

## الفيديو عبر الإنترنت دور الفيديوهات القصيرة والطويلة في تشكيل المشهد الإعلامي .

### مقدمة:

يشهد العالم في العقدين الأخيرين ثورة غير مسبوقة في أنماط إنتاج المحتوى وتداوله، حيث أصبح الفيديو عبر الإنترنت أحد أكثر الوسائط تأثيراً في تشكيل الوعي الجماهيري. لقد تحول الفيديو من مجرد شكل ترفيهي إلى لغة تواصلية شاملة توظفها المؤسسات الإعلامية والأفراد على حد سواء لتكوين رأي عام جديد، وإعادة توزيع رأس المال الرمزي في الحقل الإعلامي.

تأتي أهمية هذه الورقة من كونها تسعى إلى تفكيك العلاقة بين شكل الفيديو (قصيراً أو طويلاً) ووظائفه الاتصالية ضمن بيئة رقمية يحكمها منطق الخوارزميات والتفاعل اللحظي، في ضوء التحولات الكبرى التي تعرفها الثقافة البصرية المعاصرة.

تتناول هذه المحاضرة التحول البنيوي الذي أحدثه الفيديو عبر الإنترنت في بيئة الاتصال والإعلام الرقمي المعاصر، من خلال تحليل أنماط الفيديو القصير والطويل بوصفهما شكلين مهيمنين في المشهد البصري الجديد. تسعى الدراسة إلى استكشاف الأسس المفاهيمية التي تفسر تصاعد مكانة الفيديو كوسيط اتصالي مركزي، وتناقش في الوقت ذاته انعكاساته الاجتماعية والثقافية والمهنية. تعتمد الورقة مقارنة نقدية تجمع بين التحليل النظري والتطبيقي، لتبين كيف أعاد الفيديو عبر الإنترنت تشكيل المجال الإعلامي عبر آليات الإنتاج، التلقي، واقتصاد الانتباه.

### 1- مدخل عام

قبل الحديث عن التدوين المرئي يجب أن نشير إلى التدوين الإلكتروني والذي كان يقوم على التدوين النصي كنشاط أساسي لدى المستخدم، وجب أن نستذكر بعض الممارسات الاتصالية الرقمية على الإنترنت التي كانت بمثابة البداية لمسألة التدوين النصي والمتمثلة في كتابة المذكرات اليومية Online Diaries، حيث ظهرت هذه الممارسات الاتصالية على الويب في منتصف التسعينات أي كان الأفراد يدونون يومياتهم وما يحدث فيها كنوع من مشاركة المعيش اليومي والأحداث اليومية مع باقي الأفراد المستخدمين للإنترنت.

ويعود تاريخ إنشاء اليوميات عبر الإنترنت Online Diary إلى عام 1995م، حيث كانت تتميز بميزتين أساسيتين تميزان إنشاء هذه المواقع:

أولاً، يتملك المستخدمون المذكرات الموجودة على الإنترنت للتفكير ووصف أحداث معينة في حياتهم العادية والتأمل فيها. وبالنسبة لممارسيها، أتاحت كتابة المذكرات عبر الإنترنت ما يسميه Bogaert و Lejeune (2006) طريقة لممارسة الحياة.

ثانياً، ينتقل المستخدمون إلى كتابة المذكرات عبر الإنترنت كوسيلة للتأمل. وهكذا أتاحت الأحداث اليومية فرصة لاستكشاف ما يشير إليه المستخدمون باستمرار على أنه "داخلهم أو عالمهم الداخلي". (Ignacio Siles, 2012, p412) ،

إذن فكرة التدوين عن الحياة اليومية والمعيش اليومي لم تبدأ مع التدوين المرئي بل كانت النشاط الأساسي لممارسي كتابة المذكرات منذ منتصف التسعينات.

