



من تيار إلى فيضان

خدمات بث الفيديو عبر الإنترنت توفر للأسواق الصاعدة وسيلة لعرض المحتوى في الداخل وحول العالم
أدم بيسودي

أتاحت فرصا جديدة أمام صناعتي الأفلام والتلفزيون المزهرتين في بعض من أكثر الأسواق الصاعدة حيوية، مما أدى إلى تغيير الحسابات الاقتصادية لإنتاج الأفلام وإعادة تعريف ما يمكن أن يكون فيلما ناجحا. وقالت هاميشا دارياني أهوجا، وهي نيجيرية من الجيل الثالث من أصل هندي، التي ألفت وأخرجت وأنتجت ومثلت في الفيلم الذي عرضه نيتفليكس للجمهور في عيد الحب: «الجميل في الأمر أننا أصبحنا على نفس المنصة. والشيء المثير — كونه فيلما من أفلام نوليوود — هو حجم النجاح المحرز، والمركز الذي حققه الفيلم بين أفلام هوليوود واستقباله بهذا الشكل».

وقد اقترح الفيلم الكوميدي الرومانسي الذي أنتجته أهوجا قائمة نيتفليكس لأفضل ١٠ أفلام في الولايات المتحدة لفترة قصيرة، مما أثار ضجة بشأن توسع شركة البث مؤخرا في المحتوى الإفريقي.

هي محامية نيجيرية جميلة. وهو هندي أنيق يعمل في أحد بنوك الاستثمار. ومثلما تعبر علاقتهما العاطفية الهوة الدولية، فإن الفيلم السينمائي الذي يخلدها عابر للثقافات بنفس القدر: حيث تم تصويره وإنتاجه في نيجيريا، وتم إعداد المونتاج في الهند، وعرضته نيتفليكس لجمهور عالمي.

وبعيدا عن سير أحداث الفيلم من آباء رافضين وأغانٍ عاطفية راقصة، فإن التقاء «نوليوود» النيجيرية مع «بوليوود» الهندية لإنتاج فيلم «*Namaste Wahala*» (مرحبا بالمصاعب، باللغة الهندية وباللغة النيجيرية المبسطة) يوضح إلى أي مدى أصبح عالم الترفيه صغيرا في عصر جديد لبث الفيديو عبر الإنترنت.

ويعمل عمالقة البث عبر الإنترنت مثل نتفليكس، وديزني+، وأمازون على جذب جماهير جديدة وإحداث تداخل بين الأسواق بطرق لم نشهدها من قبل. وبذلك،



وقال فيفيك كوتو، المدير التنفيذي لشركة ميديا بارتنرز آسيا في سنغافورة: «في السنوات الثلاث إلى الأربع الماضية، كانت هناك ثورة في الأجهزة المحمولة في تلك الأسواق، لا سيما في الهند، التي شهدت للتو ارتفاعاً هائلاً في البيانات. فقد تضاعف حجم البنية التحتية». ففي الهند، أدى التوسع السريع في إتاحة خدمات الإنترنت إلى احتدام المنافسة الشرسة بين أكبر شركات الاتصالات في البلاد، مما أدى إلى انخفاض أسعار البيانات إلى أحد أدنى المستويات في العالم. ويحصل معظم الناس على خدمات بث الفيديو على هواتفهم الذكية، وتسجل الهند أحد أعلى معدلات استخدام البيانات لكل هاتف ذكي في العالم.

وفي عام ٢٠١٩، أطلقت نيتفليكس في الهند نظاماً للأجهزة المحمولة فقط يتيح للمستخدمين استقبال المحتوى على هواتفهم الذكية أو أجهزة الكمبيوتر اللوحي مقابل أقل من ٣ دولارات شهرياً. وأطلقت نيتفليكس نظاماً مماثلاً في ماليزيا. وعلى الجانب الآخر من العالم، قامت شركة تيليفونيكيا التي تتخذ إسبانيا مقراً لها، وهي واحدة من أكبر شركات خدمات الاتصالات في أمريكا اللاتينية، بالإعلان في عام ٢٠١٨ عن شراكة متعددة السنوات من شأنها أن تسمح للمستخدمين بالاشتراك بسهولة تامة في نيتفليكس من خلال منصاتها المتاحة في مختلف أنحاء المنطقة. وفي إفريقيا، حيث تشكل خدمة الإنترنت تحدياً أكبر، تعمل شركات البث عبر الإنترنت مع شركات الاتصالات على تسهيل أداء المشتركين المحتملين للمدفوعات.

