مجلة الصحافة

العدد (24) | السنة السابعة | شتاء 2022

ريادة الأعمال في الصحافة..

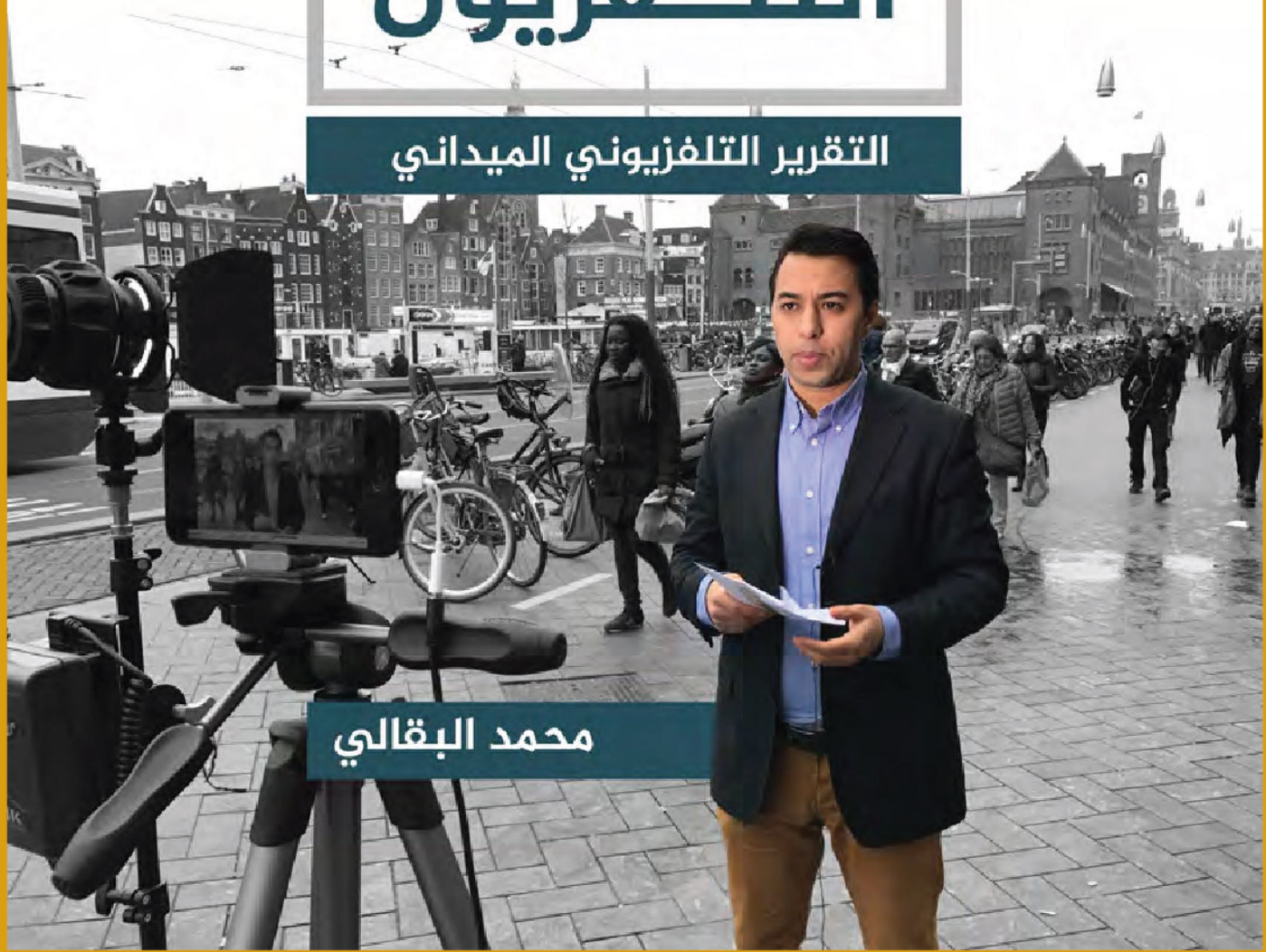
وقائع موت معلن

معهد
الجزيرة للإعلام

معهد
الجزيرة للإعلام

كيف تحكي القصّة في التلفزيون

التقرير التلفزيوني الميداني



محمد البقالي

محتويات العدد

4 **النموذج الاقتصادي للصحافة العربية.. فشل بكل الطرق**
سامية عايش

8 **في مواجهة غوغل وفيسبوك.. لماذا لا تقتدي الصحافة العربية بـ «التجربة الأسترالية»؟**
إسماعيل عزام

14 **ريادة الأعمال هو طوق النجاة للصحافة العربية**
روان الجيوسي

22 **ستة مشاريع صحفية ناشئة في أوروبا**
جون داير

36 **«قانون حماية العملاء الأجانب».. حصان طروادة للقضاء على الصحافة الاستقصائية**
دافيد إرنيستو بيريز

44 **البرامج الترفيهية في تونس.. تحالف الرأسمال لقتل الصحافة الجادة**
محمد اليوسفي

56 **فيسبوك وفلسطين.. التكرار في مواجهة اغتيال المعنى**
إياد الرفاعي

62 **قصة المصورة الصحفية جهاد.. صوت النساء المعنفات**
رغدة جمال

68 **ما جئت إلى هنا من أجل هذا!**
محمد البقالي

74 **«لا تنظر للأعلى».. هجاء سينمائي لمكينة الإعلام «الفاسدة»**
مهى زراقط

80 **حرب الأخبار الكاذبة في اليمن**
محمد الرجوي

86 **الصحافة المتأنية في الجزائر.. خطوات بطيئة في طريق وعر**
فتيحة زماموش

94 **«أساسيات أمن المعلومات».. دليل للصحفيين ومديري غرف الأخبار**
عثمان كباشي

98 **كيف صنعت وسائل الإعلام الفرنسية مرشحا رئاسيا عنصريا؟**
علاء الدين بونجار

إصدار جديد لمعهد الجزيرة للإعلام

كتّاب المجلة

سامية عايش

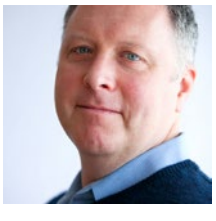
صحفية فلسطينية ومدربة في الصحافة الرقمية. شاركت في زمالة التدريس في مبادرة أخبار «غوغل» في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.

إسماعيل عزام

صحفي مغربي. عمل سابقا في موقع «هسبريس» المغربي وموقع «سي إن إن» بالعربية.

روان الجيوسي

صحفية ومذيعة أردنية، طالبة دكتوراه، حاصلة على ماجستير في حقوق الإنسان من الجامعة الأردنية.



جون داير

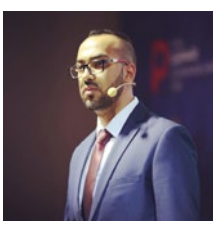
صحفي ومحرر أميركي.

دافييد إرنيستو بيريز

صحفي سلفادوري متخصص في الصحافة الاستقصائية.

محمد اليوسفي

صحفي وباحث تونسي، رئيس تحرير موقع «الكتيبة» المتخصص في مجال الصحافة الاستقصائية.



إياد الرفاعي

صحفي فلسطيني مختص في قضايا الحقوق الرقمية ومدير مركز صدى سوشال.

رغدة جمال

صحفية وشاعرة يمنية. تعمل حاليا كمنسقة لمبادرة سفراء الجزيرة التابعة لمعهد الجزيرة للإعلام.

محمد البقالي

مراسل قناة الجزيرة في باريس. حاصل على دكتوراه في علم الاجتماع، وخريج المعهد العالي للإعلام والاتصال بالرباط.

مهى زراقط

أستاذة في كلية الإعلام في الجامعة اللبنانية.

محمد الرجوي

صحفي مستقل، وكاتب في الصحافة اليمنية والتركية، حاصل على ماجستير في الإعلام الجديد.

فتيحة زماموش

صحفية جزائرية وطالبة دكتوراه.

عثمان كباشي

مشرف غرفة الأخبار بموقع الجزيرة نت، ومدرب التحرير الصحفي والصحافة الرقمية بمعهد الجزيرة للإعلام.

علاء الدين بونجار

صحفي جزائري متخصص في الشؤون الفرنسية والأوروبية.

متى تجد الصحافة العربية نموذجها الاقتصادي؟

في المقابلة التي أجرتها قناة الجزيرة مع الصحفي بنيويورك تايمز، توماس فريدمان، ربط قوة أمريكا بثلاثة عناصر أساسية: ريادة الأعمال، جودة المؤسسات، التعددية.

قد تنسحب هذه المعايير أيضا على مجال الصحافة، رغم أن الذي يهمنا في هذا الملف هو أهمية ريادة الأعمال في بناء نموذج اقتصادي مستدام لوسائل الإعلام خارج الثنائية التقليدية لمال الدولة ومال رجال الأعمال.

ما يزال مفهوم ريادة الأعمال لوسائل الإعلام في العالم العربي بكرا، لا يحظى بالاهتمام اللازم في منطقة موسومة بالاستبداد تجهض أي تجربة صحفية مستقلة لتدخلها في دائرة «الاستجداء».

حاولت بعض المنصات العربية أن تقتدي بتجارب غربية في الاشتراك مقابل القراءة أو فتح المجال أمام المساهمات التطوعية، لكنها فشلت لعوامل ذاتية وموضوعية، منها سوء الإدارة وعدم القدرة على تقديم محتوى جاد يحترم المعايير الأخلاقية والمهنية.

والحقيقة أنه لا يمكن لوم المؤسسات وحدها؛ فهي تشتغل في بيئة سياسية واقتصادية صعبة، وجمهورها لا يتوفر على ثقافة وجود سلطة مستقلة تتلقى أجرها من القارئ لتحريرها من قبضة رجال السياسة والأعمال.

في الدول الغربية (أستراليا، فرنسا، بريطانيا.. إلخ)، حيث «جودة المؤسسات»، إذا استعرنا عبارة فريدمان؛ حظيت وسائل الإعلام بدعم رسمي في مواجهة فيسبوك وغوغل المتهمتين باستخدام محتوى المنصات التقليدية والسيطرة على سوق الإعلانات. أما في العالم العربي وبفعل عوامل ثقافية وسياسية وقانونية، عجزت عن تأسيس تكتل يضخ بعض الأوكسيجين في منطقة هي الأكثر حاجة لسلطة صحفية مستقلة بسبب ذوبان باقي السلطات في بوتقة الدولة.

إننا نطرح السؤال الكبير: لماذا هذا العجز الكلي في تأسيس وسيلة إعلامية واحدة مرجعية، بنموذج اقتصادي مستقل عن ضغوط السياسة والإعلان والدعم الأجنبي؟

مجلة الصحافة

مجلة الصحافة

العدد (24) I السنة السابعة I شتاء 2022
مجلة فصلية تصدر عن
معهد الجزيرة للإعلام
شبكة الجزيرة الإعلامية

المشرف العام
منير الدائمي

رئيس التحرير
منتصر مرعي

هيئة التحرير
محمد أحداد
ملاك خليل
محمد خمايسة

مراجعة لغوية
سيد احريمو

تصميم
إدارة الإبداع في شبكة الجزيرة الإعلامية

مجلة الصحافة
Aljazeera Journalism Review

موقع الإنترنت:
http://institute.aljazeera.net/ar/ajr

تويتر:
@AJR_Arabic

فيسبوك:
www.facebook.com/
aljazeerajournalismreview

بريد المجلة الإلكتروني:
ajreditor@aljazeera.net

النموذج الاقتصادي للصحافة العربية.. فشل بكل الطرق

سامية عايش

هل هناك تجارب صحفية عربية اليوم تستطيع بناء نموذج اقتصادي قائم على الاستقلالية والاستدامة؟ المبادرات التي حاولت خلال الفترة الماضية أثبتت أنه خارج التمويل الرسمي الحكومي أو الدعم الأجنبي، لا توجد مؤسسات يمكن أن تصبح مرجعا لوسائل الإعلام، لكن الصورة ليست سوداء تماما، وهذه بعض التوصيات لتجاوز حالة الفشل.

كانت المعادلة الاستثمارية للمؤسسات الإعلامية سابقا سهلة وسريعة: إعلانات في الجريدة أو التلفزيون، شراء نسخة الجريدة يوميا، أو اشتراك في محطة تلفزيونية لميسوري الحال. هذه المعادلة كانت تدر أرباحا لا بأس بها لهذه المؤسسات، وكما يقول أديب مروة في كتابه "الصحافة العربية، نشأتها وتطورها": "قيمة الجريدة التحريرية هي التي تخلق مكانتها وتزيد من عدد قرائها، وهي التي تؤدي بالتالي إلى إقبال المعلنين على الإعلان فيها. وهكذا فإن كثرة نسبة إعلانات الجريدة متوقفة على قوتها التحريرية وعلى كثرة عدد قرائها، وكلما ضعفت هذه القوة، أو زادت، قل أو زاد عدد المعلنين. ومن هنا فإن مقياس نجاح الجريدة أصبح يعرف اليوم من كثرة إعلاناتها".

هذا في السابق، فما الذي تغير اليوم؟

تحول الكثير من المؤسسات الإعلامية منذ سنوات إلى المجال الرقمي، الذي انتقلت معه أيضا أساسيات الإعلان لتكون هي المصدر الأهم للعائدات على المواقع الإلكترونية. غير أن الأمر أيضا لا يبدو بهذه السهولة، فالإعلانات التي نتحدث عنها هنا لا تظهر على المواقع الإخبارية فقط، وإنما أيضا تدخل فيها شركات التكنولوجيا العملاقة مثل غوغل وفيسبوك، ليكون لها أيضا نصيب من الكعكة. بيد أن جدلا دار خلال الفترة الماضية حول إمكانية إيجاد نماذج جديدة لإدارة عائدات المؤسسات الإخبارية بالتحديد، بعيدا عن الإعلانات، بحيث لا تكون كل الأرباح ومصدرها في سلة واحدة. هذه النماذج الجديدة تتنوع ما بين الاشتراكات الشهرية أو السنوية، والتبرعات، والعضوية للحصول على محتوى قيم من هذه المواقع الإلكترونية.

في السابق كانت المعادلة الاستثمارية للمؤسسات الإعلامية سهلة وسريعة: إعلانات في الجريدة أو التلفزيون، شراء نسخة الجريدة يوميا، أو اشتراك في محطة تلفزيونية لميسوري الحال.

صحيفة «النهار» اللبنانية كانت من أولى المؤسسات التي أطلقت خدمة الاشتراك الشهرية أو نصف السنوية أو السنوية، والتي تتراوح قيمتها ما بين 5 و 6 دولارات شهريا (من حساب صحيفة «النهار» على فيسبوك).

في المنطقة العربية، بعض المؤسسات الإعلامية بدأت فعلا بتبني هذا التوجه. صحيفة "النهار" اللبنانية كانت من أولى المؤسسات التي أطلقت خدمة الاشتراك الشهرية أو نصف السنوية أو السنوية، والتي تتراوح قيمتها ما بين 5 و6 دولارات شهريا. وفي الكويت، أطلقت صحيفة "القبس" نظام اشتراك في محتواها بنفس القيمة تقريبا، مع تركيز على الاطلاع على الأرشيف، والتحليلات المعمقة، والأخبار الحصرية للمشتركين.

منصة "صوت" في الأردن، أطلقت خدمة "صوت بلس"، وهي نظام عضوية في الموقع، يمنح الأعضاء حصرية الاستماع لمقالات متنوعة ومعمقة نشرت عبر مواقع مختلفة. ومن أشهر المواقع التي اعتمدت نظام الاشتراك كذلك موقع "مجرة" في الإمارات العربية المتحدة، الذي يقدم مقالات وأخبارا متخصصة في الإدارة والتقنية والعلوم والصحة النفسية. وتصل قيمة الاشتراك إلى ما معدله 7 دولارات شهريا.

ومن المواقع التي أطلقت نموذج الدعم للمؤسسات الصحفية، موقع رصيف 22، إذ يمكن للأفراد دعم إنتاج المحتوى من خلال مبلغ مادي سنوي، أو يدفع مرة واحدة، وفق ما يختاره الفرد.

إذن، هناك توجه نحو الابتعاد شيئا فشيئا عن نموذج الإعلانات، وعدم الاعتماد على الشركات الضخمة للحصول على جزء من الكعكة. فما الذي يكبح هذا التوجه من المضي فيه بصورة أسرع، وهل يمكن أن يكون له أفق أكبر في المستقبل؟

منصة «صوت» في الأردن، أطلقت خدمة «صوت بلس»، وهي نظام عضوية في الموقع، يمنح الأعضاء حصرية الاستماع لمقالات متنوعة ومعمقة نشرت عبر مواقع مختلفة.

باعتقادي أن هذا التوجه لديه مستقبل واعد، وبالتحديد في المنطقة العربية، ولكنه يستلزم الكثير من الوقت

حاولت الكثير من المنصات تقديم خدمات حصرية للقراء مثل الاستماع إلى المقالات وقراءة التحقيقات الاستقصائية العميقة مقابل الدفع (من حساب منصة «صوت» على فيسبوك).

والجهد وبعض التغيرات التي يمكن أن تطرأ على المجتمعات وأوساطها. ولكن في الوقت الحالي، هناك الكثير من الأسباب التي تجعل ذلك بعيد المنال لبعض الوقت.
الوعي لدى الأفراد، وهل الأخبار أولوية بالنسبة لهم؟

اعتادت نسبة كبيرة من المهتمين في المنطقة العربية على الحصول على الأخبار بصورة مجانية، نظرا لأنها كانت ولفترة طويلة إما خدمة مجتمعية وبالتالي هم يعرفون ما يجري بالمقدار المسموح لهم به، أو هي شركات خاصة لا تعتبر الأخبار جزءا أساسيا من تحقيق الأرباح، وبالتالي تحقق أرباحها من خلال الإعلانات. حتى يتغير هذا الأمر، يجب أن يتغير وعي الأفراد ويدركوا بأن المحتوى الإخباري كأي منتج آخر يحتاج لتكلفة مادية وبشرية، وبالتالي إذا أراد استهلاكه عليه أن يقوم بالدفع كما يدفع لباقي المنتجات الأخرى.

هناك مواقع جغرافية يطلق عليها اسم «المناطق الجافة إخباريا»، وهي التي تفتقر لتغطيات إخبارية للأحداث. هذه المناطق قد تشهد نسبة أكبر من الاشتراكات في حال تم التركيز على أخبارها المحلية.

المحتوى الإخباري حاليا يقدم مجانا، فلماذا أدفع مقابل الحصول عليه؟

هذا هو السؤال الجوهري الذي يدور في خاطر الكثيرين. وهؤلاء بالتحديد يحصلون على أخبارهم من مصادر مختلفة مثل مواقع التواصل الاجتماعي أو التطبيقات الإخبارية، وهي بالطبع تتوافر كلها بشكل مجاني. أعتقد أنه ما لم تكن هناك هبّة واحدة لوضع نظام اشتراك جماعي بين كل المؤسسات الإخبارية، فإن الغالبية ستتوجه إلى المحتوى المجاني، ويعود ذلك إلى أسباب اقتصادية واجتماعية موجودة في الأوساط العربية، تجعل شراء الأخبار من الرفاهيات.

المحتوى الإخباري.. بين السرد القصصي والتدقيق

بالرغم من تطور المحتوى العربي بشكل كبير خلال السنوات الأخيرة، فإن هناك الكثير مما ينقصه من ناحية التحقق من المصادر، وطريقة السرد. كما أن الكثير من المواقع العربية بصورة عامة يتحاشى فكرة التعمق في السرد أو الطرح التحليلي لما يجري، مما يفقدها التفرد والتميز، فتصبح الأخبار من كل المصادر واحدة يشبه بعضها البعض. هناك الكثير من الجهد الذي يجب أن يبذل على مستوى تجويد المحتوى حتى يشعر القارئ أن ما يستهلكه يستحق الاشتراك.

ومن المواقع التي أطلقت نموذج الدعم للمؤسسات الصحفية، موقع رصيف 22، إذ يمكن للأفراد دعم إنتاج المحتوى من خلال مبلغ مادي سنوي، أو يدفع مرة واحدة، وفق ما يختاره الفرد.

التركيز على المناطق المشبعة وإهمال "المناطق الجافة إخباريا"

قليلة جدا هي المؤسسات الإخبارية التي تتوجه إلى المواقع البعيدة عن المدن الرئيسية أو العواصم. هناك مواقع جغرافية يطلق عليها اسم "المناطق الجافة إخباريا"، وهي التي تفتقر لتغطيات إخبارية للأحداث التي تعيشها. هذه المناطق قد تشهد نسبة أكبر من الاشتراكات في حال تم التركيز على الأخبار المحلية التي تجري فيها.

بناء على كل ما سبق، أعتقد أن من أبرز التوجهات التي يجب أن تنتهجها المؤسسات الإخبارية؛ هي استهداف الجمهور الأصغر سنا، القادر على تكوين سلوكياته خاصة فيما يتعلق باستهلاك الأخبار بصورة تتماشى مع ما يتوافر في السوق. لذا ومع كل الصعوبات والأسباب الآنية التي تجعل هذه النماذج تفشل في الوقت الحالي، أعتقد أن المستقبل سيكون أكثر إيجابية ويحمل آفاقا واسعة لتغير في النماذج الاقتصادية لهذه المؤسسات.

يحتاج العالم العربي إلى مؤسسة صحفية مرجعية تأخذ زمام المبادرة تنطلق من فهم احتياجات القراء وتتبنى صحافة الجودة (غيتي).

في مواجهة غوغل وفيسبوك.. لماذا لا تقتدي الصحافة العربية بـ«التجربة الأسترالية»؟

إسماعيل عزام

أجبرت كل من أستراليا وفرنسا وبريطانيا غوغل وفيسبوك على التفاوض مع تكتلات لوسائل الإعلام لدفع تعويضات عن استخدام المحتوى. في العالم العربي، ما تزال المبادرات ضعيفة جدا أمام ضعف التشريعات وحالة الاستقطاب السياسي رغم أن هذه الشركات تكبدها سنويا خسائر اقتصادية كبيرة.

صحيح أن غوغل ليس مجرّد أداة بحث أو مالك لموقع يوتيوب أو موزع للإعلانات، لكن بالنسبة للكثير من ناشري الأخبار، تحوّل من أداة لجلب الزوار أو مشاركة مقاطع الفيديو، إلى منافس حقيقي يستخدم أخبارا ليست من إنتاجه لتقوية علاقته مع مستخدمي منتجاته، ما جعل مواقع كثيرة عبر العالم ترفع دعاوى قضائية على مجموعة غوغل، متهمة إياها بالتسبب في خسائر كبيرة.

الدعاوى القضائية على غوغل وكذلك على فيسبوك وآبل ليست جديدة، فهذه المجموعات متهمة بالاحتكار وإلحاق أضرار كبيرة بسوق الإعلانات ودفع الشركات الصغرى والمتوسطة إلى الإفلاس. لكن ما يهمنا هنا هو الضرر الكبير الذي يسببه غوغل للصحافة، عبر منصة رئيسية هي غوغل نيوز (1)، والمعارك التي تخوضها وسائل الإعلام عبر العالم لافتكاك جزء من العائدات من فكي عملاق الإنترنت.

تحالف وسائل الإعلام الإخبارية (News Media Alliance)، الموجود في الولايات المتحدة، أكد في ورقة له عام 2020 (2) أن غوغل تجاوز حدود "الاستخدام العادل" المعروف في مجال الملكية الفكرية، وبالتالي عليه التفاوض مع الناشرين حول رخصة محددة لكل استخدام. كما تحدث التحالف عن إمكانية قيام خوارزميات غوغل بتفضيل ناشر على آخر، ودفع الناشرين إلى علاقة تفيده هو في المقام الأول.

غوغل نيوز.. في خدمة "القارئ العرضي"

لديك موقع إخباري غير معروف وتبحث بشتى الطرق عن إيصاله إلى الجمهور، ثم تكتشف أن تطبيق غوغل نيوز على هاتفك يُظهر روابط من موقعك. الأمر سيكون مثيراً للبهجة لأن هذا يعني أنك ستربح زيارات من أكبر موزع للأخبار الرقمية في العالم، دون أن تطلب ذلك بالضرورة (ليس ضروريا الاشتراك في خدمة غوغل نيوز حتى يستفيد موقعك منها).

الدعاوى القضائية على غوغل وكذلك على فيسبوك وآبل ليست جديدة، فهذه المجموعات متهمة بالاحتكار وإلحاق أضرار كبيرة بسوق الإعلانات ودفع الشركات الصغرى والمتوسطة إلى الإفلاس.

لكن الأمر لا يبدو بهذه الوردية لوسائل الإعلام الكبرى، التي تعوّد المستخدم على الولوج إليها بشكل رسمي انطلاقاً من مواقعها أو تطبيقاتها، إذ إن قيام غوغل نيوز بعرض أخبارها، حتى ولو كان ذلك مقتصرا على العنوان وجزء من التقديم، يجعل القارئ في غنى عن زيارتها بشكل مباشر، خصوصاً أن هناك أعدادا كبيرة من الزوار يقتصرون على قراءة العنوان داخل المواقع والتطبيقات دون النقر على الرابط.

صحيح أنه يمكن للناشرين منع هذه الخدمة من استخدام روابط مواقعهم، لكن في السياق الاحتكاري لغوغل، تظهر خطوة من هذا القبيل انتحارية اقتصاديا؛ فلو رفضت المواقع المشهورة، فإن عشرات من المواقع المتواضعة من حيث الانتشار ستقبل.

أجهزت غوغل وفيسبوك على النموذج الاقتصادي للكثير من المؤسسات الإعلامية الصغيرة (تصوير: سين غالوب – غيتي).

لكن حتى وسائل الإعلام المحلية التي تغطي مناطق معينة تعاني من إقصاء غوغل نيوز لها. ففي دراسة منشورة على مجلة "ساينس"، تبين أن المنصة تضع أولا المواقع التي تغطي أخبار الولايات المتحدة ككل في نتائج البحث الأولى حتى ولو كان الخبر يخص ولاية صغيرة لها مواقعها الإخبارية، وهو ما ظهر في أخبار الانتخابات، ففقط 20 بالمئة من نتائج البحث العشر الأولى كانت تعود لمواقع محلية ليست لها الإمكانيات الاقتصادية ذاتها للمواقع الكبرى (3).

صفحات الجوال المسرعة.. عنوان آخر للاحتكار؟

لأجل تسريع دخول المستخدم إلى موقع إخباري ما، أعلن غوغل عن تطبيق تقنية AMP (صفحات الجوال المسرعة)، وهي موجهة كما يدل على ذلك اسمها إلى مستخدمي الهاتف الجوال في قراءة الأخبار (4)، الذين يمثلون حاليا النسبة العظمى من مستخدمي الإنترنت عبر العالم مقابل تراجع مستمر لمستخدمي الحواسيب في قراءة الأخبار. غير أن هذه التقنية أثارت انتقادات المهنيين، ففي الورقة المذكورة آنفا لتحالف وسائل الإعلام الإخبارية (5)، تمت الإشارة إلى أن غوغل لم يعط خياراً للناشرين غير استخدام هذه التقنية وإلا سيفقدون زواراً كثرا لمواقعهم، كما أجبرهم على تقبل تخزينه كل موادهم بهذه التقنية.

نجحت وسائل الإعلام الأسترالية في دفع البرلمان إلى إقرار قانون يلزم غوغل وفيسبوك على تفاوض مالي مع وسائل الإعلام الرقمية التي يستخدمان محتواها الإخباري.

الأضرار حسب الورقة كانت متعددة، منها أن من يقرؤون الخبر يبقون في نظام غوغل، ما يصعّب خلق علاقة بينهم وبين الناشر الأصلي، ويقلّل معدلات الاشتراك، ويحدّ من استخدام الميزات التفاعلية داخل الموقع، وتقليل العائدات الإعلانية، وأن الهدف النهائي هو تحويل منصات غوغل إلى "حديقة محاطة بأسوار"، أي أنها هي المسار النهائي للمستخدم بدل أن تكون محركا للبحث.

المعركة عربياً.. لماذا تظهر صعبة؟

نجحت وسائل الإعلام الأسترالية في دفع البرلمان المحلي إلى إقرار قانون يلزم غوغل وفيسبوك على تفاوض مالي مع وسائل الإعلام الرقمية التي يستخدمان محتواها الإخباري، كما اتفق فيسبوك مع ناشرين بريطانيين لدفع تعويضات لهم بشكل سنوي للسبب ذاته (6). الأمر نفسه تكرر بشكل آخر في فرنسا، عندما غرّمت هيئة مراقبة الاحتكار غوغل نحو 593 مليون دولار في قضية نزاعها مع ناشري الأخبار، وذلك فضلا عن حكم قضائي بـ 270 مليون دولار (7).

لكن لماذا لا نرى الإجراء ذاته عربياً؟ أكبر عائق لمواجهة غوغل هو ضعف البيئة الاقتصادية للإعلام العربي. مؤسسات الإعلام المستقلة ماديا، أي التي لا تتبع لحكومات أو لا يكون رأسمالها مرتبط بالدعم الحكومي، ليس لديها وجود إقليمي قوي، وهي غالبا صغيرة أو متوسطة، بينما تبقى وسائل الإعلام الممولة حكومياً سواء بشكل كامل أو جزئي هي التي تتسيد المشهد العربي ولها متابعون بالملايين.

العائد الاقتصادي من الإعلانات ليس ذا أهمية بالنسبة لهذه المؤسسات الكبرى. هذا الأمر يختلف في الغرب الذي استطاعت فيه مؤسسات برأسمال خاص لا يخدم توجهات حكومية صرفة أن تتربع على عرش المشهد الإعلامي.

السبب الثاني هو ضعف التكتل الإعلامي العربي، ولا توجد لحد الآن إطارات إقليمية قوية لديها كلمة مسموعة. الخلافات السياسية بين الدول العربية صعّبت من إمكانية قيام تكتلات إعلامية، خصوصا مع التباين الثقافي لأكثر من بلد.

أما على صعيد كل دولة على حدة، فقد كانت هناك محاولات. في المغرب مثلاً، سبق لوزارة الاتصال (سابقا) أن أعلنت توجهها للتفاوض مع غوغل وفيسبوك حول استحواذهما على الإعلانات وما رافق ذلك من أضرارٍ كبيرة على المؤسسات الإعلامية.

> **أكبر عائق لمواجهة غوغل في العالم العربي هو ضعف البيئة الاقتصادية للإعلام العربي، فمؤسسات الإعلام المستقلة ماديا، ليس لديها وجود إقليمي قوي، وهي غالبا صغيرة أو متوسطة.**

لكن مبادرات من هذا القبيل تواجه تحديات في الضغط على الشركتين، لأسباب منها غياب التمثيل القانوني للشركتين في عدة دول في المنطقة، وتواضع التشريعات القانونية فيما يتعلّق بالاحتكار الرقمي.

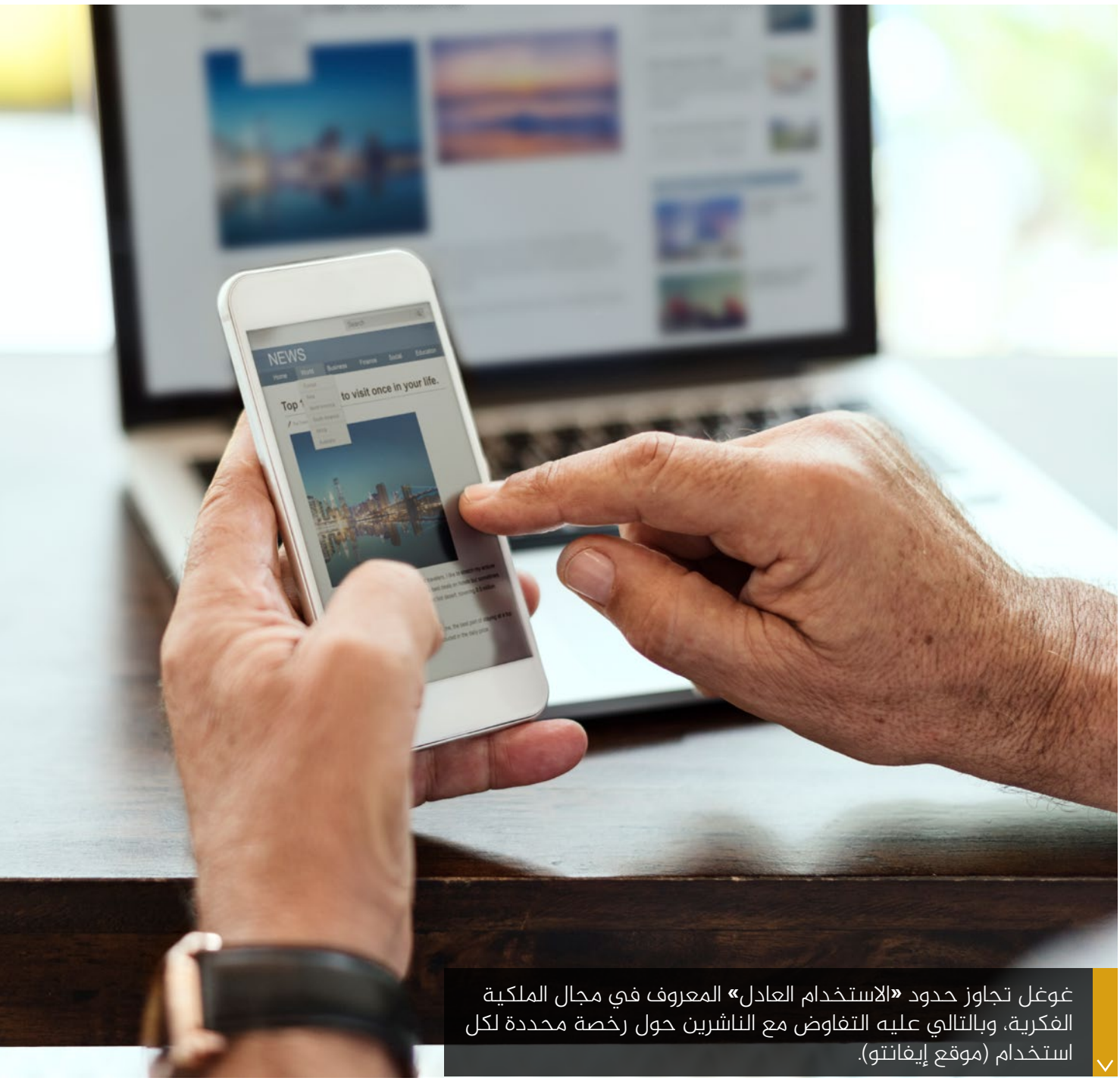
وهناك أسباب أخرى تخصّ ضعف المحتوى العربي على الإنترنت، فهو لا يتجاوز 1/2 بالمئة حسب أرقام موقع W3Techs المختص في تحليل بيانات الإنترنت، وذلك في المركز 11 عالميا، بينما يأتي المحتوى التركي مثلا في المركز الثالث بـ 3,9 بالمئة. ويوجد سبب آخر يخصّ جودة هذا المحتوى الإخباري، وسط قلة المؤسسات الإعلامية العربية التي تنتج محتوى أصليا (أي خارج الوكالات) وغير مترجم.