تميّز النصف الثاني من التسعينيات بالإثارة بشأن الإمكانيات التجارية للإنترنت في الولايات المتحدة. وفي هذا السياق، قامت مجموعة من مستخدمي الإنترنت، الذين كان العديد منهم منخرط في مجالات التكنولوجيا وتطوير الإنترنت، بإنشاء نوع فريد من مواقع الويب لتصفية محتوى الويب الأكثر إثارة للاهتمام، بدلاً من عرض الأحداث الدنيوية للحياة اليومية أو الأفكار حول حياتهم الشخصية. أشار المستخدمون الأوائل إلى مواقع الويب هذه باسم: "مدونات الويب Weblogs" (أو ببساطة "المدونات-Blogs" بعد عام 1999)، وعرفوها في المقام الأول على أنها: "قوائم يتم تحديثها بشكل متكرر من الروابط التشعبية Hyper-links حول القضايا المتعلقة في الغالب بالتكنولوجيا والإنترنت وتصميم الويب". (Ignacio Siles, 2012, p-p414-415)، في هذه المرحلة بالذات أراد المؤسسون والمستخدمون الأوائل للمدونات نقلها من فكرة التدوين عن الحياة اليومية إلى التدوين عن القضايا التكنولوجية والإنترنت لكن هذا المنطلق لم يلبث طويلاً حيث يتحكم المستخدمون فيما يرونه مناسباً لاهتماماتهم من خلال التدوين.

وفي هذا السياق، تُعرّف المدونة Blog على أنها: "موقع ويب يحفظ فيه الفرد بصفة منتظمة مداخل التعليقات ووصف الأحداث أو غيرها من المواد كالغرافيك أو الفيديو، وتُعرض المداخل عادة بترتيب زمني تسلسلي عكسي (Reverse Chronological Order). ويقدم العديد من المدونين تعليقات أو أخباراً عن موضوع محدد، والبعض منهم يستخدمها كمفكرة شخصية يومية الكترونية" (بن عمار، 2016، ص 86)، ما يمكن تمييزه هو أن المدونات هي الشكل المتطور تقنياً لكتابة المذكرات اليومية.

تقليدياً، يعد التدوين نشاطاً نصياً، وهو محدود لأن النص ليس سوى جانباً واحداً من المهارات المتنوعة اللازمة لفهم وإدارة الجوانب المختلفة للاتصالات الحديثة في السنوات الأخيرة، حيث زادت كمية الوسائط الرقمية المتعددة الموزعة عبر الويب بشكل كبير لأنه يمكن لأي شخص تقريباً متابعة خط إنتاج محتوى الوسائط المتعددة الرقمية. ونتيجة لذلك، ظهرت تدريجياً العديد من أنواع المدونات المختلفة، مثل Artlog أي شكل من أشكال مشاركة الفن والنشر في شكل مدونة، مدونة الصور أي مدونة تحتوي على صور، Sketchblog أي مدونة تحتوي على مجموعة من الرسومات التخطيطية، وعلى وجه الخصوص المدونات الصوتية (أو البودكاست-Podcast) ومدونة الفيديو (Vlog للاختصار). وهي تختلف ليس فقط في نوع المحتوى، ولكن أيضاً في طريقة تقديم المحتوى أو كتابته. (W.Gao et al, 2010, p15.4)

أصبحت -مدونات الفيديو Vlogs- في الآونة الأخيرة النمط الأكثر شهرةً وتداولاً وانتاجاً من المدونات النصية بين أفراد مجتمع الويب خاصة وأنها لم تبقى مرتبطة تقنياً بمواقع الويب -للتدوين النصي- كحامل تقليدي بل انتقلت إلى تطبيقات ومنصات الشبكات الاجتماعية التي أصبحت بفضل تطور الويب 2.0 تساعد على التدوين المرئي بشكل أسهل وأسرع كموقع يوتيوب والذي يعتبر اليوم من أشهر مواقع مشاركة ملفات الفيديو. وبخصوص مقاطع الفيديو المنشورة على موقع يوتيوب، يتم نشر ما بين 150.000 إلى أكثر من 200.000 مقطع فيديو يومياً، كان عدد مدونات الفيديو 617 فقط في يناير 2005 و8739 في يناير 2006، ولكنه وصل إلى 20193 في يناير 2007. بفضل انتشار الكاميرات الرقمية

والهواتف المحمولة والتوافر شبه الشامل لاتصالات شبكة النطاق العريض، ارتفعت مدونات الفيديو إلى مستوى غير مسبوق، واكتسبت قدرًا كبيرًا من الاهتمام في جميع أنحاء العالم. (W.Gao et al, 2010, p15.4)

