

صحافة المستقبل... المقال ي

قد يكون شكل المقال الصحافي من أقل ما تطوّر في ظفرة الإنترنت، إذ جُل ما تبذل هو طرائق الوصول إليه. لكن ماذا لو قدّر للمقال ان يعيد هندسة نفسه؟ على أي شاكلة سيكون؟

حزمة حرقوص

لنتخيّل لو كنت تقرأ هذا المقال منذ ثلاثين سنة، وأتاك من سافر بك إلى حاضرنا هذا وأعطاك المقال نفسه على شاشة الكمبيوتر. ما الذي سينتغير في فهمك للمقال؟ قد يجيب الكثيرون أنه لن يتغير شيء تقريباً. الصياغة هي نفسها، الشكل هو نفسه، والصور التوضيحية كانت موجودة في تلك الأيام. لكن هذه إجابة صادمة بحد ذاتها. إذ كيف يمكن أن تمرّ ثورة الإنترنت من دون تغيير ملموس في

تقلص مستخدمو برنامج صحيفة "نيويورك تايمز" على أيفون من 900 ألف أواخر 2013 إلى 600 ألف أوائل 2014

نمط المقال الصحافي؟

في الواقع، هذه الصدمة في مكانها لمن ينظر إلى المقال من زاوية ضيقة، أي يعتبر المقال مكوناً من صفوف الكلمات وما حولها من صور. إذ لا يمكن أن يجد في مقالات اليوم ما لا يمكن تخيله على الورق منذ عقود. وهذه مشكلة سنعود إليها لاحقاً.

لكن على الجانب الآخر، من يضيف إلى المقال كل ما يحيط به في الصحف الرقمية، يجد تغييراً ملحوظاً، أهم ما فيه أنه مع بدايات الإنترنت، أصبح تعليق القارئ بالمرصاد لمقال الكاتب في المكان نفسه، ما قلص الهوة بينهما، وأن المقال انتقل من قصاصة ورق على حائط إلى محتوى ينتشر حتى قيل أن يُطبع على ورقة. وعلى الطريق منذ أول صفحة "ويب" إلى يومنا الحالي، هبت موجات وأقلت أخرى

في عالم المقال، جعلها تمحور حول كيفية الوصول إليه من دون أي منس في الجوهر.

موجة معاكسة

مع بداية ظهور الأيفون، ونمو سوق البرامج الهاتفية، ورواج "التابلت" الذي أعده مصنعوه ليكون أفضل وسيلة لقراءة الصحف، باتت كل صحيفة ترى في البرامج على هذه الأجهزة ضالتها المنشودة، تريد عبرها حجز مكان بين الأيقونات على شاشة هاتفك الذكي. وفعلاً ساهمت هذه البرامج لفترة في زيادة قراء المقالات. لكن اليوم، باتت الموجة في انعكاس. فبحسب تقرير داخلي أعدته صحيفة "نيويورك تايمز"، تقلص عدد مستخدمي برنامج الصحيفة على الأيفون من 900 ألف في أواخر عام 2013 إلى 600 ألف في أوائل عام 2014.

وفي أواخر عام 2014، دعا موقع "The Verge"، أحد أبرز المواقع التكنولوجية في العالم، مستخدميه كي لا يستخدموا برامج للهواتف منذ تلك اللحظة، معلناً أنه سيزيلها من متاجر البرامج للهواتف الذكية. وتلك خطوة مدروسة طبعاً، ومدعومة بالتطور التكنولوجي في إنشاء المواقع، فبدلاً من أن تنشئ موقعاً خاصاً بالهاتف، وآخر للتابلت، وثالثاً للحواسيب، إضافة إلى تطبيقات لكل نوع من الهواتف، بات ممكناً إنشاء موقع واحد بخاصية تسمى "التصميم المتجاوب" (Responsive Design). وهذا يتضمّن إعادة تصميم الموقع بشكل يستجيب لكل حجم من الشاشات، فيظهر على هاتفك بشكل تلقائي يناسب شاشته الصغيرة من دون حاجة لاستخدام "الزوم" لتكبير ما يظهر عليها. ويتفادي برامج الهواتف، تتجنب الصحيفة



2011 و2013، انحدر عدد من زاروا صفحة "نيويورك تايمز" الرئيسية إلى النصف. وهذا مرده إلى تغير أساسي في كيفية الوصول إلى المقال، نتيجة رواج مواقع التواصل الاجتماعي إذ تغير النمط من

موت الصفحة الرئيسية

في السنوات القليلة الماضية، توالى النعوت التي رُفّت إلى العالم موت ما كان يعرف بالصفحة الرئيسية للصحيفة على الإنترنت. فبين عامي

الحاجة إلى تحديث التطبيق دورياً وأن تطلب من المستخدمين أن يحفلوا النسخة الأخيرة. ويبقى كل ما عليها أن تحدث موقعها نفسه الذي يصل تلقائياً بنسخته الأحدث إلى القارئ.

أحداث وصور

فينسيا بيروت... جائزتان مرموقتان

حصد فندق فينسيا بيروت جائزتين مرموقتين من "جوائز السفر العالمية - الشرق الأوسط 2015"، وذلك خلال الحفل الذي أقيم في دبي، بحضور كبار المسؤولين التنفيذيين من قطاعات السفر والسياحة والضيافة. ونال فندق "فينسيا بيروت" جائزة الفندق الرائد في لبنان وجائزة أفضل فندق لسياحة الأعمال في منطقة الشرق الأوسط. وتعد جوائز السفر العالمية واحدة من أرقى الجوائز العالمية التي تمنح تقديراً عالياً لمنتجات السفر والسياحة من خلال تسليط الضوء عليها والاحتفاء بالمتميز منها.



نيشيا تحصد اربعمائة من جوائز منتج العام في لبنان

أعلنت شركة "بايرزدورف الشرق الأوسط وشمال أفريقيا" فوزها بأربع مائة من "جوائز منتج العام في لبنان 2015" تكريماً لبعض منتجاتها المبتكرة التي حظيت بإشادة وتقدير المستهلكين اللبنانيين لهذا العام، وهي مجموعة العناية الأساسية للوجه، ومزيل العرق "نيشيا باودر نتش"، ومزيل العرق "نيشيا فرش باور للرجال"، واللوشن الغني بزبدة الكاكاو "نيشيا كوكا باور بودي لوشن أند بودي كريم". وتأتي هذه الجوائز تنويجاً لتركيبة الشركة على الابتكار في مجال المنتجات ومواكبة متطلبات العملاء.

"فيراري" تستكشف سهل البقاع

نظمت شركة "سكوديريا لبنان ش.م.ل" المستورد الرسمي لعلامة "فيراري"، رحلة استثنائية انطلاقاً من بيروت وصولاً إلى الجهة الغربية من سهل البقاع، والتقى مالكو سيارات فيراري وضيوف الشركة حيث شاركوا في رحلة لكفريا ونواحيها، وكانت نقطة انتهاء الرحلة بقصر Chateau Kefraya، حيث كشف فريق سكوديريا لبنان ش.م.ل. عن آخر موديل من فيراري بطريفة ملفتة؛ فأسدل مسؤولو الشركة الستار عن سيارة California T بمظهرها الرياضي الأنيق والتي تقدم تجارب القيادة المتنوعة. وقد دُعي عشاق فيراري لاختبار الطراز الجديد على طرق وشوارع البقاع الساحرة.

