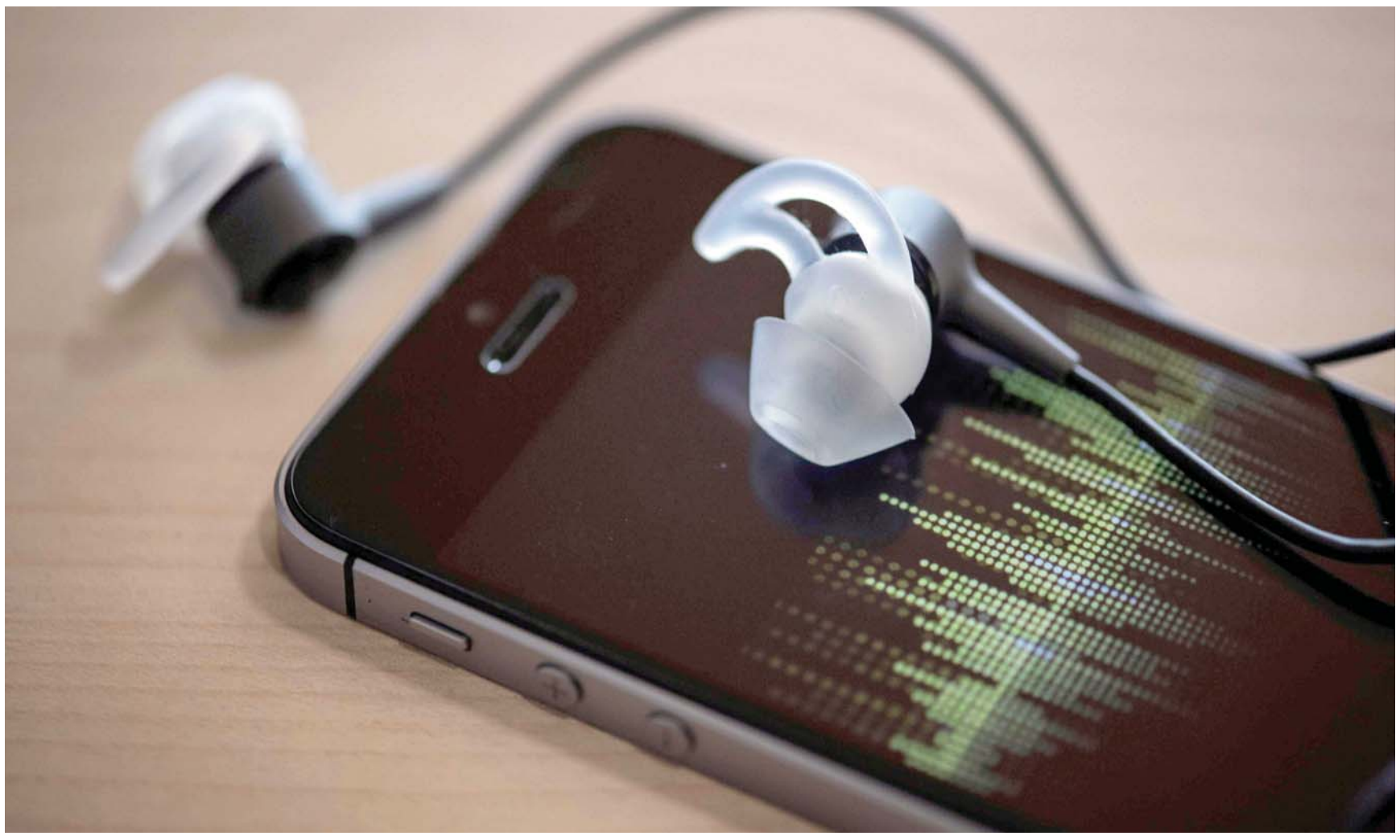
العرب
السبت 2020/02/08
السنة 42 العدد 11611

البودكاست وسيلة سبوتيفاي للتربع على قمة البث الصوتي

نمط جديد للإعلانات عبر البودكاست في برامج سبوتيفاي الحصرية يعيد لها الأرباح

تحاول منصة سبوتيفاي استغلال توجه مستخدمي الإنترنت نحو البودكاست بكل الوسائل المتاحة، وبدأت بإبرام صفقات استحواذ على شركات منتجة للبودكاست، وتعمل على تقنية خاصة بها لتطوير شكل جديد من الإعلانات والتخلي عن الإعلانات التقليدية التي تسجّل كأنها جزء من الحلقة وتعرض على كافة المستخدمين.



