

"الويب سينما" .. أو سينما الأنترنت

دراسة نظرية لخصائص المادة السمعية البصرية السينمائية عبر الأنترنت

وأثرها على المشاهد (الأنترنيتي)

"Web-cinema.." Or Cinema via internet:

A theoretical study of the characteristics of cinematic language via
the Internet and its effect on the viewer

محيوي يحيى

جامعة جيلالي ليايس - سيدي بلعباس - الجزائر، Cinema2012yahia@gmail.com

تاريخ النشر: 2024/01/26

تاريخ القبول: 2023/12/29

تاريخ الاستلام: 2023/08/30

ملخص: جاءت هذه الورقة البحثية بغية التعرف على سمات و خصائص لغة الأفلام المعروضة على المواقع الإلكترونية و المنصات الرقمية، و تفاعلية المتلقي الأنترنيتي مع محتوياتها، بفضل إستخدام و إستغلال مختلف الإمكانيات الفنية و التقنية التي أفرزها التطور التكنولوجي و تغلغل الأنترنت بالتدفق العالي في المجتمعات المعاصرة، و تقنيات الفيديو حسب الطلب (VOD)، ما شكل عنصر جذب و متنفسا لصناع الأفلام و المحتوى يتسم بمجموعة من الخصائص و السمات التقنية و التجارية و التسويقية..

كلمات مفتاحية: الأنترنت، سينما الأنترنت، المجتمع الأنترنيتي، التفاعلية، الفيديو حسب الطلب (VOD).

Abstract: This research paper came in order to identify the features and characteristics of the language of films displayed on websites and digital platforms and the interaction of the Internet receiver with its contents, thanks to the use and exploitation of the various artistic and technical capabilities produced by technological development and the penetration of the Internet by high-flow in contemporary societies, and technologies Video on demand (VOD), what form of attraction and outlet for film and content makers is characterized by a set of technical, commercial and marketing characteristics and features

Keywords: Internet, Web-cinema, online community, interactivity, video on demand.

1. مقدمة:

"العالم سيصبح قرية مصغرة" تلك هي العبارة الشهيرة التي صرح بها العالم الإتصال الأمريكي "مارشال ماكلوهان" "Marshall McLuhan" كتعبير صريح منه أن عالمنا سيشهد تطورا تكنولوجيا مبهرا في مجال الاتصالات و وسائل الإعلام السمعية البصرية منها و المكتوبة كذلك، و هو حقيقة ما نعيشه اليوم في وسط أقل ما يقال عنه أنه "عالم العجائب والمعجزات الإلكترونية" بحيث أصبح الواحد منا كل يوم على علم بما يحدث في العالم بأسره من أحداث و تحولات في شتى الميادين وأصبح الواحد منا مرغما على التفاعل مع ذلك بإبداء رأيه بحرية مطلقة، خصوصا وأنه الفرد الذي يتمتع بشبكة عنكبوتية تسمى شبكة الأنترنت، هذه الشبكة هي خدمة رائعة الوجود أنصفت الإنسان وخدمته أحسن خدمة فهو لأن يستعمل شبكات التواصل الإجتماعي و المواقع الإلكترونية و محركات البحث في التواصل وإبداء رأيه والتفاعل مع مختلف التغيرات والتواترات التي يعرفها العالم اليوم.. هو عالم جديد إن صح التعبير أو هو عالم الأنترنت، عالم الواب او العالم الافتراضي.. فقد سبق لنا وأن عشنا سلفا عالم سيطرة وهيمنة الراديو والتلفزيون والسينما إعتبارا من السنوات الأولى لظهور هذه الوسائل الإعلامية.. إذن نحن اليوم نتعامل مع وسط جديد إمتزجت فيه التكنولوجيا الحديثة بهذه الوسائل الإعلامية التقليدية، التي لم تجد مفرا من ذلك سوى التعامل مع الشبكة الواسعة للأنترنت أتجاه ما تقدمه هذه الأخيرة من مغريات و خدمات قد تنسي هذه الوسائل التقليدية في بعض المشاكل و العوائق التي كانت تحول دونها ودون الخدمة الإعلامية ذات التأثير المباشر والأثر البليغ وحتى تحقق نسبة تفاعل كبيرة وتكسيبها مجموعة من الخصائص المهمة..

تشكل بهذا العلاقة بين الأنترنت و ثلاثية الإذاعة والتلفزيون والسينما وحتى الوسائل الإعلامية الأخرى و الصحافة المكتوبة؛ قضية تطرح بقوة كموضوع للدراسات الجديدة في

مجال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال فبفضل الأنترنت برز ما يسمى اليوم بالوَاب راديو "web-radio" أو ما يصطلح على تسميته براديو الأنترنت كشكل تفاعلي جديد ودعامة قوية للإذاعة التقليدية، وتلفزيون الأنترنت أو الواب تيفي (web-tv) أو النات تيفي وكذلك السينما عبر الأنترنت أو سينما الأنترنت..

كل هذه التطورات التقنية المبهرة التي شملت وسائل الإعلام والاتصال ونظرا لأن هذا الطرح يعتبر جديدا ويشكل حقلًا للدراسة والبحث إخترتنا أن نحقق هذه الورقة البحثية في هذا المجال مركزين على الدور الذي تلعبه الأنترنت كدعامة لسينما وما هي درجة تفاعل الجمهور المشاهد مع هذه الوسيلة.

نبذة تاريخية:

عرفت السينما اعتبارا من السنوات الأولى لاختراعها تطورات كبيرة وإستحوذت على قدر هائل وكبير من الجمهور المتفاعل معها، ناهيك على المنافسة الكبيرة التي كانت للتلفزيون ضد السينما، لكن ذلك لم يمنع من تميز كل وسيلة بمجموعة من الخصائص جعلتها تحتل وتنفرد وتتميز بمكانة خاصة وسط الوسائل الإعلامية الأخرى.

