

از روزی که وسایل ارتباط جمعی به عنوان ابزاری برای پیشبرد توسعه ملی شناخته شده‌اند، بر کشورهای در حال توسعه جهان تأثیر عمده‌ای به جای گذاشته‌اند. به دنبال آنچه که به انقلاب ترانزیستور معروف شده، رادیو به نسبت هزینه‌ای که صرف آن می‌شود، مؤثرترین رسانه بوده است زیرا در اسرع وقت و با هزینه‌ای کمتر، شمار عظیمی از مردم را در بر می‌گیرد. تلویزیون، در مقایسه با رادیو، چه از نظر فرستنده و چه از نظر بیننده، رسانه‌ای پرهزینه‌تر محسوب می‌شود ولی با وجود این که برنامه‌های تلویزیونی در جهان سوم بیشتر از جنبه‌ای سرگرم‌کننده برخوردار است تا آموزشی، و در مواقعی که کسب نتایجی خاص مدنظر است، رسانه‌ای مؤثر به حساب می‌آید.

یک امتیاز مشترک رسانه‌های رادیو و تلویزیون همانا سهولت کنترل و اعمال نظارت بر آنهاست زیرا تولید و پخش برنامه‌های آنها در نهادها و سازمانهای متمرکزی صورت می‌گیرد و گردانندگانشان به راحتی می‌توانند نظرهای خویش را در محتوای خبری، آموزشی و تفریحی آنها اعمال نمایند.

ویدئو بعد کاملاً متفاوتی به سرگرمیها و برنامه‌های تفریحی خانگی بخشیده است. این کالای ظاهراً بی طرف مصرفی در برخی از کشورهای جهان سوم تشکیلات رسانه‌های رادیو و تلویزیونی را تا بدان اندازه دگرگون ساخته است که ایستگاههای تلویزیونی آنها دیگر تمامی آنچه را که بینندگان تماشا می‌کنند، تهیه نمی‌کنند. با خرید یک دستگاه ویدئو می‌توان برنامه‌هایی را که بر روی نوارهای ویدئویی ضبط شده است خریداری یا کرایه کرد و یا آن را قرض گرفت. به این ترتیب دارنده ویدئو به اختیار خود آنچه را که می‌خواهد تماشا می‌کند. ویدئوها در واقع به صاحبان خود امکان می‌دهند تا مدیر برنامه ایستگاه تلویزیونی خودشان باشند. این بدان معنی است که دارندگان دستگاههای ویدئو دیگر به برنامه‌های پخش شده از تلویزیون محلی خود - اعم از اینکه توسط دولت، شرکت دولتی یا بخش خصوصی اداره شود - محدود نیستند. آنچه در بالا بدان اشاره شد، مبنایی برای بحث در مورد تأثیر این کالای مصرفی در کشورهای عرب فراهم می‌آورد. از آنجا که امکان مطالعه و تحقیق در مورد تمامی کشورهای منطقه وجود نداشت، این گزارش صرفاً بر کشورهای عربی حوزه خلیج فارس، اردن و مصر متمرکز شده است.

ویدئو در کشورهای عربی

● مانوئل آلوارادو ترجمه حسن نورایی بیدخت

کشورهای حوزه خلیج فارس در کاربری و اشاعه ویدئو در منطقه نقش بسزایی ایفا نموده‌اند. در این منطقه بود که در ابتدا تعداد بسیاری از دستگاههای ویدئو خریداری شد، برای این گزارش اردن بدان جهت انتخاب شده است که به عنوان کشوری مورد بررسی قرار گیرد که نمایانگر مرحله حد وسط باشد میان کشورهای ثروتمند خلیج فارس و مصر، کشور دیگری که در این زمینه مورد مطالعه قرار گرفته است. شایان ذکر است که کارگران مصری شاغل در کشورهای حوزه خلیج فارس، ویدئوهای بسیاری به کشور خویش وارد کرده‌اند. مصر اگر چه در مقایسه با اردن و کشورهای خلیج فارس فقیر به نظر می‌رسد ولی بزرگترین تولیدکننده فیلم و نوارهای ویدئویی به زبان عربی است.



در تمامی کشورهای عرب،
تلویزیون یا مستقیماً توسط دولت
و یا توسط یک شرکت نیمه دولتی
اداره می‌شود و این شرکت معمولاً
زیر نظر وزارت اطلاعات آن کشور
عمل می‌کند.

عوامل خاصی وجود دارد که هم در کشورهای درحال توسعه و هم در کشورهای صنعتی، بر میزان مالکیت ویدئو تأثیر می‌گذارند. برخی از این عوامل عبارتند از:

سطح درآمد

در کشورهای دارای تولید سرانه ناخالص ملی بالا، میزان مالکیت ویدئو نیز بالا است. طبیعتاً در کشور کویت که تولید سرانه ناخالص ملی آن در سال ۱۹۸۲ به ۱۹۶۱۰ دلار می‌رسید در مقایسه با کشور مصر که تولید سرانه ناخالص ملی آن در سال ۱۹۸۲ از ۶۷۰ دلار تجاوز نمی‌کرد، مالکیت ویدئویی بیشتری وجود دارد.

کارگران شاغل در خارج از کشور

شمار کثیری از کارگران کشورهای خاورمیانه و آسیا که در کشورهای نفت‌خیز حوزه خلیج فارس شاغل هستند، طی دیدارهای خویش از وطن و یا بعد از خاتمه دوران اشتغال خود، دستگاههای ویدئو را با خود به همراه می‌آورند. اکثر کشورهای حوزه خلیج فارس از بابت واردات کالاهای مصرفی الکترونیکی، عوارض گمرکی دریافت نمی‌دارند و لذا خرید این قبیل کالاها و وسایل برای کارگران خارج از کشور به قیمتی بسیار ارزانتر تمام می‌شود.

برنامه‌های تلویزیونی محدود

در کشورهایی که تنها چندکانال و آن هم در ساعت‌های مشخصی از روز برنامه پخش می‌کنند، گرایش مردم به خرید ویدئو برای تماشای برنامه‌های مورد علاقه‌شان بیشتر است. در اندک کشورهایی که به کلی فاقد فرستنده‌های تلویزیونی هستند، نیز ویدئو به عنوان تنها ابزار سرگرم‌کننده محسوب می‌شود.

تحت کنترل بودن برنامه‌های خبری و سرگرم‌کننده در کشورهایی که دولت‌ها، رادیو و

تلویزیونهای خصوصی، یا شرکتها و مؤسسات دولتی، اخبار و برنامه‌های سرگرم‌کننده را شدیداً کنترل می‌نمایند، مردم به خرید ویدئو روی می‌آورند تا بتوانند آنچه را که مورد علاقه‌شان است ببینند.

فعالیت سیاسی

ویدئو همچنین ممکن است به عنوان ابزاری جهت مبادله نظرهای سیاسی مورد استفاده قرار گیرد.

رسانه‌های الکترونیک

برای تعمیم هر موردی در یک ناحیه جغرافیایی، اشکالات و مسایلی وجود دارد. باوجود این عوامل مشترک در کشورهای عربی، از جمله توسعه تلویزیون، در به دست دادن درکی از نقش دستگاههای ویدئو و برنامه‌های مربوط به آن، حائز اهمیت بسیار است.

زبان عربی از عوامل مهم یکپارچگی منطقه به حساب می‌آید. اگر چه یک الجزایری از گویشی استفاده می‌کند که با گویش یک یمنی متفاوت است، ولی هر دوی آنان به کمک نوع نشو-کلاسیکی از یک زبان، می‌توانند با یکدیگر ارتباط برقرار نمایند. صنعت فیلم مصر، که از اواخر دهه ۱۹۲۰ فعال است، موجب شده که حتی قبل از فراگیرشدن تلویزیون در کشورهای عرب، گویش قاهره در تمامی این کشورها قابل درک باشد.

در کشورهای عرب، تماشای برنامه‌های تلویزیونی دیگر کشورها نیز متداول است. در فصل گرما و شرجی، علایم یا سیگنالهای تلویزیونی و اف - ام در مناطق خلیج فارس، دریای سرخ و کانال سوئز از خط دید یا «تونل» فراتر می‌روند، آنچنان که به طور مثال یک بیننده در ظهران عربستان سعودی می‌تواند دوازده کانال تلویزیونی مختلف را تماشا کند که ده کانال آن غیرسعودی است.

