدم وعند إزاحة رؤوسنا تصبح الشاشة وكأن لونها أسود.

#### TFT

شاشة الـ (TFT) لا تختلف عن الـ (LCD) إلا بفارق واحد يتمثل فى أن الضوء ليس موجهاً وجهاً لوجه بل موزعاً على جميع زوايا الشاشة، بحيث يلاحظ عند تغيير اتجاه الرؤيا لأكثر من 120 درجة أن لون الشاشة أصبح مائلاً إلى السواد.

### ج. الموجات والترددات:

-الهوائى: جهاز يرسل ويستقبل إشارات الراديو والتلفزيون. وتُحمل تلك الإشارات بواسطة موجات كهرومغناطيسية، وتتقلل الموجات الكهرومغناطيسية عبر الفضاء بسرعة الضوء، وهى تختلف فى أطوال الموجات، ذات الصلة المباشرة بترددتها، أى

رسائل البريد الإلكتروني وبعض المعلومات التى قد تهم المستخدم، وقد تمكنت من ذلك إحدى الشركات الآسيوية. وكذلك سيزيد التلفزيون التفاعلى من مشاركته للكمبيوتر الشخصى فى المباشرة والمرونة، وبدلاً من التنقل بين قنوات لا عدد لها سيختار المشاهدون برمجة بالطريقة نفسها التى يتم بها الاختيار على الكمبيوتر الشخصى، فبدلاً من انتظار ميعاد برنامج محدد من قبل، فمن الممكن مشاهدة البرنامج فى أى وقت، كما يستدعى المستخدم برنامجاً ما على أى كمبيوتر شخصى (علم الدين، 1990).

### المجالات التى تشمل عليها صناعة التلفزيون:

صناعة التلفزيون هى كل ما يتعلق بالعمل التلفزيونى، سواء بشكل تقنى أو هندسى أو فنى أو بشكل داعم أو إدارى أو ما يتعلق بالصناعات المجاورة، كصناعة الإعلان أو الوسائل الرقمية أو غيرها. كذلك يدخل فى صناعة التلفزيون عالم الاتصال والفضاء، ويندرج تحت كل عنصر من العناصر كثير من التفاصيل.

وتشتمل صناعة التلفزيون على عدد من الأنظمة والبرامج والمهن، وتتنوع المنشآت التلفزيونية بين شبكات ومحطات وشاشات وكاميرات وغرف تحكم ومولدات كهربائية ومعدات صوت للجسمور ومازج صورة وميكروفون ووحدة تحكم وكاميرات ووحدة اتصال تلفزيون وعربة النقل الخارجى. ومن الزايات الجديدة:

1- وضوح الشاشة: ألوان زاهية وحجم أكبر للشاشة وصورة عالية الوضوح.

2- إمكان التنقل بين أكثر من قناة، بدلاً من الاعتماد على قناة واحدة، فمن المتوقع أن تبلغ القنوات الفضائية الأوروبية نحو 3500 قناة خلال السنوات العشر المقبلة.

3- الاندماج مع الحواسيب الآلية، الذى يتضمن استخدام شاشات الفيديو كوسيلة للتفاعل والتجاوب الإيجابى بينها وبين المستخدم، فالحاسب يتيح لنا تغيير طبيعة التلفزيون وجميع أجهزة الاتصال الأخرى.

4- سيتاح للناس تحرير رسائلهم وإرسالها عبر البريد الإلكتروني و"الفاكسات" وبالإمكان التوصل إلى شبكات المعلومات، وفى النهاية ستختفى الحدود بين الكمبيوتر الشخصى والتلفزيون، وهناك اندماج بين التلفزيون والاتصالات السلكية واللاسلكية مثل استخدام "الكابلات" والألياف

مرضية، وإعطاء جودة للصورة تتعلّق بكمية الضوء والتوازن بين الشدة للمصادر المتعددة).

● هناك صناعات داعمة مثل الديكور والرسم الإلكتروني وأجهزة الحاسب (المونتاج اللاخطي)، والدبلجة. وسوف يلمس أى فرد يعمل فى إنتاج البرامج التلفزيونية، احتياجه الشديد إلى الإلمام الجيد بميادين المشاركة العديدة، ويُعتبر فن الرسم والتخطيط أحدها (بريتز 1970) وكذلك يُعتبر الديكور من الأسس الرئيسية فى البرامج التلفزيونية، لا من أجل الخداع، ولكن من أجل إيجاد الجو الملائم وظيفياً لمكان العمل).

● يضاف إلى صناعة التلفزيون دراما التلفزيون، ومنها: الدراما والميلودراما والكوميديا والتراجيديا وكوميديا الموقف وغيرها.

● وتتضمن الصناعة أيضاً برامج التلفزيون، ومنها: البرامج الحية، والمسجلة، وبرامج المنوعات، والأفلام الوثائقية، والبرامج الرياضية والثقافية، وبرامج الفئات العمرية والخاصة والأخبار وتلفزيون الواقع.

● يدخل فى صناعة التلفزيون أيضاً إدارة التلفزيون، ومنها: إدارة البرامج (الصفحة غير موجودة) إدارة البرامج، وإدارة الخدمات الداعمة، و "إدارة التسويق" وإدارة الإنتاج، وإدارة التشغيل، وإدارة المالية، والشؤون الإدارية الموارد البشرية".

● التلفزيون ذو الجودة الفائقة، وهو حصيلة سنوات من الاختراعات التى اوصلت الصورة التلفزيونية الى كفاءة الصورة السينمائية اى بزيادة عدد خطوط الصورة إلى أكثر من 1200 خط (علوان، 2007) والفيديو تكس وهو عبارة عن اجهزة ربط التلفزيون المنزلى بمراكز المعلومات المركزية بحيث يصبح من السهولة استدعاء المعلومات المختلفة عند الحاجة اليها ومن ذلك يمكن القول إن كل من يمتلك نوعاً خاصاً من جهاز التلفزيون يمكنه ان يتصل بالحاسب الألى فتفتح له صفحات كاملة من المعلومات المطلوبة على شاشة التلفزيون (المسلمى، 2007).

● التلفزيون التفاعلى وهو وسيط ثنائى الاتجاه يمنح المشاهد الفرصة فى الاختيار والتعديل بجدول البرامج ومواعيدها كى يتلاءم مع مواعيده واذواقه فهو بهذه الحالة يزيد من المشاركة بين المرسل والمستقبل (علم الدين، 1990) ويعتبر أكثر التقنيات التى برز دورها فى تجسيد الاتصال التفاعلى وتحقيق فرضياته فى ميدان الاعلام والاتصال، ومن

نسبة اهتزازها، وتبث محطات الإذاعة، والتلفزيون على أطوال موجات مختلفة، لكى لا تتداخل إشارات بعضها ببعض.

**-الموجة القصيرة (SW):** هى موجة الراديو التى يكون طول ذبذبتها أقصر من تلك الموجات المستخدمة فى البث الإذاعى متوسط الموجة، وطول الذبذبة للموجة هو المسافة بين نمطين متتابعين للموجة. وتوجد علاقة بين الطول الموجى والتردد، فكلما زاد التردد قصر طول الموجة. وللموجات القصيرة درجات تردد أعلى من 1.6 اميغاهرتز، وهى الحد الأقصى لنطاق إذاعة الموجة المتوسطة. كما يستخدم ملاحو الطائرات وهواة تشغيل أجهزة الراديو، وكذلك السفن، الموجات القصيرة لإرسال الرسائل واستقبالها.

