

الإصدار الجديد من "نظرة على الإعلام العربي" يرصد أنماط الاستهلاك في 4 دول عربية



أعلن نادي دبي للصحافة أن الإصدار الرابع من تقريره نظرة على الإعلام العربي، سيتضمن دراسة منفردة حول أنماط الاستهلاك الإعلامي في أربع دول عربية، كما سيغطي عدداً أكبر من الدول والمؤسسات الإعلامية، إضافة إلى رصد آراء جيل الشباب في تلك الدول .

وقالت مريم بن فهد المديرية التنفيذية لنادي دبي للصحافة: يمتاز التقرير الجديد بسمات خاصة تميزه عن الإصدارات السابقة، حيث يخصص دراسة منفردة لبحث أنماط الاستهلاك الإعلامي في أربع دول عربية هي الإمارات والسعودية ومصر والمغرب، كما تم توسيع نطاق البحث ليغطي 17 دولة عربية، ويشمل عدداً أكبر من المؤسسات الإعلامية، إضافة إلى جيل الشباب في إطار العينة المستهدفة، في خطوة تعد الأولى من نوعها في مثل هذه الأبحاث، نظراً للارتباط الوثيق لهذه الشريحة الاجتماعية بصناعة الإعلام عموماً .

وأضافت ابن فهد: سيبحث التقرير في أشكال الاستهلاك الإعلامي في الدول الأربع عبر مختلف المنصات الإعلامية، وتقييم مدى التأثير الذي أحدثه انتشار خدمات الإنترنت ذات النطاق العريض، وزيادة استخدام شبكات الإعلام الاجتماعية على توجهات المستهلكين، كما سيتطرق إلى الفرص المتاحة أمام نشر المحتوى وطرق الاستفادة منها.

وأكدت ابن فهد أن النادي سيقوم بإطلاق مستخلصات دراسة الإصدار الرابع في نهاية شهر إبريل/ نيسان المقبل، خلال مؤتمر صحفي سيدعى إليه ممثلو مختلف وسائل الإعلام والمهتمين في دبي، كما سيتم توزيع نسخ التقرير خلال فعاليات الدورة الحادية عشرة لمندى الإعلام العربي يومي 8 و9 مايو/ أيار 2012.

وتأتي زيادة حجم العينة بالمقارنة مع الإصدار السابق للتقرير، بما يعزز من أهمية النتائج، إضافة إلى إجراء تحاليل معمقة تشمل مختلف الشرائح الاجتماعية، وسيتضمن التقرير أبحاثاً تغطي جيل الشباب الصغار، ممن تتراوح أعمارهم بين 10-15 عاماً، في هذه البلدان الأربعة، لتقييم مدى إدراك جيل الشباب للتغيرات المتسارعة التي تشهدها قطاعات الإعلام والتكنولوجيا، وتبحث هذه الدراسة بشكل خاص في أنماط استهلاك المحتوى الرقمي عبر مختلف المنصات.

وسيتضمن التقرير تقييماً شاملاً للاتجاهات الحالية والسيناريوهات المتوقعة للسوق الإعلامية مع العديد من دراسات الحالة، ومقارنات حيوية في جميع أقسامه لرصد الآليات التي يتطور من خلالها القطاع الإعلامي.

وسيرصد بشكل عملي ودقيق التغييرات الحاصلة في القطاع الإعلامي في 17 دولة عربية، الذي اتسع نطاق بحثه ليضم لأول مرة كلاً من العراق وليبيا، إضافة إلى البحرين، ومصر، والأردن، والكويت، ولبنان، والمغرب، وعمان، وفلسطين، وقطر، والمملكة العربية السعودية، وسوريا، والسودان، وتونس، والإمارات، واليمن.

كما يتضمن التقرير أبحاثاً حول تأثير الثورات الإقليمية الأخيرة في سلوكات وسائل الإعلام، سواء بشكل مباشر في الدول التي شهدت اضطرابات مثل مصر، أو بشكل غير مباشر في الإمارات والسعودية والمغرب، التي تأثرت بهذه الأحداث، على صعيد وسائل الإعلام التقليدية والرقمية.