در تمامی کشورهای عرب، تلویزیون یا مستقیماً توسط دولت و یا توسط یک شرکت نیمه‌دولتی اداره می‌شود و این شرکت معمولاً زیر نظر وزارت اطلاعات آن کشور عمل می‌کند.

فرستنده‌های تلویزیونی یا به هیچ وجه بازخورد علمی از طرف مخاطبان خود دریافت نمی‌دارند و یا دریافت این نوع بازخورد در آنها بسیار ناچیز است. این فرستنده‌های تلویزیونی هیچ بررسی یا مطالعه‌ای در جهت پی بردن به ذوق و سلیقه تماشاگران و یا کاربرد تلویزیون در میان آنان به عمل نمی‌آورند. بخش اعظم اطلاعات و داده‌های تحقیقاتی موثق از پژوهشهایی به دست می‌آید که یا توسط سازندگان و در تلاش برای کسب اطلاع از سلیقه و ذائقه مصرفی بینندگان به عمل می‌آید و یا توسط فرستنده‌های رادیویی بین‌المللی که برآوردهایی درباره مخاطبان گردآوری می‌نمایند.

بخش آگهی‌های بازرگانی در بیشتر فرستنده‌های تلویزیونی عربی معمول است. باوجود این، درآمد حاصل از پخش این آگهیها تنها بخش اندکی از هزینه‌های اداره این فرستنده‌ها را تأمین می‌کند. در این کشورها دولت‌ها بخش اعظم تأمین مالی هزینه‌های فرستنده‌های تلویزیونی را برعهده دارند.

بسیاری از کشورهای عرب دارای یک کانال دوم تلویزیونی هستند که برای غریبهای مقیم کشور و یا شهروندان دارای ذوق و سلیقه غربی خود این کشورها، برنامه پخش می‌کنند. بخش وسیعی از برنامه‌های این تلویزیونها را فیلمها و برنامه‌های وارداتی از آمریکا و انگلیس تشکیل می‌دهد.

در کشورهای عربی، تلویزیون بیش از حد انتظار، جنبه همگانی دارد. طی ماههای داغ فصل تابستان، مردم بیشتر خانه‌نشین می‌شوند، در نتیجه تلویزیون نقش پراهمیتی در پرکردن اوقات فراغت آنان ایفا می‌کند. در فرهنگ اعراب که در آن مناسبات و روابط خانوادگی و سنت پذیرایی از دوستان و خویشاوندان در خانه، جایگاه بسیار مستحکمی دارد، تلویزیون یک رسانه ایده‌آل محسوب می‌گردد. در برخی از کشورها که فاقد کلپهای شبانه هستند و تعداد سینماها و تئاترهای آن نیز اندک است، رقابت چندانی با تلویزیون وجود ندارد.

هریک از کشورهای منطقه، هرچند که

عربستان تنها کشور عربی است که در آن سینمای عمومی وجود ندارد.

تماشای نوارهای ویدئویی نیازی به اجاره یا خرید پروژکتور نبود. اکثر اهالی کشور عربستان در خانه‌های خود تلویزیون داشتند و تنها وسیله مورد نیاز یک دستگاه ویدئو بود تا بدان وصل نمایند و به ضبط و تماشای برنامه‌های مورد علاقه خویش بپردازند.

دستگاههای ویدئوی نیم‌اینچی آنطور که باید و شاید با استقبال خریداران مواجه نشد. سرویس آنها در داخل کشور دشوار بود، مردم در استفاده از آنها با مشکلاتی مواجه بودند، و فیلمها و برنامه‌های مخصوص آنها نیز به حد کافی در دسترس نبود و تنها امکان استفاده از برنامه‌های ضبط شده از طریق آنتن وجود داشت. آنان که به برنامه‌های خانگی علاقه‌مند بودند، آمادگی فراوان برای پذیرش یک دستگاه جدید داشتند.

در سال ۱۹۷۲ یک آمریکایی شاغل در نمایندگی شرکت سونی در ریاض به وارد ساختن ویدئوهای نیم‌اینچی یوماتیک پرداخت. اما این ویدئوها به منظور استفاده در بازارهای صنعتی و آموزشی ایالات متحده ساخته شده بود و با سیستم آمریکایی ۵۲۵ خطی عمل می‌کرد. بسیاری از ویدئوهای مزبور در عربستان سعودی به فروش رسید اما فقط به کمک تلویزیونهای چندسیستم (۵۲۵/۶۲۵، ان‌تی‌اس سی، پال، سکام) که تقریباً به طور انحصاری توسط کمپانی سونی عرضه می‌شد، امکان استفاده از آنها وجود داشت. این ویدئوها در مقایسه با ویدئوهای مدل نیم‌اینچی کاربرد بهتر و آسانتری داشت و خرید فیلمها و برنامه‌های از پیش ضبط شده نیز برای آنها امکان‌پذیر بود. سال ۱۹۷۴، به‌دنبال بالا رفتن بهای نفت اوپک، تعداد کمپانیهای آسیایی و غربی در کشور عربستان افزایش یافت. این سازمانها دریافته بودند که برای نگهداری کارگران خارجی در کشوری که در آن هیچ خویشاوندی نداشتند، هیچ وسیله سرگرم‌کننده عمومی نیز در آن وجود نداشت و نوشیدن مشروبات الکلی نیز در آن ممنوع بود، باید فکری کرد. برای سرگرم کردن این کارگران، عرضه فیلمها و برنامه‌های تلویزیونی از پیش ضبط شده، نقش بسیار عمده‌ای ایفا می‌کرد.

هند و پاکستان و برخی کشورهای غربی، بخش عمده‌ای از جمعیت کشورهای عربی مزبور را تشکیل می‌دهند.

در کشورهای عربی حوزه خلیج فارس، زبان انگلیسی به‌عنوان یک زبان دوم رواج بسیار دارد. و این امر تا حدودی بدان سبب است که این کشورها، به جز عربستان سعودی، تا اواخر دهه ۱۹۶۰ همکاری و ارتباط بسیار با انگلیس داشتند. این کشورها، به جز عمان، کانالهای تلویزیونی خاصی نیز دارند که بیشتر برنامه‌های خارجی به زبان انگلیسی پخش می‌کنند. کشورهای مزبور همچنین فعالترین بازار سرانه ویدئوی خانگی را تشکیل می‌دهند.

سرآغاز انفجار ویدئو

تا قبل از سال ۱۹۶۸، شمار اندکی از شهروندان عربستان سعودی که سفرهای متعدد به اروپا، ژاپن و ایالات متحده آمریکا داشتند، ویدئوهای نیم‌اینچی سونی را با خود به کشور آوردند که در آن زمان از آنها در صنایع و نیز در نهادها و مؤسسات آموزشی استفاده می‌شد. ویدئوهای مزبور اگرچه در مقایسه با ویدئوهای مدرن فعلی، بسیار ساده و ابتدایی به نظر می‌رسید ولی همین دستگاههای ابتدایی به دارندگان خود امکان می‌داد تا برنامه‌های سیاه و سفید را مستقیماً از تلویزیون ضبط نمایند و هرگاه که بخواهند آن را تماشا کنند.

دارندگان این ویدئوها بیشتر به ضبط برنامه‌ها و فیلمهایی مبادرت می‌ورزیدند که در مصر و اروپا تهیه شده و از کانال دولتی عربستان پخش می‌شد.

عربستان تنها کشور عربی است که در آن سینمای عمومی وجود ندارد. از سالهای ۱۹۵۰ دولت سعودی به یک شرکت کوچک اجازت داد تا فیلم و پروژکتورهای ۱۶ میلی‌متری به خانواده‌ها اجاره بدهد. این یک برنامه پرخرج و پردردسر بود. اما برای

تمامی آنان سیستم رنگی مشابهی ندارند، استاندارد ۶۲۵ خطی کمیته مشورتی بین‌المللی ارتباطات رادیویی را مورد استفاده قرار می‌دهند. کشورهای عربی خلیج فارس، به جز عربستان سعودی، از سیستم آلمانی «پال» استفاده می‌کنند، حال آنکه کشورهای دیگری چون مصر و سوریه برنامه‌های تلویزیونی خود را با سیستم «سکام» فرانسه پخش می‌نمایند. (برای کسب اطلاعات بیشتر در این زمینه، به جدول شماره ۱ رجوع شود).