ولم تتسارع وتيرة هذا الاتجاه إلا مع تفشي جائحة كوفيد-١٩. فقد خلص مسح سنوي لآلاف المشاهدين من ١٠ اقتصادات متقدمة وصاعدة إلى أن ما يقرب من نصف الذين شملهم المسح اشتركوا في خدمات البث عبر الإنترنت في النصف الأول من عام ٢٠٢٠، وكان قضاء المزيد من الوقت في المنزل هو السبب الرئيسي وراء ذلك.

وقد أدى هذا المستوى الجديد من الربط الإلكتروني في العديد من البلدان إلى تسهيل دخول كيانات البث الرئيسية، مما أدى بدوره إلى إعادة تحديد الفرص وزيادة المنافسة في مجال إنتاج المحتوى.

ورغم أن خدمات البث عبر الإنترنت سهلت انتقال المحتوى خارج حدود البلد إلى جمهور سوق إقليمية أو جمهور عالمي، لا يزال هناك تركيز رئيسي على اجتذاب المشتركين الذين يبحثون عن مزيد من الخيارات من بلدانهم والحفاظ عليهم.

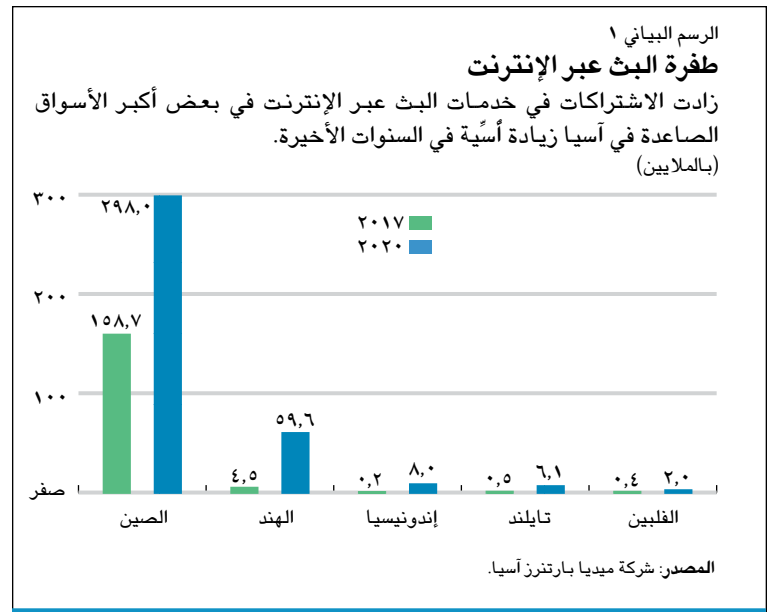
وفي عام ٢٠١٩، استحوت ديزني+ على هوت ستار، شركة البث الكبرى في الهند، التي تضم الآن ٣٠٪ من قاعدة المشتركين في خدمة البث عبر الإنترنت. وتعمل

وقد أدى نمو خدمات البث عبر الإنترنت إلى تعزيز دور صناعة الترفيه كمحرك للنشاط الاقتصادي في الأسواق الصاعدة الكبرى مثل الهند، حيث يشكل القطاع حسبما تشير بعض التقديرات ١٪ من إجمالي الناتج المحلي؛ ونيجيريا، حيث يعمل أكثر من مليون فرد بشكل مباشر أو غير مباشر في نوليوود — ثاني أكبر صاحب عمل بعد الزراعة؛ والصين، التي تفوقت على الولايات المتحدة في مبيعات شبك التذاكر في العام الماضي. ورغم أن الجائحة كان لها تأثير محتوم لا مفر منه، تظل رغبة الناس في الترفيه ثابتة، كما تعمل رقمنة المحتوى على تغيير قواعد اللعبة.

وقال ستيفان هول، رئيس مشروع الإعلام والترفيه والثقافة في المنتدى الاقتصادي العالمي: «أعتقد أننا الآن في بداية موجة ضخمة من المحتوى الدولي وأن الاستثمار في المحتوى الدولي أصبح أكبر من أي وقت مضى».

