

برامج ومسلسلات «دبي» و«سما دبي» تتألق في رمضان











تألقت قنوات «دبي للإعلام» التلفزيونية خلال الموسم الرمضاني الحالي، بما قدمته من مسلسلات، عربية وخليجية ومحلية، متنوعة، تمكنت من التربع على رأس قوائم الأعلى مشاهدة وفقاً للإحصاءات التي أجرتها «دبي للإعلام»، إضافة إلى تحليلات «غوغل»، كما جاءت على (TAM UAE و IPSOS) بالتعاون مع شركة «إيبسوس» للأبحاث عرش قائمة «الترند» في مواقع التواصل الاجتماعي، واستطاعت لفت أنظار الجمهور والنقاد، على حد سواء، والذين أشادوا بما جادت به هذه الأعمال من أفكار نوعية لامست قضايا المجتمع المحلي، والعربي، والخليجي، بفضل ما حملته من مواقف درامية وكوميديية مختلفة، وما قدمته من معالجات فنية مختلفة عكست المستوى الاحترافي الذي تمتعت به الدراما الرمضانية هذا العام.

أشار سالم باليوحة، المدير التنفيذي لقطاع المحتوى الإعلامي إلى حرص «دبي للإعلام» على تقديم أعمال درامية وبرامج تلفزيونية نوعية تتميز بمحتواها الفكري والإبداعي الذي يلامس الجمهور، ويلبّي تطلعاته. وقال: «سعت «دبي للإعلام» عبر الدورة البرمجية الرمضانية الخاصة بـ«تلفزيون دبي» وقناة «سما دبي»، إلى توفير المحتوى الهادف القادر على جذب انتباه المشاهدين ما يعزز من مكانتها كواحدة من أبرز المؤسسات الإعلامية في الإمارات، ومنطقة الشرق الأوسط»، منوهاً بأن ما حققته البرامج والمسلسلات التي تعرضها قنوات المؤسسة من نجاح، جاء بفضل توجهات «دبي للإعلام» بأن تكون الأقرب إلى الجمهور، كما يعكس تفرد استراتيجيتها الهادفة إلى تعزيز قيادة دبي ومكانتها كمركز إعلامي مرموق في المنطقة.

وأكدت التقارير تحقيق حملة «دبي للإعلام» الإعلانية لأهدافها، بعد نجاحها خلال الأسبوع الأول من رمضان المبارك في تحقيق نحو 39.2 مليون ظهور على مواقع التواصل الاجتماعي، بينما وصلت نسبة مشاهدات فيديوهات الحملة إلى نحو 8 ملايين مشاهدة، وحظيت بأكثر من 541 ألف نقرة.

وعلى المستوى المحلي، كشفت التقارير عن قائمة «توب 5» لأكثر البرامج والمسلسلات مشاهدة على تلفزيون دبي، خلال الأسبوع الثاني من شهر رمضان المبارك، حيث تربع برنامج «دروب 11» الذي يقدمه الإعلامي الإماراتي علي آل سلوم على عرش القائمة، نتيجة لتفرد هذا الموسم بفكرته وشعاره «ما وراء الأسطورة»، وجاء المسلسل الكويتي «ورثة

بن عاقول» في المركز الثاني، بينما حجز المسلسل الخليجي «منت رايق» للمخرجة نهلة الفهد مقعده في المركز الثالث بعد تمكنه من نيل استحسان متابعي «تلفزيون دبي»، فيما حل برنامج «شطرنج» الذي يقدمه الإعلامي والممثل عبدالرحمن الدين ويستضيف فيه نخبة من نجوم الفن العربي في المركز الرابع، ليكون المركز الخامس من نصيب المسلسل التركي «صلاح الدين الأيوبي» الذي يروي سيرة قائد مسلم غير وجه التاريخ.

في المقابل، أكدت التقارير تربّع قناة «سما دبي» على عرش المركز الأول في قائمة أكثر القنوات متابعة خلال رمضان على مستوى المنطقة، فيما ضمت قائمة «التوب 5» للبرامج والمسلسلات الأعلى مشاهدة على القناة، خلال الأسبوع الثاني من شهر رمضان المبارك، كلاً من المسلسل الإماراتي «وديمة وحليمة 3» الذي اعتلى المركز الأول، تلاه برنامج «المفتش فصيح 3» الذي يقدمه الإعلامي أيوب يوسف في المرتبة الثانية، فيما حل مسلسل «شعبية الكرتون 18» في المركز الثالث، بعد أن أطل هذا العام بحلة جديدة وبتفاصيل وقضايا مختلفة تماماً عن المواسم الماضية، ليأتي برنامج «المنندوس» الذي يقدمه الإعلامي عبدالله إسماعيل في المركز الرابع، ليكون البرنامج الاجتماعي «قيم» من تقديم الإعلامية دبالا علي في المركز الخامس نتيجة تفرد فكرته التي تستعرض مجموعة من القيم الأصيلة في المجتمع الإماراتي. وعلى المستوى الإقليمي، أظهرت تقارير شركة «ايبسوس» للأبحاث نجاح «تلفزيون دبي» في الوصول إلى قاعدة جماهيرية واسعة وصلت نسبتها إلى 95.4% من إجمالي الوصول الجماهيري إلى التلفزيون خلال الأسبوع الأول من شهر رمضان المبارك، ليتفوق بذلك على عدد من القنوات المعروفة في المنطقة، بفضل تشكيلة المسلسلات والبرامج التي عرضها خلال الشهر الكريم، وتميزت بقدرتها على لفت انتباه كل شرائح الجمهور على مستوى المنطقة، ومن بينها المسلسل التركي «صلاح الدين الأيوبي» والمسلسل السوري «نقطة انتهى»، والمسلسل الخليجي «منت رايق»، وكذلك المسلسل المصري «عتبات البهجة»، والمسلسل الكويتي «الخن». أما على مستوى البرامج فقد تفوق «شطرنج» و«الراوي» و«آخر كلام» و«دروب 11» على نظيرتها من البرامج الأخرى. كما حققت مسلسلات وبرامج قناة «سما دبي» نسبة مشاهدات عالية، ومن بينها مسلسل «شعبية الكرتون 18»، والمسلسل الإماراتي «بيت أبونا»، والمسلسل الإماراتي «وديمة وحليمة 3»، ومسلسل «سحيلة بنت عديم»، إضافة إلى برامج «السنبار»، و«المنندوس»، و«المفتش الفصيح»، و«ابشر بالخير» وغيرها.