و سرانجام باید گفت که میزان نفوذ ویدئو در کشورهای عربی خلیج فارس بیش از حد بالاست.

کشورهای عربی حوزه خلیج فارس

کویت، عربستان سعودی، بحرین، قطر، امارات عربی متحده و عمان از پس زمینه‌های تاریخی، زبانی، اقتصادی و سیاسی مشترکی برخوردارند تا بدان حد که انجام یک بررسی و تحقیق گروهی درباره آنها امکان‌پذیر می‌شود. کشورهای مزبور با داشتن وجوه مشترک و انگیزه‌های کافی برای همکاری در زمینه‌هایی چون دفاع، ارتباطات راه‌دور، برنامه‌ریزی مالی، و برنامه‌های رادیو و تلویزیونی، به تشکیل شورای همکاری خلیج فارس همت گماشتند.

در این کشورها، تجهیزات الکترونیکی مصرفی ارزان است زیرا به واردات این قبیل کالاها یا اصلاً مالیاتی تعلق نمی‌گیرد و یا عوارض گمرکی آن بسیار ناچیز است. بالا بودن میزان درآمد شهروندان و نیز درآمد کارگران خارجی شاغل در این کشورها از عوامل اصلی رونق بازار کالاهای الکترونیکی مصرفی به‌شمار می‌رود.

در کویت و امارات عربی متحده، کمتر از نیمی از جمعیت را اتباع خود این کشورها و بقیه جمعیت را کارگرانی از دیگر کشورهای عربی (عمدتاً از اردن، لبنان، مصر و یمن) تشکیل می‌دهند. کشورهای آسیایی از قبیل

برخی از این برنامه‌ها به خانه‌های آن دسته از سعودیهایی نیز که ویدئوهای یوماتیک داشتند، راه یافت. تهیه فیلمهای یوماتیک از منابع دیگری از قبیل سیستمهای کابلی داخلی در هتل‌های نوساز مخصوص پذیرایی از تاجران خارجی و نیز در مراکز بهداشتی از قبیل بیمارستان ریاض، امکان‌پذیر گردید. در عین حال، تکنولوژی نوار ویدئو پیشرفت کرد آنچنان‌که به کارگیری نوارهای کوچکتر و دارای سرعت کمتر امکان‌پذیر شد. نخستین موفقیت عرضه دستگاههای «بتا»ی سونی در منطقه در اواسط دهه ۱۹۷۰ بود. در این دوره، عربستان، کویت، و امارات عربی متحده بازارهای بهتری محسوب می‌شدند زیرا اقتصاد مبتنی بر نفت آنها در مقایسه با اقتصاد بحرین، قطر و عمان، با سرعت بیشتری پیشرفت می‌کرد.

ویدئوهای بتا و سپس وی‌اچ‌اس موفقیت زودرسی در کشورهای عربی خلیج فارس به حساب می‌آمدند. اولاً، درصد عمده‌ای از جمعیت محلی و خارجی از عهده خرید آن برمی‌آمدند. ثانیاً باتوجه به اینکه فرستنده‌های تلویزیونی منطقه خلیج فارس تا اواخر دهه ۱۹۷۰ جملگی به صورت رنگی درآمده بود، این دستگاهها امکان تماشای فیلمهای رنگی را نیز فراهم می‌آورد. ثالثاً نوار فیلم و دیگر برنامه‌های ویدئویی به حد وفور در دسترس قرار داشت.

برخی از دارندگان ویدئوها، برنامه‌های موردنظر خویش را از طریق آنتن ضبط می‌کنند تا در مواقع مقتضی به تماشای آن بپردازند. اما امتیاز نوارهای ویدئویی تهیه شده از منابع غیرتلویزیونی، این است که معمولاً بدون دستکاری به مصرف‌کننده می‌رسند.

شرایط اقتصادی و اجتماعی نیز باعث می‌شود که جاذبه فیلمهای ویدئویی برای مردم کشورهای عربی حوزه خلیج فارس افزایش یابد. اکثر رویدادهای اجتماعی در این منطقه، در خانه‌ها و منازل تمرکز می‌یابد؛ مردم معمولاً در خانه‌های خود از دوستان و میهمانانشان پذیرایی می‌کنند. ساعات کار روزانه در این کشورها کوتاه است و لذا اوقات فراغت بیشتری را برای مردم باقی می‌گذارد. سرانجام باید گفت که آب و هوای فوق‌العاده

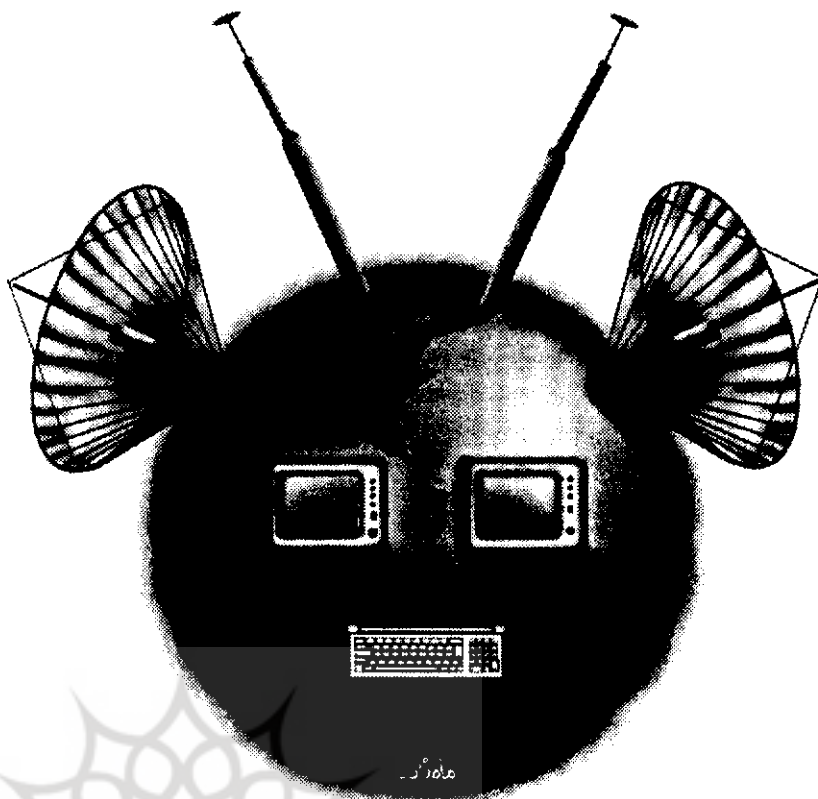
گرم و مرطوب باعث می‌شود که طبقه نسبتاً مرفه و ثروتمند منطقه بخش اعظم ایام سال را در یک محیط برخوردار از سیستمهای تهویه مطبوع بگذرانند.

برنامه‌ریزی ویدئو در منطقه خلیج فارس
آنچه که در بدو امر دریافت غیررسمی برنامه‌های ویدئویی توسط افرادی بود که نوارهای ضبط شده را از خارج وارد می‌ساختند و یا آنها را از روی نوارهای دوستان و بستگان خویش پرمی‌کردند، به سرعت جنبه‌ای نسبتاً رسمی به خود گرفت و امکانات تجارتي فروش یا اجاره نوارها بلادرنگ برای ساکنان کشورهای عربی حوزه خلیج فارس که از قبل دست‌اندرکار خرید و فروش دستگاههای الکترونیک بودند، روشن شد. نه تنها عرضه نوارهای ویدئو به خانه‌ها بلکه ارائه خدمات ویدئویی در هتلها، شرکتهای دارای کارگران خارجی متعدد، و حتی به خدمه نفتکشها نیز به صورت یک حرفه پول‌ساز در آمد.

