

«المشاهدات ترفع أسهم المقالب على» يوتيوب



الشارقة: زكية كردي

المقالب» مكون مفقود نسبياً في حياة معظم البشر، فالأغلبية يولون اهتمامهم للتركيز على سلسلة طويلة من الواجبات الجدية والمتكررة وملاحقتها، وقد يكون للأمر علاقة بالمرحلة العمرية، أو حتى بالبيئة الاجتماعية، ومن الطبيعي أن يكون الحكم على صناعة المقالب سواء في البرامج التلفزيونية، أو على قنوات الـ«يوتيوب» المتخصصة متأثراً بالعوامل ذاتها، إلا أن تتبع مؤشرات الترنند يعكس ارتفاع نسب الإقبال على مشاهدة المقالب بمختلف أشكالها وأنواعها.

استطاع فيديو بعنوان «مقلب تضاربنا أنا ولانا» على قناة نارين بيوتي أن يحقق 2.6 مليون مشاهدة خلال ثلاثة أيام، أما «المشاجرة في إسلام.. أكلت المقلب» على قناة غيث مروان المتخصص بصناعة المقالب، فتصدر الترنند بالاقتراب من المليون مشاهدة بأقل من 16 ساعة، أيضاً فيديو «أقوى مقلب في مكس - المستشفى» على قناة مكس وضى حقق مليون مشاهدة تقريباً خلال يومين.

ولعل أول ما يتبادر إلى ذهن المتصفح هو خلو العناوين من أي صيغة جاذبة أو معنى ينفي عنها تهمة السخافة، إلا أنه لا بد من التوقف عند جزئية مهمة في ماهية المقال، وهو أنها تقوم بطبيعتها على جانب مهم من ثقافة الشباب ونمط الفكاهة الرائج بينهم، سواء كانت مقال مرعبة، أم مضحكة، أو كانت مقال مخصصة للأصدقاء، الأزواج، زملاء العمل، فهناك قنوات متخصصة بإعداد المقال التي يمكن للمتابعين تطبيقها على المحيطين بهم، وهناك أدوات رائجة تستخدم للمساعدة في صناعة المقال، وسواء كنا من الباحثين عن المرح أم من منتقدي هذا المحتوى والمنظرين ضده، لا يمكننا إنكار أن الجميع بحاجة للضحك والترفيه، ولهذا ربما يجدر بنا البحث عن خاصية الإتقان، والتي تقاس بالقدرة على صناعة الضحكة في هذا السياق وتشجيع القائمين عليها

"حقوق النشر محفوظة" لصحيفة الخليج. © 2024.