

## خدمة مجانية من وول ستريت جورنال للصحافة العربية



كريم نعمة  
كاتب عراقي  
مقيم في لندن

الخوف إزاء التغيير الجذري الصعب. هذا الحاجز قائم في كل صفح العالم. إلا أن نتائج تقرير فريق وول ستريت جورنال، طالب بالتغلب على القلق وأن تصبح مهام "غرفة الأخبار في التركيز على الجمهور" وهي خطوة اتخذتها بالفعل العديد من الصحف والناشرين الرقميين الآخرين. تحتاج الصحيفة إلى إيجاد طرق أفضل للتواصل مع جماهيرها بدلا من الاعتماد على ما يسميه التقرير "القراء القلاء" وعدم التعويل على جمهورها من الشركات التي مازال يديرها مدراء تنفيذيون متشدون. طبيعة هذه الملاحظة توضح أن جمهور وول ستريت جورنال، يمكن أن يطلق عليه جيل "القراء الأوفياء" وهو جيل متقاعد لم يفرط بالاشترك اليومي بالصحيفة الورقية. لكنه جيل يعد من الأمل ولا يمكن أن يستمر وأن يكون مؤثرا في عملية التوزيع والاشتراك، في عصر إعلامي سريع ومتدفق بالمعلومات. تحاول الدراسة تعريف قراءة جريدة وول ستريت جورنال، في وقت تكسر الصحيفة حاجز خمسين مليون قارئ شهريا، هذا الرقم مهول وأكثر من مجرد حلم بالنسبة لأي صحيفة عربية.



**أرى من المفيد للغاية أن تكون خلاصة التقرير الذي توصل إليه فريق صحافي من وول ستريت جورنال، على طاولة هيئات التحرير في صحفنا العربية، وهي تعيش مأزقا وجوديا يهدد مكانتها وتأثيرها على المجتمع**

أهمية الإشارة هنا تكمن في أن الصحف العربية مثلها مثل وول ستريت جورنال عليها أن تعرف من هم قراؤها من أجل التوجه إلى التفاعل معهم في طبيعة المحتوى المنشور.

فعدما يتعلق السؤال بصحفنا العربية، من هو جمهورها؟ هل بإمكان هيئة تحرير "كبيرة" الصحف العربية أن تزعم بمعرفة جمهورها؟ أشك في ذلك؛ وذلك سبب كافي يدفع التغيير محتوياً. العمل الجاد على تغيير محتوياً. تحت الدراسة إدارة الصحيفة على معرفة حاجتها إلى نوعية من القراء الجدد وعدم الاكتفاء بـ"قراءها الأوفياء". عليها أن تتوجه أكثر إلى النساء والشباب والمجتمعات من عرقيات مختلفة. وهذا أمر تعترف الدراسة بصعوبته من دون تغيير تغذية الصحيفة التي لا تركز عادة على التنوع العرقي.

ووجدت الدراسة أنه على مدار ثلاثة أشهر، من أصل 108 قصص رئيسية نشرتها وول ستريت جورنال، كان موضوعا رئيسيا واحد فقط من "العرق" ولم تعالج أي من القضايا التي صارت تحرك مجتمع الملونين.

وإذا كانت هذه الملاحظة -على أهميتها- تخص طبيعة المجتمع الأمريكي وعلاقته بالصحافة، فإن لدينا ما يعدها عندما يتعلق الأمر بالقومية والطائفية والعشائرية في المجتمع العربي، وكما يترتب على الصحف معالجة هذه الملفات الشائكة بوضوح وشفافية.

في النهاية لا تخفي نتائج التقرير حاجة الصحف الماسة لغوغل وما ينتج عن محرك البحث من مؤشرات يمكن استخلاصها من تفاعل المتصفحين. وضرورة مراعاة هيئة التحرير لنتائج ذلك، باعتباره الطريق الحيوي لمعرفة توجهات الجمهور اليوم.

يمكن أن تقدم الدراسة الداخلية التي أقدم عليها فريق صحافي متخصص من صحيفة وول ستريت جورنال الأميركية، بشأن تطوير المحتوى لاستقطاب المزيد من القراء والمشاركين خدمة لكل صحف العالم التي تصارع أزمة وجودية، فيما الصناعة الإخبارية برمتها تعيش عصرا قلقا ومستقبلا غامضا. فما توصلت إليه الدراسة من حلول مقترحة، وإن كانت معنية بالصحيفة الأميركية تحديدا، إلا أنها مفيدة لدرجة يمكن عكسها على أزمات الصحف الأخرى بمختلف دول العالم.

