

منصات المشاهدة وآثارها على الصناعة السينمائية في ظل جائحة كورونا The Streaming Services and their Effects on the Cinematography in the Midst of the Corona pandemic

أعمر محمد الأمين^{*1}

¹ جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، l.amor@mail.univ-djelfa.dz

مخبر الفنون والدراسات الثقافية جامعة تلمسان

تاريخ الاستلام: 2020/10/31 تاريخ القبول: 2020/12/27 تاريخ النشر: 2021/02/17

ملخص:

أصبحت لمنصات المشاهدة (Streaming services) سطة كبيرة في عالم صناعة الترفيه والفرجة، بفعل التطور التكنولوجي والضرورة الملحة الى تغيير الأساليب القديمة في صناعة المادة السينمائية وقواعد المشاهدة التي يطلبها الجمهور، باعتبار أن الفن السابع فن جماهيري، ومن جهة أخرى لما تملكه منصات المشاهدة بالطلب (VOD) من أرشيف سينمائي متنوع للمئات من الأفلام والمحتوى السينمائي الذي توفره كل الوقت وتُتيح عبر شاشات شخصية للمشاهدين بتكاليف بسيطة وخيارات كثيرة مقارنة بوسائل المشاهدة التقليدية عبر القنوات الفضائية أو خدمات الكايبيل، أدى ذلك الى اقبال واسع النطاق في أعداد المشتركين على خدمات البث عبر تدفق الانترنت بكل أشكالها وخاصة بعد غلق قاعات السينما في العالم من جراء جائحة كورونا، فغدت منصات المشاهدة خلال العزل المفروض الوسيلة الآمنة والأنسب للفرجة.

كلمات مفتاحية: السينما، الصناعة السينمائية، منصات المشاهدة، جائحة كورونا.

* أعمر محمد الأمين، l.amor@mail.univ-djelfa.dz

Abstract:

The Streaming Services have gained a great influence in the world of the entertainment industry thanks to the technological progress and the urgent need to change the old methods in the manufacture of cinematic material and the viewing rules required by the audience. Given that the seventh art is a mass art, and on the other hand, because of the demand for viewing platforms (VOD) from a diverse cinematic archive of hundreds of films and cinematic content that they provide all the time and making it available via personal screens to viewers at small costs besides many options compared to the traditional viewing methods via satellite or cable.

This has led to a widespread demand in the number of subscribers to broadcast services through the flow of the Internet in all its forms, particularly after the closure of cinemas in the world due to the Corona pandemic. Therefore, viewing platforms during the imposed isolation and lockdown have become the safest and most appropriate way for watching.

Key words: Cinema, Cinematography, Streaming Services, the Corona pandemic.

1. مقدمة:

منذ بداية انتشار أجهزة التلفاز في المنازل في سنوات الخمسين من القرن الماضي وأصبح متاحا لجميع محبي عالم السينما، شعر صناع المحتوى السينمائي بالتهديد حيث اعتبروا أن بداية انتشار التلفاز هي بداية النهاية لقاعات السينما ودور العرض، إلا أن التاريخ أثبت عكس ذلك تماما حيث أصبحت القنوات الفضائية وخدمات الكابل وسيطا اضافيا يدعم عرض المحتوى السينمائي بعدما ينهي جولاته في شباك التذاكر، وكذلك وسيطا شهريا للإعلان والترويج للسينما بكل أشكالها، طفا على السطح مجددا مع الظهور القوي لمنصات المشاهدة في السنوات الأخيرة قلق منتجي المادة السينمائية من تهديد منصات المشاهدة لقاعات السينما ودور العرض لسبب أساسي وبسيط هو ادراك الشركات الكبرى في صناعة السينما ونتاجها التحول السريع في عالم الترفيه والمشاهدة، حيث فاقت مداخيل

منصات المشاهدة مع مبيعات البلوراي (42 مليار دولار) متفوقة بذلك على مداخيل قاعات السينما ودور العرض (41 مليار دولار) سنة 2018 لأول مرة في التاريخ¹، لذلك سارعت كبرى شركات الانتاج السينمائي الى إطلاق منصات للمشاهدة عبر الانترنت مُحاولَة منها للتموقع والتنافس في السوق العالمي الجديد.