وزرای اطلاعات این کشورها نمی‌توانستند خویش را با تکثیر و ازدیاد سریع ویدئو همگام سازند. آنان از پدیده ویدئو آگاه بودند اما دقیقاً نمی‌دانستند که ویدئو با چه سرعتی گسترش خواهد یافت. آنان همچنین نمی‌توانستند ابتکارها و عزم دارندگان ویدئوها در به دست آوردن نوارهای ویدئویی را پیش‌بینی کنند و تنها زمانی به فکر تنظیم قواعد و مقرراتی برای نوارهای مجاز در داخل کشورها افتادند که دیگر کار از کار گذشته بود، زیرا بررسی کلیه نوارهایی که به‌طور قانونی به کشور وارد می‌شد امکان‌پذیر نبود و سانسور نوارهایی که قبلاً به‌طور قاچاق وارد شده بود نیز غیرممکن بود.

**بسیاری از کشورهای عرب
دارای یک کانال دوّم تلویزیونی
هستند که برای غربیهای
مقیم کشور و یا شهروندان
دارای سلیقه غربی خود،
برنامه پخش می‌کنند.**





مالکیت ویدئو

در اواخر دهه ۱۹۷۰ که رفته رفته دستگاههای ویدئو پدیدار می شد، تنها افراد مرفه اجتماع آنها را خریداری می کردند. ویدئو دستگاه جدیدی بود که به تلویزیون و رادیوی خانگی اضافه می شد. با کاهش قیمتها، خانواده‌های بیشتری از طبقه متوسط نیز به خرید آن روی آوردند و حتی برخی از خانواده‌ها که از قبل ویدئو داشتند یک ویدئوی دیگر نیز خریداری نمودند. ویدئوی دوم در نسخه برداری از فیلمهای متعلق به دیگران و یا از فیلمهای اجاره‌ای، نقش بسزایی داشت. بسیاری از ویدئوهای دوم از یک نوع متفاوت با سیستم ویدئوی اول بود؛ آنانکه ویدئوی «بتا» داشتند، ویدئوی وی‌اچ اس خریدند و بالعکس.

تعداد ویدئوهای موجود در کشورهای عربی حوزه خلیج فارس را فقط می توان به طور تخمینی مشخص کرد. ولی درصد خانه‌های دارای ویدئو را با سهولت بیشتری می توان مشخص کرد زیرا در این خصوص داده‌ها و اطلاعاتی وجود دارد. در سال ۱۹۸۲، مرکز پژوهشهای پان عرب کویت، که از مؤسسات وابسته به سازمان نظرسنجی «گالوپ»

می باشد، از طرف تولیدکنندگان ویدئو به انجام مطالعات و بررسیهایی در عربستان و کویت دست زد تا از سلیقه مردم در مورد نوع ویدئوها و نیز نحوه استفاده از آنها آگاه شود. بر مبنای این مطالعات در سال ۱۹۸۲ معادل ۵۲/۷ درصد از خانواده‌های کویتی و ۶۱/۴ درصد از خانواده‌های عربستان که دارای تلویزیون بودند، ویدئو نیز داشتند. همین بررسیها نشان داد که ۲۰ درصد خانواده‌های کویتی و ۱۷ درصد خانواده‌های سعودی دارای بیش از یک دستگاه ویدئو بودند. سال ۱۹۸۱ از لحاظ خرید ویدئو، سال بسیار مهمی بود چرا که ۲۸/۲ درصد خانواده‌های کویتی و ۲۷/۶ درصد خانواده‌های عربستان اظهار داشتند که ویدئوی خود را در این سال خریداری کرده‌اند.

در اواخر سال ۱۹۸۴، بررسی دیگری صورت گرفت. نتایج اولیه نشانگر آن بود که درصد مالکیت ویدئو شدیداً افزایش یافته است و در کویت ۸۵ درصد خانواده‌های تلویزیون دار، صاحب ویدئو نیز شده‌اند. بر اساس داده‌ها و اطلاعات موثق موجود، بحث و تبادل نظر با کارشناسان رسانه‌ها، و

دیدارهای شخصی از کشورهای حوزه خلیج فارس مشخص شده است که در سال ۱۹۸۵ در عربستان ۷۵ درصد، در بحرین ۶۰ درصد، در قطر ۷۰ درصد، در امارات عربی متحده ۸۰ درصد، و در عمان ۵۵ درصد از خانواده‌ها هم دارای ویدئو و هم تلویزیون هستند.

ضوابط و مقررات برنامه‌ریزی ویدئو

خرده‌فروشیها در کشورهای عربی حوزه خلیج فارس به طور غیررسمی فعالیت می کنند. در بیشتر این کشورها، به دلیل لغو کلیه مالیاتها و عوارض گمرکی پس از بالا رفتن بهای نفت در سال ۱۹۷۴، سوابق مالیاتی مربوط به کالاهای وارداتی وجود ندارد. قاچاق کالاهای ممنوعه از طریق نواحی کویری و خطوط ساحلی طولانی که برای کنترل دولتی مشکلات بسیار ایجاد می کند، به شدت ادامه دارد. نوارهای ویدئو گهگاه از این طریق وارد کشور می گردد، اما بیشتر نوارهای ویدئویی بدین ترتیب وارد کشورهای حوزه خلیج فارس نمی شود.

ورود اکثر نوارها با مجوز وزارت اطلاعات و به طور قانونی انجام می گیرد. فیلمهای خانوادگی مصری و غربی بدین سان وارد می شود اما برنامه‌ها و فیلمهای مخصوص بزرگسالان که گفته می شود با اعتقادات مذهبی یا سیاسی موجود منافات دارد، بدون اطلاع دولت وارد کشور می گردد.

توزیع کنندگان فیلمها و برنامه‌های تلویزیونی اروپایی و آمریکایی، بازار فروش خود را در کشورهای عربی حوزه خلیج فارس از دست داده‌اند چرا که همان فیلمها و برنامه‌ها به طور قانونی یا قاچاق از اروپا و آسیا به منطقه وارد می شود و ضوابط و مقررات مربوط به حق امتیاز فیلمها نیز چندان رعایت نمی شود. سنگاپور در زمینه سرقت فیلمهای ویدئویی و عرضه آنها به کشورهای عربی حوزه خلیج فارس از فعالترین کشورها محسوب می شود.

در سال ۱۹۸۵ کمپانی شارپ یک ویدئوی دوکاسته ساخت. این ویدئو در کشورهای عربی خلیج فارس بازار خوبی پیدا

کرد. ویدئوهای دوکاسته که امکان پخش و ضبط فیلم به کمک یک دستگاه واحد را فراهم می‌آورد و گفته می‌شود به سفارش یک تاجر عرب تولید شده بود، در کشورهای غربی با استقبال چندانی روبه‌رو نشد چرا که در این کشورها تدابیری شدیدی علیه سرقت برنامه‌های ویدئویی اندیشیده شده است. ویدئوهای دوکاسته از دستگاه‌های ایده‌آل کشورهای عربی حوزه خلیج فارس است. دولتها به امید جلوگیری از گسترش فیلمها و برنامه‌های نامطلوب ضوابط و مقرراتی اعمال می‌کنند. وزرای اطلاعات نقش اصلی را در تعیین سیاستی در قبال برنامه‌های ویدئویی ایفا کرده و جهت کنترل فیلمها و برنامه‌های وارد شده، با مسؤلان گمرک همکاری نزدیک دارند. وزرای مزبور با آگاهی از اینکه کنترل ویدئوهای وارد شده، توسط بخش خصوصی غیرممکن است، توجه خویش را روی ویدئو کلویها و مراکز اجاره فیلم ویدئو متمرکز ساخته‌اند.

فیلمهای ویدئویی موجود

این گزارش با تمرکز بر فیلمهای انگلیسی و عربی زبان، تهیه شده است. با وجود این، بازار ویدئو متشکل است از چندین جامعه فرعی که فیلمها و برنامه‌های ویدئویی به زبانهای دیگر را نیز تماشا می‌کنند. آن دسته از کارگرانی که به زبان هندی، اردو و به زبانهای نواحی جنوب هند تکلم می‌کنند فیلمهایی به زبانهای مزبور وارد می‌کنند و حتی برخی ویدئو کلویها اختصاص به این قبیل جوامع آسیایی دارد.

