

## «عرب نيوز» تطلق نسختها اليابانية

طوكيو - أعلن فيصل عباس، رئيس تحرير صحيفة «عرب نيوز» السعودية الناطقة بالإنجليزية، عن إطلاق نسخة إلكترونية يابانية كجزء من خطتها للتوسع عالمياً.

وقال عباس خلال المؤتمر الدولي السنوي لمعهد «جي ون» الذي عقد الإثنين في طوكيو «كجزء من خطتنا الاستراتيجية للتوسع الرقمي عالمياً؛ يسرنا أن نعلن عن إطلاق «عرب نيوز اليابان» (Arab News Japan).

وستكون الخدمة الجديدة متوفرة باللغتين الإنكليزية واليابانية مع مزيج من المحتوى يجمع بين التقارير الأصلية من الشرق الأوسط واليابان بالإضافة إلى موجز مترجم لبعض أهم أخبارنا ووجهات نظرنا.

وصحيفة «عرب نيوز»، مقرها الرئيسي في الرياض، هي جزء من المجموعة السعودية للأبحاث والتسويق، وهي الصحيفة الإنكليزية المعتمدة في تغذية أخبار السعودية والمنطقة لأكثر من 40 عاماً، وفق ما ذكر بيان الصحيفة الإثنين.

ويعتبر الموقع الياباني لصحيفة «عرب نيوز» النسخة الدولية الثانية لها بعد إطلاق النسخة الباكستانية قبل نحو عامين.

ويتزامن تدشين النسخة اليابانية للصحيفة مع الاحتفالات بتتصيب الإمبراطور ناروهيتو الشهر المقبل. وستقدم الصحيفة موقعا للأخبار على مدار 24 ساعة ويتضمن مقابلات وتحقيقات خاصة يتم إعدادها في طوكيو بالإضافة إلى مقالات مترجمة من طبعة «عرب نيوز» الرئيسية.

وأضاف عباس «نأمل أن تساعد خدمتنا الجديدة على تحقيق فهم متبادل أفضل لكل من ثقافتينا الغنيتين وأن تصبح قناة اتصال موثوق بها حيث يمكن لأصدقائنا في اليابان الاعتماد علينا للحصول على معلومات ذات مصداقية وتحليلات ذات عمق».

وفي فبراير 2018 أطلقت صحيفة «عرب نيوز» نسخة إلكترونية مخصصة للشؤون الباكستانية.

وتغطي أيضاً الأخبار والآراء من باكستان والمنطقة، مع التركيز بشكل خاص على علاقاتها مع السعودية والعالم العربي بشكل عام.

# إقالة مدير التلفزيون السوداني تمهد لعهد إعلامي جديد

## خطة حكومية لإعادة هيكلة أجهزة الإعلام



### بداية التغيير في الإعلام السوداني

والإعلام، لافتاً إلى أهمية الحصول على المعلومات بالنسبة للصحافيين. وشدد صالح على ضرورة التغيير في الإعلام السوداني، واستعادة الصورة الإنسانية القائمة على المواطنة بالإضافة إلى الابتعاد عن الصورة النمطية السائدة، قائلاً «نريد إعلاماً يحترم الآخر ويقدمه بصورته الإنسانية».

جاء ذلك خلال مخاطبة الوزير اليوم لورشنة عمل «مطلوبات تهيئة مناخ السلام»، بحضور منسق الأمم المتحدة للشؤون الإنسانية بالسودان.

وأكد خلال ورشة عمل بعنوان «مطلوبات تهيئة مناخ السلام»، سعي وزارته لتهيئة الإعلام ليضطلع بدور ذي غاية الأهمية، خاصة في ما يتعلق بأولويات المرحلة الحالية بالبلاد والتي على رأسها السلام والتحول الديمقراطي

وإرسال إيجاعات خادشة واتهامات بحق المتظاهرين في ساحة اعتصام القيادة، وفق ما ذكرت وسائل إعلام محلية.