تأتي ورقتنا البحثية لتسلط الضوء على منصات المشاهدة عبر الانترنت محاولين فهم ميكانيزمات اشتغال هاته المنصات من منظور جمالي ووفق رؤية سينمائية وتماشيا مع النموذج الاقتصادي الذي يفرض عليها تقديم مضامين أصلية وكلفة اشتراك أقل، ما هي مساهمة منصات المشاهدة في صناعة المضامين السينمائية؟ وما مدى تأثيرها على السينما انتاجا وتوزيعا وعرضا وابداعا في ظل الواقع الجديد الذي أنتجه وباء كورونا.

2. ظهور منصات المشاهدة (Streaming services):

تُعد منصات المشاهدة من الأدوات الجديدة الفاعلة في السينما، اذ تقدم نفسها كبديل للتلفزيون التقليدي حيث أرست أساليب جديدة للمشاهدة تتمثل في شكل ومحتوى جديد للمضامين التي تقدمها، وتتنافس مختلف المنصات لتقديم محتوى أصلي لاستقطاب المشاهدين على الاشتراك والدفع مقابل الحصول على خدمات المشاهدة حسب الطلب².

يعرف الفيديو حسب الطلب بالخدمة التي توفر للمستخدمين بواسطتها طلب الفيديوهات من خلال (Server) معين في أي وقت ويستمتعون بالتحكم المرن لتشغيل الفيديو أو المحتوى كما كان يُتيح جهاز الفيديو قديما (VCR)³.

وضّح دارويش (darwich) الفرق بين الفيديو حسب الطلب (VOD) والبث المباشر (Streaming Live) حيث يمكن اعتبار أنّ هناك نوعين من البث التلفزيوني بالاعتماد على مصدر الفيديو ووقت التسجيل: الفيديو حسب الطلب (Video on Demand):

(VOD) والبث المباشر (Live Streaming) حيث يصف الفيديو حسب الطلب السيناريو الذي من خلاله يتم بث الفيديو الذي تم تسجيله مسبقاً لجهاز كمبيوتر آخر، بينما البث المباشر يصف الفيديو الذي لم يخزن مسبقاً في أرشيف ما وإنما يتم تسجيله وقت البث⁴. ويوضح كايسن (kaysen) عدة نماذج لمشاهدة مضامين الفيديو حسب الطلب (VOD) وفقاً لاختلاف طريقة الدفع للاشتراك في الحصول على هذه الخدمات:

أ. نموذج (SVOD : Subscription Video on Demand) هذا الاشتراك يقوم على الاتفاق بين المشترك ومقدم الخدمة بمنح من خلاله المستهلك حق الوصول الى الخدمة ليتمكن من المشاهدة دون حدود، وتعمل هذه الخدمات عبر اشتراك شهري يتجدد باستمرار وبشكل تلقائي حتى يلغىها المشترك وهو ما يجعل الشركة أو مقدم الخدمة حريصاً على الحفاظ على المستهلكين.

ب. نموذج (TVOD: Transactional Video on Demand) هي خدمة الدفع مقابل المشاهدة حيث لا يوجد اي اشتراك من نوع ما فقط تدفع مبلغ معين يتوقف على المحتوى الذي تشاهده.

ت. نموذج (AVOD: Advertising Video on Demand) هي خدمة مجانية للمستهلكين يمكنك من مشاهدة المضامين المتاحة مع ضرورة مشاهدة الاعلانات التي تعرض مثل: (Youtube)⁵.

منصات المشاهدة هي خدمة قائمة على الاشتراك من أجل بث المحتوى السينمائي بمختلف أشكاله عبر تدفق الانترنت، أغلب هاته المنصات تملكها شركات كبرى واستديوهات في الإنتاج السينمائي (Sister Company) مثل شركة أمازون لديها منصة المشاهدة برايم فيديو وشركة ديزني تملك منصة ديزني بلاس وشركة غوغل لديها يوتيوب برومير، وشركة آبل تملك آبل تي في بلاس.