#### د. العناصر الرئيسية التى تدخل فى صناعة التلفزيون:

● أنظمة تلفزيون (الصفحة غير موجودة) أنظمة تلفزيون، ويدخل فى هذه الصناعة كل من شركات الإنتاج فى القطاعين العام والخاص، والإعلان التجارى فى القنوات الرسمية والخاصة بالإضافة إلى القنوات الفضائية.

● يدخل فى الصناعة أيضاً، منشآت التلفزيون، التى تتكون من محطة التلفزيون بكل تفاصيلها، والقناة التلفزيونية، وشبكة القنوات التلفزيونية، بالإضافة إلى الإنتاج التلفزيونى واستوديوهات التلفزيون، (بريتز 1970) حيث يشبه الإنتاج التلفزيونى العروض المسرحية، فهو يستمر دون توقف بين مناظر مختلفة تحتاج إلى وقت ضئيل لتغيير الديكور والإضاءة، كما أنها تكون قد جهزت بالإضاءة والديكور والحركة، حيث يمكن رؤية العرض بنجاح من زوايا التقاط متعددة وكثيرة).

● يضاف إلى الصناعة الأجهزة والمعدات التى تنطلق منها صناعة التلفزيون كالكاميرات بأنواعها المختلفة، وغرفة التحكم وغرفة المونتاج بأجهزتها المختلفة، والتحكم الصوتى ومعدات الصوت المختلفة، وعربة النقل الخارجى، والغرفة الهندسية للقناة. (بريتز 1970) إن احتياجات الإنتاج التلفزيونى والتصميم الفريد للكاميرا تفرض على من يتولى العمل بها أن يكون من المصوّرين الجيدين أو من ذوى مهارة غير عادية).

● من ضمن صناعة التلفزيون مهن العاملين فيه، كمنتج منفذ ومنتج ومخرج تلفزيونى ومذيع ومصوّر ومدير استوديو ومحرف أخبار ومعد وفنى إضاءة وفنى مونتاج ومكساج وغيرها من المهن المهمة فى صناعة التلفزيون. و (بريتز 1970) يعتبر الغرض من الإضاءة التمكن من الحصول على إشارة صورة

مقابل ما نسبته 13.6% من إجمالي أفراد عينة الدراسة أعمارهم من 40 - 36 سنة، بينما ما نسبته 9.1% من إجمالي أفراد عينة الدراسة أعمارهم من 35 - 31 سنة، كما أن ما نسبته 9.1% من إجمالي أفراد عينة الدراسة أيضاً أعمارهم من 55 - 51 سنة.

#### جدول رقم (4)

توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير آخر مؤهل حصلوا عليه

النسبة	التكرار	آخر مؤهل حصل عليه أفراد العينة الجامعة
77.3	17	بإستاد عليا (ماجستير، دكتوراه)
22.7	5	المجموع
%100	22	

يتضح من الجدول رقم (4) أن 77.3% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كان آخر مؤهل علمي حصلوا عليه هو الإجازة الجامعية، وهم الفئة الأكبر من أفراد عينة الدراسة، في حين أن ما نسبته 22.7% من إجمالي أفراد عينة الدراسة حصلوا على شهادة الدراسات العليا (ماجستير، ودكتوراه).

#### جدول رقم (5)

توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير التخصص العلمي

النسبة	التكرار	التخصص العلمي
10	2	الاتصال والإعلام
76.5	17	إذاعة وتلفزيون
4.5	1	اللغة العربية
4.5	1	إخراج تلفزيوني - إخراج سينمائي
4.5	1	لم يبين
100	22	المجموع

يتضح من الجدول رقم (5) أن ما نسبته 76.5% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كان تخصصهم العلمي إذاعة وتلفزيون، مقابل 10% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كان تخصصهم العلمي "الاتصال والإعلام"، بينما كانت (اللغة العربية، وإخراج تلفزيوني) هي التخصص العلمي لما نسبته 4.5% من إجمالي أفراد عينة الدراسة.

### ثانياً: النتائج المتعلقة بوسائل الدراسة

#### 1- مفاهيم:

للتعرف إلى مفهوم الأنثوميديا والتلفزيون الرقمي لدى مديري القنوات الرسمية ومساعدتهم تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات مفهوم

أبرز الخصائص التي ميزت هذه التقنية هو توفيرها صورة أكثر نقاء.

#### نتائج الدراسة الميداني

ولكى نبدأ مراجعة الدراسة الميدانية من خلال نتائج الاستبيانات، لا بد من استعراض النتائج المتعلقة بالمعلومات الشخصية لأفراد الدراسة.

أولاً: النتائج المتعلقة بالمعلومات الشخصية

#### جدول رقم (2)

توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير مسمى الوظيفة

النسبة	التكرار	مسمى الوظيفة
5	1	مدير عام قناة الاولى
5	1	نائب مدير القناة الثانية
18	4	مدير الاخبار
36	8	مدير ادارة البرامج
27	6	معد البرامج الرياضية
9	2	لم يبين
100	22	المجموع

يتضح من الجدول رقم (2) أن ما نسبته 36% من أفراد عينة الدراسة بمسمى مدير ادارة البرامج، وهم الفئة الأكبر من أفراد عينة الدراسة، فيما أتى معد البرامج الرياضية بنسبة 27% من أفراد العينة، وبلغت نسبة المسميات الوظيفة الآتية 27% نسب متفاوتة (مدير عام قناة الاولى، ونائب مدير القناة الثانية، ومدير الأخبار).

#### جدول رقم (3)

توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير العمر

النسبة	التكرار	العمر
9.1	2	من 35 - 31 سنة
9.1	2	من 55 - 51 سنة
13.6	3	من 40 - 36 سنة
36.4	8	من 45 - 41 سنة
31.8	7	من 50 - 46 سنة
%100	22	المجموع

يتضح من الجدول رقم (3) أن ما نسبته 36.4% من إجمالي أفراد عينة الدراسة أعمارهم من 45 - 41 سنة، وهم الفئة الأكبر من فئات عينة الدراسة، في حين أن ما نسبته 31.8% من إجمالي أفراد عينة الدراسة أعمارهم من 50 - 46 سنة،

الأنفوميديا والتلفزيون الرقمي، وقد جاءت النتائج كما يوضحها الجدولان ( 6) فيما يلي:

#### جدول رقم (6)

آراء أفراد عينة الدراسة حول مصطلح التلفزيون الرقمي

النسبة	التكرار	المصطلح
9.0%	2	استخدام الحاسب الآلي في بث مواد التلفزيون
31.82%	7	استخدام الكاميرات الرقمية في تسجيل البث التلفزيوني
40.91%	9	إمكانية استقبال وبث التلفزيون عبر الحاسب الآلي
18.18%	4	إمكانية استقبال وبث التلفزيون عبر شبكة الإنترنت
100	22	المجموع

ويتضح من الجدول أن ما نسبته 40.91% من إجمالي أفراد عينة الدراسة يرون أن التلفزيون الرقمي في رأيهم هو إمكانية استقبال التلفزيون وبثه عبر الحاسب الآلي، وهم الفئة الأكبر من أفراد عينة الدراسة، في حين أن ما نسبته 31.82% من إجمالي أفراد عينة الدراسة يرون أن التلفزيون الرقمي هو استخدام الكاميرات الرقمية في تسجيل البث التلفزيوني، مقابل ما نسبته 18.18% من إجمالي أفراد عينة الدراسة يذهبون إلى أن التلفزيون الرقمي هو إمكانية استقبال التلفزيون وبثه عبر شبكة الإنترنت، بينما يرى ما نسبته 9.0% من إجمالي أفراد عينة الدراسة أن التلفزيون الرقمي هو استخدام الحاسب الآلي في بث مواد التلفزيون.

