

فيسبوك سينضم لصناع المحتوى المرئي، كيف سيؤثر على التلفاز؟

كتبه مناف قومان | 28 يوليو، 2017



هل سيندثر التلفاز بعد فترة من الزمن بسبب انتشار التقنية الحديثة و"السوشال ميديا" ومحاكرتها لخدمات التلفاز! بالأخص أن هناك شركات عملاقة مثل نيتفلكس ويوتيوب وسناب شات تنافس في مجال صناعة المحتوى ضيقت على القنوات التلفزيونية وسلبت كثيرًا من المعلنين!. والجديد في هذا الموضوع هو عزم شركة فيسبوك إطلاق خدمة جديدة لجمهورها والمستثمرين في الأسابيع القليلة القادمة، إذ أعلنت أنها ستطلق خدمتها التلفزيونية في منتصف شهر آب/أغسطس المقبل.

فيسبوك تلفاز

نقلت [مصادر إعلامية](#) في الأمس أن شركة فيسبوك طلبت من شركائها تقديم الحلقات الأولى من عروضهم التلفزيونية، كما قامت الشركة بتمويل عروض أخرى مكلفة على نمط العروض التلفزيونية سوف تُذاع على موقعها في وقت لاحق. استغرق الأمر من فيسبوك لإطلاق هذه الخدمة أكثر مما توقعت إذ كانت تتوقع أن تطلق هذه الخدمة قبل شهر من الآن، ولكن الأمر استغرق أطول مما هو متوقع.

يُشار أن شركة فيسبوك تفكر في هذه الخدمة منذ 6 أشهر وأن هناك قنوات تلفزيونية تجهزت لإطلاق خدماتها عبر فيسبوك كنوع من اللحاق بركب التقنية والتطور. وبشكل عملي بدأت فيسبوك إطلاق خدمة فيديو خاصة بها في شهر أيار/مايو الماضي، حينما أفادت وكالة رويترز بأن الشركة وقعت صفقات مع عدد من شركات صناعة الأخبار والترفيه لصناعة عروض خاصة بخدمة فيديو، والتي ستحتوي فيديوهات طويلة وأخرى قصيرة مع فواصل إعلانية.

يعد التلفاز ذو رسالة أحادية الاتجاه تفتقر للتفاعل ويوصف المشاهد بأنه خامل وأن وسيلة الإعلام تكون وصية على جمهور المشاهدين على عكس وسائل التواصل الاجتماعي

وكان مارك زوكربيرغ الرئيس التنفيذي لفيسبوك، صرح للمستثمرين في شهر أيار/مايو الماضي، بأن الشركة تتطلع إلى الدخول في خط "المحتوى الرئيسي" الذي سوف يجذب انتباه الناس إلى تبويب الفيديو على تطبيق فيسبوك. وكانت فيسبوك قالت في شهر كانون الأول/ديسمبر الماضي إنها سوف تشتري محتوى أصلياً لخدمة الفيديو خاصتها.

ومن المقرر أن يتم إطلاق الخدمة في أيقونة منفصلة عن صفحة "آخر الأخبار"، في الصفحة الرئيسية لفيسبوك، ويُتوقع أن تسهم هذه الخدمة في جذب فيسبوك لـ 70 مليار دولار من عائدات سوق الإعلان التلفزيوني.



ستكون هذه الخدمة متوفرة لجميع مشتري فيسبوك المقدر عددهم بنحو ملياري مستخدم، وسيوفر لجمهور الفيسبوك خليطًا من المحتوى محدد السيناريو أو المعد من قبل المستخدمين. وستنافس هذه الخدمة ما تقدمه يوتيوب من قنوات التلفزيون المختلفة، إلا أنها لن تنافس خدمات الفيديو حسب الطلب، مثل “تفليكس”، و”شو تايم” و”إتش بي أو”.

