

اليوم الأول من المؤتمر رقم 36
للإتحاد الدولي لناشري الدوريات (FIPP) : " مواكبة التغيير "

كانت هناك رسالة واضحة طرحت في اليوم الأول من المؤتمر رقم 36 للإتحاد الدولي لناشري الدوريات (FIPP) المنعقد في فندق الصين العالمي في بيكين يوم 14 مايو 2007. ردد غالبية المتحدثين البالغ عددهم ما يزيد على 950 مندوباً مما يزيد على 60 دولة العبارة: "مواكبة التغيير".



يتمثل "التغيير" في الثورة الرقمية التي صارت أكثر ما يشغل اهتمام معظم الناشرين في أنحاء العالم.

افتتح رئيس الإتحاد الدولي لناشري الدوريات FIPP ورئيس مجلس الإدارة لها "دونالد دي كمرفلد" المؤتمر بكلمة ترحيب متضمنة رسالة ميزت المؤتمر طيلة يومه الأول وقد جاء في نصها: "ينعقد هذا المؤتمر خلال ما نسميه التحول العالمي. أتصور أن الطباعة ستظل تحظى بمكانة هامة في المستقبل ولعلها ستكون الجزء الأكثر أهمية للكثيرين. ولكننا حالياً نقدم لنا فرصة كبيرة للوصول إلى أكبر فئة من الجمهور - وذلك على نطاق أوسع مما تنتجه الطباعة فقط، وهذا ما يجعل الأمر مثيراً ومخيفاً في ذات الآن."

جاء في الخطاب الرئيسي الصباحي للمتحدث "جون روز"، وهو شريك في مجموعة "بوستون الاستشارية Boston Consulting Group" بالولايات المتحدة الأمريكية عن الإستراتيجيات الرقمية للمجلات - وأن الشيء الوحيد المؤكد لحد الآن هو انعدام اليقين.

وقال أن الشيء الوحيد الذي أنا متأكد بشأنه هو أنه قد يكون ما أقوله خطأ نظراً لسرعة معدل التغيير في العالم الذي نعيش فيه اليوم. والسؤال السليم الذي يجب أن تسأله لنفسك هو كيف يمكنك أن تتغير لأجل التغيير والتفاعل مع الموقف؟"

وعلى الرغم من ذلك فإنه شدد على أن الشكوك قد تخلق فرص كبيرة، وذلك باستخدام المجلات لاستقطاب القراء بنسبة أعلى من حجم توزيعها للموسم، وتحويل مضمونها إلى بيئة متحركة على سبيل المثال.

لم يوصي "روز" بإنشاء إستراتيجية طويلة المدى نظراً لمعدل التغيير السريع. وكان الغرض من نصيحته هو مواكبة التغيير والتواصل مع العالم المحيط بشكل يومي، فقال: "إن التغيير موجود اليوم والمزيد منه أت، ولكن اتجاه ذلك التغيير هو غير معروف أساساً. فإنكم لستم بحاجة إلى كيفية الدفاع عن جوهر تجارتكم الأساسي فقط، بل تحتاجون أيضاً إلى كيفية الوصول إلى فرص جديدة. فما ستفعله غداً سيكون مختلفاً تماماً بناءً على هذين العاملين ولكن عليك أن تفعله غداً بغض النظر عن المكان الذي أنت فيه."

وفي "مناقشة الإستراتيجيات الرقمية" التي تلت ذلك، ترأس "ليون كمرفلد" "ليو دانهوي Liu Danhui"، نائب الرئيس في مجموعة رايلي بالصين، و"يو جودينج Yu Guoding"، رئيس مجموعة "بيزنس ويكلي ميديا" بتايوان والصين؛ و"بول كينان Paul Keenan"، الرئيس التنفيذي، بشركة "أي ماب كونزومير ميديا" بالملكة البريطانية؛ و"تورستن كلين Torsten Klein" رئيس دار الصحافة "جرورنر بلس جار"، وكذلك "جرورنر بلس جار ايه جي" بألمانيا؛ و"ستيفن بلاشت مورفي Steven Pleshette Murphy" رئيس شركة "رودال" المدمجة ورئيس مجلس إدارتها، بالولايات المتحدة الأمريكية؛ و"هوجو شونج Hugo Shong" نائب الرئيس التنفيذي في مجموعة "انترنشيونال داتا" بالولايات المتحدة الأمريكية.

قال جميع هؤلاء فيما عدا "مورفي" أنهم يحققون نسبة 3% فقط من عائداتهم من خلال المواقع الخاصة ولكن يزداد المعدل سريعاً. وقال مورفي أن شركة "رودال" تحقق بالفعل نسبة 10% ومن المتوقع أن تحقق 30% في غضون سنوات قليلة. وصرح أصحاب مواقع المشاريع التجارية (b2b/business-to-business) أن عائداتهم من هذه المواقع قد

تحصل صحيفة "الجزيرة" اليومية على جائزة
المنظمة العالمية للنشر الإعلامي

حصلت صحيفة "الجزيرة" اليومية على أكبر جائزة تقدير وسط كبار الصحف. ونقلا عن صحيفة "الجزيرة"، وهي عبارة عن مؤسسة للطباعة والنشر، فقد حصلت هذه اليومية على جائزة "أفضل صحيفة" إذ يتم توزيعها فيما بين 80 ألف إلى 200 ألف نسخة على أنحاء قارة آسيا في مجال الطباعة المفتوح لعام 2007.



