رانية سلامة رئيس تحرير مجلة «عربيات»:
الصحافة الورقية تنازلت عن حصتها للالكترونية

أدركت أن شبكة الانترنت سيكون لها شأن كبير في بلدها حين قررت خوض تجربة المجال الإعلامي عن طريقها، خصوصاً أنها باشرت مشروعها في البداية من الخارج، ومن ثم استقطبت الكثير من المراسلين والمراسلات في دول مختلفة، لتصبح رائدة المجلات العربية على الإنترنت. مجلة «عربيات» الالكترونية تجد رئيسة تحريرها والرئيسة التنفيذية السيدة رانية سلامة أنها تحرز التقدم يوماً تلو الآخر لتفوز دائماً في حلبة سباق مفتوحة. "لها" التقت رانية سلامة بعد ملتقى العلاقات العامة الذي عقد أخيراً في جدة لتقف على حدود العلاقة بين الإعلام والإعلان.

جدة _ منى الجعفراوي

■ رانية سلامة مؤسسة ورئيسة تحرير «عربيات»، لماذا هذا المشروع تحديداً؟

الفكرة بدأت قبل دخول الإنترنت للمملكة عندما تسنى لي استخدامها من الخارج أو بواسطة الشبكات المحلية، فتنبهت آنذاك إلى عدم وجود أي محتوى عربي إلكتروني خاص أو مواقع إعلامية كالصحف والمجلات المستقلة عن النشر المطبوع. فالتقنية كانت تفتقد المحتوى الثري، والمطبوع كان يفتقد التقنية وخصائصها التفاعلية. ومن هنا بدأت بالإعداد لمشروعي الذي ولد عام ٢٠٠٠ كأول موقع إلكتروني عربي يضم مجلة تعتمد في محتواها على فريق من المحررين والمراسلين في مختلف أنحاء العالم لإعداد مواد صحافية حصرية لمجلة «عربيات» بالإضافة الى المنتديات التفاعلية والاستطلاعات التي تحولت إلى مركز دراسات إلكترونية لبعض القضايا المطروحة في المجلة أو المقترحة من جهات أخرى لمعرفة توجهات القراء الذين يمثلون فئة الجمهور الجديد لوسائل الإعلام.

■ ألا تجدين أن عالم الانترنت أصبح يمثل حلبة سباق لهذه النوعية من المجلات العربية؟ وكيف يمكن التميز في هذا السباق؟

أتفق معك في أن الإنترنت أصبحت وربما كانت دوماً حلبة سباق، ولكن البقاء في المباراة دائماً للأفضل وللأكثر قدرة على الاستمرار بثبات في مسيرته. لذلك قد نجد في كل لحظة موقعاً إلكترونياً جديداً، ولكن في المقابل سنجد مواقع قليلة جداً استمرت لأكثر من ٥ أعوام، وهي باعتقادي الحد الأدنى لاختبار جدية المشروع وأهداف إدارته وجدوى الاستثمار فيه والتعامل معه. وعن «عربيات» فقد كان عنصر التميز بالنسبة إلينا في البداية هو الأولوية في خوض هذا المجال دون وجود منافسة أما اليوم فالمنافسة أصبحت أهم دافع للتطوير التقني والمهني لمواكبة المستجدات والمحافظة على ما حققناه بناءً على مراعاتنا للمقاييس الدولية في البرمجة والتصميم والأرشفة، بالإضافة إلى قيمة المحتوى التي متى ما تهاون الموقع فيها ليطغى الكم على الكيف تفقد قاعدة البيانات قيمتها وقدرتها على استقطاب الجمهور واكتساب ثقة المعلن.

■ ما الفرق بين الصحافة الالكترونية والصحافة الورقية ومن سرق مساحة من الآخر؟

أعتقد أن أهم فارق بين الإنترنت وغيرها من وسائل الإعلام بشكل عام هو أن الإنترنت متعددة الوسائط، فبوسع الصحافة الإلكترونية أن تقدم محتواها كنص مقروء أو ملف مرئي أو مسموع وبالتالي قد تكسب بسهولة جمهور وسائل الإعلام الأخرى. لكنني سأخفف من وقع السرقة وأعتبرها إن صح التعبير وصدقت الإحصاءات تنازل الصحافة الورقية عن جمهورها لصالح الصحافة الإلكترونية بسبب عدم تطويرّ أدواتها. أما الوضع الطبيعي فهو أن لا يكون هناك تداخل ومنافسة بين الورقي والإلكتروني لأن كلاً منهما يعتبر وسيلة إعلام مختلفة تماما عن الأخرى وبوسعها أن تحتفظ بجمهورها وتلبي مطالبه إذا تفهمت طبيعته.