لكن هذه التحديات يمكن التغلب عليها، وما قد يبدو اليوم أمرا صعبا يمكن أن يجد له طريقا للتحقق، خصوصا على المستوى المحلي، وخاصة الدول التي تحتضن مقرات غوغل كالإمارات ومصر. لكن الأهم إيجاد أدوات لمخاطبة غوغل، وأول ذلك خلق نقاش إعلامي محلي إقليمي يدفع بأصحاب المؤسسات الإعلامية المتضررة إلى التكتل وتوحيد الرؤى.

أمل في نهاية النفق

الضغوط العالمية على غوغل دفعته إلى إعلان خدمة "غوغل نيوز شو كيس" (News Showcase) التي تظهر على غوغل نيوز في الهواتف الذكية، وتتيح للناشرين المشاركين فيها وضع قصصهم على شكل حزمة روابط. تملك الخدمة الكثير من الأدوات التفاعلية

الذي يعيق مؤسسات الإعلام في العالم العربي من الضغط على غوغل على وجه الخصوص هو أن أغلبيتها ممولة حكومياً سواء بشكل كامل أو جزئي (تصوير: نيكولا إيكونومو - غيتي).



غوغل تجاوز حدود «الاستخدام العادل» المعروف في مجال الملكية الفكرية، وبالتالي عليه التفاوض مع الناشرين حول رخصة محددة لكل استخدام (موقع إيفانتو).

كالسرد القصصي والروابط المتعلقة والفيديو والصوت، ووجه الاختلاف حسب إدارة غوغل بينها وبين الخدمة التقليدية لغوغل نيوز هو جعل الناشرين يقررون أيّ قصص تظهر للجمهور وبأيّ طريقة (7).

مبادرات بعض الدول العربية للضغط على غوغل وفيسبوك تفشل بسبب غياب التمثيل القانوني للشركتين في عدة دول في المنطقة، وتواضع التشريعات القانونية فيما يتعلّق بالاحتكار الرقمي.

وقعت غوغل الاتفاق مع الكثير من الناشرين في أوروبا والأمريكتين وآسيا لأجل إنجاح هذه الخدمة الجديدة، وتدفع غوغل مبالغ لكل ناشر على حدة حسب الاتفاق معه. لا توجد أيّ دولة عربية في القائمة للأسف، لكن الخدمة تتوسع وناشرون من دول جديدة

دخلوا قائمة المستفيدين، ويمكن أن تكون "غوغل نيوز شو كيس" بوابة لتعاون إعلامي عربي مع غوغل دون المرور بالضرورة عبر متاهات القضاء ونزاعات اللوبيات، خصوصا مع الضعف العربي الواضح في هذا المجال.

المراجع:

1) ينشر غوغل نيوز أخبار المواقع على خدمته، سواء في البحث المباشر، أو عبر التطبيق.

2) http://www.newsmediaalliance.org/wp-content/uploads/2020/06/Final-Alliance-White-Paper-June-18-2020.pdf

3) https://www.washingtonpost.com/politics/2020/12/22/how-google-is-hurting-local-news/

4) تعمل هذه التقنية كلغة ترميز، ومن خلالها عوض أن تدخل إلى نطاق خاص بالموقع صاحب الخبر، تدخل إلى نطاق مشترك بينه وبين غوغل. أكبر استفادة للقارئ أن عملية تحميل صفحة الخبر تكون سريعة جدا. تستخدم هذه التقنية في الأخبار التي يتم إيجادها عبر محرك البحث غوغل، أو عبر خدمة وتطبيق غوغل نيوز.

5) http://www.newsmediaalliance.org/wp-content/uploads/2020/06/Final-Alliance-White-Paper-June-18-2020.pdf

6) https://www.theguardian.com/media/2020/dec/09/australia-is-making-google-and-facebook-pay-for-news-what-difference-will-the-code-make

7) https://www.aljazeera.net/news/فرنسا-تغرم-جوجل-500-مليون-يورو-بسبب-حقوق/13/7/2021/scienceandtechnology

8) https://blog.google/outreach-initiatives/google-news-initiative/google-news-showcase/

ريادة الأعمال هو طوق النجاة للصحافة العربية

روان الجيوسي

لم يتطور مفهوم ريادة الأعمال في العالم العربي، وفي ظرفية تعيش فيها الكثير من وسائل الإعلام صعوبات اقتصادية بسبب فيروس كورونا، تبرز أهميته عبر تدريب الصحفيين على المهارات الرقمية وتطوير غرف الأخبار، والأهم من ذلك، تقديم نماذج اقتصادية ناجحة.

ريادة الأعمال يعني توفير الحاضنة من أجل تطوير المشاريع الإعلامية (شترستوك).

حتى الآن يبدو مصطلح ريادة الأعمال في الوطن العربي أقرب ما يكون للغموض أو بيع الوهم، ذلك لأن التطورات العالمية في شكل الإنتاج وطبيعة الثروات التي تحوّلت من الثروات الملموسة إلى غير الملموسة، مثل التحول من الشركات القائمة على الثروات الطبيعية والصناعات الاستخراجية التحويلية إلى الشركات الرقمية الكبرى والعملات الرقمية، لا تزال بعيدة عن مجتمعاتنا العربية.

دور حواضن الإعلام هو دعم الصناعة من خلال البعدين الريادي والإبداعي سواء على مستوى تطوير شكل المؤسسات الإعلامية الرقمية، أو إنتاج أدوات تقنية جديدة.

وبسبب الالتباس الذي يلف هذا المصطلح، لا تزال القطاعات الاقتصادية عربياً، ومنها الإعلام، غير قادرة على عكسه ضمن عملها أو مواكبة التطورات الحديثة عالمياً في مجالاتها، مما يجعلها معتمدة بشكل كامل على استيراد الأفكار الريادية التي تم تصميمها في ظروف مغايرة عمّا تحتاجه المجتمعات والنظم المحلية.

يُعرّف رائد الأعمال بأنه شخص لديه القدرة على إطلاق وتشغيل مشروع ذو فكرة جديدة، مع ضمان تحقيق الربح والاستدامة، والريادة تتطلب شجاعة كافية لغاية المخاطرة والإيمان بابتكار أفكار جديدة ضمن رؤية واضحة وجودة منتج منافسة، مع المرونة في التماشي مع تغيرات الحالة، والاستفادة من الفرص المتاحة، من خلال الدراية الجيّدة بأحدث اتجاهات السوق.

أين نحن عربياً من ريادة الأعمال في الإعلام؟

رغم النهضة التي ترافق قطاع ريادة الأعمال والتكنولوجيا فما زال الاهتمام بتطوير الإعلام عبر الريادة محدوداً في ظل معيقات عديدة تواجه الصحفيين في الولوج إلى هذا العالم عبر توفير منصات مؤسساتية خاصة بهم قابلة للتطوير والنمو وفقا للغة العصر. ويستلزم هذا التطور فهم احتياجات الشباب، وضمان وصول المادة الإعلامية الموثوقة للجمهور، ورفع إمكانية المنافسة على المحتوى الجيد، وتوفير حاضنة مجتمعية للإعلام المستقل ولإعلام الحقيقة، والمساهمة في محاربة الإشاعات والأخبار المضللة، وفي رفع الوعي وتطوير الرأي العام وتعزيز تأثيره ومشاركته.

وهنا يجب الالتفات لأهمية توفير المؤسسات العالمية الكبرى لبرامج احتضان مرافقة لعمليات التدريب المعتادة والتقليدية وتطوير استراتيجياتها الخاصة لدعم عملية التحول الرقمي العالمي. يضاف إلى ذلك تعزيز عملية الإنتاج الإعلامي من خلال التعاطي الإيجابي مع الثورة الصناعية الرابعة وفرص الذكاء الاصطناعي وتوفر المعلومات والانفتاح العالمي، بحيث يصبح للشباب والصحفيين والصحفيات والمهتمين بقطاع الإعلام القدرة على تطوير المهنة

وتقديم حلول وأدوات جديدة قادرة على الوصول للعالمية.

ما هي الجوانب الريادية في تأسيس حاضنة لدعم ريادة الإعلام؟

منذ بدء العمل بجدية على الفكرة في شهر يونيو/حزيران 2021، لامسنا الاحتياجات الرئيسية في أهمية إتاحة الفرصة للمشاريع الريادية الإعلامية للنمو والانطلاق والعمل في الجانب الإعلامي المستقل والمستدام، وهذه الحاجات هي:

الحاجة لرفع مستوى الاستفادة من العصر الرقمي وإمكانياته وفرصه، من خلال البدء بتحدّث لغة الشباب والعصر، وإنتاج محتوى متعدد الوسائط قادر على تخطي الحدود الجغرافية واللغوية والسياسية في الفكرة والمفهوم والانتشار.

الحاجة لتوفير فرص عمل جديدة عبر فتح المجال أمام قطاعات جديدة مشغّلة ومنتجة ضمن ما يطرحه تغيّر الشكل الجديد في ظل التطور التكنولوجي والذكاء الاصطناعي ومواكبة تطور أدوات الإنتاج وعكسها على القطاع الإعلامي.

تجربة ريادة الأعمال في العالم العربي لم تحظ بالاهتمام اللازم رغم أنها توفر إمكانية إنجاح مؤسسات الإعلام (تصوير: غاليرمو أرياس – أ ف ب).

الحاجة لمؤسسات إعلامية جديدة تطوّر من صناعة الإعلام بما يتماشى مع احتياجات السوق، لتكون قادرة على مواجهة المحتوى المضلل أولاً، وقادرة على إنتاج محتوى صحفي أصلي بجودة تقنية عالية وذات بعد إعلامي عميق قادر على تحقيق التغيير والتنمية ومواكبة الأحداث.

ما الذي يمكن للحاضنة أن تقوم به؟

مع انتشار الأجهزة الخلوية وصحافة المواطن وتطور منصات التواصل الاجتماعي وازدياد سرعة استهلاك الخبر، تبرز الحاجة الحقيقية لمحتوى أصلي يتسم بالموثوقية والمصداقية والحرفية، وترتفع الحاجة لاستعادة وسائل الإعلام دورها في التأثير في الوعي العام، وتصبح الحاجة اليوم لتطوير المحتوى نحو العمق وحماية الملكية الفكرية وتعزيز صحافة الحلول والصحافة التحليلية ودعم الدور الرقابي لوسائل الإعلام، أمراً بالغ الأهمية.

هذا التطور التقني رفع الحاجة لتقديم مادة إعلامية ذات جودة عالية وقادرة على الوصول خارج حدود الدول، وتخاطب الشباب وتعتمد على المعلومات والأرقام والتوثيق بشكل تفاعلي يوفر المساحة للجمهور للتفاعل والتعليق والمشاركة لتحقيق الاستجابة المطلوبة لقياس الأثر. وقياس الأثر مهما كان مهما، فقد أصبح تحديا يجب مراقبته بدقة وضمان أن تبقى وسائل الإعلام من ينتج المحتوى ويملك أدوات التأثير، وألا تتحول إلى متلقية لردة الفعل لما يدور من نقاش على المنصات الرقمية، وتغرق في تنافس غير صحي مع المنصات التي تعتمد بالأساس على جهد الوسائل الإعلامية المحترفة والتقليدية.

> **لا يمكن فصل الإعلام وتطوره اليوم عما يحدث من تطورات على المستوى السياسي والاجتماعي، حيث يحتاج لتطوير مهارات الصحفيين، وتطوير السياسات التحريرية وقدرة المؤسسات الإعلامية على تقديم نماذج اقتصادية ومؤسساتية ناجحة.**

وهنا يأتي دور حواضن الإعلام في محاولة لدعم الصناعة من خلال البعد الريادي والإبداعي سواء على مستوى تطوير شكل المؤسسات الإعلامية الرقمية، أو إنتاج أدوات تقنية جديدة قادرة على حل مشكلات الإعلام التقليدي وجعله يحقق أكبر فائدة ممكنة من فرص الوصول والانتشار لتحقيق الاستقلالية والاستدامة المالية.

تقدم حاضنة الإعلام "مدرج" اليوم محاولة لتوفير مساحة آمنة للتعبير وتسريع تطوير المهنة الصحفية بهدف دعم الصحفيين الشباب لتغيير نمط التفكير التقليدي في مهنة الصحافة والإعلام من خلال الاستفادة من التطور التكنولوجي والعالم الرقمي وما يوفره من أدوات وفرص. بالإضافة إلى مواكبة العصر وتغير اهتمامات الجمهور وقدرة النماذج الجديدة على دعم صناعة الإعلام عبر الشركات الناشئة والريادية بهدف تحقيق الربح والاستدامة والقدرة على النمو، في ظل ما يواجه الصحفيين في المنطقة العربية من تحديات مهنية مركبة مرتبطة أساسا بتراجع حالة الحريات وحقوق الإنسان والقدرة على التعبير وممارسة الصحافة الحرة نتيجة لتحديات سياسية وأمنية واقتصادية واجتماعية متعددة. إن إدخال فكرة التفكير الريادي للتعامل مع تحديات البطالة وتدني الدخل للعديد من الصحفيين الشباب، يعتبر من الأولويات في المنطقة العربية ويحمل الكثير من الفرص في قطاع ريادة الأعمال اليوم. وذلك لما قد يساهم به في تحسين الواقع الاقتصادي وزيادة المحتوى الأصلي وتعزيز قدرة الجمهور على التعبير والمشاركة والتقييم والرقابة على مصداقية مصادر النشر المتعددة عبر الحد من انتشار المعلومات المضللة والأخبار الموجهة عبر حلول إعلامية وأدوات جديدة ومنصات متنوعة تعمل على تطوير المهنة وتعمل على تحفيز المؤسسات القائمة للتوجه نحو العصر الرقمي ضمن خطط عمل واستراتيجيات طويلة الأمد مهنيا وإداريا وعبر الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا ومنصات التواصل الاجتماعي والذكاء الاصطناعي والريادة.

كيف ستساهم فكرة الحاضنة في المشهد التنموي؟

لا يمكن فصل الإعلام وتطوره اليوم عما يحدث من تطورات على المستوى السياسي والاجتماعي في الدول التي يعمل بها بالإضافة إلى حاجته ليتطور بشكل طبيعي من حيث مهارات الصحفيين والصحفيات، وتطوير السياسات التحريرية وقدرة المؤسسات الإعلامية على تقديم نماذج اقتصادية ومؤسساتية قادرة على النجاح بعيدا عن الاستمرار بالاعتماد على الدعم الحكومي وشكل الإعلان التقليدي. وعليه، فإن تطور المهن ضرورة لتتماشى مع شكل تعامل المجتمع مع الأخبار والمعلومات، ومن ثم التقاط التحول الرقمي بشكل أسرع من الواقع للمحافظة على جودة المهنة الصحفية وأهمية دورها واتساع تأثيرها. كيف يمكن أن تنعكس تجربة الحاضنة على التنظيم الذاتي وتعليم الصحافة؟

عبر العديد من الجلسات الحوارية حول واقع مهنة الصحافة وإشكاليات القطاع ما زالت فكرة التنظيم الذاتي فكرة بعيدة التنفيذ في العديد من الدول العربية وما زالت فكرة من هو الصحفي هاجسا لحراس المهنة. وهذه الإشكالية من أهم نقاط التقاء الصحفيين للأسف مع رغبة الحكومات في التدخل بحجة ضبط المهنة وتجاوزاتها بقوانين مقيدة من خلال نقابات الصحفيين وتحديد من يملك الحق في

(روان الجيوسي).

إنتاج المحتوى ورفض فكرة أن الواقع قد تغير في ظل تطور عملية تبادل وإنتاج المعلومات في ظل العولمة وما تقدمه التكنولوجيا من إمكانيات.

أما عن الشق الثاني من السؤال، فإنه ما زالت معاهد الإعلام والصحافة تقدم المهنة بشكلها التقليدي بعيدا عن توفير أبعاد جديدة للمهنة ترتبط بالحاجة لمناهج جديدة وتجارب عملية مختلفة للطلبة والتأكيد على لغة العصر واحتياجاته، في ظل تقصير أصحاب الخبرة في تزويد المحتوى العربي الإعلامي والأكاديمي بالعديد من

المعلومات والتجارب العملية والعالمية التي يمكن أن تساهم بتطوير العاملين في القطاع من كافة الزوايا.

هناك الكثير من التحديات المرتبطة بوجود تغول رأس المال الضخم والمسيس والذي ينعكس بشكل مباشر على شكل المنافسة في السوق وعلى قدرة المؤسسات الإعلامية الصغيرة منها أو الناشئة أو المستقلة على المنافسة والإنتاج والانتشار وتحديدا في ظل وجود المنصات الكبيرة وجمهورها العريض وما خلقته من سلوكيات استهلاكية في الشراء والتعبير والتعامل مع الأخبار. لتغدو الوجبات السريعة والجاهزة دون معرفة مصدرها ومذاقها وقيمتها حالة عامة، تقف عائقا أمام من يحاول تقديم محتوى أصلي جاد، في ظل ضعف الاستثمارات في كل ما هو غير ترفيهي وفي كل ما قد يضع الاقتصاد أمام السياسة وتراجع الحريات العامة.

ما هي أبرز الجوانب التي تجعل هذا المشروع مختلفاً عن غيره؟

لم يعد من الممكن اليوم الاستمرار في شكل التدريب

التقليدي للمهنة عبر الاكتفاء بكتابة الأخبار والتقارير المعمقة مصورة أو مسموعة أو مرئية أو الاكتفاء بالتعرف على طرق الكتابة للإنترنت أو نشر المادة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والسعي وراء تحقيق الانتشار فقط؛ فقد أصبحت الحاجة للتفكير بالإعلام مؤسسات وتدريبات وتنظيما وإنتاجا، ضرورة ملحة ويجب أن تتم عبر برامج جديدة توفرها حواضن الأعمال. وينبغي أن تكون مختصة بالإعلام لتوفير تجربة تطوير وتدريب طويلة الأمد ومتعددة الأبعاد، وتستطيع نقل وتطوير الأفكار إلى مشروعات إعلامية اقتصادية تساهم في دعم اقتصاديات الدول وتشكل بيئة جديدة معاصرة للإعلام.

أعود لمحاولات المجتمع المؤيد لحاضنة للإعلام المستقل في المنطقة العربية لدعم الرياديين من الإعلاميين والإعلاميات العرب في ظل سؤال حائر حول سلوك العالم للتعامل مع الأخبار ومواقع التواصل الاجتماعي ومراحل الأتمتة، وهل لهذا الحلم قدرة على الانطلاق، الإنتاج، فالتغيير فالصمود، وتحديدا في ظل غياب المنافسين الذين قد كانوا أكثر واقعية وعلموا أنه لا مكان لمثل هذه المشاريع في السوق؟

هناك الكثير من التحديات المرتبطة بوجود تغول رأس المال الضخم والمسيس الذي ينعكس على شكل المنافسة في السوق وعلى قدرة المؤسسات الإعلامية الصغيرة منها أو الناشئة أو المستقلة على المنافسة والإنتاج والانتشار (تصوير: شترستوك).

ستة مشاريع صحفية ناشئة في أوروبا

جون داير

مشاريع صحفية ناشئة في أوروبا اختارت المغامرة ببناء نموذج اقتصادي بعيدا عن سطوة رجال الأعمال والسياسة. جربت وسائل مختلفة لضمان حلول مستدامة تحافظ على استقلاليتها التحريرية. بعضها استفاد من الاشتراكات ودعم منظمات المجتمع المدني، والبعض الآخر جرب حلولا تقنية مسنودة بالسرد الصحفي.

بالنسبة للصحفيين في مشروع "دينيك أن" (Denník N) كانت عملية اغتيال الصحفي يان كوتشياك، (Ján Kuciak)، تحولًا مفصليًا، يكشف بوضوح أهمية التجربة التي بدأوها قبل ثلاث سنوات.

تعرض كوتشياك لإطلاق نار في نوفمبر/تشرين الثاني أثناء عمله على تحقيق استقصائي عن الروابط بين المافيا الإيطالية والفساد السياسي في سلوفاكيا لصالح مؤسسة "أكتواليتي إس كيه" (Aktuality.sk)، ومشروع صحافة الجريمة المنظمة والفساد Organized Crime and Corruption Reporting Project، لقد كشف اغتياله النقاب عن المدى الذي قد يبلغه المجرمون والمسؤولون الفاسدون ورجال الأعمال المشبوهون وآخرون؛ للتغطية على قصة صحفية في تلك الدولة التي تقع في وسط أوروبا.

يتعرض الصحفيون السلوفاكيون للتهديد بدرجة أكبر من التي تصورها مؤسس "دينيك أن" ورئيس تحريرها ماتيس كوستولني حين قرر مع زملائه إطلاق موقعهم الإخباري في يناير عام 2015. في ذلك

أنتج موقع آوترايدرز البولندي مشروعًا تفاعليًا يتألف من مقالات تصويرية مع تعليقات صوتية، حول الحياة في مقديشو، عاصمة الصومال. وكان ذلك أحد الأعمال المبتكرة التي أنجزها الموقع، والذي يعدّ من بين المشاريع الصحفية الناشئة المميزة في أوروبا، والذي سيحسن الاستفادة من مزايا السوق الصغيرة، والتكلفة المنخفضة للوصول إلى الجمهور عبر الإنترنت (تصوير: مارسين سودر – آوترايدرز).

امرأة تضيء الشموع لذكرى الصحفي الاستقصائي السلوفاكي المغدور، يان كوسياك، الذي جرى اغتياله مع خطيبته في منزلهما. لقد كان لاغتيال كوسياك أثر كبير في تسليط الضوء على أهمية المؤسسات الصحفية المستقلة الناشئة، مثل موقع «دينيك أن». (تصوير: جاكوب كوتيان/وكالة الأنباء السلوفاكية عبر الأسوشيتد برس).

عقب سقوط جدار برلين، السياسيين الفاسدين وأرباب الجريمة المنظمة على التعاون والسيطرة على وسائل الإعلام المحلية. في جنوب أوروبا، دفعت الأزمة الاقتصادية وأزمة اللاجئين الصحفيين إلى إطلاق مشاريع جديدة. كما يواجه رواد الأعمال في الدول الاسكندنافية مشاكل مشابهة رغم ثراء دولهم. فالضغوط المالية والتحديات الأخرى مثل شيوع الأخبار الزائفة، تدفع الصحفيين لتجربة أشياء جديدة.

تسلط «دينيك أن» والمشروعات الصحفية الناشئة الأخرى في أوروبا، الضوء على استثنائية الضغوط التي تحرك الابتكار الإعلامي في القارة اليوم.

خلقت السياسة والثقافة الأوروبية تحديات مالية وتحريرية أمام المشاريع الصحفية الناشئة مختلفة عن نظيرتها على الجانب الآخر من المحيط الأطلسي. عادة ما تقع المشاريع الصحفية الأمريكية الناشئة في إحدى فئتين: تطبيقات تجميع الأخبار المتمركزة حول التقنية، أو تلك التي تركز على مجالات محدودة مثل الصحافة الاستقصائية التي عانت تراجعًا بسبب تشظي جمهورها بفعل التغيرات التقنية المتسارعة وكذلك بسبب خفض التمويل من قبل الشركات، مما أدى إلى تدمير غرف الأخبار.

نادرًا ما تكون المشروعات الصحفية الناشئة في أوروبا، خصوصًا في الدول القليلة السكان، جذابة لرأس المال الاستثماري على الطراز الأمريكي، ولا توجد في أوروبا ثقافة الإنفاق الخيري كتلك الموجودة في الولايات المتحدة. بعد الأزمة المالية عام 2008 على سبيل المثال، قام مستثمرون ألمان وسويسريون ومن دول أخرى، ممن كانت لديهم أسهم في مؤسسات إخبارية في شرق ووسط أوروبا في التسعينيات وأوائل القرن الواحد والعشرين، ببيع أسهمهم فيها لحماية ممتلكاتهم الأساسية، مما فتح الباب للأثرياء المحليين الذين يمتلكون الأموال النقدية ويرغبون في زيادة نفوذهم في السياسة العامة. يقول لجرزيجور بيشوتا، محرر الأخبار السابق في صحيفة جازيتا البولندية، الذي يعمل الآن باحثًا في كلية هارفرد للأعمال: "أصبحت لدينا في الأساس قلة متنفذة تشتري كل وسائل الإعلام أينما كانت". في المقابل قد تمنح المؤسسات الأوروبية ومانحون آخرون بعض المال للمشاريع الصحفية الناشئة، لكن ليس ملايين الدولارات كالتي منحها المانحون الأمريكيون على مدار سنوات للحفاظ على مشاريع مثل برو بوبليكا (ProPublica). تقوم المشاريع الصحفية الأوروبية الذكية باستغلال نقاط قوة أسواقها الأصغر حجمًا والأقل تكلفة لتصل إلى جمهورها عبر الإنترنت. وتحصل على الأموال من بعض المستثمرين ذوي الاهتمام العام الذين يدعمون الصحافة الحرة التي تراقب أداء الحكومة، ويقومون بالإضافة إلى ذلك، بتطوير طرق تمويل شعبي، كالمتابعين الذين يرغبون في الحصول على جودة صحفية بلغاتهم المحلية، لم تعد متاحة في وسائل الإعلام التقليدية.

> **كره مؤسسو «دينيك أن» السعي لالتماس أموال المستثمرين التي قد تقوض نزاهة عملهم ورؤيتهم الصحفية.**

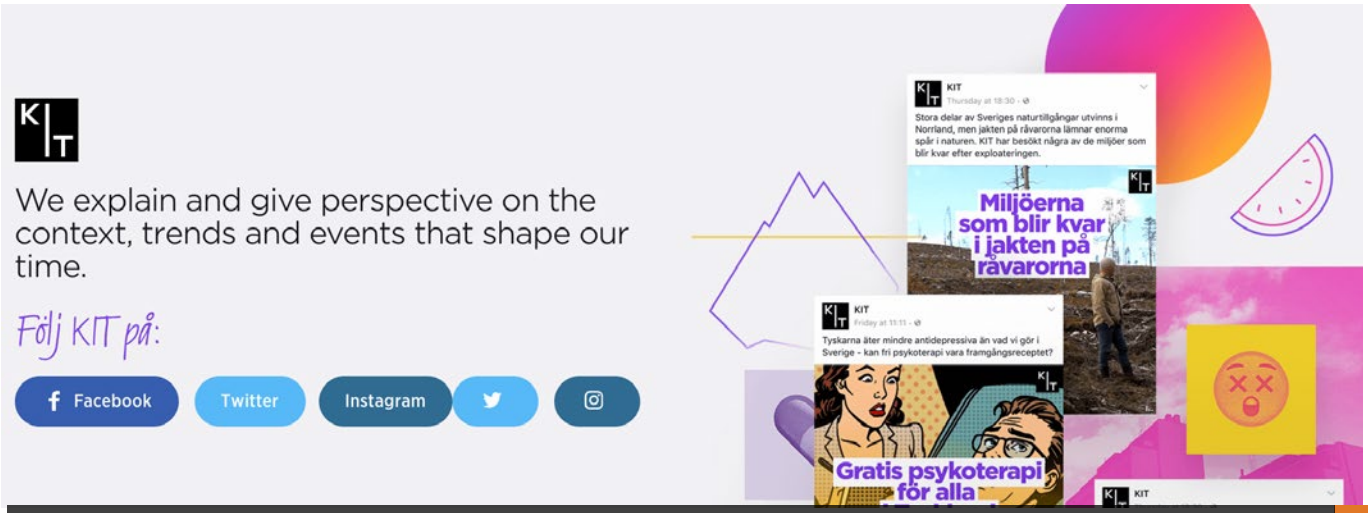
تقدم هذه المشاريع كذلك خدمات مساعدة مثل تصميم المواقع أو الاستشارات لجني أموال إضافية. في بلاد مثل سلوفاكيا وإسبانيا باتت المشاريع الصحفية الناشئة الطموحة لاعبًا رئيسيًا في الساحة الإعلامية. قامت مشاريع أخرى بتدريب المتخصصين، وإنتاج أخبار لأطفال المدارس، وتوظيف كتاب من اللاجئين والتركيز على الأخبار الدولية. غير أن رواد الأعمال الأوروبيين في قطاع الصحافة، على غرار نظرائهم حول العالم، ليسوا واثقين من نجاحهم، لكنهم لا يعتقدون أيضًا أن الاستسلام يمثل خيارًا مطروحًا بالنسبة لهم. يقول كوستولني: "نحن نعيش في بلد يتعرض فيه الصحفيون للقتل. لكن لا يمكن أن نسمح للخوف بأن يسلبنا حرية كتابة ما يجب كتابته".

نستعرض فيما يلي ستة مشاريع صحفية أوروبية ناشئة تستحق المتابعة:

"دينيك أن"، سلوفاكيا

في مارس الماضي، وبينما كانت سلوفاكيا تمر بحالة غليان بسبب اغتيال كوتشياك، أرسلت "دينيك أن" مراسلًا إلى زيمبلين، وهي قرية تقع في شرق سلوفاكيا، بحثًا عن أشخاص ربما لديهم علاقة بعائلة المافيا الإيطالية "ندرانجيتا" التي كان كوتشياك يستقصي أمرها قبل موته. اعتقلت الشرطة السلوفاكية سبعة أشخاص على ذمة قضية الاغتيال، لكنها أطلقت سراحهم جميعًا. شاعت قصة علاقة عائلة ندرانجيتا بالسياسيين السلوفاكيين. قدم أعضاء المنظمة شريكتهم التجارية (وهي عارضة سبق أن شاركت في مسابقة ملكة جمال العالم) إلى رئيس الوزراء السلوفاكي روبرت فيكو الذي قربها وعينها مساعدة رغم افتقارها للخبرة اللازمة. وفقًا لتقرير كوتشياك، امتلكت العائلة قرابة 50 ميلًا مربعًا من الأراضي الزراعية في شرق سلوفاكيا وجنت أكثر من 15 مليون دولار من أموال المساعدات الزراعية التي يقدمها الاتحاد الأوروبي خلال السنوات الماضية.

لم يكتشف مراسل "دينيك أن" الكثير بشأن الإيطاليين. لكنه



لتمويل مشروعهم الصحفي، طوّر القائمون على منصّة «كيت» نظامًا أطلقوا عليه اسم «محرّك القصص» (Story Engine)، وهو نظام إدارة للمحتوى يصنف المواد الإخبارية وفق أبواب وأبواب فرعية، وذلك بحسب ما تفرزه العملية الأولية لإنتاج القصة وإخراجها الكتابي، ثم مشاركتها على وسائل التواصل الاجتماعي (تصوير: موقع «كيت»).

وعن طريق الصدفة اكتشف قصة أخرى، أخبره بها المزارع يوراي بيريز الذي ادعى أن رجالًا متحالفين مع مشرع سابق، وهم ذوو نفوذ، أوسعوه ضربًا لمدة ثلاثة أيام في 2015 وسلبوه أرضه وباعوا محصولها. تجاهلت الشرطة والحكومة نداءات الاستغاثة، على حد قوله. فتسابقت وسائل إعلام سلوفاكية وأجنبية أخرى لتغطية القصة، وبعدها فتحت السلطات المختصة تحقيقًا في قضية الاحتيال وتحدثت مع المزارعين الذين قالوا إن الزعماء السياسيين المحليين ورموز الجريمة المنظمة هرّبوا مئات آلاف الدولارات من أموال المساعدات التي يقدمها الاتحاد الأوروبي.

أثارت القصة غضبًا عامًا تجاه الفساد أدى إلى خروج مظاهرات يومية في سلوفاكيا بعد مقتل كوتشياك. ولم يكد يمضي أسبوع بعد نشر القصة حتى استقال فيكو.

تقارير مثل هذه هي السبب الذي دفع كوستولني و45 صحفيًا آخرين للاستقالة من صحيفة "سمي" وتأسيس "دينيك أن". لكن تحقيق السبق الصحفي كان أدنى مشاكلهم فداحة. يقول لوكاس فيلا الرئيس التنفيذي لإن برس، المؤسسة التي تنشر الصحيفة: "يكمن التحدي الأساسي في الجانب التجاري أكثر من الجانب الصحفي. ليست لدينا خبرة حقيقية في إدارة دار للنشر. لذا تعلمنا بالتجربة. وكان الأمر مرهقًا للغاية".

كره مؤسسو "دينيك أن" السعي لالتماس أموال المستثمرين التي قد تقوض نزاهة عملهم ورؤيتهم الصحفية. لحسن الحظ كان رحيلهم وتأسيسهم لصحيفة جديدة، خبرًا في حد ذاته ساعدهم على تأمين ستة آلاف اشتراك مدفوع قبل انطلاقهم. وقد جذبوا كذلك انتباه ستة أمريكيين من أصول سلوفاكية يمتلكون شركة للأمن الرقمي في سان دييجو تسمى ESET. وليعكسوا اهتمامهم بحرية الصحافة، تملك هؤلاء المستثمرون 51٪ من الشركة لكن أسهمهم تمنعهم من التدخل في صناعة الأخبار. وتعود ملكية بقية الأسهم في الشركة إلى موظفي الصحيفة.

> **في الأسبوع الأول كان المشتركون بمثابة الأوكسجين الذي يبقي المشروع حيًا. لم نضطر إلى طلب الديون. لم نضطر إلى عقد صفقات مع المعلنين، لقد وُلد مشروعنا حرًا.**

واليوم، لدى "دينيك أن" 29 ألف مشترك يدفع كل منهم شهريًا ستة يوروهات. يعرض موقع الصحيفة محتوى مجانيًا يشمل روابط لصحف منافسة

ووكالات أنباء أجنبية وكذلك تقارير أصلية للصحيفة يمكن لغير المشتركين قراءتها قبل أن يصلوا إلى صفحة الدفع. تتنوع هذه التقارير بين مقالات فكرية عن الشيوعية الصينية، ومقابلات مع مسؤولي محاربة الفساد، وأخرى مع مغتربين عن الحياة في سلوفاكيا وتقارير صحفية متخصصة عن السياسة السلوفاكية. تساعدهم مبادرة غوغل للأخبار الرقمية كذلك على تطوير نظام الاشتراك في الصحيفة بهدف فهم ورسملة جمهورهم. تجذب هذه الاستراتيجية حوالي 180 ألف قارئ جديد كل يوم وتساعد في بيع 4000 نسخة من الجريدة اليومية المطبوعة. في العام الماضي حققت "دينيك أن" أول ربح منذ تأسيسها.