المحتوى فقط سبيل النجاح في البودكاست

ستوكهولم - أكدت خدمة البث الموسيقي سبوتيفاي أن البودكاست أصبح العنصر الأكثر أهمية، حيث حوّل المشتركين المجانيين إلى دافعين، واستطاعت بفضله إضافة 10 ملايين مشترك، وذلك في بيان الإعلان عن نتائجها للربع الأخير للعام 2019.

وقالت سبوتيفاي عبر مدونتها الرسمية، إن 14 في المئة من مستخدميها النشطين البالغين 271 مليونا، استمعوا إلى البودكاست خلال الربع الأخير، ما رفع عدد ساعات الاستماع بمعدل 2000 في المئة سنويا وذلك بفضل اهتمام سبوتيفاي بشكل أكبر بالبودكاست وحتى إنشاء قسم خاص به في تطبيقها.

وتوفر المدونة الصوتية "بودكاست" العديد من المزايا لمستخدمي الوسائط الرقمية، مثل الاستماع في أي وقت والتحميل السهل والسريع للملفات الصوتية صغيرة الحجم، والنشر والتحديث. وتشمل تسجيلات صوتية، وفيديو، يمكن تخزينها بسهولة بأجهزة الكمبيوتر الآلية والهواتف الذكية والأجهزة اللوحية.

وتتنوع أشكال ومواضيع تلك التسجيلات، وتتميز بمدتها القصيرة، وأصبحت تعرف انتشارا كبيرا بالدول الغربية بداية، قبل أن تنتشر بباقي دول العالم، وهي تطرح كبديل للبرامج والفقرات الإذاعية والتلفزيونية، بحكم سهولة الاستماع أو مشاهدتها، واعتماد أساليب جديدة لعرض المعلومات والأفكار والمواقف.

ويبدو أن قطاع البودكاست يشكل ثورة حقيقية في عالم الإنترنت، ويستقطب أنظار شركات خدمات البث الرقمي، ويشير اهتمام سبوتيفاي المتزايد بالبودكاست إلى أنها تخطط للاستحواذ على هذا القطاع مع تدفق المال إلى صناعة البودكاست، لتعويض خسائرها التشغيلية التي تكبدتها مؤخرا رغم نموها.

وواجهت الشركة خسائر تشغيلية كبيرة خلال الربع الأخير من سنة 2019، حيث خسرت حوالي 85 مليون دولار، وأرجعت السبب في تراجع أرباحها وتحولها للخسارة، إلى ارتفاع التكاليف التشغيلية لخدمتها، وفي نفس الوقت أكدت أن البودكاست يحظى باهتمام متزايد من قبل مستخدميها.

ويرى أندرياس فلومير، من مجلة "تي ثري أن" أن الاستخدام المتزايد للبودكاست يعدّ نوعا من تأثير نتفليكس، حيث اعتاد المستخدم على مشاهدة محتويات الميديا في الوقت والكيفية، التي يريدها، ولم يعد مرتبطا بالتلفزيون أو الراديو.

> أمام قطاع البودكاست مجال واسع للتطور في المنطقة العربية، لكن المؤسسات لا تحسن استغلال هذه الفرصة

وهناك سبب آخر لشهرة البودكاست يتمثل في العروض الخاصة، التي تلبي اهتمامات الكثير من المستخدمين، على اختلاف تخصصاتهم وميولهم واهتماماتهم.

وتحاول سبوتيفاي استغلال توجه مستخدمي الإنترنت نحو البودكاست بكل الوسائل المتاحة، وأخذ المبادرة من الشركات الأخرى لتكون السباقة في هذا القطاع، وبدأت منذ العام الماضي بإبرام صفقات استحواذ على شركتي بودكاست وتسهيل إنتاج البرامج الصوتية. ورغم أن الإحصائيات ضعيفة ومتواضعة حول البودكاست، لكن سبوتيفاي ستطور هذا الأمر بشكل ملحوظ لأنها عصب فعالية الإعلانات. وهي بصدد إعادة كسب الأرباح من البودكاست عن طريق الإعلانات.