■ هل سيأتي يوم تلغى فيه الصحافة الورقية لمصلحة الالكترونية؟ وهل صحيح أن سقف الحرية والمصداقية أعلى في الصحافة الالكترونية منه من الورقية؟

سيأتي هذا اليوم فقط إذا ظلت لدينا مؤسسات صحافية ضخمة يقتصر نشاطها على النشر المطبوع دون أن تتحول إلى مؤسسات إعلامية تملك النشر المطبوع والإلكتروني والمرئي والمسموع وتحترف إدارة كل ذلك لتوظف كل الأدوات في خدمة

تصوير: طارق محمود

محتواها وفرزه بالصيغة والقالب المناسبين للجمهور. أما عن سقف الحرية والمصداقية فلا يمكن تعميم الحكم على الإلكتروني ولا على الورقي لأن الأمر يعود إلى السياسة التحريرية لكل جهة، بالإضافة إلى الرقابة التي قد لا تكون الحروف المكتوبة على سقفها واضحة، وبالتالي الأمر يتطلب اجتهادات شخصية هنا وهناك من المحرر وكذلك من الرقيب.

لك العديد من النشاطات ما بين كتابة المقال ورئاسة تحرير ومؤسسة تقنية معلومات، فكيف يمكن أن تنافسي على الأولوية في ظل هذه المجموعة من الأعمال؟

في الحقيقة لا أعتبرها نشاطات متعددة بقدر ما هي مترابطة، فأنا أملك وأدير مؤسسة تقنية معلومات، والتقنية لا تنفصل في عملي عن المحتوى، وكلاهما يتطلب الإطلاع على المستجدات والاستنجاد بالرؤية والمهارات. لذلك نحن نوظف البرمجة والتصميم لإخراج المحتوى التجاري أو الصحافي بحسب المشروع الذي نقوم بتنفيذه. أما المقالات فهي تجربة فرضت نفسها علي فأحببتها وتكيفت مع متطلباتها واحترمتها دون أن أنظر إليها كمهنة. ولا بد أن أعترف بفشلي في تنظيم وقتي بين كل تلك الأمور غير أنه فشل شخصي لا ينعكس على أدائي ولم أخسر بسببه سوى وقت الفراغ الذي اضطررت للتنازل عنه حتى أتمكن من انجاز كل عمل في الوقت المطلوب أو قبله. وأصدقك القول بأنني أعتقد أنني من الأشخاص الذين لا يمكنهم أن ينجزوا إلا تحت الضغط، وهي حقيقة أدركتها وأصبحت أستبشر بضغط العمل وأشعر خلاله أنني على موعد من النجاح.

من خلال موقعك في مجلة «عربيات» وأنت السباقة في هذا النوع من الصحافة، هل بالفعل الانترنت فتحت فرص عمل للمرأة السعودية؟ كيف؟

بالتأكيد، فمن تجربتي وجدت لدى المرأة السعودية قدرة فائقة على الأداء الوظيفي المتميز في هذا المجال مع الاستعداد التام للتعلم وتطوير المهارات. في البداية دربت عدداً من السعوديات على العمل على أنظمة النشر الإلكتروني عن بعد، ثم بدأت باستقطاب المتميزات منهن إلى العمل المنتظم في مكتبي أو توجيههن للعمل لدى جهات أخرى. وبالتالي أرى أن التقنيات الحديثة فتحت للمرأة مجالات العمل سواءً أكانت في حاجة الى مراعاة التزاماتها المنزلية التي تمنعها من الخروج للعمل، أو الى العمل خارج المنزل في مجال جديد.

ألا تعتقدين أن السيدة السعودية في حاجة إلى ما هو أكثر من مجلة الكترونية يمكن أن تقرأ محتواها في أي مجلة خصوصا في ظل الخطوط الحمراء التي تعاني منها؟

هذا صحيح، فالمرأة والرجل والشباب والأطفال لديهم احتياجات مختلفة ولكل حاجة طريق، فالصحافة الإلكترونية والمطبوعة تقدم محتوى متخصصاً يراعي المهنية وقد يتوقف عند الخطوط الحمراء، بينما الإعلام الجديد يعتبر إعلام الأفراد حيث يقدم فيه المدون أو كاتب المنتدى أو المشارك في الشبكات الاجتماعية للآخرين مادته وطرحه بأسلوب حر في لغته ومتحرر من الضوابط. والخلاصة أن وجود هذه الأشكال المختلفة من المحتوى والمحررين قد أثرت مصادر الاعلام ووسائله غير أن أياً منهما لا يمكن أن يكون بديلاً عن الآخر. فالصحافة المطبوعة والإلكترونية هي مصدر موثوق وأساسي من جهة اعتبارية يعلق عليه رواد الإعلام الجديد في منابرهم، والإعلام الجديد يلهم في المقابل النشر الإلكتروني والمطبوع بأفكار جديدة كما أنه يساهم تدريجياً في رفع سقف الحرية كونه قد جعل الرقيب يدرك أن تناول الإعلام المتخصص لبعض القضايا خير من الاكتفاء بالطرح العشوائي لها من قبل الأفراد بأسماء مستعارة.