هذه أخبار جيدة على حد قول فيلد، لأن "دينيك أن" تريد إعادة الاستثمار والنمو وتوسيع قاعدة قرائها، لكن دون مساعدة خارجية تفقدها حريتها التحريرية والتجارية. يقول: "لست واثقًا من أننا سنسعد بعودة المستثمرين الغربيين. ربما تأتي أزمة أخرى، ما الذي سيحدث حينها"؟

"إلدياريو"، إسبانيا

لم يغادر الصحفيون في صحيفة بوبليكو الإسبانية، وهي موقع إخباري كان له نسخة مطبوعة فيما سبق، مكان عملهم من تلقاء أنفسهم، بسبب سيطرة المصالح الخاصة على جريدتهم في عام 2012. بل طردهم رئيسهم السابق جاومي روريس قطب صناعة الإعلام الذي أعلن إفلاس الصحيفة وألغى النسخة المطبوعة وأعاد شراء الصحيفة عبر شركة وسيطة دون ديونها وأعاد إطلاقها على الإنترنت بفريق تحريري صغير.

أظهرت هذه الأحداث الكيفية التي أضحت بها الصحافة الإسبانية أسيرة المصالح الخاصة في الفترة التي أثقلت فيها أزمة منطقة اليورو كاهل اقتصاد البلاد، وفقًا لخوان لويس سانشيز، الذي أسس مع 9 صحفيين سابقين في بوبليكو موقع "إلدياريو" (Eldiario)، وهي صحيفة إلكترونية ذات توجه يساري، يتولى سانشيز منصب نائب رئيس التحرير فيها. تمتلك حفنة قليلة من الشركات الكبيرة كل وسائل الإعلام في البلاد تقريبًا. وهذه الشركات في المقابل وثيقة القرب من الأحزاب السياسية ومتحالفة معها. سهلت الأزمة الاقتصادية على مالكي وسائل الإعلام طرد الصحفيين ذوي التوجهات المستقلة الذين قد يسعون لاكتشاف هذه الروابط. ففي إسبانيا ليس هناك فرق بين السلطة الاقتصادية والسلطة السياسية. وهذا ما يعني أن شبكات الإعلام الكبرى محاصرة.

في 2014 على سبيل المثال، طردت دور النشر محررين في صحف كبرى مثل إل باييس وإلموندو وكذلك صحيفة لافان جارديا في برشلونة، بحجة تناقص المبيعات وضغوط الأزمة الاقتصادية. لكن المحررين يقولون إنهم طردوا من عملهم بسبب استفزازهم لسياسيين لديهم علاقات مع الشركات المالكة للصحف. ومنذ فترة ليست بعيدة اتشح مذيعو التلفاز العام بأزياء سوداء أمام الكاميرات احتجاجًا على تدخل الحكومة في عملهم. هذا النوع من الأحداث هو الذي يجعل نسبة 20٪ فقط من الإسبان يشعرون بأن صحافة بلادهم حرة من التدخلات السياسية والنفوذ الاقتصادي، وفقًا لتقرير الصحافة الرقمية الصادر عن معهد رويترز لدراسة الصحافة.

> **مع امتلاك مؤسسي الموقع وموظفيه 70٪ من أسهمه وامتلاك مستثمرين مستقلين يوصفون بالأصدقاء لباقي الأسهم، أصبح الموقع صحيفة حرة تحقق الربح ولديها نموذج اشتراكات فريد.**

يتخذ موقع "إلدياريو" شعار "صحافة رغم كل شيء" في إشارة إلى الطبيعة الدونكيوشوتية للمشروع. ساهم قراء بوبليكو وآخرون في جعل "إلدياريو" واقعًا رغم التحديات. فقد رحبوا بالصحيفة الإلكترونية الجديدة وقدموا اشتراكات وإعلانات بلغت قيمتها حوالي 250 ألف دولار للمساهمة في إنجاح المشروع الجديد. يقول سانشيز: "في الأسبوع الأول كان المشتركون

بمثابة الأوكسجين الذين يبقي المشروع حيًا. لم نضطر إلى طلب الديون. لم نضطر إلى عقد صفقات مع المعلنين، لقد وُلد مشروعنا حرًا".

ومع امتلاك مؤسسي الموقع وموظفيه 70٪ من أسهمه وامتلاك مستثمرين مستقلين يوصفون بالأصدقاء لباقي الأسهم، أصبح الموقع صحيفة حرة تحقق الربح ولديها نموذج اشتراكات فريد. فحوالي 30 ألف مشترك يدفعون 70 دولارًا سنويًا أو أكثر من ذلك، ليستمتعوا بقراءة التقارير دون إعلانات قبل يوم من نشرها للجمهور بالمجان. هؤلاء المشتركون يمثلون ثلث ميزانية الموقع السنوية، في حين تتحقق باقي الميزانية عبر الإعلانات ومبيعات النسخ المطبوعة ومصادر الربح الأخرى. يعمل في الصحيفة اليوم حوالي 100 موظف في مدريد وفي مكاتبها في جميع أنحاء إسبانيا. وزهاء 10 ملايين قارئ يزورون الموقع كل شهر.

يحتل الموقع المركز السابع في ترتيب مواقع الأخبار الإلكترونية الأكثر شعبية في إسبانيا، وفقًا لتقرير الصحافة الرقمية لرويترز. تحتل إلبايس وإلمونودو المركزين الأول والثاني على التوالي من حيث عدد القراء. نشر موقع "إلديارو" واحدًا من سبقين صحفيين أديا إلى استقالة كريستينا سيفوينتس الرئيسية الإقليمية لمدريد والمحاربة العتيدة للفساد في حكومة الحزب الشعبي المحافظ التي يرأسها ماريانو راخوي؛ ففي مارس نشرت الصحيفة أن سيفوينتس لم تحضر المحاضرات ولم تقدم أطروحتها للحصول على درجة الماجستير من جامعة عامة في العاصمة الإسبانية عام 2012، وقد تخرجت رغم ذلك بسبب تزويرها لتوقيعات على سجلاتها الأكاديمية. فتحت النيابة العامة تحقيقًا في هذه الواقعة. ثم في أواخر إبريل، نشرت منصة صحفية ناشئة أخرى تسمى أوكديارو (OKDiario) مقطع فيديو لسيفوينتس تسرق فيه مستحضرات تجميل من سوبرماركت عام 2011 حين كانت نائبة المتحدث باسم المجلس النيابي الإقليمي في مدريد.

قال موقع "إلديارو" بعد الاستقالة ملتمسًا اشتراك المزيد من القراء "هذا ما تفعله الصحافة المستقلة". غطت الصحيفة كذلك أزمة انفصال كاتالونيا تغطية موسعة، إلى جانب حقوق المثليين في إسبانيا وأزمات اللاجئين وكيف هرّب مسؤولون إسبان وآخرون الأموال إلى جنان ضريبية في الوقت الذي عانى فيه الشعب من إجراءات تقشفية.

يقول سانشيز إنه في بلد يتمتع بنظام رعاية اجتماعية شاملة، لم يعتد الإسبان التبرع للمشاريع الخيرية. لكن الفرق بين عدد زوار موقع الصحيفة وعدد الشركاء يشير إلى أن "إلديارو" لديها سوق كبيرة للنمو. يقول سانشيز: "تطلعاتنا هي أن نصبح صحيفة سائدة. لا نريد أن نكون مثل المنفيين في الزاوية الذين لا يقرؤهم أحد. نريد أن نكون لطيفين، ولكن في الصحافة السائدة المقروءة، نريد أن يكون لنا تأثير".

"سولومون"، اليونان

في العام الماضي، شارك نصر الدين نظامي، اللاجئ الأفغاني الذي يعيش في اليونان، في كتابة تقرير عن مسجد غير رسمي في أثينا، التي كانت في ذلك الحين العاصمة الأوروبية الوحيدة التي لا تحتوي على دار عبادة معترف بها للمسلمين. نشر مع شريكه في الكتابة تقريرًا في "سولومون"، وهي مجلة إلكترونية يونانية ومشروع إعلامي ناشئ عملا فيه معا. لم تكن لهجة المقالة موضوعية، بل ناقدة واتهمت اليونانيين الذين عارضوا بناء مسجد في العاصمة بالنفاق. يتساءل نظامي الذي قدم إلى أوروبا عبر اليونان في عام 2007: "حين تدعي أنك من قدم الديمقراطية إلى العالم ثم لا تسمح ببناء مسجد، هل هذه هي الديمقراطية"؟ كان نظامي قد عاش في بريطانيا وأماكن أخرى في القارة، قبل أن يحصل على اللجوء السياسي ويستقر في اليونان.

نشرت "سولومون" التقرير على موقع فيسبوك وانهالت عليها تعليقات الكراهية. يقول نظامي "اليونانيون لا يتحملون النقد".

كان رد الفعل هذا هو تحديدًا ما يحاول نظامي وزملاؤه تغييره.

دفع الغليان الاجتماعي الذي أعقب تدفق المهاجرين إلى أوروبا مجموعة من اليونانيين والمهاجرين من أفغانستان وروسيا البيضاء وروسيا والصومال إلى تأسيس "سولومون" سنة 2016، وهي مجموعة إعلامية غير ربحية مقرها أثينا. وقد سميت الصحيفة باسم الفيل في رواية جوزيه ساراماغو الذي تظل شخصيته ثابتة أثناء تجوله في العالم، لكنه يظهر بشكل مختلف لعيني المراقبين بناء على ثقافتهم. تنشر "سولومون" باللغتين اليونانية والإنجليزية، تقارير تتناول مواضيع متنوعة ابتداء من الاتجار بالبشر، وصولًا لمواضيع خفيفة مثل المطبخ الصومالي، ومقالات الرأي.

يقول مؤسسها فانيس كولياس: "أن تكون لاجئًا لا يعني أنك يجب أن تكتب فقط عن اللجوء واللاجئين. أنت إنسان وإن أردت الكتابة عن الطبخ فاكتب عن الطبخ أو الرياضة. لكن الحقيقة هي أن معظم الناس أرادوا الكتابة عن الهجرة". عمل كولياس مسؤول اتصال سابقًا في منظمة السلام الأخضر وقد طرح فكرة تأسيس "سولومون" أثناء دراسته لإدارة الأعمال.

ميزانية "سولومون" هزيلة للغاية. معظم كتابها ومحرريها ومصمميها يعملون في وظائف إضافية أخرى. كولياس هو الوحيد الذي يعمل بدوام كامل في المشروع. وقد مول عملية إطلاق المجلة ببضعة مئات من اليوروهات فقط. وقد تلقى مؤخرًا هو وفريقه الذي يشمل الآن 50 شخصًا من 15 دولة مختلفة، يكتبون بانتظام، منحة قدرها 12 ألف دولار من مؤسسة روبرت بوش للتدريب. لكن في العام الماضي بدأوا بتصميم المواقع وتصوير تسجيلات الفيديو وإنتاج وسائط الإعلام الأخرى لصالح منظمات غير ربحية ومجموعات أخرى مما حقق لهم أكثر من 14 ألف دولار، وهو ليس بالمبلغ السيئ في بلد يتلقى المتقاعدون فيه معاشات لا تتجاوز بضعة مئات من اليوروهات في الشهر.

يتوقع كولياس نمو أرباح المجلة مع انتشار صدى مقالاتها. في الوقت الحالي يجذب كل مقال حوالي 500 قارئ باليونانية والإنجليزية. لكن المجلة لا تروج أو تسوق لنفسها فيما عدا الظهور في فعاليات الاندماج. ويأمل كذلك أن يتلقوا منحًا من مؤسسات تهدف لنشر ثقافة تقبل المهاجرين في وقت تشهد فيه أوروبا صعود حركات اليمين المعادية للأجانب. وقد نجح كولياس وزملاؤه بالفعل في تغيير بعض الأفكار. حين بدأوا مشروعهم وصفت الصحافة اليونانية "سولومون" باعتبارها مجلة من اللاجئين وللاجئين. خطاب الكراهية المضمر هذا دفع كولياس للحديث مع المراسلين وإخبارهم بأن المجلة تكتب بيد اللاجئين والمواطنين ليقرأها الجميع. بدأت الصحافة في تصوير "سولومون" بشكل مختلف خفف من حدة خطاب الكراهية.

قال كولياس: "إن تصفحت موقعنا، لن ترى كلمات لاجئين ومهاجرين مستخدمة لوصف فريق عملنا. كل ما يهمنا هو شغفهم بالتعلم وصناعة المحتوى. هذا ما يعنيه الاحتواء الاجتماعي بالنسبة لنا، أي نزع الوصمات والتصنيفات المسبقة عن الناس".

وقد تلقت "سولومون" مؤخرًا حوالي 140 ألف دولار من منظمة "مؤسسات المجتمع المفتوح (OSF) ما منحهم التمويل اللازم لتوظيف 9 أشخاص وافتتاح مكتب لهم".

كان على برينستورم وزملائه التفكير في نموذج اقتصادي تجاري جديد. وقد توصلوا إلى حل تقني يسمى محرك التقارير، وهو نظام إدارة محتوى يصنف المقالات الإخبارية بعيدا عن «غوغل أناليتيكس».

"أوترايدرز"، بولندا

اختار مؤسسو "أوترايدرز" البولندية (Outriders) تجنب تناول الأوضاع السياسية المريرة التي جرفت بلادهم والقارة،

حيث يقول النقاد إن الحكومات القومية غير الليبرالية عززت مواقعها في السلطة وقوضت المجتمع المدني وقوضت سلطة قادة الاتحاد الأوروبي. بدلًا من ذلك أرادوا التركيز على الأخبار الدولية، وهو أمر يرونه لازمًا نظرًا لمكانة بولندا في النظام العالمي المتداخل والمعقد.

يقول جاكوب جورنيكي الصحفي الحر ومناصر حرية المعلومات ومدون السفر ومؤسس "أوترايدرز": "نحن نكتب عن كل شيء ما عدا بولندا. تناقصت على مر السنوات التغطية التي تتلقاها الأحداث الخارجية حول العالم. كثير من المشكلات التي تؤثر على النقاشات العامة في بولندا هي المشاكل التي اعتدنا أن نسميها بالمشاكل الخارجية مثل الهجرة وبريكسيت ومسألة كاتالونيا وأوضاع الاتحاد الأوروبي".

موقع مجلة "أوترايدرز" مجاني بالكامل لكنها تطلب من قرائها المساهمة بمبالغ شهرية، بقيمة 12 دولارًا تقريبًا. وقد ساعدتهم الخمسة آلاف دولار التي حصدوها في جوائز الصحافة، والرسوم التي يفرضونها لقاء استضافتهم للفعاليات؛ على جمع ما يقرب من 30 ألف دولار منذ إطلاق الموقع في سبتمبر الماضي. ولديهم الآن ما يقارب 700 متابع وحوالي 100 ألف قارئ يزورون موقعهم شهريًا.

ينشر الموقع ثلاثة تحديثات أسبوعيًا، من تركيا والشرق الأوسط وأمريكا الجنوبية وأوكرانيا والصين ودول أخرى، على شكل تقارير عن المشاكل البيئية مثل المياه والهواء النظيف، وهناك قسم إخباري هزلي سينطلق قريبًا. تتنوع المقالات التي يكتبها صحفيون مستقلون بناء على عقود بدوام جزئي، من تقارير معمقة عن اعتقال السلطات التركية للطلبة الناشطين على سبيل المثال، وصولًا لمختارات من الأنباء والتقارير التحليلية. لكن أكثر أعمال "أوترايدرز" إبداعًا هي المشاريع التفاعلية التي تنشر كل ستة أسابيع، وتشمل مقالات مصورة وتعليقات صوتية ورسوما عن معركة تحرير الموصل والحياة في مقديشو، ومواضيع أخرى. يمكن للقراء أن يتنقلوا بين صور الجنود العراقيين في المعارك المسلحة ضد تنظيم الدولة الإسلامية، أو صور صوماليين يركضون في شارع شهد انفجارًا وهم يستمعون لسرد المراسل. كتب مراسل الـ"أوترايدرز" مارسين سودر عن أطفال الشوارع في تقريره عن عاصمة الصومال مقديشو قائلًا: "هؤلاء الجنود السابقون والأيتام الذين يعيشون في مجموعات في الشوارع ويتشاركون إدمانهم لأبخرة الغراء، أصبحوا رمزًا لهذه الأزمنة العصيبة في المدينة".

تجد في "أوترايدرز" كذلك صفحات مثيرة أخرى مثل قسم "عام من الأخبار" الذي يسمح للقراء بتصفح أحداث العام بترتيبها الزمني ومكان وقوعها على الكوكب. ومؤخرًا بدأ الموقع بتقديم خدمة الرسائل الإخبارية الأسبوعية المجانية ويبلغ عدد مشتركيها 7000 مشترك، ويقولون إنها زادت من التبرعات المقدمة لهم. يقول جورنيكي: "نموذجنا التجاري لا ينبني على التفاعل بل على الثقة. بالنسبة لنا فإن السؤال الأهم هو كم عدد الناس الذين يجدون عملنا مرضيًا إلى درجة تدفعهم للتبرع لنا بانتظام".

ساعد المناخ السياسي الملتهب في بولندا "أوترايدرز" على حد قول جورنيكي. أثارت سياسات الحكومات المحافظة التي حكمت البلاد في السنوات الأخيرة الجدل، ومنها منع الصحفيين من حضور الجلسات البرلمانية وتشويه سمعة الأكاديميين والصحفيين الناقدين لسياسات الحكومة وتقويض استقلال وسائل الإعلام المملوكة للدولة. ولكنها أثارت كذلك نقاشات بين المواطنين العاديين حول المجتمع والثقافة ودور الصحافة خصوصًا لأن القادة السياسيين البولنديين اختاروا محاربة الصحافة البولندية ذات التوجه اليساري. يقول جورنيكي: "هناك الكثير من الدعاية السيئة ضد بولندا هذه الأيام. كثير منها مستحق، لكن الناشرين الليبراليين يبالغون، وأعتقد أن هذه أفضل أزمنة الصحافة حول العالم".

"كيت"، السويد

التشرد والفساد في كرة القدم والتأكد من الحقائق التي يتفوه بها السياسيون السويديون حول البطالة، هي عينة من مواضيع التقارير

موظف إغاثة يحمل طفلين سوريين لاجئين بعد وصولهما على متن قارب مطاطي مكتظ بالبشر، نقلهم من تركيا إلى جزيرة ليسبوس اليونانية، وذلك عام 2015. تدفق اللاجئين إلى أوروبا في الآونة الأخيرة دفع مجموعة من الصحفيين اليونانيين واللاجئين من عدة دول إلى إطلاق موقع **«سولومون»** (تصوير: بيترو غياناكوريس – أسوشيتد برس).

التي يأمل مؤسسو مشروع "كيت" الصحفي (Kit) أن تملأ فجوة في المشهد الإعلامي في البلاد. انطلق المشروع قبل ثلاثة أعوام بتمويل بلغ خمسة ملايين وسبعمئة ألف دولار قدمتها شركة بونير جروث ميديا (Bonnier Growth Media) وهي شركة رأسمال مخاطر في ستوكهولم تمتلك ثلثي الشركة، في حين يمتلك المؤسسون وموظفو الموقع بقية المشروع. ويمثل موقع "كيت" بحسب روبرت برانستورم تحولًا في المشهد الإعلامي في الدولة الاسكندنافية.

تمتعت الصحف والإذاعات السويدية بجمهور وشعبية كبيرة حتى بلغ جيل الألفية العمر الذي يجعلهم جمهورًا لهذه الوسائل، غير أنّه لم تكن لديهم أية رغبة في قراءة الصحف ومتابعة الأخبار، بحسب برينستورم الذي عمل سابقًا لصالح بونير وكتب في صحف تقليدية. ونتيجة لذلك أصبحت وسائل الإعلام السائدة تفصل التقارير الإخبارية بما يتناسب مع من تتجاوز أعمارهم الستين والسبعين الذين يمثلون جمهورها الأساسي، أو تختبر بين الحين والآخر أساليب قد تجذب المراهقين والشباب. أما القراء في الشرائح العمرية التي تقع بين المراهقين وحتى منتصف العمر، فليس أمامها كثير من الخيارات.

يقول برينستورم: "كان هناك فراغ غريب في السوق السويدي. كنا نتطلع إلى الجانب الآخر من المحيط

الأطلسي فنرى انفجارًا في المشاريع الجديدة مثل كوارتز فوكس وإسترا.

ونظرًا للمعاناة التي تمر بها وسائل الإعلام السائدة كان على برينستورم وزملائه التفكير في نموذج اقتصادي تجاري جديد. وقد توصلوا إلى حل تقني يسمى محرك التقارير، وهو نظام إدارة محتوى يصنف المقالات الإخبارية حسب فئاتها الرئيسية والفرعية. تشمل هذه الفئات المواضيع وكذلك النبرة والنيات التحريرية، والصفات الأخرى التي يسميها طاقم عمل "كيت" بـ "أبعاد السرد الصحفي". يركز محرك التقارير على الجوانب التي يتجاهلها محرك غوغل أناليتكس والمنصات الأخرى التي تركز على الزيارات والنقرات والكلمات المفتاحية. وما إن يُنشر تقرير ما، حتى يجمع محرك التقارير الكثير من البيانات عن تفاعل القراء مع التقرير. وعبر فحص التفاصيل الدقيقة في التقرير وكيفية أدائه على الإنترنت، يحصل محرك التقارير على معلومات بشأن تفاعل الجمهور مع التقرير. يمكن لهذا النظام توليد ما يقارب 43 مليار تجميع لبيانات مختلفة. قد يبدو هذا الرقم مبالغًا فيه لكنه يظهر مقدار التفصيل الذي يمكن لهذا النظام التعرف عليه، بحسب فريدريك سترومبرغ نائب رئيس قسم الإنتاج في مؤسسة "كيت" الصحفية.

يقول سترومبرغ عن هذا الرقم: "إنه مجرد رقم لا يستحق الاهتمام، ما يستحق الاهتمام حقًا هو مدى نفعه بالنسبة لكتاب التقارير في معرفة مدى نجاحهم في إمتاع قرائهم، أو تفنيد الخرافات حين يتعلق الأمر بتقارير عن الأحوال المالية الشخصية على سبيل المثال، هذه هي أبعاد السرد الصحفي التي يمكن للمحرر أن يجعلها محورًا لاتخاذ القرارات في عمله".

لا يفصل الصحفيون تقاريرهم لتلائم فئات محرك التقارير أو لتوليد النقرات. بل يستخدمون النظام لتطوير زوايا مختلفة لطرح التقرير قبل كتابته. وهي وسيلة لتعزيز اتخاذ القرار الصحفي. تكمن فكرة النظام في سماحه للصحفيين بكتابة التقارير أو تحرير مقاطع الفيديو والاطلاع على نتائج الحسابات التي يقوم بها النظام لمدى تأثير وانتشار أعمالهم. تحث "كيت" صحفييها على تجربة أشياء جديدة، فالمرء يتعلم كذلك من الأشياء والتجارب الفاشلة. يقول برينستورم: "نحن لا نستهدف الناس. لقد أدركنا أن الناس يطلعون على هذه القصص والتقارير التي يحبونها صدفة أو من خلال اطلاعهم عليها من أصدقاء".

والنتيجة هي قاعدة بيانات تصور العلاقات بين التصنيفات التي يدخلها الصحفيون وكيفية تلقي القراء للقصة أو التقرير الصحفي. قاعدة البيانات هذه هي المولد الحقيقي للربح بالنسبة لمؤسسة "كيت". تبيع الشركة خدمات محرك التقارير إلى الشركات الأخرى التي ترغب في تحسين المحتوى والمواد التسويقية الخاصة بها. يقول برينستورم: "إذا أرادت شركة مشغلة لخدمات الهاتف المحمول على سبيل المثال، الوصول إلى ملاك الشركات الصغيرة، فإننا نبحث في التقارير والمحتوى الذي يتضمن كل هذه المعلومات. ويقومون بمنح منصتنا تصريحًا بالوصول إلى قسم التسويق لديهم لإعطائهم ترشيحات حول كيفية تسويق محتواهم لملاك الشركات الصغيرة على وسائل التواصل الاجتماعي.

واليوم توظف "كيت" حوالي 50 شخصًا، 15 منهم صحفيون. يقول برينستورم إنه لا يرى تعارضًا بين محرك التقارير وطاقم عمله الذين يعملون في الصحافة ويمثلون مواضيع اختبار للفريق التقني في "كيت". فالمحرك يولد المال الكافي لدفع رواتب الفريق الصحفي. رفض برينستورم الإفصاح عما إذا كان المشروع يحقق الربح أم لا، لكنه يعتقد أنه سيكون مستدامًا وسيحقق نموًا في المستقبل.

"كونسنترات"، الدنمارك

هرع الصحفيون لعملهم بعد أن قتل مسلح 17 طالبًا ومدرسًا في مدرسة ثانوية في باركلاند في فلوريدا. كان سولي مولر، الصحفي الحر الذي يعيش في سان فرانسيسكو، أحد هؤلاء الصحفيين. لكن بعد أن أجرى مولر مقابلات مع الطلاب المشاركين في مظاهرات شمال كاليفورنيا لدعم قوانين تملّك الأسلحة، لم ينشر تقريره في صحيفة ولم يبع مقاطع الفيديو التي صورها لوسيلة إعلامية.

بدلًا من ذلك، وبعد عدة أسابيع، قرأ أطفال الدنمارك تقريره وناقشوا القضية في فصول الدراسات الاجتماعية عبر منصة "كونسنترات" (Koncentrat) وهي مشروع صحفي تعليمي ناشئ في الدنمارك. تهدف المنصة الناشئة التي انطلقت في فبراير إلى معالجة العجز في الثقافة والاطلاع الإخباري الذي أصبح مشكلة عالمية في السنوات الأخيرة.

يقول سوني جودموندسون، الشريك المؤسس في "كونسنترات" والرئيس التنفيذي للموقع، والصحفي السابق: "نريد تثقيف المراهقين في الدنمارك حول الأحداث الجارية ونريد تعزيز ثقتهم بأنفسهم ونريد أن نكون يدًا مساعدة للمعلمين في الفصول الدراسية".

يعمل في "كونسنترات"، التي قامت على التمويل الشخصي وعلى منحة من الحكومة الدنماركية بلغت 470 ألف دولار -تهدف لتعزيز وسائل الإعلام الجديدة في البلد الاسكندنافي- سبعة موظفين بدوام كامل، وعشرة صحفيين مستقلين وأربعة معلمين مستقلين. ينتج الصحفيون والمحررون التقارير، ثم يعالجها المعلمون لينتجوا منها الواجبات والأسئلة ومواد تعليمية أخرى قد يحتاجها المعلمون في فصولهم الدراسية.

طرح الصحفي توماس مولر لارسون فكرة المنصة في عام 2012 ضمن أطروحته لدرجة الماجستير في جامعة روزكيلدي بالدنمارك. حصل لارسون والمدير الفني بول ثي أولسون، ومتخصص الاتصال ميكيل جايديكي ثورندال وآخرون؛ على التمويل من الحكومة الدنماركية لإطلاق نسخ مبتكرة من الموقع وتطوير نموذجه التجاري المرتكز على التعليم المدرسي.

بعد مغادرة لارسن للمشروع في 2017، طور جودموندسون وشريكه التجاري سفن جوهانسن الفكرة بناء على دراسة أظهرت أن الأطفال الدنماركيين يعرفون ما هي الديمقراطية لكنهم أقل ميلًا للتصويت أو المشاركة في الاحتجاجات، أو التطوع للأعمال الخيرية أو كتابة رسالة إلى صحيفة، من أقرانهم في الدول الإسكندنافية الأخرى. كتب جودموندسون وجوهانسن كتابًا لطلاب المدارس الثانوية عن نظام حاويات الشحن وعن الثورة في الاقتصاد العالمي التي وقعت حين قللت سفن الحاويات تكلفة الشحن بشكل كبير. لقد أدركوا أن هناك سوقًا للمحتوى الصحفي والإخباري بين الأطفال.

حاليًا، تستخدم حوالي 15 مدرسة مواد "كونسنترات" للطلاب الذين تتراوح أعمارهم بين 13 و16 عامًا، وتدفع حوالي 6 دولارات عن كل طالب مقابل الخدمة. يعتقد جودموندسون وجوهانسن أن "كونسينترات" بحاجة إلى تسجيل 10٪ فقط من 2400 مدرسة عامة وخاصة في الدنمارك لضمان إيرادات جيدة.

ترسل الشركة الناشئة أيضًا رسائل إخبارية تساعد المعلمين على تتبع القصص الجديدة والتطبيقات الجديدة للقصص التي يمكن إعادة استخدامها في اللغة والتربية المدنية والتاريخ والدورات الأخرى. في هذه العملية، يدرس الطلاب الأخبار من زوايا متعددة، وهي استراتيجية قد تساعدهم على التمييز بين الأخبار الحقيقية والأخبار الزائفة.

يرى جودموندسون وجوهانسن أن الحيلة لا تكمن في اتباع نفس الصحافة الكئيبة التي أزعجت الكثير من الناس في الدنمارك وأماكن أخرى؛ يقول جوهانسن: "نحن لا نريد أن نحبط الأطفال. نريد أن نبين لهم أنهم قادرون على تغيير العالم. يمكن أن يكون لهم رأي. نحن لا نلقّن الأطفال ونحدد لهم ما الصواب وما الخطأ، ولكن من المهم أن يمتلكوا قدرة تشكيل آرائهم بأنفسهم". قد تسلك الشركات الناشئة الأخرى في جميع أنحاء أوروبا مسارًا مختلفًا عن "كونسنترات"، لكنها تسعى لتحقيق أهداف مماثلة لجمهورها، يقول جوهانسن: "كان هناك حديث منذ سنوات عديدة عن انخفاض نسب المشتركين وأموال الإعلانات، لكن في الوقت نفسه، هناك صعود لوسائل الإعلام المتخصصة في الكتابة للمراهقين فقط، كما نفعل نحن الآن. السؤال المهم الآن هو: هل يستطيع الناس إطلاق مشاريع ناجحة"؟

«قانون حماية العملاء الأجانب».. حصان طروادة للقضاء على الصحافة الاستقصائية

دافييد إرنيستو بيريز

في دول أمريكا الوسطى، انتقلت الأنظمة إلى مستوى آخر لترويض «الصحفيين الشرسين»، فبعد المتابعات القضائية، سنت قوانين تكاد تكون متشابهة حول مراقبة الدعم الأجنبي، وبذلك تفقد الصحافة المستقلة خط دفاعها الأخير.

سمع مورازان عن "صحافة الكاتكمباس"(1) لأول مرة داخل مدرجات الجامعة، والمقصود بها ممارسة مهنة الصحافة ضمن حدود ضيقة مسموح بها ولكنها غير مواتية لمزاولة المهنة، كنقص الموارد التكنولوجية. وبالأخص، الاضطرار للعمل في إطار السرية التامة لمراوغة الرقابة المستبدة التي فرضها الدكتاتور أناستاسيو سوموزا ديبايل، منذ أواخر الستينات وبقيت سارية حتى اغتيال الرئيس، أي لما يناهز عشر سنوات.

وكان مقاتلو الجبهة الساندينية للتحرير الوطني قد عكفوا على وضع استراتيجية للإبلاغ عن إخفاقات وبطولات المقاومة المتمردة التي خاضتها الجبهة ضد آخر رمز في سلالة سوموزا الذي نفي إلى باراغواي، بعد أن فقد السلطة، وهناك اغتيل في 17 سبتمبر/أيلول 1980.

أما اليوم، وبعد مرور أزيد من 40 عاما، فقد تغيرت الأدوار: أغلب من كانوا بالأمس ثائرين ومتمردين، صاروا بيروقراطيين يحملون بنادق ديكتاتورية

الرئيس دانييل أورتيغا سابيدرا، وحرمه نائبة الرئيس، روزاريو موريو. هؤلاء هم من يضطهدون بتعصب الأجيال الشابة من الصحفيين، الذين لا يملكون خيارا سوى التنديد بالفساد وانتهاكات حقوق الإنسان، وكذا بالشطط في السلطة، حيث يحيون مجبرين "صحافة الكاتكمباس". وعلق مورازان (اسم مستعار) على هذا قائلا: "إنه تناقض تاريخي". في السنوات الثلاث الماضية، لجأ ما يناهز 80 صحفيا إلى كوستاريكا وإسبانيا والولايات

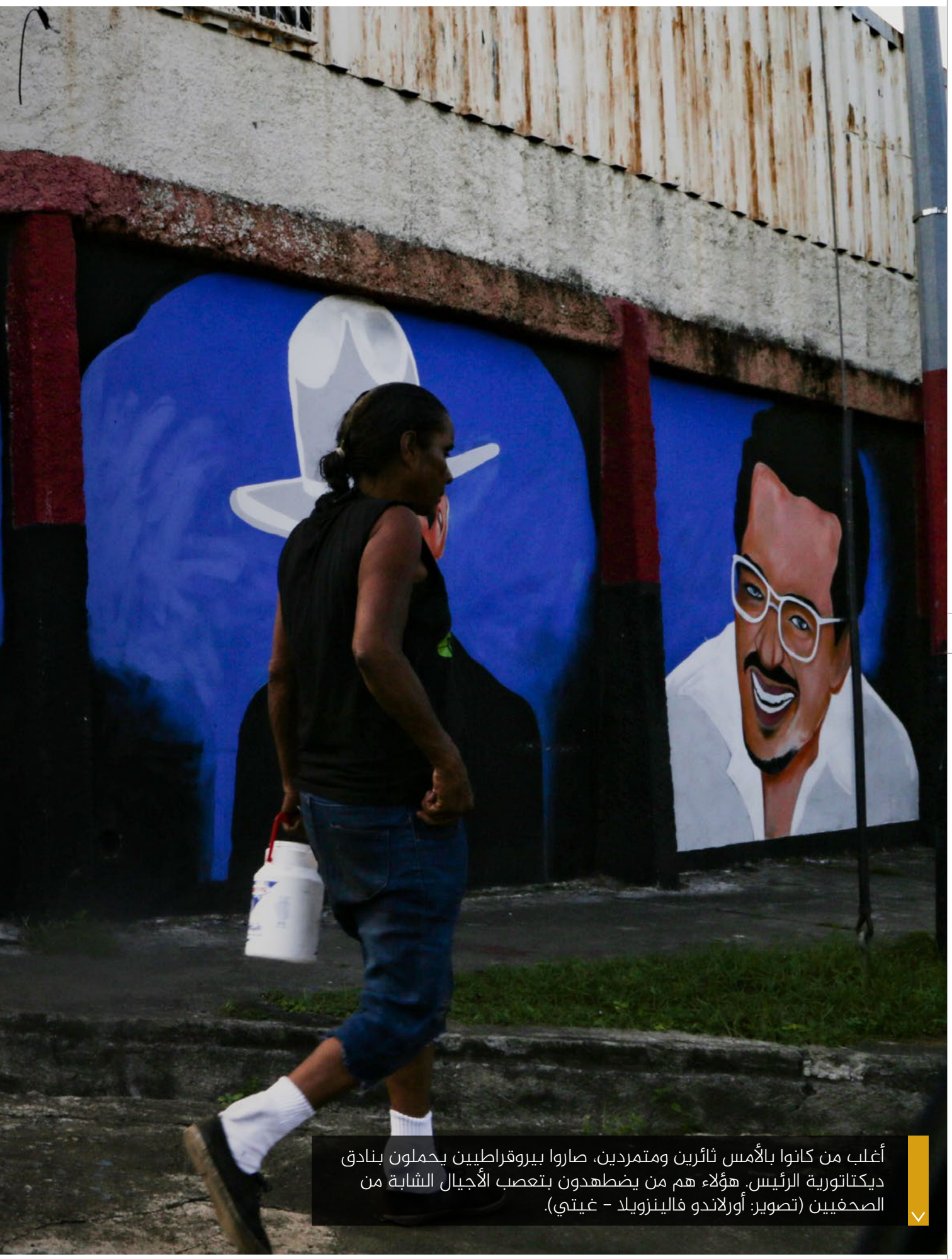
المتحدة الأمريكية، للاشتغال في المنفى، لكن لا أحد منهم تجرأ على كتابة اسمه على التقارير الاستقصائية، ولا المقالات النقدية ضد الحكومة لتجنب أي عقوبات كيدية. وقد أدى هذا إلى اختفاء بعض مكاتب التحرير، لأن الصحفيين بدأوا يشتغلون في أماكن مختلفة لمراوغة عناصر الاستخبارات التي تضيق عليهم؛ كثيرون منهم فقدوا عملهم بسبب إغلاق بعض وسائل الإعلام، وزج بآخرين في السجن مثل ميغيل مينيدوزا، الذي عبر عن معارضته للحكومة على وسائل التواصل الاجتماعي.