منصات المشاهدة وآثارها على الصناعة السينمائية ودور السينما في ظل جائحة كورونا

إن شبكة نتفليكس أسست لثقافة المشاهدة بالطلب (VOD)، وروجت لها وهي شركة أمريكية رائدة في مجال الستريمينغ أسسها ريد هاستينغر ومارك راندولف في 29 أوت 1997 في سكوت سفالي كاليفورنيا⁶، عندما أُجبر ريد هاستينغر على دفع غرامة باهضة نوعا ما للتأخير بارجاع شريط (DVD) لفيلم أبولو من شركة بلوكباستر (Blockbuster) التي لم تواكب التطورات التقنية وفضلت البقاء في منطقتها الآمنة (Comfort Zone)، عندها قام بتأسيس شركة لتأجير أشرطة الأفلام عبر البريد من خلال اشتراك شهري غير محدد وبتخفيضات وبدون غرامات تأخير.

ولقد نجحت نتفليكس في مواكبة تطورات العصر وتوجهت الى انتاج برامجها الأصلية فقد استعانت بأرشيف محتوى الافلام والبرامج التلفزيونية وأعطت لمشتركيها طريقة جيدة وسهلة للحصول عليها.⁷

من أجل تقريب الصورة أكثر قمنا بإدراج جدول لقائمة بأهم منصات المشاهدة مع الأخذ بعين الاعتبار المحتوى الذي تملكه كل منصة باعتبار أن المحتوى هو من يصنع الفارق في زيادة عدد المشتركين وتوفير خدمات أفضل للمشاهدين.

منصة المشاهدة	الشركة الأم	تاريخ الانشاء	عدد المشتركين	المحتوى
نتفليكس Netflix	نتفليكس Netflix ,Inc.	2007/01/16	193 مليون موزع على 190 دولة	Netflix Originals, Studio Ghibli, licensed content from other vendors
برايم فيديو Prime video	أمازون Amazon.com	07/09/2006	150 مليون	Amazon Studios, Discovery, ITV, licensed content from other vendors
تينست فيديو Tencent video	تينست القابضة المحدودة Tencent Holdings	جوان 2011	89 مليون مشترك	Tencent Video, WeTV

Disney, Marvel, Lucasfilm, Pixar, National Geographic, 20th Century Studios, Disney+ Touchstone	60.5 مليون مشترك	12 نوفمبر 2019	شركة والت ديزني The Walt Disney Company	ديزني بلاس Disney+
ABC Signature, 20th Television, FX Networks, Freeform, Hulu Originals, licensed content from other	31.5 مليون مشترك	29 أكتوبر 2007	شركة والت ديزني The Walt Disney Company	هولو Hulu
YouTube Originals	20 مليون مشترك	31 أكتوبر 2015	غوغل Google	يوتيوب Youtube برومير
Apple TV+ Originals	10 مليون مشترك	01 نوفمبر 2019	أبل Apple Inc.	أبل تيفي بلاس Apple TV+
HBO original series, HBO original films and HBO documentaries, acquired films from 20th Century Studios,	8.5 مليون مشترك	27 ماي 2020	إيه تي أند تي AT&T	اتش بي أو ماكس HBO Max

الجدول 1: قائمة بأهم منصات المشاهدة عبر الانترنت

3. مساهمة منصات المشاهدة في الصناعة السينمائية:

تعتمد استراتيجية شركات الانتاج في صناعة المضامين السينمائية على ما يسمى نافذة اصدار الأفلام من أجل تحصيل أرباح مداخل شبك التذاكر، حيث يعرض الفيلم في قاعات العرض على شاشات كبيرة لمدة ثلاثة أشهر مما يضمن دخلا للمنتجين والموزعين وأصحاب دور السينما، عبر النظام التالي: (35% للصاله، 15% ضرائب حكومية، 50% للشركة المنتجة)، قبل التوجه الى تحقيق ارباح اضافية من خلال عرضه في القنوات الفضائية المشفرة التي تحتاج الى اشتراك وبيع الأقراص الرقمية (DVD أو Blue-ray) وأخيرا في منصات المشاهدة عبر الانترنت⁸.