هناك عدد كبير من أنماط مدونات الفيديو والأذواق والتفضيلات استنادًا إلى موضوعات مثل: الألعاب أو السياسة أو الجمال أو الموضة أو الطبخ أو الأسرة أو مدونات الفيديو "لنمط الحياة" الأكثر عمومية، وغالبًا ما يتم إنتاجها في منزل مدون الفيديو الخاص، أو في مجموعة تشبهه. إنه من أعراض التغيرات الأكثر انتشارًا في ثقافة الوسائط السمعية والبصرية التي أحدثها تلفزيون الواقع من خلال العالمي لفيلم 2001 (Big Brother) و"غرفة اليوميات" المباشرة أمام الكاميرا، تغيرت المعايير الثقافية التي تحدد الحدود بين الحياة الخاصة والعامة إلى حد أنه الآن، على سبيل المثال، ورد أن مدونة الفيديو Rosie Spaighton تخطط لبث مباشر لميلاد طفلها عبر الإنترنت. (Arthus et al, 2018, p9)

أوضحت دراسة لانج Lange's (2019) الاثنوجرافية أنه بالنسبة لبعض المشاركين، يعمل يوتيوب كموقع للتواصل الاجتماعي حيث يشعر الأفراد بالارتباط من خلال مشاركة الأنشطة الدنيوية، التي تمثل التجارب الحياتية والديناميكيات الشخصية للممارسات الثقافية اليومية. يشجعنا تركيزها على التأثير الثقافي لموقع YouTube ضمن إطار الأنثروبولوجيا على التفكير في تفاعل الأشخاص العميق مع التكنولوجيا لتعميق مجتمعهم الاجتماعي وإنشاء "إحساس مشترك بالتاريخ" باستخدام العناصر الزمنية العامة داخل YouTube كمفهوم. وهذا يدل على أن موقع YouTube يتجاوز كونه شبكة معلوماتية ويصبح موردًا للتواصل بين الأشخاص مما يخلق ثقافة تشاركية (Hulya Misir, 2023, p19-20). حيث تعمل مدونات الفيديو على خلق الوعي حول التنوع الثقافي والعادات والتقاليد في مختلف البلدان، الأمر الذي لاقى ترحيبًا حارًا من قبل المشاهدين الفضوليين. يزدهر هذا المحتوى الآن ويُنظر إليه بشكل طبيعي جدًا في بيئة YouTube.

(Mironova, 2016, p8)

يمكننا ادراك ما يتم نشره على يوتيوب من محتوى متعلق بالمعيش اليومي والحياة اليومية أن تفاصيل هذه الممارسات الاتصالية تختلف من مجتمع لآخر ومن دولة إلى أخرى، حيث يبرز داخل محتوى كل فيديو تدويني Vlog ثقافة مجتمع ما ينتمي إليها هذا المدون، خاصة في المحتويات المتعلقة بالأنماط الحياتية التي تستعرض بعض الممارسات الثقافية المادية وغير المادية، ومن خلال التفاعل الذي يحدث بين صناعات المحتوى التدويني والجمهور المتابع لهم يتم من جهة استكشاف الثقافات الغربية والعربية أيضا ويتم أيضا تناقل هذه الثقافات من الجماعات الثقافية المانحة إلى الجماعات الثقافية المستهلكة أو قد يتم ذلك بطريقة متكافئة بين المجموعتين الثقافيتين، حيث نجد في العديد من الأحيان إعادة استنساخ لنفس المحتوى التدويني الغربي من الجانب التقني-الشكلي فقط، ونقل بعض الأفكار المتعلقة بطريقة اللباس، الأكل، الطبخ، الديكور، النمط المعيشي... الخ، هذا ما جعل محتوى التدوين المرئي اليوم بمثابة أداة اتصال بين-ثقافية من جهة وأداة تواقف من جهة أخرى تُفصل فيها في العناصر القادمة.

في هذا الإطار، يرى الباحث شريطي فوزي أن الفعل الثقافي يتشكل في وسيط المدونات الالكترونية وفق نموذجين مهمين:

الأول يبدو جليا من خلال الحركية التي تشهدها المجتمعات التدوينية في سعيها نحو تشخيص الواقع الثقافي وإبراز نقاط ضعفه ومحاولة إيجاد مخارج وحلول للأزمة التي يعاني منها كل من الثقافة والمثقف في المجتمع، حيث يمكننا اعتبار كل تلك الأنشطة من إدراجات وتعليقات وروابط إضافة إلى الشبكات والمجتمعات التي يقيمها المدونون مع بعضهم البعض حول مواضيع وقضايا ثقافية معينة شكلا من أشكال التعبير عن الفعل الثقافي الذي يحاول كل طرف فيه تغيير الوضع الثقافي القائم والذي لم يلب في الكثير من الأحيان احتياجات ومتطلبات الحياة الثقافية في المجتمع.

