

## القناة الملكية على الـ (يوتيوب) تذيع مراسم عرس الأمير ويليام مباشرة



ستشمل موكب الزفاف ومراسم الزفاف في كنيسة وستمنستر وقبلة الشرقية. وأشار الموقع إلى أنه سيتم إعادة بث لقطات من الحدث بعد انتهاء الزفاف مباشرة، كما أنها ستكون متاحة بالكامل ليتم عرضها على الموقع.

من ناحية أخرى فإن الأسرة المالكة ستقوم بإرسال التدوينات المصغرة عبر موقع (تويتر) على مدار اليوم، كما ستقوم برفع الصور الخاصة بالزفاف على موقع (فليكر). وقد وصل عدد المشتركين بالقناة الملكية (Royal Channel) التي تأسست على موقع (يوتيوب) منذ عام 2007م - إلى 38.000 مشترك وتم تحميل ومشاهدة القناة أكثر من 10 مليون مرة.

لندن/متابعات: تستعد القناة الملكية على موقع (اليوتيوب) الشهير إلى بث مراسم الزفاف الملكي البريطاني على الهواء مباشرة. إذ يعتبر هذا هو أول عرس ملكي يتم إذاعته على موقع (اليوتيوب). وتقوم القناة حالياً ببث مقطع فيديو يدعو جميع المستخدمين للتخلي عن وسائل الإعلام التقليدية والانضمام للجماهير المتابعة عرس الأمير وليام وكيت ميدلتون على موقع اليوتيوب. ومن المقرر أن تبدأ التغطية في تمام الساعة العاشرة صباحاً بتوقيت المملكة المتحدة. ووعدت القناة الجماهير بأن تقوم ببث الأحداث فور وقوعها لحظة بلحظة. وقد صرح موقع اليوتيوب في تدوينة أن التغطية



إعداد / دنيا هاني

## كيف يمكن تمويل الفيديوهات القصيرة؟

الفيديوهات القصيرة، التي تنشر على موقع (يوتيوب) ويتداولها

الناس على مختلف الشبكات الاجتماعية والمواقع والموبايل، هي

المستقبل، خاصة إذا تم تنفيذها بجودة عالية من حيث المحتوى

والاحتراف والإنتاج، بل إن هذه الفيديوهات قد تمثل في الحقيقة

مستقبل التلفزيون القريب.

د. عمار بكار

الذي يظهر بشكل واضح ومباشر (في الفيديو الاعلاني) أو بشكل غير مباشر (في الفيديو سريع التداول). المشكلة الأساسية في هذه الفيديوهات أن الفكرة يجب أن تكون قوية في إبداعها وسحرها وذلك لأن منفذ الإعلان لن يستطيع خداع المعلن، ومدير التسويق لن يستطيع خداع مدير الشركة فالإرقام على (يوتيوب) لا يمكن التحكم فيها وهي تفضح بسرعة الناجح من الفاشل.

أيضا من جهة أخرى، لا يمكنك صنع ميزانيات الإعلان لبثها على كل قناة كما يحصل في حالة الإعلان التلفزيوني الكلاسيكي، وهذا التحدي قتل من سرعة نمو هذه الفيديوهات (على الرغم من تأثيرها الكبير) وأظهر للضوء نوعا جديدا من وكالات الإعلان الرقمي التي تركز على الأفكار الجديدة في هذا المجال، وتستطيع إقناع المعلنين بأخذ المغامرة. في الأسبوع الماضي كانت الصحف الأمريكية تتحدث عن إعلان على يوتيوب اسمه (how to hack video screens on times square) الذي يبدو فيه شخص يحكي كيفية اختراق شاشات الفيديو في الطرق العامة ووضع ما تريد عليها، ويقول إنه استطاع أن يحصل للفكرة بسبب أخذه حبة (NZT) التي تجعله رجلا لا حدود له. رغم أن الفيديو يبدو مقبعا فهو في الحقيقة مزيف والمعلومات غير صحيحة، لكن ما هو صحيح أن هناك فيلما سينمائيا سيظهر قريبا حول هذه الحبة تحت اسم (Limitless) وهذا الفيديو مجرد إعلان للفيلم.

وحقق الفيديو أكثر من 1.5 مليون زيارة خلال أربعة أيام فقط، وتم تداوله بشكل واسع على الإنترنت. هناك منصات النماذج الناجحة لمثل هذه الفيديوهات، لكن العامل المشترك للنجاح هو الإبداع فقط. هل ينقص "الشباب الجديد" الإبداع في فهم الإعلام الجديد؟ أبدا... ولذا أتوقع لهذا النوع من الإعلان النمو والنجاح، وأتوقع للشباب الجديد أن ينافسوا وكالات الإعلانات الكلاسيكية، وأتوقع أن يكون هذا أيضا عاملا من عوامل تحديد مستقبل الإعلام والتلفزيون.