وتعمل حاليا على تقنية خاصة بها تدعى (Streaming Ad Insertion (SAI، ستوفر من خلالها للمعلنين وأصحاب البرامج إحصائيات مفصلة حول الجمهور للاستفادة المثلى منه.

وتخطط سبوتيفاي لعرض الإعلانات ضمن حلقات البودكاست عبر إدراج مقاطع صوتية مسجلة مسبقا بصوت صاحب البرنامج ضمن أماكن معينة في الحلقات.

وسيمكن لسبوتيفاي عرض عدد مرات الاستماع للإعلانات وتكرارها لكل مستخدم وعدد المستخدمين الذين وصل إليهم. كما يوفر معلومات عن الجمهور مثل العمر والجنس وسلوك الاستماع وحتى الجهاز المستخدم

وبعد رفع المقاطع الإعلانية وتحديد اللحظات المتاح إدراج الإعلانات فيها، فإن سبوتيفاي ستحدد أفضل مكان لكل إعلان ولكل مستخدم بشكل منفصل حسب خصائصه.

ومع هذا الشكل الجديد من الإعلانات سيتم التخلي عن الإعلانات التقليدية التي تسجّل كأنها جزء من الحلقة وتعرض على كافة المستخدمين. وتقول سبوتيفاي أن المستخدم لن يشعر بالإعلان وسيبدو كأنه حديث طبيعي لصاحب البرنامج.

والبداية في هذا الأسلوب الإعلاني سيكون مع برامج سبوتيفاي الحصرية، قبل أن يتاح لاحقا للمزيد من البرامج.

ويقول متخصصون أن أمام سبوتيفاي فرصة كبيرة في المنطقة العربية، حيث ازدادت شهرة البودكاست وصُناعه بشكل كبير، لكن كما هو الحال بالنسبة إلى المحتوى العربي في المجالات الأخرى على الإنترنت، يبقى البودكاست صناعة متواضعة بحاجة إلى محتوى عربي وأكثر تنوعا.

وخلص المشاركون في منتدى بودكاست الشرق الأوسط، الذي أقيم في دبي في أكتوبر الماضي، أن أمام قطاع البودكاست مجالا كبيرا للتطور كسوق عمل في المنطقة العربية، لكن المؤسسات لا تحسن استغلال هذه الفرصة في الوقت الحالي.

ويرى البعض أن المؤسسات العربية المنتجة للبودكاست وغيرها من البرامج المنتجة بجهود وتجارب فردية، لا تقدم المحتوى العربي الغني والمتنوع الكافي، فمعظمها تأخذ قالب المقابلة. لأن إنتاجه غير مكلف وأكثر شهرة، لكنه في الواقع لا يساهم في تطوير ومساعدة صانع البودكاست في أن يكون مبدعا. فكلما ازداد المحتوى وتنوّع، ازداد اهتمام التطبيقات والمنصات وازدادت مساعدتها لصناع المحتوى في إيصاله إلى المستخدمين المهتمين بالإنتاج العربي.

وتنتشر في المنطقة العربية ثلاثة أنواع رئيسية من فئات البودكاست الصاعدة وهي شبكات البودكاست، والبودكاست المستقلة، وبودكاست الوسائط التقليدية (المطبوعات، والتلفزيون، والراديو).

وتعتبر شبكات البودكاست هي الأكثر شعبية، وتتكون الشبكة من مجموعة من البرامج تُعرض في مكان واحد وتتناول مواضيع مختلفة وتبث في حلقات. وهي مشابهة لنتفليكس لكن للمحتوى الصوتي.

ومنصات البودكاست الرئيسية في المنطقة هي "أبل أي تونز" و"كاستبوكس" و"ساونكلاود". ومؤخرا بدأت صحف ووكالات أنباء عالمية وعربية كبرى بالدخول في مجال البودكاست، بهدف مواكبة تغيرات المشهد الإعلامي، فهو يوفر للناشرين فرصة لتقديم محتوى حصري ومشاركة الجماهير بشكل أفضل بفضل متابعة جمهور أكثر قيمة وعلاقة بالمحتوى مقارنة بالقنوات الأخرى.

