

# النشرة الشهرية لجمعية الناشرين في الشرق الأوسط

العدد رقم : 31 - الإصدار رقم : 31 ، مارس ، 2009



أهداف الجمعية :

- خدمة اهتمامات الناشرين وترويجها في منطقة الشرق الأوسط بكل السبل القانونية المتاحة لحماية مصالحهم.
- دعوة الناشرين لمناقشة القضايا الرئسية التي تواجه صناعة النشر، والتعريف بالخطوات والإجراءات العملية التي تترقى بالصناعة.
- العمل على ضمان مستقبل صناعة النشر في المنطقة.
- دفع صناعة النشر ودعمها في سوق الإعلان في المنطقة.
- خلق تعاون مع منظمات أخرى مغنية بإصدار وتوزيع المطبوعات من أجل المنفعة المتبادلة.
- تعزيز وتطوير الاهتمام المشترك بالمطبوعات بالاشتراك مع غيرها من منظمات النشر ذات الأهداف المماثلة.
- أن تكون وسيلة لتبادل الأفكار بشأن مبيعات المطبوعات، وحقوق الطبع والنشر وغيرها من القضايا التي تهم الناشرين في المنطقة.

داخل هذا العدد :

- ص العناوين
- الملتقى الإعلامي العربي..الأمير فيصل بن سلمان بن عبد العزيز شخصية العام الإعلامية .
- الأبحاث والتسويق تصدر 8 مجلات متخصصة وتحول مجلة المجلة إلى (الالكترونية).
- مؤتمر تحت عنوان "قوة الطباعة" يجسد مشروع "نيوزبرنترز NEWSPRINTERS" التابع لمؤسسة "نيوز إنترناشنال NEWS INTERNATIONAL".
- المؤتمر الإعلامي الدولي الأول (مستقبل النشر الصحفي) - الرياض - المملكة العربية السعودية.
- المؤتمر العالمي السابع و الثلاثون للإتحاد العالمي للمطبوعات الدورية (FIPP) حول "التأثير
- نظرة على الإعلام العربي 2008— 2012 - تعاون من أجل النمو.

## آخر الأخبار

### الملتقى الإعلامي العربي..الأمير فيصل بن سلمان بن عبد العزيز شخصية العام الإعلامية



الأمير فيصل بن سلمان

أعلن الملتقى الإعلامي العربي اليوم عن اختياره رئيس مجلس إدارة الشركة السعودية للأبحاث والنشر الأمير الدكتور فيصل بن سلمان بن عبد العزيز "شخصية العام الإعلامية".

وسيكرم الملتقى الأمير فيصل إلى جانب عدد من المبدعين والمتميزين باحتفالية برعاية سمو رئيس مجلس الوزراء الشيخ ناصر المحمد الأحمد الصباح خلال افتتاح فعاليات الملتقى الإعلامي العربي السادس الذي سيقام في دولة الكويت في الفترة من 5 - 7 أبريل المقبل.

وقال الأمين العام للملتقى ماضي الخميس في بيان صحافي هنا اليوم أن "هذا التكريم يأتي تقديرا من هيئة الملتقى الإعلامي العربي لما قدمه الأمير فيصل من دعم لدور المؤسسات الإعلامية وأهدافها وسبل تطويرها ودوره في تدعيم أفاق التعاون بين المؤسسات الإعلامية من أجل النهوض بالإعلام العربي".

وأضاف الخميس انه "حق علينا أن نكرم المبدعين والمتميزين في مجال الإعلام تقديرا لمساهماتهم الجزلة في خدمة الإعلام وخدمة قضايا الإعلام والأمة".

وأوضح الخميس أن اختيار الشخصية الإعلامية المكرمة يتم وفقا لمعايير مهنية بحتة تستند إلى القيمة الإبداعية التي يحظى بها المكرم من خلال نتاجه المتميز وطريقة الطرح والعرض والابتكار والتجديد والموضوعية والشفافية والدقة وسلامة اللغة وصحة الأسلوب لافتا إلى أن الجائزة يتمويل من مؤسسات وهيئات كبرى عامة.



الأمين العام للملتقى ماضي الخميس

من جانبه عبر الأمير فيصل عن شكره وامتنانه لهيئة الملتقى الإعلامي العربي على منحه هذه الجائزة معربا عن تقديره لدولة الكويت أميرا وحكومة وشعبا على ما تقوم به من دور فعال ومؤثر في خدمة الصالح العربي علي مختلف الأصعدة. ووجه الأمير فيصل شكره وتقديره إلى سمو رئيس الوزراء الشيخ ناصر المحمد الأحمد الصباح راعي الملتقى على ما يقوم به من رعاية كريمة لمثل هذه الملتقيات التي فيها خدمة القضايا الإعلامية والصحفية والقضايا الثقافية بوجه عام.