فالسینما بزغت وسطعت بفضل الاكتشافات المتتالية "لمرآي" "Étienne-Jules Marey" و"إديسون" و"الأخوين لوميير" "Edison et Lumière"¹ جعلتها تنتقل من التصوير الضوئي (نقطة بداية السينما مع ابن الهيثم وعلم البصريات) و"ليوناردو دافنشي" " L. de Vinci " والغرفة السوداء إنتقالا إلى تصوير الحركة بعد إختراعات متعاقبة؛ كالبندقية الفوتوغرافية والفانوس السحري ومدفع العدسة المقربة.. وصولا إلى إنتاج وعرض الأفلام السينماتوغرافية..

بعد هذه المرحلة عرفت الوسيلة (السينما) تطورات كبيرة وأصبحت السينما تستخدم الصوت والصورة والألوان، ومع الثورة المعلوماتية وظهور تكنولوجيايات الإعلام والاتصال أدخلت إلى السينما تكنولوجيايات جديدة في البث وفي العرض والمؤثرات الصوتية والمونتاج، بعتاد رقمي عالي الجودة حسن من صورة هذه الوسيلة ومن الخدمات المقدمة للجمهور

المتلقي المتفاعل معها بشكل كبير، في خضم هذه التغيرات التقنية المتعاقبة خاصة بعد ظهور الأنترنت التي تعتبر الوسيلة الاتصالية الأسرع نموا في تاريخ البشرية، ففي حين احتاج التلفزيون إلى 13 عاما للحصول على 50 مليون مستخدم لإستقبال برامجه لم تستغرق شبكة الأنترنت سوى 5 أعوام للوصول إلى ذلك العدد.

فبروز الانترنت كشبكة كوكبية عجلت (بمجموعة كبيرة من الخصائص) بثورة مشهودة فإتصفت بالعالمية، والجماهيرية وخلقت فضاء يتميز بالحرية والتفاعلية والمشاركة، كما قدمت تشكيلة فريدة من الخدمات وإختصرت كل وسائل الإتصال السابقة من تلفزيون و إذاعة وصحف في أداة واحدة منحتها التميز وجعلتها تكسب الرهان وحصلت على مشاركين فاعلين ومتفاعلين.

السينما كغيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى تأثرت بالأنترنت وبخصائصها والمميزات التي تتسم بها فاستعانة بهذه الخدمة سعيا منها لتحسين الخدمات المعروضة سواء إعلاميا أو اتصاليا وحتى تسويقيا ولجلب أكبر عدد من الجمهور المتتبع والمتفاعل معها، علما أن الأنترنت استحوذت على نسبة كبيرة من المستخدمين الفاعلين..

من هنا وانطلاقا من هذه المقدمة التاريخية نطرح الإشكالية التالية: ما هي خصائص المادة السمعية البصرية سينمائية التي تبث عبر الانترنت؟ وما مدى تفاعل المشاهد مع هذه الوسيلة الجديدة؟

ومن هذه الإشكالية تتفرع التساؤلات التالية:

- كيف انتقلت السينما إلى عالم الوسائط المتعددة ؟
- ما هي خصائص الانترنت باعتبارها إحدى وسائط الملتيميديا؟
- كيف تتم السينما عبر الانترنت؟
- ما هي خصائص ومميزات سينما الانترنت؟
- ما مدى تفاعل وإقبال المشاهد على هذه الوسيلة الجديدة؟

ومنه فرضيات البحث جاءت على الشكل التالي:

- إن خصائص السينما عبر الأنترنت كبيرة نظرا لتوفر عدة عوامل مساعدة.
- لقد منحت الأنترنت دعما كبيرا لوسائل الإعلام والاتصال عامة وللسينما بصفة خاصة.
- تفاعل المشاهد مع هذه الوسيلة الجديدة كبير جدا، سواء على المستوى العالمي أو على المستوى المحلي رغم أن استخدام الأنترنت بالجزائر لا زال في مستواه البدائي.
- أدى بالسينما إلى إستغلال الأنترنت لبث محتواها نظرا لأسباب تسويقية من جهة و أخرى تفاعلية..

ماهية الأنترنت:

شهد مطلع القرن الواحد والعشرين ظهور تطورات و تحولات في مجال الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات بفضل إمتزاج مجموعة من الإختراعات و التقنيات الجديدة التي ساهمت في بروز ثورة المعلومات المعززة بالوسائط المتعددة " الملتيميديا"، و ما أتاحتها من خدمات إتصالية بفضل تميزها بالحفاظ على المعلومة و إسترجاعها و الولوج إليها و معالجتها لمختلف المواد السمعية البصرية؛ مكنت وسائل الإعلام و الإتصال من التحرر و الإنطلاق نحو تطوير محتوياتها، مضامينها، خدماتها و كذا تطلعاتها في تعزيز علاقتها بالمتلقي و توسيع دائرة شموليتها و إنتقالها لفضاء إتصالي شاسع و شامل..