وتنشر العديد من وسائل الإعلام تقارير إخبارية صوتية موجزة، ليتناسب مع مزاج المستخدمين، ومنها صحيفة نيويورك تايمز التي تقدم بودكاست "ديلي"، وصحيفة فيلادلفيا انكوايرر، تقدم روابط للمتابعين ليستمعوا إلى أخبارها على الإنترنت، عبر منصات سبوتيفاي وغوغل بلاي بودكاستس وأبل بودكاست وأي هارت راديو.

وتقدم هذه الصحف موجزا لأخبارها والتطورات السريعة للأحداث، إضافة إلى المنوعات وحالة الطقس.

فقدنا براءتنا التكنولوجية

كرم نعمة
كاتب عراقي
مقيم في لندن

يستخدم صحافي على درجة عالية من الحساسية تعبير "فقدان البراءة التكنولوجية" وهو يتحدث عن الخصوصية المفقودة في عالم رقمي طاغ على حياتنا، ومع أن الدلالة الموغلة في الشخصنة الكامنة بمفردة البراءة تثير نوعا من النفور أو الازدراء، لكن آلان روسبريدجر يعنيها وكأنه يتحدث عن علاقة إنسانية حميمة متعلقة بالحب!

فروسبريدجر كان أكثر رئيس تحرير بقي في موقعه بصحيفة الغارديان البريطانية وهو اليوم يترأس معهد رويترز لدراسة الصحافة وكبير المستشارين في شركة اتصالات أوتاوا، وحساسيته العالية متأتية من مسؤولية وجدت على عاتقه جعلته يحذر من الفقدان المستمر لمفهوم الخصوصية، عندما أصبحنا نحمل آلات المراقبة في جيوبنا ونثبتها في منازلنا. ويبدو اليوم أننا سعداء جدا في السماح لغوغل بالبحث فينا! بعد سنوات من البحث بشغف فيه من أجل المعرفة.

فقدان الخصوصية صار سمة بشرية مشتركة ومستمرة في الانهيار وبمعاولنا التكنولوجية وباندفاع قل نظيره في التاريخ الإنساني.

قد نكون جميعا غير مرتاحين لمنح الكثير من الشركات الكبرى حق الوصول إلى حياتنا بحيث صارت تعرف عنا أكثر مما نعرفه عن أنفسنا، في المقابل نحن سعداء بتداول تلك البيانات من أجل الخدمات "المجانية في الغالب!" التي تقدمها لنا الشركات التكنولوجية الكبرى مع أنها مرفقة بالكسل المعرفي عندما تخلصنا من مشقة البحث المضني في المصادر المكتوبة.

تقول ماريا روزاريا تاديو، الباحثة في معهد أكسفورد للإنترنت ونائبة مدير مختبر الأخلاقيات الرقمية إن هذه الراحة لها ثمن، "فكرتي التخمينية هي أنه كلما زاد عدد المدن الذكية كانت مساحة الهجوم أوسع".

مع ذلك، يمكن لكل شيء أن يتعطل وينهار في غمضة عين كما هو الحال دائما في العالم الرقمي. فالمطالب السياسية والشعبية تتصاعد يوما بعد آخر من أجل هدم معبد فيسبوك مثلا على مشيديه!

لذلك تحذر تاديو في تصريح لصحيفة فايننشيال تايمز، من الوقت الذي تنتشر فيه عمليات جمع البيانات ويستمر التوثيق، فإن الخطر هو أن ننشئ سجنا دائريا ـ تتم مراقبة نزلائه على مدار الساعة ـ من خلال توسيع أنظمة المراقبة على نحو لا يتناسب مع التهديدات.

لقد فقدنا براءتنا عندما جعلنا التكنولوجيا تستخدمنا منذ أن جعلنا أجهزة الطبخ والتسخين والتبريد في زوايا المطبخ تراقب كل كلمة تقولها ربة البيت لأطفالها وزوجها تحت مسوغ معرفة رغبات الساكنين لتلبية طلباتهم!