ويكرم الملتقى الأمير الدكتور فيصل لدوره الفاعل من خلال جريدة الشرق الأوسط التي تصدر في لندن باللغة العربية حيث يتزامن موعد الجائزة والتكريم بمناسبة مرور 30 عاما على صدور الصحيفة.

وستقدم الهيئة التنفيذية للملتقى عددا من الجوائز إلى شخصيات إعلامية بارزة في الوطن العربي تقديرا لجهودهم ولدورهم الكبير في دعم مسيرة الإعلام والنهوض به.

ويأتي هذا التكريم انطلاقا من إيمان هيئة الملتقى الإعلامي العربي بأهمية الإعلام ودوره المؤثر في بناء المجتمعات ولأهمية هذا الدور في نهضة الشعوب وتقدمها ودفع عملية التنمية الشاملة إلى الأمام وعرفانا بدور الإعلاميين الشرفاء الذين ساهموا في خدمة الإعلام العربي.

وحرص الملتقى الإعلامي العربي منذ انطلاخته في عام 2003 على منح المبدعين والمتميزين من رواد الإعلام (جائزة الإبداع الإعلامي) واختيار شخصية العام الإعلامية وذلك في إطار حرص هيئة الملتقى على تثمين دور الإعلاميين الذين ساهموا بشكل كبير في قضايا الإعلام والمجتمع.

وتهدف هذه الجائزة التشجيعية إلى حث الشخصيات الإعلامية المبدعة والمتميزة وتشجيعهم للاستمرار للمساهمة وبشكل مثمر وفعال في رقي العمل الإعلامي وتكريما لهم للجهود الحثيثة الذي بذلوا وما زالوا يبذلونها في خدمة الإعلام وتطويره ليكون متماشيا مع تحديات العصر.

ومن المقرر أن تعلن الهيئة التنفيذية للملتقى في وقت لاحق أسماء بقية الشخصيات الإعلامية التي سيتم تكريمها خلال الملتقى المقبل.

المصدر: وكالة الأنباء الكويتية

## الأبحاث والتسويق تصدر 8 مجلات متخصصة وتحول مجلة المجلة إلى (الالكترونية)



المجموعة السعودية للأبحاث والتسويق  
Saudi Research & Marketing Group

تأكيداً لما نشرته إيلاف (أنفا) فقد تم تحويل مجله "المجلة" إلى مجلة إلكترونية، وذلك اعتباراً من مطلع إبريل القادم، وفق بيان صدر عن مجلس أمناء المجموعة السعودية للأبحاث والتسويق التي يرأس مجلس إدارتها الأمير فيصل بن سلمان بن عبد العزيز. وقال البيان الصحافي الذي نشر في موقع صحيفة الاقتصادية السعودية أن هذا التوجه يأتي ذلك في إطار المراجعة السنوية، التي تجريها لجنة الاستثمار في مجلس الإدارة لمطبوعات ومشاريع المجموعة.

الجدير بالذكر أن المجموعة السعودية للأبحاث والنشر، والتي تعد من كبريات الشركات المتخصصة في النشر والأبحاث، هي أول شركة إعلامية في الوطن العربي، تطرح أسمها للاكتتاب في السوق السعودي.

أضاف الأمير

فيصل قائلاً: "إن

المطبوعات التي

تتطلب الانتشار

والتوسع ولها

جمهور في مناطق

متعددة من العالم

يخدمها الآن

ومستقبلاً النشر

الإلكتروني، وهذا

ما يقدم عليه

معظم الناشر

في العالم وهو ما

سعيًا إليه عبر

تحويل المجلة إلى

طبعتها

الإلكترونية."

وكانت "إيلاف" نشرت تقريراً حول تحويل مجلة المجلة من الإصدار الورقي إلى الإصدار الإلكتروني، وأن عادل المطرفي سيتولى إدارتها من مقر الشركة في لندن.

كما أقر مجلس أمناء المجموعة السعودية للأبحاث والتسويق توجه مجلس إدارة المجموعة لإصدار مجلة متخصصة في المصرفية الإسلامية وتحويل، وقد تم تعيين الأستاذ عبد الوهاب الفايز رئيساً لتحرير مجلة المصرفية الإسلامية، حيث سيتولى جهاز تحرير جريدة الاقتصادية إصدار هذه المجلة، كما تم تعيين الأستاذ عادل الطريقي رئيساً لتحرير المجلة الإلكترونية، وسيتم إصدارها من مقر الشركة السعودية للأبحاث والنشر في لندن.

الأمير فيصل بن سلمان بن عبدالعزيز، رئيس مجلس إدارة المجموعة، أوضح "أن هذه الإجراءات الجديدة ضرورية لإحداث نقله جديدة في مطبوعات الشركة ومشاريعها لمواكبة التطورات الكبيرة، التي تشهدها صناعات النشر إقليمياً وعالمياً، فالصناعة في السنوات القادمة مقبلة على تحولات تتطلب الاستعداد من الناشرين، حيث تتجه الصناعة للاستثمار في المحتوى عبر تحويله إلى وسائط عديدة، مثل الإنترنت والجوال والتلفزيون والإذاعة."