فقد قام فريق من الصحافيين والباحثين في صحيفة وول ستريت جورنال على مدار أكثر من عام، بتحليل طبيعة أعمال غرفة الأخبار، وكيفية صناعة القصص الإخبارية ومدى أهميتها وقوة تأثيرها وتسويقها وقدرتها على استقطاب المزيد من القراء للجريدة. بيد أن خطورة ما توصلت إليه الدراسة من نتائج وحلول جذرية مقترحة تنسف الطرق القديمة في العمل الصحافي، جعلت إدارة الصحيفة تتحفظ عليها، وتمنع هيئة التحرير من الاطلاع عليها. ربما لتحول دون إصابة كوادرها الصحافية بصدمة؛ مع ذلك تم تداول ملخص مسرب لنتائج الدراسة هذا الأسبوع بين وسائل الإعلام الأميركية.

توصل الفريق في نهاية عام كامل إلى نتائج ثنني على بعض طرق العمل الصحافي المستمرة في صناعة وتداول الأفكار، لكن الأهم من ذلك أنه أشار إلى الطرق الخاطئة والمكررة وعديمة الجدوى في العمل الصحافي اليوم. أرى من المفيد للغاية أن تكون خلاصة التقرير الذي توصل إليه الفريق الصحافي من وول ستريت جورنال، على طاولة هيئات التحرير في صحفنا العربية، وهي تعيش يوميا مأزقا إخباريا ووجوديا يهدد مكانتها وتأثيرها على المجتمع.

لا يمكن أن تراهن الصحف العربية على الاشتراكات، كما تأمل صحف العالم الكبرى بوصفها جزءا من الحل لأزمته الوجودية. الاشتراكات مساحة خارج الحسابات المنطقية لصحافتنا العربية، ولم تثبت نجاحها في يوم ما، مع ذلك من المفيد أن أعرض الاستنتاج الذي توصل إليه فريق الصحافي الأميركية بشأن طموحها بزيادة الاشتراك.

فالرهانات تزداد على الاشتراكات لكن ليس بالسرعة الكافية، وهدف مضاعفة عدد القراء سيكون صعبا للغاية من دون تغييرات جذرية. "المقابل في صحافتنا العربية استعادة القراء

بعد أن خسرتهم على مدار سنوات"؛ في مازق الأخبار، تسأل الفريق المكلف بعد متابعة يومية ودراسة لطبيعة عمل مكاتب التحرير، كيف علينا الحصول على الأخبار، إلى أي حد يمكن أن يكون مجديا الاكتفاء بنقارير وكالات الأنباء العالمية. مقابل ذلك يجب على هيئة التحرير أن تعرف أولا طبيعة الأخبار التي تريد تغطيتها، ومن هو جمهورها. الإجابة الواضحة على هذه التساؤلات الأساسية توصل

بالضرورة صحيفة وول ستريت جورنال إلى إعادة صناعة محتواها في العصر الرقمي من أجل تأمين مستقبلها. من الواضح أن نفس هذه الأسئلة يمكن إطلاقها داخل أروقة صحفنا العربية، لكن الكارثة تكمن في ما يمكن أن نتوصل إليه من نتائج؛ ليست الصحف العالمية الكبرى وحدها التي تعاني من حاجز

# الإذاعة المصرية تطوع التكنولوجيا لمنافسة التلفزيون في دراما رمضان

محطات الراديو تغير محتواها ليتناسب مع تغيرات ذائقة الجمهور



## نجوم الفن يجذبون مستمعي الراديو

أكد الدكتور مجدي الداغر أستاذ الإعلام وتكنولوجيا الاتصال بجامعة المنصورة لـ"العرب" أن المحتوى الجديد هو النافذة التي يمكن أن تساعد الراديو على الاستمرار، في ظل وبغتهم فضلو توصيل أصواتهم على الراديو بدلا من الظهور على بعض الفضائيات، مثل الشاعر فاروق جويده. واستثمرت الإذاعة بعض التجارب التلفزيونية، فأعدت تقديم نماذج شبيهة كالاستعانة بالثنائي نيللي كريم وأسر ياسين في مسلسل "اللبونين الكبير" بعد نجاحهما التلفزيوني السابق في مسلسل "100 وش".