مشكلة بذلك مجتمعا جديدا يطلق عليه "مجتمع المعلومات" "Société de l'information" و هو

ما تعزز بظهور الشبكات الرقمية و الأنترنت، حيث تلعب المعلومة دورا رئيسا في المساهمة في تطوير تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات الجديدة " Les nouvelles technologies "de l'informations NTIC

و كما أدلفنا سابقا حسب تعبير عالم الإتصال الأمريكي "مارشال ماكلوهان" " Marshall

"McLuhan

إستطاعت الأنترنت أن تحول عالمنا هذا الى فضاء أشبه بالقرية المصغرة "Village Planétaire" و ذلك لأنها تجسد ظاهرة العولمة "mondialisation" تجسيدا متناهية الدقة و التقنية، كما تحيلنا الى نظرية "كارل ماركس" "Karl Marx" الذي كان "يعتقد بتكون مجتمع بدون طبقة سيتحقق عندما يحدث تغيير إقتصادي يدعمه تقدم تكنولوجي"²، و ذلك نتيجة التغيرات السريعة التي أحدثتها الثورة العلمية و التكنولوجية و تطبيقاتها مثل الكمبيوتر و الأنترنت، بحيث مكنت أفراد المجتمع الأنترناتي "les internautes" من التجول في عوالم و ثنايا الشبكة العنكبوتية بحرية تامة دون قيود و لا صعوبات، منتقلين من مجتمع الى آخر و من بلد الى آخر في مدة زمنية وجيزة .. فالأنترنت أكبر من أي إمبراطورية ظهرت في التاريخ فهي تظم العالم كله.. أنت تستطيع الإبحار فيها في لمح البصر، فهي تجعل العالم كله عند أطراف أصابعك، فهي العنكبوت الذي ينسج خيوطه حول الكرة الأرضية و هي المجتمع الكوني "Global Society" و لها أيضا إسم أسطوري "Cyber Space" و يعني الفضاء الإلكتروني أو المعلوماتي"³.

فالأنترنت "Internet" كلمة إنجليزية مختزلة لعبارة "Interconnexion of Network" فكلمة "Interconnexion" تعني الربط أو الجمع بين شبكتين، و "Network" فتعني شبكة، و عموما يمكن وضع التعريف الإجرائي التالي للأنترنت: " على أنها مجموعة متكونة من عدة مكونات تجعل منها كيان مكون من شبكات ومستعملين" و نلخصها في المعادلة التالية:

$$\text{أنترنت (Internet)} = \text{الهياكل} + \text{الخدمات} + \text{المستعملين} + \text{الموارد}^4.$$

فالهياكل تشير الى العدد الهائل من الشبكات المتصلة، و الخدمات يقصد بها الإمتيازات التي تقدمها الأنترنت للأفراد و المؤسسات، أما الموارد فتشير الى أن الأنترنت تعتبر أكبر وعاء للمعلومات بحيث لا يمكن قياس حجمها و كميتها الا بالألاف من وحدة التيرابايت (TB) أو الملايين من الصفحات⁵، أما المستعملين فيقصد بها الفاعل الأنترناتي "Les internautes" أو مستخدمين و رواد الشبكة العنكبوتية للمعلومات و المعلوماتية؛ عبر ما

يطلق عليه بالإتصال الإلكتروني، و هو المصطلح الذي يستخدم لوصف تبادل المعلومات، البيانات أو الرسائل بإستخدام الأجهزة الإلكترونية أو التكنولوجية الجديدة التي هي جزء من التواصل في عصرنا هذا.

الخصائص التواصلية للإنترنت:

من بين الدراسات الجديدة فيما يخص علاقة الإنترنت و الإتصال؛ دراسة الإنترنت كوسيلة إعلامية و إتصالية و دراسة الإنترنت من زاوية البحوث التي تعنى بالإتصال عبر الكمبيوتر، إذ يمكن دراسة كل المجالات على الإنترنت خاصة ال MultiMedia, Hyper textuality, Packed switching, Synchronicity and Interactivity و دراسة كيف و لماذا يتم التوزيع؟ و كيف يختلف الإتصال عبر الإنترنت عن الوسائل الأخرى؟⁶ خصوصا إذا علمنا أن للكمبيوتر في مجال الإتصال عبر الإنترنت عدة مهام يمكن رصدها في عدة فئات عامة و هي الإتصال Communication و التفاعل interaction كما أضافت الإنترنت وظائف أخرى للإتصال الجماهيري من خلال تقديم الخدمات المباشرة للجمهور المتلقي و تحقيق الربح للشركات و المعلنين، كما قللت من أهمية وظيفة المراقبة أو الرقابة التي تمارسها وسائل الإعلام حيث أصبحت الأخبار تتدفق بفاعلية و دون تخصيص، فهي ليست حكرا على الصحفيين "حراس البوابة" بل بمشاركة كل الفاعلين الأنترنتيين كما ساهمت في بروز و تنامي ظاهرة التفاعلية في العملية الإتصالية، لهذا ينادي الكثير من الباحثين بضرورة التعامل بالعديد من المفاهيم الإتصالية في هذا المجال كمفهوم التفاعلية Interactivity و الإندماج Convergence، و البث الإعلامي المتدفق Streaming Media ، و الوسائط المتعددة MultiMedia ، الجمهور النشط Active Audience ، و التبادلية Interchangeabilité بين المرسل و المستقبل..⁷

و للتفاعلية في هذا المجال أبعاد نلخصها في مايلي:

دراسة نظرية لخصائص المادة السمعية البصرية السينمائية عبر الأنترنت
وأثرها على المشاهد (الأنترنيتي)

- البعد التكنولوجي الذي تجسده ثورة المعلومات و الإتصال و ما تبعه من تقدم و تطور في مجال البحث العلمي و العلوم.
- البعد التنظيمي و الإداري و ما منحته الأنترنت من خدمات و موارد إدارية.
- البعد التجاري و التجارة الإلكترونية.
- البعد الإجتماعي و تقوية و توطيد العلاقات بين المتفاعلين و المراسلين في مجال الأنترنت⁸.