وقال الأمير فيصل: "المجموعة ستبقى مستثمراً رئيساً في المطبوعات، سواء الصحف اليومية أو المجلات الأسبوعية أو الشهرية، وسوف يتركز الاستثمار في المجلات المتخصصة مع تحول الطلب عليها من قبل شرائح معينة في المجتمع وهو ما تدعمه الدراسات والأبحاث التسويقية."

وفي إطار النشر المتخصص، أوضح الأمير فيصل أن المجموعة ستطلق مجلة متخصصة بالصرافة الإسلامية، وسوف تصدر شهرياً اعتباراً من شهر مايو 2009.

وقال الأمير فيصل أن توسع الصناعة المصرفية الإسلامية وتعدد منتجاتها وزيادة الاهتمام بها بعد الأزمة المالية العالمية، وارتفاع حجم الأموال المستثمرة بالصناعة والتي تقدر بأكثر من ألف مليار دولار، هذه الاعتبارات أوجدت الفرصة لإصدار مطبوعة متخصصة تهتم بالجانب الفكري للصناعة، بالإضافة إلى مناقشة القضايا الحيوية، التي تواجهها مع تقديم مرجع توثيقي لما يجري في هذه الصناعة، وستكون المجلة تحت إشراف مجلس تحرير يجري تشكيله الآن عبر دعوة أبرز المتخصصين والمهتمين بالمصرفية الإسلامية محلياً وعالمياً.

وأوضح الأمير فيصل أن المطبوعات ستبقى لسنوات مصدراً مهماً للدخل. وأضاف: "على سبيل المثال الدخل الإعلاني للمجموعة في العام 2008 كان الأكبر في تاريخها بسبب التركيز على المطبوعات القادرة على استقطاب الإعلان مع المحافظة على محتواها الصحفي المتميز والملتزم بالمعايير المهنية."

ويرى الأمير فيصل أن المحافظة على هذا الوضع الإيجابي للأرباح التشغيلية يتطلب مراجعة التكاليف بشكل دوري لترشيد الإنفاق وإعادة تدويره في المجالات الحيوية وهذا ما دعا إلى إعادة إصدار المجلة طبعة إلكترونية.

ثم أضاف الأمير فيصل قائلاً: "إن المطبوعات التي تتطلب الانتشار والتوسع ولها جمهور في مناطق متعددة من العالم يخدمها الآن ومستقبلاً النشر الإلكتروني، وهذا ما يقدم عليه معظم الناشر في العالم وهو ما سعيًا إليه عبر تحويل المجلة إلى طبعتها الإلكترونية."



وحول توسع المجموعة في النشر المتخصص، أوضح الدكتور عزام الدخيل، الرئيس التنفيذي للمجموعة، أن الشركة السعودية للنشر المتخصص، وهي إحدى شركات المجموعة، تستعد لإطلاق عدد من المجلات العالمية في اللغة العربية، وأول إصداراتها سيكون مجلة Madame Figaro العربية، المجلة المتميزة، التي تلبي متطلبات المرأة الراقية، الأنيقة، عالية الثقافة. وسوف تصدر في مارس.

وأيضاً مجلة Domus التي تعد مرجعاً مهماً وعالمياً للمتخصصين والدارسين لعلوم العمارة والتصميم الداخلي والفنون. وسوف تصدر في أعقاب هاتين المجلتين في إبريل مجلة Robb Report، التي تعد مرجعاً عالمياً للحياة الفاخرة في العالم، ومجلة Parents، والتي تصنف بين أكبر المجلات العالمية في شؤون الأسرة والمرأة والطفل والصحة والغذاء، وكذلك مجلة Better Homes and Gardens، وهي من أكبر المجلات وأكثرها انتشاراً في أمريكا والعالم، وتعد هذه المجلة مرجعاً متميزاً في ثقافة التصميم الداخلي، واهتمامات المرأة العصرية في شؤون البيت والديكور المنزلي. هذا إضافة إلى مجلة Quattroruote التي تعد من أهم المجلات الأوروبية للمهتمين بالسيارات وشؤونها.

وفي السياق نفسه، أوضح الأستاذ عبد الوهاب الفايز، رئيس تحرير صحيفة الاقتصادية، أن هناك مجلة أخرى جديدة شهرية سوف تصدر قريباً مع جريدة الاقتصادية وهي مجلة (مناسبات الأعمال) وهي موجهة للتغطية المتخصصة لنشاطات ومناسبات القطاع الخاص ويجري وضع سياساتها وتوجهاته التحريرية. وتأتي هذه بعد إصدار مجلة "فوكس" مع جريدة الرياضية، وكلا المطبوعتين ينسجم صدورهما مع الاهتمام المتنامي بالمحتوى المرئي والمصور للمشاهير في مجالات عديدة.

