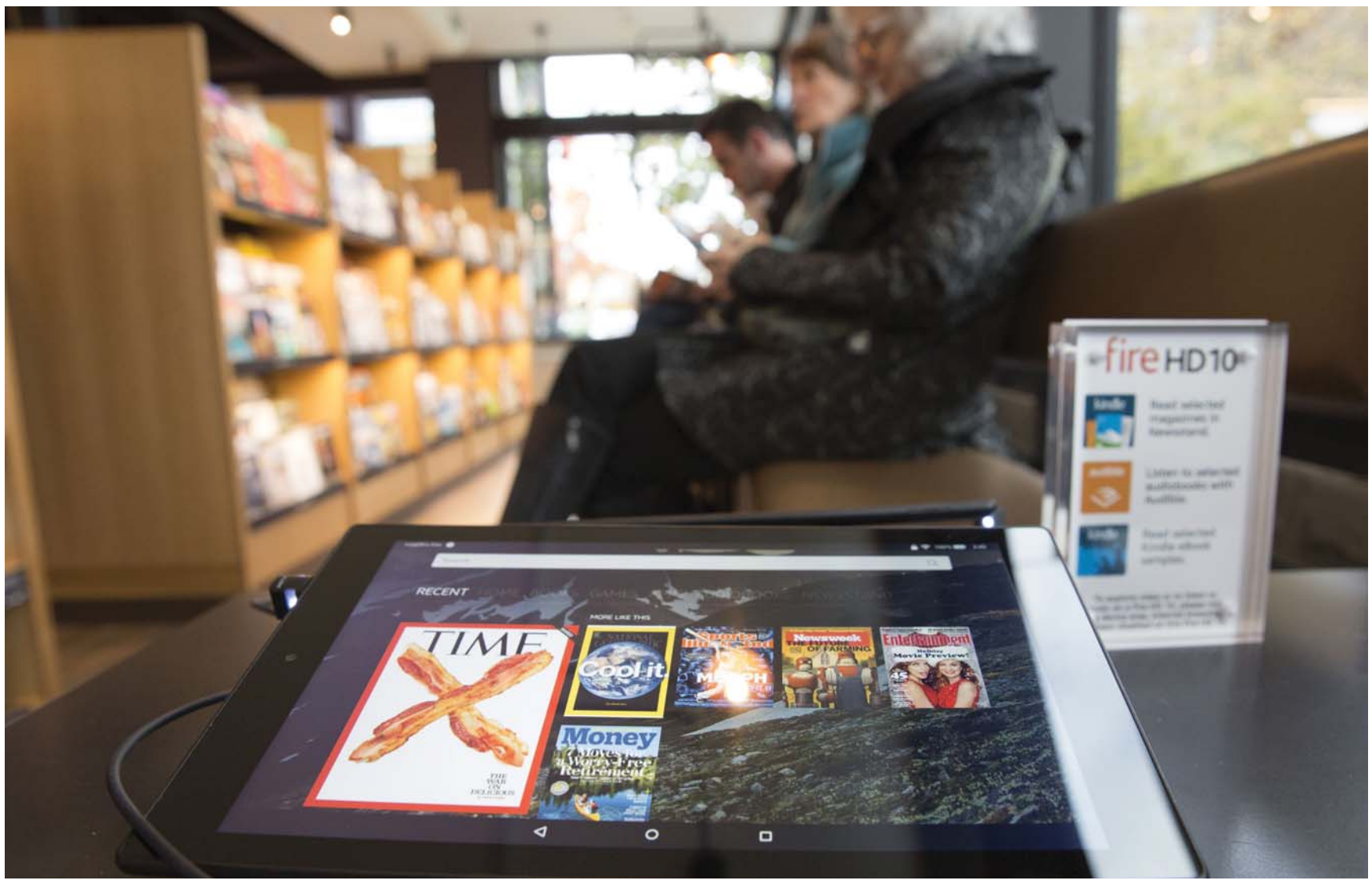
العرب
السبت 2019/09/21
السنة 42 العدد 11474