البنية التحتية هي الأهم

في أكبر الأسواق الصاعدة في آسيا، ارتفع نمو خدمات البث عبر الإنترنت ارتفاعاً حاداً (انظر الرسم البياني ١). وزادت الاشتراكات في خدمات بث الفيديو في الهند من ٤,٥ مليون في عام ٢٠١٧ إلى ٥٩,٦ مليون في عام ٢٠٢٠. وشهدت إندونيسيا زيادة في عدد المشتركين من ٢٠٠ ألف مشترك في عام ٢٠١٧ إلى ٨ ملايين مشترك في عام ٢٠٢٠. وشهدت تايلند والفلبين نمواً في نفس الفترة بنسبة ١٣٠٪ و ٧١٪، على الترتيب، وفقاً لشركة ميديا بارتنرز آسيا، وهي شركة أبحاث واستشارات مستقلة.



وقد جعلت التكنولوجيات الجديدة القدرة على صناعة الأفلام في متناول عدد أكبر من الشركات. وفي الوقت نفسه، وسعت خدمات الإنترنت نطاق قنوات التوزيع. وبالنسبة للأفلام، يعني ذلك تجاوز المسارح التقليدية وإصدارات شبك التذاكر. وفي خضم الجائحة، تسارعت وتيرة هذا الاتجاه حتى في أسواق مثل الهند، حيث تأخرت عن الولايات المتحدة في البث عبر الإنترنت. وقد وضعت خدمات البث عبر الإنترنت الأفلام المنتجة بميزانية مخفضة مع الأفلام باهظة التكلفة على نفس المنصة.

وقال والدفوجل: «تعتبر المنتجات الثقافية أمثلة متطرفة على المنتجات حيث يكون من الصعب للغاية التنبؤ في وقت اتخاذ القرار الاستثماري بالمنتج الذي سيحقق نجاحا، أي سيجذب المستهلكين. فهناك تعبير في هوليوود يقول: (لا أحد يعرف شيئا)».

ومع ذلك، فقد أدى ظهور خدمات البث عبر الإنترنت إلى استنباط بعض التخمينات من إنتاج الأفلام. فمن المنظور الاقتصادي، أدت الإنترنت إلى تحقيق وفورات الحجم والنطاق، مما يعني أن هناك المزيد من العرض والطلب على المحتوى الإبداعي بكميات أكبر وأكثر تنوعا. ومن خلال التوافق بين المشاهدين وما يريدون مشاهدته بسهولة أكبر، أمكن إنشاء نموذج أعمال أكثر كفاءة يمكن تعديله ليلائم أي مكان في العالم تقريبا.

وكانت هذه أخبار سارة للأسواق الصاعدة التي لديها أعداد كبيرة من الجماهير الأسيرة لما يُعرض عليها ولديها القدرة على إنتاج المحتوى. فقد ساهمت خدمات البث عبر الإنترنت المقدمة من نيتفليكس وأمازون بدور أساسي في توفير وسيلة عرض أخرى لصناعتي التلفزيون والأفلام في هذه الأسواق وزيادة المنافسة مع الجهات المحلية للبث عبر الإذاعة والتلفزيون.

وقال كوتو، من شركة ميديا بارتنرز آسيا: «بالنسبة لأي منتج، ليس هناك ما هو أفضل من رؤية أعماله خارج النطاق الجغرافي الطبيعي الذي يتواجد فيه. أما بالنسبة للكيانات الثقافية في بلد ما، سواء حكومات أو مؤسسات، فإن وجود قصة تستعرض بلدها، قصة تحمل قيم البلد وتعطي اسما عالميا للمحتوى الخاص به — لهو أمر غاية في الأهمية أيضا، لأن كل ذلك يعود في شكل مساهمات اقتصادية».

وقد جاءت الفرصة إلى أوجها، منتجة فيلم «*Namaste Wahala*»، من خلال دعوة لحضور حفل إطلاق عمل فني جديد مع مديري نيتفليكس في لاغوس في فبراير ٢٠٢٠. وقد حظيت الإعلانات الترويجية التي سبقت عرض فيلمها بالاهتمام. وقد كان من المقرر عرض الفيلم في دور السينما النيجيرية في إبريل ٢٠٢٠، ولكن الجائحة وقعت آنذاك. وأتاحت شركة البث العملاقة الفرصة المطلوبة.