المصدر: إيلاف

## مؤتمر تحت عنوان "قوة الطباعة" يجسد مشروع "نيوزبرنترز NEWSPRINTERS" التابع لمؤسسة "نيوز إنترناشنال NEWS INTERNATIONAL"

لقد كانت الخطوة التي اتخذها روبرت مردوخ؛ عند إعلائته عن خطته لإنشاء أكبر شركة عالمية لطباعة الصحف، بمثابة عامل مساعد على زيادة الثقة في مستقبل الطباعة. ولم تمر سنة واحدة على انطلاقة المشروع الذي بلغت تكلفته 650 مليون جنيه إسترليني (أي ما يعادل 917 مليون دولار أمريكي / 704 مليون يورو) حتى صار هذا المشروع نموذجاً ناجحاً لأعمال مؤسسات التعاقد الخارجي؛ ورمزاً لبقاء الطباعة و استمرارها حتى في العصر الرقمي.

ستكون عمليات مصنع "نيوزبرنترز Newsprinters" للطباعة التابع لمؤسسة "نيوز إنترناشنال News International" موضوعاً لعرض مميز سيتم تقديمه خلال المؤتمر الأول من نوعه الذي ينظمه الإتحاد العالمي للصحف حول "قوة الطباعة"؛ والذي سينعقد في مدينة برشلونة بإسبانيا؛ بتاريخ 27 و 28 مايو 2009؛

و سيقوم إبان ماكدونالد؛ المدير العام للعمليات بمؤسسة "نيوز إنترناشنال"؛ والذي يعتبر المحرك الأساسي و الموجه لعمليات المشروع؛ بتقديم العرض، و سيتناول كيف أن مؤسسات عملاقة مثل "نيوز إنترناشنال"؛ والتي تتميز بمساحة ضخمة تفوق مجموع مساحة 20 ملعباً لكرة القدم؛ يمكن أن تكون نموذجاً متطوراً في مجال الطباعة؛ وذلك بالنسبة للشركات الصحفية التي تتطلع للاستفادة من عمليات تبادل المصادر الخارجية المتعلقة بمستلزمات مدمجة و موحدة تخص صناعة الطباعة.

إن مصنع "نيوزبرنترز Newsprinters" للطباعة المتواجد في مدينة "بروكسبورن Broxbourne" يتوفر على اثنتا عشر طابعة من أحدث الطابعات من نوع "مانرولاند كلورمان Manroland Colorman XXL" ذات الألوان الكاملة. وبإمكان هذا المصنع المجهز بشكل آلي إلى حد كبير أن يقوم بطباعة 3.2 مليون صحيفة في الليلة الواحدة. و إضافة إلى طباعة كل الصحف الصادرة عن مؤسسة "نيوز إنترناشنال News International" (بما فيها صحيفة "تايمز Time"، و "سنداى تايمز Sunday Times"، و "دسان The Sun"، و "نيوز أف ذ و ارد News of the World"، و "ذا لندن بايبر The London Paper")، فإن مصنع "بروكسبورن" هذا يساهم أيضاً؛ إلى جانب مصنعين آخرين؛ في طباعة 900.000 نسخة و 650.000 نسخة أيام الأحد؛ من اليومية الصادرة عن "مجموعة التلغراف الإعلامية The Telegraph Media's Group".

لقد قامت معظم الصحف الوطنية ببريطانيا؛ خلال السنوات الثلاث إلى الخمس الماضية باقتناء طابعات حديثة؛ وذلك في إطار قيامها باستثمار مواردها في كل من جودة الطباعة و مستقبل مطبوعاتها. و يقول بعض الخبراء بأن عمليات الطباعة الواسعة و المتمركزة من شأنها أن تفتح المجال أمام المؤسسات الصحفية التي تتطلع إلى الاستعانة بمصادر خارجية فيما يخص عمليات الطباعة الخاصة بها سواء في الحاضر أو المستقبل.

يعد مؤتمر "قوة الطباعة" أول مؤتمر عالمي يمنح لكبار الفاعلين في مجال صناعة الصحف فرصة استكشاف الفرص الجديدة و الاستراتيجيات الناجحة التي تخص الصحف المطبوعة بشكل حصري. فصحيح أن الابتكار الرقمي صار يعد هو المحور الرئيسي لتطوير صناعة الصحف، إلا أن مسألة الطباعة و الإعلانات لازالت تواصل تمويل هذه المشاريع الجديدة؛ فضلاً عن كونها مصدراً للدخل و الربح بالمسبة للغالبية العظمى من الشركات الصحفية؛ وذلك حتى في ظل الظروف الاقتصادية الحالية الحرجة.