أما الشكل الثاني، فهو أكثر دلالة من الأول، حيث تعتبر المدونات فضاء افتراضيا إضافيا يزيد من حجم وفعالية عمليات الفعل الثقافي التي يمارسها الأفراد في المجتمع من خلال ما تتضمنه من محتويات ثقافية تعبر عن حجم التنوع الثقافي وأشكال التعبير في ثقافة معينة، أي أن المواد الثقافية التي يضيفها المدونون إلى المساحات المتاحة لهم على صفحات المدونات الالكترونية، هي من قبيل الفعل الثقافي الذي لا يختلف عن ما هو مائل في الواقع الحقيقي من خلال الأنشطة الثقافية التي تخص عنصرا معينا من عناصر الثقافة أو شكلا من أشكال التعبير عنها. (شريطي، 2015، ص206)

## 2- مقارنة معرفية:

- الفيديو كتحول في ثقافة الوسائط: يمثل الفيديو عبر الإنترنت تطورا في مسار التحول من النص إلى الصورة في الاتصال الجماهيري. فوفقا لمنظورات الثقافة البصرية (Visual Culture) والمجتمع المتفرد (Debord, 1967)، لم تعد الصورة مجرد أداة للتمثيل، بل أصبحت وسيلة لبناء الواقع ذاته. يشير (Nicholas Mirzoeff 1999) إلى أن المشاهدة لم تعد فعلا سلبيا، بل ممارسة ثقافية إنتاجية تشارك في صياغة المعنى.
- اقتصاد الانتباه والمنصات الرقمية: يُعد مفهوم اقتصاد الانتباه (Attention Economy) الذي صاغه (Davenport & Beck 2001) إطارا تحليليا لفهم التنافس بين المحتويات البصرية على جذب انتباه المستخدمين. في هذا الاقتصاد، تُقاس القيمة بالقدرة على تحفيز المشاهدة والاستمرار في التفاعل، ما جعل الفيديو القصير صيغة مثالية لإدارة الزمن المعرفي للمستخدم.
- من الثقافة الجماهيرية إلى الثقافة الشبكية: يرتبط صعود الفيديو عبر الإنترنت بتحول أعمق في بنية الثقافة الإعلامية نحو ما يسميه (Manuel Castells 2009) المجتمع الشبكي، حيث تنتج المعاني من خلال الترابط التفاعلي بين المستخدمين والمنصات. وتمثل قوة الفيديو في قدرته على تجسيد هذا الترابط من خلال الجمع بين البث الذاتي والمشاهدة الجماعية.

## 3- الفيديو القصير...

## ➤ الخصائص الشكلية والاتصالية

- يتميز الفيديو القصير كما في TikTok و Instagram Reels و YouTube Shorts بسرعة الإيقاع والاقتصاد في السرد، حيث لا يتجاوز عادة دقيقة واحدة. هذه السرعة تعبر عن روح الثقافة الرقمية القائمة على الاستهلاك الفوري والمتعة السريعة. تعتمد مقاطع الفيديو القصيرة على التلاعب بالإيقاع والموسيقى والمؤثرات البصرية لخلق تجربة حسية مكثفة.

- البعد الاتصالي والاجتماعي: يمنح الفيديو القصير المستخدم سلطة أكبر في إنتاج المعنى عبر آليات التحدي، والتقليد، وإعادة التوظيف. (remix culture) ووفقاً لـ Henry Jenkins (2006) فإن هذا النمط من التفاعل يعكس ثقافة المشاركة (Participatory Culture) التي تتحدى هرمية الإعلام التقليدي. غير أن هذه المشاركة تخضع في كثير من الأحيان لشروط المنصة وخوارزمياتها التي تتحكم في الظهور والانتشار.

- التأثير في الممارسات الإعلامية: غير الفيديو القصير منطق التحرير والإنتاج في المؤسسات الإعلامية، إذ أصبح الصحفي مطالباً بتكثيف المعلومة ضمن إيقاع بصري جذاب. وقد أدت هذه التحولات إلى بروز ما يسمى بـ/الصحافة البصرية القصيرة التي تزوج بين الترفيه والإخبار.