"نحن نواصل العمل بشكل لامركزي، بعد أن تركنا مكتبنا، ومع ذلك فليست لدينا أي ضمانات"، هكذا علق الصحفي السابق في جريدتي La Prensa وEl Confidencial، من العاصمة ماناغوا.

سمع مورازان عن «صحافة الكاتكمباس» لأول مرة داخل مدرجات الجامعة، والمقصود بها ممارسة المهنة ضمن حدود ضيقة مسموح بها والاضطرار للعمل في إطار السرية التامة لمراوغة الرقابة المستبدة.

بين سنتي 2018 و2020، وافق المجلس الوطني لنيكاراغوا، التابع كليا لحكم أورتيغا، على ثلاثة قوانين ومشروع قانون إصلاح، تم بموجبها وضع الاستراتيجية القانونية لفرض الاضطهاد والرقابة على المدافعين عن حقوق الإنسان والناشطين والمعارضين السياسيين وكذا على الصحفيين: "القانون الخاص بالجرائم الإلكترونية" و"قانون الدفاع عن حقوق الشعب" و"قانون تنظيم العملاء الأجانب" من خلال تعديل المادة 37 من الدستور، حيث تنص على السجن المؤبد في

تستغل أنظمة أمريكا الوسطى التشريعات الخاصة بالتمويل الأجنبي من أجل محاصرة ما تبقى من الصحافة الاستقصائية (تصوير: إيتي أوكون – أ ف ب).



أغلب من كانوا بالأمس ثائرين ومتمردين، صاروا بيروقراطيين يحملون بنادق ديكتاتورية الرئيس. هؤلاء هم من يضطهدون بتعصب الأجيال الشابة من الصحفيين (تصوير: أورلاندو فالينزويلا – غيتي).

حق مرتكبي جرائم الكراهية. وينص القانون "الخاص بالجرائم الإلكترونية"، في مادتيه 29 و30، على السجن لمدة تتراوح بين سنة وخمس سنوات، لمن يحرض أو يروج لارتكاب أفعال إجرامية أو يضر بشرف الناس وسمعتهم أو يحرض على الكراهية والعنف أو يمس بالاستقرار الاقتصادي والأمن العام؛ سواء كان ذلك بنشر أخبار زائفة أو معلومات مغلوطة عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو النظم المعلوماتية الحديثة. وحسب موازان، فخطورة الموضوع تكمن في ترك السلطة التقديرية مطلقة في أيدي القضاة لتحديد الأخبار الزائفة والمغلوطة من غيرها. وأن يحدث هذا في إحدى دول أمريكا الوسطى، حيث استقلال القضاء شبه منعدم، فيمكن اعتبار الأمر سلاحا تحت الإمرة الأورتيغية يُستخدم حسب الأهواء.

وينص "قانون الدفاع عن حقوق الشعب"، في مادته الأولى، على معاقبة الأفراد الذين يقومون بخيانة الوطن، وهي التهمة التي لفقت لأكثر من ستة مرشحين لرئاسة الجمهورية وزُجّ بهم في السجن، خلال السنوات الثلاث الماضية.

من بين هؤلاء ميغيل مورا، مؤسس 100٪ Noticias، القناة التي كانت تبث على التلفزيون بشكل مفتوح، حيث ترتكز على النشر الصحفي، ولكن قرارا رئاسيا أقفل أبوابها. كما اتهمت شخصيات أدبية بارزة بجريمة خيانة الوطن، مثل الكاتب سيرجيو راميريز، وهو حاليا لاجئ سياسي في كوستاريكا، وكذا رجال أعمال من أمثال مايكل هيلي وألفارو باغاس. أما "قانون تنظيم العملاء الأجانب" فقد دخل حيز التنفيذ في سبتمبر/أيلول 2020، ويلزم كل المنظمات غير الربحية التي تتلقى أموالا من التعاون الدولي أو من حكومات أجنبية، بوجوب التسجيل لدى وزارة الخارجية للإبلاغ عن الدخل وعن سبل إنفاقه. الأمر الذي فُعِّل كشرط لمواصلة العمل، وقد أخضع الدخل للمراقبة والتدقيق من لدن هيآت المراجعة المالية الحكومية وكذا الجهات المانحة. وكانت النتيجة المباشرة لهذا القرار، إغلاق المؤسسات المسؤولة عن تعزيز قيم الديمقراطية وحقوق الإنسان والشفافية ومحاربة الفساد، فضلا عن تجميد، أو على الأقل تقليص التحقيقات الصحفية سواء الرقمية أو الورقية، التي كانت تمول من الخارج.

فمثلا، في مايو/أيار 2021، عادت شرطة نيكاراغوا لمداهمة مكاتب جريدة "الكونفيدونسيال"، بعد أن قامت بذلك في وقت سابق، وهي الجريدة التي أسسها كارلوس فيرناندو تشامورو باريوس، حيث اتهمته بغسيل الأموال، واستدعي على إثرها حوالي عشرين صحفيا للتحقيق معهم، وهذا بالضبط ما وقع أيضا مع جريدة "لابرينسا". كما فرض الإغلاق على مؤسسة فيوليتا باريوس دي تشامورو التي دربت عدة صحفيين ومكنتهم من منح دراسية في الخارج كما كانت تقدم سنويا "الجائزة الوطنية بيدرو خواكين تشامورو" للتميز الصحفي، على مدار ثلاث عشرة سنة. لقد كان لوسائل الإعلام الثلاث تلك قاسما مشتركا هو تلقي أموال من التعاون الدولي لتمويل ميزانياتها ومشاريعها الصحفية الخاصة، في ظل غياب نموذج اقتصادي مستدام للصحافة.
لذلك، ومنذ مداهمة مكاتبها، استمرت صحيفة الكونفيدوسيال في العمل من مكتبها في دولة كوستاريكا، لكن العمل أصبح أكثر تعقيدا، نتيجة لتوسيع نطاق الرقابة؛ أصبحت المصادر التي اعتمد عليها الصحفيون لسنوات عديدة ترفض الحديث خوفا من التعرض للطرد من وظائفها أو الزج بها في السجن أو نفيها خارج البلد، كما جف حبر كتاب الأعمدة بعد أن كانوا صحفيين شرسين في وقت ماض، في حين لم يعد للمعلنين رغبة في الإعلان.

وخلال انعقاد الملتقى الثالث للصحافة الإيبروأمريكية، الذي كان مقره الرئيسي في إسبانيا، وصف كارلوس فيرناندو تشامارو الأمر بأنه "صعب للغاية"، مضيفا أن الجريدة حاليا تمول عبر تبرعات قرائها وعدد زهيد من المؤسسات الخاصة وعبر عائداتها من المنصات الرقمية كيوتيوب.

في السنوات الثلاث الماضية، لجأ ما يناهز 80 صحفيا إلى كوستاريكا وإسبانيا والولايات المتحدة الأمريكية، للاشتغال في المنفى، لكن لا أحد منهم تجرأ على كتابة اسمه على التقارير الاستقصائية(تصوير: اوزوالدو ريفاس – رويترز).

إنه انتقام، وهم يحاولون إسكاتنا، ففرض ما قيمته 40٪ ضريبة على التحويلات التي نتلقاها والتي ستضاف إلى الضرائب الحالية، ستؤدي إلى شلل في دينامية العمل في الصحف.

"النظام يحاول قطع كل التمويلات عن وسائل الإعلام الناقدة لجعلها تختفي كلية"، هذا ما أوضحه موزاران معترفا بانخفاض جودة العمل التي أفضت إلى ضعف التحقيقات الصحفية، بينما تظل التحقيقات القليلة المنشورة غير موقعة بأسماء أصحابها، مقابل نشر التغطيات السطحية والمقالات المتواضعة على نطاق أوسع، مما دفع مكاتب التحرير للإغلاق وعرض الصحفيين للنفي، لدرجة أنهما (أورتيغا وزوجته) استطاعا فرض حقيقتهما"، يقول موزاران.

وفي دوامة مماثلة، وجدت دولة السالفادور نفسها بعد أن رفع رئيسها، نجيب أبو كيلة، مشروع "قانون حماية العملاء الأجانب" إلى المجلس التشريعي الذي يشبه في محتواه نظيره في نيكاراغوا، غير أن له خصوصية أكثر تطرفا، وتكمن في تحديد نسبة 40٪ من الضرائب المضافة عن كل "تمويل ونفقات وتحويلات مالية" تخصصها الجهات المتعاونة للمنظمات المدنية. وقد نفت الحكومة، في خضم ذلك، أن يكون الغرض من سن هذا القانون اضطهاد النشطاء والصحفيين، مؤكدة أن الأمر يتعلق بـ "شفافية" الأموال التي تستثمرها الحكومات والمؤسسات الخاصة سواء فيما يخص المساعدات الإنسانية أو

تعزيز الديموقراطية أو محاربة العنف ضد المرأة أو حماية حقوق مجتمع المثليين الجنسيين (LGBTQ+)، وغيرها. ولهذه الغاية أمر الرئيس بإنشاء مؤسسة "سجل العملاء الأجانب" الذي يلزم جميع الجمعيات والمؤسسات غير الربحية بالتسجيل فيه، بغض النظر عن ماهية عملها. وستعمل المؤسسة جنبا إلى جنب مع "وحدة التحقيقات المالية التابعة لمكتب المدعي العام للجمهورية"، وهي المؤسسة المسؤولة عن متابعة هذه الجرائم". وفي حالة عدم الامتثال للقوانين أو ارتكاب مخالفات، تطبق الحكومة غرامة قد تصل إلى 10000 دولار، بالإضافة إلى الحكم بإغلاق أبواب المنظمة المعنية.

وقد أكد خوان كارلوس بيديجين، وزير الداخلية في السالفادور، للنواب البرلمانيين أن القانون يهدف إلى تحديث الإدارة العامة بما يتوافق والقوانين المعمول بها في بلدان كالولايات المتحدة الأمريكية وبعض بلدان أوروبا منذ مطلع القرن العشرين، وهو التصريح الذي رفضته السفيرة السابقة (2015-2019) للولايات المتحدة الأمريكية في دولة السالفادور، جون إليزابيث مانيس. إن هذا التصريح ليس صحيحا في مجمله، فمنذ دخول "قانون الجمعيات والمؤسسات ذات الأهداف غير الربحية" حيز التنفيذ في 21 نوفمبر/تشرين الثاني 1996، فإن كل الجمعيات والمؤسسات التي تتلقى أموالا من التعاون الدولي، وتشتغل بتبرعات الشركات الخاصة الوطنية وفي الخارج، أصبحت مسجلة في قاعدة بيانات وزارة الداخلية وملزمة بتقديم تقارير سنوية عن ميزانياتها المالية لتتمكن من مواصلة العمل.

في هذا البلد تتلقى المنظمات غير الربحية أموالا من الخارج لمشاريع متنوعة، كتنفيذ برامج الأمن الغذائي في المناطق النائية، وتمكين المعلمين، وتأسيس وصيانة المؤسسات التعليمية المسيحية، وتهيئة أو إعادة تأهيل الفضاءات العامة، وكذا الحيلولة دون العنف، وإعادة الإدماج الاجتماعي لسجناء سابقين، وتعزيز مكانة المرأة والدفاع عن حقوقها، ودعم الرياضيات وعلم الروبوتات، ... وتمويل الصحافة الاستقصائية.

الصحف الإلكترونية الثلاث التي تتلقى تمويلا دوليا هي El Revistag Faro، Revista Factum Gato Encerrado، وميزانياتها تأتي كلها من الخارج بنسبة 90 أو 100٪، كما تم التحقق من ذلك خلال مراجعة تقاريرهما المالية التي تم الإدلاء بها كل سنة، وكذا من خلال التصريحات التي أدلى بها رؤساء تحرير هذه الصحف لمجلة الصحافة.. الأمر الذي جعلها محط انتقادات الرئيس.

وقد أظهرت التقارير المقدمة لوزارة المالية من طرف صحيفة "الفارو"، على سبيل المثال، خلال سنوات 2018، 2019 و2020، ما مجموعه 911، و961، و979 ألف دولار (بالترتيب) كمداخيل، منها: 618، و599، و691 ألف دولار تلقتها من عملاء دوليين من أمثال:Ford Foundation, Open Society y GDP/Seattle من الولايات المتحدة الأمريكية، و HIVOS الهولندية، وVIKES الفنلندية، وجمعية أطباء العالم الإسبانية، ومن كندا عن طريق مشروع التحقيق في الإجهاض كمؤشر على عدم المساواة، ومن الوكالة السويسرية للتنمية والتعاون، من بين مؤسسات كثيرة أخرى.

بينما الأموال المتبقية وهي: 293، و362 و288 ألف دولار بين سنة 2018 و2019 و2020 على التوالي، كانت مستخلصات الأموال التي حصلت عليها الصحفية من أموال الإعلان والورشات التكوينية واشتراكات القراء، وعناصر أخرى كشراكات مع وسائل إعلام دولية كالتايمز ماغزين، والنيويورك تايمز الأمريكية، وإلبايس الإسبانية. وقد حذر سيزار كاسترو فاجواغا، رئيس رابطة الصحفيين في السالفادور والمدير السابق لمجلة ريفيستا فاكتوم، من أن "المقصود من سن تلك القوانين هو مهاجمة وسائل الإعلام التي تتلقى دعما"، مضيفا "أنه انتقام وهم يحاولون إسكاتنا، ففرض ما قيمته 40٪ ضريبة على التحويلات التي نتلقاها -والتي ستضاف إليها الضرائب الحالية الجاري بها العمل، كالضريبة على الدخل- ستجبر مكاتب التحرير على اقتطاعات كبيرة، بل وستؤدي إلى شلل في دينامية العمل". ولكن بخلاف صحف نيكارغوا،

لـن تتمكـن الصحـف السـالفادورية مـن العمـل مـن الخـارج، بمـا أن صحفييهـا الذيـن سـيظلون بالبلد سـيتعين عليهـم دفـع الضريبـة المعمـول بهـا، بمـا أن القانـون سـيعتبرهم بشـكل أوتوماتيكـي عمـلاء أجانـب، وفـي حالـة عـدم الامتثـال أو التهـرب الضريبـي، سيـواجهون تهـم غسـيل الأمـوال. وهـذا سـيكون نفـس مصيـر الجمعيـات والمؤسسـات التـي تـروج للشـفافية ومكافحـة الفسـاد فـي الإدارات العموميـة، حيـث سـتكون بدورهـا، وعلـى غـرار الصحفييـن، محـط انتقـاد وهجـوم الرئيـس بوقيلـة وموظفيـه ونوابـه الموالييـن لحكمـه.

وفـي تصريـح لإدواردو إيسـكوبار، عـن المنظمـة غيـر الحكوميـة Acción Ciudadana، الـذي يجـري تحقيقـات فـي الشـأن الانتخابـي قـال: "التعـاون سـيتوقف فـي جميـع المجـالات". وهـو التصريـح الـذي يتماشـى وتصريـح دافيـد موراليـس، عـن المنظمـة غيـر الحكوميـة Cristosal، الـذي يجـري بـدوره تحقيقـات عـن الجرائـم المرتكبـة خـلال الحـرب الأهليـة فـي السـالفادور، حيـث يقـول: "سـتُحَلُّ جميـع المنظمـات وسـتظل المشـاريع معلقـة". وإلـى حـدود السـاعة، لا الصحـف ولا الجمعيـات تملـك خططـا اسـتراتيجية لمواصلـة العمـل عندمـا يدخـل القانـون حيـز التنفيـذ قبـل انتهـاء السـنة الماضيـة، حسـب بعـض المصـادر.

تستهدف الحكومات قتل النموذج الاقتصادي للصحف وتطويع الصحفيين المزعجين (تصوير: إيتي أوكون – أ ف ب).

البرامج الترفيهية في تونس.. تحالف الرأسمال لقتل الصحافة الجادة

محمد اليوسفي

حرية الصحافة التي حررتها الثورة التونسية، لم تؤد فقط إلى تعزيز دور مراقبة السلطة، بل إلى انتشار ظاهرة البرامج الترفيهية التي «اجتاحت» القنوات التلفزيونية والإذاعية. لقد وجد «الرأسمال» منفذا لضرب الصحافة الجادة، وتحويل حرية الصحافة إلى مجرد شعار فارغ.

تجمع جلّ النظريات السوسيولوجية والفلسفيّة الكلاسيكية في الحقل الإعلامي على اعتبار أنّ وسائل الإعلام لها ثلاث وظائف رئيسيّة كبرى، وهي الإخبار بدرجة أولى والتثقيف في مرتبة ثانية ثم الترفيه الذي يأتي في مقام ثالث (1). بيد أنّه في الإعلام التونسي، لا سيما خلال العشرية الأخيرة التي تلت الثورة منذ سنة 2011، انقلبت المعادلة حيث لم يعد للوظيفتين الأولى والثانية أهمية بالغة في ظل هيمنة البرامج الترفيهية التي باتت طاغية على أغلب المحتوى المقدم من قبل القنوات التلفزيونية والإذاعية بشكل أصبح يهدّد مفهوم الصحافة ومهنة الصحفيين أنفسهم.

أطلق العديد من الصحفيين التونسيين خلال السنوات الماضية حملات تنديد وتشهير ضدّ من يسمونهم بـ "الدخلاء" من نجوم البرامج الإعلاميّة الترفيهية التي تستحوذ على مساحات كبيرة من الشبكات البرامجية للإذاعات والقنوات التلفزيونية الخاصة. هذه الحملات رغم أن طابعها المناسباتي، لم يتخذ إطارا مؤسّساتيا مهيكلا، فإنّها أبرزت بوجه كاشف أحد أخطر الأمراض التي يعاني منها المشهد الإعلامي في تونس. يتدثّر هؤلاء الفاعلون الجدد بعباءة صفة "إعلامي" تارة أو "كرونيكور" تارة أخرى، بحثا عن مشروعية وموطئ قدم في قطاع أصبح فيه الصحفيون هم الحلقة الأضعف والأكثر تهميشا في صناعة المضمون الإعلاميّ. إنه وضع تراجيدي ينبئ بتحوّلات عميقة على القطاع ككلّ في علاقته بالجمهور وبمختلف مناحي الحياة العامة في تونس، التي تعيش على وقع انتقال ديمقراطي متعثّر ساهمت فيه وسائل الإعلام بدور لا يقلّ تأثيرا سلبيا عن مسؤولية السياسيين والأحزاب.

هل أصبح هناك معنى لحرية الصحافة إذا كانت البرامج الترفيهية أفرغتها من مضمونها؟ (تصوير: فتحي بلعيد – أ ف ب).

"الأوديمات" بشتى الوسائل

تعدّ عبارة "الأوديمات" المنقولة عن اللغة الفرنسية، التي تعني نسب المشاهدة والاستماع، من أكثر العبارات تداولا في قاموس القطاع الإعلامي التونسي وحتّى لدى الجمهور خلال العقد الأخير. برز هذا المصطلح بالتزامن مع الانفتاح الإعلامي غير المسبوق الذي شهدته البلاد حيث ظهرت العديد من القنوات التلفزية والإذاعية الخاصة الجديدة.

هذه الطفرة الإعلامية التحرّرية خلقت مشهدا إعلامياً سمعياً وبصرياً لم يسبق له مثيل في تاريخ الإعلام التونسي بفضل التعدديّة التي تمّ تكريسها من خلال إرساء المرسومين 115 (2) و116 (3) اللذيْن عوّضا مجلة الصحافة (4) ذات الطابع الزجري في عهد الرئيسين الحبيب بورقيبة وزين العابدين بن علي، فضلا عن إحداث الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي البصري التي أنيطت بها مهمة منح إجازات البثّ للقنوات التلفزية والإذاعية من منظور تنظيمي تعديلي شبيه بالتجارب الديمقراطية الغربية على غرار فرنسا.

في هذا السياق المتسم ببيئة ومنظومة إعلاميّة غير مشجّعة على الاستثمار في صحافة الجودة، كانت البرامج الترفيهية بمثابة الوصفة السحرية لأصحاب المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية. يكفي فقط أن تختار واحدا من مشاهير عالم الفن أو الرياضة أو التمثيل أو الفيسبوك أو الإنستغرام كمنشط رفقة مجموعة من المعلّقين (الكرونيكورات) من مجالات مختلفة في معظمها لا علاقة لها بمجال الصحافة والصحفيين، لتكوّن بذلك كيمياء البرنامج الترفيهي الجديد الذي سيحقّق نسب متابعة عالية جاهزة للتعليب والتصدير للجمهور.

> **خلال العشرية الأخيرة التي تلت الثورة في تونس، هيمنت البرامج الترفيهية التي طغت على أغلب المحتوى المقدم من قبل القنوات التلفزيونية والإذاعية بشكل أصبح يهدّد مهنة الصحافة.**

إنّ هيمنة البرامج الترفيهية على المشهد الإعلامي التونسي في الحقيقة ليست فقط نتاجا لبنات أفكار مديري البرمجة وأصحاب المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية، بل هي أيضا أشبه بعملية تقاطع مصالح سياسيّة وماليّة مع المعلنين وأرباب المؤسسات الاقتصادية الذين لا يرون جدوى في أدوار الصحافة الجادة التي تراهن على المضامين الجيّدة والعميقة من قبيل البرامج الإخبارية السياسيّة أو الاستقصائيّة أو الفكرية.

صحيح أنّ البرامج الترفيهية مهمّة ولها جمهورها، كما يجب أن يكون لها حضور نسبي في البرمجة التي تقوم عليها أي إذاعة أو قناة تلفزيونية في مراعاة لتنوّع حاجيات المتلقّي وانتظاراته، لكن من الخطأ القول إنّ وظيفة مثل هذه البرامج تقوم فقط على الترفيه ولا شيء غيره بأي طريقة ممكنة. فهي بالضرورة يجب أنّ تقوم ببقيّة الوظائف الإخبارية والتثقيفية حتّى وإن كانت طبيعتها ترفيهية بالأساس.

يقتات منشّطو ومعلّقو البرامج الترفيهية السائدة في تونس عموما على جهد غيرهم في البرامج الجادة وفي الصحافة المكتوبة. في مثل هذه البرامج، يقوم الخيط الناظم لمضمون الحصّة في الغالب على جمع مجموعة من التصريحات والأخبار المثيرة وحتّى بعض الفيديوهات والصور والتدوينات الخفيفة السطحية التي لاقت رواجا على وسائل التواصل الاجتماعي كالفيسبوك ليتمّ تحويلها فيما بعد إلى بضاعة قابلة للتسويق عبر أسلوب الإثارة (5) من خلال تقديم التعليقات التي لا تؤدي سوى إلى الجدل العقيم.

تستفيد مثل هذه النوعية من البرامج الترفيهية من غياب إطار تشريعي ينظّم عمليات سبر الآراء وقياس الجمهور، التي تنجزها شركات خاصة تعد هي الأخرى جزءا من منظومة المصالح الخفية الإعلامية والاقتصادية والسياسيّة المتشابكة. وعلى الرغم من إعلان هيئة الاتصال السمعي البصري منذ مدّة عن الشروع في بعث هيئة مستقلّة لقياس نسب المشاهدة والاستماع بمقاييس علمية شفافة بعيدة عن الأجندات غير المرئية في الظاهر، فإنّ هذه المؤسسة لم تر النور بعد (6).

إنّ سطوة البرامج الترفيهية على المشهد الإعلامي السمعي

الإطار التشريعي والمواثيق الأخلاقية ما تزال قاصرة على ضبط الفوضى التي أنتجتها البرامج الترفيهية (تصوير: فتحي بلعيد – أ ف ب).

هيئات الضبط الذاتي للصحفيين مطالبة بالتدخل سواء بالزجر أو بإقرار مواثيق مهنية جديدة (تصوير: فتحي بلعيد - أ ف ب).

والبصري التونسي لم تعد تهدّد كيان الصحفيين فقط، بل أدّت أيضا إلى ضرب مفهوم الصحافة وتقنياتها وأنماطها في إنتاج المضمون. فقد انقلب في مثل هذه النوعية من البرامج الكثير من القواعد المتعارف عليها رأسا على عقب حيث أضحى "التعليق مقدّس" و"الخبر حرّ". كما أنّ الأجناس والأشكال الصحفيّة كالتحقيق والريبورتاج والسرد القصصي والتفسير والتحري والاستقصاء التي تمثّل العمود الفقري لصحافة الجودة وُضعت جانبا لفائدة شكل هجين ومشوّه من صحافة التعليق والرأي القريبة في مضامينها من منتديات الدردشة والتواصل في الفضاءات الافتراضية التي لا تخضع لضوابط مهنية، ناهيك أنه يفترض أن يكون في وسائل الإعلام التي تشرف عليها مضمونيا هيئات تحرير تتشكّل من صحفيين محترفين هم بمثابة قطب الرحى.

هيمنة البرامج الترفيهية ليست فقط نتاجا لبنات أفكار مديري البرمجة وأصحاب المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية، بل هي أيضا أشبه بعملية تقاطع مصالح سياسيّة وماليّة مع المعلنين وأرباب المؤسسات الاقتصادية.

"الكرونيكور".. حصان طروادة الجديد

خلال مداخلة له ضمن ورشة تفكير حول إصلاح الإعلام في تونس نظمها موقع الكتيبة بتاريخ 7 أكتوبر/ تشرين الأوّل 2021، تحدث نقيب الصحفيين التونسيين محمد ياسين الجلاصي عن ظاهرة "المعلّقين" في البرامج الحوارية عموما والبرامج الترفيهية بشكل خاص قائلا: "إنّ كلمة "كرونيكور" الأصلية تعود إلى شخص يقدّم الإضافة في موضوع ما يكون خبيرا فيه، لكنّ عديد القنوات التونسية تستقطب "الكرونيكورات" من مواقع إنستغرام وتيكتوك". ويضيف الجلاصي في معرض نقده لهذه الظاهرة التي أضرّت بقطاع الصحافة السمعية البصرية على وجه الخصوص قائلا: "هذه الظاهرة لا تلبّي حاجيات المتلقّي التونسي من صحافة الجودة، بل ساهمت في انتشار الرداءة وثقافة "البوز" (7).

يعود أصل كلمة "كرونيكور" الوافدة على الخطاب الإعلامي التونسي إلى المعجم الفرنسي وهي مشتقة في جذورها من الكلمة اللاتينية chronicus. فمنذ الحقب التاريخية القديمة كانت تعني المؤرخين الإخباريين والحوليين الذين كتبوا وأرّخوا لأحداث ووقائع وأخبار حتّى في فترة ما قبل الميلاد بالنسبة للتقويم الغربي وما سبق الإسلام وفق التحقيب الشرقي.

وفي ظلّ تطوّر مفهوم الصحافة المكتوبة في الفترة الحديثة والمعاصرة، أصبحت هذه الصفة تطلق على كاتب العمود (في المشرق العربي سيما في مصر ولبنان يسمّى بالكاتب الصحفي)، وهو شخص

> **يتدثّر هؤلاء الفاعلون الجدد بعباءة صفة «إعلامي» تارة أو «كرونيكور» تارة أخرى، بحثا عن مشروعية وموطئ قدم في قطاع أصبح فيه الصحفيون هم الحلقة الأضعف والأكثر تهميشا في صناعة المضمون الإعلامّي.**

يتعاون مع صحيفة أو مجلّة لتناول ومعالجة مواضيع متعدّدة ومختلفة بشكل منتظم دوري قد يكون أسبوعيا أو شهريا، وتتناول كتاباته بشكل خاص المستجدات والأحداث في اختصاص معيّن ويسمح له بالتعبير عن رأي أو وجهة نظر للفت النظر إلى مسألة ما بطريقة قد يتم فيها تجاوز الخطّ التحريري للمؤسسة الذي تعبّر عنه افتتاحياتها وسياستها التحريرية المعلنة. هكذا وعلى نقيض من الصحفي القار أو المتعاون مع الجريدة الذي هو مطالب باحترام شروط ومعايير كتابة الخبر والمقالة الصحفية في أشكالها المتنوعة، فإنّ كاتب العمود الذي يكون في أغلب الحالات صاحب مهنة أخرى أصليّة (أستاذ جامعي، مفكّر، باحث أكاديمي متخصص في علم الاجتماع أو الفلسفة أو التاريخ أو الاقتصاد أو العلوم السياسية...) يتوفر على هوامش كبيرة من الحرية في كتاباته للتعبير عن مواقف ووجهات نظر ذاتية تتبنى أطروحات شخصية تتيح له إمكانية مهاجمة التنظيمات الحزبية والاجتماعية وكبار المسؤولين في الدولة وأجهزتها بأسلوب خاصّ لا يفترض أن يتجاوز حدود أخلاقيات النقد الذي ليس من المسموح مبدئيا ونظريا أن يتحوّل إلى سبّ وشتم وتجريح ومسّ من كرامة البشر، مهما كان لاذعا.

إنّ نشاط "الكرونيكور" (ونحن سنستعمل هذه اللفظة بالتوازي مع مصطلح المعلّقين رغم كونها هجينة وغير دقيقة من حيث الترجمة اللغوية إلى العربية وذلك باعتبارها التسمية الأكثر تداولا وشائعة الاستعمال في الخطاب الراهن سواء لدى وسائل الإعلام أو لدى الجمهور التونسي)، هو في الأصل ينسب إلى الصحافة المكتوبة ويمارس اليوم بكثافة في الإذاعات والقنوات التي عرفت تطوّرا كبيرا خاصة في العقود الأخيرة. إذ أضحت البرامج الحوارية في المؤسسات الإعلامية السمعية البصرية لا تكاد تخلو من المعلّقين والمحلّلين الذين يؤثثون فقرات وأركان بعينها بشكل قار ودوري

يوميا أو أسبوعيّا وفق مقاربات تتراوح بين الجدّ والهزل والفكاهة حسب طبيعة البرنامج والخيارات التحريرية للقناة أو الإذاعة.

لقد تطوّر مفهوم "الكرونيكور" بالتوازي مع النقلة النوعية المتسارعة التي شهدها العمل الإذاعي وخاصة التلفزي خلال القرن 20 الذي تميّز بالظهور الرسمي للقنوات التلفزيونية الحديثة في بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا في العشرينيات والثلاثينيات من القرن الماضي.

ومنذ السبعينيات والثمانينيات بعد انهيار النظام العالمي القائم على القطبية الثنائية بسقوط الاتحاد السوفياتي وسطوة النموذج الاقتصادي الليبرالي، بدأ البروز اللافت لظاهرة المعلّقين والمحلّلين في القنوات التلفزية الغربية لا سيما في البرامج الحوارية الإخبارية والمنوعات الترفيهية، وهي اليوم أصبحت "مهنة" بالنظر إلى أنّها تخضع لعقود شغل قانونية وفق نظام الحلقة الواحدة أو الشهر أو بشكل موسمي.

وساهم التنافس الإعلامي حول نسب المشاهدة والاستماع بين القنوات التلفزيونية والإذاعية العمومية والخاصة في انتشار هذه الظاهرة فضلا عن تعدّد المواضيع والملفات الشائكة والمعقدّة المطروحة خاصة في البرامج الحوارية الإخبارية ذات الطابع السياسي أو الاجتماعي أو الاقتصادي في تصاعد وتيرة التهافت على استقطاب المعلّقين المختصين في مجالات محدّدة. لهذا، نجد أنّ "الكرونيكور" يمكن أن يكون قارّا كما يمكن أن يتم تغييره حسب مضمون الحصّة الإذاعية أو التلفزيونية، وليس بالضرورة أن يتلقى مقابلا ماديّا مقابل حضوره ومساهمته في تأثيث البرنامج.

تستفيد البرامج الترفيهية من غياب إطار تشريعي ينظّم عمليات سبر الآراء وقياس الجمهور، التي تنجزها شركات خاصة تعد هي الأخرى جزءا من منظومة المصالح الخفية الإعلامية والاقتصادية والسياسيّة المتشابكة.

من هذا المنظور، فإنّ "الكرونيكور"، في تمثّل الإعلام الغربي عموما، بقطع النظر عن الاستثناءات والمقاربات التوظيفية، عمليا هو شخص (يمكن أن يكون صحفيا مخضرما وليس بالضرورة من مجال تخصصي آخر) عادة ما يكون على اطلاع معرفي واسع بعدد من القضايا. وهي التي تجعله قادرا على الخوض فيها ومناقشتها بعمق وموضوعية تحصّنه من السقوط في السطحية والأحكام الانطباعية أو الدوغمائية بطريقة تخلق ديناميكية في الحصّة الإذاعية أو التلفزيونية وتكون رافدا هاما لإثراء المضامين الحوارية الإخبارية والتثقيفية التي تبثّ للجمهور المتلقي.

في الحقيقة، لا يقتصر الأمر في اختيار هذا الصنف من المعلّقين على الطابع الجدي الإخباري التحليلي، بل هو يشمل البرامج الترفيهية والمنوّعات التلفزية والإذاعية التي يكون فيها "الكرونيكور" صاحب موهبة إبداعية فنيّة وثقافيّة وله إشعاع جماهيري، ما يضفي على المضمون طابعا هزليا ساخرا في بعض الحالات وكوميديا نقدية في وضعيات أخرى يشدّ اهتمام المستمعين والمشاهدين.