و سوف يكون مؤتمر "قوة الطباعة" الذي سيبدأ من 27 إلى 28 مايو؛ متبوعاً بمؤتمر عالمي ثان تحت عنوان "الدعاية و الإعلانات الصحفية"؛ وذلك بتاريخ 28 - 29 مايو في فندق "راي خوان Hotel Rey Juan Carlos I" في قلب مدينة برشلونة.

يمكن الاطلاع على المزيد من التفاصيل حول مؤتمر "قوة الطباعة" Power of Print من خلال الرابط التالي:  
<http://www.wan-press.org/powerofprint2009/home.php>

وللمزيد من التفاصيل حول مؤتمر "الدعاية و الإعلانات الصحفية" Newspaper Advertising، يمكن الاطلاع على الرابط التالي:  
<http://www.wan-press.org/advertising2009/home.php>

المصدر: الإتحاد العالمي للصحف / WAN

لقد قامت معظم الصحف الوطنية ببريطانيا؛ خلال السنوات الثلاث إلى الخمس الماضية باقتناء طابعات حديثة؛ وذلك في إطار قيامها باستثمار مواردها في كل من جودة الطباعة و مستقبل مطبوعاتها. و يقول بعض الخبراء بأن عمليات الطباعة الواسعة و المتمركزة من شأنها أن تفتح المجال أمام المؤسسات الصحفية التي تتطلع إلى الاستعانة بمصادر خارجية فيما يخص عمليات الطباعة الخاصة بها سواء في الحاضر أو المستقبل.

### المؤتمر الإعلامي الدولي الأول (مستقبل النشر الصحفي)



تعتبر المملكة العربية السعودية من الدول الرائدة والمؤثرة في صناعة الإعلام في منطقة لشرق الأوسط وتضم في حدودها الكثير من التجارب والمؤسسات الصحفية الناجحة في الصناعتين الإعلامية والصحافية.

والحبة الزمنية الحالية تعتبر حساسة وذات أبعاد مؤثرة في هاتين الصناعتين لكونها ستشكل مستقبل الصناعة الإعلامية وهي تعتبر بمثابة إما ملقى أو مفترق طريق لعنصرين مؤثرين وهما التقنيات الحديثة وتطورها والأزمة المالية العالمية.

وهذان العنصران ينظر لهما بجديّة عالمياً والشرق الأوسط يعتبر جزءاً يتأثر ويؤثر في منظومة العمل العالمية. ومن هنا كانت أهمية إقامة هذا المؤتمر المتخصص في الإعلام والنشر الصحفي على وجه الخصوص وفي هذه الفترة الزمنية الحرجة.

18—19 مايو 2009

الرياض—المملكة العربية السعودية

المصدر: <http://www.ifra.com/website/ifraevent.nsf/wuis/14DB4C747E48E1F0C125756E004BDCC9>

### المؤتمر العالمي السابع و الثلاثون للإتحاد العالمي للمطبوعات الدورية (FIPP) حول "التأثير القوي للمجلات" "Magic of Magazines"

يعود المؤتمر العالمي حول المجلات ؛ الذي ينظمه الإتحاد العالمي للمطبوعات الدورية (FIPP)، لينعقد في لندن للمرة الأولى منذ 20 عاماً؛ وذلك بمشاركة نخبة من المتحدثين و بحضور فريق من الخبراء و عدد من المندوبين (1000) الذين يمثلون كافة مناطق العالم. وسيناقش المؤتمر موضوع "التأثير القوي للمجلات"؛ حيث سيبرز كيف يمكن للمجلات أن تكون الطريق الأسهل و الوسيلة المثلى للوصول إلى المستهلكين؛ في ظل الظروف الاقتصادية الصعبة الراهنة.



4—6 مايو 2009

أولد بيلينغسغيت (Old Billingsgate)

لندن—بريطانيا

المصدر: <http://www.fipp.com/Default.aspx?PageIndex=2002&ItemId=14797>

## غَنظرة على الإعلام ٢٠٠٨ - ٢٠١٢

تعاون من أجل النمو

### توقعات مستقبلية وتحليلات لواقع وآفاق الإعلام التقليدي والرقمي في العالم العربي

أعد هذا التقرير كل من نادي دبي للصحافة، ومدينة دبي للإعلام، ومدينة دبي للاستوديوهات، والمنطقة العالمية للإنتاج الإعلامي، وشركة برايس ووترهاوس كوبرز.

يلعب نادي دبي للصحافة دوراً حيوياً في نمو قطاع الإعلام في المنطقة، بفضل مبادراته العديدة بما فيها منتدى الإعلام العربي وجائزة الصحافة العربية. وينشط نادي دبي للصحافة في العديد من القضايا التي تهتم الصحافة العربية، ويقوم بتنظيم ورشات عمل تدريبية منتظمة كما يستضيف ندوات حول قضايا إقليمية وعالمية مهمة. وبصفته عضواً مؤسساً للاتحاد الدولي لنادي الصحافة، يعتبر نادي دبي للصحافة منبراً حيوياً لتبادل الأفكار.

