

مسابقات رمضان على الفضائيات.. الركض وراء الوهم



< تحظى المسابقات الرمضانية المقدمة عبر القنوات الفضائية بمتابعة جمهور واسع من المشاهدين عادة رمضان أصبحت ظاهرة تجذب الكثرين وتدفع بهوس العديدين لخوض غمار التحدي في حصر الجوائز من خلال محاولات المشاركة في تلك البرامج عبر تجارب مريرة تحولت أغلبها إلى إدمان يسيطر على هواجس اصحابها وبدت هذه التجارب لتحقيق الفوز وخطف الجوائز أشبه بالركض وراء الوهم.. دعونا إذن نتابع التفاصيل :

تحقيق / سعيد الجعفري

تفاصيل مريرة

أما عبدالرحمن عبدالحميد الصوفي فهو متابع جيد للمسابقات التلفزيونية فقد مكنته المحاولات الكثيرة للمشاركة فيها على سرد التفاصيل المريرة التي تحملها تلك المحاولات

يقول بأن القنوات التلفزيونية تحصد مبالغ كبيرة من وراء برامج المسابقات من خلال الكم الهائل من الاتصالات التي تحصل عليها من قبل جمهور المشاركين الراغبين بفرصة الفوز في حصد أي من الجوائز المعروضة على الشاشات في البرامج المسباقية وأن الجوائز المقدمة فعلاً لا تساوي شيئاً أمام ما تحصل عليه فعلاً من مبالغ هائلة العادة من الاتصالات على ارقام البرنامج هذا ناهيك عن الشركات الراعية لهذه البرامج مقابل الترويج لها والدعاية الاعلانية لتلك الشركات وبالتالي فإن القنوات التلفزيونية تحصد أرباحاً طويلاً من وراء هذه البرامج وفي حقيقة الأمر ما تقدمه لا يساوي شيئاً في تلك المسابقات ولهذا فإنها تروج لبرامج المسابقات من أجل زيادة عدد المشتركين مستغلة هوس الجمهور في الحصول على الجوائز وفرصة المشاركة في المسابقات من خلال إجراء المزيد من المحاولات والاتصالات التي بالتأكيد تعود عليهم بالمزيد من الأرباح لا مجال للاعتداد بالمقارنة بين ما تحققه من فوائد ومكاسب مقابل ما تصرفه عملياً على هذه البرامج.

تقديرات طائفة

فيصل عبدالله العزيمي يشرح ما يحصل فعلاً للمشاركين بالقول: في الغالب أن من يصل للمشاركة في البرامج المسباقية هم أعداد قليلة حيث أن العدد الأكبر من المحاولات لا ينجح اصحابها للمشاركة في هذه البرامج وعادة ما يتكبدون خسائر مادية في اتصالات متكررة حيث أن المشاركات من هذا النوع يخسر اصحابها دون فائدة ويوضع شخصياً كنت ولازلت أحد هواة هذه المسابقات من خلال محاولات المشاركة في العديد من القنوات الفضائية سواء المحلية أو في القنوات الأخرى فعند الاتصال بهذه القنوات للمشاركة في برامج المسابقات عادة ما يستقبل المشارك دة ألبانيا عبر الكنترول الذي يضيض طويلاً الترحيب بالشرك والتهنئة له بفرصة المشاركة التي حتماً بأنها سوف تؤهله للفوز بالجائزة وتقدم له مجموعة من التعليمات الهامة عن البرنامج وفرص الفوز وغيرها من الأشياء التي تهدف إلى إطالة أمد المكاملة وهذا على وجه الخصوص في القنوات الفضائية غير المحلية وهكذا تشعر بأن هناك من يريدك أن تستمر طويلاً بالمكاملة التي يطلب منك بعد الترحيب الانتظار لوقت طويل بعدها يطلب منك إدخال الرقم الداخلي للبرنامج الذي تريد المشاركة فيه أو بعدها الضغط على الرقم 111 أو 012 للمساعدة وسرعان ما تتحول هذه المساعدة إلى متاهة أخرى هدفها استنفاد رصيدك قبل أن تصل إلى الرقم الذي ينبغي إدخاله يقول شخصياً وقعت في فخ خسرت فيه عشرين ألف ريال حينما وجدت في إحدى القنوات السؤال غاية في السهولة وكل المحييين على السؤال من المشاركين يقدمون إجابات ساذجة وكان المبلغ المعروض 500 ألف دولار جن جنوني حينها اعتقدت أن فرصة العمر جاءت لي للانتقال نحو عالم الثراء وفي حالة هوس أخذت كرتاً فتمت 350 لكنه أتضح أن هذا المبلغ ذهب بمجرد أن فتحت الخط ضاعفت المبلغ باستمرار دون فائدة ووجدت نفسي أمام متاهة حقيقة خسرت فيها كل المبلغ الذي بحوزتي لأكتشف بعدها أن