وتملك الإذاعة جمهورا ثابتا من سائقي السيارات ومستقليها المحتجزين على الطرق في أوقات الذروة، وتمثل لهم وسيلة لتمضية الوقت ومتابعة الأخبار والاستماع للآغاني، والانجذاب لأعمال الدرامية. وخصصت الإذاعات خلال فترات الزحام المروري في مصر والتي لا تقل عن ثلاث ساعات يوميا للفرات المميزة، لضمان جذب مستمعي الصدفة، ولا تخلو من برامج مصممة خصيصا للشريحة المتنقلة على الطرق بدعم من معلنين كبار.

واستحدثت الإذاعة مواد مخصصة لمخاطبة جمهور بعينه، منها الفقرات الشعبية القديمة، وأغاني الزمن الجميل. ويسجل الراديو حضورا أكثر تنوعا من الفضائيات من ناحية الخارطة البرمجية، بتقديم كل ما يهيم الجمهور من الجوانب الدينية والصحية والسياسية والاجتماعية والفنية وبرامج الأطفال والطهي.

وأوضح الداغر أن الدراما والبرامج الإذاعية عموما يجب أن تتضمن أفكارا تمس وجدان الجمهور وتباعد عن الموروثات التقليدية، فكلما كانت الفكرة واقعية حققت النجاح، فالمضمون المنغمس في قضايا الطبقات الشعبية مثلا يملك حجم مشاهدة أكبر بكثير من المعنى لمشاكل الأثرياء.

ويشير إذاعيون مصريون إلى أن الراديو يمكنه المنافسة في ظل عدم استفادة العديد من القنوات التلفزيونية من ميزة الصورة والحركة، بعدما حولت شاشتها إلى مقهى ثقافي، يجلس فيه مجموعة من الضيوف يتجادلون دون سعي لتوصيل المعلومة.

وأضاف عبدالعزيز أن المشاهير في الإعلام والفن والثقافة لمسوا على مدار الأعوام الأخيرة جدية في تنفيذ العمل الإذاعي ومساعي ذؤوبة لتطوير مضمونه، فقبلوا المشاركة دون مقابل، وبعضهم فضلو توصيل أصواتهم على الراديو بدلا من الظهور على بعض الفضائيات، مثل الشاعر فاروق جويده. واستثمرت الإذاعة بعض التجارب التلفزيونية، فأعدت تقديم نماذج شبيهة كالاستعانة بالثنائي نيللي كريم وأسر ياسين في مسلسل "اللبونين الكبير" بعد نجاحهما التلفزيوني السابق في مسلسل "100 وش".

وتتميز الإذاعة بالإيقاع السريع في نقل الحدث المباشر، فالإذاعي لا يحتاج إلا إلى جهاز تسجيل وميكروفون لمخاطبة مستمعين يمكنهم المتابعة دون الاضطرار للتفرغ وترك أعمالهم بعكس الوسائل المرئية ومواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يجعل زيادة مساحة الدراما تشويقية.

وأوضح الداغر أن الدراما والبرامج الإذاعية عموما يجب أن تتضمن أفكارا تمس وجدان الجمهور وتباعد عن الموروثات التقليدية، فكلما كانت الفكرة واقعية حققت النجاح، فالمضمون المنغمس في قضايا الطبقات الشعبية مثلا يملك حجم مشاهدة أكبر بكثير من المعنى لمشاكل الأثرياء.

وأضاف عبدالعزيز أن المشاهير في الإعلام والفن والثقافة لمسوا على مدار الأعوام الأخيرة جدية في تنفيذ العمل الإذاعي ومساعي ذؤوبة لتطوير مضمونه، فقبلوا المشاركة دون مقابل، وبعضهم فضلو توصيل أصواتهم على الراديو بدلا من الظهور على بعض الفضائيات، مثل الشاعر فاروق جويده. واستثمرت الإذاعة بعض التجارب التلفزيونية، فأعدت تقديم نماذج شبيهة كالاستعانة بالثنائي نيللي كريم وأسر ياسين في مسلسل "اللبونين الكبير" بعد نجاحهما التلفزيوني السابق في مسلسل "100 وش".

وتتميز الإذاعة بالإيقاع السريع في نقل الحدث المباشر، فالإذاعي لا يحتاج إلا إلى جهاز تسجيل وميكروفون لمخاطبة مستمعين يمكنهم المتابعة دون الاضطرار للتفرغ وترك أعمالهم بعكس الوسائل المرئية ومواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يجعل زيادة مساحة الدراما تشويقية.