#### جدول رقم (7)

آراء أفراد عينة الدراسة حول مصطلح الأنفوميديا

النسبة	التكرار	المصطلح
14%	3	استخدام شبكة الإنترنت في نقل المعلومات
50%	11	التقريب بين الوسائط المعلوماتية والوسائط الإعلامية
36%	8	استخدام تقنية الاتصالات في الوسائط الإعلامية

وحتى تتضح المفاهيم بالنسبة إلى مجتمع الدراسة، وضع الباحث عبارات لمصطلح الأنفوميديا، حيث توضح النتائج وفقاً للجدول رقم (7) أن ما نسبته 50% من إجمالي أفراد عينة الدراسة يعرفون "الأنفوميديا"، بـ"التقارب بين الوسائط المعلوماتية والوسائط الإعلامية"، وهم الفئة الأكبر من فئات عينة الدراسة، في حين أن ما نسبته 36% من إجمالي أفراد عينة الدراسة يرون أن "الأنفوميديا" هي "استخدام تقنية الاتصالات في الوسائط الإعلامية"، مقابل ما نسبته 14% يرون أن الأنفوميديا هي "استخدام شبكة الإنترنت في نقل المعلومات".

#### عناصر تتعلق بصناعة البث التلفزيوني:

نظراً إلى أن هناك عناصر رئيسية ومهمة في صناعة البث التلفزيوني، حرص الباحث على ذكر بعض العناصر ومعرفة أهميتها بالنسبة إلى مجتمع الدراسة، حيث جاءت النتائج وفقاً للآتي:

أ: صناعة التلفزيون

للتعرف إلى مدى أهمية العناصر التي تدخل في تكوين صناعة التلفزيون في تطور القنوات، تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات محور صناعة التلفزيون، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول الآتي:

#### جدول رقم (8)

إجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات محور صناعة التلفزيون مرتبة تنازلياً حسب متوسطات الموافقة  
تقييم عينة الدراسة لاهم معاور صناعة التلفزيون

الترتيب	الدرجة	الاجراء المعوي	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة			التكرار	النسبة %	نص
				مهمة	غير مهمة	مهمة جداً			
3	0.50	3.18	3.18	1	16	5	ك	نظمة تلفزيون	صناعة التلفزيون
				4.6	72.7	22.7	%		
2	0.61	3.23	3.23	2	13	7	ك	شركات إنتاج	إعلان تجاري
				9.1	59.1	31.8	%		
1	0.67	3.45	3.45	2	8	12	ك	شركات إنتاج	إعلان تجاري
				9.1	36.4	54.5	%		

يتضح من الجدول رقم (8) أن أفراد عينة الدراسة موافقون جداً على أن أكثر العناصر أهمية هو عنصر الإعلان التجاري بمتوسط أهمية (3.45) ويليه في الأهمية عنصر شركات الإنتاج بمتوسط أهمية (3.23) ثم عنصر أنظمة التلفزيون بمتوسط أهمية (3.18).

#### ب: المنشآت

للتعرف إلى مدى أهمية العناصر التي تدخل في تكوين صناعة التلفزيون في تطور القنوات، تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات محور المنشآت. وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول الآتي:

#### جدول رقم (9)

إجابات أفراد عينة الدراسة عن عنصر المنشآت

### تقييم عينة الدراسة لاهم عناصر صناعة التلفزيون

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة			التكرار النسبة %	العنصر
			غير مهمة	مهمة	مهمة جداً		
2	0.48	3.68	-	7	15	ك	مطلة
			-	31.8	68.2	%	
3	0.76	3.00	6	10	6	ك	شبكة تلفزيون
			27.3	45.5	27.3	%	
1	0.59	3.82	-	2	20	ك	استوديوهات
			-	9.1	90.9	%	

يتضح من الجدول رقم (9) أن أفراد عينة الدراسة موافقون جداً على أن أكثر العناصر أهمية هو عنصر الاستوديوهات بمتوسط أهمية (3.82) ويليه في الأهمية عنصر المحطة بمتوسط أهمية (3.68) ثم عنصر شبكة التلفزيون بمتوسط أهمية (3.00).

### ج: الأجهزة والمعدات

وللتعرف إلى مدى أهمية العناصر التي تدخل في تكوين صناعة التلفزيون في تطور القنوات، تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عنصر الأجهزة والمعدات، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول الآتي:

### جدول رقم (10)

### تقييم عينة الدراسة لاهم عناصر الاجهزة والمعدات إجابات أفراد عينة الدراسة عن عنصر الأجهزة والمعدات

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة			التكرار النسبة %	العنصر
			غير مهمة	مهمة	مهمة جداً		
1	0.00	4.00	-	-	22	ك	كاميرات رقمية
			-	-	100.0	%	
3	0.73	3.59	3	3	16	ك	معدات هندسية
			13.6	13.6	72.7	%	
2	0.61	3.77	2	1	19	ك	مربة نقل خارجي
			9.1	4.5	86.4	%	

يتضح من الجدول رقم (10) أن أفراد عينة الدراسة موافقون جداً على أن أكثر العناصر أهمية وتدخل في تكوين صناعة التلفزيون بالنسبة للأجهزة والمعدات يتمثل في الكاميرات الرقمية بمتوسط أهمية (4.00) ويليه في الأهمية عنصر عربة النقل الخارجي بمتوسط أهمية (3.77) ثم عنصر المعدات الهندسية بمتوسط أهمية (3.59).

### د: المهن

للتعرف إلى مدى أهمية العناصر التي تدخل في تكوين صناعة التلفزيون في تطور القنوات تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عنصر المهن، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول الآتي:

### جدول رقم (11)

### تقييم عينة الدراسة لاهم المهن المرتبطة بصناعة التلفزيون إجابات أفراد عينة الدراسة عن عنصر المهن

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة			التكرار النسبة %	العنصر
			غير مهمة	مهمة	مهمة جداً		
2	0.29	3.91	-	2	20	ك	مصور
			-	9.1	90.9	%	
1	0.21	3.95	-	1	21	ك	مخرج
			-	4.5	95.5	%	
3	0.64	3.14	3	13	6	ك	مدير استوديو
			13.6	29.1	27.3	%	

يتضح من الجدول رقم (11) أن أفراد عينة الدراسة موافقون جداً على أن أكثر العناصر أهمية وتدخل في تكوين صناعة التلفزيون بالنسبة إلى عنصر المهن هو عنصر المخرج بمتوسط أهمية (3.95) ويليه في الأهمية عنصر المصور بمتوسط أهمية (3.14) ثم عنصر مدير الاستوديو بمتوسط أهمية (3.91).