ويقول صحافيون إن الإعلام الحكومي ما زال يعمل بنفس الآلية التي كانت موجودة في عهد البشير، لأنه يدار من قبل رموز ورجال مقرين منه، وهم الذين حرصوا على تصوير الثورة بأنها معارضة لرغبة الشارع السوداني ومصالحته الوطنية.

وتم تعيين عيساوي في إبريل الماضي من قبل المجلس العسكري، عقب عزل البشير في 11 أبريل، تحت وطأة احتجاجات شعبية بدأت في 19 ديسمبر 2018، تنديداً بالغلاء، ثم طالت بإسقاط النظام الحاكم منذ 30 عاماً.

ويرى مراقبون أن إقالة عيساوي تأتي ضمن مساعي الحكومة السودانية

تسعى الحكومة السودانية من خلال إقالة مدير هيئة الإذاعة والتلفزيون إسماعيل عيساوي، المعروف بانتمائه إلى الإخوان ومناهضته للحراك الشعبي، لمصالحة الجمهور السوداني مع إعلام بلاده، والوصول إلى «إعلام يحترم الآخر ويقدمه بصورته الإنسانية».

وأصدر رئيس الوزراء السوداني، عبدالله حمدوك، الأحد، قراراً بإقالة المدير العام لهيئة الإذاعة والتلفزيون إسماعيل عيساوي، الذي عرف بمناهضته للحراك الشعبي.

وذكر بيان صادر عن إعلام مجلس الوزراء السوداني، «إن رئيس مجلس الوزراء قرر إعفاء إسماعيل محمد أحمد عيساوي من وظيفة مدير عام هيئة الإذاعة والتلفزيون، وتعيين الإعلامي إبراهيم محمد إبراهيم البزعي خلفاً له».

ووجه حمدوك وزارتي الثقافة والإعلام والهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون والعمل والتنمية الاجتماعية والجهات المعنية الأخرى باتخاذ إجراءات تنفيذ القرار.

وتعتبر مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الهيئة الإعلامية الحكومية الأولى في البلاد.

وخلال الأيام الماضية، أثار بقاء عيساوي في منصبه جدلاً في وسائل الإعلام المحلية ومواقع التواصل الاجتماعي، نظراً لدوره في مناهضة الحراك الشعبي. وسادت حالة كراهية عامة لدى السودانيين، تجاه عيساوي المعروف بانتمائه إلى الإخوان، خصوصاً بعد أن عرض التلفزيون الرسمي في ديسمبر الماضي، فيلماً بعنوان «خفافيش الظلام» تسبب في غضب الشارع السوداني، حيث تم بث مجموعة حلقات تضمنت «إساءات للثورة،

حالة كراهية عامة تملكها السودانيين، تجاه إسماعيل عيساوي بعد أن عرض التلفزيون فيلم «خفافيش الظلام»

## تغول منصات البث الرقمي

### لا يقلق «بي.بي.سي»

يمكن أن تصبح فرصة لـ«بي.بي.سي» لتقديم خدمة أفضل للجمهور. كما أن الخدمات، مثل «آي.بلابر» و«بي.بي.سي. ساوندز»، تنمو بمعدل سريع.

ويتابع «في هذه السوق، ستظهر الخدمات المميزة والمختلفة. وهناك عاملان مهمان يجعلنا مختلفين: أولاً، نهدف إلى الوصول إلى جميع الجماهير، صفاراً وكباراً. الهدف والقيم لهما أهمية اليوم أكثر من أي وقت مضى، حيث يختار الناس الخدمات لأسباب أخلاقية وليس اقتصادية. ثانياً، لا توجد هناك

لندن - يعتقد توني هول، المدير العام لهيئة الإذاعة البريطانية (بي.بي.سي)، أن صناعة التلفزيون على وشك الدخول في موجة ثانية من الاضطراب بسبب دخول منافسين جدد إلى سوق البث. ورغم المنافسة والتحديات التي تواجه منصات البث، يرى هول أن الفرصة مواتية لـ«بي.بي.سي» لجذب الجمهور، لأن الناس سيختارونها لأسباب أخلاقية». وأعبّر عن اعتقاده أن المنصات المنافسة الجديدة، مثل «ديزني» و«أبل»، يمكن أن تؤثر فقط على منصات البث الرقمية الموجودة بالفعل مثل «أمازون» و«نتفليكس».