- كما يمكن إدراج مجموعة الخدمات التالية المتاحة على شبكة الأنترنت للمستخدم الأنترنيتي:
- بحيث تتوفر خدمة البريد الإلكتروني "e-mail" من خلالها تتاح له الفرصة لكتابة الرسائل و إرسالها عبر الأنترنت الى وجهات مختلفة، كما يسمح بإرسال الملفات المختلفة من مستندات و جداول إلكترونية و محتويات سمعية بصرية، و كذا التواصل بتقنية الفيديو و عقد الملتقيات و تنظيم التجمعات السمعية البصرية عن بعد و تسجيل الفيديوهات و غيرها.
 - يمكن للأنترنيتي تصميم الموقع الخاص به عبر الأنترنت و تعديله متى يشاء بإضافة و حذف ما يريد من معلومات و مواد سمعية بصرية و مكتوبة و غيرها.
 - تتيح الأنترنت إمكانية السفر حول العالم و زيارة المتاحف و المنشآت على عناوينها الإلكترونية الخاصة بها و جمع المعلومات و المواد من مصادرها الرسمية و الإطلاع على الثقافات و التغيرات الحاصلة في جميع المجالات عبر تصفح الشبكة العنكبوتية و صفحات الواب⁹.

- يمكن تنزيل "Download" ما يحتاجه الأنترنتي من مواد و معلومات تخص و تشبع إحتياجاته و رغباته.
- إختيار مجموعة من الأفراد على شبكة الأنترنت و تشكيل فرق عمل و إنتاج "Production group" و لجان يتقاسمون نفس التوجه و الآراء و التعاون بينهم لتقديم أعمال تعبر عنهم و عن السبب و الغرض الذي أدى الى تواجدهم في مجموعتهم هذه (المنتديات، المدونات، شبكات التواصل الإجتماعي..).
- تعتبر الأنترنت منبعاً و مصدراً للمعلومات التي يمكن إستخدامها في الأبحاث، حيث تضع مختلف المكتبات مواردها تحت تصرف مستخدمي الأنترنت، كما توفر العديد من المراجع الخصوصية التي يديرها أصحابها.
- إمكانية التسوق عبر الأنترنت بإستخدام المتاجر الإلكترونية، حيث تتاح إمكانية تنفيذ طلبات الشراء و دفع قيمة المشتريات عبر الشبكة¹⁰.

و هنا يتميز التواصل الإلكتروني عبر شبكة الأنترنت (بالإضافة الى صفة التفاعلية و التنوع و التكامل) بكونه إتصال واسع النطاق و يتميز بإرسال سريع و تكلفة منخفضة، كما يسمح بتبادل الآراء و إدارة مختلف الأعمال عالمياً سواء عن طريق الإتصال بالفيديو أو المراسلات عن طريق البريد الإلكتروني و صفحات الواب، ناهيك عن إمكانية نقل المعلومات بحرية و بالإننتقال من جهاز الى آخر مثل الهاتف، الحاسوب و غيرها فهي أجهزة محمولة و متنقلة لا تستدعي من الأنترنتي البقاء في مكان واحد و محدد (تجاوز وحدة الزمان و المكان)..

هذا بالإضافة الى حفظ المعلومات و تخزينها على المدى الطويل و إمكانية طبعها و تخزينها على أوعية حفظ المعلومات الإلكترونية الخاصة.
الأوشاج التي تشد السينما المعاصرة الى الأنترنت:

تجد الأفلام السينمائية على مواقع الواب و المنصات الإلكترونية متنفسا آخر و مسرحا إتحاليا؛ تقدم من خلاله مجموعة من الخصائص و السمات الخاصة بها كنوع من الأفلام المستقلة بأساليب و لغة مختلفة في التعبير، من خلال توظيف كل ما هو متاح من إمكانات فنية إبداعية و تقنية بالإستناد على التطور التكنولوجي الرقمي و تقنيات الفيديو و البث من جهة، و التفاعل الكبير للمستخدم الأنترنيتي مع ما هو معروض على الشبكة العنكبوتية كتطور لفكرة الفيديو تحت الطلب (VOD) "vidéo on demand" من جهة أخرى.. و توازيا كذلك مع السرعة العالية لتدفق الأنترنت و تغلغلها (pénétration) وسط المجتمعات المعاصرة؛ شكل هذا عنصر جذب لصناع المحتوى و الأفلام المستقلة خصوصا.

فكما أدلفنا سابقا يعتبر البريد الإلكتروني وسيلة إتصال و دعاية و هو أحد الخدمات الأكثر إعتامادا و إستخداما على الشبكة العنكبوتية بحيث تتعدى نسبة إستخدامه 85% من إجمالي التصفح عبر الأنترنت¹¹، و ذلك لما يتميز به من إختصار للزمن و المدفوعات مقارنة بالفاكس و الهاتف و غيرها، هذا ما جعله مقصدا للكثير من المؤسسات و الأفراد الخواص لتسويق منتجاتهم و خدماتهم و كسوق للعرض و الطلب.

هذا ما يؤكد أن الشبكة العنكبوتية هي شبكة عالمية تمثل المعلومة المادة الأولية لأكبر حقل معلوماتي و هي شبكة الواب (world wide web) بجوانبها التقنية المكونة المواقع (site web) و المنتجة بلغة (HTML) ما يزيد في تناسقها و سهولة الوصول إليها..

و لعل ظهور البوابات و المنصات الإلكترونية (Platform) كشكل آخر من الأوعية الإتصالية الإلكترونية؛ يفسر الحاجة الكبيرة و الملحة الى تلك الأنواع من المواقع و المنصات و المتاجر الإلكترونية التي أصبحت مقصدا لملايين المستخدمين يوميا، ليس فقط من أجل التواصل الاجتماعي و الحصول على المعلومات الثقافية فحسب و إنما إمتد الأمر ليشمل الصناعة و التجارة، البيع و الشراء و مختلف النشاطات و الخدمات الحكومية، العامة (Public) و الخاصة (Privé).