از کشورهای تایلند، جمهوری کره و فیلیپین نیز کارگران متعددی در منطقه خلیج فارس حضور دارند. فیلمهای کونگ - فو که در جنوب شرق آسیا طرفداران بسیار دارد اصولاً برای این گروه کارگران به منطقه خلیج فارس آورده می‌شود، اما از آنجا که بسیاری از آنها برای عرضه در یک بازار جهانی گسترده به زبان انگلیسی دوبله می‌شود، بخش عظیمی از شهروندان کویتی نیز آنها را تماشا می‌کنند.

از اواخر دهه ۱۹۷۰ تا سال ۱۹۸۲ تقریباً

هر فیلمی که در بازار پیدا می‌شد، تماشاگر داشت. در آغاز اکثر نوارها به فیلمها و برنامه‌هایی مربوط می‌شد که در آمریکا، انگلستان و مصر مستقیماً از تلویزیون ضبط می‌شد.

ارائه اطلاعات دقیق در مورد کلیه جنبه‌های بازار ویدئو در کشورهای عربی خلیج فارس دشوار است زیرا دولتهای منطقه روند معمول در سایر کشورها جهت تهیه آمار و ارقام مربوط به ویدئو را دنبال نمی‌کنند و بیشتر برنامه‌های ویدئویی موجود برای فروش یا اجاره، از نوع سرقت شده است، یعنی تهیه‌کنندگان آنها از بابت تکثیر و نمایش این برنامه‌ها چیزی دریافت نمی‌دارند.

سرقت فیلمهای آمریکایی آنچنان رواج دارد که نوارهای فیلمهای جدید قبل از آنکه در خود آمریکا به نمایش گذارده شود، از طریق سنگاپور به کویت وارد می‌شود.

دست کم ۸۰ درصد فیلمها و برنامه‌های ویدئویی که عرضه می‌شود، سرقت شده است. در سال ۱۹۸۲ تقریباً چهار میلیارد نوار خالی ویدئو از ژاپن به کشورهای عربی صادر گردید؛ ده میلیون نوار دیگر نیز از غرب به این کشورها وارد شد. در سال ۱۹۸۴، حدود ۱۳۰۰ مرکز سرقت برنامه‌های ویدئو در خاورمیانه فعالیت داشت که حدود ۵۰ میلیون دلار از این طریق درآمد داشتند.

در سال ۱۹۸۳ سرقت‌کنندگان آثار ویدئویی در منطقه خلیج فارس شیوه‌ای برای افزایش درآمدهای خویش ابداع کردند و آن اینکه آگهیهای مربوط به سیگار، اتومبیل، نوشابه‌های غیرالکلی، ساعت و امثال آنها در برخی از نوارها که برای اولین بار توزیع می‌شد، گنجانده می‌شد. اما گمان نمی‌رود این

کار، حتی در عربستان که پخش تبلیغات بازرگانی از تلویزیون آن ممنوع است، رونق پیدا کند.

خرید ویدئو و نوارهایی که به کمک آنها تماشا شود، به دلایل متعدد صورت می‌گیرد. مطالعاتی که «عدوان» در سال ۱۹۸۵ درباره کویت و قطر انجام داد، نشانگر آن است که یکی از انگیزه‌های اصلی تماشاگر فیلمها و برنامه‌های ویدئویی، نارضایتی از نوع برنامه‌های پخش شده از تلویزیون کشور است. کسانی که در این نظرسنجی شرکت نمودند اظهار داشتند که برنامه‌های تلویزیون نامناسب، خسته‌کننده و تکراری است و اصولاً نیازهای تماشاگران را برآورده نمی‌سازد.

اردن

موقعیت اقتصادی و سیاسی منحصر به فرد اردن تأثیر شدیدی بر مالکیت دستگاههای ویدئو در این کشور داشته است. خود این کشور منابع طبیعی چندانی ندارد و صنایع آن نیز اندک است. کرانه باختری با صنایع سبک و اراضی حاصلخیز کشاورزی آن، از زمان جنگ ۱۹۶۷، همچنان تحت اشغال اسرائیل قرار دارد.

اردن از لحاظ رسانه‌ها در وضعیت خوبی قرار دارد. روزنامه‌ها و مجله‌های داخلی و نیز مطبوعات عربی و انگلیسی زبان خارجی به وفور در دسترس مردم قرار دارد. سینماهای عمومی متعددی در این کشور وجود دارد که برخی از آنها به کارگران مصری و برخی نیز به تمامی کسانی اختصاص دارد که خواستار تماشاگر فیلمهای غربی هستند. علاوه بر فرستنده‌های عربی و انگلیسی زبان محلی، دو

توزیع‌کنندگان فیلمها و برنامه‌های تلویزیونی اروپایی و آمریکایی، بازار فروش خود را در کشورهای عربی حوزه خلیج فارس از دست داده‌اند. چرا که همه فیلمها و برنامه‌ها به‌طور قانونی یا قاچاق از اروپا و آسیا به منطقه وارد می‌شود و ضوابط و مقررات مربوط به حق امتیاز فیلمها نیز چندان رعایت نمی‌شود.

کانال تلویزیونی نیز در اردن فعالیت دارد که یکی از آنها بیشتر به فیلمها و برنامه‌های وارداتی غربی اختصاص دارد. تصاویر تلویزیونهای اسرائیل و سوریه نیز در امان و سایر شهرهای اردن دریافت می‌شود.

ویدئو در اردن

بازار ویدئو در اردن، بدان سان که در مورد کشورهای عربی خلیج فارس مشاهده شد، رونق پیدا نکرده است و علت امر را تا حدودی می‌توان به پائین‌تر بودن میزان درآمد سرانه، وجود تلویزیون و سینماهای عمومی بیشتر، و بالاتر بودن قیمت ویدئو در این کشور نسبت داد. لازم به یادآوری است که بالاتر بودن قیمت ویدئو به مالیاتها و عوارض سنگینتری مربوط می‌شود که به کالاهای وارداتی تعلق می‌گیرد. تعداد فروشگاههای وسایل الکترونیکی در اردن به مراتب از تعداد آن در کشورهای حوزه خلیج فارس کمتر است. در نتیجه، نخستین ویدئوها با مسافرانی که از منطقه خلیج فارس یا از اروپا برای گذراندن ایام تعطیلات خویش به اردن می‌آمدند به امان و دیگر مراکز شهری این کشور وارد گردید.

نخستین دارندگان ویدئو، فیلمها و برنامه‌های ویدئویی از پیش ضبط شده چندانی در اختیار نداشتند و در ابتدای امر از ویدئو به عنوان وقت‌گذرانی استفاده می‌شد. از سال ۱۹۷۸، که نخستین ویدئو وارد اردن شد، تا سال ۱۹۸۰، از طرف دولت هیچ نوع ضابطه و مقرراتی درباره فیلمها و برنامه‌های از پیش ضبط شده ویدئویی وجود نداشت. شهروندان اردنی می‌توانستند هرچه که می‌خواهند وارد کنند. اما هنگامی که مسئولیت کنترل فیلمهای ویدئویی به وزارت اطلاعات سپرده شد، وضع فرق کرد.

سالهای ۱۹۸۰ تا ۱۹۸۳ از لحاظ واردات و تکثیر فیلمها و برنامه‌های ویدئویی

مهمترین سالها به حساب می‌آید زیرا در این دوره بود که پولهای هنگفتی از کشورهای خلیج فارس به اردن سرازیر گردید. بعد از سال ۱۹۸۳، رکود اقتصادی کشورهای عربی حوزه خلیج فارس بردرآمدهای اقتصادی اردن تأثیر گذاشت و رشد بازار ویدئو در این کشور را کاهش داد.

ویدئو و سینمای اردن

یکی از تفاوت‌های عمده موجود میان شرایط صنعت ویدئو در کشورهای حوزه خلیج فارس و اردن عبارت است از وجود سینماهایی که از مدتها پیش در اردن دایر گردیده است. بسیاری از کسانی که قبل از سال ۱۹۴۸ در لبنان و فلسطین دارای سینما بودند، در دهه ۱۹۵۰ به اردن نقل مکان کرده و به تأسیس سینما در این کشور همت گماشتند. برخی از سینماهای مزبور به نمایش فیلمهای مصری اختصاص داشت و برخی از آنها نیز فیلمهای آمریکایی و انگلیسی با زیرنویس عربی نمایش می‌دادند.