### هـ: المساندة

للتعرف إلى مدى أهمية العناصر التي تدخل في تكوين صناعة التلفزيون في تطور القنوات، تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عنصر المساندة. وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول الآتي:

### جدول رقم (12)

### إجابات أفراد عينة الدراسة عن عنصر المساندة

### تقييم عينة الدراسة لاهم عناصر المساندة المرتبطة بصناعة التلفزيون

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة			التكرار النسبة %	العنصر
			غير مهمة	مهمة	مهمة جداً		
1	0.29	3.91	-	2	20	ك	ميكور
			-	9.1	90.9	%	
3	0.68	3.09	4	12	6	ك	رسم تلفزيوني
			18.2	54.5	27.3	%	
2	0.61	3.23	2	13	7	ك	دلجة
			9.1	59.1	31.8	%	

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة			التكرار النسبة %	العنصر
			غير مهمة	مهمة	مهمة جدا		
1	0.21	3.95	-	1	21	ك	إدارة
			-	4.5	95.5	%	
			-	2	20	ك	
3	0.29	3.91	-	9.1	90.9	%	إدارة تسويق
2	0.21	3.95	-	1	21	ك	إدارة موارد بشرية
			-	4.5	95.5	%	

يتضح من الجدول رقم (14) أن أفراد عينة الدراسة موافقون جداً على أن أكثر العناصر أهمية وتدخل في تكوين صناعة التلفزيون بالنسبة إلى عنصر الإدارة هو عنصر الإدارة الهندسية بمتوسط أهمية (3.95) بالتساوي مع عنصر إدارة الموارد البشرية الذي جاء هو الآخر بمتوسط أهمية مماثل (3.91). ثم عنصر إدارة التسويق بمتوسط أهمية (3.95).

### ٣- عوامل التأثير في استخدام القنوات للتقنية

وللتعرف إلى عوامل التأثير - المادى والمعنوى - فيما تقدمه الجهات العليا للمؤسسات لاستخدام الوسائل الإلكترونية تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عنصر مدى الدعم المادى والمعنوى الذى تقدمه الجهات العليا للمؤسسات لاستخدام الوسائل الإلكترونية، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول الآتى:

جدول رقم (15)

إجابات أفراد عينة الدراسة عن عنصر الدعم المادى والمعنوى الذى تقدمه الجهات العليا للمؤسسات لاستخدام الوسائل الإلكترونية

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الرضا			التكرار النسبة %	العنصر
			غير راض على الإطلاق	غير راض	راض		
1	0.46	2.73	-	6	16	ك	6
			-	27.3	72.7	%	
2	0.51	2.55	-	10	12	ك	8
			-	45.5	54.5	%	
3	0.60	2.45	1	10	11	ك	3
			-	4.5	50.0	%	
4	0.51	2.45	-	12	10	ك	2
			-	54.5	45.5	%	
5	0.50	2.41	-	13	9	ك	5
			-	59.1	40.9	%	
6	0.80	1.82	9	8	5	ك	1
			-	40.9	36.4	22.7	
7	0.63	1.73	8	12	2	ك	4
			-	36.4	54.5	9.1	
8	0.51	1.50	-	11	11	ك	7
			-	50.0	50.0	%	
	0.21	2.20	المتوسط العام				

يتضح من الجدول رقم (12) أن أفراد عينة الدراسة موافقون جداً على أن أكثر العناصر أهمية وتدخل في تكوين صناعة التلفزيون بالنسبة إلى عنصر المساندة هو عنصر الديكور بمتوسط أهمية (3.91) ويليه فى الأهمية عنصر الدبلجة بمتوسط أهمية (3.23) ثم عنصر الرسم التلفزيونى بمتوسط أهمية (3.09).

### و: البرامج

وللتعرف إلى مدى أهمية العناصر التى تدخل في تكوين صناعة التلفزيون في تطور القنوات تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات محور البرامج، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول الآتى:

### جدول رقم (13)

تقييم عينة الدراسة لأهمية نوعية البرامج المرتبطة بصناعة التلفزيون إجابات أفراد عينة الدراسة عن عنصر نوعية البرامج

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة			التكرار النسبة %	العنصر
			غير مهمة	مهمة	مهمة جدا		
2	0.46	3.73	-	6	16	ك	برامج مسجلة
			-	27.3	72.7	%	
1	0.39	3.82	-	6	18	ك	برامج مباشرة
			-	18.2	81.8	%	
3	0.66	2.36	16	4	2	ك	تلفزيون الواقع
			-	72.7	18.2	9.1	

### العنصر

يتضح من الجدول رقم (13) أن أفراد عينة الدراسة موافقون جداً على أن أكثر العناصر أهمية وتدخل في تكوين صناعة التلفزيون بالنسبة إلى عنصر البرامج هو عنصر البرامج المباشرة بمتوسط أهمية (3.82) ويليه فى الأهمية عنصر البرامج المسجلة بمتوسط أهمية (3.73) ثم عنصر تلفزيون الواقع بمتوسط أهمية (2.36).

### ز: الإدارة

وللتعرف إلى مدى أهمية العناصر التى تدخل في تكوين صناعة التلفزيون في تطور القنوات، تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات محور الإدارة، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول الآتى:

### جدول رقم (14)

تقييم عينة الدراسة لأهم الإدارات المرتبطة بصناعة التلفزيون

لاستخدام الوسائل الإلكترونية، واللتين تم ترتيبهما تصاعدياً حسب عدم رضا أفراد عينة الدراسة عنهما إطلافاً كالتالي:

1- جاءت "الحوافز المادية"، في المرتبة الأولى من حيث عدم رضا أفراد عينة الدراسة عنها إطلافاً بمتوسط (1.50 من 4) جاء "موقع القناة على شبكة الإنترنت" في المرتبة الثانية من حيث عدم رضا أفراد عينة الدراسة عنها إطلافاً بمتوسط (4) من 1.73.

#### 4- مدى استخدام التقنية في قنوات التلفزيون الرسمية في دول الخليج:

وللتعرف إلى مستقبل البث التلفزيوني في القنوات الرسمية، قام الباحث بطرح تساؤلات عن التقنيات والوسائط الإلكترونية المستخدمة في البث، حيث تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لإجابات أفراد عينة الدراسة عن التقنيات والوسائط الإلكترونية المستخدمة في البث التلفزيوني في القنوات الرسمية في دول الخليج. وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول الآتي:

#### جدول رقم (16)

إجابات أفراد عينة الدراسة عن الوسائل الإلكترونية المستخدمة في القنوات التلفزيونية الرسمية في دول الخليج مرتبة تنازلياً حسب متوسطات الموافقة

رقم	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الاستخدام			النسبة %	التعليق	
			غير مستخدم على الإطلاق	غير مستخدم	مستخدم			
1	0.71	2.86	2	1	17	2	ك	التلفزيون الرقمي Digital Television
2	0.67	2.59	2	5	15	-	ك	تلفزيون الإنترنت Internet protocol
3	0.39	2.18	-	18	4	-	ك	المسجلات الرسمية Portable media plier
4	0.38	1.95	2	19	1	-	ك	التلفزيون التفاعلي Interactive TV
5	0.38	1.95	2	19	1	-	ك	تلفزيون الفيديو الرقمي Intermeive Digital Video
6	0.86	1.50	15	4	2	1	ك	التلفزيون عبر الهاتف المتحركة Mobile TV
7	0.80	1.41	17	1	4	-	ك	التلفزيون لائق العرض HD TV
8	0.55	1.27	17	4	1	-	ك	التلفزيون عند الطلب TV Demand on
9	0.43	1.23	17	-	5	-	ك	الفيديو عند الطلب Video on Demand
	0.31	1.88	المتوسط العام					

من خلال النتائج الموضحة أعلاه يتضح أن أفراد عينة الدراسة غير راضين عن مدى الدعم المادي والمعنوي الذي تقدمه الجهات العليا للمؤسسات لاستخدام الوسائل الإلكترونية بمتوسط 2.20 من (4) وهو متوسط يقع في الفئة الثانية من فئات المقياس الرباعي من 1.76 إلى (2.50) وهي الفئة التي تشير إلى خيار "غير راض"، الأمر الذي يوضح أن أفراد عينة الدراسة غير راضين عن مدى الدعم المادي والمعنوي الذي تقدمه الجهات العليا للمؤسسات لاستخدام الوسائل الإلكترونية.