خالد بن حمد المالك



صحيفة الجزيرة

وتعد هذه الجوائز ضمن هدايا المنظمة العالمية للنشر الإعلامي IFRA، وهي الجهة المسؤولة عن ترويج الصحف، كما تعد المنظمة العالمية للنشر الإعلامي (IFRA) مؤسسة مستقلة تماماً وهو ما يجعل الحصول على جوائزها أمر يستحق التقدير، وربما يتمثل التكريم الحقيقي الذي يأتي مع الحصول على الجائزة في التقدير الذي يتم تعميمه بين باقي الصحف المنافسة.

قدمت الجائزة إلى نائب رئيس التحرير بصحيفة الجزيرة، "عبداللطيف العتيقي" من قبل "جلوريا أرويا"، رئيسة فلبين، ورئيسة الاحتفال المنعقد في فيلبين استقطب الحدث مجموعات كبيرة من الصحفيين والمحرفين المحليين والأجانب الذين تناقشوا على تغطية الحدث حتى يكون لهم سبق.

لا تأتي تلك الجوائز إلا بعد بذل قدر كبير من العمل الدؤوب واستثمار مالي ضخم في جهود رامية إلى النهضة بمعايير الجودة. وأشار رئيس تحرير الصحيفة إلى أنه لم يتكلم عملهم بالنجاح بين عشية وضحاها في قوله لمؤسسة "مطبعة الشرق الأوسط Middle East Printer": "إننا أنجزنا ما نحن بدأنا في عمله وأنا في غاية السعادة أن هذه الجائزة أتت كتمرة لتتوج استثماراتنا المالية وجهود مواردنا البشرية المبذولة."

في نقاش عن الجائزة مع مؤسسة "مطبعة الشرق الأوسط Middle East Printer"، قام رئيس التحرير بالاستطراد بأن النجاح يعود إلى مجموعة من الإستراتيجيات: "لقد استثمرنا في أعلى وأحدث مستويات نظم الإدارة ومراقبة الجودة مع دعم هذا بتدريب مكثف للموظفين كما أننا أنشأنا وكالتنا الصحافية الثالثة "GOSS" (غوس). كما أن خط الإنتاج لدينا قد تم تطويره بأجهزة الكمبيوتر ذات الكثير من التقنيات الحديثة المتقدمة."

أنشئت صحيفة "الجزيرة" عام 1960، وكانت أول صحيفة سعودية تواكب عصر الإنترنت وكذلك تصدر مطبوعات للاستهلاك المحلي كانت مبدئياً تستخدم الإنترنت (intranet) كشبكة داخلية في الصحيفة لأجل التوزيع وتم تطوير إصدار على الإنترنت بشكل ملائم. وقد شكلت إستراتيجيات منظمة وحكيمة موقعها لتمكين من استخراج معلومات وتحميلها على الطباعات الفردية.

وصلت بالفعل إلى حوالي 20%.
ثم أتى موضوع "التغيير" مرة ثانية.

قال كينان: "في شركة 'إيماب' Emap نحن دوماً في إطار عملية تغيير ما نقوم به و تغيير كيفية القيام به. ونقوم بتجديد الكيفية التي تجري بها أعمالنا. نؤمن بأن أي مجلة في مجال عملنا سنتغير بالإعلام الجديد. وستكون المحتويات والنوعيات والعلاقات ذات إفادة لنا في هذا العالم الجديد."



ترددت نظرة "كينان" الإيجابية هذه على لسان "مورفي" الذي قال: "البث المباشر هو أفضل حدث لعمل المجلة عقب المطابع. لماذا؟ لأن لا يمكن لكل ما من شأنه أن يعمل على إثراء علاقتنا بعملائنا إلا أن يكون مفيداً لنا. السؤال هو كيف يمكننا أن نتعامل مع ذلك؟ الأمر الأساسي هنا هو أن الشركات التي ستربح هي تلك التي ستواكب التغيير.

قام "كمرفلد" بتلخيص الجلسة، بقوله: "أفضل شيء يجب فعله هو رصد التغيير وتعلمه وتطبيقه عملياً. ابحث عن ماهية الأعمال التي تقوم على أساس تطبيق عملي، ومتى تكون مستعداً للاستثمار، قم بالاستثمار في الموارد البشرية والتقنيات الحديثة. أعد هيكله شركتك".

وكان الخطاب الرئيسي في المساء قد ألقاه "باتريك جي ماكجفرن"، وهو مؤسس مجموعة "إنترناشيونال داتا" ورئيسها بالولايات المتحدة الأمريكية، وتحدث فيه عن الفرص العالمية لناشري المجالات في غضون عصر الإنترنت.