نتفلكس ومثيلاتها هي خدمات مشاهدة حسب الطلب من برامج ومسلسلات وأفلام متنوعة، أي أنه بالإمكان اختيار الفيلم أو المسلسل الذي تود مشاهدته ويعرض بجودة فائقة بدون إعلانات تجارية، ويتم شراء هذه الخدمة عبر اشتراكات سنوية. وتسيطر شركة نيتفلكس على أكبر نسبة من إجمالي المحتوى المتدفق في الانترنت حيث تبلغ نسبتها قرابة 46% من إجمالي المحتوى.

منافسة محتدمة

تهدف شركة فيسبوك من هذه الخطوة لزيادة عدد مستخدميها وزيادة إيراداتها المالية عبر سحب المزيد من المعلنين من قنوات التلفزيون العادية، ويوتيوب وكل من جهة تقوم بصناعة المحتوى. وقد عرفت يوتيوب بصناعة المحتوى في السوق بشكل رئيسي، حيث تقدمها عبر “يوتيوب ريد” وهناك ميزة “استكشف” المقدمة من قبل سناب شات.

شركة فيسبوك مستعدة للالتزام بميزانيات إنتاج تصل إلى 3 ملايين دولار لكل حلقة.

تخطط الشركة لإطلاق نوعين من فيديوهات الترفيه: بحيث يضم الأول مقاطع طويلة ملكا لها بحيث تتضمن سيناريو محدد تستمر بين 20 - 30 دقيقة، وستدفع على هذه العروض بحسب رويترز 250 ألف دولار أما النوع الثاني فسيتضمن مقاطع أقصر تستمر بين 5 - 10 دقائق وتأتي مع سيناريو أو بدون، ولن تكون ملكًا لها، بحيث ستدفع بين 10 آلاف و 35 ألف دولار لكل عرض بحيث تعطي لصناع المحتوى ما نسبته 55% من عائدات الإعلانات.

وكانت الشركة وفرت خدمة الفيديو المباشر من عدد من شركات الأخبار والترفيه التي تحظى بمتابعة واسعة من قبل الأجيال الشابة مثل vox و buzzfeed وغيرها، بالإضافة إلى مستخدمي شبكتها الاجتماعية. وقد بدأت فيسبوك باختبار الأمر مع الفيديوهات الرياضية المباشرة خلال الأشهر القليلة الماضية.



كما أجرت فيسبوك محادثات في حزيران/يونيو الماضي مع استوديوهات هوليوود بشأن إنتاج برامج فيديو ذات سيناريو مكتوب بجودة تلفزيونية بهدف إطلاق برامج أصلية على شبكتها الاجتماعية بحلول نهاية الصيف، وذكرت صحيفة وول ستريت جورنال أنها مستعدة للالتزام بميزانيات إنتاج تصل إلى 3 ملايين دولار لكل حلقة.

تخطط شركة فيسبوك لإطلاق نوعين من فيديوهات الترفيه بحيث يضم الأول مقاطع طويلة ملكا لها بحيث تتضمن سيناريو محدد تستمر بين 20 - 30 دقيقة والآخر قصير من 5 - 10 دقائق.

جميع ما سبق يضعنا أمام حقيقة واحدة هي مزيد من المنافسة على خدمات التلفزيون التقليدي، الذي يعد أن رسالته أحادية الاتجاه حيث تفتقر للتفاعل ويوصف المشاهد بأنه خامل وأن وسيلة الإعلام تكون وصية على جمهور المشاهدين، في حين على النقيض من كل هذا في حالة وسائل التواصل الاجتماعي.

ومع ذلك فإن التلفاز شهد تطورًا ملحوظًا خلال الأعوام الماضية، فمع كل سنة هناك المزيد من الزايات تضاف لشاشة التلفاز وتلحق القنوات التلفزيونية بكل جديد ولا تزال تحظى بشعبية جيدة، كما أن شاشة التلفاز لها دور بارز في تجميع العائلة على عكس وسائل التواصل والخدمات المقدمة فيها. وأخيرًا فإن جميع ما يحصل في وسائل التواصل يعد تطوير وإضافات للتلفاز وما على القنوات التلفزيونية إلا مواكبة تلك التطورات وليس إغلاق القناة بذريعة أن التلفاز سيندثر.