وأوضح الداغر أن الدراما والبرامج الإذاعية عموما يجب أن تتضمن أفكارا تمس وجدان الجمهور وتباعد عن الموروثات التقليدية، فكلما كانت الفكرة واقعية حققت النجاح، فالمضمون المنغمس في قضايا الطبقات الشعبية مثلا يملك حجم مشاهدة أكبر بكثير من المعنى لمشاكل الأثرياء.

ويشير إذاعيون مصريون إلى أن الراديو يمكنه المنافسة في ظل عدم استفادة العديد من القنوات التلفزيونية من ميزة الصورة والحركة، بعدما حولت شاشتها إلى مقهى ثقافي، يجلس فيه مجموعة من الضيوف يتجادلون دون سعي لتوصيل المعلومة.

وأضاف عبدالعزيز أن المشاهير في الإعلام والفن والثقافة لمسوا على مدار الأعوام الأخيرة جدية في تنفيذ العمل الإذاعي ومساعي ذؤوبة لتطوير مضمونه، فقبلوا المشاركة دون مقابل، وبعضهم فضلو توصيل أصواتهم على الراديو بدلا من الظهور على بعض الفضائيات، مثل الشاعر فاروق جويده. واستثمرت الإذاعة بعض التجارب التلفزيونية، فأعدت تقديم نماذج شبيهة كالاستعانة بالثنائي نيللي كريم وأسر ياسين في مسلسل "اللبونين الكبير" بعد نجاحهما التلفزيوني السابق في مسلسل "100 وش".

وتتميز الإذاعة بالإيقاع السريع في نقل الحدث المباشر، فالإذاعي لا يحتاج إلا إلى جهاز تسجيل وميكروفون لمخاطبة مستمعين يمكنهم المتابعة دون الاضطرار للتفرغ وترك أعمالهم بعكس الوسائل المرئية ومواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يجعل زيادة مساحة الدراما تشويقية.

وأوضح الداغر أن الدراما والبرامج الإذاعية عموما يجب أن تتضمن أفكارا تمس وجدان الجمهور وتباعد عن الموروثات التقليدية، فكلما كانت الفكرة واقعية حققت النجاح، فالمضمون المنغمس في قضايا الطبقات الشعبية مثلا يملك حجم مشاهدة أكبر بكثير من المعنى لمشاكل الأثرياء.

خاص للمسلسلات، وإثباتا لذات في ظل احتياج المضمون الإذاعي لجهد أكبر في الكتابة وخلق تشويق يجذب المستمع ويثير خياله. وتبث 10 شبكات إذاعية في مصر 178.1 ألف ساعة سنويا وفقا للإحصائيات الرسمية. ورغم أن الراديو بمصر يقدم الدراما منذ عقود لكن الجديد هو طبيعة القصص المقدمة التي أصبحت خفيفة وعصرية، بالاعتماد على نجوم التمثيل من الصف الأول.

وتقدم المحطات المصرية في رمضان أسماء كبيرة بعضها مختف عن شاشة التلفزيون منذ سنوات مثل الفنانين: محمد سعد ومحمد هنيدي وأحمد آدم، واستقطبت أيضا نجوم السينما والتلفزيون ومنهم أحمد عز وشيخو وهشام ماجد وأحمد فهمي وأكرم حسني وبيومي فؤاد وهنا الزاهد.

وقال محمد عبدالعزيز مدير عام إذاعة القاهرة الكبرى لـ"العرب"، "إن الإذاعة تتبنى خططا طموحة للتطوير، وبدأت تظهر معالمها في رمضان، حيث تتضمن تنوع المحتوى بين البرامج والمسلسلات لاستهداف مختلف الشرائح العمرية، عبر تقديم المحتوى الذي يناسبها وبالإمكانات المتاحة".

ونجحت الكثير من المحطات المصرية في تحقيق عوائد إعلانية جيدة مع اجتذابها شركات ضخمة للرعاية، بمقابل مالي أقل من الفضائيات، لكنه يقبل حال مقارنته بأعباء الإنتاج الإذاعي المنخفضة. وأصبح الراديو وسيلة مناسبة للشركات ذات الميزانية الضعيفة للإعلانات.

أصبحت الإذاعات المصرية منافسا قويا للقنوات الفضائية في الموسم الرمضاني، حيث تبنت سياسة قائمة على تنوع المحتوى في الدراما والبرامج، واستعانت بنجوم الفن الذين غابوا عن الشاشة ويفتقدهم الجمهور.