در اواخر دهه ۱۹۶۰ که تلویزیون در اردن فعالیت خود را آغاز کرد، تا حدودی از تعداد سینماها کاسته شد، اما خانواده‌ها از طبقات مختلف اقتصادی به‌طور مرتب به سینما می‌رفتند زیرا فیلمهایی که در سینما نشان داده می‌شد، در تلویزیون به نمایش گذارده نمی‌شد. تا سال ۱۹۸۰، تعداد سینماها به شدت کاهش یافتند و علت آن تکثیر فیلمها و برنامه‌های ویدئویی بود.

از سال ۱۹۸۳ به بعد، برخی از صاحبان سینما در امان به این فکر افتادند که باید با ویدئو کلوپها به رقابت برخیزند. بیشتر سینماها وضع اسفناکی داشتند چرا که درآمدها بسیار کاهش یافته بود. از آن گذشته، رفتن به سینما دیگر از مد افتاده بود زیرا خانواده‌های طبقه متوسط و بالاتر، معتقد

بودند که رفتن آنان به سینما به مثابه آن خواهد بود که ویدئو ندارند. حتی فیلمهای متعدد مصری نیز نمی‌توانستند مردم را به سینما بکشانند زیرا نوار ویدئویی آنها نیز در دسترس بود.

برخی از صاحبان سینما به دایرکردن ویدئو کلوپ و نوسازی سینماهای قدیمی و حتی به ساخت سینماهای جدید چند منظوره روی آوردند. بدین معنی که در آنها می‌توان هم فیلم نشان داد و هم نمایش زنده و یا کنسرت به اجرا در آورد. با وجود این، رقابت ویدئو ممکن است بقای این اماکن را به خطر اندازد. فیلمهای ویدئویی سرقت شده مصری و غربی قبل از آنکه فیلم مربوطه به اکران عمومی در آید، در بازار یافت می‌شود و در حقیقت از دست صاحبان سینما در این زمینه هیچ‌کاری ساخته نیست.

انقلاب ویدئویی اردن برای دولت این کشور مسایل مالی نیز در پی داشته است. نرخ متوسط یک بلیت سینما در امان برای فیلمی که برای اولین بار در یکی از سینماهای جدید به‌روی پرده می‌رود ۴/۸۰ دلار است. حدود نیمی از این مبلغ بابت مالیات به دولت تعلق می‌گیرد. اجاره نوارهای ویدئو، بویژه با در نظر گرفتن بهای بلیت سینما، گران نیست. برای استفاده از نوارهای موجود در ویدئو کلوپها راههای متعددی وجود دارد. راهی که بیشتر متداول می‌باشد پرداخت مبلغی معادل ۲۰ دلار بابت عضویت در ویدئو کلوپ و استفاده از فیلمهای مختلف آن است. با پرداخت این حق اشتراک، نرخ اجاره یک نوار ویدئو برای یک شبانه‌روز به تقریباً ۱/۵۰ دلار تنزل پیدا می‌کند. اگر نوار ارزش نگهداری آن را داشته باشد. شخص اجاره‌کننده با استفاده از یک ویدئویی دیگر، آن را برای خود ضبط می‌نماید.

ویدئو و تلویزیون

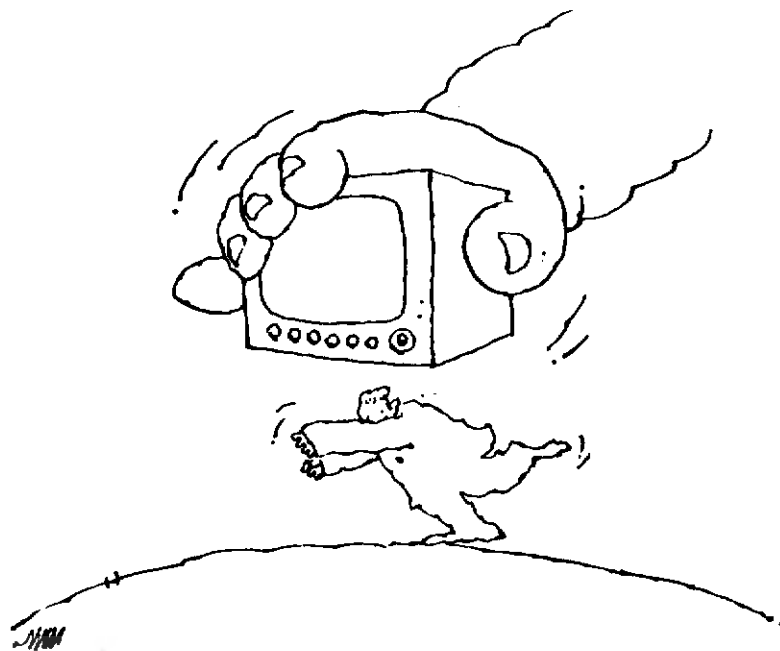
گسترش ویدئو در اردن به دو طریق بر تلویزیون اردن تأثیر گذارده است. اولاً دوکانال تلویزیون اردن برای تأمین هزینه‌های خود به آگهیهای بازرگانی نیاز دارند و صاحبان آگهیها به این نتیجه رسیده‌اند که تعداد بینندگان

برنامه‌ریزی تلویزیون عرب به‌گونه‌ای صورت می‌گیرد تا دولت را مورد حمایت قرار دهد و نمایانگر اولویتهای رشد و توسعه دولت باشد.

مصر

مصر با اردن و کشورهای ثروتمند حوزه خلیج فارس تفاوت بسیار دارد. ۴۵ میلیون نفر جمعیت کشور در دلتای رود نیل، در وادی نیل، و در امتداد کانال سوئز زندگی می‌کنند که منطقه کوچکی است که اقتصاد کشاورزی مصر عمدتاً بدان وابسته است.

مصر از لحاظ آثار تاریخی بسیار غنی است و توریسم و جهانگردی، صنعت اصلی آن به‌شمار می‌رود. بعد از انقلاب ژوئیه ۱۹۵۲، جمال عبدالناصر که فردی از طبقه متوسط روستایی بود، رادیوی مصر را گسترش بخشید و تلویزیون را به عنوان ابزاری برای توسعه تحولات سیاسی و ملی کشور، دایر نمود.



رسانه‌های الکترونیک مصر

فدراسیون رادیو و تلویزیون مصر بخش عمده‌ای از وزارت اطلاعات کشور را تشکیل می‌دهد. حدود ۱۲ هزار نفر در رادیو و تلویزیون مصر به کار اشتغال دارند که اکثرشان در قاهره مستقر هستند. رادیو قاهره دارای هشت برنامه داخلی و یک برنامه بین‌المللی است که روی موج کوتاه پخش می‌شود. تلویزیون مصر در سال ۱۹۶۰ یعنی در هشتمین سالگرد انقلاب ژوئیه ۱۹۵۲ تأسیس شد. تلویزیون مصر در حال حاضر دارای دوکانال رنگی است که برنامه‌های خبری، آموزشی و سرگرم‌کننده آن عمدتاً بعد از ظهرها پخش می‌شود. برنامه‌های این دوکانال در ایام آخرفهفته افزایش می‌یابد.

تلویزیون مصر به‌عنوان یک رسانه جایگاه خاصی در این کشور پیدا کرده و بینندگان قابل توجهی را به خود جذب نموده است. ناصر، در نظر داشت که تا آنجا که ممکن است بینندگان تلویزیون را افزایش دهد و یک راه برای تحقق بخشیدن به این خواسته، تأسیس کارخانه‌های مونتاژ تلویزیون در داخل کشور بود. البته تلویزیونهای رنگی به مراتب گرانتر از تلویزیونهای سیاه و سفید است ولی با وجود این هنوز هم برای یک خانواده حتی متوسط مصری امکان آن وجود دارد که یک تلویزیون سیاه و سفید دست‌دوم در اختیار

نمایندگان شورای سانسور که زیرنظر اداره انتشارات و مطبوعات وزارت اطلاعات عمل می‌نمایند، واگذار می‌کنند.

تشکیلات اجاره‌نوار ویدئو در اردن باید از اداره انتشارات و مطبوعات وزارت اطلاعات پروانه کاردریافت نمایند.