مسابقات افتراضية

تحظى المسابقات الرمضانية بالمتابعة من قبل الكثرين خلال ليالي رمضان يجمع محمد

خبراء اتصالات..

البرامج تحقق أرباحاً هائلة من الاتصالات.. والجوائز المقدمة لا تساوي شيئاً

السيد في مجالس السمر العديد من هواة متابعة المسابقات الرمضانية ويمضون ليالي رمضان في الانتقال بين القنوات لمتابعة البرامج الخاصة بالمسابقات وعادة يخوضون تلك المسابقات فيما بينهم من خلال تلك المتابعة ليجيبوا على تلك الأسئلة في أجواء تسودها المنافسة والحماس والرهانات يقول محمد السيد لم يسبق لي المشاركة الفعلية في أي من برامج المسابقات لكنني متابع جيد لهذه البرامج وأجد متعة شديدة في ذلك وتكونت حصيلة كبيرة من المعلومات وفي مجالسنا غالباً ما نخوض سباقات من سيجيب عن تلك الأسئلة ويرى بأن هذه البرامج تتناسب مع ميولات جمهور واسع من الناس لديهم هوايات كبيرة في متابعة المسابقات ويؤكد بأن برامج المسابقات مفيدة وتنمي معارف وثقافة المتابعين وتقدم معلومات عديدة في شتى المجالات إلى جانب أنها تنشيط العقل وترفع الحصيلة الثقافية لدى المتابعين.

موسوعة مسباقية

د/عبدالرحيم المشرقي هو الآخر يؤكد تعلقه ببرامج المسابقات الرمضانية يقول أنا أتابع برامج المسابقات الرمضانية وأجد فيها متعة كبيرة ولست وحدي فهناك الكثيرون الذين لديهم نفس هذه الهوايات واعتقد أنها مفيدة من خلال المعلومات التي تتضمنها في التاريخ والأدب والجغرافيا والثقافة الإسلامية التي من شأنها أن ترفع من المستوى الثقافي لدى المشاركين واستدرك قائلاً: لكن ليس جميع هذه البرامج فالمر يتطلب الاختيار الجيد من قبل المشاهدين ويوضح عبدالرحيم أنه من خلال متابعة لأكثر من عشر سنوات للمسابقات الرمضانية قام بجمع موسوعة كبيرة تضم عدداً هائلاً من الأسئلة والإجابات عليها وصار يفكر بشكل جدي في طباعتها في كتاب شامل.

معلومات

سطحية.. تجذب الطامحين إلى فخام المكالمات الطويلة

محمد الجندي موجه تربوي يرى بان هذه البرامج المسباقية لا تقدم معلومات مفيدة وأنها لا تعدو عن كونها برامج تسلية لمضيفة بقد ما تشكل مضيفة للوقت من خلال برامج تعتمد على البرهجة والإضاءات برامج دعائية للشركات الراعية اعتقد أنها تهدف إلى الربح أكثر من أي شيء آخر واجبار المشاهدين على حفظ أسماء الشركات الراعية والمنتجات الاستهلاكية

وتخلو من أي قيمة معلوماتية حقيقة تذكر وتتسم هذه البرامج بتقديم معلومات سطحية لا تقدم أي إضافات للمشاهد وهدر للأوقات ولا تحمل أي جديد.