وعلى امتداد الأعوام السبعة الماضية، رسخت مدينة دبي للإعلام ومدينة دبي للاستوديوهات والمنطقة العالمية للإنتاج الإعلامي، مكانتها بصفتها المركز الإعلامي الرائد في المنطقة. ومع استضافتها لأكثر من ١٢٠٠ شركة إعلامية إقليمية ودولية والمئات من الإعلاميين المستقلين، تجسد مدينة دبي للإعلام مكانتها الريادية كموقع يفتح المجال لعمل جميع أنواع الأنشطة الإعلامية بتناغم تام، بما في ذلك أعمال النشر، والموسيقى، والأفلام السينمائية، والإعلام الجديد، والترفيه والتسلية، والبيث، وخدمات الإعلام والتسويق ووكالات المعلومات. وتوفر المدينة بنية تحتية متطورة تتيح للشركات العاملة في مجال الإعلام العمل على المستوى العالمي انطلاقاً من دبي.

من ناحيتها، تقدم شركة برايس ووترهاوس كوبرز خدمات التدقيق المالي والخدمات الضريبية والاستشارات المختلفة لكلا القطاعين العام والخاص. ويقوم أكثر من ١٤٦,٠٠٠ من موظفي الشركة العاملين في ١٥٠ دولة، بتقديم خلاصة معارفهم وخبراتهم وحلولهم بهدف بناء جسور الثقة مع الجمهور وتعزيز القيمة لدى عملائها وحملتهم أسهمهم. وتضم الشبكة العربية للشركة ٢١ مكتباً في ١٢ دولة.

## الملخص التنفيذي

العوامل على قطاع الإعلام في المنطقة العربية. وقد غطت دراستنا العوامل الديموغرافية والاقتصادية التي تؤثر في جميع القطاعات الاقتصادية، إضافة إلى قوى التقارب والتكامل التقني الخاصة بقطاعات الإعلام والترفيه والاتصالات والتكنولوجيا. وقد ركزنا بصفة خاصة على التطور السريع لخدمات ويب ٢,٠ التي تمثل الجيل الثاني الناشئ من خدمات الإنترنت، والتي تتم تغذيتها من خلال أشكال مختلفة من المحتوى المنتج من المستخدمين (UGC)، ومن خلال نمو الاتصالات المتحركة التي يرجح أن تكون الوسيلة المفضلة في المستقبل للاتصال بشبكة الإنترنت في معظم دول المنطقة.

وقد استندنا هذا العام في تقرير «نظرة على الإعلام العربي ٢٠٠٨ - ٢٠١٢»، إلى هذه المحاور الأساسية. ونستعرض في القسم الأول: «المشهد العالمي»، تطور نماذج عمل خدمات ويب ٢,٠ والتقنيات المفعلة شريكاً والتي تسهل التعاون بين مالكي المحتوى ومطوري البرامج والمستخدمين. ويعتبر المحتوى المنتج من المستخدمين، بصفته مساهماً ومنافساً للإعلام الإخباري والترفيهي التقليدي، أحد أبرز جوانب هذه الظاهرة. كما نبحث في كيفية استجابة الإعلام التقليدي بأنواعه المطبوع والمرئي والسموع لهذه التطورات.

يسرنا أن نعرض الإصدار الثاني من تقرير «نظرة على الإعلام العربي». حيث قمنا بتوسعة نطاق تغطية إصدار العام الحالي «نظرة على الإعلام العربي ٢٠٠٨ - ٢٠١٢» لكي يشمل أسواق الإعلام العربي المزدهرة في إثنتي عشرة دولة عربية من المحيط إلى الخليج العربي، وهي: البحرين، ومصر، والأردن، والكويت، ولبنان، والمغرب، وسلطنة عمان، وقطر، والسعودية، وتونس، ودولة الإمارات العربية المتحدة واليمن. كما نستعرض في هذا الإصدار، التطورات المتعلقة بالمطبوعات ومحطات البث التلفزيوني العربية، في كل المنطقة أو أجزاء منها.

وكما هو الأمر في التقرير الأول «نظرة على الإعلام العربي»، نركز في هذا الإصدار الجديد على صناعة الإعلام. ونحن نبحث بصفة خاصة تأثير التطورات التكنولوجية العالمية على صناعة الإعلام في المنطقة والفرص التي توفرها هذه التطورات لشركات الإعلام، لكي تقوم بتحرير القيمة عبر سلسلة القيمة لإنتاج وتوزيع المحتوى.