التوجه نحو منصات المشاهدة جاء نتيجة التحول في التقنيات والتطور الكبير في تدفق الانترنت، حيث راهنت الشركات على الارتفاع المتزايد لسرعة الانترنت، وبأنّ الجيل الجديد سيفضل السرعة والاتاحة بدلا من العملية المعقدة للإيجار، وكذلك تلبية لاحتياجات قاعدة المشتركين المتنامية، من جهة أخرى ارتفاع معدل الأرباح الذي تحقّقه منصات المشاهدة مقارنة مع شبك التذاكر دفعها الى التحول من مجرد منصات مستضافة الى شركات انتاج ضخمة، ترصد مبالغ مهمة لإنتاج محتوى أصلي لها وعرضه حصريا لأول مرة لقاعدة مشتركها دون المرور بتراتبية نموذج التوزيع السينمائي.

وبالتالي فإن تقديم خدمات الترفيه عبر الانترنت (online entertainment) مثل نتفليكس وهولو وأمازون لم تغير أساليب المشاهدة التقليدية فقط بل تجاوزت ذلك وغيرت الطريقة في خلق المضامين الأصلية بمختلف أشكالها من أجل تطوير محتواها والمنافسة على قاعدة المشتركين.

ولعل منصة المشاهدة نتفليكس كانت سباقة لدخول عالم الانتاج السينمائي بعدما كانت تشتري حقوق العرض فقط توجهت الى انتاج المضامين الأصلية الخاصة بها مرهنة على استقلالية السينما بخلق مخرجين جدد وأساليب عرض جديدة تكافح هيمنة هوليوود، فانطلقت في مجال الانتاج بالمسلسل الدرامي السياسي الشهير بيت من ورق حتى أصبحت تملك أكثر من 700 عمل أصلي خاص بها واجمالي إيرادات يقدر: 12 مليار دولار أمريكي وعدد مشتركين يفوق 193 مليون مشترك، خطوة غيرت شكل المشاهدة وتاريخ التلفزيون، تبتعتها مئات الأعمال ك"محتوى أصلي"، أفلاماً ومسلسلات، فاتحة بذلك سوقاً عالمية وإنتاج محتوى في العالم كلّ، إن شراء حقوق أعمال ناجحة في بلدانها، ك بلاك ميرور Black Mirror ولا كازا دي بايبل La Casa De Papel ، أو باستثمار إنتاجي في تلك البلدان. خطة ناجحة، ظلّت سابقة، بخطوات عدّة، المنصّات التي تُشبهها⁹.

بعد سنوات من هيمنة نتفليكس على منصات المشاهدة دخلت المنافسة عدة شركات ضخمة في مجال الانتاج السينمائي وفي التكنولوجيا على غرار أمازون وأبل وغوغل لتحاول الاستثمار في الانتاج.

في ظلّ العزل المنزلي الإجباري الذي فرضته غاليبة دول العالم كإجراء وقائي من فيروس كورونا، ظهرت منصات المشاهدة كأكثر القطاعات والشركات المستفيدة، باعتبارها وسيلة الترفيه الأنسب. فبحسب "ستاتيسستا" ومجلة "فوربس"، ارتفع عدد مستخدمي "نتفليكس"، في النصف الأول من عام 2020، من 167 مليون مشترك إلى 192 مليوناً، أي أنّ هناك 25 مليون مشترك جديد في 6 أشهر فقط. رقم يُمكن إدراك ضخامته قياساً بارتفاع عدد مستخدمي الشبكة إلى 28 مليوناً عام 2019.¹⁰

كما يوضح كمال جيان شانداني (المدير التنفيذي لمنظمة صور الواقع الافتراضي): " أتوقع أن تأتي الاستثمارات في انشاء المحتوى من منصات المشاهدة بدلا من الاستوديوهات".¹¹ وتعد منصة المشاهدة شاهد التابعة لمجموعة MBC المنصة العربية الأكثر مشاهدة عربيا حيث انطلقت بشكل جديد كليا منذ 16 جانفي 2020 تحت شعار (العروبة انتماؤنا..وهذا وقتنا) ، وخلال حفل إطلاق المنصة أوضح الشيخ وليد الإبراهيمي رئيس مجموعة MBC الهدف من إنشاء منصة شاهد وهو ما ظهر كما يلي:

" نحن اليوم أمام انطلاقة جديدة لأخذ زمام المبادرة لإيصال قصصنا وروايتنا للعالم عبر إنتاج أفلام، ومسلسلات ومحتوى إعلامي نوعي بمواصفات عالمية قادرة الانتشار في القارات الخمس والإسهام تدريجيا في تغيير الصورة النمطية عن منطقتنا وتعزيز حضورنا على خارطة الترفيه العالمي، وهذا تحديدا ما نصبو إليه عبر (MBC Studios)، والاستفادة من خبرات (MBC) الانتاجية واعتماد التكنولوجيا المتطورة وشراكاتنا.. وهذا ما نسعى إليه عبر شاهد...".¹²

4. تأثير منصات المشاهدة على دور السينما:

يمكننا القول أن منصات المشاهدة لا تتنافس ولا تأخذ من حصة قاعات السينما بل تأخذ من حصة القنوات الفضائية والمحطات الأرضية وذلك استناداً لإحصائية نشرتها جمعية الفيلم الأمريكية في مارس 2019 حيث وصل عدد مشتركى خدمات البث عبر الانترنت الى 613 مليون مشترك في العالم متجاوزاً لأول مرة عدد مشتركى خدمات الكابيل الذين بلغوا 556 مليون مشترك حول العالم في نفس السنة¹³، أما بالنسبة للناقد المغربي أحمد سيجلماسي فيوضح أن العلاقة بين دور السينما والمنصات والتلفزيون علاقة تكامل حيث يقول: "ظهور منصات عرض الأفلام لن يقضي بتاتاً على الصالات السينمائية، ولن يمنع المحطات التلفزيونية من إنتاج الأفلام وعرضها، لأنّ التنافس سيحتدّ، والتكامل سيظلّ قائماً، والمستفيد الأكبر سيكون (السينيفيلي) والجمهور العاشق للسينما الذي أصبحت أمامه اختيارات عدّة متنوّعة، إنتاجاً وعرضاً وتلقياً واستهلاكاً لهذه الأفلام".¹⁴

5. تأثير جائحة كورونا على السينما:

أثرت جائحة كورونا على العديد من القطاعات كان للسينما منها نصيب كبير بدرجات متفاوتة، لعل أكثر المتضررين هو مجال صناعة الأفلام وقاعات العرض السينمائي، بسبب العزل المفروض أجلت عدة أفلام كانت في التصوير أو كانت جاهزة للعرض لكن واجهتها قاعات مغلقة، وتقدر خسائر السينما حتى نهاية ماي 2020 بحوالي 17 مليار دولار ، وتشير دراسة أجرتها مؤسسة أكسفورد ايكونوميكس لصالح اتحادات السينما والمسارح والتلفزيون، إنّ صناعة الأفلام والتصوير والتلفزيون ربما تصل خسارتها الى نحو 36 مليار دولار خلال 2020 من جزاء الفيروس المستجد وفي في شأن الخسائر، تتوقع شركة أمبر الأمريكية، خسارة صناعة السينما، بنحو 24.4 مليار دولار، وبالتالي فإن الخسائر في صناعة السينما تتزايد في وقت تتراجع فيه الاستثمارات الجديدة، اضافة الى ذلك

في النصف الأوّل من السنة خسرت هوليوود وحدها نحو 120 ألف وظيفة من مجموع مليوني وظيفة تدعمها و 400 ألف شركة أمريكية لصناعة المحتوى والتوزيع السينمائي¹⁵. وتواجه الصناعة السينمائية بسبب الفيروس المستجد الكثير من المشاكل في التمويل والتصوير والتوزيع وكذلك إعادة تأهيل دُور السينما لتتناسب مع الاجراءات الصحية المفروضة.

ويبدو واضحا أنّ خدمات منصات المشاهدة استفادت من الوباء وفلّنت من التأثير السلبي حيث زاد عدد المشتركين في النصف الأول لكل منصات المشاهدة.