ويتضح من النتائج أن هناك تفاوتاً في مستوى رضا أفراد عينة الدراسة عن الدعم المادي والمعنوي الذي تقدمه الجهات العليا للمؤسسات لاستخدام الوسائل الإلكترونية، حيث تراوحت النتائج ما بين 1.50 إلى (2.73) وهي متوسطات تراوح ما بين الفئتين الثانية والثالثة من فئات المقياس الرباعي والتي تشير إلى (غير راض على الإطلاق / راض) على التوالي على أداة الدراسة، ما يوضح التفاوت في رضا أفراد عينة الدراسة عن الدعم الذي تقدمه الجهات العليا للقنوات في استخدام الوسائل الإلكترونية، حيث يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة راضون عن بندين، والذين تم ترتيبهما تنازلياً حسب رضا أفراد عينة الدراسة كالتالي:

1- جاء "التدريب للكادر البشري" في المرتبة الأولى من حيث رضا أفراد عينة الدراسة عنها بمتوسط (2.73 من 4) جاء "توفير الأجهزة والمعدات الحديثة" في المرتبة الثانية من حيث رضا أفراد عينة الدراسة عنها بمتوسط (2.55 من 4) بينما يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة غير راضين عن أربعة من بنود الدعم الذي تقدمه الجهات العليا للمؤسسات، والتي تم ترتيبها تصاعدياً حسب عدم رضا أفراد عينة الدراسة عنها كالتالي:

1- جاء "الدعم المعنوي" في المرتبة الأولى من حيث عدم رضا أفراد عينة الدراسة عنها بمتوسط (1.82 من 4) 2- جاءت "الخطط التطويرية للبرامج" في المرتبة الثانية من حيث عدم رضا أفراد عينة الدراسة عنها بمتوسط (2.41 من 4) 3- جاء "الدعم المادي للإنتاج" و "استخدام الوسائل الإلكترونية في البث" في المرتبة الثالثة من حيث عدم رضا أفراد عينة الدراسة عنها بمتوسط (2.45 من 4) ويتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة غير راضين إطلافاً عن بندين من بنود الدعم الذي تقدمه الجهات العليا للمؤسسات

من خلال النتائج الموضحة أعلاه يتضح أن أفراد عينة الدراسة موافقون على أن هناك وسائل لتقنية البث التلفزيوني غير مستخدمة في القنوات الرسمية في دول الخليج بمتوسط وهو متوسط يقع في المرتبة الثانية من ترتيب فئات (4) من 1.88 المقياس الرباعي من 1.76 إلى 2.50 وهي الفئة التي تشير إلى خيار غير مستخدم على أداة الدراسة، مما يوضح أن أفراد عينة الدراسة موافقون على أن هناك وسائل لتقنية البث التلفزيوني غير مستخدمة في القنوات الرسمية في دول الخليج.

ويتضح من النتائج وجود تفاوت بين آراء أفراد عينة الدراسة حول ما يتعلق بالوسائل الإلكترونية المستخدمة للبث التلفزيوني في القنوات الرسمية في دول الخليج، ويتراوح هذا التفاوت ما بين موافقين على استخدام بعض الوسائل الإلكترونية، ورافضين لاستخدامها مطلقاً، وقد جاءت النتائج ما بين (1.23) إلى (2.86) وهي متوسطات تتراوح ما بين الفئتين: الأولى والثالثة من فئات المقياس الرباعي، اللتين تشير إلى (غير مستخدم على الإطلاق/ مستخدم)، وهو ما يوضح درجة التفاوت في الرأي بين أفراد عينة الدراسة.

كما يتضح من النتائج - أيضاً - أن بعض أفراد عينة الدراسة يرون استخدام اثنين من الوسائل الإلكترونية في البث التلفزيوني، وهو ما توضحه النتائج في رقمي (5،1) واللذين تم ترتيبهما تنازلياً حسب آراء أفراد عينة الدراسة على استخدامهما كالتالي:

- 1- جاء التلفزيون الرقمي Digital Television في المرتبة الأولى من حيث آراء أفراد عينة الدراسة على استخدامهما بمتوسط 2.86 من 4
- 2- جاء تلفزيون الإنترنت Internet protocol في المرتبة الثانية من حيث آراء أفراد عينة الدراسة في استخدامهما بمتوسط 2.59 من 4

● يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة يرون عدم استخدام ثلاث من الوسائل الإلكترونية، والتي تم ترتيبها تصاعدياً حسب موافقة أفراد عينة الدراسة على عدم استخدامها، وذلك على النحو التالي:

- 1- جاء الفيديو الرقمي التفاعلي "Interactive Digital Video" في المرتبة الأولى من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة على عدم استخدامها بمتوسط 1.95 من (4)
- 2- جاء التلفزيون التفاعلي "Interactive TV" في المرتبة الثانية من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة على عدم استخدامها بمتوسط 1.95 من (4)
- 3- جاءت المشغلات الرقمية "Portable media player" في المرتبة الثالثة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة على عدم

استخدامها بمتوسط 2.18 من (4).

● يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة يرون عدم الاستخدام المطلق لأربع من الوسائل الإلكترونية في البث التلفزيوني، وقد تم ترتيبها تصاعدياً حسب آراء عينة الدراسة على عدم استخدامها، وذلك على النحو الآتي:

- 1- جاء الفيديو عند الطلب "Video on Demand" في المرتبة الأولى بمتوسط 1.23 من (4)
- 2- جاء التلفزيون عند الطلب "TV Demand on" في المرتبة الثانية بمتوسط (1.27) من (4)
- 3- جاء التلفزيون فائق الوضوح HDTV في المرتبة الثالثة بمتوسط (1.41) من (4)
- 4- جاء التلفزيون عبر الهواتف المتحركة Mobile TV في المرتبة الرابعة بمتوسط (1.50) من (4)

#### 5- أبرز مصادر البث التي تستخدمها القنوات الرسمية:

وللتعرف إلى آراء مجتمع الدراسة حول أبرز مصادر البث المستخدمة في القنوات الرسمية، تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لإجابات أفراد عينة الدراسة عن أبرز مصادر البث المستخدمة في القنوات التلفزيونية الرسمية في دول الخليج، وقد جاءت النتائج كما يوضحها الجدول الآتي:

#### جدول رقم (17)

#### إجابات أفراد عينة الدراسة عن أبرز مصادر البث المستخدمة في القنوات التلفزيونية الرسمية في دول الخليج مرتبة تنازلياً حسب متوسطات الموافقة

رقم	المصطلح	النسبة %	تكرار	درجة الاستخدام			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المرتبة
				نوعاً	نوعاً	نوعاً			
5	شبكة هجينة رقمية Screens Digital Projection	ك %	19	1	2	2.77	0.61	1	
6	تلفزيون الإنترنت Internet prosecol	ك %	16	4	2	2.64	0.66	2	
3	مشغلات الرقمية Portable media player	ك %	5	17	-	2.23	0.43	3	
1	تلفزيون الإنترنت Internet protocol tv	ك %	2	18	2	2.00	0.44	4	
2	تلفزيون عبر الهاتف المتحركة Mobile TV	ك %	4	3	15	1.50	0.80	5	
4	تلفزيون فوق الوضوح HDTV	ك %	1	5	16	1.32	0.57	6	
						2.08	0.28		

٢- جاء رقم (2) وهى التلفزيون عبر الهواتف المتحركة Mobile TV فى المرتبة الثانية بمتوسط ( 43.امن. 4)