وذكرت الغارديان البريطانية، أن هول سيلقي كلمة في مؤتمر «رويال ليفينج سوسايتي» في كامبريدج الخميس القادم، يقول فيها، «صناعتنا على وشك الدخول في موجة ثانية من الاضطراب. فالجولة الأولى حدثت بصعود نتفليكس وأمازون وسبوتيفاي، التي غيرت بشكل أساسي سلوك الجمهور». ويتابع «ستشهد الموجة الثانية صعود مجموعة من المنافسين الجدد الذين سيدخلون سوقاً مزبحة بالفعل. وقد حدث ذلك الأسبوع الماضي عندما أعلنت أبل عن خدمة اشتراك جديدة، وستتبعها شركات مثل ديزني وهولو. وهو شيء رائع بالنسبة للجمهور».

ويتوقع هول تقلص حجم مكتبات أمازون ونتفليكس، «حيث يسحب صناع البرامج محتوياتهم بعيداً عن هذه الخدمات، حتى يتسنى لهم التصرف فيها بحرية. وستحتاج هذه الخدمات الموجودة إلى بذل جهد أكبر لتقديم القيمة التي يقدمونها اليوم». ويضيف أن هذا الصعود بدلاً من كونه تهديداً، فإن هذه «الموجة الثانية من الاضطراب»

فهو يرى الأنشطة الحياتية وقد تقارب إلى حد بعيد ولا سيما في ما يخص علاقة الفرد بالمؤسسات التي تقدم له الخدمات، كالرعاية الصحية أو الاجتماعية وصولاً إلى المنصات الإعلامية التي سوف يكون لها نصيب وافر من ذلك التكامل الخلاق.

لن يكون الصحافيون أدايو الجانب، مكتفين بأدوارهم بل سيكملون ذلك بالتفاعل مع جمهورهم الذي سوف يجدونه من دون إرادة منهم في قلب القصص الإخبارية

واقعا لم تكن الرحلة مع الجيل الرابع سهلة وقد استغرقت أكثر من عقد من السنين خلفت وراءها -بحسب دوسنبرك- العديد من التحديات والإنشكاليات، وهي التي سوف يقع على عاتق الجيل الخامس إيجاد حلول لها. لعل من المهم في هذا المجال التأكيد على استعداد المؤسسة الإعلامية للتفاعل أو التواء مع جمهورها الذي هو أداها للاستمرار، أن تعد العدة لجيل الحقيقة الإعلامية، علامات الثقة والجدارة والمصداقية حيث هي في رأس القضايا التي ترسم مسار المؤسسة وصلتها بجمهورها العريض الذي لن يشقى كثيراً في الوصول إلى الحقيقة فإن هذا الجيل الخامس سوف يقدمها بين يديه مباشرة.

## البحث عن الثقة والمصداقية

### في إعلام الجيل الخامس

فالصلة بالجمهور لن تعود مقتصرة على ما تحققه العلاقات العامة من تقريب للمسافة بل إن «عاصفة» الجيل الخامس سوف تأتي على ما تبقى من حواجز روتينية وبيروقراطية وغيرها.

التفاعل مع الجمهور يصبح أمراً واقعاً وحتماً وجسور الثقة والمصداقية سوف تكون في أكثر امتحاناتها صعبة. التضليل الإعلامي مثل سوف تضمحل سوقه ولن يبقى له أتباع ومرجوعون لسبب أساس ومهم وهو تطور تكنولوجيا الجيل الخامس التي تمكن من الوصول إلى الحقيقة وعكسها في زمن قياسي، بل إن برمجيات مستقبلية قادرة على تقديم إشارات مباشرة عن أي من الأخبار يكون كاذباً ومزيفاً وأنها حقيقية.