إذا فـ"الكرونيكور" ليس بالضرورة من الصحفيين المحترفين، وهو يختلف من حيث الوظيفة والأدوار عن المنشّط أو مقدّم الحصّة (المذيع وفق بعض التسميات الأخرى المتداولة). فالأخير محمول على التوازن وتجنب إبداء الرأي والتعبير عن مواقف ذاتية مكتفيا فقط بإدارة الحوارات والنقاشات عبر طرح الأسئلة وتسيير البرنامج بمختلف محاوره وفقراته وأركانه القارة أو الاستثنائية، في حين أنّ المعلّق في البرامج الحوارية الإذاعية أو التلفزيونية، الترفيهية أو الإخبارية، من جوهر مهامه تأثيث مداخلاتٍ الهدف منها إثراء المضامين عبر التفسير والتحليل، علاوة على السعي لخلق ديناميكية لشدّ اهتمام الجمهور.

ومن المتعارف عليه خاصة في المؤسسات الإعلامية الغربية، أنّ "الكرونيكور" مطالب بإعداد مضمون الفقرة التي يقدّمها قبل البث المباشر للحصّة أو قبل تسجيلها، وليس من الواجب أن يكون ذلك في مقرّ عمل وسائل الإعلام. كما أنّه يكون على علم مسبق بمحاور الحلقة لكي يعدّ نفسه جيدا لتقديم أداء من شأنه تحقيق الإضافة للمضامين الموجهة للمتابعين من خلال القيام بعملية بحث وتدقيق وتجميع للمعلومات وتكوين خلفية تساعد على حسن التعليق حول الأحداث والمستجدات والقضايا التي تكون في موضع تناول إعلامي مهني جدّي أو فكاهي ساخر أو نقدي تجنبا للسقوط في فخّ السطحية والعموميات الكلامية أو الابتذال وعادة ما يتم ذلك بإشرافٍ وتنسيقٍ مع رئيس تحرير البرنامج والمنشط في سياق عملية الإعداد.

سبق أن اقترحت هيئة الاتصال السمعي البصري إحداث صندوق دعم من قبل الدولة لتشجيع المؤسسات الإعلامية لا سيما الخاصة على صحافة الجودة (تصوير: محمد مسرة – إ ب أ).

هكذا، يمكن اعتبار أنّ "الكرونيكور" له دور تكميلي في عملية الصناعة الإعلامية. لكنّه اليوم، في الإعلام التونسي بات هو حجر الأساس. ولا شكّ أنّ الإشكال يكمن أساسا في الاستعمالات المهنية السيئة لهذا الصنف من "المعلّقين" الذين يتمّ اختيارهم لا على قاعدة الكفاءة والإبداع والعمق، بل لمهمة وحيدة وهي إثارة الجدل، وجذب أكثر ما يمكن من المشاهدين والمستمعين بقطع النظر عن الوسيلة.

ومن الملاحظ في المشهد الإعلامي التونسي بعد الثورة أنّ طريقة توظيف "المعلّقين" على الأخبار والأحداث في البرامج الترفيهية قد نقلت العدوى حتى للبرامج السياسية الإخبارية التي أصبحت بدورها تقوم على مسرحة النقاشات مع الشخصيات العامة حول القضايا الهامة من خلال فسح المجال لمن يقوم بدور "الكرونيكور" عبر مهاجمة الضيوف ووصفهم بأقذع النعوت وتجاوز كل حدود الحوار العقلاني القائم على الحجة والحجة المضادة بأسلوب جدي متحضر. خلق هذا الوضع نموذجا هجينا من البرامج "السياسية الترفيهية" التي لا علاقة لها بروح البرامج الإخبارية الجديّة التي يفترض أن تقوم على أسس مهنية تنطوي على حدود دنيا من المعايير والضوابط.

أصبح "الكرونيكور" في الإعلام التونسي شبيها بحصان طروادة الجديد الذي نجح في اختراق القطاع لا عن طريق الاندماج والتكامل من أجل تقديم الإضافة للجمهور اتساقا بفكرة المسؤولية الاجتماعية للفاعلين الإعلاميين وإنما من بوابة ضرب الصناعة الإعلامية وتحويلها إلى بضاعة مضرّة بالنقاش العام.

على هذا الأساس، انكبّت لجنة أخلاقيات المهنة في مجلس الصحافة منذ مدّة على إعداد وثيقة توجيهية حول موضوع "المعلّقين" في البرامج الحوارية سواء كانت إخبارية أو ترفيهية بهدف رفع كل الالتباسات الحاصلة لا سيما في أذهان الجمهور الذي بات يعتبر أنّ "الكرونيكور" هو صحفي. والحال أنّ الصحفيين لا يقبلون ما يقوم به المعلّق من انحرافات بالدور الإعلامي، وأيضا في علاقة بأخلاقيات المهنة التي تحجّر على الصحفيين عمليّات الدعاية والإعلان ونشر الأخبار الزائفة التي لا تستند إلى مصادر ذات مصداقية.

في المحصّلة، يمكن القول إنّ سطوة النموذج الترفيهي الذي يقوم أساسا على من يحملون صفة "كرونيكور"، قد أضرّ كثيرا بدور وسائل الإعلام في المجتمع التونسي بعد الثورة كما أنّه حوّل الصحفيين المحترفين إلى مجرد جماعة مهمّشة تعيش على هامش منظومة الصناعة الإعلامية بشكل أحال الكثير منهم على البطالة فضلا عن تهديد هذه الظاهرة لمفهوم الصحافة في حدّ ذاتها.

تعكس هذه الوضعية بلا شكّ حدود التجربة التعديلية للمشهد الإعلامي في تونس (8) رغم ما تحقّق من مكاسب في ظلّ وجود هيئة مستقلّة لتنظيم الإعلام السمعي البصري فضلا عن بعث مجلس الصحافة.

> **أدّت البرامج الترفيهية إلى ضرب مفهوم الصحافة وتقنياتها وأنماطها في إنتاج المضمون. فقد انقلب في مثل هذه النوعية من البرامج الكثير من القواعد المتعارف عليها رأسا على عقب حيث أضحى «التعليق مقدّس» و«الخبر حرّ».**

في حدود التجربة التعديلية وسبل الإصلاح

لا تزال الدراسات والبحوث حول النظام الإعلامي في تونس بعد الثورة قليلة رغم أهمية هذا المبحث. (9) ولتفكيك هذه المنظومة الإعلامية من الضروري العودة إلى النصوص التشريعية المؤسسة لها منذ 2011، وهي المرسومان 115 و116 فضلا عن الهياكل التي تشرف على عملية التنظيم وفي مقدمتها الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي البصري.

تخضع عملية بعث القنوات التلفزيونية (10) والإذاعية (11) (الخاصة والجمعياتية) في تونس إلى جملة من الشروط المضبوطة في مواثيق وضعتها الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي البصري. وتتضمن مواثيق الشروط حزمة من الالتزامات التي من الضروري أن يتعهد أصحاب المؤسسات الإعلامية باحترامها لا سيما المضامين والبرمجة والعلاقة مع المستمعين والمشاهدين والضيوف وذلك في إطار اتفاقية إجازة البث.

ومن المهم التنويه في هذا السياق إلى أنّ الإعلام الجمعياتي غير الربحي في تونس لا سيما الإذاعي، ما زال تأثيره محدودا من حيث الإشعاع والانتشار حيث تهيمن بعض الإذاعات والقنوات الخاصة ذات الطابع التجاري على غالبية المشهد لأسباب عديدة مركبة يطول شرحها وقد أشرنا إلى البعض منها في الفصل الأول من هذا المقال.

ما يمكن ملاحظته في المسألة التعديلية في الإعلام التونسي أنّ العديد من النقاط المشار إليها في رُخَصِ البث الإذاعي والتلفزيوني التي تتحصل عليها مؤسسات خاصة من قبل الهيئة المستقلة للاتصال السمعي البصري لا يتمّ الالتزام بها.

ومن بين أهم النقاط، قضية الالتزامات بطبيعة القنوات والإذاعات، فجلّ الرخص المسندة هي تأشيرات لمحطات جامعة. في هذا الإطار كان يفترض على وسائل الإعلام أن تلتزم بما تعهدت به من خلال تنويع المنتوج الإعلامي في المضامين، وطبيعة البرامج

كشفت عملية استطلاع رأي أن 76,2 بالمائة من المستجوبين لا يثقون في الإعلام الإذاعي الخاص، كما أنّ 84,1 بالمائة من نفس العينة التي شملت 1049 مستجوبا لا يثقون في الإعلام التلفزي الخاص (تصوير: محمد مسرة – إ ب أ).

التي يجب أن تشمل مختلف مناحي الحياة العامة، فضلا عن الأشكال والأجناس الصحفية. لكن من الواضح اليوم أنّ البرامج الترفيهية قد أصبحت الطبق الإعلامي الأكثر شيوعا دون مراعاة وتقيّد بضرورة إرساء التنوع والتعدديّة غير الشكلية. من بين الالتزامات الأخرى التي لا تتم عملية متابعة لها من المنظور التعديلي في الإعلام التونسي، مسألة هيئات التحرير التي يفترض أنّ تكون قائمة الذات في جلّ وسائل الإعلام السمعية والبصرية. فكلّ قناة تلفزيونية أو إذاعية، وقبل حصولها على رخصة بثّ تلتزم بالضرورة بتخصيص مساحات إعلامية إخبارية وتثقيفية، علاوة على تشغيل صحفيين محترفين من بينهم 50 بالمئة لخريجي معهد الصحافة، من أجل الحرص على ضمان جودة المضمون الإعلامي بشكل احترافي يراعي خصوصيات المهنة من حيث المعايير والأخلاقيات والمسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور.

لقد غفل المشرّعون الذين وضعوا المراسيم (115 و116) المنظمة للقطاع الإعلامي بعد الثورة عن تعريف هوية "الكرونيكور" وتحديد شروط لمن يمتهن هذه المهنة المستحدثة في الإعلام التونسي. ومن المؤكد ضرورة تدارك هذه الثغرة في الإطار التشريعي القادم.

يبدو الصراع اليوم في الإعلام التونسي بين صحافة الجودة والبرامج الترفيهية "المسلعنة" التي استأثرت بالمشهد، غير متكافئ في ظلّ غياب أي مقاربة تعديلية واضحة المعالم من شأنها خلق حالة من التوازن يمكن أن تحصّن مفهوم الصحافة وقواعدها، ومهنة الصحفيين والوظائف الإخبارية والتثقيفية لوسائل الإعلام التونسية.

إنّ تحجيم دور البرامج الترفيهية ومخاطرها على مفهوم الصحافة ومهنة الصحفيين في تونس لا ينبغي أن يقتصر فقط على الجانب التشريعي، بل عليه أن يشمل مهامّ أكبر يجب أن تلعبها المؤسّسات التي تعنى بالتعديل والتعديل الذاتي مثل الهيئة المستقلة للاتصال السمعي البصري ومجلس الصحافة فضلا عن هياكل المهنة مثل النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين في إطار رؤية إصلاحية شاملة.

وقد سبق أن اقترحت هيئة الاتصال السمعي البصري إحداث صندوق دعم من قبل الدولة لتشجيع المؤسسات الإعلامية لا سيما الخاصة على صحافة الجودة ضمن رؤية إصلاحية ترسم في إطار ما بات يعرف بقضيّة السياسات العمومية في مجال الإعلام، المفقودة بعد الثورة (12) والتي آن الأوان لوضعها من أجل بناء جسم إعلامي يكون رافعة للمشروع الديمقراطي لا معولا من معاول الهدم له (13).

يعاني الإعلام التونسي منذ سنوات من أزمة ثقة في علاقته بالجمهور. هذه الأزمة ما انفكّت تتعمّق وقد ساهمت فيها بشكل جلي مثل هذه النوعية من البرامج الترفيهية التي خلقت التباسات واضحة في أذهان الجمهور. فقد كشفت عملية سبر آراء أنجزت مؤخرا من قبل مجموعة " INSIGHTS TN" المختصة في الإحصاء وتحليل المعلومات والبيانات خلال نهاية شهر ديسمبر/كانون الأول من سنة 2021 أنّ 76,2 بالمائة من المستجوبين لا يثقون في الإعلام الإذاعي الخاص، كما أنّ 84,1 بالمائة من نفس العينة التي شملت 1049 مستجوبا لا يثقون في الإعلام التلفزي الخاص.

وحسب نفس الاستبيان فإنّ 92,7 بالمائة من المستجوبين يرون أنّ المحتوى الذي تقدّمه القنوات التلفزية التونسية الخاصة ليس هادفا ولا يعالج مشاكل المجتمع. فضلا عن ذلك فإنّ 88,4 بالمائة من المستجوبين يعتمدون على وسائل التواصل الاجتماعي لمعرفة الأخبار (14).

إنّ أزمة الثقة بين الجمهور ووسائل الإعلام في تونس تعزى في جزء منها بلا شكّ إلى هيمنة البرامج الترفيهية التي همّشت دور الصحفيين في صناعة المضامين التلفزية والإذاعيّة على وجه الخصوص ليحلّ محلّهم فاعلون جدد تصدّروا المشهد بشكل أساء كثيرا للرسالة الإعلاميّة. (15) ورشة تفكير يبدو من المهم التعجيل بفتحها للقيام بدور تعديلي ضروري لكيلا تنقرض الصحافة ومعها الصحفيون من الحياة الإعلامية في قادم السنوات.

المراجع:

1-إريك ميغري، سوسيولوجيا الاتصال والميديا، ترجمة نصر الدين لعياضي، منشورات هيئة البحرين للثقافة والآثار، 2018.

2-http://www.inai.tn/wp-content/uploads/2018/11/tn053ar.pdf

3-http://www.inai.tn/wp-content/uploads/2018/11/tn054ar.pdf

4-https://legislation-securite.tn/ar/law/41742

5-https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/buzz/10910386

6- https://haica.tn/ar/%D8%A5%D8%AD%D8%AF%D8%A7%D8%AB-%D9%87%D9%8A%D8%A6%D8%A9-%D9%85%D9%87%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D9%85%D8%A4%D9%82%D8%AA%D8%A9-%D9%84%D9%88%D8%B6%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B7%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%82/

7-https://sw-ke.facebook.com/alqatiba/videos/4454031021310223/

8- https://ultratunisia.ultrasawt.com/%D9%83%D9%8A%D9%81-%D8%A3%D8%B5%D8%A8%D8%AD-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%84%D9%81%D8%B2%D9%8A%D9%88%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D9%86%D8%B3%D9%8A-%D8%B1%D8%AF%D9%8A%D8%A6%D9%8B%D8%A7%D8%9F/%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%A7%D8%AF%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%85%D8%A7%D9%85%D9%8A/%D9%85%DB%8C%D8%AF%DB%8C%D8%A7/%D8%AA%D8%AD%D9%84%DB%8C%D9%84%D8%A7%D8%AA

9- يعتبر كتاب الباحث منجي الخضراوي"مدخل لدراسة النظام الإعلامي في تونس: التعديل الذاتي وقضاياه " الصادر عن دار محمد علي للنشر سنة 2021 من الدراسات الأكاديمية النادرة التي تناولت هذا الموضوع الحارق.

10-https://haica.tn/wp-content/uploads/2020/02/cahier-des-charges-tv-privee.pdf

11- https://haica.tn/wp-content/uploads/2021/06/Radio.pdf

12-https://haica.tn/ar/16407/

13- السياسات العمومية الاعلامية من منظور الصحفيين والفاعلين في قطاع الإعلام. دراسة من إنجاز الباحث الصادق الحمامي بمساعدة صلاح الدين الكريمي وهي صادرة عن النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين. تونس 2021

14- https://www.facebook.com/Insights-TN-102899135046354/photos/pcb.317571566912442/317764083559857

15- أنظر دراسة محمد اليوسفي المنشورة تحت عنوان "الإعلام والمجتمع في تونس : تحديات ما بعد انتخابات 2019 " الصادرة في الكتاب الجماعي المعنون بـ" حركية المجتمع التونسي في عشرية الثورة"، دار محمد علي للنشر . تونس 2020
https://www.goodreads.com/book/show/55388255

فيسبوك وفلسطين.. التكرار في مواجهة اغتيال المعنى

إياد الرفاعي

اختار الصحفيون والنشطاء الفلسطينيون «فيسبوك تحجب القدس» شعارا لحملتهم أمام سعي المحتل الإسرائيلي إلى مزيد من حصار الرواية الفلسطينية على المنصات الرقمية بعد النجاح الذي حققته أثناء العدوان الأخير على غزة.

كثيرا ما عملت قوى الاستعمار على طمس ثقافة وحضارة ولغة المستعمر، وسلب الهوية الحضارية والثقافية، وكثيرا ما كانت القوى المستعمِرة تستخدم القوة للسيطرة على أهم الموارد الملموسة للشعوب المقهورة.

في عصر الرقمنة اختلفت المعايير، وأصبحت السيطرة على الفضاء والوسيط هي أساس اللعبة، وتحديدًا بعدما تطورت أدوات الاتصال واتضحت قدرة هذه الأدوات على خلق وفرض واقع جديد كما حدث في الثورات العربية عام 2010. عملت إسرائيل ومنذ عام 2016 بالتزامن مع اشتداد وتيرة عمليات الطعن في فلسطين على فرض سيطرتها على أهم الموارد المعاصرة في صناعة الفعل، وهي منصات التواصل الاجتماعي. في تلك الفترة استطاعت الحكومة الإسرائيلية عقد العديد من الاجتماعات مع إدارة منصة فيسبوك لأنها الأكثر استخدامًا في فلسطين والمنطقة. لقد ضغطت بقوة ليتم تقييد الحسابات والصفحات الفلسطينية التي تتفاعل مع أخبار عمليات الطعن، تحت ذريعة "التحريض" حيث وجدت أجهزة الأمن الإسرائيلية بفيسبوك الشماعة المناسبة لتعليق خيبتها في السيطرة على الأوضاع الميدانية المتصاعدة حينها. كما أنها اعتقلت عشرات الفلسطينيين، وقتها، بمبرر التحريض عبر فيسبوك، وتزامن ذلك مع إغلاقه لقرابة 200 حساب وصفحة لمستخدمين فلسطينيين، واجهوا ذلك بحملة لمقاطعة فيسبوك شارك فيها الملايين من حول العالم، مما دفعه إلى إعادة تفعيل جزء كبير من الصفحات والحسابات التي أغلقت.

لا يمكن حقيقة دحض أو تأكيد الزعم الإسرائيلي، وهو صعب القياس في مجتمع يقبع تحت الاحتلال، هل كانت دوافع منفذي العمليات تتأثر بحالة الإشادة والالتفاف الشعبي التي ظهرت عبر منصات التواصل الاجتماعي أم لا، كما لا يمكننا هنا تناول هذا الموقف دون التطرق لوجهة نظر

«فيسبوك تحجب القدس» تسعى للضغط على منصات التواصل الاجتماعي لمواجهة الحجب والتقييد للوصول إلى المحتوى الفلسطيني (عن منصات التواصل الاجتماعي).

عامل الاتصال للكندي مارشال ماكلوهان الذي قال في نظريته الشهيرة "الوسيط هو الرسالة"، ومن هنا بدأت معركة جديدة بين الفلسطينيين والإسرائيليين للاستفادة من هذا الوسيط الذي اسمه فيسبوك، فمن ملك الوسيط ملك الرسالة، ومن ملك الرسالة ملك المعنى، ومن ملك المعنى استمال آراء الناس.

عملت إسرائيل منذ عام 2016 بالتزامن مع اشتداد وتيرة عمليات الطعن في فلسطين على فرض سيطرتها على أهم الموارد المعاصرة في صناعة الفعل، وهي منصات التواصل الاجتماعي.

لم تتوقف المعركة، من عام 2016 وحتى اليوم أغلقت منصة فيسبوك آلاف الحسابات والصفحات للفلسطينيين، ومنعتهم من استخدام مصطلحات تنتمي لصلب قضيتهم، مثل كلمة شهيد، وأسماء الفصائل الفلسطينية المختلفة، وأسماء العديد من القيادات الفلسطينية السياسية والعسكرية، الأحياء

استطاعت الحكومة الإسرائيلية عقد العديد من الاجتماعات مع إدارة منصة فيسبوك لأنها الأكثر استخدامًا في فلسطين والمنطقة (الجزيرة).

منهم والأموات، ووصل الأمر به أن منع الفلسطينيين من الإشادة بأبنائهم أو تهنئتهم بأعياد ميلادهم إن تصادف أن اسم الطفل يطابق اسم قيادي أو شهيد، كما حدث عدة مرات مع من يحملون اسم قسام. فقد تم توثيق العديد من الحالات لإزالة صور أطفال عن صفحات ذويهم لأنهم يحملون هذا الاسم. بلغ حينها مستخدمو الإنترنت في الضفة الغربية وشرقي القدس ما يقارب 1٫7 مليون مستخدم، الرقم الذي يمثل ما نسبته 58٪ من السكان، وغالبية مستخدمي الإنترنت يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك بواقع 1٫2 مليون مستخدم، وكان جل المستخدمين يتفاعلون مع أحداث هذه الموجة من العمليات.

أكثر من 30٪ من الانتهاكات الرقمية ضد المحتوى الفلسطيني موجهة ضد صحفيين ومؤسسات إعلامية خلال 2021.

في الوقت الذي كانت فيه إسرائيل وبأعلى مستوياتها السياسية تحرض على قتل العرب والفلسطينيين، لم تعر فيسبوك ذلك أهمية كبيرة، فوزيرة القضاء السابقة إيليت شاكيد صرحت بشكل واضح ومباشر بخطابات تحمل دعوات تحريضية على قتل الفلسطينيين، وفي كل دورة لانتخابات الكنيست كان التحريض على العرب والفلسطينيين مادة انتخابية رابحة بالنسبة للمرشحين، ورصدت الأبحاث منشورًا واحدًا على الأقل كل دقيقة من قبل المستخدمين الإسرائيليين ضد العرب.

بعد 5 سنوات من بداية المعركة وعديد من جولات التقييد والاحتجاجات بالحملات الرقمية تارة والبيانات والمراسلات تارة أخرى جاءت مواجهة مايو/أيار 2021 لتعيد تصعيد المعركة الرقمية بين الفلسطينيين وإسرائيل وساحة النزال كانت مجددًا فيسبوك والعالم الرقمي ككل.

تعاطف عدد كبير من مشاهير التواصل الاجتماعي مع الفلسطينيين، ونشروا عن الجرائم الإسرائيلية بحقهم مما لاقى رواجًا كبيرًا صنفه مختصون على أنه نجاح مميز للرواية الفلسطينية في الساحة الرقمية، وقوبل ذلك بهجمة كبيرة على المحتوى الفلسطيني قاربت 700 انتهاك من قبل منصات التواصل الاجتماعي المختلفة خلال فترة قصيرة.

وفي هذه الحرب تستخدم إسرائيل أكثر من وسيلة، فبالإضافة للمستوى الرسمي والضغوطات السياسية على فيسبوك واستخدام نفوذها في أمريكا، هناك وحدة متخصصة في الحكومة الإسرائيلية تعمل على متابعة منصات التواصل الاجتماعي ورصد تفاعل الفلسطينيين وإرسال بلاغات بالجملة ضد أي محتوى فلسطيني يفضح جرائم الاحتلال أو يشيد بنضالات الشعب الفلسطيني، بالإضافة للعديد من المجموعات التطوعية التي تعمل على إرسال بلاغات بشكل منظم ضد صفحات فلسطينية بعينها.

هناك تغير بنيوي طرأ في عهد الرقمنة على تركيبة المجتمع من الفرد إلى المؤسسة مرورًا بالعائلة، فالوحدة المشتركة لم تعد هي القاعدة في تعريف المجتمع هنا إنما الأداة، والتصنيف لم يعد وفقًا للإمكانيات الأولية من العيش، إنما أصبح هو صناعة الذات وتأطير الصورة وهيمنة الرواية وصولًا لسيادة الخطاب الذي تملكه الأداة أو يملكها.

لا تسعى إسرائيل من خلال فهمها لطبيعة هذا التغير أن تسيطر على الخطاب الفلسطيني الرقمي فقط، إنما يتعدى ذلك ليصل إلى تغيير المعنى وامتلاك مساحة الخطاب مما سيؤثر في آلية تفكير المستخدمين الذين يخشون على إرثهم الرقمي من الضياع، فلن يعودوا ينشرون ويكتبون ويصنعون المحتوى المرتبط بنضالات الشعب الفلسطيني.

أغلقت منصة فيسبوك آلاف الحسابات والصفحات للفلسطينيين، ومنعتهم من استخدام مصطلحات تنتمي لصلب قضيتهم، مثل كلمة شهيد، وأسماء الفصائل الفلسطينية المختلفة.

لم يكتف الفلسطينيون باعتراف مجلس الإشراف الخاص بفيسبوك بوجود تمييز بإدارة محتواهم بالمقارنة مع المحتوى الإسرائيلي، وبيان هيومن رايتس ووتش الذي اعتبر ما يقوم به تقييدًا للحريات، ولا رسائل الموظفين الذين اعترفوا فيها بكمية التوجيه في محاربة المحتوى الفلسطيني، بل إنهم ابتكروا طريقتهم الخاصة في مواجهة سياسات فيسبوك عبر إطلاق حملة إلكترونية جديد تحت مسمى "فيسبوك يحجب القدس". وتأتي هذه الحملة تأكيدا جديدا من قبل الفلسطينيين بأنهم سيواجهون إسرائيل في

لم تحجب منصات التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها فيسبوك محتوى محرض ضد قتل الفلسطينيين (تصوير: أحمد غربلي - أ ف ب).

ساحة النزال ذاتها مسلحين بعلم الاتصال، فمحاولات السيطرة على الوسيط من قبل إسرائيل تواجه بعمليات التكرار من قبل الفلسطينيين.

من جهتها تعبر فيسبوك عن سياساتها بربطها بالقانون الأمريكي الذي يصنف العديد من نضالات وقيادات الشعب الفلسطيني بأنها إرهابية، وهو المبرر الذي تحاجج به الشركة لإزالة المحتوى الفلسطيني وإغلاق آلاف الصفحات والحسابات التي تنشر حول القضية الفلسطينية، بما فيها صفحات المؤسسات الإعلامية وحسابات الصحفيين الشخصية. ذلك أن أكثر من 30٪ من الانتهاكات الرقمية ضد المحتوى الفلسطيني مورست ضد صحفيين ومؤسسات إعلامية خلال 2021، الأمر الذي يشكل تحديًا كبيرًا لحرية العمل الصحفي والإعلامي المعاصر الذي يتخذ من منصات التواصل الاجتماعي وتحديدًا فيسبوك وسيلة نشر تربطه بشريحة كبيرة من الجمهور الذي أصبح يتابع الأحداث والأخبار عبر هذه المنصات. وحتى كبرى المؤسسات الإعلامية أصبحت تعتمد في رفع حجم مشاهداتها على هذه المنصات، لذلك يوجه الفلسطينيون والمؤسسات الحقوقية المعنية بحرية التعبير عمومًا وعبر فضاء الإنترنت هذا السؤال لفيسبوك وغيرها من منصات التواصل الاجتماعي: كيف لمنصة رقمية بهذا الحجم والأهمية اليوم ألا تتوفر على معايير أكثر موضوعية واستقلالية للتعامل مع القضايا الحساسة مثل القضية الفلسطينية؟

المراجع:

- Sada.Social

- https://web.mit.edu/allanmc/www/mcluhan.mediummessage.pdf

- https://www.hrw.org/ar

- https://www.alaraby.co.uk/entertainment□media/˙/.D9˙/.85˙/.D9˙/.88˙/.D8˙/.B8˙/.D9˙/.81˙/.D9˙/.88-˙/.22˙/.D9˙/.81˙/.D9˙/.8A˙/.D8˙/.B3˙/.D8˙/.A8˙/.D9˙/.88˙/.D9˙/.83˙/.22-˙/.D9˙/.8A˙/.D8˙/.AA˙/.D9˙/.87˙/.D9˙/.85˙/.D9˙/.88˙/.D9˙/.86˙/.D9˙/.87˙/.D8˙/.A7-˙/.D8˙/.A8˙/.D8˙/.A7˙/.D9˙/.-84˙/.D8˙/.AA˙/.D8˙/.AD˙/.D9˙/.8A˙/.D8˙/.B2-˙/.D8˙/.B6˙/.D8˙/.AF-˙/.D8˙/.A7˙/.D9˙/.84˙/.D8˙/.B9˙/.D8˙/.B1˙/.D8˙/.A8-˙/.D9˙/.88˙/.D8˙/.A7˙/.D9˙/.84˙/.D9˙/.85˙/.D8˙/.B3˙/.D9˙/.84˙/.D9˙/.85˙/.D9˙/.8A˙/.D9˙/.86

قصة المصورة الصحفية جهاد.. صوت النساء المعنفات

رغدة جمال

تصر جهاد، رغم تحديات الحرب والتمييز ضد النساء في اليمن، على سرد القصص المصورة لنساء وجدن أنفسهن إما عرضة للتحرش أو للعنف الجسدي. طاردت شغفها بالتصوير منذ سنة 2011، لتصبح بعد ثماني سنوات مصورة محترفة تواجه قضايا مجتمعية في بلد مزقته الحرب.

لطالما اقتصرت مهنة التصوير بمختلف مجالاتها الفرعية على الرجال، وبالرغم من تعرف العالم العربي على كريمة عبود أول مصورة فوتوغرافية فلسطينية في العشرينيات من القرن الماضي، إلا أن وجود المرأة في مجال التصوير ظل غير مرغوب فيه عربيا.

في اليمن تعتبر ذكرى علي حميد، أول مصورة تلفزيونية احترفت التصوير قبل حوالي أربعة وعشرين عاما، مفسحة المجال للمصورات اليمنيات، ومقتحمة بشجاعة قل نظيرها مجالا يهيمن عليه الرجال. وبعد مرور ربع قرن، ما زالت المصورات الشابات يعانين الكثير بحثا عن التقاط مشهد أو صورة تعادل ألف كلمة!

جهاد محمد، تشكل نموذجا للمصورات اليمنيات الشابات. بدأت بشغف تتلمس خطواتها الأولى في مجال التصوير في عام 2011، حتى اتخذته مهنة لها في عام 2018 بعد أن آمنت أنه المجال الأمثل لنقل صوت المرأة اليمنية التي كممت الحرب صوتها!

وبالرغم من كل الصعاب التي قد تواجه أي مصورة مقيمة في بلد يشهد حربا طاحنة، فإنها استطاعت نيل العديد من الجوائز الخاصة بالتصوير وهي لم تتجاوز 27 ربيعا.

في أواخر عام 2019 حصلت على المرتبة الثانية لجائزة الدوحة للإبداع الشبابي المقدمة من وزارة الثقافة والرياضة في قطر والموجهة إلى جميع الشباب من دول العالم الإسلامي في محور التصوير الضوئي.

وقبلها كانت قد فازت بالمرتبة الأولى في مسابقة التصوير الجماهيرية "برواز" أي إطار باللهجة اليمنية، وهي مسابقة للمصورين الشباب أقامتها إحدى المنصات اليمنية بهدف تشجيع المصورين الشباب. كانت صورتها الفائزة توضح آلية الدفاع المفترض استخدامها من قبل النساء عند التعرض لأي نوع من التحرش.

كما حصدت صورتها التي تركز على التعليم، المركز الأول عن فئة النساء في مسابقة الأمم المتحدة للتصوير الفوتوغرافي، تحت شعار "أهداف التنمية المستدامة: 17 طريقة ليمن أفضل"، في عام 2018.

تنتج جهاد سلاسل مصورة تنتمي إلى موضوعات محددة؛ مثل تسرب الأطفال من المدرسة أو معاناة الأطفال الذين تعرضوا لبتر أطرافهم سواء بسبب القصف أو الألغام.

من وسط الركام

بالإضافة إلى التقاط الصور المنفردة، تنتج جهاد سلاسل مصورة تنتمي إلى موضوعات محددة؛ مثل تسرب الأطفال من المدرسة أو معاناة الأطفال الذين تعرضوا لبتر أطرافهم سواء بسبب القصف أو الألغام.

تحضر أيضا معاناة المرأة في صور جهاد، فها هي في سلسلتها المصورة "هنا رغم الحرب" تقدم بعين رمادية تحولات المرأة اليمنية خاصة بعد تغيير الأدوار التقليدية داخل الأسرة اليمنية، حيث فقد الرجال وظائفهم، وتولت النساء دور المعيل المسئول عن ثبات أساس المنزل.

سخرت جهاد عدستها لقضية مركزية هي: الحد من العنف المسلط ضد النساء بكل أنواعه (من أعمال جهاد المصورة).

تقول جهاد: "قد تختلف تجارب النساء اليمنيات في ظل الظروف التي تمر بها البلاد، بدءًا من الحرب إلى التقاليد المجتمعية، لكن ما يجمعهن هو صلابتهن وعملهن الدؤوب لتوفير لقمة العيش والحرص على استمرار الحياة وسط الركام".

بدأت جهاد توجه عدستها نحو القضايا المجتمعية بعد أن نشرت قصة على إحدى منصات التواصل الاجتماعي في بداية عام 2019 تحكي فيها تجربة شخصية لها عن تعرضها للتحرش، لتتفاجأ بكمية كبيرة من الشهادات والقصص التي وصلتها من نساء يمنيات يشاركنها تفاصيل مؤلمة عن تعرضهن لذات التجربة. ترى جهاد أن تشجيع ضحية التحرش للحديث عن قصتها، قضية عادلة وضرورية، وليس من الرفاهيات كما يحاول المجتمع إيهام المرأة بحجة أولوية الاهتمام بتبعات الحرب القائمة.

كان لحملة جهاد صدى كبير ليس فقط يمنيا وإنما عربيا أيضا، وهو ما حفزها للخروج بسلسلة مصورة أخرى تناهض العنف ضد النساء، لا سيما بعد نشر تقرير لـ"صندوق الأمم المتحدة للسكان"، يشير فيه إلى زيادة نسبة العنف ضد المرأة اليمنية بنسبة 63٪ عن الأعوام السابقة.

في الثقافة اليمنية يعتبر ضرب المرأة أو إهانتها تصرفا غير مقبول، لكن لكل قاعدة استثناء، وهنا تجد المعنفات أنفسهن حبيسات جدران كاتمة للصوت ومجتمعات تسد آذانها عن شكاواهن بمبرر ألا وجود لها، وتحت غطاء قوامة الرجال والصبر من أجل سمعة العائلة والأطفال.

من هنا كانت صدمة جهاد بكمية الشهادات والقصص المؤثرة التي وصلتها من حسابات مجهولة، أثناء حملتها، فحاولت بكل جهدها نشر أكبر عدد منها بهدف توجيه رسالة للنساء الضحايا مؤداها كما تقول: "مهما حاولتِ إثبات أنك بخير، فأنتِ لستِ بخير، ومن واجبنا نحن النساء تحديدا الوقوف معك... نحن معك".