#### ٦- الاستفادة من الخطط التطويرية:

وللتعرف إلى أبرز المؤشرات المستقبلية المتعلقة بالبحث والتلفزيونى الرسمى فى دول الخليج العربية، قام الباحث بوضع تساؤلات موجهة إلى مجتمع الدراسة، حيث جاء التساؤل الأول، عن مدى الاستفادة من الخطط التطويرية التى تضعها القناة، وهو ما يوضحه الجدول رقم: (17)

#### جدول رقم (18)

#### مدى الاستفادة من الخطط التطويرية التى تضعها الإدارة فى القناة

النسبة	التكرار	الاستفادة
9.1	2	قوية جداً
68.2	15	قوية
22.7	5	ضعيفة
%100	22	المجموع

يتضح من الجدول رقم (18) أن ما نسبته %68.2 من إجمالى أفراد عينة الدراسة يرون أن استفادة القناة من الخطط التطويرية التى تضعها الإدارة فى القناة قوية، وهم الفئة الأكثر من أفراد عينة الدراسة، فى حين أن ما نسبته من إجمالى أفراد عينة الدراسة يرون أن استفادة القناة %22.7 من الخطط التطويرية التى تضعها الإدارة فى القناة ضعيفة، مقابل ما نسبته %9.1 من إجمالى أفراد عينة الدراسة يرون أن استفادة القناة من الخطط التطويرية التى تضعها الإدارة فى القناة قوية جداً.

#### جدول رقم (19)

#### مدى المساهمة فى وضع خطة تطوير القناة

النسبة	التكرار	المساهمة
9.1	2	قوية جداً
86.4	19	قوية
4.5	1	ضعيفة
%100	22	المجموع

يتضح من الجدول رقم (19) أن ما نسبته %86.4 من إجمالى أفراد عينة الدراسة يرون أن مساهمتهم فى وضع خطة تطوير القناة قوية، فى حين أن ما نسبته %9.1 من إجمالى أفراد عينة الدراسة يرون أن مساهمتهم الشخصية فى وضع خطة تطوير القناة قوية جداً، مقابل ما نسبته %4.5 من إجمالى أفراد عينة الدراسة يرون أن مساهمتهم الشخصية فى وضع خطة تطوير القناة ضعيفة.

من خلال النتائج الموضحة أعلاه يتضح أن آراء أفراد عينة الدراسة يرون وجود مصادر للبحث تستخدمها القنوات التلفزيونية الرسمية فى دول الخليج بشكل "نادر" كما توضحه النتائج التى جاءت بمتوسط 2.08 من (4) وهو متوسط يقع فى الترتيب الثانى من فئات المقياس الرباعى (من 1.76 إلى 2.50) التى تشير إلى خيار "نادر" على أداة الدراسة، ويتضح من النتائج وجود تفاوت فى آراء أفراد عينة الدراسة على مصادر البحث التى تستخدمها القنوات التلفزيونية الرسمية فى دول الخليج، تتراوح ما بين الموافقة على استخدام بعض مصادر البحث فى القنوات التلفزيونية الرسمية فى دول الخليج، وعدم الموافقة على استخدام مصادر أخرى للبحث، حيث تراوحت متوسطات آراء عينة الدراسة حول أبرز مصادر البحث التى تستخدمها القنوات التلفزيونية الرسمية فى دول الخليج ما بين (1.32 إلى 2.77) وهى متوسطات تتراوح ما بين الفئة الأولى والثالثة (أحياناً) من فئات المقياس الرباعى، اللتين تشيران إلى (لا يحدث / أحياناً) على التوالى على أداة الدراسة، ما يوضح التفاوت فى آراء أفراد عينة الدراسة على أبرز مصادر البحث التى تستخدمها القنوات التلفزيونية الرسمية فى دول الخليج، حيث يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة يرون "أحياناً" استخدام اثنين من مصادر البحث، واللذين تم ترتيبهما تنازلياً حسب آراء أفراد عينة الدراسة كالتالى:

١- جاء شاشات العرض الرقمية Screens Digital Projectio فى المرتبة الأولى بمتوسط 2.77 من (4)

٢- جاء "تلفزيون الإنترنت Internet protocol فى المرتبة الثانية بمتوسط 2.64 من (4) بينما يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة يرون استخدام مصدرين من مصادر البحث نادراً، وفق الآتى:

١- جاء "المشغلات الرقمية Portable media player فى المرتبة الأولى بمتوسط 2.19 من (4)

٢- جاء "تلفزيون بروتوكول الإنترنت Internet protocol tv فى المرتبة الثانية بمتوسط 1.95 من (4)

بينما يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة لا يرون استخدام مصدرين من مصادر البحث فى القنوات التلفزيونية الرسمية فى دول الخليج، ويتمثلان فى العبارتين:

١- جاء "التلفزيون فائق الوضوح HDTV فى المرتبة الأولى بمتوسط 1.24 من (4)

**جدول رقم (20)**  
**مدى استفادة القناة في بثها من تقنية الاتصالات**

الاستفادة	التكرار	النسبة
قوية	3	13.6
ضعيفة	19	86.4
المجموع	22	%100

يتضح من الجدول رقم (20) أن ما نسبته 86.4% من إجمالي أفراد عينة الدراسة يرون أن استفادة القناة في بثها من تقنية الاتصالات ضعيفة، في حين أن ما نسبته 13.6% من إجمالي أفراد عينة الدراسة يرون أن استفادة القناة في بثها من تقنية الاتصالات قوية.

#### النتائج

##### أولاً النتائج المتعلقة بالمعلومات الشخصية:

أوضحت الدراسة من خلال نتائج المعلومات الشخصية أن:

- 36% من إجمالي أفراد العينة بمسمى مدير إدارة البرامج، وهم الفئة الأكثر من أفراد العينة.
- 36.4% من إجمالي أفراد العينة أعمارهم من 45 - 41 سنة، وهم الفئة الأكثر من أفراد العينة.
- 77.3% من إجمالي أفراد العينة كان آخر مؤهل علمي حصلوا عليه هو الشهادة الجامعية.

##### ثانياً: مفهوم الأنفوميديا والتلفزيون الرقمي لدى مديري المؤسسات الرسمية لتقنية البث التلفزيوني:

- يرى 40.91% من إجمالي أفراد عينة الدراسة أن "التلفزيون الرقمي" هو إمكانية استقبال وبث التلفزيون عبر الحاسب الآلي وهم الفئة الأكثر من أفراد عينة الدراسة.

- يرى 50% من إجمالي أفراد عينة الدراسة أن مصطلح "الأنفوميديا" يعني "التقارب بين الوسائط المعلوماتية والوسائط الإعلامية"، وهم الفئة الأكثر من أفراد عينة الدراسة.

##### ثالثاً: أهمية العناصر التي تدخل في تكوين صناعة التلفزيون:

إن أفراد عينة الدراسة موافقون جداً على أن عنصر الإعلان التجاري هو أكثر العناصر أهمية وتدخل في تكوين صناعة التلفزيون وتؤدي إلى تطور القنوات بالنسبة إلى عنصر صناعة التلفزيون بمتوسط أهمية (3.45).

أفراد عينة الدراسة موافقون جداً على أن أكثر العناصر أهمية وتدخل في تكوين صناعة التلفزيون والتي تؤدي إلى تطور القنوات بالنسبة إلى عنصر المنشآت هو عنصر

الاستوديوهات بمتوسط أهمية (3.82) ويليه في الأهمية عنصر المحطة بمتوسط أهمية (3.68) ثم عنصر شبكة التلفزيون بمتوسط أهمية (3.00).