تحقيق الأرباح

من الواضح جداً أن برامج المسابقات الرمضانية هدفها الأساسي تحقيق الربح والعائد المالي الكبير للقنوات من خلال الكم الهائل من الاتصالات من قبل الراغبين بالمشاركة والنسب التي تحصل عليها من شركات الاتصالات وهو ما يؤكد خبير الاتصالات المهندس فضل المعمرى الذي أوضح بأنه يجري تسجيل ارتفاع شديد في حالة الاتصالات التي بالتأكيد تنشيط من خلال المكالمات التلفونية المرتفعة للغاية وبالتالي ذلك يدر دخلاً كبيراً.

يوسف أحمد أحمد مبرمج ويعمل في إحدى الشركات المعنية في بعث الرسائل القصيرة المرتبطة بالقنوات الفضائية والعديد من البرامج المعروفة بالقنوات الفضائية يؤكد أن هذه الشركات تتلقى كمها هائلاً من الرسائل وتحصد أرباحاً عالية من وراء ذلك طبعاً من خلال حصولها على نسب بينما تذهب بقية المبالغ لهذه القنوات ويقول بالتالي فإن الجوائز التي تقدمها القنوات لا تساوي شيئاً أمام ما تحصل عليه فعلاً من مبالغ ناهيك عن الاعلانات والشركات الراعية كهذه البرامج التي تجد من هذه البرامج أفضل وسيلة للترويج لمنتجاتها والإعلان والدعاية لما تحظى به من إقبال لذا تتكفل بتقديم الجوائز.

تفسير علم الاجتماع

جمال جهيم باحث في علم الاجتماع يرى بأن برامج المسابقات الرمضانية تتفاوت من حيث المضمون بين من يقدم من الفائدة والمعلومة

والمتعة والتشويق وبين برامج تخلو من أي فائدة حقيقية للمشاهد وتسطيع مستوى وعيه.. وكل برنامج يجذب جمهوره الخاص حسب ميولات وثقافة الأشخاص ويستطيع المشاهد الحصول على البرامج التي تتناسب مع ميولاته واتجاهاته بين كم هائل من القنوات والبرامج المتعددة وحسب الأوقات المتاحة أمامه وبالتالي فإن المسابقات الرمضانية بالتأكيد تحظى بجمهور واسع من المتابعين في عصر غدا خلاله التلفزيون يشكل متعة كبيرة ويجذب الكثير من المشاهدين ومضي يقول: ومع حالات الفراغ تزداد نسبة المشاهدين وخصوصاً في الليالي الرمضانية وجلسات السمر والسهر لساعات طويلة في مجالس القات ومع تركيز القنوات الفضائية خلال شهر رمضان المبارك على تقديم برامج خاصة بالمسابقات الرمضانية بما تحمله من تسلية وخلق التفاعل والمشاركة الذهنية باعتبارها برامج تفاعلية حظيت بمتابعة المشاهدين كونها تعد برامج تعتمد على التواصل مع الجمهور والمشاركة المباشرة سواء من خلال الاتصال أو بعث الرسائل القصيرة وبالتالي فإن ذلك زاد من جمهور المتابعين لهذه البرامج إلى جانب الرغبة الكامة لدى الأفراد في التحدي لإجابة على الأسئلة هذا بالإضافة إلى عدد من العوامل النفسية والاجتماعية التي تلعب دوراً كبيراً في جعل برامج المسابقات تحظى بالنسبة الأعلى من المشاهدين والتي منها ميولات الكثرين للألغاز كسلوك ضارب منذ القدم في المجتمعات القديمة واستمرارها حتى الحاضر وزادت منها القنوات الفضائية إلى جانب أن هذه البرامج تدغدغ عواطف الفقراء والإغراء التي تقدمها للطمحين في التحدي وفرص الحصول على الجوائز واختيار الحظ كترية لدى الكثرين كل ذلك وغيره أدى إلى مثل هذا التفاعل والرغبة في الفوز.