> **اهتمت جهاد بالقضايا المجتمعية بعد أن نشرت قصة تحكي فيها تجربة شخصية عن التحرش، لتتفاجأ بكمية كبيرة من الشهادات والقصص التي وصلتها من نساء يمنيات يشاركنها تفاصيل مؤلمة عن تعرضهن لذات التجربة.**

تحديات جديدة

لم تكتف جهاد بحملات التحرش والعنف، وإنما انتقلت في عام 2020 لرصد العنف الاجتماعي أثناء فترة الحجر المنزلي. تحكي جهاد عن هذه التجربة: "بالرغم من عدم التزام المجتمع اليمني بالإغلاق الكامل فترة تفشي فيروس كوفيد- 19، إلا أن ارتفاع نسبة العنف المنزلي سواء كان عنفا لفظيا أو جسديا أو جنسيا كان ملحوظا في المجتمع اليمني، خاصة مع تزايد الحالات التي سمعنا بها جميعنا عبر منصات التواصل الاجتماعي"، وتضيف: "ففي الوقت الذي تعرض العالم كله لضغط الإغلاق وفقدان فرص العمل، تعرضت المرأة لضغط إضافي كان يجب تسليط الضوء عليه ومحاولة الحد منه ولو من خلال الصورة".

وكانت مفوضية شؤون اللاجئين في موجزها عن حماية اليمن الصادر بتاريخ أكتوبر 2020 قد ذكرت أن جائحة كوفيد 19 أدت إلى الإبلاغ بشكل متزايد عن حوادث العنف المنزلي ضد النساء بسبب فقدان الزوج لعمله واضطراره للبقاء في المنزل. ويذكر التقرير أن 90٪ من الحالات المبلغ عنها كانت بين المتزوجين حديثاً، مع وجود حالة واحدة أدت إلى موت الضحية.

مهنة الموت

إذا كانت مهنة الصحافة توصف بمهنة المتاعب، فمهنة التصوير في اليمن صارت مهنة الموت، حيث كل من يمسك كاميرا أصبح أداة سهلة للقنص الفوري في مناطق النزاع، وصار عرضة للاعتقال والاستجواب

«هنا رغم الحرب» تقدم بعين رمادية تحولات المرأة اليمنية خاصة بعد تغيير الأدوار التقليدية داخل الأسرة اليمنية، حيث فقد الرجال وظائفهم، وتولت النساء دور المعيل (من أعمال جهاد المصورة).

تقول جهاد إن تجربتها في تصوير معاناة النساء أثبتت لها صلابة اليمنيات في مواجهة مختلف التحديات (من أعمال جهاد المصورة).

إذا كان يمسك كاميرته حتى في المناطق الأثرية. اليوم لا يسمح للمصور باستخدام أقوى أسلحته، وصار أمنه يحتم عليه اللجوء للهاتف النقال، لذا تلجأ جهاد لأسلوب آخر في نشر قضايا مجتمعها، فتعتمد على جلسات تصوير تعبيرية تقدمها هي والعارضات خشية "الموت" والرقابة.

لم تكتف جهاد بحملات التحرش والعنف، وإنما انتقلت في عام 2020 لرصد العنف الاجتماعي أثناء فترة الحجر المنزلي.

تقول جهاد: "في البداية كان اختيار العارضة أمرا سهلا سواء كانت محجبة أم لا. كان المعيار

المصورة اليمنية جهاد محمد

الأهم بالنسبة لي هو تناسب شكل وشخصية العارضة مع موضوع الحملة التي نستهدفها، وحاليًا اختيار العارضات أصبح أصعب، لأنه لزام علينا أن يكن محجبات مع الالتزام بقواعد محددة متعلقة بالمظهر، حتى نتجنب الانتقاد والمنع من النشر".

للمصور الفرنسي الراحل برونو باربي، مقولة مؤداها أن التصوير الفوتوغرافي هو اللغة الوحيدة التي يمكن فهمها في جميع أنحاء العالم. وهو ما يجعل جهاد وزملاءها في نفس المجال يواصلون الإيمان بالصورة بالرغم من كل العوائق. تقول جهاد: "مهما كانت الصعوبات فالصورة كانت وستظل لغتي وسلاحي الوحيد لرفع الوعي تجاه القضايا التي تمسنا".

ما جئت إلى هنا من أجل هذا!

محمد البقالي

غطى محمد البقالي، مراسل الجزيرة، أزمات اللجوء في بلدان مختلفة، لكن زيارته الأخيرة لبولندا، حيث احتكار حق الصورة وطغيان السردية الرسمية، جعل نقل رواية اللاجئين الذين يدفعون حسابات السياسيين، معقدة وصعبة.

جئت إلى بولندا لأغطي أزمة اللاجئين. لكني فوجئت بأني سأقضي أيام التغطية أمام حاجز أمني على بعد ثلاثة كيلومترات من الحدود حيث تقع الأحداث الحقيقية التي يفترض أن أغطيها. فاللاجئون يوجدون على الجانب البيلاروسي من الحدود، والسلطات البولندية التي تمنعهم من العبور فرضت منطقة عازلة حول الحدود يمنع الوصول إليها من قبل الصحفيين ومنظمات الإغاثة وكل من لا يملك تصريحا خاصا. يبدو الأمر محبطا! فالصور الوحيدة التي بإمكان الصحفيين الحصول عليها هي تلك التي توفرها وزارة الدفاع أو الحرس البولندي. أي أنهم في النهاية سيتحولون إلى مجرد ناقلين للرواية الرسمية البولندية، وبقليل من سوء التقدير قد يصبحون جزءا من آلة الدعاية البولندية في هذا البلد الذي ينتمي إلى الاتحاد الأوروبي دون أن ينقطع تماما من ماضيه الشمولي.

خلال النقاش بين الصحفيين القادمين من دول ومن مؤسسات مختلفة، كثيرا ما كان يطرح السؤال بصيغة الاستنكار: هل نحن فعلا في بلد أوروبي؟

يبدو السؤال مبررا، فنادرا ما واجه الصحفيون في بلد أوروبي تضييقا سافرا بهذا الشكل. رغم كل الاختلالات ما زالت حرية الصحافة تحظى بنوع من "القدسية" ضمن المفاهيم المؤسسة للاتحاد الأوروبي. وعندما يريد بلد ما الحد من هذه الحرية لسبب أمني أو سياسي فهو يبحث عن صيغة "مقبولة" لا تبدو سافرة بهذا الشكل!

لكن اليمين البولندي المحافظ لم يبذل أي جهد. دبر الأزمة مثل ما تفعل أي دولة شمولية. قرر بكل بساطة منع الصحفيين من الوصول إلى مكان الحدث. وعوضا عن ذلك تكفل هو بتوفير الصور التي يراها صالحة للبث.

فعل ذلك مطمئنا لأن استطلاعات الرأي تقول إن أكثر من 70٪ من البولنديين يوافقون الحكومة على طريقة تدبير الحكومة لهذه الأزمة. وهذه نسبة كافية لاكتساح أي انتخابات مقبلة.

ثم من يمكنه رفع صوته ضد إجراءات تتخذها حكومة من أجل "حماية حدود الوطن" وفق قول المذيعة الشقراء في التلفزيون الرسمي البولندي؟ لدينا مقابل لغوي لهذا المشهد في عالمنا العربي: "لا صوت يعلو فوق صوت المعركة".

وبولندا تعاملت مع هذه الأزمة على أنها معركة حقيقية مع جارتها بيلاروسيا. ومن ثم تعمدت استدعاء كل مفردات الحرب وأجوائها: التلفزيون الرسمي يعرض "تضحيات" الجنود، وفتح الباب لتقديم

التعاطف الإنساني مع قضية اللاجئين لا يجب أن يكون على حساب المعايير الأخلاقية والمهنية (حساب البقالي على فيسبوك).

إهداءات الأغاني لـ"المرابطين على الحدود" وإرسال بطاقات معايدة لهم...

في مواجهة هذا الوضع الاستثنائي، كان علي التصرف انتصارا لقيم المهنة وتعاطفا مع فئة مستضعفة؛ هم اللاجئون.

تقول وارسو إنها تواجه حربا هجينة من قبل جارتها مينسك، وإن الأزمة مفتعلة، وهي فعلا كذلك. لأن هؤلاء اللاجئين لم يأتوا من تلقاء أنفسهم إلى بيلاروسيا. ولكنه قول حق أريد به التنصل من المواثيق الدولية الخاصة باللجوء وبحرية الإعلام.

إذا عدنا لأصل الأزمة، فنظام الرئيس ألكسندر لوكاشينكو الذي يحكم بيلاروسيا منذ عام 1994 وجد طريقة مثالية لإزعاج الغرب وهي منح تأشيرات للراغبين فيها من بلدان تعيش أزمات وحروب؛ مثل العراق وسوريا واليمن وغيرها. ويمكن أن نتصور بسهولة كم هي كبيرة أعداد أولئك الذي يرغبون في تأشيرة مثل هذه تحملهم مباشرة من بلدانهم إلى حدود الاتحاد الأوروبي دون حاجة لخوض مغامرة البحر أو مواجهة حرس الحدود في دول غير أوروبية.

لذلك، لم يجد نظام لوكاشينكو صعوبة في استقدام آلاف من الحالمين بغد أفضل، بعيدا عن مآسي بلدانهم. وهؤلاء ما إن يصلوا إلى مطار مينسك حتى يجدوا في انتظارهم حافلات تقلهم إلى الحدود. وبدون تكلفة كبيرة يكون بذلك لوكاشينكو قد وجد طريقة "ذكية" للانتقام من الاتحاد الأوروبي، الذي يفرض عقوبات على بيلاروسيا تشمل الرئيس نفسه وابنيه، وأيضا لتنفيذ خطط حليفه وراعيه الأكبر فلاديمير بوتين.

فهم الاتحاد الأوربي لعبة لوكاشينكو. لذلك لم يسمع له صوت وهو يرى كيف أن بولندا تخرق قوانينه وكل المواثيق الدولية سواء منها التي تتعلق بطريقة تعامله مع اللاجئين أو مع الصحفيين. الواقع أن الاتحاد الأوروبي بدا في هذه اللحظة غير معني لا بميثاق اللاجئين لعام 1951، ومعه البروتوكول الإضافي لعام 1967، ولا بمواثيق حرية الصحافة وهي غربية المنشأ والمنزع!

أوروبا تصرفت بمنطق " لم آمر بها ولم تسؤني!"

فبولندا إنما تحرس في هذه الأزمة حدود الاتحاد الأوروبي وليس فقط حدودها. ثم إن هؤلاء اللاجئين لا أحد منهم يود البقاء في بولندا، فهي مجرد طريق للعبور، فلم اللوم أو العتاب؟!

هكذا بدت بولندا مستفيدة من هذه الأزمة؛ داخليا حيث تحظى بدعم غالبية السكان، وأوروبيا حيث الدعم لا يتزعزع. يمكن القول إن هذا الأزمة جاءت أشبه ما تكون بهدية لم تتوقعها بولندا.

من يذكر الآن الأزمة بين الاتحاد الأوروبي وبولندا التي استعرت قبل هذه الأزمة؟ وهي أزمة تتعلق بالضبط بموضوع قيم الحرية وحقوق الإنسان واستقلالية القضاء بالإضافة إلى علوية القوانين الأوروبية على القوانين المحلية.

توارت تلك الأزمة إلى الخلف، كما توارت معها انتهاكات بولندا لحق أصيل في المواثيق الأوروبية وهو الحق في الإعلام.

> **الصور الوحيدة التي بإمكان الصحفيين الحصول عليها هي تلك التي توفرها وزارة الدفاع أو الحرس البولندي، أي بقليل من سوء التقدير قد يصبحون جزءا من آلة الدعاية البولندية.**

ليس من أجل هذا جئت!

غطيت قضية اللاجئين عام 2015 في دول كثيرة من بينها دولة أخرى تشبه بولندا في يمينها المحافظ الذي يحكم البلد وفي تشددها في مواضيع اللجوء، وهي المجر!

لكن المجر لم تفعل ما فعلته بولندا، حيث كان بالإمكان الوصول إلى اللاجئين حيث هم والحديث إليهم. ربما كان السياق مختلفا.

في مواجهة هذا الوضع الاستثنائي، كان علي التصرف انتصارا لقيم المهنة وتعاطفا مع فئة مستضعفة؛ هم اللاجئون. كانت فكرة التوغل في الغابات تبدو مغرية بحثا عن لاجئين تمكنوا من العبور، لكنها محفوفة بكثير من المحاذير ليس أقلها الاعتقال والترحيل. رغم ذلك فهي تستحق التجربة.

لكن ما حدث بعد ذلك كان سريعا؛ حرس الحدود الذي يراقب الغابات بطائرات مسيرة ظهر فجأة. مسلحان ملثمان طلبا منا الوثائق، ثم نقلونا إلى مركز حيث قضينا أربع ساعات للتحقق والتحقيق.

صحفيون آخرون كانوا أسوأ حظا، تعرضوا للضرب المبرح والاعتقال. كان تحركهم في الغابة ليلا.

بدا واضحا أن التوغل في الغابة على غير هدى، ليس فكرة جيدة أبدا، فهو مليء بالمخاطر ودون أي فائدة تذكر، فالغابات الحدودية تمتد على 400 كيلومتر يراقبها الحرس بالطائرات المسيرة وبالدوريات المستمرة، وربما هناك سكان محليون متعاونون.

فقد جئنا هنا لنقل الخبر لا لنصبح نحن الخبر؛ لم نأت إلى هنا لنسجل بطولات.

التحالف الذي أفسد آلة الدعاية

لم تسمح بولندا للمؤسسات الإنسانية الدولية بالدخول إلى البلد، لكنْ ثمة متطوعون محليون، معظمهم شباب، لكن بدون معرفة كبيرة بقواعد العمل الإغاثي، وبدون

إمكانيات مادية أو لوجيستية. يمكن القول إنهم في الواقع يتعلمون.

كانت فكرة التوغل في الغابات تبدو مغرية بحثا عن لاجئين تمكنوا من العبور، لكنها محفوفة بكثير من المحاذير ليس أقلها الاعتقال والترحيل.

رغم ذلك فقد كانوا كنزا في مهمة مثل هذه، يعرفون اللغة وجغرافية البلد ولديهم علاقات بسكان محليين يدعمون قضية اللاجئين. أنشأوا مجموعة على تطبيق "سيغنال" يتبادلون عبرها المعلومات مع الصحفيين، خاصة عند العثور على لاجئين تمكنوا من اختراق الحدود في الغابة.

في الحقيقة نمت علاقة مصلحة متبادلة بينهم وبين الصحفيين؛ فالصحفيون يبحثون عن اللاجئين الذين يتمكنون من اختراق الحدود، لأن القصة الحقيقية تدور حولهم، والنشطاء "يستقوون" بالصحفيين كي لا يتصرف الحرس البولندي بطريقة تخالف القانون. روايات من مصادر موثوقة تقول إن الحرس كثيرا ما أعادوا اللاجئين الذين يعثر

نادرا ما واجه الصحفيون في بلد أوروبي تضييقا سافرا بهذا الشكل وهم يغطون قضية اللاجئين (حساب البقالي على فيسبوك).

عليهم في الغابة إلى الأراضي البيلاروسية، بعد أن يشبعهم ضربا!

هكذا تمكن هؤلاء القلة من المتطوعين من إنقاذ عدد كبير من اللاجئين وحدُّوا من شطط الحرس، وتمكن الصحفيون بتعاون معهم من الحصول على قصص جيدة بعيدة عن الرواية الرسمية البولندية.

أتذكر ثلاثة شبان سوريين عثر عليهم في الغابة بعد أربعة أيام من التيه في طقس متجمد وبدون طعام كاف. كانوا يرتجفون من البرد الشديد وبعضهم تصطك أسنانه. كان مشهدا إنسانيا موجعا. عثر عليهم أحد السكان المحليين. وصل الخبر إلى هؤلاء النشطاء وهم من أعلموا الصحفيين بإحداثيات وجودهم.

لا يسمح للصحفيين بالتقاط الصور بل يستخدمون تلك التي توفرها وزارة الدفاع أو الحرس البولندي، وهذا يعني أنهم سيصبحون مجرد ناقلين للرواية الرسمية البولندية أو جزءا من آلة الدعاية التابعة لها (تصوير: كارستن كول – غيتي).

أتذكر ليلتها، كانوا بعيدين عنا بساعة ونصف بالسيارة. لكن القصة الإنسانية كانت مروعة وقوية.

أُنقذ هؤلاء ولم يعد بإمكان الحرس إعادتهم إلى الغابة أو الاعتداء عليهم.

لكن ثمة قصص بنهايات أكثر مأساوية. قصة الشاب السوري أحمد الحسن ذي التسع عشرة سنة الذي حاول عبور النهر سباحة بين بيلاروسيا وبولندا فغرق.

علمت به أقلية مسلمة تعيش في بلدة بوهونيكي الحدودية مع بيلاروسيا فأقامت له جنازة شاهدتها من بعيد أمه وأسرته عبر تطبيق زووم. كان يوما مروعا بحزنه وبوجعه. بعد بضعة أيام جاوره قبران آخران أحدهما للاجئ لم تعرف هويته.

«لا تنظر للأعلى».. هجاء سينمائي لمكينة الإعلام «الفاسدة»

مهى زراقط

مذنب ضخم يقترب من إفناء الكوكب، يكتشفه عالم وطالبته، فيحاولان إخبار رئيسة الولايات المتحدة الأمريكية بالكارثة، لكنها تبدو مشغولة أكثر بنتائج الانتخابات، ثم يقرران التوجه لوسائل الإعلام التي رأت أن خبر انفصال مغنية مشهورة أهم من فناء الكوكب. الفيلم هجاء للمنظومة الإعلامية والسياسية الفاسدة التي تغذيها قيم الرأسمالية الحديثة.

لا تقرّر الاستعجال في مشاهدة فيلم " Don't Look Up" لأنه الفيلم الذي تخبرك منصة "نتفلكس" عن تصدّره حالياً قائمة المشاهدات، لا لأنه يجمع عدداً من نجوم هوليوود البارزين، بل بسبب الجدل الدائر حوله على منصات مواقع التواصل الاجتماعي. تغريدات المشاهدين، التي تنقسم بوضوح بين مرحّب وبين منتقد، هي مدخلك إلى الفيلم. تحضّر نفسك لمشاهدته مع شعور بضرورة أن تكون، أنت أيضاً، جاهزاً لتحديد موقعك من الاصطفاف الحاصل: مع أو ضد.

عنوان فيلم المخرج آدم مكاي يضعك أيضاً أمام اصطفاف، ذلك أننا سنكتشف أن "لا تنظر إلى الأعلى" هو شعار حملة انتخابية واجهت حملة مضادة شعارها "انظر إلى الأعلى". وفي إطار الثنائية نفسها، نستمع إلى مقدّم البرنامج التلفزيوني الشهير يقول لضيفه البروفيسور راندل ميندي (ليوناردو دي كابريو): "أجبني بنعم أو لا"، في نهاية سؤال عن احتمال وجود حياة في الفضاء. يجيب الأستاذ الجامعي بداية بشكل علمي: نحتاج إلى بيانات... لكنه عندما يشعر بأن الإجابة لم تعجب المذيع، يخضع للعبة ويقول: نعم، لا بد أن تكون هناك حياة.

> **يوظف الفيلم الهجاء السياسي أو الكوميديا السوداء في وصف منظومة المصالح الأمريكية التي تستفيد من تحالف وثيق يشكل أضلع مثلث متماسك: السياسة والاقتصاد والإعلام.**

هذه الثنائيات تختزل القضايا،

الفيلم يفضح كيف أن وسائل الإعلام تحولت إلى وسيلة لنشر التفاهة والتسطيح (غلاف الفيلم).

وأبرزها أزمة المناخ التي يستفيد الفيلم المثير للجدل من مسارها، لكي يكشف لنا حجم الأسى الذي يشعر به أشخاص، يرون خطراً متحققاً بنسبة 100٪، وهو عبارة عن مذنّب كبير سيصل إلى كوكب الأرض خلال ستة أشهر و14 يوماً ويدمّره. ومع ذلك يفشلون في إقناع القادرين على اتخاذ قرار الإنقاذ بالتحرّك. ذلك أن الطموحات الانتخابية والمصالح الاقتصادية هي التي تحرّك أصحاب القرار (أو تقيّدهم) ولو كانت على حساب حياة الكوكب وقاطنيه.

رغم أن الفناء يتهدد الكوكب بعد نحو 6 شهور فقط، يبقى الإعلام رهينة المصالح السياسية والاقتصادية.

يوصف الفيلم بالساخر، وبتوظيفه الهجاء السياسي أو الكوميديا السوداء في وصف منظومة المصالح الأمريكية التي تستفيد من تحالف وثيق يشكل أضلع مثلث متماسك: السياسة والاقتصاد والإعلام. لكن الحقيقة أن الفيلم يمكن وصفه بالواقعي، وإذا بالغنا قليلاً يمكن القول إنه توثيقي. يكفي مشهد المقابلة التلفزيونية في الفيلم للقول إنه يكاد يكون نقلاً حرفياً لآلاف المقابلات التلفزيونية التي نشاهدها، والتي جعلت من النموذج الأمريكي مدرسة لها فباتت تقوم في غالبيتها على السطحية والضحالة.

في هذه المقابلة نكتشف بعضاً مما يتعرّض له العلماء عندما يطلّون على الشاشة الصغيرة. هؤلاء الواثقون من دقة معطياتهم وصحتها، يبدون عاجزين عن إقناع الناس بالخطر المتحقق كما حصل مع البروفيسور ميندي وطالبته كيت ديبياسكي (جنيفير لورنس). فهل يكون السبب أنهما لم يخضعا لـ"تدريب إعلامي" كما نُصحا أكثر من مرة؟

لكن على ماذا سيتدرّب العلماء إعلامياً؟

على أن يقدّموا الحقائق العلمية التي تحتاج إلى شرح في وقت قصير لا يتجاوز خمس دقائق؟

أو أن يختزلوا الإجابات، فيكتفوا بقول نعم أو لا على أمر لم يتأكدوا منه بعد؟

أو أن يقدّموا الحقيقة الموجعة، ولكن "بشكل خفيف وممتع".

وعندما تنفعل طالبة الدكتوراه، وهي تؤكد أن الكوكب ذاهب إلى الفناء وأننا سنموت جميعاً، تتعرّض لحملة تنمّر واسعة على مواقع التواصل الاجتماعي، ويغذي ذلك كونها امرأة؟

انفصال مغنية عن حبيبها أصبح أكثر أهمية من قرب فناء كوكب الأرض (صفحة نتفلكس على فيسبوك).

أو أن يُقسِم العالِم أن ما يقوله لا يعني انحيازه إلى طرف دون آخر في السياسة؟

كلّ ما سبق أعلاه يشكل فعلياً جزءاً بسيطاً مما يتعرّض له علماء المناخ والناشطون البيئيون في علاقتهم مع وسائل الإعلام وهناك ما هو أكثر. العلماء مضطرون أن يواجهوا، في البرامج الحوارية مثلاً، صاحب "رأي آخر"، وأن يجيبوا على سؤال من قبيل "هل أنت مع تغيّر المناخ أو ضده؟"، ثم يضطرون للسكوت على كلام من يواجههم بأن كلامهم العلمي ليس إلا "وجهة نظر"، حفاظاً على "الموضوعية". وهم يتعرّضون لإلغاء مقابلة تلفزيونية محدّدة لهم لأن أحد كبار أغنياء العالم اختار أن يعرض إعلاناً لمركبة فضائية جديدة في توقيت المقابلة. هذه أمور حصلت فعلاً.

ورغم أننا أمام أكبر خطر يهدّدنا، وهو يحدث فعلاً وتأثيراته بدأت تشمل دولاً كثيرة حول العالم ولا تنتظر ستة أشهر و14 يوماً كما الخطر الداهم في الفيلم، يبقى إعلامنا رهينة المصالح السياسية والاقتصادية مغلّباً التفاهة على حياة الكوكب وأهله. لا، هذه ليست مجرد كوميديا سوداء، ولا توجد سخرية ولا حتى مبالغة في نقل تعامل الإعلام مع العلم ولا مع أزمة المناخ التي تتحمّل الولايات المتحدة الأمريكية جزءاً كبيراً من مسؤوليتها عنها، فيما يشكل سكان الدول الفقيرة أبرز ضحاياها. وقد يكون مشهد الهندي الذي يرتدي زيّه التقليدي، وهو يحاول التصدي للمذنّب بيديه، أكثر المشاهد إيلاماً في هذا الفيلم لأنه يصوّر بكلّ وضوح الواقع الذي بات أكثر إضحاكاً (إبكاء) من كلّ ما يمكن للكوميديا أن تنتجه.

في مواجهة هذا الواقع يرضخ البروفيسور ميندي للنصيحة ويترك للمدرّبين الإعلاميين أن يقودوه. يوافق على تشذيب لحيته وتغيير ثيابه، ويمضي وقتاً على مواقع التواصل الاجتماعي للردّ على أصحاب نظرية المؤامرة، ويظهر في برامج أطفال، ثم في ملاحق دعائية مروّجاً لسياسة الحكومة، ولشركة الهاتف الذكي المتعدّد النسخ، وللخط الساخن الذي يفترض أن يطمئن المواطنين. يفعل كلّ ذلك وأكثر. وضعُ الأستاذ الجامعي، الذي لم يكن يسمع به أحد لأنه لم ينشر مقالاته، تحت الأضواء لم يُبقه بمنأى عن سلوكيات أهل الضوء. ينخرط في علاقة مع إعلامية (كايت بلانشيت) سبق أن صادقت رئيسين للولايات المتحدة الأمريكية، ويقف متفرّجاً على حزن زوجته المحبّة والمحافظة على مواعيد دوائه.

هذا السلوك يرضي بيتر (مارك ريلانس)، ثالث أغنياء العالم وصاحب شركة الهاتف الذكي الأشهر، الراغب في الاستحواذ على معادن المذنّب القادم إلى الأرض. فهذا الأداء المطيع للمنظومة يسمح لبيتر بالتنبؤ بمستقبل البروفيسور بما أنه بات يملك كلّ البيانات المتاحة عنه بما فيها أمراضه. يقول له بوجه خال من التعابير: "ستموت وحيداً". والخبر الوحيد الجيّد في الفيلم، أنها نبوءة لن

يجسد الفيلم معاناة علماء المناخ مع وسائل الإعلام (صفحة نتفلكس على فيسبوك).

تتحقق، لأن البروفيسور سيقرّر الخروج من "السيستم" عندما يكتشف أن الحلّ الذي تسير فيه رئيسة الولايات المتحدة الأمريكية (ميريل ستريب) وبيتر ممول حملتها الانتخابية، لن ينقذ الكوكب. ينتفض ويصرخ لمرة أخيرة في الاستديو الذي سبق أن صرخت فيه طالبته: "سنموت جميعاً".

لكن على ماذا سيتدرّب العلماء إعلامياً؟ على أن يقدّموا الحقائق العلمية التي تحتاج إلى شرح في وقت قصير لا يتجاوز خمس دقائق؟

يقرر بعدها العودة إلى بيته ليموت بين أفراد عائلته وأصدقائه بسلام... هكذا ينجو من نبوءة أشعرته عند سماعها بالخواء الذي يعيش فيه. بما أنه يعرف أن النهاية في كل الأحوال هي الموت، فلم لا يموت بشكل أكثر إنسانية، لم لا يموت كما يتمنى جاك هاندي، صاحب الاقتباس الذي يبدأ به الفيلم: "أريد الموت بسلام أثناء النوم مثل جدي، لا أن أصرخ من الرعب كما يفعل ركاب سيارته".

مع أو ضدّ؟

قد لا يكون هذا هو السؤال المناسب. لم لا يكون: كيف يمكن لفيلم مصنّف ضمن خانة الكوميديا أن يجعلك تبكي؟

الفيلم يحاول أن يخلق صدمة بتوثيق فج ليلفت الانتباه إلى خطورة المنظومة الفاسدة التي تتهدد العالم (صفحة نتفلكس على فيسبوك).

حرب الأخبار الكاذبة في اليمن

محمد الرجوي

بالموازاة مع الحرب المريرة التي تعيشها اليمن منذ سنوات، هناك حرب لا تقل ضراوة تدور رحاها على وسائل التواصل الاجتماعي بين الأطراف المتصارعة بتوظيف سلاح الإشاعة. من هنا، يقود صحفيون يمنيون مبادرات من أجل التحقق من الأخبار الكاذبة وتوعية الجمهور.

الدول التي تشهد أوضاعاً مضطربة وسياسات متأرجحة، تشكل بيئة خصبة لانتشار الشائعات والأخبار الكاذبة في أوساط المجتمع. كما تتيح فرصة للشائعات للمساهمة في صناعة وتوجيه الرأي العام.

يقول جان نويل كابفيريير في كتابه "الشائعات.. الوسيلة الإعلامية الأقدم في العالم" إن الشائعة هي، في المقام الأول، معلومة تضيف عناصرَ جديدة إلى شخص ما أو حدثٍ ما مرتبط بواقع الحال، يتم الترويج لها لغرض تصديقها (1). كما تستخدم لغرض التحريض والتعبئة والحشد والتأييد وإقناع الجمهور بمواقف معينة.

وحسب دراسة اقتصادية أجرتها شركة الأمن السيبراني (CHEQ) بالتعاون مع جامعة بالتيمور الأمريكية، فإن الأخبار الزائفة تكلف الاقتصاد العالمي أكثر من 78 مليار دولار سنويًا، منها 400 مليون دولار تصرف على الأخبار الكاذبة أثناء الحملات السياسية. وأشارت الدراسة إلى أن الخسائر الاقتصادية تؤكد صعود انتشار المعلومات المضللة والأخبار المزيفة كخطر عالمي كبير، مما يلحق الضرر بالقطاعات الرئيسية بما في ذلك قطاعات الرعاية الصحية، والتجارة الإلكترونية، والإعلام، والموارد المالية والسياسة (2).

وفي اليمن، التي تشهد حرباً منذ أكثر من سبع سنوات، أصبحت حرب الشائعات والأخبار الكاذبة لا تقل ضراوة عن القتال العسكري في الميدان، حيث تستخدم كنوع من "الحرب النفسية" التي تؤثر بلا شك على طريقة إدارة الحرب.

أصبحت الشائعات واحدة من أهم أسلحة الحرب وأكثرها توظيفا بين الأطراف المحلية والإقليمية الفاعلة في المشهد اليمني. فمن وقت إلى آخر تزداد حدة هذه المعركة إما بالتركيز على مواضيع محددة أو مناطق وأطراف مؤثرة في الصراع، بهدف إضعاف معنويات المستهدفين وإفقادهم المساندة الشعبية، أو تدمير سمعتهم وشيطنتهم. وفي ظل غياب المعلومة الصحيحة، تجد وسائل الإعلام ضالتها في "الشائعة" التي تعد "سوقاً سوداء" مفتوحة المصدر وجاهزة لتقديم خدماتها لمن أراد وبالمجان.

يؤكد كابفيريير أن الشائعات في كل حرب تستهدف الحلفاء أكثر مما تستهدف الخصوم. ولأن التقاتل بين الإخوة مستنكر، فلا بد للنزاعات والعداوات الداخلية من أن تستخدم سلاح الظل، أي الشائعة (3)، وهذا ما يحدث بالفعل في اليمن. فالمُتتبع للأخبار الكاذبة والشائعات في الإعلام يجد أنها أخذت حيزاً كبيراً من الاهتمام والمتابعة من قبل الجمهور المحلي والإقليمي خاصة إذا كانت تتحدث عن فساد مكونات سياسية تدّعي أنها تعمل في خندق واحد،

أو تستهدف الرأي العام في مناطق خاضعة لسيطرة طرف واحد فقط. بمعنى آخر كانت الشائعات عبارة عن "نيران صديقة" أُطلقت من وعلى نفس الجسد الواحد.

خمس حملات مضللة في "تعز"

يرى الصحفي اليمني علي الفقيه، نائب رئيس تحرير موقع "المصدر أونلاين"، أنه خلال الحرب تسقط المواقع العسكرية والمناطق الجغرافية في الإعلام قبل أن تسقط في الواقع. ففي الوقت الذي تدار فيه الشائعات من قبل "مطابخ" مخصصة لهذا الغرض، فإن الصحفيين والمشتغلين بالشأن الإعلامي، الذين ليسوا جزءاً من هذه المطابخ، يصبحون ضحايا لتلك الشائعات مما يشكل عامل تشويش يؤثر بدرجة كبيرة على أدائهم المهني ويقلل من قدرتهم على فحص المعلومات وتبيُّن الصحيحة من الخاطئة.

أصبحت حرب الشائعات والأخبار الكاذبة لا تقل ضراوة عن القتال العسكري في الميدان، حيث تستخدم كنوع من «الحرب النفسية» التي تؤثر بلا شك على طريقة إدارة الحرب.

وكجزء من هذا الواقع المتأثر بحرب الشائعات، يؤكد الفقيه أن موقع "المصدر أونلاين" يعمل بين الحين والآخر على رصد الشائعات الأكثر تداولاً خلال فترة زمنية معينة، أو الخاصة بمنطقة جغرافية محددة، ليقوم بإعداد تقارير تفندها بهدف توعية الجمهور وتعريفهم بكيفية التعاطي مع الأخبار الكاذبة، وإكسابهم مهارة التمييز بين المعلومة والشائعة.

كشف موقع "المصدر أونلاين" في تحقيق خاص (4)، نشر في أغسطس/آب 2021، خفايا خمس حملات إعلامية مضللة أثارت الرأي العام المحلي والإقليمي، عمدت إلى ضرب الوضع الأمني في محافظة "تعز" من الداخل، من خلال تسييس جرائم جنائية، وتبني قضايا مفبركة وروايات متناقضة من قبل صحف ومواقع محلية وأخرى إماراتية، وربطها بالجيش والأمن، وقوى سياسية في المحافظة.

بيّن الموقع في تحقيقه كيف استطاعت الأخبار الكاذبة أن تُوقع مسؤولين حكوميين وأحزاب سياسية في فخ التضامن مع الضحايا المزعومين

منصات التحقق اليمنية تبقى الملاذ الأخير لمواجهة الكم الهائل من الأخبار الكاذبة التي تعززها البروباغندا الإعلامية بين الأطراف المتصارعة (من منصة صدق على فيسبوك).

منصة صدق اليمنية
سابقاً (صدق وإلا مشعة)

منصة يمنية مستقلة
تقوم بكشف الإشاعات

@SidqYem

sidq.yemen@gmail.com

كشف موقع «المصدر أونلاين» في تحقيق خاص، خفايا خمس حملات إعلامية مضللة، عمدت إلى ضرب الوضع الأمني في محافظة «تعز» من الداخل، من خلال تسييس جرائم جنائية (من صفحة موقع المصدر أونلاين على فيسبوك).

