مجلة الصحافة

العدد (7) | السنة الثانية | خريف 2017

الصحافة والعبور إلى العصر الرقمي

معهد
الجزيرة للإعلام

محتويات العدد

4 صحافة الفيديو.. جمهور رقمي بعيون ماسحة
معاذ العامودي

8 إنقاذ الصحافة الورقية بالأخبار المدفوعة
أحمد حاج حمدو

14 الإذاعات وتأقلمها مع المستمع الوافد
لمياء المقدم

20 صحافة المستقبل.. تخيّلْ شكل القارئ
طارق عمرو

26 صحافة الهاتف المحمول بتونس.. من الحاجة إلى الاحتراف
عدنان الشواشي

32 التلغرام.. تجربة إيران التفاعلية في عالم الصحافة
فرح الزمان شوقي

38 قطارات الصحافة.. محطات متنوعة ووجهة مجهولة
- التأكد من الخبر أهم من الخبر
إسماعيل عزمي
- قطارات الصحافة وسكك المستقبل
عميد شحادة

52 إعلام الأقليات الآسيوية في عُمان.. ضرورة أم مجازفة؟
سمية اليعقوبي

58 رابطة المراسلين الأجانب في البرازيل.. الحماية داخلية
فيكتوريوس بيان شمس

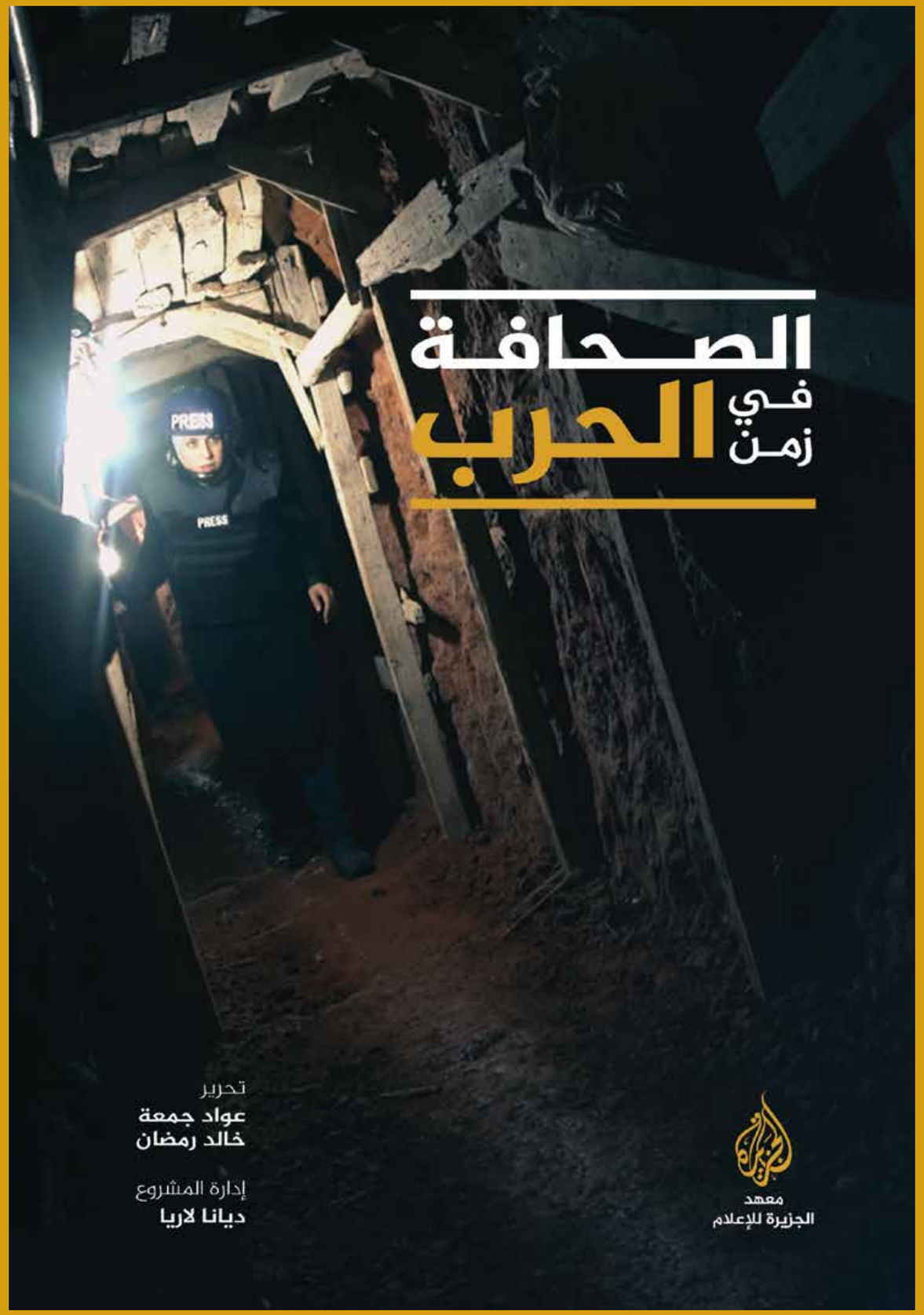
64 صحافة كمبوديا.. مولود غير مكتمل النمو
رميساء خلابي