في دراسة أعدها الباحث دون دوسنبرك ونشرها مؤخراً في موقع المنتدى الاقتصادي العالمي في إطار ما يعرف بتحديات الجيل الخامس ومستقبل وسائل الإعلام، يذهب الباحث إلى أن العلاقة المستقبلية بين المتلقيين ووسائل الإعلام لن تكون أقرب مما هي عليه مع مستحدثات الجيل الخامس. سيمثل هذا التطور صلة وثيقة بين الطرفين وسوف تأتي الحلول سريعاً في إطار تفاعلي بين الجانبين.

لن يكون الإعلاميون والصحافيون أدايو الجانب، مكتفين بأدوارهم وأدوار مؤسساتهم بل سيكملون ذلك بالتفاعل مع جمهورهم الذي سوف يجدونه من دون إرادة منهم في قلب القصص الإخبارية، يناقشون ويعترضون بل ويصنعون هم أنفسهم قصصاً مقابلة أو موازية.

ليس خيالا القول إن موجة الجيل الخامس هي موجة الحلول وليس المعضلات، بحسب الباحث دوسنبرك،

فالقصة التي تتسع أو تضيق لتفصح عن حجم الثقة بما يتلقاه مستهلكو المواد الإعلامية تحمل معها إشكاليات تتعلق بالأدوات والوسائل التي تعتمد عليها وسائل الإعلام في خطابها وفهمها لجمهورها.

المؤسسة الإعلامية بكل تأكيد لا تريد نفسها أن تكون مؤسسة بيروقراطية يعيش أفراد طاقمها في برج عاجي ناثنين بانفسهم عن المجتمع.

فقدان المؤسسة الإعلامية تلك القناة معنا عزلتها وانكافؤها في جزيرة تجتر فيها ما تنتجه في ظل تخريب جمهورها ومتابعيها.

لأجل هذا الغرض تدخل المؤسسة الإعلامية في دائرة العلاقات العامة فتمنحها أهمية استثنائية وذلك لتقريب المسافات بين تلك المؤسسة وبين جمهورها.

يبقى المسعى في هذا الاتجاه شيئاً والأدوات التي تمكن من الوصول إلى الهدف شيئاً آخر.

مسبوقة في ظل التحولات التكنولوجية/الرقمية التي سوف تبدد كل هذه الغيوم والهموم في ما يتعلق بالمؤسسة وجمهورها، ومن ذلك ما نحن مقبلون عليه من مستحدثات يجعلها لنا الجيل الخامس.

طاهر علوان  
كاتب عراقي  
مقيم في لندن

لا شك أن العلاقة بين المتلقي ووسائل الإعلام ظلت على الدوام واحدة من القضايا الأساسية التي تشغل اهتمام المؤسسات الإعلامية والقائمين عليها.

تلك الفاصلة التي تتسع أو تضيق لتفصح عن حجم الثقة بما يتلقاه مستهلكو المواد الإعلامية تحمل معها إشكاليات تتعلق بالأدوات والوسائل التي تعتمد عليها وسائل الإعلام في خطابها وفهمها لجمهورها.

المؤسسة الإعلامية بكل تأكيد لا تريد نفسها أن تكون مؤسسة بيروقراطية يعيش أفراد طاقمها في برج عاجي ناثنين بانفسهم عن المجتمع.

فقدان المؤسسة الإعلامية تلك القناة معنا عزلتها وانكافؤها في جزيرة تجتر فيها ما تنتجه في ظل تخريب جمهورها ومتابعيها.

لأجل هذا الغرض تدخل المؤسسة الإعلامية في دائرة العلاقات العامة فتمنحها أهمية استثنائية وذلك لتقريب المسافات بين تلك المؤسسة وبين جمهورها.

يبقى المسعى في هذا الاتجاه شيئاً والأدوات التي تمكن من الوصول إلى الهدف شيئاً آخر.

مسبوقة في ظل التحولات التكنولوجية/الرقمية التي سوف تبدد كل هذه الغيوم والهموم في ما يتعلق بالمؤسسة وجمهورها، ومن ذلك ما نحن مقبلون عليه من مستحدثات يجعلها لنا الجيل الخامس.



المنافسة تؤثر فقط على المنصات الرقمية