وتقول أوجها: «أشعر أن السوق في الوقت الحالي هي سوق المحتوى. ولا أعتقد أن هناك حدا لمقدار المحتوى الذي يمكن طرحه في هذه السوق». **FD**

آدم بيسودي من فريق العمل في مجلة التمويل والتنمية.

نيتفليكس بشكل مطرد على زيادة الاستثمار في إنتاج محتوى محلي في أجزاء جديدة من العالم، بما في ذلك إعطاء دفعة جديدة إلى إفريقيا في العام الماضي بزيادة المحتوى الأصلي. واستطاعت شركة البث العملاقة، التي بدأت كشركة لتأجير أقراص الفيديو الرقمية، جذب ٣٦,٦ مليون عميل في عام ٢٠٢٠، وهي أكبر زيادة سنوية في عدد عملائها، وتضم الآن أكثر من ٢٠٠ مليون مشترك من جميع أنحاء العالم. وبعد تقديم اعتذار علني بندر حدوثه في الهند في عام ٢٠١٩ عن مسلسل تليفزيوني اعتُبر مسيئا للهندوس، لم تبدر عن أمازون أي إشارة تنم عن تراجعها عن السوق بعد أن أعلنت في مارس أنها لن تكتفي بالبرامج التليفزيونية وستشارك في إنتاج أول فيلم سينمائي ضخم في بوليوود.

ورغم أن الشركات التي تتخذ من الولايات المتحدة مقرا لها تواجه بعض المنافسة من شركات البث المحلية، فقد أصبحت تهيمن على السوق من خلال استعدادها لاستخدام أموالها الطائلة في تمويل المحتوى المحلي.

وقال كوتو: «إن بيئة المحتوى المحلي مهمة؛ فمع نمو عمالقة الإنترنت الكبار (نيتفليكس وأمازون) وديزني داخل هذه المناطق الجغرافية المحلية الكبيرة، فمن الضروري التزامها بالاستثمار محليا وتنمية الاقتصاد الإبداعي وإلا ستزداد درجة العداء ضدها».

علاقة تنطوي على التزام متبادل

لطالما كانت، ولا تزال، التجارة في السلع الثقافية مثل الأفلام والموسيقى مليئة بالحساسيات الثقافية والسياسية. فقد اشترطت البلدان الأوروبية منذ فترة طويلة أن يكون جزء معين من المحتوى الذي يتم بثه عبر الإذاعة والتلفزيون، أو عبر الإنترنت في الوقت الحالي، من إنتاج محلي. وصممت الصين نظاما تتم فيه مراقبة المحتوى الأجنبي بدقة، مما أدى إلى تقوية البث عبر الإنترنت الذي تهيمن عليه شركتا تينسنت وأيكي الصينيتان. وبسبب الحساسيات الثقافية في الهند، اضطرت الشركات الأمريكية الكبرى إلى تصحيح مسارها للحفاظ على نمو الأعمال التجارية.

وقال جويل والدفوجل، أستاذ الاقتصاد في جامعة مينيسوتا، إنه رغم ذلك تركّز دور الأسواق التي تعمل فيها الشركات العملاقة الأمريكية، مثل نيتفليكس وأمازون، على تيسير التجارة الحرة أكثر من مجرد الهيمنة الثقافية.

وقال والدفوجل، الذي يدرس مدى تأثير رقمنة المحتوى على الاقتصادات الإبداعية «المفاجأة السارة هنا هي أن هذه التجارة تنطوي على التزام متبادل. إذن المنافسة كبيرة الآن. وما رأيناه على المدى الأطول قليلا هو أن تكاليف الإنتاج تراجعت كثيرا حتى أنها أدت إلى حدوث فورة في إنتاج الموسيقى والأفلام».

ويشير والدفوجل في كتابه الصادر في عام ٢٠١٨ بعنوان «النهضة الرقمية» إلى أن رقمنة المحتوى تعد إيدانا بعصر ذهبي للثقافة الشعبية.