72 «مدينة المصورين».. صورُ تلاحق القَتَلة
غدير بسام أبو سنينة

78 الصورة في عصرها الذهبي
جمال الصعيدي

إصدار جديد لمعهد الجزيرة للإعلام

غبار الحروب يحجب الحقيقة في كثير من الأحيان. وفي فوضى الحروب تقترف الانتهاكات بحق الصحفيين الذين يخاطرون بأرواحهم لنقل ما يجري على الأرض. في هذا الكتاب يحاول مجموعة من المؤلفين تسليط الضوء على الممارسات المهنية أثناء التغطية في مناطق الحروب والنزاعات من خلال تجارب صحفيين خاصة في المنطقة العربية. ويتناول الكتاب أيضا مواضيع الإعلام الرقمي والمواطن الصحفي إضافة إلى الجوانب القانونية تتعلق بالسلامة المهنية وحقوق الصحفيين في مثل هذه الظروف.



كتّاب المجلة

معاذ العامودي

صحفي من غزة، باحث في سلك الدكتوراة في العلاقات الدولية، عمل محاضراً سابقاً للإعلام السياسي في جامعة فلسطين، ومراسلاً للمونيتور الأميركي.

أحمد حاج حمدو

صحفي استقصائي سوري، خريج كلية الإعلام بجامعة دمشق، حائز على جائزة أفضل تحقيق استقصائي عربي لعام 2014 ضمن مسابقة «شبكة أريج»..

لمياء المقدم

معدَّة برامج إذاعية تونسية. قدمت برامج حوارية مشتركة بين إذاعة هولندا وإذاعة ميدي 1 الدولية، وبين إذاعة هولندا وراديو مصر.

طارق عمرو

متخصص في مجال الذكاء الصناعي وتعلم الآلة. مهتم بتأثير التكنولجيا على الإعلام.

عدنان الشواشي

مراسل صحفي ومنتج للعديد من وسائل الإعلام الأجنبية من تونس، كقناة الصين الدولية الناطقة بالإنجليزية. مذيع بإذاعة تونس الدولية.

فرح الزمان شوقي

صحفية فلسطينية متخصصة بالشأن الإيراني، تعمل حاليا مراسلة لموقع وصحيفة العربي الجديد من طهران.

جمال الصعيدي

مصور صحفي لبناني. عمل في عدد من الصحف اللبنانية المحلية ثم الأستوشييتد برس فوكالة رويترز.

إسماعيل عزام

صحفي مغربي. من أوائل المدوّنين المغاربة، كتب في عدة مواقع منها هسبريس وشبكة الصحفيين الدوليين.

عميد شحادة

مراسل تلفزيوني في قسم القصص الصحفية والإنسانية في وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية «وفا».

سمية اليعقوبي

صحفية وباحثة في دراسات الصحافة، وواحدة من مؤسسي الصحافة الإلكترونية في سلطنة عمان.

فيكتوريوس بيان شمس

صحفي سوري. درس العلوم السياسية والإدارية في الجامعة اللبنانية، كاتب في عدّة صحف ومجلات ومواقع سورية وعربية.

رميساء خلابي

صحفية مغربية. كاتبة ومترجمة وناشطة نسوية. تقيم حاليا في جنوب شرق آسيا.

غدير بسام أبو سنينة

صحفية ومترجمة، كاتبة مهتمة بشؤون أميركا اللاتينية.

أكلة اللحوم الرقمية

وصف أحدهم الجيل الشاب المنكب على استخدام أجهزة الهواتف الذكية بأنهم «أكلة اللحوم الرقمية»، وهو وصف لا يبتعد عن الواقع الذي بتنا نرى فيه، ليس فقط الجيل الشاب، بل الأجيال الأخرى، يفترسون تلك الأجهزة.