وكذلك استعرضنا في الإصدار الأول عدداً من العوامل التي تؤثر في نمو دخل وربحية قطاع الإعلام العالمي، وتأثير تلك العوامل على قطاع الإعلام في المنطقة العربية. وقد غطت

كما نستعرض في القسم نفسه، توقعات النمو المستقبلي لأرقام التوزيع وإيرادات الإعلان في الأسواق الإعلامية الوطنية الاثني عشرة التي قمنا بتغطيتها في هذا التقرير. وقمنا بالتعليق على تأثير توجهات الأسواق بالتطورات العالمية وبالعوامل الخاصة بالأسواق الوطنية في كل دولة على حدة.

ويتمثل السؤال الرئيسي الذي يواجه قطاع الإعلام في المنطقة الآن، في معرفة مدى تعرضه لتباطؤ محتمل في النمو الاقتصادي الناجم عن الأزمة المالية العالمية وعن انخفاض أسعار النفط. وقد تمتعت اقتصادات المنطقة مؤخراً بنمو قوي جداً، وخاصة في دول مجلس التعاون الخليجي المنتجة للنفط، والتي استفادت من الارتفاع التاريخي لأسعار النفط والذي بلغ ذروته في أوائل الربع الثالث من عام ٢٠٠٨. كما استفادت القطاعات غير النفطية بدورها، من تأثير الإنفاق العام الذي تموله العائدات النفطية ومن سياسات الترويج الاقتصادي وتقليص الاعتماد على تلك العائدات. وتتمثل أبرز تجليات هذا النمو (وأحد محركاته الرئيسية)، في الطفرة المشهودة للقطاع العقاري في معظم أنحاء المنطقة، والتي ارتبطت بشكل وثيق مع توفر ائتمان مصرفي رخيص وجاهز. ويعتبر القطاع العقاري وقطاع الاتصالات والخدمات المالية، أكبر المنفقين على الإعلان في المنطقة. ومن المتوقع أن تتأثر هذه القطاعات الثلاثة بتراجع النمو الاقتصادي.

وتم إعداد التوقعات الواردة في القسم الثاني قبل اتضاح آثار الأزمة المالية العالمية على اقتصادات دول المنطقة، وعلى قطاع الإعلام بالتالي. ومن المرجح أن يكون تأثير الأزمة، بالإضافة الى انخفاض أسعار النفط في النصف الثاني من عام ٢٠٠٨ المرتبط بها، على اقتصادات المنطقة معقداً، إلا أنه لم يتضح بعد مدى ذلك التأثير وتوقيته. ويتجاوز التحليل الكامل لذلك التأثير، نطاق تقرير «نظرة على الإعلام العربي ٢٠٠٨ - ٢٠١٢»، إلا أنه من الواضح أن ذلك التأثير سوف يشمل اقتصادات جميع الدول التي استعرضناها في هذا الإصدار، وأنه من المرجح أن يكون ذلك التأثير غير متساو، حيث أن الاقتصادات الأكثر ارتباطاً بالاقتصاد العالمي والأكثر تعرضاً للتحركات في أسعار النفط ستأثر بشكل أكبر. ونظراً لعدم الوضوح السائد حالياً، فقد استندت توقعاتنا إلى افتراضات محافظة نسبياً بالمقارنة مع توقعاتنا في إصدار العام الماضي من هذا التقرير.

وفي ضوء التطورات العالمية التي استعرضناها في القسم الأول وأداء الأسواق الوطنية الذي استعرضناه في القسم الثاني، ركزنا في القسم الثالث: «تحرير القيمة - التحدي التكنولوجي»، على كيفية قيام التكنولوجيا بتحرير القيمة بالنسبة للقطاعين الإعلاميين الرقمي والتقليدي. ونحن نستعرض في هذا القسم القدرات التي تمتلكها التكنولوجيا لتعظيم مردود عبر كامل سلسلة القيمة لإنتاج وتوزيع المحتوى، وحالة البنية التحتية التكنولوجية المطلوبة في الدول التي يغطيها هذا التقرير. ثم قمنا باستعراض دور الحكومات في تحفيز الاستثمار في هذه المجالات. واستعرضنا أخيراً، تأثير كل ذلك على شركات الإعلام التقليدي في المنطقة.



المصدر: نظرة على الإعلام العربي 2008—2012  
إعداد: نادي دبي للصحافة  
بمساهمة برايس واتر هاوس كوبرز

ثم نستعرض إعادة تعبئة وتوزيع الخدمات الإخبارية والترفيهية عبر وسائل كمبيوترية محمولة ومنخفضة التكاليف، مرتبطة بالإنترنت عبر خدمات الاتصال اللاسلكي (واي فاي) وشبكات متحركة من الجيل الثالث، وتشتمل تلك الوسائل على أجهزة هاتف ذكية وأجهزة ملاحه للسيارات وأجهزة كمبيوتر فائقة الحركية (UMPCs)، وأجهزة آبل أي بود (iPod) (وأجهزة مماثلة) وأدوات التصفح الإلكتروني للكتب، ونلقي الضوء على نشوء تقنية تلفزيون الهاتف المحمول، أي نقل البث التلفزيوني عبر الأجهزة المحمولة، بصفته وسيلة لتوزيع محتوى متميز.