محمد عبد الهادي  
صحافي مصري

تخوض الإذاعات المصرية المنافسة الرمضانية مع القنوات التلفزيونية بنحو 16 مسلسلا، يغلب عليها الطابع الاجتماعي والكوميدي، واستقطبت أسماء شهيرة غائبة عن الشاشة لتقديم المسلسلات الإذاعية أو الفقرات الثابتة. وتفكر الدراما التلفزيونية هذا العام للمسلسلات الاجتماعية الكوميديّة وهي ذات جماهيرية كبيرة، حيث تضم أربعة مسلسلات كوميديّة فقط من أصل 21 مسلسلا، تغلب عليها الحركة والغموض والتشويق.

واكتسبت الإذاعة شعبية كبيرة مؤخرا، لتؤكد أن وسائل الإعلام لا تلغي بعضها البعض، بشرط مواكبة العصر وتغيير محتواها بما يتناسب مع تغيرات ذائقة الجماهير. وبدأ الجيل الجديد من محطات الراديو بتوفير المعدات التقنية اللازمة لتطوير الإنتاج الإخباري والترفيهي والدرامي، مصحوبا بباقات متكاملة من الخدمة الإذاعية الحيوية.



مجدي داغر  
البرامج الإذاعية يجب أن تتضمن أفكارا تمس وجدان الجمهور

كما استطاعت الإذاعات تطويع التكنولوجيا وتحويل المنصات الرقمية من منافس إلى وسيلة للتطوير بتأسيس قنوات مصورة على موقع يوتيوب تعيد بث مقاطع لبعض البرامج وكواليس تسجيل المسلسلات، وتجذب عبرها الجمهور الباحث عن الممثلين ومقدمي البرامج الذين ارتبط بهم سماعيا.

ولا يخلو برنامج في الإذاعة المصرية حاليا من الترويج له على مواقع التواصل الاجتماعي، التي يدير غالبيتها فريق متخصص يتولى بث صور ومقاطع مصورة للضيوف والرد على أسئلة الجمهور واستطلاع رغباته في الفقرات التي يريدها.

وتمثل الدراما وسيلة أساسية لجأ إليها الراديو لإيجاد موطئ قدم في شهر رمضان الذي أصبح أشبه بموسم

## «العناق الأول» تنال جائزة الصورة الصحافية العالمية

والذي سمح لهما بالعناق دون تلامس جسدي. وأثناء العناق، يتطاير الرداء لتبدو الممرضة وكأنها ملاك. وقالت لجنة التحكيم في بيان إن الصورة مبدعة، وإنها تلخص ماهية الوباء، وصرح العضو في اللجنة كيف وي لي بان "هذه الصورة التي ترمز لكوفيد - 19 تخلد اللحظة الأروع في حياتنا، في كل مكان". ورأى أن الصورة التي تجسد في أن معا "الضعف والإنسلاخ والبقاء"، ترمز أيضا إلى "الأمل".

ووضعت قائمة الفائزين في المسابقة أيضا، الإيطالي أنطونيو فاتشيلونغو في فئة أفضل تحقيق صحافي مصور. وتروي السلسلة لهذا التحقيق مصور، قصص حب في خضم الصراع بين إسرائيل والفلسطينيين والذي أعدها فاتشيلونغو لوكالة "غيتي" للصور.

وقال فاتشيلونغو "طمح عملي أن يشكل جسرا ثقافيا للقرنين بين الناس". وتحصل الجائزتان الأولى والثانية على خمسة آلاف يورو لكل واحدة.

أمستردام - فاز المحصور الدنماركي ماسدس نيسن بجائزة "ورلد برس فوتو" للعام 2021، عن صورة لامرأة مسنة تعاني مرضة تلف نفسها بغطاء بلاستيكي واق من كوفيد - 19 في البرازيل.

ووفق نيسن فإن الصورة تحمل رسالة "الحب والرحمة"، فيما اعتبرت لجنة تحكيم المسابقة أن الصورة الفائزة تجسد تأثير الوباء في أنحاء العالم، كما لا تمثله أي صورة أخرى.

وتحمل الصورة الفائزة اسم "العناق الأول"، والنقلها نيسن لصالح صحيفة "بوليتيكي" الدنماركية اليومية في الخامس من أغسطس 2020، لتفوز بالجائزة الأولى للمسابقة المرموقة خلال مراسم افتراضية أقيمت في أمستردام الخميس.

وتظهر في الصورة البرازيلية روزا لوزيا لونايري التي تبلغ من العمر 85 عاما، تعانقها الممرضة أريانا سيلفا دا كوستا سوزا، لأول مرة خلال خمسة أشهر، بإحدى دور رعاية المسنين. وكانت الممرضة ترتدي رداء من البلاستيك،