دون أن نتجاهل الدور الكبير الذي تلعبه وسائط و وسائل التواصل الاجتماعي " Les réseaux sociaux" و التي هي منصات على الأنترنت تتيح التفاعل ثنائي الإتجاه عبر محتويات ينتجها المستخدمون "Les internautes" أنفسهم فضلا عن التواصل بينهم، و من ثم فوسائل التواصل الإجتماعي ليست كوسائل الإعلام التي تصدر الا من مصدر واحد و من موقع شبكي ثابت؛ و إنما هي و سائل للتواصل صممت خصيصا لتتيح للمستخدمين إنتاج محتويات بأنفسهم "broadcast your self" و التفاعل مع المعلومات و مع مصدرها.

و من بين منصات التواصل الإجتماعية الشائعة في الوقت الراهن نذكر على سبيل التمثيل: "فيس بوك" "Facebook"، "تويتر" "Twitter"، "يوتيوب" "Youtube"، "انستغرام" "Instagram"، "بامبوزر" "Bam buser"، "فيميو" "Vimeo"، "بلوغز" "Blogs"، "فليكر" "Flickr" "لينكد إن" "Linked In" و "غوغل بلس" "Google +"¹²، و من بين المنصات التي يشيع إستخدامها في بلدان أو مناطق معينة نجد "كلوب" "Cloob" في إيران، "أوركوت" "Orkut" في البرازيل و الهند، "ساويرلد" "Cyworld" في كوريا الجنوبية، "فريندستر" "Friendster" في جنوب شرق آسيا، "غرونوننت" "Grono.Net" في بولندا، "هاي فايف" "Hi5" في بعض مناطق آسيا و إفريقيا الوسطى و أمريكا اللاتينية، "ميكسي" "Mixi" في اليابان، "سبيسز" "Spaces" في روسيا، و "سيناويبو" "Sinaweibo" في الصين.. بالإضافة الى هذه المنصات هناك العديد من "لوحات التحكم" المصممة لتجميع الرسائل و المشاركات المنقولة عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي مثل "ثريديسي" "Threadsy" و "هوت سويت" "Hootsuite" و "بافر" "Buffer" و البرمجيات التي تساعد على متابعة المناقشات التي تجري عبر وسائل التواصل الإجتماعي مثل "تويت ديك" "Tweetdeck" و "ميلت ووترباز" "Mel-water buzz" بهدف نقل ردود الفعل الى المستخدم صاحب المحتوى¹³.

هذه المعطيات من منصات رقمية، مواقع إلكترونية، منصات الفيديو حسب الطلب أو عند الطلب "VOD"، مختلف الوسائل الإجتماعية و التطبيقات الهاتفية المخصصة لمشاهدة و نشر الأفلام السينمائية « Les applications mobiles » و أخرى عديدة و متعددة

الخصائص و السمات؛ شكلت كما أدلفنا سابقا عنصر جذب لصناع المحتوى "Création de contenu" بتنوع أشكال و قوالب التقديم، التصنيع و التمويل، العرض و التوزيع و حتى أشكال تلقي جديدة و متنوعة الخصائص لدى الأنترنيتيين "Les internautes" السينمائيين أو الجمهور المتعاطي للمحتويات و المضامين السينمائية عبر الأنترنت.

و الحديث عن هذه الوسائط و المنصات الإلكترونية لا يكون بمعزل عن التفاعلية "Interactivité" و مختلف الوسائط المتعددة "MultiMedia" و الدوافع أو المحفزات التي جعلت من الجمهور الأنترنيتي يستهلك المواد السمعية البصرية على الأنترنت و يتفاعل معها الى درجة الإستغراق أو الإنغماس لتلبية حاجاته و إشباعاته:

- التفاعلية: أي أن هذه المواد الأنترنيتية قائمة على التفاعل الذي يختار فيه

المستخدمون إحتياجاتهم، و يشاركون في الوقت ذاته آرائهم حول المحتوى المعروف، بحيث تكون ممارسة الإتصال ثنائية الإتجاه و تبادلية و ليست في إتجاه أحادي كما هو الحال في السينما التقليدية مثلا.

- اللاتزامنية: و هي إمكانية التفاعل مع العملية الإتصالية في الوقت المناسب للفرد سواء كان مرسلا أم مستقبلا.

- المشاركة و الإنتشار: يتيح الإعلام الجديد "Les nouveaux média" لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشرا يرسل رسالة للآخرين.

- الحركة و المرونة: إمكانية نقل و سائل الإتصال الجديدة حيث أنها تصاحب المتلقي و المرسل كما ذكرنا سالفنا مثل: الحاسب المتنقل و حاسب الأنترنت، الهاتف الجوال و الأجهزة اللوحية بالإستفادة من الشبكات اللاسلكية¹⁴.

- الكونية: حيث أصبحت بيئة الإتصال بيئة عالمية، تتخطى حواجز الزمان و المكان و الرقابة.
- **إندماج الوسائط:** في الإعلام الجديد "Les nouveaux média" يتم إستخدام كل وسائل الإتصال: مثل النصوص و الصوت و الصورة الثابتة و الصور المتحركة و الرسوم البيانية ثنائية و ثلاثية الأبعاد.. الخ.
- **الإنتباه و التركيز:** نظرا لأن المتلقي في هذه الوسائل يقوم بدور فاعل في إختيار و صناعة المحتوى و التفاعل معه فإنه يتميز بدرجة عالية من الإنتباه و التركيز.
- **التخزين و الحفظ:** حيث يسهل على الأنترنتي تخزين و حفظ الرسائل الإتصالية و إسترجاعها كجزء من قدرات و خصائص الوسيلة بذاتها¹⁵.