المجلات تفقد هويتها بتحولها إلى النشر الرقمي

«إعلام المجلات» مصطلح متجذر في تراث المطبوعات وأصبح دخيلا على عالم الإنترنت



المحتوى الرقمي يلغي الفوارق

تتلاشى الفوارق بين المجلات وباقي الأنواع الصحافية الأخرى في عالم الإنترنت، فمعظم مواقع المجلات تنشر مقالات ومقاطع فيديو ومحتويات أخرى بنفس الطريقة التي تنشر بها باقي مواقع الإنترنت الأخرى؛ وبعد مرور عدة عقود من الزمن، فإن عددا قليلا من الناس بالكاد سيدركون أن مجلتهم الرقمية المفضلة كانت تمتلك خصوصية، في شكلها ومحتواها، تميّزها عن المنشورات الأخرى المطبوعة.

لندن – ربما نسي الكثير من قراء الصحف رائحة الورق واعتادوا متابعة الأخبار على مواقعها الإلكترونية أو على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، لكن أولئك الذين يدينون بالولاء لمجلاتهم المطبوعة سيحتاجون وقتا أطول للاعتياد على نسخ رقمية فقدت خصوصيتها وهويتها أمام باقي المنشورات على الإنترنت.

حاليا، أصبح مصطلح "مجلة" إشكاليا بعض الشيء، لاسيما مع تزايد المجلات المطبوعة التي تقوم بتقليل عدد نسخها أو إيقاف الطباعة الورقية تماما، وتحاول نقل علامتها التجارية إلى العالم الرقمي.

وكانت مجلة "ماري كلير" الأخيرة التي أعلنت عن إلغاء نسختها المطبوعة في المملكة المتحدة الأسبوع الماضي. وستستمر العلامة التجارية في النشر عبر الإنترنت، باعتبار أنها تجذب مليوني قارئ شهريا، وفقا لما ذكرته مؤسسة "درام" للدعاية والإعلان.

وسوف تركز مجلة "ماري كلير" أيضا على الاستثمار في منصة التسوق الخاصة بها "ذا ماري كلير إديت"، وهي منصة متخصصة في مجال الأزياء. وقالت شركة النشر "آي تي ميديا"، إنها تتوقع أن يكون هذا أكبر مصدر للدخل الرقمي للمجلة.

> مصطلح «إعلام المجلات» يشير إلى المجلات التي أوقفت مطبوعاتها الورقية، ويضم أيضا قصص سناب شات، ومقاطع فيديو

وأراد القائمون على الصناعة مواكبة التطور الرقمي، فتوافقوا على مصطلح "إعلام المجلات" للإشارة إلى المجلات التي أوقفت مطبوعاتها الورقية، ويشمل هذا المصطلح المطبوعات الورقية والرقمية على حد سواء، واتسع ليضم أيضا قصص سناب شات ومقاطع فيديو يوتيوب وتدوينات صوتية من الناشرين.

لكن المشكلة تكمن في أنه عندما لا تنشر المجلة مطبوعاتها الورقية، إذن فما الذي يميزها عن مئات الآلاف من المنصات التي تنشر المحتوى عبر الإنترنت؟ وفق ما تقول الكاتبة إستير كيزيا ثورب، في تقرير نشره موقع "دبليو.إن.آي.بي" المتخصص بأخبار عالم النشر.

ولمعرفة ما يميز المجلات عن غيرها في العالم الرقمي، نحتاج أولا إلى معرفة ما هي الأساسيات التي تقوم عليها أي مجلة. إذ يتم نشر المجلة، وفقا للعديد من التعريفات على فترات زمنية منتظمة، وغالبا ما تناقش المجلة موضوعا معينا، وتحتوي على مزيج من المقالات والقصص، يأتي معظمها بصور فوتوغرافية أو غيرها من أشكال الفن.

وتحدد بعض التعريفات الأخرى المجلة على أنها عبارة عن منشور ذي غلاف ورقي، لكن باستخدام مصطلح "إعلام المجلات"، يمكن تجنب الحديث عن العنصر الورقي فقط. وعلى الرغم من أن عددا قليلا من الناشرين يقومون بنشر المحتوى مجمّعا في "إصدارات"، إلا أن معظم مواقع المجلات تنشر مقالات ومقاطع فيديو ومحتويات أخرى بنفس الطريقة التي تنشر بها باقي مواقع الإنترنت الأخرى؛ في بث مستمر.