نقلًا عن الاقتصادية السعودية

هذا هو ملخص مقالتي الذي ذكرت فيه عدداً من الأمثلة العالمية والمحلية لإنتاج مميز لا يختلف عن الإنتاج التلفزيوني إلا بكونه فيديو قصيرا يصلح لموقع (يوتيوب) إضافة إلى كونه عادة يحمل روحاً من الإبداع والجدية

والحيوية تجعل الإقبال عليه كبيرا. السؤال الذي يتبادر إلى الذهن حول هذا النوع الجديد من الإنتاج الإعلامي هو التمويل ومصادر الدخل التي تسمح بإيجاد ميزانيات كافية لمثل هذا الإنتاج، وهو سؤال مهم أيضا لأنه يحدد بالفعل إمكانية نمو هذا النوع من الإنتاج في المستقبل. ربما لا يخفى على الكثيرين أن ما يسمى النموذج التجاري (Business Model) يكاد يكون العامل الأكثر أهمية في دراسة جدوى أي فكرة جديدة، خاصة الأفكار ذات العلاقة بالإعلام الرقمي، والنموذج التجاري - كما هو معروف - هو مصادر الدخل المحتملة التي يتم تأسيسها ضمن الفكرة وتكون متناسبة مع قواعد السوق بشكل عام. موقع (يوتيوب) أدرك منذ البداية أهمية هذه القضية، وأنه ما لم يعالج هذه المشكلة، فإن إنتاج الفيديو القصير لن ينمو، ولن يحظى الموقع بمحتوى جذاب ومميز لذلك أسس الموقع

النموذج يحصل فيه صاحب الفيديو على نسبة جيدة من دخل الإعلانات التي تنشر على صفحة صاحب الفيديو (بما فيها إعلانات جوجل)، أو من دخل الإعلانات المرئية التي يتم بثها قبل مشاهدة الفيديو. هذا المصدر من الدخل ليس بالسهل ويحقق عادة للصفحات الناجحة ما لا يقل عن ألفي دولار شهريا إلى ما قد يصل في بعض الدول كأمريكا إلى 100 ألف دولار. لكن مشكلة هذا الأسلوب من التمويل أن دخله يأتي بعد إنتاج الفيديو، وفيه نسبة عالية من المخاطرة ويتطلب عقدا مع (يوتيوب) ولذلك ظهر نوع جديد من أساليب التمويل الاعلاني، الذي لاقي هوى كبيرا في الستينين الأخيرتين لدى المعلنين في أنحاء العالم، وصار أيضا حديثا متداوليا في أوساط الوكالات الاعلانية في العالم العربي. لقد وجد المعلنون بما لا يدع مجالا للتردد أن الفيديو الناجح على (يوتيوب) الذي يحقق مشاهدات تزيد على مليون مشاهدة، ثم يتداوله الجمهور على مختلف أنحاء شبكة الإنترنت والمواقع الاجتماعية مثل (فيسبوك) يمثل وسيلة إعلانية عظيمة التأثير على مستويات عدة. لهذا كله، ظهر ما يسمى الفيديو الاعلاني (Branded Video) أو الفيديو سريع التداول (Viral Video) وهي نماذج من الفيديوهات القصيرة الجذابة، التي تبدو وكأنها إنتاج شخصي لكنها في الحقيقة إنتاج ممول من المعلن،

عالم الإنترنت  
إغلاق خدمة (جوجل فيديو) نهائياً

سوريا/متابعات: أعلنت (جوجل) رسمياً أنها قررت إغلاق خدمة (جوجل) فيديو نهائياً في 29 أبريل الجاري، واصفة الخدمة بأنها من بين الخدمات الأقل شعبية التي يقدمها محرك البحث

المغلق. وقد أعلنت (جوجل) عن هذا القرار من خلال مراسلة المستخدمين عبر البريد الإلكتروني يوم الجمعة قائلة أنه سيتم إنهاء الخدمة بصفة نهائية ابتداء من 29 أبريل الجاري.

ولم تفاجئ هذه الخطوة العديد من المستخدمين، خاصة وأن الشركة قد منعت المستخدمين من رفع أي مقاطع فيديو جديدة قبل عامين.

تجدر الإشارة إلى أن (جوجل) قد أطلقت هذه الخدمة في البداية لمنافسة موقع اليوتيوب في مطلع عام 2005م.

ولكنها لم تستطع الصمود أمام قوة موقع (اليوتيوب) وتفوقه في سوق الفيديو على شبكة الإنترنت، ما دفع عملاق البحث (جوجل) للاستحواد على الموقع في عام 2006م مقابل 1.65 مليار دولار.