و هنا المستخدم الأنترنتي و المتعاطي لمختلف المواد السمعية البصرية عامة و السينمائية بصفة خاصة عبر الواب؛ لم يعد بحاجة الى التنقل الى قاعات العرض "salles de projection" لمشاهدة آخر العروض، بل أصبحت التكنولوجيات المنزلية توفر له فضاءات تقترب من العروض السينمائية خاصة من خلال تكنولوجية « Home cinéma » و بعد إدماج تطبيقات الواب الإجتماعية في الحياة اليومية للأفراد تغيرت أنماط التلقي و الإستخدام الفردي و العائلي للمواد السينمائية، حيث أثرت الرقمنة "Numérisation" على أساليب صناعة، تمويل، توزيع، عرض و إستهلاك المواد السينمائية عبر الأنترنت من خلال العديد من الأدوات الرقمية و الإلكترونية: كالمواقع الإلكترونية المتخصصة في عرض الأفلام السينمائية و خدمات الفيديو حسب الطلب "VOD" الذي تطور من خدمات لعرض مجموعة من الأفلام السينمائية و الأعلام الفنية الى التحكم في حقوق توزيعها أيضا.

معالم سينما الأنترنت Web-cinéma:

سنحاول في هذا العنصر تناول مختلف المعالم التي تتجسد فيها سينما الأنترنت؛ بعبارة أخرى سنقوم بتصنيف على سبيل التمثيل لا الحصر لمختلف منصات المشاهدة الإلكترونية

التي تتقل المواد السمعية البصرية السينمائية للجمهور الأنترنيتي للتفاعل معها و التعرض لها..

و لكن قبل ذلك سنقدم بعض الإحصائيات التي تدخل في إطار مدى تفاعلية الجمهور الأنترناتي و كذا تلقيه و تعامله مع سمات و خصائص و تقنيات هذا الإتصال الجديد و تلبية حاجاته و إشباعها.

حيث توضح دراسة قام بها مركز الشباب العربي بالإمارات العربية المتحدة سنة 2022 حول إستهلاك الشباب العربي للإعلام الجديد شملت 16 دولة من بينها الجزائر؛ أن مقدار الوقت المستغرق على وسائل التواصل الإجتماعي يفوق نسبة 41% لمدة 6 ساعات فما فوق، كما أن الأجهزة الأكثر إستخداما إحتلت الهواتف الذكية المرتبة الأولى متبوعة بالكمبيوتر المحمول و الأجهزة الإلكترونية الأخرى.

كما إحتل اليوتيوب "Youtube" المرتبة الأولى بنسبة 34% يليه الفيس بوك "Facebook" نسبة 19% بالنسبة لقنوات التواصل الإجتماعي الأكثر إستخداما عند الشباب العربي، كما إحتلت الأفلام القدر الأكبر بنسبة 30% من بين المحتوى الأكثر مشاهدة على منصات البث، تليها المسلسلات بنسبة 27% و الأفلام الوثائقية بنسبة 14%.

أما منصات البث المدفوع فإحتلت منصة "نتفليكس" "Netflix" المرتبة الأولى بنسبة 32% ، شاهد Vip بنسبة 17% ، "أمازون برايم فيديو" "Prime-vidéo" بنسبة 11% ، ديزني بليس بنسبة 07% ، "آبل تي في بليس" "Appel tv" 06% ، "واتش آت" 04% ، "ستارز بلاي" 04% ، "جوي TV" 03% ، فيو 02% ، "TODTV" 02%.

كما تضيف دراسة أخرى للباحث المصري "عمرو محمد محمود عب الحميد" قام من خلالها بإجراء إستطلاع إلكتروني على عينة عمدية مكونة من 300 مستخدم لمنصات البث الرقمي سواء المجانية أو عبر نظام الدفع مقابل المشاهدة "Pay per view" متحدثا عن

ظاهرة المشاهدة المفرطة "Binge watching" التي برزت سنة 2013 بالتزامن مع بث شركة "نتفليكس" "Netflix" لمسلسل "House of Cards" .. و جاءت نتائج الدراسة بالإعتماد على "يوتيوب" "Youtube" بنسبة **48.7%** من إجمالي المبحوثين، المنتديات و المواقع الإلكترونية بنسبة **40%**، تطبيق "نتفليكس" "Netflix" بنسبة **30.1%**، تطبيق "شاهد نت" "Shahid net" بنسبة **12.7%**، تطبيق "واتش آت" "Watch It" بنسبة **06%**، و تعكس هذه النتائج إعتقاد المستخدمين المشاهدة المجانية في المراتب الأولى كما هو الحال في موقع "يوتيوب" "Youtube"، و هو ما يفسره إحتلال المنتديات و المواقع الإلكترونية مرتبة متقدمة بالنظر الى أن هذه المواقع تعرض بعض الأعمال المقرصنة من الأخرى مدفوعة الأجر كما هو الحال في موقع "Egybest"، "Movs4u" و غيرها¹⁷.

و يضيف الباحث أن من أسباب تزايد الإقبال على منصات البث الإلكتروني مايلي:

- عرض الأعمال الحصرية للعديد من الأفلام و المسلسلات الجديدة.
- سهولة الوصول للمحتوى و التحكم في أوقات المشاهدة و مكانها.
- جودة المحتوى المقدم.
- إمكانية تحميل الأعمال و الإحتفاظ بها على الأجهزة الشخصية.
- مساحة الحرية و عدم خضوع الأعمال المعروضة للرقابة.
- السعر المناسب.
- التصميم المناسب للهواتف و التطبيقات الذكية.
- تزايد مساحات وقت الفراغ لدى الجمهور¹⁸.

أما فيما يخص معالم "سينما الواب" "web cinéma" فهي تتجسد في مايلي:

- المواقع و المنصات الإلكترونية: أما الموقع الإلكتروني "web site" فهو يهتم بتقديم المعلومات من خلال مجموعة من الصفحات المتصلة ببعضها البعض على سيرفر

خادم) كما أنها توفر تفاعلا أحادي الإتجاه، فيما توفر المنصات الإلكترونية "Platform" مشاركة متبادلة أي تهتم بتقديم الخدمات التفاعلية التي تختلف وفق طبيعة و نشاط هذه المنصة، و تسمى كذلك بالبوابة التي دائما ما تكون تابعة الى مؤسسة أو منظمة رسمية عامة أو خاصة.