وفقدنا براءتنا التكنولوجية منذ أن وضعنا جهاز كشف خياناتنا في جيوبنا، وفقدنا براءتنا منذ أن كشفنا للآخرين مكان تواجدنا وسمحنا لأي كائن أن يتتبّعنا أينما كنا.

فقدنا براءتنا التكنولوجية عندما أرغمنا على الانصياع بصمت لكاميرات الدوائر التلفزيونية المغلقة القادرة على التحسس العصبي لتتعرف على الوجوه.

لقد ابتكرت الكاتبة شوشانا زوبوف مصطلح "رأسمالية المراقبة" منذ عام 2014، واختارت أن تنبه العالم في كتاب حمل عنوان "عصر رأسمالية المراقبة: الكفاح من أجل مستقبل بشري في الحدود الجديدة للسلطة" من عواقب المراقبة على مجتمع القرن الحادي والعشرين.

فرأسمالية المراقبة وفق زوبوف "طفرة مارقة في الرأسمالية كنظام اقتصادي قائم على المراقبة" وإطار أساسي لفهم البيانات الضخمة بوصفها النفط الجديد الذي يجلب الثروة والحقل الأوسع للتجارة الرأسمالية، لعدم توفير قوانين الخصوصية أو مكافحة الاحتكار، الحماية الكافية من الممارسات غير المسبوقة للمراقبة التي تهدد الاستقلال الفردي والديمقراطية معا.

> فقدنا خصوصيتنا عندما أصبحنا نحمل آلات المراقبة في جيوبنا ونثبتها في منازلنا. ويبدو أننا سعداء جدا بالسماح لغوغل بالبحث فينا! بعد سنوات من البحث فيه من أجل المعرفة

وتصف زوبوف أستاذة العلوم الاجتماعية في جامعة هارافارد رأسمالية المراقبة بأنها منطق اقتصادي واجتماعي. ينشأ عن مفهوم "قوة البيانات" للتحكم بالسلوك البشري على عكس القوة السياسية والعسكرية. فمن خلال التحليل التنبّؤي للكثير من البيانات التي تصف حياة وسلوك مئات الملايين من الناس، يمكن تحديد الروابط والأنماط السلوكية، والاستدلال على المعلومات المتعلقة بالأفراد، والتنبؤ بسلوكهم المستقبلي، ويتم تطوير هذا المنهج في الإعلانات عبر اختبار نطاقات ديموغرافية مختلفة، لمعرفة ما هو الأسلوب الأكثر نجاحا.

لا تبدو الاحتجاجات المتأخرة على هدر الخصوصية المستمر بتصاعد مخيف، التي يرفعها المفكرون والمسؤولون عن صناعة المعرفة للمجتمع، قادرة على انتزاع المبادرة من الشركات التكنولوجية الكبرى، فحتى جيفري فاولر كاتب أشهر التحليلات التكنولوجية في الصحافة الأميركية، يرى أن أجهزة المراقبة التي نضعها في جيوبنا ونثبتها في منازلنا جعلتنا نشعر بجنون العظمة! وكأن الأخ الأكبر عندما يرقبنا يمنحنا قدرا لم نكن نعتقده عن أهميتنا كأشخاص.

بينما تأتي كل المحاولات لاسترجاع خصوصيتنا من الشركات التكنولوجية متأخرة وغير جديرة بالوفاء، مقابل الغزو الذي يكتسحنا وبإرادتنا بطرق تزداد إثارة.

وإذا كنا نختلف اليوم على تعريف معنى الخصوصية فإنه لا يمكن لنا أن نتفق في المستقبل على تعريف ما بعد أن نفقد تمتعنا كأفراد بأي خصوصية.

لذلك تبدو الحاجة ماسة وعاجلة أن تفكر النخبة وأساتذة الجامعات المرموقة ومراكز البحث الاجتماعي بالآثار المترتبة على فقدان حقوق الإنسان من استلاب خصوصيته، قبل أن يغير الأفراد في المستقبل طبيعة مفاهيم الخصوصية الخاصة بهم، سواء الحقيقية أو المجازية. وإذا تغيرت المفاهيم التاريخية للبشر، عندها ستتغير القيم ويصعب علينا بعدها أن نتحدث عن البشر بوصفهم كائنات عاقلة تريد أن تجعل العالم مثاليا.