در سال ۱۹۸۵ تعداد ۴۳۰ ویدئوکلپ در سطح کشور دایر بود. در سه ماهه اول سال ۱۹۸۵ چهار واحد از این ویدئوکلپها به جرم ارائه فیلمها و برنامه‌های ویدئویی نامطلوب تعطیل شد. شورای سانسور به رغم تلاشهای پی‌گیر خود قادر نیست کلیه فیلمهایی را که به‌طور قانونی وارد کشور می‌شود، از نظر بگذراند. بین سالهای ۱۹۸۲ و ۱۹۸۵ اعضای چهارگانه شورای سانسور تعداد ۲۰ هزار نوار ویدئو را مورد نظر قرار دارند. معیارهای مخالفت با پخش نوارها عبارت بود از:

الف) وجود صحنه‌های مربوط به روابط جنسی، ب) وجود خشونت بیش از اندازه، ج) داشتن محتوای ضد مذهبی، د) فیلمها و برنامه‌هایی که در آن نظری مثبت در قبال اسرائیل وجود داشته باشد. وزارت اطلاعات مسؤلیت برخورد با فیلمهای پورنو و سایر برنامه‌های ویدئویی مبتذل را برعهده دارد، اما مقامات درمی‌یابند که اصولاً از کنترل کلیه نوارهایی که به کشور وارد می‌شود، ناتوانند.

نوارهای ویدئویی بیشتر از تعداد تماشاگران تلویزیون است. از این‌رو، درآمد تلویزیون در نهایت کاهش پیدا می‌کند. ثانیاً برخی از فیلمها و برنامه‌هایی که تلویزیون اردن قصد نمایش آن را دارد، قبلاً از طریق ویدئو در معرض تماشای مردم قرار می‌گیرد. در سال ۱۹۸۳ مدیر برنامه‌های تلویزیون اردن با شبکه تلویزیون ای-بی-سی، آمریکا در نیویورک تماس گرفت تا در صورت امکان فیلم «روز بعد» را خریداری نماید. وی در بازگشت به اردن، به شبکه ای-بی-سی، خبر داد که دیگر تمایلی به خریداری فیلم مزبور ندارد چرا که نسخه‌های سرقت شده این فیلم در بازار ویدئو پخش شده بود و بخش عمده‌ای از مردم نیز آن را دیده بودند.

ضوابط و مقررات دولتی مربوط به ویدئو

اردن نیز همانند بسیاری از دیگر کشورها به موقع به اثرات ویدئو بر رسانه‌ها و جامعه پی‌نبرد. مسأله ویدئو چیزی نیست که فقط به وزارت اطلاعات مربوط باشد.

نوارهایی که وارد کشور می‌شود قبل از هرچیز باید از نظر مسؤلان گمرکی بگذرد. مسؤلان مزبور یا این نوارها را ترخیص می‌کنند و یا صدور مجوز ورود آنها را به

جدول ۱: رسانه‌های الکترونیک در کشورهای عربی خلیج فارس، اردن و مصر

کشور	سیستم تلویزیونی	درصد خانواده‌های تلویزیون‌دار	درصد تلویزیون‌داران ویدئودار	سال
کویت	پال ۶۲۵ خط	۲۵/۸	۸۵	۱۹۸۳
عربستان سعودی	سکام ۶۲۵ خط	۲۶/۴	۷۵	۱۹۸۳
بحرین	پال ۶۲۵ خط	۳۲/۷	۶۰	۱۹۷۹
قطر	پال ۶۲۵ خط	۵۰/۹	۷۰	۱۹۷۹
امارات عربی متحده	پال ۶۲۵ خط	۹/۳	۸۰	۱۹۸۳
عمان*	پال ۶۲۵ خط	۴/۳	۵۵	۱۹۸۳
اردن	پال ۶۲۵ خط	۶/۸	۲۰	۱۹۸۳
مصر	سکام ۶۲۵ خط	۱۵	۳	۱۹۸۳

* عمان تنها کشور خلیج فارس است که فاقد دو کانال تلویزیونی است.

منبع: کنفرانس بین‌الدول در مورد سیاست‌های ارتباطی در کشورهای عربی: دستور کار، خارطوم ۱۹-۲۵ ژوئیه ۱۹۸۷، یونسکو

اقتصاد و ویدئو

یکی از صادرات عمده مصر، نیروی کار است. دهها هزار کارگر اعم از کارگران ماهر و کارگران ساختمانی، آموزگار و پزشک مصری در سایر کشورهای جهان عرب، بویژه کشورهای عربی حوزه خلیج فارس، به کار اشتغال دارند. کارگران مزبور سالانه بین سه تا چهار میلیارد دلار ارز به کشور وارد می‌کنند. کارگران مصری شاغل در کشورهای حوزه خلیج فارس طی دیدارهای سالانه خویش از میهن، برخی وسایل الکترونیک را با خود به مصر وارد می‌کنند که یا ورودشان به کشور ممنوع و یا قیمت آن در داخل کشور گرانتر است. کارگران مصری تا حدود سال ۱۹۸۰ تلویزیونهای رنگی و از آن پس دستگاههای ویدئو را به کشور وارد می‌کردند. از آنجا که بیشتر مصریهای شاغل در خارج متعلق به نواحی روستایی کشور هستند، تعداد قابل ملاحظه‌ای از ویدئوها در روستاها مورد استفاده قرار می‌گیرد.

ویدئو ضبطها

مصریها نه پول لازم برای خرید تعداد زیاد ویدئو را و نه به علت وفور سینماها و برنامه‌های تلویزیونی، انگیزه آن را داشته‌اند. در قاهره و اسکندریه، ویدئو کلوپهای متعددی وجود دارد که انواع فیلمهای سرقت شده غربی و فیلمها و برنامه‌های تلویزیونی مصری در آنها یافت می‌شود. مصر به اندازه کویت و اردن ویدئو کلوپ ندارد چرا که از یک طرف میزان ویدئوها در مصر کمتر از میزان آن در دو کشور مزبور است و از سوی دیگر اکثر مصریها استطاعت پرداخت اجاره روزانه یک فیلم را ندارند.

میزان تکثیر و نسخه‌برداری از فیلمها در مصر در مقایسه با اردن و کشورهای عربی خلیج فارس به مراتب کمتر است چرا که تعداد

داشته باشد. یک گیرنده تلویزیونی صرفاً نشانگر موقعیت اجتماعی مردم فقیر مصر نیست بلکه ابزاری است برای آوردن دنیای خارج مصر به داخل خانه‌ها و ایجاد سرگرمی برای کسانی که به غیر از تلویزیون، سرگرمی دیگری نمی‌توانند داشته باشند. بررسیها و مطالعات انجام گرفته توسط تلویزیون مصر در سال ۱۹۸۳، تنها آمار و ارقام موجود در ارتباط با میزان گیرنده‌های تلویزیونی کشور و کاربرد آن در جامعه مصر را به شرح زیر مشخص کرد:

- حدود ۶۰ درصد جمعیت، یعنی ۲۷ میلیون نفر، تلویزیون تماشا می‌کنند.

- برای هر ۶/۴ نفر یک دستگاه تلویزیون وجود دارد.

- هر نفر در شبانه‌روز به‌طور متوسط ۳ ساعت و ۴۹ دقیقه تلویزیون تماشا می‌کند. - پربیننده‌ترین ساعت تلویزیون بین ۷ تا ۸ بعد از ظهر است.

- برنامه‌های روزهای جمعه و یکشنبه بیش از برنامه‌های سایر ایام هفته بیننده دارد. مصر از بسیاری جهات همچنان به‌صورت پایتخت هنری و روشنفکری جهان عرب باقی مانده است. مصر همچنین بزرگترین تولیدکننده فیلمهای سینمایی و تلویزیونی دنیای عرب به‌شمار می‌رود. سابقه صنعت سینمای مصر به اواخر دهه ۱۹۲۰ برمی‌گردد. فیلمهای مصری در سرتاسر جهان عرب بیننده

جدول ۲: منابع تهیه برنامه‌های ویدیویی

کشور	منبع	درصد
کویت	مبادله با دوستان	۳۱
	ضبط از تلویزیون	۳۰
	اجاره	۲۶
قطر	خرید	۱۳
	مبادله با دوستان	۳۲
	ضبط از تلویزیون	۲۰
	اجاره	۳۱
	خرید	۱۷

منبع: بررسی برنامه‌های ویدئو در عراق، کویت و قطر. مرکز عربی تحقیقات مربوط به مخاطبان، بغداد، عراق، آوریل ۱۹۸۵، صفحه ۱۱. این اطلاعات مبتنی است بر ۲۰۰ مصاحبه در کویت و قطر.