- أفراد عينة الدراسة موافقون جداً على أن أكثر العناصر أهمية وتدخل في تكوين صناعة التلفزيون والتي تؤدي إلى تطور القنوات بالنسبة إلى عنصر الأجهزة والمعدات هو عنصر الكاميرات الرقمية بمتوسط أهمية (4.00) ويليه في الأهمية عنصر عربة النقل الخارجي بمتوسط أهمية (3.77) ثم عنصر المعدات الهندسية بمتوسط أهمية (3.59).

- أفراد عينة الدراسة موافقون جداً على أن أكثر العناصر أهمية وتدخل في تكوين صناعة التلفزيون والتي تؤدي إلى تطور القنوات بالنسبة لعنصر المهن هو عنصر المخرج بمتوسط أهمية (3.95) ويليه في الأهمية عنصر المصور بمتوسط أهمية (3.91) ثم عنصر مدير الأستوديو بمتوسط أهمية (3.14).

- أفراد عينة الدراسة موافقون جداً على أن أكثر العناصر أهمية وتدخل في تكوين صناعة التلفزيون والتي تؤدي إلى تطور القنوات بالنسبة إلى عنصر المساندة هو عنصر الديكور بمتوسط أهمية (3.91) ويليه في الأهمية عنصر الدبلجة بمتوسط أهمية (3.23) ثم عنصر الرسم التلفزيوني بمتوسط أهمية (3.09).

- أفراد عينة الدراسة موافقون جداً على أن أكثر العناصر أهمية وتدخل في تكوين صناعة التلفزيون والتي تؤدي إلى تطور القنوات بالنسبة إلى عنصر البرامج هو عنصر البرامج المباشرة بمتوسط أهمية (3.82) ويليه في الأهمية عنصر البرامج المسجلة بمتوسط أهمية (3.73) ثم عنصر تلفزيون الواقع بمتوسط أهمية (2.36).

- أفراد عينة الدراسة موافقون جداً على أن أكثر العناصر أهمية وتدخل في تكوين صناعة التلفزيون والتي تؤدي إلى تطور القنوات بالنسبة إلى عنصر الإدارة هو عنصر الإدارة الهندسية بمتوسط أهمية (3.95) ويليه في الأهمية عنصر إدارة الموارد البشرية بمتوسط أهمية (3.95) ثم عنصر إدارة التسويق بمتوسط أهمية (3.91).

##### رابعاً: العوامل المؤثرة في استخدام القنوات الرسمية للتقنية:

أفراد عينة الدراسة غير راضين عن مدى الدعم المادي والمعنوي الذي تقدمه الجهات العليا للمؤسسات لاستخدام الوسائل الإلكترونية.

- أفراد عينة الدراسة راضين عن اثنين من الدعم المادي والمعنوي الذي تقدمه الجهات العليا للمؤسسات لاستخدام

الوسائل الإلكترونية ويتمثلان في:

أ- التدريب للكادر البشرى.

ب- توفير الأجهزة والمعدات الحديثة.

- أفراد عينة الدراسة غير راضين عن أربعة من الدعم المادى والمعنوى الذى تقدمه الجهات العليا للمؤسسات لاستخدام الوسائل الإلكترونية وتمثل في:

أ- جاء "الدعم المعنوى" فى المرتبة الأولى من حيث عدم رضا أفراد عينة الدراسة عنها بمتوسط 1.82 من (4).

ب- الخطل التطويرية للبرامج.

ت- الدعم المادى للإنتاج.

ث- استخدام تقنية الاتصالات فى البث.

- أفراد عينة الدراسة غير راضين إطلاقاً عن بندين من بنود الدعم المادى والمعنوى الذى تقدمه الجهات العليا للمؤسسات لاستخدام الوسائل الإلكترونية ويتمثلان في:

أ- الحوافز المادية.

ب- موقع للقناة على شبكة الإنترنت.

خامساً: الوسائل الإلكترونية المستخدمة فى البث التلفزيونى فى القنوات الرسمية فى دول الخليج:

- أفراد عينة الدراسة موافقون على أن هناك تقنية حديثة غير مستخدمة فى البث التلفزيونى فى القنوات الرسمية فى دول الخليج.

- أفراد عينة الدراسة موافقون على استخدام اثنين من الوسائل الإلكترونية المستخدمة فى البث التلفزيونى فى القنوات الرسمية فى دول الخليج ويتمثلان:

أ- التلفزيون الرقمى Digital Television.

ب- تلفزيون الإنترنت Internet protocol.

- أفراد عينة الدراسة موافقون على عدم استخدام ثلاث من الوسائل الإلكترونية الحديثة فى البث التلفزيونى فى القنوات الرسمية فى دول الخليج تتمثل في:

أ. الفيديو الرقمى التفاعلى Interactive Digital Video.

ب. التلفزيون التفاعلى Interactive TV.

ج. المشغلات الرقمى Portable media player.

أ- أفراد عينة الدراسة موافقون على عدم الاستخدام المطلق لأربع من الوسائل الإلكترونية الحديثة فى البث التلفزيونى فى القنوات الرسمية فى دول الخليج تتمثل في:

أ- الفيديو عند الطلب Video on Demand.

ب- التلفزيون عند الطلب TV Demand on.

ت- التلفزيون فائق الوضوح HDTV.

ث- التلفزيون عبر الهواتف المتحركة Mobile TV.

سادساً: أبرز مصادر البث التى تستخدمها القنوات التلفزيونية الرسمية فى دول الخليج:

- أفراد عينة الدراسة موافقون أحياناً على استخدام اثنين من مصادر البث فى القنوات التلفزيونية الرسمية فى دول الخليج ويتمثلان في:

أ. شاشات العرض الرقمى Screens Digital Projection.

ب. تلفزيون الإنترنت Internet protocol.

- أفراد عينة الدراسة موافقون نادراً على استخدام اثنين من مصادر البث فى القنوات التلفزيونية الرسمية فى دول الخليج ويتمثلان في:

أ. المشغلات الرقمى Portable media plaer.

ب. تلفزيون بروتوكول الإنترنت Internet protocol tv.

- أفراد عينة الدراسة غير موافقين على حدوث استخدام اثنين من مصادر البث فى القنوات التلفزيونية الرسمية فى دول الخليج ويتمثلان في:

أ. التلفزيون فائق الوضوح HDTV.

ب. التلفزيون عبر الهواتف المتحركة Mobile TV.

- أن 68.2% من إجمالى أفراد عينة الدراسة يرون أن استفادة القناة فى البث من الخطل التطويرية التى تضعها إدارة القناة قوية، وهم الفئة الأكثر من أفراد عينة الدراسة.

- أن 86.4% من إجمالى أفراد عينة الدراسة يرون أن مساهمتهم الشخصية فى وضع خطة تطوير القناة قوية، وهم الفئة الأكثر من أفراد عينة الدراسة.

- أن 86.4% من إجمالى أفراد عينة الدراسة يرون أن استفادة القناة فى بثها من تقنية الاتصالات ضعيفة وهم الفئة الأكثر من أفراد عينة الدراسة.

■ التوصيات

● أن تقوم الجهات العليا لدى القنوات الرسمية فى إيجاد السبل المناسبة لتهيئة مستقبل أفضل للبث التلفزيونى الرسمى فى دول الخليج.

● أن تعمل الجهات الإدارية للقنوات الرسمية على إزالة المعوقات التى تواجه البث التلفزيونى الرسمى فى دول الخليج.