أنت بصفة شخصية كيف تجاوزت هذه الخطوط خصوصا أنك بدأت في وقت لم يكن للانترنت أي وجود؟

لا أؤمن بأن من يحترف العمل الصحافي ويجيد طرح مادته سيواجه عقبة الخطوط الحمراء، لذلك في مجلة «عربيات» لم نواجه مشاكل من هذا النوع. ولكن في ما يتعلق بالأدوات التفاعلية فالأمر يختلف وأعتقد أننا في هذا الإطار قد دفعنا ثمن عدم وجود قوانين تنظم العلاقة بين الإعلام التفاعلي والمنتديات تحديداً وبين الجهات الرسمية، فكنا أمام خيارين: إما أن نضع ضوابط محكمة على أداة سر نجاحها وقدرتها على استقطاب الجمهور هو الحرية، أو أن نفسح المجال للحرية المطلقة لنواجه سياسات الحجب. في الحالة الأولى نخسر الجمهور المتفاعل لصالح مواقع أخرى لا تقف وراءها جهات اعتبارية ولا تخشى إدارتها من مناورة الرقيب بتغيير العنوان الإلكتروني من وقت الى آخر لعدم حرصها على بناء اسم تجاري أو وجود محتوى آخر ثمين، وفي الثانية تضطرب علاقتنا مع جهات عديدة بسبب طرح فردي غير مسؤول من مشارك. غير أنني متفائلة بالقوانين الجديدة المتعلقة بالإنترنت والتي قد تجعل كل مشارك يستشعر بمسؤوليته حيال ما يكتب، كما قد تحد من الجرائم الإلكترونية التي كان أغلبها يرتكب من باب التسلية ويؤثر على المواقع وعلى التجارة الإلكترونية التي أتوقع أن تنتعش في ظل هذه القوانين الداعمة للاستثمار فيها.

أحب أن أرى «عربيات» الإلكترونية في عيون الآخرين لأن الإنسان عندما يكون قريباً جداً من صورة يحبها لن يتمكن من رؤيتها جيداً بعينيه

في مؤتمر العلاقات العامة الأخير ألقيت الضوء على الفرق بين الإعلام والإعلان. هل يمكن أن يستغل الإعلامي بطريقة ما ليصبح مسوقاً إعلانياً؟

ثمة صلة قرابة بين الإعلام والإعلان. وهي علاقة يطول الحديث عنها. ولكن دعيني أركز على طرحي في المنتدى حيث بدأ الإعلام الجديد يصنع آليات جديدة تخدم المسوقين والعاملين في مجال العلاقات العامة، ولعل آخرها ما يطلق عليه اليوم اختصاراً SMPR أو Social media press release وهو مصطلح ولد عام ٢٠٠٦ مع إنشاء الشبكات الاجتماعية، ففيّر صيغة التقارير الصحافية التي تصدرها شركات العلاقات العامة لتصبح أكثر جدوى للشركة وأكثر قدرة على الوصول الى الجمهور. هذه الآلية مجرد نموذج ومؤشر لأن الإعلام الجديد قد غير من طبيعة الجمهور وبالتالي على مؤسسات الإعلام والإعلان أن تسارع الى تغيير صيغة وقوالب طرحها لتحقق حملاتها أهدافها.

من أين أتى هذا الخلط بين العمل الإعلاني والإعلامي؟

أي وسيلة إعلام لا يمكن أن تنجح وتستمر دون الإعلان، والإعلان في حاجة الى وسيلة إعلام تنشره أو تبثه. هذه العلاقة أزلية وأبدية وفي حاجة إلى أن تكون دائماً صحية ومتوازنة لترضي الطرفين دون أن تكون على حساب الجمهور.

أين تجدين مجلة «عربيات» في هذا الزخم الإعلامي الحالي؟

أحب أن أرى «عربيات» الإلكترونية في عيون الآخرين لأن الإنسان عندما يكون قريبا جدا من صورة يحبها لن يتمكن من رؤيتها جيداً بعينيه. أما من الجانب الإداري فأرى «عربيات» ابنة قد بلغت سن التكليف منذ عامين عندما أتمت عامها السابع ودخلت اليوم عامها التاسع، وبالتالي فالمؤسسة التي دللتها حتى حققت النجاح المعنوي قد قررت تكليفها بمهمة أن يسير نجاحها الأدبي في خط متوازي مع نجاحها التجاري وهي مهمة صعبة إلى حد ما في العالم العربي ولكنها ليست مستحيلة في ظل الإحصاءات والأرقام التي تكشف عن نمو أعداد مستخدمي الإنترنت وتطوير الخدمات والقوانين الداعمة للاستثمار في المحتوى الإلكتروني.

رانية سلامة أين تريد الوصول؟

بدأنا مؤخراً بتنفيذ بعض مشاريع التجارة الإلكترونية التي توافرت لها الضمانات المطلوبة. وأتمنى أن نواصل العمل في هذا المجال حتى تتوافر للمستخدم العربي مواقع عديدة للتجارة الإلكترونية تنافس بإمكاناتها ومنتجاتها المواقع العالمية المشابهة.