ويمثل تلفزيون الهاتف المحمول فرصة تجارية جذابة لمنتهي ومالكي المحتوى ومشغلي شبكات الهاتف المحمول.

وتكمن قوة الإنترنت المتحركة وتلفزيون الهاتف المحمول في تمكينهما المستهلكين من التواصل مع محتوياتهم في أي وقت وأي مكان». ويعتبر هذا التطور مهماً بصفة خاصة للجيل الشبكي، وهو الجيل الجديد من المستهلكين الشباب الذين ترعرعوا بالتزامن مع نمو خدمات الإنترنت والذين باتت أجهزة الهاتف المحمول تشكل جزءاً حيوياً من حياتهم.

ونقوم في القسم الثاني: «تحديث بيانات المنطقة العربية»، بتحليل تأثير التطورات العالمية والإقليمية على الإعلام العربي. ونركز في هذا المجال على عوامل ستقطب الإيرادات والربحية بشكل مباشر إلى هذا القطاع. ونستعرض أولاً، التوجهات الاقتصادية والديموغرافية التي تؤثر في جميع قطاعات الاقتصاد، والتي لها تأثير قوي وخاص على الإعلام، ثم نبادر إلى تقييم تأثير التوجهات العالمية التي استعرضناها في القسم الأول على قطاع الإعلام في المنطقة.

ومن بين القضايا التي نستعرضها، تأثير انتشار الأجهزة المحمولة والإنترنت ذات النطاق العريض لعملية توزيع المحتوى الرقمي، وتأثير النسب المتزايدة للمتعلمين في تطور الإعلام المطبوع، وتأثير التغيرات في التشريعات التي تنظم عمل الصحافة والنمو القوي للإعلانات الخارجية في دول المنطقة.

ولقد لاحظنا أن القاسم المشترك بين الأسواق الاثني عشرة التي درسناها، يتمثل في كون الشباب يشكلون نسبة مئوية عالية نسبياً من السكان. وكانت نسبة الشباب الذين تقل أعمارهم عن ٢١ عاماً تشكل أكثر من ٥٠% من إجمالي السكان في بعض تلك الدول، كما أن شريحة كبيرة من الشباب في جميع تلك الدول كانت متجاوبة بصفة خاصة مع الإعلام الجديد. وتشير الدراسة العالمية لشركة «برايس واتر هاوس كوبرز» الخاصة بصناعة الإعلام والترفيه، إلى وجود ما أسمته «الجيل الشبكي»، بغض النظر عن مكان وجوده الجغرافي أو خلفيته الثقافية، الذي يميل إلى التصرف بصورة شبيهة جداً لدى تعامله مع شبكة الإنترنت. ويشعر أفراد ذلك الجيل بالراحة لدى تعاملهم مع التقنيات الجديدة ويفضلون سرعة وتوقع المحتوى الذي يستعرضونه عبر الشبكة وعبر الأجهزة المحمولة. وكل ما يحتاجونه هو إقامة البنية التحتية المناسبة للإنترنت ذات النطاق العريض، لكي تسهل عليهم عملية دخول الشبكة. ومن الأنباء الطيبة لمالكي وسائل الإعلام والمعلنين، أن الجيل الشاب من مستهلكي المحتوى الإعلامي، يميلون إلى إنفاق نسبة أعلى من دخولهم على استهلاك ذلك المحتوى، ويعتبرون أجهزة الهاتف المحمول الخاصة بهم، ضرورة وليست ترفاً.



جمعية الناشرين في الشرق الأوسط (MEPA) هي مؤسسة غير ربحية ترفع شعار الوحدة بين الناشرين في منطقة الشرق الأوسط، وذلك بدعوة الناشرين لمناقشة القضايا المشتركة والعمل سويا من أجل مصلحة النشر في المنطقة.

وتهدف الجمعية إلى خدمة و تعزيز وحماية مصالح النشر في المنطقة بتحديد الإجراءات العملية التي ستعمل على الارتقاء بالصناعة في المنطقة ورفع معاييرها.

جمعية الناشرين في الشرق الأوسط — MEPA

مدينة دبي للإعلام — مركز الأعمال

الطابق الخامس — رقم 506

البنية رقم 2 — CNN

صندوق البريد — 502038، دبي ، إ.ع.م

هاتف: +971-4-3916559

فاكس: +971-4-3918019

البريد الإلكتروني: mepa@mepa.cc

الموقع الإلكتروني:  
www.mepa.cc