كما حثت (جوجل) المستخدمين على رفع المقاطع الخاصة بهم على موقع (اليوتيوب) الشهير - المملوك أيضا من قبل شركة (جوجل) - حيث يعتبر الموقع أكثر شهرة وشعبية مقارنة بخدمة

التي كانت تستخدمها

منذ إغلاقها

في عام 2005م

بعد استحواذ

(جوجل) على الموقع

في عام 2006م

بمبلغ 1.65

مليار دولار

مقابل

1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

في عام 2006م

مقابل 1.65 مليار دولار

## شقيقان أمريكيان يخسران دعوى ضد مؤسس (فيسبوك)



واشنطن/متابعات: خسرت شقيقان أمريكيان مؤخرا دعوى أقامها ضد مارك زوكربيرج الرئيس التنفيذي لشبكة التواصل الاجتماعي (فيسبوك) اتهمهما بسرقة فكرتهما حول إنشاء الموقع حين استخدماهما لبرمجة الموقع الذي كانا بصدد إنشائه.

وكان الشقيقان تاييلور وكامبرون وينكلفوس قد وافقا قبل ثلاث سنوات على تسوية في هذا الشأن بلغت قيمتها خمسة وستين مليون دولار، ولكنهما عادا إلى ساحة القضاء بدعوى أنهما

ضللا في ما يتعلق بالقيمة السوقية (لفيسبوك).

ولكن محكمة استئناف فيدرالية أمريكية قالت إن الوقت قد حان لطلي ملف هذه القضية.

سرق "الكود"

وقال الشقيقان إن زوكربيرج الذي كان زميلا لهما في جامعة هارفارد سرق الكود الخاص بموقع التواصل الاجتماعي الذي أنشأه ليستخدمه في إطلاق (فيسبوك).

وبالرغم من أن (فيسبوك) كان قد وافق على التسوية إلا أنه لم يعترف بأن

زوكربيرج سرق فكرة الشقيقين.

وقد حصل الشقيقان على مبلغ عشرين مليون دولار كتعويض للتسوية بالإضافة إلى أسهم بقيمة 45 مليون دولار.

وقال القاضي إنه لا يرى سببا لإعادة النظر في التسوية. ولم يعلق فريق الدفاع التابع للتوام على حكم المحكمة بعد.

ويذكر أن موقع فيسبوك الآن أكبر شبكة للتواصل الاجتماعي ولديه 500 مليون مستخدم، ومؤسس مارك هو من أصغر مليارديرات العالم سنًا.

## لماذا سميت خوارزمية البحث الخاصة بـ(جوجل) باسم (باندا)؟

يمكن القول إن هناك إشارة إلى أن قطع جزء من محتوى المواقع أو إخفائه على الأقل من محركات البحث يمكن أن يحقق فائدة كبيرة. ويقول الشيء نفسه بالنسبة للصفحات التي يتم إنشاؤها تلقائياً مثل صفحات الفهرس أو روابط صفحات أخرى ثقيلة قد يساعد أيضا.

أطلقت جوجل رسمياً اسم (باندا) على آخر تحديث لخوارزمية البحث الخاصة بها. ويأتي ذلك الاسم تكريماً لمهندس كان يعرف بأنه المصدر الرئيسي ضمن مجموعة البحث.



حيث أشارت مصادر في محرك البحث بمشركة (جوجل) إلى أن هذه التسمية تعود إلى فانيت باندا مهندس البرمجيات بشركة جوجل في الولايات المتحدة الأمريكية وتم استبعاد أن تعود التسمية إلى كل من برانابيش باندا أو أنتارا باندا اللذين كان يعملان في فرع الشركة بالهند.

ولكن ربما لا يكون هذا هو السبب الوحيد الذي دفع (جوجل) لتسميتها بهذا الاسم. ولكن من المعتقد أن جوجل قد أطلقت هذا الاسم على خوارزمية البحث الخاصة بها لأنها تقدم للمستخدم بعض الفوائد الثمينة حول كيفية تحقيق أقصى استفادة من التحديث.

تجدر الإشارة إلى أن طعام الخيزران هو أحد الطرق للحفاظ على هذه النباتات صحية هو تقليدها. حيث أن تقليد الخيزران يمنع نمو الجذور قبل أن تخرج عن السيطرة.

وعلى الرغم من أن الجذور يمكن الاستفادة منها في زراعة محاصيل جديدة، إلا أنه في حالة عدم متابعتها يمكن أن تكون ضارة بصحة النظام ككل. فضلا عن ذلك، فإن تقليد الخيزران يساعد في الحفاظ على جاذبيته من خلال التخلص من الأوراق الميتة أو التالفة أو الصغيرة مرة كل عام.



من روائع الأخوة في الله أن يتذكر المرء أنه في كل لحظة هناك من يدعو له

خييط الأمل يبقى أمل لو كان خييط العنكبوت واللي عرف درب الغلاما كل شيء يزعله