- نموذج TikTok والمسرحة اليومية للحياة: أعادت منصة TikTok تعريف العلاقة بين المستخدم والوسيط من خلال جعل كل لحظة قابلة للأداء. يتحول المستخدم إلى ممثل وناشر في آن واحد، ويصبح الانتشار مقياس القيمة الرمزية. هذا الشكل من التدوين البصري أعاد إنتاج الثقافة الشعبية عبر خطاب عابر للحدود.

4- الفيديو الطويل... أسلوب سردي رقمي: يمثل الفيديو الطويل – كما في منصات YouTube أو البودكاست المصور – شكلاً من أشكال السرد المطول الذي يتيح تحليلاً أعمق للموضوعات. يعتمد هذا النمط على بناء علاقة أكثر استدامة مع الجمهور من خلال الطابع الحوارية والتوثيقية. كما يتيح الفيديو الطويل للفاعلين الإعلاميين بناء صورة مهنية أو فكرية مستقرة. فوفقاً لـ Bourdieu (1993)، يتحقق رأس المال الرمزي من خلال التراكم الزمني للمحتوى، وهو ما يفسر تفضيل صناعات المحتوى الجادين لهذا الشكل. وتستخدم المنصات مثل YouTube خوارزميات تفضّل مدة المشاهدة الطويلة (Watch Time)، ما يشجع على إنتاج محتوى عميق. ومع ذلك، يواجه الفيديو الطويل منافسة شرسة من الأنماط القصيرة التي تسيطر على السلوك الاستهلاكي للمستخدمين.

- نموذج YouTube الذاكرة البصرية والتحليل الطويل يُعد YouTube الفضاء المركزي للفيديو الطويل، حيث تمتاز الأنماط التعليمية والتحليلية والترفيهية. وقد ساهم في بروز جيل جديد من صناعات المحتوى المستقلين الذين ينافسون المؤسسات الإعلامية الكبرى، مما أعاد رسم خريطة السلطة في الحقل السمعي البصري.

## 5- المقارنة بين النمطين ودلالاتهما الثقافية

البعد	الفيديو القصير	الفيديو الطويل
الزمن	لحظي وسريع	ممتد وتحليلي
الوظيفة	جذب الانتباه والتفاعل	بناء العمق والمصدقية
السياق الاجتماعي	ثقافة المشاركة والانتشار	ثقافة التخصص والهوية المهنية
الاقتصاد	اقتصاد الانتباه اللحظي	اقتصاد الثقة والاستمرارية
الأثر الثقافي	تعزيز الثقافة الاستهلاكية السريعة	ترسيخ المعرفة البصرية التحليلية

يتضح من المقارنة أن كلاً من النمطين يلعب دوراً مكماً في المشهد الإعلامي الرقمي؛ فبينما يحقق الفيديو القصير الانتشار الفوري، يرسخ الفيديو الطويل الاستدامة المعرفية والمهنية.

## 6- التحولات المهنية والأخلاقية

أدى انتشار الفيديو عبر الإنترنت إلى إعادة تعريف مفهوم الصحفي والمبدع الإعلامي. فقد أصبح المضمون السمعي البصري يُنتج ويُستهلك ضمن منطق خوارزمي يحدّد ما يظهر وما يُنسى. يثير هذا التحول إشكالات أخلاقية تتعلق بسطحية المعالجة، وانتهاك الخصوصية، وتحوّل المستخدمين إلى سلعة بيانات ضمن اقتصاد المنصات.

## الخاتمة

تكشف الورقة أن الفيديو عبر الإنترنت، سواء القصير أو الطويل، ليس مجرد وسيط تقني، بل هو تجسيد لتحوّل أعمق في الثقافة الإعلامية نحو التفاعلية، والمشهدية، والاقتصاد الرمزي القائم على الانتباه. فبينما يعبر الفيديو القصير عن روح الزمن المتسارع وثقافة المشاركة الفورية، يجسد الفيديو الطويل رغبة في العمق والتحليل والهوية المستقلة. إن فهم هذا التوازن بين الإيجاز والامتداد، بين السطح والعمق، ضروري لتحليل المشهد الإعلامي الرقمي الذي يزداد تعقيداً يوماً بعد يوم.