بناءً على أكاذيب وشائعات نشرت على نطاق واسع. ومن تلك الشائعات أكذوبة مقتل أسرة "بيت الوصابي" في مارس/آذار 2019، التي قادت رئيس البرلمان سلطان البركاني، ومحافظ محافظة "تعز" نبيل شمسان، وحزبي الناصري والاشتراكي، لإبداء التضامن مع مطلوبين أمنيين متهمين بجرائم اغتيالات طالت ضباطاً في الجيش، وإثارة أعمال الفوضى في مدينة تعز.

> **أصبحت حرب الشائعات والأخبار الكاذبة لا تقل ضراوة عن القتال العسكري في الميدان، حيث تستخدم كنوع من «الحرب النفسية» التي تؤثر بلا شك على طريقة إدارة الحرب.**

في تلك الحملة التضليلية المنظمة، سعى مروجو الشائعات إلى إفشال الحملة الأمنية الحكومية التي سعت للقبض على مطلوبين للعدالة، من خلال تسييس مهمتها وإشاعة أنها تابعة لحزب سياسي، والحديث عن أرقام مهولة من القتلى والجرحى خلفتها الحملة الأمنية، واختلاق قصص مفبركة لإثارة الرأي العام. لكن بعد تكشف الحقائق، أصدرت شرطة المدينة بياناً أكدت فيه أنه "لا صحة لسقوط قذيفة على منزل "الوصابي" ومقتل أسرته بأكملها"، على عكس ما ورد في رسالة رئيس البرلمان التضامنية.

تمكن مروجو الشائعات، وخلال فترة قصيرة، من تشويه سمعة الرموز السياسية في المحافظة، وإثارة النزاعات بين الأحزاب السياسية تجاه القضايا المختلفة، وإشغال الجهات الأمنية عن مهمتها الأساسية بقضايا هامشية، وضرب مصداقية عدد كبير من وسائل الإعلام التي أعادت نشر الشائعات.

منصة "صدق" اليمنية

قد يكون استخدام التقنية من خلال خوارزميات تقلل من نسبة المعلومات المضللة التي يتم تناقلها عبر منصات التواصل الاجتماعي استراتيجية ناجحة، لكن إنشاء منصات خاصة ومبادرات إعلامية متخصصة في التحقق من صحّة المعلومات وتفنيد الأكاذيب هو الحل الأكثر نجاعة للحد من تلك الشائعات. وكمثال على ذلك تعد منصة "صدق" اليمنية الأولى والوحيدة المتخصصة

في محاربة الشائعات والأخبار الكاذبة في اليمن.

فعلى الرغم من الإيجابيات التي تتميز بها شبكات التواصل الاجتماعي من خلال إتاحة مساحة أوسع للتعبير عن القناعات وتبادل الآراء والأفكار، إلا أن إشكالية المصداقية، ورهان الموثوقية، تبقى دوما حاضرة بقوة في النقاش الأخلاقي المهني، لا سيما عندما يتعلق الأمر بالأخبار الزائفة التي تنتشر بسرعة أكبر من الأخبار الحقيقية. كما لم يعُد يخفى على أي متابع دور هذه الإشاعات في "تحريف" أو "تهجير" النقاش العمومي تجاه قضايا أقل أهمية ترقى أحيانا إلى وصف "التافهة" (5).

يقول مسؤول التواصل في منصة "صدق" أنور المسعودي، إن فكرة إنشاء المنصة بدأت عام 2019 كردة فعل لانتشار الشائعات بشكل كبير، وعدم وجود منصات متخصصة لمكافحتها. كما أن منصات عربية مشابهة كمنصة "فتبينوا" الأردنية ومنصة "التقنية من أجل السلام" العراقية ألهمت خمسة شباب يمنيين للتطوع في إنشاء منصة يمنية متخصصة في هذا المجال.

ويشير المسعودي إلى أن فريق العمل المكون حالياً من عشرين فرداً داخل اليمن وخارجها، يقومون بمراقبة الحسابات الكبيرة على وسائل التواصل الاجتماعي (حسابات سياسيين، صحفيين، وناشطين، صفحات مجتمعية، وغير ذلك) لتحديد الإشاعات أولاً، ثم التحقق من كل ما يتم الشك بصحته، وفي حال ثبوت بطلانه يتم الكشف عنه في حسابات المنصة.

وبما أن الفضاء الرقمي غير آمن، وليس كل ما ينشر فيه صحيحاً؛ فقد أظهرت دراسة أمريكية أشرف عليها باحثون في معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا نشرت في مجلة "ساينس" أن الأخبار الكاذبة تنتشر بوتيرة أسرع، وتصل إلى عدد أكبر من الأشخاص مقارنة بالأخبار الصحيحة. وخلص الباحثون إلى أن المحتويات الزائفة بأشكالها المختلفة؛ سواء النصوص، أو الصور، أو الفيديوهات لديها فرص انتشار بنسبة تتجاوز 70٪ مقارنة بالمحتوى الحقيقي. ومن بين العوامل المساعدة على هذا الانتشار الواسع إعادة إرسالها بين المستخدمين فيما بينهم خصوصا الأصدقاء والمعارف (6) على وسائل التواصل الاجتماعي.

تعرِّف منصة «صدق» نفسها بأنها «منصة مستقلة تقوم بكشف الإشاعات والأخبار المزيفة»، استطاعت خلال عامين منذ إطلاقها كسب قرابة ربع مليون متابع على فيسبوك.

تعرِّف منصة "صدق" نفسها بأنها "منصة مستقلة تقوم بكشف الإشاعات والأخبار المزيفة"، استطاعت خلال عامين منذ إطلاقها كسب قرابة ربع مليون متابع على فيسبوك، وثمانية آلاف على تويتر، وخمسة عشر ألفاً على تيليغرام، وأكثر من ستة آلاف متابع على إنستغرام.

تعمل المنصة بشكل شبه يومي لمواجهة أي شائعات جديدة تظهر على وسائل التواصل الاجتماعي، مما ساهم في انتشار المنصة وارتفاع عدد متابعيها. كما أن اهتمام المنصة بذكر المصادر بشكل دائم زاد من مصداقيتها لدى المتابعين، حيث يتيح لهم ذلك التحقق بأنفسهم من صحة الأخبار. وإلى جانب الفريق المتخصص العامل في المنصة، يساهم الكثير من المتابعين والمتطوعين في إثراء محتوى المنصة.

وبالإضافة إلى جذب اهتمام المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي، تمكنت المنصة خلال فترة وجيزة من الاستحواذ على اهتمام وسائل إعلام محلية وعربية تقوم بإعادة نشر محتوى المنصة ومنها موقع مأرب برس (7)، اليمن الجمهوري (8)، المشهد اليمني (9)، الإصلاح نت (10)، والتغيير برس (11)، صحيفة الثورة (12)، وغيرها الكثير.

كما قامت منصات إخبارية عربية بإعادة نشر محتوى المنصة، أو الحديث عنه كمصدر للأخبار مثل قناة إم بي سي (13)، وموقع إرم نيوز (14)، ولبنان الآن (15). ويتابع المنصة

العديد من الوزراء والصحفيين والناشطين، مثل وزير الإعلام معمر الإرياني، ونائب وزير الخارجية لدى الحوثيين حسين العزي، ووزير الخارجية اليمني عوض أحمد بن مبارك، وصحفيين من جميع الأطراف.

خلال الحرب تسقط المواقع العسكرية والمناطق الجغرافية في الإعلام قبل أن تسقط في الواقع.

في كثير من الأحيان، وبعد نشر المنصة التوضيحات الخاصة بالشائعات، يقوم ناشرو الإشاعة بحذف المنشور الكاذب، أو الاعتذار عن نشرهم لمعلومات دون التأكد منها. وكمثال على ذلك مانشره الصحفي سام الغباري والناشطة سامية الأغبري حول ورقة امتحان للتربية الإسلامية (16) في مناطق سيطرة الحوثيين، بينت منصة "صدق" أنها مزيفة، فحُذِفت بعد ذلك.

يعزو المسعودي هذا النجاح إلى عدة أسباب منها الحياد وعدم الانحياز لأي طرف، وعدم انتماء المنصة لأي جهة حكومية أو سياسية داخل أو خارج اليمن، وتنوع مواضيع الشائعات التي تكافحها المنصة خاصة ما يتعلق بالشائعات السياسية وفيروس كورونا.

الوقاية خير من العلاج

على الرغم من استحالة القضاء على الشائعات في ظل الحرب، إلا أن هناك ما يمكن فعله إزاء هذا الأمر الذي يزداد سوءا يوماً بعد آخر. صحيح أن كليات الإعلام لا تدرس "التحقق"، إلا أنه يتوجب على الصحفيين المهنيين تعلم مهارات كشف الشائعات والتحقق من المعلومات، كما يتوجب عليهم الاستمرار في إلقاء المزيد من الضوء على هذه الشائعات في تغطياتهم الإخبارية اليومية بهدف إكساب المتابعين مهارة التمييز بين الشائعة والمعلومة الحقيقية، وتعليمهم وسائل الفحص والتدقيق فيما تنشره وسائل الإعلام قبل تصديقها. ومع أن منصات التواصل الاجتماعي صعبت هذه المهمة ومنحت الشائعات والدعاية ومواقع الإثارة مساحة أكبر للوصول إلى الجمهور، فإن الفقيه يرى أن الحفاظ على مصداقية مجموعة من

نجحت بعض المنصات في بناء جمهور وتنمية وعيه بخطورة الأخبار الكاذبة (غيتي).

المنصات الإعلامية وإبقائها بعيداً عن الحرب الإعلامية، يجعلها بمثابة مرجعية للمتابع الباحث عن المعلومة الحقيقية، ومصدراً للتأكد من صحة كل ما ينشر. فالجمهور سينضج مع مرور الأيام، وستتراكم لديه مهارة التعامل مع الضخ الإعلامي في الفضاء المفتوح، وبالتالي فالرهان هنا على عامل الزمن.

الوقاية من تأثير الشائعات تكون من خلال سرعة الرد عليها وتفنيدها وكشف مصادرها. كما أن حرص وسائل الإعلام على ذكر مصادر أخبارها وجعلها في متناول الجميع سيزيد بلا شك من مصداقيتها واندفاع الجمهور نحوها. وعند ارتكاب الأخطاء فلا بد من الصدق مع الجمهور والاعتذار دون تهرب أو إلقاء اللوم على الآخرين.

وبالنسبة لإنشاء منصات متخصصة لتفنيد الشائعات، فهذه هي الاستراتيجية الناجحة لمواجهتها. حيث تقوم هذه المنصات بتوفير "لقاح" خاص تحقن به القراء، مما يجعلهم أكثر مناعة ضد الشائعات. كما أن تخصيص وسائل الإعلام المقروءة والمرئية زوايا خاصة لمناقشة وتحليل هذه الشائعات يعد دواء ناجعا أيضاً على المستوى البعيد من حيث إكساب الجمهور وعياً كافياً ضد الأخبار الكاذبة.

المراجع:

1) الأقدم في العالم، ترجمة تانيا ناجيا، منشورات دار الساقي، بيروت 2007، ط1. ص 15.

2)https://www.zdnet.com/article/online-fake-news-costing-us-78-billion-globally-each-year/

3) جان نويل كابفيرير، الشائعات.. الوسيلة الإعلامية الأقدم في العالم، ترجمة تانيا ناجيا، منشورات دار الساقي، بيروت 2007، ط1. ص 257.

4) https://almasdaronline.com/articles/233859

5) https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1098

6) https://gijn.org/03/06/2021/كيفية-استخدام-صحافة-البيانات-لتغطية-ا/

7) https://marebnews.net/news/14134/

8) https://republicanyemen.net/archives/28203

9) https://www.almashhad-alyemeni.com/208520

10) https://alislah-ye.net/news_details.php?sid=8364

11) https://www.al-tagheerpress.com/news8813.html

12) https://althawra-news.net/news118017.html

13) https://youtu.be/AI_nSBwT0TE

14)https://www.eremnews.com/news/arab-world/yemen/2346202/amp

15) https://www.lebnow.com/?p=11746

16)https://www.facebook.com/SidqYem/posts/507896337250631

الصحافة المتأنية في الجزائر.. خطوات بطيئة في طريق وعر

فتيحة زماموش

يرتبط تطور الصحافة المتأنية بالجزائر بتعقد المنظومة السياسية التي ما تزال تنظر إلى الصحفي بأنه مجرد «حاكي الصدى» للمؤسسات الرسمية. ووسط سياجات كثيرة تغلق منافذ المعلومات، تحاول الصحافة المتأنية أن تجد لنفسها موطئ قدم.

يحتاج الصحفيون إلى مزيد من التدريب على المهارات التقنية من أجل إنجاح تجربة الصحافة المتأنية بالجزائر (تصوير: شترستوك).

في بدايات سنة 2000، ازدهرت جريدة "الخبر الأسبوعي"، وهي الملحق الأسبوعي للصحيفة الأمّ "الخبر" المؤسّسة الخاصة النّاطقة باللّغة العربية. إذ عكفت على تخصيص طاقم تحريري مستقلّ بدار الصحافة " لجريدة باشرت في إصدار أعدادها كل يوم اثنين تخوض في الملفات الكبرى، ونشر الأعداد الخاصّة والتحقيقات والربورتاجات والحوارات المطوّلة. وكانت واجهة من واجهات الصحافة المتأنية بالدّرجة الأولى في الجزائر.

مادّة النَّفَس الطويل

شكلّت الصحيفة الأسبوعية جمهورها الخاصّ وباتت تضمّ أهمّ الأقلام الصحفية مع ضخّ دماء جديدة للطاقم الصحفي، فتوسعت من حيث المضمون والتوجّهات، وأصبحت إحدى نوافذ الأصوات الحرّة في زمن التعدّدية السياسية والإعلامية التي رأت النور في الجزائر عام 1990، وتنقلت إلى أقصى نقطة في الجزائر العميقة.

كان نصيب "الخبر الأسبوعي" ثريا من حيث التراكم المهني، والكتابات الصحفية بكوادر تمرسّت في غرف التحرير بالصحف اليومية وتقلّبت بين التغطيات زمن الفترة العصيبة التي مرّت بها الجزائر. فامتلك أغلبهم الشّجاعة للتطرّق لمختلف المواضيع المسكوت عنها، في فضاء " العصر الذهبي للصحافة الجزائرية بدايات الانفتاح"، إضافة إلى الاستعانة بباحثين في مجال الأدب والسياسة وعلم الاجتماع والقانون.

تنوّعت مضامين الصحيفة، وشدّت انتباه القرّاء، إذ كانت كثيرا ما تعيد طبع نسختها الأسبوعية مرتين في الأسبوع لنفاذ أعدادها من السّوق. كانت ملفاتها تثير الجدل لأن المواضيع كانت جادة، كما قال رئيس تحريرها السابق عبد العزيز بوباكير، موضحا أن "الصحيفة منذ ظهورها في الساحة الإعلامية الجزائرية التزمت بالتعاطي مع المواضيع بتناول متأنّ، وأفكار مبتكرة" .

نهاية تجربة

انطفأ نور الصحيفة عام 2009، بسبب الأزمة المالية، رغم أنها كانت مموّلة من الشّركة الأمّ، ولم تصمد أمام تحديات السّوق ومطالب المنظومة الإعلامية آنذاك. في تلك الفترة أي ما بين 2000 إلى غاية 2009، كانت فترة " غليان سياسي وإعلامي خصوصا منذ اعتلاء الرئيس الراحل عبد العزيز بوتفليقة سدة الحكم، وشهِدت الجزائر قطبية إعلامية، دفع الصحفيون ثمنها غاليا.

عند إسدال السّتار على هذه الصحيفة، تشتّت الطّاقم الصحفي، رغم شغف أعضائه بالذهاب بعيدا فيما يوسَم بـ"الصحافة المتأنية"، وإثراء الصحافة الجزائرية بنوعيها العمومي الحكومي والخاص، وبلسانيها العربي والفرنسي، وتنافس على البقاء في الوقت الذي كانت تعتمد فيه الصحافة على "السّبق الصحفي" أو" تعامل خبري سطحي" مع الأحداث المتواترة. إن الحديث عن الصحافة المتأنية في الجزائر، فرضته ظروف التطور الإعلامي والتكنولوجيا وزمن وسائل التواصل الاجتماعي، مع استشراء "الأخبار الكاذبة" و"الصحافة السّهلة" أو "الصحافة الجالسة" من وراء المكاتب، في غياب لصحافة تتحرى وتتابع الأحداث بعمق.

تبخّر حلم الصحافة المتأنية، وتبخّرت معه أحلام العشرات من الصحفيين الذين ربطوا أقلامهم بخيط جودة العمل الصحفي مع جرائد تعدّ على الأصابع. لقد لاحت تجارب أخرى لكنّها لم تعمّر كثيرا، لتتأرجح الصحافة بين الخبر العاجل المسنود بمصادر مجهولة، وبين صحافة المكاتب والوكالات بفرض معلومات تستمدها بعض الصحف من دواليب الحكم ودوائره من خلف الستار. اختفت الصحافة المتأنية شيئا فشيئا، و"غابت معها السّرديات الطويلة لقصص لم يسبق روايتها"، كما ذكر الكاتب الصحفي علي رحايلية، حيث ظلّت حاضرة بصفة شحّيحة في صفحات جريدتين فقط، كقصص خارجة عن النصّ الخبري اليومي، في محاولة أخيرة من أجل البقاء.

لم تستطع جريدة «الخبر الأسبوعي» التي أسست لمفهوم الصحافة المتأنية بالجزائر الصمود في وجه التقلبات الاقتصادية والسياسية (تصوير: رياض كرامدي - أ ف ب).

من خِلال هذه المعاينة الميدانية فإن الأسئلة التي ينبغي أن تطرح: هل ما زال الإعلام في الجزائر أداة من أدوات السّلطة يؤدي دورا يعيق حرية تناول مختلف القضايا؟ وهل البنية الاقتصادية للمؤسسات الإعلامية تسمح بإنتاج محتوى صحفي متأن؟ وهل البيئة التشريعية الإعلامية بشكل عام تسمح بهذا النّوع من الصحافة؟

عزا البعض هذا الغياب إلى تضخّم " الأنا السياسي" على الإعلام، وهو ما طرح استفهامات كثيرة في غرف الأخبار وقاعات التحرير وفي قاعات الدّروس والمحاضرات بكليات الإعلام. فمن يجازف بوقته وجهده في تناول أحداث سابقة ويشكك في الروايات التي نشرت من قبل؟ سؤال طرحه الأستاذ مالك بن عبد الله، من كلية الإعلام بجامعة قسنطينة شرق الجزائر، مشددا على أنّ "الصحافة المتأنية تخدم المجتمع من حيث شفافية المعلومات والمصادر وتحافظ على خطّ أخلاقيات المهنة".

الحريات بين المدّ والجزر

إذا فحصنا العمل الصّحفي في الجزائر منذ حقبة التعدّدية إلى غاية 2021، فسنلاحظ أنه شهد عدة فترات وُسِمت الأهم منها (1990-1999) بالفترة الذهبية للصّحافة الجزائرية خاصة الصحافة المكتوبة مستفيدة من جو سياسي واقتصادي منفتح، كما يقول أستاذ الإعلام والاتصال محمد قيراط، إذ باشر فيها مهنيو القطاع التخلي عن الإعلام الأحادي والموجّه إلى إعلام يكرّس الحرية إلى حدّ ما. (1)

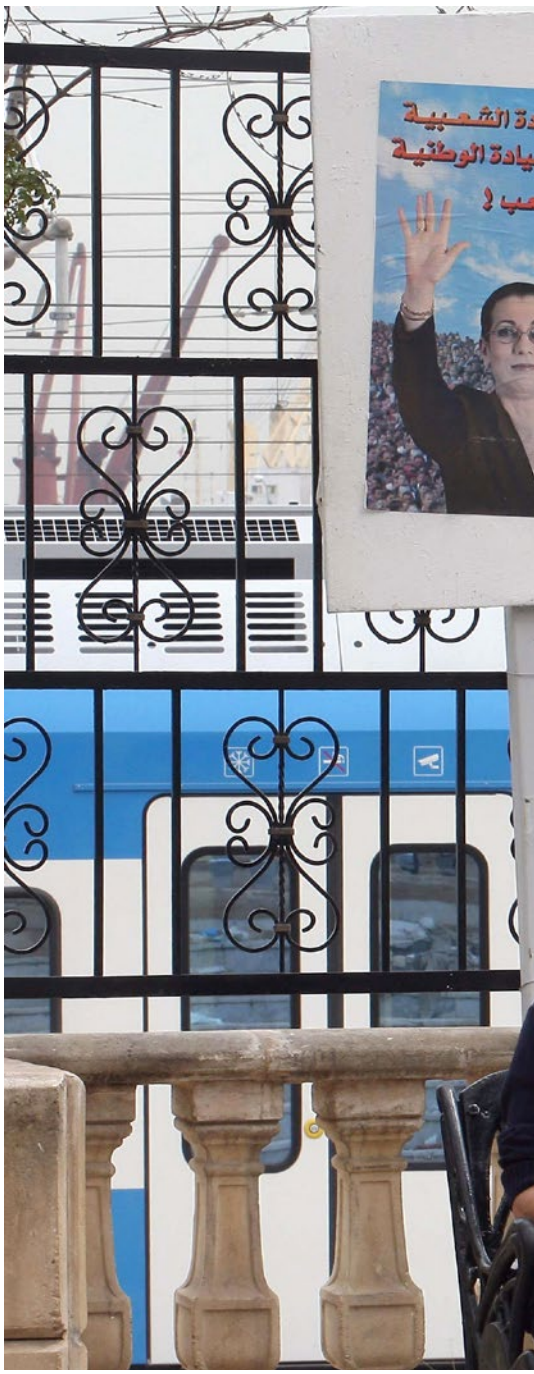
بعدها عاشت الصحافة الجزائرية أزمات كبير، بلغت أوجها سنة 2001، مع صعود الرئيس الراحل عبد العزيز بوتفليقة إلى سدّة الحكم الذي أقدم على تعديل قانون العقوبات، لتتوقف 21 صحيفة عن الصدور. (3)

لن تتطور الصحافة بالجزائر ما لم ترتبط بقرار سياسي يؤدي إلى انفتاح حقيقي (تصوير: أ ف ب).

ومع بدء حراك الشارع الجزائري في يناير/كانون الثاني 2011، شدّدت السلطة قبضتها على الحريات في الصحافة في ظِلّ اتِّساع رُقعة الاحتجاجات الفِئوية التي عرفتها الجزائر ما بين 2011-2012. (4)

شهد قطاع الإعلام في الجزائر تراجعا للحريات، رغم الإصلاحات التي مست القطاع بنوعيه العمومي والخاص، إلا أن فتح القطاع السمعي البصري وفتح المجال أمام تأسيس مؤسسات إعلامية إلكترونية لم يسهم في فتح الباب أمام حرية التعبير" بسبب القيود على حريات الصحافة، وطالب المهنيون بمراجعته. (5)

لعل من أبرز أسباب ضعف الصحافة المتأنية هو عدم قدرة المؤسسات الإعلامية على تمويل الصحفي وتمويله ليقدّم منتجا إعلاميا عميقا قد يستغرق وقتا طويلا.



قِصص لم تُحك بَعد

تسير هذه الإطلالة على المنظومة الاجتماعية الإعلامية، في تناسق مع التغيّر السياسي الذي عرفته الجزائر خلال السنوات الأخيرة، إذ يقول الأستاذ في علوم الإعلام والاتصال وليد بوفناية، من جامعة باتنة شرق الجزائر: إن الإعلام الجزائري عاش مخاضا متعدّد الأوجه والزوايا، ارتبط بالتحولات السياسية، وقطعت فيه الصحافة الخاصة أشواطا لتصل إلى ما هي عليه الآن. أمام تدفّق المعلومات السريعة أو ما يسميها البعض بـ" الفاست نيوز"، وأمام توجّه الجمهور إلى الأخبار البسيطة، يطرح الكاتب الصحفي عثمان لحياني مُعطى آخر حول غياب الصحافة المتأنية في الجزائر يتمثّل في عدم قدرة المؤسسات الإعلامية على تموين الصحفي وتمويله ليقدّم منتجا إعلاميا عميقا قد يستغرق إنجازه شهورا أو أكثر من سنة.

> **الصّحافة المتأنية تعني التّعامل الإعلامي مع المؤسسات الرسمية، فيتعثّر الصحفي مع جدار سدّ منيع من محاذير تمنع عنه التقصي عن مسألة أو قضية ما.**

ويتساءل لحياني قائلا:" هل بإمكان المؤسسة الصحفية الاستثمار في هذا النوع من الصحفيين، وهل تقبل بدفع مقابل مُجزٍ عن صور وملفّات ووثائق ومعلومات يشتغل عليها الصحفي في عمل متكامل ويبذل فيها جهدا؟ يبدو أن الإجابة عن هذا السؤال تحيل على تشريح حال المؤسسات الإعلامية، مع إعلان العديد من المؤسسات الصحفية إفلاسها وتعرّض بعضها للإغلاق أو تقليص كادرها المهني. يعني ذلك أن "الصحافة المتأنية لن ترى النور في المؤسسات الصحفية الجزائرية في ظلّ تقليص المداخيل المالية للمؤسسات التي تعتمد أساسا على الإعلان، وعدم قدرتها على تحمّل نفقات إضافية من أجل العثور على مضمون إعلامي يمتدّ في الزمن وتأتي ثِماره بعد أن ينضج على نار هادئة". يصعب الحديث في قاعات التحرير عن الصحافة المتأنية، أو عمل صحفي يأخذ نَفَسا طويلا ويحتاج لاستثمار ذهني ومادي. طرحنا هذه المسألة على عدد من الصحفيين من جيلين مختلفين. ويمكن العثور على إجابات متفاوتة من حيث المعطيات أولا والظروف ثانيا. يؤكد الصحفي بالتلفزيون الجزائري سابقا وهاب فنغور (جيل بدايات الانفتاح الإعلامي 1990) أن الصحافة المتأنية لا تطرح في النقاش اليومي للطاقم الصحفي لأسباب عديدة يمكن تلخيصها في الآتي:

الصّحافة المتأنية يعني التّعامل الإعلامي مع المؤسسات القِطاعية أي مع مؤسسات حكومية وخاصة، فيتعثّر الصحفي مع جدار سدّ منيع من محاذير تمنع عنه التقصي عن مسألة أو قضية ما.

أن يطرح الصحفي موضوعا في قاعة التّحرير في مؤسّسة عمومية، من المستبعد جدّا أن يجد موافقة على أعلى مستوى هيئة التحرير، على اعتبار أنها صحافة موجهة

اختفت الصحافة المتأنية شيئا فشيئا، وغابت معها السّرديات الطويلة لقصص لم يسبق روايتها (شترستوك).

ويقبع الصحفيون فيها بين وظيفة "ناقل للمعلومة" أو "تزيينها" لتقدم في وجبة متكاملة الأركان، فتصاب بـ "الرتابة" وإعادة إنتاج الخِطابات الرّسمية.

هل الكوادر الإعلامية في الجزائر لديها الرغبة في القيام بهذا النوع الصحفي، الذي قد يقتصر على إنجاز تقرير واحد مثلا في السّنة؟

صحافة هادئة

من خلال هذه المعطيات، يظهر جليا سبب آخر لغياب الصحافة المتأنّية في الجزائر، وهو أن الصّحفي بات يلهثُ وراء المعلومة الآنية دون "الحرث في الأخبار" والبحث في أعماق الأحداث وتقديم قصص مختلفة وأكثر جذبا للقراء.

ما زالت تجربة الصحافة المتأنية في الجزائر ضعيفة، رغم بعض المحاولات القليلة التي تحاول أن تخترق السياج الذي وضعته المنظومة السياسية.

غياب هذا الصنف الإعلامي من حيث الحِرفية، لا يعني غياب محاولات تقديم مادة إعلامية متأنية، مثلما يتحدّث الكاتب الصحفي مصطفى بن فوضيل، الذي اشتغل لسنوات في صحف ناطقة بالفرنسية مستأنسا بهذا النمط الصحفي، لكنها محاولات لم تعمّم في مختلف المؤسسات الصحفية. وتحدّث بن فوضيل عن غياب مدرسة قائمة بذاتها في الجامعات الجزائرية تدرس الصحافة المتأنية كمساق دراسي، لافتا إلى أن البيئة التشريعية بشكل عام لا تسمح بممارستها في البلاد.

وبرأيه، تعتمد المادة التحريرية في أسلوب الصحافة المتأنية أو ما يطلق عليه "الصحافة الهادئة"، على أخذ الوقت الكافي لإتمام زوايا القصص المعنية بالنّشر، كما يخطط

في عمله الصحفي على أساس الجودة والتحليل وتنويع الآراء، ومتابعة الأحداث على الأرض.

حبل حول العنق

لعلّ الشيء اللافت للانتباه في الممارسة الإعلامية في الجزائر أن التشريعيات تقيّد الصحفيين على مستويين اثنين وهما: الأول يتمثل في حقّ الحصول على المعلومة وإمكانية النفاذ إلى مصادر المعلومات على مستوى المؤسسات من مختلف القطاعات. وإن ذهبنا أبعد إلى الممارسة الميدانية في الإعلام وخطوات الحصول على المعلومات في الجزائر، فإن السؤال الأهم يظل: هل بإمكان الصحفي أن يعثر على بيانات وأرقام عن مداخيل مؤسسة حكومية كبرى أو بيانات داخلية في مؤسسات الدولة مثلا. يبدو ذلك صعبا أو مستحيلا في بعض الأحيان.

أما المستوى الثاني فيتمثّل في انغلاق المنظومة السياسية في الجزائر على عدم تناول القضايا الكبرى، ورؤيتها في هذا النمط الصحفي نوعا من التهديد قد يفضح الملفات المسكوت عنها. وهكذا، ارتدع الصحفيون، في ظلّ تشديد القوانين التي تشكّل رقابة ذاتية للصحفيين تمعنهم من التطرق للكثير من الملفات والقضايا، تحت طائلة تأويل القانون وليس فقط مضمون القانون في حدّ ذاته. ذلك أن السّلطة لا توفّر بيئة صحية سليمة ومناسبة لقيام صحافة مستقلة ومسؤولة تقوم بالعمل الصحفي المتأنّي.

على العموم فإنّ التعددية الحزبية في الجزائر، لم تنتج عنها تعددية سياسية تفضي إلى ترسيخ حرية الصحافة، التي تظلّ اليوم رهينة ثالوث السّلطة التي تتحكم في الإعلان والمعلومة، والسياسة التي تدفع بالقائم بالاتصال إلى التّعامل مع الواقع عن طريق الرقابة القبلية، والمال عن طريق تحكّم رجال الأعمال بخيوط اللّعبة السياسية وتوجيه المخرجات الإعلامية.. (6)

ما زالت تجربة الصحافة المتأنية في الجزائر ضعيفة، رغم بعض المحاولات القليلة التي تحاول أن تخترق السياج الذي وضعته المنظومة السياسية.

المراجع:

1-محمد قيراط: الإرهاب: دراسة في البرامج الوطنية واستراتيجيات مكافحته، مقاربة إعلامية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية الرياض، 2011، ص 167.

2- إلهام نايت سعدي، العنف السياسي في الجزائر في ظلّ التعددية السياسية (1988-1995): رسالة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2001-2002، ص ص 90-91).

3-محمد قيراط، حرية الصحافة في ظل التعددية السياسية في الجزائر، مجلة جامعة دمشق، المجلد 19، العدد 3+4، دمشق، سوريا،2003، ص 139.

4-مريم ماضوي، حرية الإعلام في الجزائر بين المدّ والجزر، مقال نشر يوم أول ماي2011، على الموقع الإلكتروني لصحيفة" الوطن" الصادرة بالفرنسية: www. elwatandz.com، تم الاطلاع عليه يوم 12 مارس 2017

5- صحيفة "الخبر"، "لجنة حماية الصحفيين : قانون الإعلام الجزائري الجديد يخنق حرية التعبير"، 03-05- 2019.

6 -انظر في هذا الصدد: علي جري، الإعلام والديمقراطية في الجزائر:https://haddou-abdelrrahmene.yoo7.com/ topic-t164

«أساسيات أمن المعلومات».. دليل للصحفيين ومديري غرف الأخبار

عثمان كباشي

في كل يوم يظهر أن صحفيين من مختلف دول العالم تعرضت هواتفهم للاختراق خاصة باستخدام برنامج «بيغاسوس»، وتظهر معه، أيضا، الحاجة المتزايدة لتدريب الصحفيين على حماية مصادرهم. هذه قراءة في كتاب «أساسيات أمن المعلومات.. دليل للصحفيين ومديري غرف الأخبار» عن جامعة كولومبيا يقدم تجارب صحفيين في حماية معلوماتهم.

في أعقاب الكشف عن استخدام برنامج التجسس الرقمي الإسرائيلي "بيغاسوس" في مراقبة صحفيين ونشطاء وقادة سياسيين، كتبت الخبيرة الأمريكية في مجال أمن المعلومات رونا ساندیك في حسابها على تويتر؛ أن ثمة حاجة ملحة لتخصيص المزيد من الموارد من أجل حماية وسلامة النشطاء والمدافعين عن حقوق الإنسان والصحفيين، على الإنترنت. وأوصت ساندیك المهتمين بقراءة كتاب صدر في يونيو/حزيران 2021 عنوانه: "أساسيات أمن المعلومات.. دليل للصحفيين ومديري غرف الأخبار" من تأليف سوزان مكغريغور، الباحثة في معهد علوم البيانات بجامعة كولومبيا الأمريكية، وتتولى رئاسة مركز البيانات والإعلام والمجتمع، وتركز أبحاثها ودراساتها على قضايا الأمان والخصوصية التي تؤثر على الصحفيين ووسائل الإعلام.

وتشرف مكغريغور حاليا على عدد من المشاريع البحثية الخاصة بمجال أمن وخصوصية الصحفيين، وعلى وجه الخصوص آليات كشف الخطاب الذي يستهدف الإساءة للصحفيين على وسائل التواصل الاجتماعي خاصة منصة تويتر.

وجاءت المؤلفة إلى معهد علوم البيانات في جامعة كولومبيا بعد فترة قضتها في كلية الصحافة بنفس الجامعة، حيث وضعت أول مقرر لصحافة البيانات بالكلية، وعملت مستشارة لبرنامج الصحافة والكمبيوتر في الكلية ذاتها.