ومنذ مارس 2019، أصبح 56 بالمئة من المحتوى المنشور بواسطة المجلات لا يستند إلى إصدار مطبوع، بزيادة 6 بالمئة عن عام 2018. وبمقارنة هذا بعام 2013، عندما كانت المطبوعات الورقية والرقمية تشكل 73 بالمئة من إنتاج المجلة، يظهر هذا كيف تغيرت عادات النشر بوتيرة متسارعة.

ونظرا لأن النشر بدأ يتخذ مسارا بعيدا عن القضايا والإصدارات و"المحتوى المجمّع"، فإن الخطوط التي حددت الكثير من مصطلحات النشر على مر السنين بدأت في التلاشي. فعلى سبيل المثال، حوّلت مجلة "غلامور"، التي تنشر الآن مجلتين ورقيتين فقط سنويا نشاطها إلى الاتجاه الرقمي، واستطاعت أن تجذب جمهورها من الشابات والفتيات ممن قاموا بتحميل تطبيقها على هواتفهم وعلى وسائل التواصل الاجتماعي.

والآن ما زال معظم المتخصصين في هذا القطاع يطلقون على "غلامور" مجلة أو "إعلام المجلات". وتنشر المجلة بشكل يومي عبر الإنترنت، وعلى قنوات عديدة أخرى مثل إنستغرام وفيسبوك.

وكمثال آخر نذكر "ريفاينري 29"، تنشر محتوى نسائيا عبر الإنترنت، ولكن نادرا ما يشار إليها على أنها مجلة. ومع ذلك، إذا تمت مقارنة المثالين وأنشطتهما عبر الإنترنت من حيث نشر المحتوى النسائي على مدار اليوم، نجد أن هناك فرقا ضئيلا للغاية. وترى مؤسسة "فليبورد"، أن محتوى المجلات يدور حول موضوع معين، حيث يضيف المستخدمون مقالات إلى "المجلات" الخاصة بهم.

لكن بالمثل، فإن "تويتر مومنتس" هي عبارة عن تغريدات ومقاطع فيديو وصور يقوم محرّر ما بتجميعها حول اتجاه أو موضوع معين. ثم بعد ذلك، هذه المحتويات تتم كتابتها وتحريرها وترتيبها بواسطة محترفي النشر. إذن هل يمكننا تسمية "تويتر مومنتس" مجلة؟

وكمثال آخر، ينشر "بازفيد" كميات هائلة من المحتوى كل يوم، من الطهي إلى الجمال والأخبار. إذن لماذا لا نطلق على "بازفيد" أو على موقع "تيستي"، مصطلح "إعلام المجلات"؟

ويعيد موقع إنستغرام تعريف مصطلح "مجلة" أيضا. حيث في وقت سابق، أطلقت المنصة هاشتاغ "إنستا زينز" الرقمي الخاص بها، التي تنشر من خلاله مجموعة من "الإصدارات" لمساعدة الطلاب في الامتحانات.

إذن ما الذي يمنع تسمية الرسائل الإخبارية "مجلات"؟ ومن المفارقات، أن هذا الإصدار المؤقت الذي يأتي على هيئة بريد إلكتروني هو الأقرب إلى تعريف "مجلة" من العديد من "وسائل إعلام المجلات" التي تنشر على الإنترنت اليوم.

ربما يرجع السبب في ذلك إلى أن مصطلح "إعلام المجلات" متجذر في تراث المطبوعات الورقية. وبالنظر إلى الأمر بعد مرور عدة عقود من الزمن، فإن عددا قليلا من الناس بالكاد سيدركون أن "ماري كلير" اعتادت على طباعة محتواها على مجلة ورقية.