● العمل على توفير متطلبات الوسائل الإلكترونية اللازمة للبث التلفزيونى الرسمى فى دول الخليج، من خلال إيجاد الدورات التدريبية للعاملين فى القنوات الرسمية وخاصة ما يتعلق بتطور البث الحديث ومتابعة الجديد فى هذا المجال.

● العمل على توفير الموارد المادية اللازمة لدعم العمل

التلفزيونى الرسمى فى دول الخليج، وزيادة المخصصات المالية التى تساعد الأقسام الهندسية فى القنوات الرسمية فى توفير احتياجاتها من الوسائل الإلكترونية الحديثة.

● العمل على زيادة توفير فرص التدريب والتأهيل للعاملين فى قطاع التلفزيون فى دول الخليج، وإيجاد الدعم المالى لجهاز تلفزيون الخليج للعمل على توفير الفرص التدريبية من خلاله.

● إقامة ورش العمل والندوات التى تبحث فى كيفية تحسين مستوى البث التلفزيونى الرسمى فى دول الخليج، بين القنوات الرسمية من خلال جهاز تلفزيون الخليج.

● أن تقوم الجهات الرسمية ومنها جهاز تلفزيون الخليج فى إجراء المزيد من الدراسات والبحوث المستقبلية حول تطوير الوسائل المستخدمة فى البث التلفزيونى فى دول الخليج.

#### المصادر 1- المراجع العربية

كتاب: اتحاد إذاعات الدول العربية. (2006) قضايا الإنتاج التلفزيونى فى الدول العربية، القاهرة، الاتحاد.

كتاب: إيدروج، الأخصر. (1999) ذكاء الإعلام فى عصر المعلوماتية، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية.

كتاب: بيرتز، رودى؛ ترجمة أنور خورشيد. (1970) الأساليب الفنية فى الإنتاج التلفزيونى، القاهرة، عالم الكتب.

كتاب: البطريق، نسمة احمد. (1999) التلفزيون والمجتمع والهوية الثقافية دراسات نقدية، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب.

كتاب: بيرك، توماس ج. وليمان ماكسويل؛ ترجمة حشمت محمد. (1993) تقنيات الاتصالات وتدفق المعلومات السعودية، الرياض، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

كتاب: تيرتيرا، مارنيا؛ ترجمة مركز التعريب والترجمة. (1996) كيف تستعمل الإنترنت، بيروت، الدار العربية للعلوم.

كتاب: الجردى، نبيل 1998 دراسات إعلامية، الكويت، منشورات ذات السلاسل.

كتاب: جيتس، بيل؛ ترجمة عبدالسلام رضوان. (1998) المعلوماتية بعد الإنترنت، الكويت، عالم المعرفة.

رسالة دكتوراه: حبيب، أيمن محمد. (1997) تأثير الشبكات والقنوات الفضائية التلفزيونية التى تستقبلها منطقة الخليج العربى، على تطوير الخدمات الإخبارية فى التلفزيون السعودى، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.

كتاب: حبش، على. (2000) التكنولوجيا والصناعة فى ضوء التنافسية العالمية، القاهرة، مؤسسة الأهرام.

كتاب: حمدى، محمد. (1995) الإعلام والمعلومات - دراسة فى التوثيق الإعلامى، الرياض، جهاز تلفزيون الخليج.

كتاب: الحيزان، محمد بن عبدالعزيز. (1999) مناهج البحوث الإعلامية، الرياض: المؤلف.

بحث فى أعمال ملتقى: الحارثى، خالد. (2006) إمكانات الإنتاج التلفزيونى فى المؤسسات الحكومية بالملكة العربية السعودية بين الواقع والطموح. ورقة عمل مقدمة للملتقى جمعية الاتصال والإعلام الثالث بجامعة الملك سعود بالرياض، عام 2006م.

بحث منشور ضمن سلسلة بحوث: زعموم، خالد. وأبو عميرة، السيد. (2007) التفاعلية فى الإذاعة: أشكالها ووسائلها. سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، اتحاد الإذاعات العربية، تونس.

كتاب: خضور، أديب. (1998) دراسات تلفزيونية، دمشق، المكتبة الإعلامية. كتاب: النشال، انشراح. (1994) بث وأقد على شاشات التلفزيون، القاهرة، دار الفكر العربى.

كتاب: الصبان، منى. (2001) فن المونتاج فى الدراما التلفزيونية وعالم الفيلم الإلكتروني، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب.

بحث فى أعمال ملتقى: صادق، عباس. (2007) التطبيقات التلفزيونية المستحدثة فى منظومة الإعلام الجديد، ورقة مقدمة لملتقى كرسى الجزيرة للإعلام الجديد، جامعة الإمام، 2007م.

كتاب: طابع، سامى. (2001) بحوث الإعلام، القاهرة، المؤلف.

بحث فى أعمال مؤتمر: عبدالله، م. (2006) ثورة وسائل الإعلام والاتصال: التحولات الكبرى ونتائجها. ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولى للسياحة والحرف اليدوية، الهيئة العامة للسياحة والآثار، الرياض 14/11/2006م.

رسالة دكتوراه: عرمان، فريدة محمد. (1986) تطوير أساليب الإنتاج الفنى فى التلفزيون المصرى فى ضوء الدراسة المقارنة بالتلفزيون البريطانى. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.

كتاب: علم الدين، محمود. (1990) تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيرى، القاهرة، العربية للنشر.

محمد، عبدالباسط "استخدامات تكنولوجيا الاتصال فى الإنتاج الإذاعى والتلفزيونى"، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2004م.

بحث مقدم: محى الدين، أحمد. (2001) العولمة وبحرية تدفق المعلومات. ورقة عمل مقدمة إلى ندوة الخطاب الإعلامى فى برامج الإذاعة والتلفزيون فى ظل تحديات العولمة، أقامتها المؤسسة العامة اليمنية للإذاعة والتلفزيون صنعاء، 12-11 نوفمبر 2001م.

كتاب: المسلمى، إبراهيم. (2007) الإعلام والمجتمع، القاهرة، دار الفكر.

كتاب: كيلش، فرانك؛ ترجمة حسام الدين زكريا وعبدالسلام رضوان. (2000) ثورة الأنفوميديا، الكويت، عالم المعرفة.

كتاب: نيچرو بوت، نيكولاس؛ ترجمة سمير إبراهيم. (1998) التكنولوجيا الرقمية ثورة جديدة فى نظم الحاسبات والاتصالات، ط 1 القاهرة، مركز الأهرام للترجمة والنشر.

#### ب- المراجع الإنجليزية

28. Claudia Loebbecke, Stefan Radtke (2005). Business Models and Programming Choice: Digital Video Recorders Shaping the TV Industry "Proceedings of the Eleventh Americas Conference on Information Systems, Omaha, NE, USA August 11th-14th.

29- A. Stern Robert and Nancy Stern (1985). An introduction to computers and information Processing" 2nded. NEW York: John Wiley and Sons.

30- Berquist, LON (1995). Direct Broadcast Satellites IN: Communication Technology" update, edited by august E. Grant 4thed. Boston: Foad press.

31- D. Ruben. Prent (1984). Communication and Human Behavior", NEW York: mac mill an publishing company.

32- Jerome. Aument. (1987). New Electronic path Ways, video-text, teletext, and on line data bases" California: Beverly Hills, sage publication.

المحكمين (د. حمد المومسى ، ود. عبدالله أنجريفانى، عضو هيئة تدريسيين كلية الإعلام والاتصال جامعة الإمام)