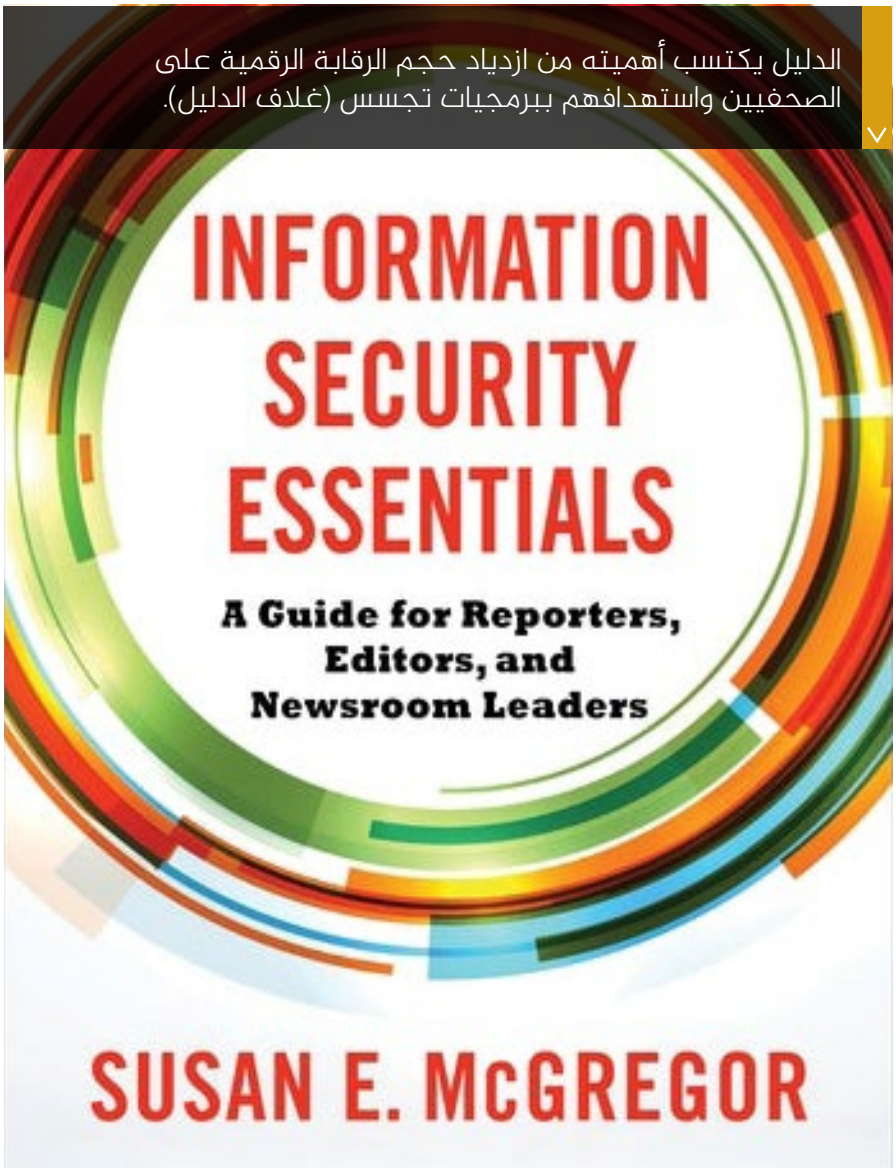
دليل أساسي

ويعتبر الكتاب الذي نسعى لتقديم قراءة موجزة عن فصوله الـ14 في السطور التالية، دليلا أساسيا لحماية الصحفيين ومصادر الأخبار والمؤسسات الإعلامية في العصر الرقمي. وتقدم المؤلفة عبر صفحات الكتاب فهما منهجيا للموضوعات والجوانب الفنية والقانونية والمفاهيمية الأساسية التي ينبغي أن يلم بها كل من يعمل في مجال الصحافة سواء تعلق ذلك بممارسة المهنة في الميدان، أو مجال التدريب عليها.

وقد اعتمدت المؤلفة في موضوعات كتابها على خبراء وأكاديميين بارزين ومتخصصين بالمجال، يعملون في عدد من مؤسسات الإعلام الأمريكية مثل موقع بازفيد ووكالة أسوشيتدبرس للأخبار.

استندت مؤلفة الكتاب على خبراتها السابقة صحفية في وول ستريت جورنال، وباحثة جامعية، وتمكنت من تطوير أدوات وأساليب أمن المعلومات الخاصة بالصحفيين في كل مراحل إنتاج المواد الصحفية.

واستطاعت المؤلفة أن تضع المبادئ والأساليب الرئيسية الخاصة بأمن المعلومات للعاملين في المجال الإعلامي. واستندت على خبراتها السابقة صحفية في صحيفة وول ستريت جورنال، وباحثة جامعية، وتمكنت من تطوير أدوات وأساليب أمن المعلومات الخاصة بالصحفيين في كل مراحل إنتاج المواد الصحفية.



الدليل يكتسب أهميته من ازدياد حجم الرقابة الرقمية على الصحفيين واستهدافهم ببرمجيات تجسس (غلاف الدليل).

مرجع مهم

أجمع عدد من الباحثات المختصات بالمجال على أهمية الكتاب، باعتباره مرجعا مهما في المجال. وترى سارة كوهين المختصة في صحافة البيانات بكلية كرونكيت للصحافة، والحائزة على جائزة بوليتزر الأمريكية في مجال الصحافة الاستقصائية، أن كتاب مكغريغور

بيغاسوس هو الشجرة فقط التي تغطي غابة تهافت الدول إلى شراء برمجيات تستهدف الصحفيين المزعجين (شترستوك).

مهم جدا للعاملين في مجال الإعلام ولطلاب الإعلام ولكل مهتم بأمن المعلومات، وتضيف أن ما تقدمه المؤلفة في هذا الكتاب يجعل الصحفيين محصنين من أي استهداف رقمي، ويوفر لهم الاستراتيجيات والخطط التي يمكن تطبيقها في أكثر من مجال.

وفي السياق ذاته، ترى هارلو هولمز مديرة الأمن الرقمي بمؤسسة حرية الصحافة الأمريكية أن المؤلفة تقدم في كتابها نظرة ثاقبة ومختلفة لما سمته بالممارسات الجديدة في مجال الأمن الرقمي.

وتعتقد ميرديث بروسارد مؤلفة كتاب "الذكاء الاصطناعي.. كيف تسيء أجهزة الكمبيوتر فهم العالم؟" أن الكتاب يغطي تقريبا كل ما يحتاجه الصحفيون ليكونوا آمنين في فضاء الإنترنت، من حماية المصادر إلى أمان الأجهزة والتشفير.

وتضيف بروسارد أنه بالرغم من التحولات المتسارعة التي يشهدها مجال التكنولوجيا؛ فإن المؤلفة استطاعت أن تمزج بين مفاهيم الأمان الأساسية وبين الفهم الدقيق للتكنولوجيا، وأن تقدم للصحفيين نصائح دائمة يمكن تكييفها مع كل تقدم تكنولوجي.

وهو الرأي الذي تتفق فيه معها رونا ساندويك المختصة في أمن الحواسيب حيث تعتبر أن المؤلفة تطرقت في كتابها إلى موضوع معقد، بيد أنها قدمته بطريقة سهلة وسلسلة وقابلة للتطبيق. وتشير ساندويك إلى أن الكتاب يحتوي على معلومات أساسية ودراسات حالات، وإرشادات من خبراء على استعداد لتقديم الأسرار التي تعلموها، ولذلك فهو يعتبر مصدرا لا يقدر بثمن للعاملين في مجال الإعلام وخبراء الأمن السيبراني على حد سواء.

> **يقدم الكتاب إرشادات لإعادة هيكلة العلاقات بين فرق تكنولوجيا وأمن المعلومات، وبين غرف الأخبار، بهدف الوصول إلى سياسات التوظيف ووضع الميزانيات الخاصة بالتكنولوجيا لتلبية احتياجات المؤسسة.**

أجزاء وفصول الكتاب:

تقسم المؤلفة فصول الكتاب الـ14 إلى 5 أجزاء، حيث تقدم في الجزء الأول الذي يضم الفصول الأول والثاني والثالث، تاريخا عالي المستوى للعلاقة بين تكنولوجيا الاتصالات الرقمية والقانون الأمريكي الذي سهل، بل سمح بإمكانية المراقبة، ويقدم هذا الجزء ما سمته المؤلفة اثنين من الأدوات الفكرية اللازمة لتحسين أمن المعلومات وهما: "نمذجة التهديد" و"أشجار التهديد" أو ما يمكن تسميته بخرائط المصادر. وبحسب المؤلفة فإن أداتي نمذجة التهديد وخرائط المصادر تتطلبان القليل من الخبرة التقنية، وباعتبارهما من الطرق التحليلية، فإنهما ضروريتان جدا للتخطيط والتفكير الفعال لما يتعلق بقضايا أمن المعلومات.

أما الجزء الثاني فيضم فصول الكتاب الرابع والخامس والسادس،

وتخصصه المؤلفة لأدوار معينة في بيئة الأخبار التي تضم الصحفيين ومديري غرف الأخبار، وقيادات المؤسسات الصحفية. وتتطرق فيه لأسئلة أمن البيانات المعتادة التي تحتمها طبيعة الأدوار التي يؤديها كل شخص في الفئات المذكورة. وتركز المؤلفة في الفصول من الرابع وحتى السادس على أساسيات أمن المعلومات الخاصة بحساب الصحفي وحماية أجهزته ومصادره، إلى جانب كيفية إدارة المواد الخام الصحفية، مثل تسجيلات المقابلات، المسودات، ملفات البيانات، سواء كان ذلك في مقر العمل أو الميدان.

أما الجزء الثالث من الكتاب فيضم الفصول من السابع وحتى التاسع، وهو موجه إلى مسؤولي إدارات التحرير، ويركز على الموضوعات والنظم ذات العلاقة بعملية إدارة التحرير، مثل التواصل مع الصحفيين المستقلين، وضع سياسات فرق العمل، إدارة عملية تبادل المعلومات بين الصحفيين والمنتجين ومديري التحرير.

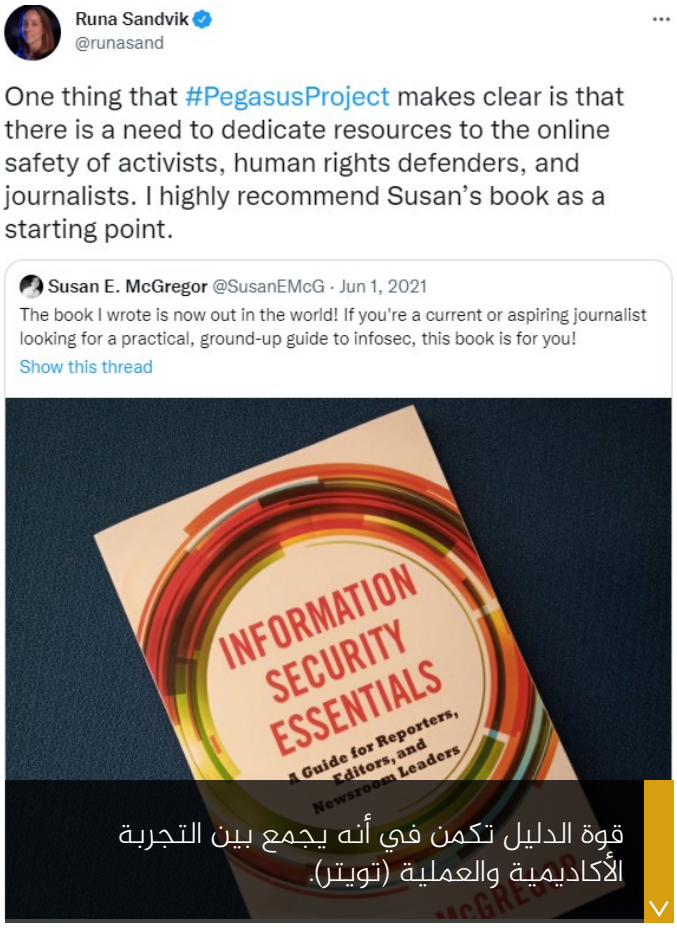
ويحتوي هذا الجزء على توصيات لتطوير التوجهات التي تقلل من المخاطر المتصلة بأمن المعلومات لمجمل فريق العمل.

ويشمل الجزء الرابع الفصول من العاشر وحتى الثاني عشر، وتخصصه المؤلفة لتزويد القيادات في المؤسسات الإعلامية بالاستراتيجيات المؤسسية اللازمة لتحسين أمن المعلومات، مثل إعادة هيكلة العلاقات بين هذه القيادات وفرق تكنولوجيا وأمن المعلومات، وبين غرف الأخبار، بهدف الوصول إلى سياسات التوظيف ووضع الميزانيات الخاصة بالتكنولوجيا لتلبية احتياجات المؤسسة.

اعتمدت المؤلفة في موضوعات كتابها على خبراء وأكاديميين بارزين ومتخصصين بالمجال، يعملون في عدد من مؤسسات الإعلام الأمريكية مثل موقع بازفيد ووكالة أسوشيتد برس للأخبار.

وتقول المؤلفة إنها تركز على المستقبل في الجزء الخامس والأخير من الكتاب، الذي يتضمن الفصلين الثالث عشر والرابع عشر، خاصة في ظل بيئة غير مواتية للعمل الصحفي، حيث من المتوقع أن تتزايد الهجمات المنظمة والخبيثة على الصحافة في السنوات القادمة، بغية تقويض ثقة الجمهور في وسائل الإعلام.

تختتم المؤلفة كتابها الهام بالقول إنها تأمل أن يركز المعنيون بوسائل الإعلام على الإفادة من كتابها في تحسين وترقية أمن المعلومات؛ لأنه هو السبيل الوحيد لضمان سلامة مصادرهم، وموضوعاتهم الصحفية، وصحفييهم، وكذلك نوعية التغطيات الصحفية التي يقدمونها للجمهور مشددة على أن أمن المعلومات يعني اليقظة التامة، وهو ما سيسهم في المدى البعيد في ترقية العمل الصحفي.



قوة الدليل تكمن في أنه يجمع بين التجربة الأكاديمية والعملية (تويتر).

كيف صنعت وسائل الإعلام الفرنسية مرشحا رئاسيا عنصريا؟

علاء الدين بونجار

في السابق كانت وسائل الإعلام الفرنسية تتهم بترويج خطاب أقصى اليمين، لكن اليوم، وعلى طريقة ترامب، صنعت مرشحا رئاسيا هو إيريك زمور، فسحت له المجال بدعم من رجال أعمال يملكون مجموعات إعلامية. غرف الأخبار تماهت مع خطاب اليمين وتبنت قضايا ثانوية مثل خطر المسلمين «والاستبدال العظيم».

قبل نحو ثلاثة أشهر من الانتخابات الرئاسية في إبريل/ نيسان 2022 تشهد الساحة الإعلامية الفرنسية تغطية واسعة لحملات وتصريحات شخصيات من أقصى اليمين؛ أمثال مارين لوبين وإريك زمور، وترويجا للخطاب التحريضي والأفكار العنصرية التي تُطلقها هاته الشخصيات تجاه الأجانب والمسلمين والعرب على وجه الخصوص.

ويطرح هذا التركيز تساؤلات جدية حول الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام، بشقيها التقليدي والجديد، في صناعة شعبية مرشحي أقصى اليمين لجعل خطاب العنف والكراهية مقبولا داخل المجتمع الفرنسي، كما يطرح تساؤلات عن طريقة تعامل الصحفيين مع هذا الخطاب؟ وهل يجب احترام حرية التعبير وإعطاء الكلمة للجميع مع التحقق من المعطيات والأرقام التي توظف من أجل مهاجمة المهاجرين بشكل عام؟

في ديسمبر/كانون الأول 2021 طلب المجلس الفرنسي للإعلام على عجل من القنوات التلفزيونية، لا سيما قناة سي نيوز الخاصة التي تتتبع مجموعة كنال بلوس، تحديد زمن تدخل الكاتب السياسي الجدلي والمعلق الصحفي إريك زمور، حيث برر المجلس "أنه نظرا للتطورات والاهتمام بتصريحات الكاتب، من خلال متابعة مواقفه والتعليقات والجدل الذي تخلفه في المجتمع، يمكن أن يُنظر إلى زمور كأنه جزء من النقاش والتنافس السياسي في فرنسا".

قبل هذا التاريخ بثلاثة أشهر ومع صدور الكتاب السادس عشر لإريك زمور بعنوان "فرنسا لم تقل كلمتها الأخيرة"، تم إحصاء نحو 4167 عنوانا وتقريرا ومقالا عن الكاتب في مختلف وسائل الإعلام، بمعدل 139 تغطية يومية. ظهور إعلامي كثيف، ثابت ومتزايد يفوق بخمس مرات التغطية التي حظي بها "زمور" طيلة ستة أعوام ماضية عندما كان صحفيا في التلفزيون العمومي والخاص، معلقا سياسيا يُطلق التصريحات المعادية تجاه الأجانب والمسلمين ويثير القضايا الجدلية من خلال استراتيجية البوز Buzz التي تعتمد الحديث عن موضوعات جدية بالاعتماد على أخبار مغلوطة وإيصالها بطريقة سلسلة إلى مواطن يستهلك الأخبار في ساعات الذروة.

المرشح (المنتمي لأقصى اليمين) للانتخابات الرئاسية الفرنسية إيريك زمور، انتزع الشهرة من مرشحة يمينية سابقة وحالية للانتخابات، وهي مارين لوبين زعيمة حزب "التجمع الوطني"، التي كانت لسنوات، الشخصية السياسية الفرنسية الأكثر متابعة وظهورا في وسائل الإعلام، حيث استفاد حزبها السياسي ذو الخلفية العنصرية، من تغطية واسعة.

الاستراتيجية الممنهجة والمستمرة التي مورست على المواطن الفرنسي المستهلك للأخبار، عمدت إلى توجيه نظرته السياسية صوب قضايا ثانوية، قد لا تهمه بالدرجة الأولى، غير أن التركيز عليها وتكراراها أعطى انطباعا أن هذه القضايا أساسية وذات أولوية، مثل قضايا الهوية والوطنية، والأمن، والهجرة والأجانب، وطبعا الإسلام والمسلمين.

تجد قاعات التحرير المعتدلة وغير المؤدلجة نفسها محاصرة في الزاوية، أمام مأزق مواكبة مؤتمرات يمينية تروج خطابات عنصرية.

المحاصرة الإعلامية وصناعة الخوف

صحفي يومية "لوفيغارو"، إريك زمور، احتاج لعشرين سنة لينتقل من مجرد كاتب ومعلق وسائل الإعلام قد لا تصنع الرئيس المنتخب مباشرة ولكنها تلعب من خلال استراتيجيات معينة في خلق الجو والمناخ الذي يتم فيه انتخاب الرئيس، مما قد يقوض الممارسة الديمقراطية من أساسها.

قاد صحفيون فرنسيون حملة «لسنا شركاء في الكراهية» لكنها لم تلق صدى لدى وسائل الإعلام الكبيرة (تصوير: برتند غواي – أ ف ب).

تلفزيوني بأفكار يمينية متعصبة إلى صانع للأخبار ومشارك في الحياة السياسية. طيلة حياته المهنية روج لأفكار يمينية تمجد تاريخ فرنسا وماضيها المسيحي، وتحذر من قرب أفول هذه الحضارة واستبدالها بحضارة عربية إسلامية. إنه خطاب بسيط ومباشر: "الفرنسيون ابتعدوا عن المسيحية وأصبحوا لا دينيين، وبما أنهم يكتفون بإنجاب طفل أو طفلين، فستكون الأغلبية العددية والثقافية بعد عقود لصالح العرب والأفارقة المسلمين الذين يموتون من أجل دينهم ويحبون التزاوج والأولاد".

على مدى عقدين، ترعرع جيل كامل من الشباب الفرنسيين، على ثقافة الكراهية التي تبث على المباشر، وبمعدل ساعتين أسبوعيا وأكثر، تعوّد الفرنسيون أن يستمعوا، على القنوات العمومية والخاصة، بطريقة مسلية ومضحكة، لكلام شاب مهاجر غير أوروبي، يردد بطريقة مهذبة وهادئة، كلاما عنصريا ضد المهاجرين والأجانب محذرا من خطر اندثار العرق الأوروبي. تبدو المقاربة متناقضة، لكنها تلقى صدى لدى الفرنسيين، عندما يقول يهودي ترعرع في بلاد عربية، أن الإسلام والمسلمين هم خطر على فرنسا.

هذا الخطاب الذي روجته وسائل الإعلام على نطاق واسع، وتحت يافطة حرية التعبير، جعل من زمور غرفة صدى تنقل للعامة وببساطة ما يقال داخل غرف النخبة السياسية اليمينية وجناحها الذي يوصف بالمتطرف؛ عن الاستبدال العظيم وهلاك العرق الأبيض. نظرية المؤامرة والترويج للانقسام والعنف.

> **الاستراتيجية الممنهجة والمستمرة التي مورست على المواطن الفرنسي المستهلك للأخبار، عمدت إلى توجيه نظرته السياسية صوب قضايا ثانوية.**

ظاهرة زمور استشرف أهميتها إمبراطور الإعلام والملياردير فينسنت بولوريه، مالك مجموعات كنال بلوس وفيفندي ودور نشر العديدة، وهو رجل أعمال وإعلام، على شاكلة مردوخ في الولايات المتحدة. وقد رأى في شخص زمور نسخة أوروبية من ترامب، بالإمكان الاستثمار في كراهيته وصراحته لمقارعة الرئيس الليبرالي إيمانويل ماكرون، الذي لم ينصع تماما لخطاب الهوية. غيّر بولوريه اسم قناته للأخبار المستمرة "أي تيلي" إلى قناة "سي نيوز"، تيمنا بقناة فوكس نيوز الأمريكية التي دعمت ترامب، وأراد أن يجعل من قناته الخاصة نسخة طبق الأصل عن فوكس قناة تبث لساعات خطابا يركز على الهوية والقومية، والأمن، والتحريض على المسلمين والمهاجرين.

خمس ساعات أسبوعيا منحتها "سي نيوز" لإريك زمور على مدى عامين، قادته ليعلن في نوفمبر/تشرين الثاني الماضي عن ترشحه الرسمي لخوض الانتخابات الرئاسية الفرنسية وإنشاء حزب "روكونكيت" أو الاسترداد، في إشارة إلى حروب الاستعادة الإسبانية أو حروب إعادة الغزو التي نفذها الإسبان المسيحيون ضد مسلمي الأندلس في القرن الخامس عشر.

تعتمد استراتيجية أقصى اليمين وأذرعه الإعلامية ما يشبه غزو الرأي العام وفرض وصناعة شخصيتها السياسة، من خلال العرض المفرط لهذه الشخصية، معودة المواطن على رؤية مرشحها في كل مكان واستهلاك أخباره وقضاياه الجدلية كعقاقير هلوسة يبحث عنها المدمن كل يوم.

السياسيون لم يسلموا من هذا "التحرش الإعلامي" الذي فُرض على الأجندة الإخبارية والسياسية، بحيث لا يمضي يوم دون أن يقوم خصوم زمور السياسيون بالتعليق على القضايا التي طرحها الكاتب، بالموافقة أو الرفض، أو تمضية الوقت في الحديث عن شخصيته السياسية، سلبا أو إيجابًا. تناول إعلامي مفرط، يتزامن دائما مع ظهور استطلاعات الرأي المختلفة التي تكشف أرقام شعبيته، حيث تجد قاعات التحرير المعتدلة وغير الأيديولوجية نفسها محاصرة في الزاوية، أمام مأزق مواكبة الحدث أو تجاهله.

الرئيس الفرنسي الاشتراكي السابق، فرانسوا هولاند، قال في تصريحات لصحيفة كوريري ديلا سيرا "زمور مؤسسة ذات أهداف ربحية، تدعمه قوة اقتصادية. ترامب انتقل من تلفزيون الواقع إلى البيت الأبيض، لأنه حظي بدعم الحزب الجمهوري، بينما زمور مرشح إمبراطورية إعلامية".

تهوين وتعميم الخطاب المتطرف

المشكلة قد لا تكمن في استضافة إريك زمور ومارين لوبين وأصدقائهما، ولكن التفكير في كيفية طريقة ممارسة مهنة الصحافة.

منذ بداية عهدة الرئيس الليبرالي إيمانويل ماكرون، لوحظ انتشار تطبيع الخطاب العنصري في وسائل الإعلام (لا لا سيما قنوات الأخبار المستمرة). كانت نقطة البداية مع اتفاقية اليمين التي نُظمت في أيلول/سبتمبر 2019. في هذا اللقاء أطلق زمور تصريحات عنصرية غير مسبوقة، قال فيها: هل سيقبل الشباب الفرنسي أن يعيش كأقلية في أرض أجداده؟ إذا كان الجواب بنعم، فهم يستحقون الاحتلال، وإذا كان الجواب لا، عليهم أن يقاتلوا للحصول على الحرية".

هذا الكلام العنصري، الذي يحمل دعوة للعنف، نُقل على الهواء في جميع القنوات الإخبارية، وكانت سابقة في تاريخ فرنسا.

قبل أن يستلم التلفزيون المهمة، لعبت الصحف ودوريات اليمين دور تحضير المجتمع لتقبل خطاب التخويف والقلق. (الجمهورية خائفة، الخطر

تم إحصاء نحو 4167 عنوانا وتقريرا و مقالا يتحدث عن إيريك زمور في مختلف وسائل الإعلام، بمعدل 139 تغطية يومية (تصوير: سام تارلينغ – أ ف ب).

الإسلامي على فرنسا، العنصرية ضد البيض، المهاجرون وتوحش المجتمع... إلخ) تلك عناوين انتشرت في أكشاك الشوارع الفرنسية على مدى سنوات. بالإضافة إلى أن معظم الدعوات الحوارية المرئية كانت توجه إلى منظري ومحللي الخطاب العنصري، وهو ما هيأ لهم منابر انتخابية، تشرح بإسهاب أسباب التحريض على الأقليات وتبرر السياسات العنصرية.

يحدث كل ذلك في جو المجاملة واللطف، ودون مقاطعة أو مواجهة من طرف الصحفيين الذين يديرون الحوارات، كأنه نوع من الاستسلام والخضوع والشراكة، التي دفعت الكثيرين للتفكير حول تحديات مهنة الإعلام ومسؤولية الصحفيين في التعامل مع أفكار الكراهية.

التحقق في مواجهة خطاب الكراهية

التحقق أو تدقيق الحقائق، لم يظهر في فرنسا بشكله المهني الدقيق إلا مؤخرا لا سيما أثناء الحملات الانتخابية.

على القنوات التلفزيونية تبدأ موجة إطلاق المعلومات المغلوطة، والأرقام التقريبية والدراسات الوهمية من دون أن تتم مواجهة هذه المعطيات مباشرة.

«زمور هو مؤسسة، ذات أهداف ربحية، تدعمه قوة اقتصادية. ترامب انتقل من تلفزيون الواقع إلى البيت الأبيض، لأنه حظي بدعم الحزب الجمهوري، بينما زمور مرشح إمبراطورية إعلامية».

في فرنسا مثلا، من الشائع الاستماع إلى خصمين سياسيين يتجادلان حول ملف ويقدمان أرقاما متناقضة تماما. من يملك

فينسنت بولوريه مالك مجموعة «كنال بلوس» و«فيفندي» أسس قناة تلفزيونية شبيهة بـ «فوكس نيوز» لاحتضان الخطاب العنصري ضد المهاجرين (تصوير: توماس سامسون - أ ف ب).

الحقيقة؟ ومن قدم المعلومات الصحيحة؟ لا أحد يملك الإجابة. الصحفي أو المحاور يبقى في موقع المتفرج، ومع غياب خاصية تدقيق الحقائق، تقع المسؤولية على عاتق المستمع أو المشاهد الذي يجتهد لتقييم الصحيح من الخطأ.

في السنتين الأخيرتين بدأت بعض القنوات الفرنسية وتزامنا مع انتشار الأخبار الزائفة، الاهتمام بـ "منصب" مدقق الحقائق، حيث تم إخضاع تصريحات إريك زمور لتجربة التحقق من الوقائع، ولوحظ أنه يردد الكثير من الأكاذيب ويقدم أرقاما مغلوطة عن المهاجرين وفي مجالات التاريخ والاقتصاد.

في نقاشاته يجتهد زمور دائما في تقديم معلومات تعتمد على الأرقام والتواريخ، إذ يبدو من الوهلة الأولى أنها دقيقة وموثوقة، غير أن التحقق منها، يثبت أنها معلومات نسبية أو مغلوطة يريد بها تمرير أفكار معينة. فمثلا حين يؤكد زمور في تصريحاته أن مليوني مهاجر وصلوا فرنسا في خمس سنوات من حكم إيمانويل ماكرون، وينبغي طرد ضعفهم، فهو في الواقع يقدم رقما غير صحيح، لأن عدد المهاجرين الذين يأتون فرنسا من طلبة وعمال، وغير قانونيين، لا يتجاوز عددهم في الإجمال مائة ألف. لكن ما يهم المرشح هو تجميع الأرقام وتكرارها حتى يتم تداولها وترسخ في ذهن المشاهدين، وتتركهم يعيشون الرعب ويتخيلون أنه خلال 50 عاما سيكون هناك أربعون مليون مهاجر في فرنسا. زمور لا تهمه صحة الأرقام بقدر ما يهمه تمرير فكرته الرئيسية وهي خطر "الاستبدال العظيم".

إخضاع الخطاب السياسي لمنظار التحقق من الوقائع لا يهدف إلى الفضح والإقصاء بل هو محاولة لدفع الفاعلين السياسيين والمرشحين لتسيير الحياة العامة على معلومات صحيحة لإصدار القوانين. إنه نوع من الدعوة للالتزام بميثاق أخلاقي عند ممارسة السياسة، باحترام الوقائع والمواطنين.

عملية التحقق من الوقائع لا يمكن أن تكون ناجعة إلا إذا كان الخطاب مقبولا وملتزما بالقوانين. في خطاب إريك زمور هناك عنصرية، وسوء نية تتعمد الخلط بين الإسلام والمسلمين، وتتعمد الكذب والتحريض على العنف، وانقسام المجتمع. لهذا السبب تبدو تجربة تدقيق الحقائق من دون جدوى مع هذا النوع من الخطاب العنصري الزائف، لأن الخطاب لا عقلاني ويخضع لنزعة عنصرية.

نحن الصحفيين لن نكون شركاء الكراهية!

الضجة الإعلانية والبساط الأحمر الذي يفرش لإريك زمور في كل مكان في وسائل الإعلام بات مصدر قلق للعديد من الصحفيين وباتوا يستنكرون ظروف ممارسة المهنة. بعض النقابات الصحافية أطلقت صفارات الإنذار ونددت بما أسمته "زمورية الحملة الانتخابية" و"التغطية الهائجة" التي يحظى بها المترشح المتطرف، و"لهث القطيع" الذي تقوم به قاعات التحرير لمتابعة أخبار المترشح.

بالموازاة مع ذلك، وقع أكثر من 300 صحفي معظمهم متعاونون يعملون لوسائل إعلام بديلة ومستقلة، عريضة بعنوان "نحن الصحفيين لن نكون شركاء الكراهية".

الموقعون أكدوا تمسكهم بالمبادئ الديمقراطية والالتزام برفض المشاركة في الترويج للشخصيات العامة التي تنشر أفكار الكراهية والعنصرية وتحرض على الأجانب. ليس هذا فقط، بل إن الصحفيين أعلنوا تنصلهم من تصرفات ومواقف مُلاك المؤسسات الإعلامية، ومديري الأخبار، وكتاب الأعمدة والزملاء الذين يركضون لاستضافة شخصيات اليمين، والتطبيع مع خطابها التحريضي وترسيخ حالة الانقسام.

أيا كان الموقف من هذه العريضة، فإنها تسلط الضوء على معاناة حقيقية يعيشها الصحفيون الذين يغطون الحياة السياسية الفرنسية، ذلك أن الأجواء المتعفنة والمتردية التي تجري فيها الانتخابات الرئاسية 2022، تشير إلى خطر محدق بالبلاد وأزمة عميقة قد لا يختص بها مجال الإعلام

بمفرده ولكنها تمتد إلى كامل المجتمع. انتفاضة الصحفيين تستنكر هذه المنظومة الإعلامية المسيطرة التي فرضت من خلال رموز اليمين العنصري أجندة إخبارية رديئة على النقاش السياسي العام. نفس الخطاب العنصري يتكرر يوميا وعلى مدى أشهر، نفس المواضيع الجدلية، ونفس الاتهامات التي تتحامل على نفس الشرائح المجتمعية من الأقليات العرقية والدينية بينما مجلس الإعلام الحكومي يلتزم الصمت.

المد اليميني للمجتمع وصل إلى قاعات التحرير، وديكتاتورية الراتب الشهري فرضت على بعض الصحفيين السكوت والتطبيع.

تحركت المؤسسات الصحفية لتعبر للحكومة عن قلقها من الاعتداءات وأعمال العنف والتهديدات بالقتل والمضايقات التي يتعرض لها الصحفيون في تغطيتهم لتجمعات اليمين سواء إريك زمور أو مارين لوبين، ولكن هل يمكن لبعض جمعيات الصحفيين أن تستنكر عنف اليمين العنصري من دون أن تطرح أسئلة عن طريقة المعالجة الإعلامية داخل المؤسسات التي تعمل لصالحها، والمكانة التي تمنح في الأخبار لليمين وتياراته المتطرفة؟ إلى متى ستظل هذه التكتلات الصحفية تغض الطرف وتتنصل من مسؤوليتها في توجيه النقاش العام المستقطب بهوس اليمين بالمهاجرين.

كان من المؤمل أن تحظى عريضة الصحفيين الفرنسيين التي ترفض تغطية رموز اليمين بتغطية واسعة في وسائل الإعلام الكبيرة، لكنها انتشرت على نطاق ضيق، والأدهى أن أصوات الإعلام اليميني اغتنمت الفرصة لتصف العريضة بأنها لا تحترم الديمقراطية وتدعو للرقابة والتضييق على حرية التعبير ومنهم من قال إن الصحفيين الموقعين هم من اليساريين المتعاطفين مع الإسلاميين!

اللوبيات الاقتصادية سخرت إمكانيات كبيرة بغرض فرض مرشحين قوميين وعنصريين في الانتخابات الرئاسية، واستطاعت إلى حد كبير أن تفرض عبر إمبراطوريتها الإعلامية محاور اليمين العنصري على أجندة الأخبار في قاعات التحرير. المؤسسات الإعلامية تعيش هذا التحول المجتمعي من كثب وتخشى على مصداقيتها من فخ الركض وراء خطاب الهوية. المد اليميني للمجتمع وصل إلى قاعات التحرير، وديكتاتورية الراتب الشهري فرضت على بعض الصحفيين السكوت والتطبيع، بينما اختار صحفيون آخرون خط المقاومة والحفاظ على ماء وجه المهنة وعدم المشاركة في انتشار وباء الكراهية والعنصرية داخل المجتمع الفرنسي.

رغم لجوء بعض المؤسسات إلى خاصية تدقيق الحقائق إلا أن مرشحي اليمين يحظون بمعاملة «لطيفة» خاصة في البرامج الحوارية (تصوير: باسكال لوساغروتان – غيتي).

معهد الجزيـرة للإعلام
ALJAZEERA MEDIA INSTITUTE