جدول ۳: ساعات تماشای ویدئو در هفته

تعداد ساعات تماشای ویدئو در هفته	کویت (درصد)	قطر (درصد)
۱ تا ۴	۳۷	۵۱/۵
۵ تا ۸	۳۴	۳۷/۵
۹ تا ۱۲	۹	۱۲
۱۳ تا ۱۶	۱۱	۱۰

منبع: بررسی برنامه‌های ویدئویی در عراق، کویت و قطر. مرکز عربی تحقیقات مربوط به مخاطبان، بغداد، آوریل ۱۹۸۵، صفحه ۱۷. این اطلاعات مبتنی است بر ۲۰۰ مصاحبه در کویت و قطر.

سرقت فیلمهای آمریکایی آنچنان رواج دارد که نوارهای فیلمهای جدید قبل از آنکه در خود آمریکا به نمایش گذارده شود، از طریق سنگاپور به کویت وارد می‌شود.

کمتری از مردم دارای بیش از یک دستگاه ویدئو هستند. شهرت فیلمها و برنامه‌های ویدئویی مصری در خارج از کشور باعث می‌شود که بازار خارج بر بازار داخل برتری پیدا کند.

ورود و خروج نوارهای ضبط شده ویدئویی در مصر از الگوی نسبتاً عجیبی پیروی می‌کند. در خارج از مصر تقاضای بسیار زیادی برای نوارهای پر شده مصری وجود دارد. در عین حال، برنامه‌هایی که با قیمتی ارزان در مصر تهیه و در خارج تکثیر می‌شود، به‌طور قاچاق به کشور وارد می‌گردد تا از پرداخت هزینه‌های مربوط به حقاقتیاز و ضوابط و مقررات سانسور در امان بماند. طبق قانون، این قبیل نوارها در صورتی که به دست مسوولان امریافتد، باید پاک شود. سریالهای تلویزیونی که با سلیقه مصری‌ها هماهنگ است، حتی در مواقعی نیز که در خارج از کشور تهیه می‌شود، طرفداران بسیار دارد (ابوبکر، ۱۹۸۳).

جریان نرم‌افزار، فیلمها و برنامه‌های ویدئویی مصر به سوی کشورهای خلیج فارس همچنان ادامه خواهد یافت. به رغم برخی تلاشهای موفق جهت یافتن بازار برای برنامه‌های تلویزیونی ساخت کشورهای خلیج فارس، اکثر فیلمها و برنامه‌های ویدئویی عرضه شده در کشورهای عربی، محصول کشور مصر است که یا توسط تلویزیون دولتی و یا توسط شرکتهای مصری در اروپا و سایر کشورهای خاورمیانه تهیه می‌شود.

ویدئو؛ فرهنگ و ارتباطات

پیش از این گفته شد که به رغم اقدامات دولت در زمینه سانسور فیلمهای ممنوعه هرچند به‌طور غیررسمی، در تمامی ویدئوکلپها و فروشگاههای نوارهای ویدئویی یافت می‌شود. اما به‌گونه‌ای فزاینده،

فیلمهایی که از طریق ویدئو در خانه‌ها تماشا می‌شود بیش از آنکه جنبه فرهنگی داشته باشد، ماهیت سیاسی دارد. برخی از نوارهای ویدئویی مربوط به شخصیت‌های مذهبی و سیاسی در میان گروه اندکی از مردم علاقه‌مند به کسب اطلاع از حرکت‌های اپوزیسیون، دست به دست می‌گردد. این فیلمها به‌گونه‌ای ناشیانه و بدون مهارت پر شده است و صرفاً شامل سخنانی است که یک فرد مستقیماً در برابر دوربین ویدئو برزبان می‌راند. از سوی دیگر، نوارهای نمایشنامه‌های طنزآمیزی که با مهارت و استادی تهیه و ضبط می‌گردد، مستقاضیان بسیار دارد زیرا نمایشنامه‌های مزبور این هنر عربی را در سطح وسیعتری گسترش می‌دهد.

ویدئو؛ ابزاری برای توسعه

در خصوص اثرات ویدئو بر تلاشهای مربوط به استفاده از تلویزیون در جهت اهداف پیشرفت و توسعه، دو نظریه وجود دارد. طبق یک نظریه چنین استدلال می‌شود که آزادی عملی که ویدئو به تماشاگران می‌دهد در رشد و توسعه تأثیر بسیار دارد زیرا، در واقع در کشورهایهایی که در آنجا نفوذ ویدئو در میان مردم بالاست، تلویزیون از حالت تمرکز خارج شده است. اکنون، به‌طور قطع در کشورهای عربی خلیج فارس، دارندگان ویدئو - ونه دولت - برآنچه که تماشا می‌کنند کنترل دارند. به‌طور مثال، در عربستان سعودی از زمانی که اولین برنامه تلویزیونی در سال ۱۹۶۵ پخش شد، برنامه‌های تلویزیون به‌طور در بست نمایانگر نقطه نظر وزارت اطلاعات در مورد آنچه که مردم باید ببینند، بوده است. با وجود این، دارندگان ویدئو اکنون می‌توانند هر نوازی را که بخواهند یا از فروشگاههای مجاز و یا، در مورد فیلمهای غیرمجاز، از بازار سیاه تهیه کنند.

پس از انجام مطالعاتی روی عده‌ای از ساکنان جده معلوم شد که ۷۳ درصد آنان پس از خرید ویدئو، بیشتر به تماشای برنامه‌های ویدئویی پرداخته‌اند تا به تماشای برنامه‌های تلویزیون عربستان. وی چنین نتیجه‌گیری کرد که «ویدئو تأثیری منفی بر شبکه تلویزیونی عربستان داشته است زیرا ویدئو موجب کاهش تعداد بینندگان تلویزیون، میزان ساعاتی که صرف تماشای تلویزیون می‌شود، و نیز اهمیت اقتصادی تلویزیون در این کشور شده است».

نظریه مطرح دیگر این است که ویدئو در کشورهای دارای ویدئوهای بسیار، تأثیر مثبتی از خود برجای گذارده است زیرا ویدئو به دارندگان خود امکان می‌دهد تا هرآنچه را که بخواهند، تماشا کنند. طرفداران نظریه «آزادی انتخاب» استدلال می‌کنند که این خود فرد - ونه دولت - است که می‌داند چه چیزی برایش بهتر است. طرفداران این نظریه همچنین خاطرنشان می‌سازند که ویدئو بهترین ابزار حمایت از برنامه‌های توسعه ملی است. در برخی از نهادهای آموزشی و بهداشتی، ویدئو به منظور آموزش تکنیکهای جدید و ایجاد تحولات رفتاری در افراد، به کار گرفته می‌شود. با وجود این، در منازل که تقریباً کلیه برنامه‌های ویدئویی مورد استفاده قرار می‌گیرد، خانواده‌ها به تماشای برنامه‌های آموزشی نمی‌پردازند؛ آنها فیلمها و برنامه‌های سرگرم‌کننده وارد شده از مصر و غرب را تماشا می‌کنند.

برنامه‌ریزی تلویزیون عرب به‌گونه‌ای صورت می‌گیرد تا دولت را مورد حمایت قرار دهد و نمایانگر اولویتهای رشد و توسعه دولت باشد. با وجود این، تلویزیون برنامه‌هایی نیز ارائه می‌دهد که نوارهای آن در بازار ویدئو به دست نمی‌آید و آن عبارت است از برنامه‌های ورزشی، سرگرمیهای ویژه، و برنامه‌های مربوط به امور عمومی و دولتی. تلویزیون در صورت مقتضی، یک رشته فیلمها و برنامه‌های ویدئویی مناسب نیز برای تحکیم وحدت ملی تهیه می‌نماید. با وجود این، ویدئو عامل بسیار مهمی در مورد سرگرمیهای خانوادگی به حساب می‌آید. ■