سرّع وباء كورونا رقمنة العالم، حيث ارتفع عدد المشتركين في نتفليكس في الستة أشهر الأولى من عام 2020، إلى نحو 193 مليون مشترك دفعة واحدة، يضخّون نحو ملياري دولار أميركي شهرياً.¹⁶

شركة ديزني في 12 نوفمبر 2019 أطلقت منصة المشاهدة ديزني بلاس وأعلنت عن 10 مليون مشترك في غضون 24 ساعة الأولى منذ اطلاقها لتصل الى أكثر من 63 مليون مشترك، منصة ديزني بلاس التي تملك أرشيفا كبيرا وهاما من كلاسيكيات ديزني المعتادة، حرب النجوم، أفلام المارفل، أفلام بيكسار، برامج ناشيونال جيوغرافيك، كذلك كل برامج شركة Fox التي إفتنتها مؤخرا بتكلفة 71 مليار دولار والتي من بينها سلسلة السيمسون وأفلام آفاتار و X-Men.

أما بالنسبة لشركة أبل تي في بلاس فقد راهنت على الجودة وعلى ثمن اشتراك منخفض مقارنة مع نتفليكس وديزني بلاس لكن المشاهدين يحبون التنوع وأبل لا تملك سوى 25 فيلما فقط في أرشيف منصتها لذلك رصدت ميزانية من أجل شراء حقوق البث للمضامين السينمائية وإنتاج محتوى يليق بسمعتها وينافس ديزني بلاس ونتفليكس.

وفي هذا السياق، أنفقت الشركة ملياري دولار أميركي في هوليوود، لإنتاج محتواها الخاص الذي ضم نجوماً عديدين، بينهم الإعلامية أوبرا وينفري التي ستقدم فيلمين وثائقيين يتطرقان

إلى التحرش الجنسي في مكان العمل والصحة النفسية، إضافة إلى ريس وبذرسبون وجنيفر أنيستون في مسلسل "ذا مورنينغ شو".¹⁷

6. خاتمة:

مهما ازدادت سطوة منصات المشاهدة إلا أنّ قاعات السينما يبقى لها حضورها المهيّب الذي يفرض على المشاهد داخل القاعة سلوكا معينا يُشعر المُشاهد باندماج واستمتاع لا يمكن مقارنته بتجاربه بديلة، لذلك يمكننا القول أنّ منصات المشاهدة لا تأخذ من حصة دور السينما.

كما أنّه لا شك في أنّ منصات المشاهدة تتجه نحو مستقبل مسيطر ينعكس إيجابا على المُشاهد في حرية الانتقاء وامكانية مُشاهدة المضامين السينمائية المتنوعة الحديثة والقديمة منها، كما تنعكس إيجابا على المبدعين والمخرجين في صناعة الافلام القصيرة والافلام الوثائقية من أجل عرض أعمالهم في نطاق واسع من العالم ليفتح لهم آفاقا جديدة على مستوى الانتاج، ممن ظلوا يجدون صعوبات مع شركات الانتاج في هوليوود الواسعة التأثير والمحتكرة لهذا المجال لذلك توجهوا الى التعامل مع هذه المنصات التي غيرت أدبيات المشاهدة وغزت السينما، فالمنصات تفتح المجال للمبدعين من أجل بدائل فنية وتحطيم الاحتكار والممارسات القديمة في عالم السينما، كما لا تعطي مبررا لبطالة الناقد المنتج فصار بإمكانه معاودة المشاهدة لتسجيل ملاحظات عميقة تساهم في النقد البناء من أجل تطوير الصناعة السينمائية.

إن أهمية منصات المشاهدة تدفعنا كباحثين الى دعوة المشتغلين في المجال السينمائي بضرورة انشاء منصات مشاهدة عربية جديدة تعرض المضامين الفنية من ابداعات مخرجين

وممثلين يعكسون الثقافة العربية المحلية ونشرها في العالم، وتُفكر في بلورة استراتيجية لصناعة المحتوى العربي الرقمي والتصدي لكل التحديات والأشكال التي تواجهه.