ونصح قائلاً: "يجب أن تتعلم كيف تتشأن و تحافظ على العالم الواقعي والافتراضي الذي سيحافظ على جمهورك." "ماهي الموازنة بين رغبات جمهورك في الحصول على المعلومات ورغباتهم في المساهمة فيها؟".

وذكر أن زيادة عائد مجموعة "إنترناشيونال داتا" عن طريق الإنترنت تتراوح بين 30% إلى 35% سنوياً بالولايات المتحدة. ويتوقع بحلول عام 2010 أن تزيد هذه النسبة بحيث أن 50% من الإيرادات سيأتي عن طريق الإنترنت.

ومن ثم يوثق ثقافة التغيير قائلاً: "هناك مثل صيني قديم يقول: "أن التغيير يخلق التهديدات ولكنه أيضا يفتح أبواباً لفرص جديدة". ففي عملي لمدة خمسين عاماً في مجال النشر، لا أظن أبداً أننا قد شهدنا زمناً أكثر إثارة من الذي نعيشه الآن. فحظاً طيباً في التعامل مع التهديد لتصنعوا منه فرصة عظيمة لكم".

وفي الجلسة التالية، ناقش موضوع انتقال المعلومات التجارية من مجال النشر إلى البيئة المتعددة الوسائط، وأدار "جوردن هيويز" رئيس الإعلام التجاري الأمريكي (ABM) ورئيس مجلس إدارته بالولايات المتحدة الأمريكية الفريق الذي تضمن "لي ينج" نائب رئيس ورئيس سي سي أي دي (CCID) بالصين؛ و"إيروين ريش"، رئيس مجلس إدارة شركة "ألفونس دالبيو (Alfons W)، "جنتير فير لاج" "جمب اتش"، وشركة كي جي (GmbH & Co. KG) بألمانيا؛ و"براديب جويتا" المدير التنفيذي والناشر لدى شركة "ساير ميديا" (CyberMedia) بالهند.

تحدث "هيوجز" (Hughes) عن نجاح الإعلام التجاري الأمريكي (ABM) وكيف شملت نماذج عمله حالياً الطباعة بشكل ملموس وعن طريق الإنترنت.

وقال: "عام 2000، كان نصف العائد يأتي من المجلات المطبوعة"، وفي 2006، أصبحت أكثر الإيرادات تأتي المطبوعات الورقية، بحيث تمثل المجلات المطبوعة نسبة 36% و تمثل المجلات الرقمية حالياً حوالي 14% من العائد الذي يأتي من استخدام المشتركين في المجلة عبر الإنترنت. نحن إذن أمام زيادة بنسبة حوالي 35% من عام 2000 إلى 2006".

وأضاف أنه على الرغم من هذا التغيير في العائد، فإن المجلات لا تزال جزءاً في غاية الأهمية من صناعة مشاريع B2B التجارية. "إن المعلومات التي نقدمها تظل غنية كما كانت دائماً من قبل، ولكن طريقة نشر هذه المعلومات تغيرت كلياً. كانت المجلات هي التي تبني العلامات التجارية وكانت هي التي تقوم بخلق توسعات لنشر العلامة التجارية. واليوم، من الممكن أن تتطلق علامة تجارية من خلال إنشاء موقع أو من خلال حدث. عندما تدمج عملك عن طريق الإنترنت مع الطباعة الورقية، فسيكون ذلك مثالياً، وعندما تصيف مجلة إلى ذلك، يعد ذلك منافسة قاضية في مشاريع B2B التجارية".

أما "رايتش" فقد استعمل مجازاً يصور كأن الناشرين يعيشون في غمار مياه عشوائية وسط ضباب كثيف، وبالتالي جاءت توصيته تنصح بضرورة "التفكير الدقيق والمتوازن والإيمان بنسبة 100% بمبدأ النظام".

وقال: "أنت بحاجة إلى الاختبار والاستثمار. أنت لستطيع أن تستغني عن اختبار المستقبل ولكن عليك دائماً تراقب تكاليف هذه الاختبارات عن كثب. فنحن على مشارف المستقبل. فاجلس وقم برسم مخطط أولي، وامسك بيدك ممحاة لأنك ستحتاج إليها دائماً من أجل التكيف مع التغيير باستمرار".

انقسم المؤتمر إلى أربع جلسات متزامنة بعد الظهر؛ فتمحورت الجلسات حول: "المجلات العاملة في تطوير السوق: الصين"؛ و"المجلات القائمة على تطوير السوق: غرب أوروبا وروسيا"، "توسيع منافذ البيع للمجلات وزيادة كفاءة التوزيع"؛ و"مخططات رقمية جديدة للمجلات: أجهزة متحركة".

المصدر: الاتحاد الدولي لناشري الدوريات—FIPP

جمعية الناشرين في الشرق الأوسط (MEPA)

مدينة دبي للإعلام، المكتب رقم 506، الطابق الخامس، البناية رقم 2

ص.ب: 502038، دبي، إ.ع.م. البريد الإلكتروني: mepa@mepa.cc، الموقع: www.mepa.cc