دعونا نفكر للحظة كيف ستنظر الأجيال القادمة إلى المجلات؟ حيث بالنسبة للكثيرين منهم، قد لا يختارون الاطلاع على مجلة ورقية. وستكافح المجلات ذات المطبوعات الورقية من أجل اللحاق بركب تلك المجلات التي تنشر محتواها على الإنترنت. وتتصدر بعض العلامات التجارية مثل "لاد بايبل" و"في تي" و"تيست لايف" قائمة أفضل الناشرين العالميين على فيسبوك.

وإما أن نقوم بتوسيع تعريفنا لمصطلح "إعلام المجلات" بحيث يكون أكثر شمولا للناشرين دون الاستناد إلى تراث المطبوعات الورقية، وإما أن نجازف بأن يصبح المصطلح غير ذي صلة بالموضوع. حيث تتطور وسائل الإعلام طوال الوقت، وكذلك يجب أن تتطور اللغة التي نستخدمها لوصفها.

لا أراقب الصحافة العربية بنظارة سوداء

كرم نعمة
كاتب عراقي
مقيم في لندن

كان عليّ أن ابتكر فكرة جديدة قبل الشروع بكتابة مقال جديد معني من جديد بما يمسّ وسائل الإعلام، لكنني تلقيت حزمة اتهامات على ما كتبته خلال الأسابيع الماضية، لا أشكك بنيتها، فأغلبها وصلت من زملاء مخلصين لجوهر فكرة "الصحافي"، تجمع بطريقة ما على أنني أرتدي نظارة سوداء في النظر إلى الصحافة العربية تحديدا!

من غير المفيد للقراء مناقشة الاتهامات التي لا جدوى منها غير العبث والازدراء، لكن ثمة ما يستحق النقاش في فكرة النظر إلى الصحافة سواء بنظارة صافية مريحة كما أزعم، أو بسوداء كما يعتقد بعض الزملاء.

بالأمس استعان وزير الثقافة المغربي السابق محمد الأشعري، وهو شاعر وروائي مهّر الصحافة وراقب غرفها بدقة العارف، وكتب فيها وعليها ما يجعله مخلصا لها، بعبارة الكاتب الألماني كارل كلاوس عن "ضجيج الرداءة" ليتوصل إلى أننا فشلنا في إصلاح مكونات الصحافة المتمثلة بحرية التعبير والحق في المعلومة وحماية المصادر، ولم يكن الأشعري يرتدي نظارة سوداء وهو يتحدث عن إعلام "يغرق في صيغته التي يبدو أن لا شفاء منها" بعد أن فشل في تقديم صيغة تنافسية متحررة.

مع ذلك يرى الأشعري، مثلما نرى جميعا، بأن الصحافة تظل عامل تقدم سواء بما تثيره من قضايا أو ما يعترضها من متاعب أو بما تخوضه من معارك. لكننا لا يمكن أن نقبل الرداءة والنصوص الفارغة من الأفكار المبتكرة ونتخلى عن توقنا وحساسيتنا. هنا تكمن المسؤولية كما أرى، لأن الصحافيين اليوم أكثر عرضة للمساءلة بشأن دقة معلوماتهم، بفضل تسارع المعطيات على الإنترنت من قبل المواطن الصحافي واستقلاليته وحيويته في نشر الأخبار. فلا يمكن اختصار الثورة الرقمية في التغير التكنولوجي وحده، بل في تحول السلطة، وقدرة شبكة الإنترنت المفتوحة على أن تكون مساحة ضخمة للديمقراطية.

لم أرتد نظارة سوداء عندما وضعت من قبل قائمة عن خطوات فن الصحافة العربية في إيذاء النفس! في نشر أخبار وكالات الأنباء الحكومية كما هي، وليّ عنق الحقائق والاستهانة بوعي الجمهور في التحليل الإخباري المرافق لنشاطات الرئيس ووظيفته. الحشو غير المفيد من أجل تجنب الخبر الإشكالي المثير لمزيد من التساؤلات لدى القراء.