6. هوامش الدراسة:

1- محمد جابر، منصات المشاهدة تتصارع على المستقبل، تاريخ نشر الصفحة 01 أوت 2020، تاريخ الاطلاع عليه 03 سبتمبر 2020، <https://www.alaraby.co.uk>.

2- أماني رضا عبد المقصود مصطفى، التجربة الترفيهية عبر منصات خدمة الفيديو الرقمية العربية: دراسة تطبيقية في نظرية التراث الإعلامي، مجلة البحوث العلمية كلية الاعلام بجامعة الأزهر مصر، العدد الخامس والخمسون الجزء الأول، أكتوبر 2020، ص408.

3- المرجع السابق، ص408.

4 -Darwich. M. K. , Cost-Efficient Video on Demand (VOD) Streaming using Cloud Services , Unpublished PHD Thesis, (USA: Graduate Faculty of the University of Louisiana at Lafayette), ProQuest Dissertation Publishing, Dissertation No 10682876, ProQuest Document ID 2046787761 ,2017.

5 Business –Kaysen. M, understand The SVOD, TVOD, and AVOD terms and Models of Streaming Services like Netflix, Avialable at www.linkedin.com/pulse/undertand-svod-tvod-avod-terms-business-models-streaming-mads-kaysen in 22/12/2018 at 3:10p.m.

6 - بن تليجان نور الهدى، لاحق مروة، حسني عبد القادر، واقع الترفيه الرقمي وانعكاساته على التغيير الاجتماعي دراسة استطلاعية لدى الأساتذة الجامعيين، مذكرة ماستر، تكنولوجيا المعلومات والاتصال. والمجتمع، رواجية مريم، علوم الاعلام والاتصال، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، 2018، ص27.

7- Osur. L, Netflix and The Development of The Internet Television Network, PHD Thesis, New York : Syracuse University, Avialable at <http://surface.syr.edu/cgi/viewcontent.cgi?article144> Visited in March2020 at 08p.m.

- 8- ربوت كشاف، المنصات الرقمية هل أصبحت بديلا عن السينما يا ترى؟ 31 تاريخ النشر أوت 2020، تاريخ الاطلاع عليه 19 أكتوبر 2020،
<https://www.greatsciences.com/28607/almnsat-alrqmyt-hl-asbht-albdyl-n-alsynma>.
- 9- محمد جابر، منصات المشاهدة تتصارع على المستقبل، تاريخ نشر الصفحة 01 أوت 2020، تاريخ الاطلاع عليه 03 سبتمبر 2020، <https://www.alaraby.co.uk>.
- 10- المرجع السابق.
- 11- مرجع سابق.
- 12- أماني رضا عبد المقصود مصطفى، التجربة الترفيهية عبر منصات خدمة الفيديو الرقمية العربية عن حفل إطلاق شاهد الجديد كليا، مرجع سابق، نقلا عن قناة MBC، دبي، فيفري 2020.
- 13- وحدة الدراسات الاقتصادية، قراءة خاصة، تنقليكس وأخواتها ... من يفوز بكعكة البث الرقمي؟، مجلة مركز سمت للدراسات، 17 نوفمبر 2019، ص02.
- 14- أشرف الحساني، الصالات والمنصات في انتظار الحياة بعد كورونا، 01 أوت 17، 2020 سبتمبر 2020، <https://www.alaraby.co.uk>.
- 15- ماجدولين الشموري، هل تتجو صناعة السينما من جائحة كورونا، تاريخ نشر الصفحة 19 جويلية 2020، تاريخ الاطلاع عليه 03 سبتمبر 2020، <https://www.alaraby.co.uk>.
- 16- محمد بنعزیز، زمن تنقليكس .. حين لا يشعر الناقد بالخواء، تاريخ نشر الصفحة 01 أوت 2020، تاريخ الاطلاع عليه 03 سبتمبر 2020، <https://www.alaraby.co.uk>.
- 17- ماجدولين الشموري، "أبل" تراهن على خدمة بث الفيديو.. فهل تكسب، تاريخ نشر الصفحة 27 مارس 2019، تاريخ الاطلاع عليه 03 سبتمبر 2020، <https://www.alaraby.co.uk>.