من بين مواقع الواب السينمائية نذكر مثلا:

"IMDB": The internet Movie Data أو قاعدة بيانات الأفلام على الأنترنت، "Flixster" و هو موقع أفلام إجتماعي يتيح للمستخدمين مشاركة تقييمية للأفلام، و إكتشاف أفلام إخبارية و معلومات حول الأفلام بالإضافة الى مقاطع من الأفلام، "Rotten Tomatoes" و هو موقع إخباري مخصص للمراجعات و المعلومات و مختلف الأخبار الخاصة بالأفلام السينمائية.

- **التطبيقات "web application":** يرجع الكثير من الباحثين تزايد أعداد التطبيقات

التي تبحث الأفلام بشكل مجاني و غير قانوني الى تعود المستخدم الأنترنيتي " Les internautes" على المشاهدة المجانية و عدم التعود على دفع مقابل مادي لذلك "Pay per for view"، و لحقوق الطبع و النشر، كما أنه تتوفر تطبيقات مدفوعة و لا تتيح إمكانية المشاهدة أونلاين بالمجان فهي تفرض إشتركا شهريا أو سنويا باهض الثمن و من أبرزها: "نتفليكس" "Netflix" التي تجاوز عدد مشتركها في سنة 2019 ما يزيد عن 167 مليون مشترك، "Amazon"، "Disney"، "Apple tv"، "Hulu"، و العربية نجد "Watch It" و "Osn plus" و غيرها¹⁹.

- **شبكات التواصل الاجتماعي "les réseaux sociaux":** كما هو متعارف عليه

بالنظر الى الدراسات الميدانية السابقة يحتل "يوتيوب" "Youtube" المرتبة الأولى من

بين شبكات التواصل الإجتماعي الأكثر نقلا للأفلام و الأكثر متابعة من قبل الجمهور الأنترنيتي المهتم بمشاهدة و متابعة الأفلام السينمائية عبر الأنترنيت سواء للمشاهدة أو لتقديم عروض مصورة و محتوى سمعي بصري، و ذلك لمجانية خدماته و سهولة الإشتراك و إنشاء القنوات السينمائية "Chaine ciné-youtube"، و مؤخرا و بالضبط في بداية سنة 2023 أضاف "يوتيوب" "Youtube" خدمة أخرى مدفوعة الأجر و هي "Youtube Premium"، "Youtube Kids" .. أما الفيس بوك "Facebook" أصبح ينظر إليه تحديدا من قبل شركات الإنتاج في "هوليوود" "Hollywood" كوسيلة لتوزيع أفلامها رغبة في تحويل مستخدمي مواقع التواصل الإجتماعي الى جمهور لمنتجاتها الفنية، و كوسيلة لمواجهة تراجع مبيعات أسطوانات أقراص "DVD" لأفلامها، و قد بدأ الإشتغال على ذلك بتجريب لموقع "فليك مي" "Flick Me" الإجتماعي، بحي يضم الموقع أكثر من ألف (1000) فيلم معروض للإيجار أو الشراء مع دمج موقعي "فيس بوك" "Facebook"، "تويتر" "Twitter" إليه.

- **الفيديو عند الطلب "VOD":** أو "Video on demand" و هو نظام للمستخدمين بتحديد و مشاهدة محتوى الفيديو الذي يختارونه على أجهزة الكمبيوتر أو الهاتف أو الأجهزة الرقمية الأخرى الخاص بهم، حيث يعتبر الفيديو حسب الطلب "VOD" أحد الميزات الديناميكية التي توفرها الأنترنيت "Internet" للمستخدمين بتوفير قائمة بمقاطع الفيديو المتاحة للاختيار من بينها، و يتم نقل بيانات الفيديو عن طريق بروتوكول البث "Protocol Tv" .. و يعتبر "يوتيوب" "Youtube" أهم و أكبر المواقع المتخصصة في بث الفيديو و المقاطع و الأفلام على غرار منصات التواصل

الاجتماعي الأخرى، لتصبح هذه المواد السمعية البصرية في متناول المستخدمين إنطلاقاً من شعار "Broadcast your Self" أو مثل و عبر عن نفسك من خلال كذلك صناعة المحتوى للمؤثرين "Influenceurs" و صناعة المحتوى السمعي البصري.. كما نجد إستخدامات "VOD" أيضاً فيما يتعلق بال "Videoconferencing" أو ما يسمى بتقنية التحاضر عن بعد الذي يكون كذلك بواسطة البث المتواصل "Streaming" أي بث الفيديو بواسطة الوسائط المتعددة.

- **التجهيزات الرقمية: (IPTV)** و نقصد بها أجهزة العرض التي تعتمد على الأنترنت لنقل مختلف المواد السمعية البصرية (سواء البث بواسطة "VOD" أو البث المتواصل "Streaming") على أجهزة العرض الخاصة بالمستخدم الأنترنيتي كسيرفر (IPTV) و هي إختصار لكلمة Internet Protocol Télévision بحيث تعتمد على سيرفرات للوصول الى هذه القنوات و تشغيلها تزامناً مع البث الحي للقنوات الأصلية عن طريق الأنترنت و دون الإعتماد على كابلات "Câbles" أو الأجهزة الهوائية و غيرها.. كما أنها (IPTV) تدعم تقنية الفيديو حسب الطلب "VOD" و تتوفر على شكل أجهزة رقمية منفصلة و نجدها على شكل تطبيقات "web app" في نظام الأندرويد و أجهزة العرض الخاصة بهذا النظام.