وعندما استعيد طبيعة الحراك داخل الصحف البريطانية وأعتبره مثالا جيدا، فلأنني أريد إيصال الأفكار المختلفة من الضفة الأخرى للقارئ العربي، وليس لمجرد تأثر شائع بها، مع أنني -في كل الأحوال- محظوظ بقربي الدائم مما يحدث في الصحافة البريطانية، لكن تلك الصحافة أيضا لها ثغراتها وسقطت في مطبات، وارتكبت حماقات لم تحترم فيها عقل القارئ، والأهم من ذلك كانت تقرأ في مرات عديدة المشهد السياسي العربي بطريقة غير صحيحة، واختارت أن تكون هامشا لمصالح حكوماتها.

لكن، خذ مثلا التعريف المقترح للصحافي من قبل كاثرين فاينر رئيسة تحرير صحيفة الغارديان، المطالبة بترك الفكرة الكلاسيكية السائدة عنه، والإشارة بوضوح إلى معرفته التكنولوجية، وعدم الخجل من علاقته العدائية بالحكومة. فعندما ارتفع الحلم السياسي لجيرهارد شرويدر من أجل أن يكون المستشار الألماني، قال "أنا بحاجة إلى صحيفة بيلد يوم الأحد من أجل أن أتولى الحكم" ولم تقل الصحيفة الأكثر تداولا في ألمانيا، أنها بحاجة إلى شرويدر لتبقى أكثر تداولا.

> الصحافيون اليوم أكثر عرضة للمساءلة بشأن دقة معلوماتهم، بفضل تسارع المعطيات على الإنترنت من قبل المواطن الصحافي واستقلاليته وحيويته في نشر الأخبار

دعونا نتفق على المساحة النسبية للحرية والاستقلالية الصحافية، فحتى صحيفة الغارديان البريطانية الممولة من مؤسسة خيرية تجد نفسها في أزمة مع استقلاليتها عندما يتعلق الأمر بتمويلها، وهذا ما جعلها تستنجد بالقراء الأوفياء لدعمها من أجل الاستمرار في ربط المجتمع بأفكار حرة ومستقلة، وعدم ترك الساحة للصحافة الحكومية والحزبية. ذلك ما أشار له الأشعري في محاضرته في وكالة الأنباء المغربية هذا الأسبوع بالقول "في كل الديمقراطيات لا توجد مكتسبات نهائية، وأن هناك دائما خطر التراجع إلى الوراء، والمتربصون بالديمقراطية موجودون في كل وقت وحين".

سبق وأن استعاد الكاتب ديفيد اغناتيوس بجملة كان روبرت كايسر، المحرر في صحيفة واشنطن بوست قد أطلقها، من أجل تعريف علاقة الصحيفة بالقراء، بالقول إن "القراء يستحقون لقطة واحدة وواضحة على الحقائق" حتى يتمكنوا من تحديد من هم الرجال الصالحون ومن هم الأشرار. ولكن اغناتيوس يعتذر من نفسه ومن زملائه الصحافيين، وهو هنا لا يرتدي نظارة سوداء، بالقول "حتى في أفضل أيامنا، فإننا لا نفي دائما بهذا الاختبار العسير".

وكين فيشر الرئيس المؤسس لشركة للاستثمارات في أوروبا، لا يرتدي نظارة سوداء أيضا وهو يستخلص، الدرس الكبير مما يسمّى حادثة الدمار التكنولوجي أو السياسي بالقول "عندما تصبح وسائل الإعلام مشغولة تماما ولا شأن لها سوى الحديث عن زاوية حديثة لا تشتمل على أي تحسين، سيكون من المحتمل جدا أن تكون هذه مرحلة عابرة قصيرة الأجل أكثر من كونها اتجاها عاما طويل الأجل"، لكنها للأسف مرحلة مستمرة في صحافتنا العربية، وهو أمر لا يمكن التواطؤ معه، على الأقل بالنسبة لصحافيين يمتلكون مساحة جيدة من حرية الكلام والمتابعة.

لست متشائما، كما لست بطرا في مطالبة صحافتنا العربية بأكثر مما متاح لها من سلطة واهنة. لذلك أعرض الأمثلة تلو الأمثلة من أجواء صحافية أعدّها مثالية في الحد الأدنى للاستفادة منها، وهذا في أي حال من الأحوال لا يعني أنني لا أرتدي غير نظارتي المناسبة.