الخاتمة:

إن سينما الأنترنت قد فتحت آفاق جديدة فيما يخص إنتشار الفن السابع في العالم كوسيلة تأثيرية فنية و ثقافية بالغة الأهمية من جهة، و كذا إكتشاف مواهب شبانية جديدة من جهة أخرى؛ فالיום يعد مصطلح "سينما الأنترنت" " Web-cinema " أقوى مصطلح و

أكثر تعبيراً عن التفاعلية "interaction" و المشاهدة، كما أنه لا يقصد به مجرد تلقي الأفلام السينمائية على أجهزة الإتصال الإلكترونية الجديدة بل يقصد به كذلك مجال صناعة السينما بعد ذاته، و ذلك من خلال تصوير الأفلام القصيرة عامة و بصفة خاصة ما يطلق عليه الواب دوك "Web-DOC" أو الفيلم الوثائقي عبر الأنترنت، و سينما الفيديو عبر اليوتيوب "Ciné-youtube" و صناعة المحتوى عبر أجهزة الهاتف و اللوحات المحمولة و بشروط فنية و تقنية دقيقة جدا تجعلها خاضعة للتصنيف كذلك كأفلام سينمائية، فشككت حافزا للشباب هواة الفن السينمائي خاصة ممن تعرضوا لمختلف الصعوبات المادية و التمويلية لأفلامهم؛ فشككت عنصر جذب و متنفسا لهم من جهة، و إختبارا لمواهبهم و قدراتهم الفنية و عرضها خصوصا و أنهم يستغلون مختلف المزايا التقنية الجديدة التي تتميز بها أجهزة المحمول و التقنيات التي لها علاقة مباشرة بها؛ من خلال وسائط التصوير الرقمية التي تجاوزت في تطيرها لمختلف المساحات و الأماكن والفضاءات الفيلمية حتى آلات و كاميرات التصوير العادية مثل تقنية الدرون "Drone" و في ظل الوعي بأن الواب سينما "Web-cinema" سينما العصر أو سينما المستقبل؛ أصبحت تنظم اليوم عديد التظاهرات و المهرجانات و الدورات التكوينية لفائدة الجميع و المهتمين منهم بالخصوص، فمثلا نذكر مهرجان سينما الموبايل أو الهاتف "Mobile cinema" الذي أصبح ينظم في الكثير من البلدان حول العالم سواءً عن بعد "From a distance" عبر الأنترنت و وسائط التحاضر، أو حضوريا لا يختلف كثيرا عن المهرجانات المألوفة في أشكال التنظيم و التأطير، أما دورات التكوين فمثلا نجد دورات معنونة ب: "تقنيات التصوير الإحترافي بإستخدام الهاتف المحمول"، و أخرى "كيف أحترف التصوير بالهاتف" .. و غيرها؛ فهي تغزوا مختلف الأماكن العمومية و الخاصة، نجدها في المقاهي و الشوارع و المكتبات و الكليات الجامعية و الشبانية و دور الثقافة؛ لدليل قاطع على تعايش الجميع المعاصر (على غرار المهتمين) مع سينما المستقبل.

الهوامش:

"الواب سينما".. أو سينما الأنترنت

دراسة نظرية لخصائص المادة السمعية البصرية السينمائية عبر الأنترنت

وأثرها على المشاهد (الأنترنيتي)

- 1- محمود ابراقن، هذه هي السينما الحققة، بنغازي، ص22.
- 2- أحمد صالح، الأنترنت و المعلومات بين الأغنياء و الفقراء، مركز البحوث العربية و الإفريقية، سلسلة كراسات، 2001، ص6.
- 3- نفس المرجع، ص9.
- 4-Olivier Andrieu, Denis Lafont, Internet et L'entreprise, Edition EYROLLES, Paris, 1995, pp 30-31.
- 5- بوب نورتون، كاثي سميث، ت : مركز التعريب و البرمجة، التجارة على الأنترنت، الدار العربية للعلوم، بيروت، لبنان، ط1 1997، ص 65.
- 6- بخيت السيد، الأنترنت كوسيلة إتصال جديدة: الجوانب الإعلامية و الصحفية و التعليمية و القانونية و الأخلاقية، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2010 ص 17.
- 7- نفس المرجع، ص 17-18.
- 8- أحمد جوهر أحمد، الإعلام الإلكتروني: واقع و آفاق، دار الفكر للنشر، مصر، ط1، 2004، ص 43-44.
- 9- زياد القاضي، علي فاروق، محمود سالم.. و آخرون، مقدمة الى الأنترنت، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، ط1، 2000، ص16.
- 10- نفس المرجع، ص16.
- 11- بوب نورتون، م س ذ، ص37.
- 12 - شينا كآيرس، أريك آسبلوند، نيل بورن.. و آخرون، وسائل التواصل الإجتماعي: دليل علمي للهيئات المعنية بالإدارة الإنتخابية، ت: شركة بانغلوس، المؤسسة الدولية للديمقراطية و الإنتخابات، 2015، ص 11.
- 13- ينظر: نفس المرجع، ص11.
- 14 - مركز الشباب العربي، Why5research، الإعلام الجديد، الكونغرس العالمي للإعلام، أبو ظبي الإمارات العربية المتحدة، نوفمبر 2022، ص 12.

- 15 - نفس المرجع، ص 12.
- 16 - مركز الشباب العربي، م س ذ، ص 53-61.
- 17- عمرو محمد محمود عبد الحميد، دوافع المشاهدة المفرطة للمحتوى الدرامي بمنصات البث الرقمي و تأثيرها على المستخدمين، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة و التلفزيون، مصر، العدد 18، ديسمبر 2019، ص 350.
- 18- نفس المرجع، ص 354.
- 19 - نفس المرجع، ص 327-328.