أجهزة صغيرة تمكِّن مُستَخدمها من الحصول على المعلومات في مدة قصيرة سريعة.. لكن هل يصل المُستخدم إلى المعلومات فعليا؟ والسؤال الأهم: هل هي معلومات صحيحة؟

النقاش الدائر في الآونة الأخيرة في أوساط الصحفيين يستلزم دوما المرور بالأخبار المفبركة ووسائل التواصل الاجتماعي. وحتى أولئك الذين قاوموا بشدة تجديد المحتوى الصحفي ليناسب مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي، وجدوا أنفسهم مضطرين لإيجاد وسائل تكافح انتشار الأخبار الزائفة على تلك المواقع، وبالتالي التواجد في أرضها.

فضاء رقمي أحاط الجميع، ومن بينهم الصحفيون الذين بدأ الارتباك يصيب معظمهم لزخم الابتكارات الحديثة التي لا يملك الصحفي الإلمام بها كاملة، ولا يسعه في الوقت نفسه غض الطرف عنها.

وفي هذا العدد، طرقنا مواضيع عدة ليس فقط لإبراز الابتكارات والتجارب الجديدة، بل للوقوف أيضا على تفاصيل استخدامها وأهميتها، بهدف إشراك الصحفيين بكل جديد. وحتى تاريخ صدور العدد، لا بد أن يكون هناك ابتكار جديد لم تكن المجلة قد وقفت عنده، سواء في نسختها الرقمية أو الورقية، فافتراس التقنيات الجديدة ماض على قدم وساق، و«أكلة اللحوم الرقمية» في تكاثُر.

فريق المجلة

مجلة الصحافة

العدد (7) I السنة الثانية I خريف 2017
مجلة فصلية تصدر عن
معهد الجزيرة للإعلام
شبكة الجزيرة الإعلامية

المشرف العام
منير الدائمي

رئيس التحرير
منتصر مرعي

سكرتير التحرير
غدير أبو سنينة

مراجعة لغوية
الفضيل بن السعيد

تصميم
إدارة الإبداع في شبكة الجزيرة الإعلامية

الغلاف
باول كوزنسكي

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

صحافة الفيديو.. جمهور رقمي بعيون ماسحة

معاذ العامودي

لعل سبب تفضيل الناس للفيديو على النص أن عين المستخدم أصبحت ماسحة وليست قارئة في عصر السرعة، وخضعت كثير من المؤسسات غير الرسمية لمطالب «السكنر آيز» الجديدة.

اضطرت وسائل الإعلام البريطانية لاستخدام الصور التي التقطتها عدسات مواطنين عاديين خلال تفجيرات لندن 2005 - رويترز

نقلت تفجيرات لندن في يوليو 2005 الصحافة والإعلام إلى عالم جديد، حيث لم يستطع الصحفيون الوصول إلى صورة الأحداث في المترو تحت الأرض وفوقها، لكن المواطنين كانوا أسرع إذ رصدت كاميرات الجوال مئات الصور ومقاطع الفيديو التي التقطت من أناس ليسوا محترفي تصوير أو صحفيين. وأمام شح الصورة الاحترافية اضطرت وسائل الإعلام والصحف بشتى أنواعها أن تتعامل مع صورة المواطن ومعلوماته الأولية لننتقل إلى عصر «صحافة المواطن».

انتبهت قناة "بي.بي.سي" إلى هذا التغير فاتجهت إلى صحافة الجماهير وبدأت تفعيل البرامج التي تدعم مشاركة الجماهير للفيديوهات التي يشاركونها مع أصحابها لتكون القناة وجهتهم الجديدة.

وأتاح انتقال العالم من الشبكة العنكبوتية الأولى "wep1" إلى الشبكة العنكبوتية "wep2"، أي انتقال الجمهور من مستقبلين إلى مرسلين؛ كماً هائلاً من المعرفة والفيديو، تاه معه الجمهور نفسه، في تفضيلات الانتقاء بين مقاطع الفيديو.

بحثت كثيراً للوصول إلى أسباب تفضيل الناس للفيديو على النص، والفيديو الصغير على حساب الكبير، ولماذا الوقت هو العامل الأكثر أهمية للجمهور، وليس الجودة والوضوح ولا المحتوى؟

لكني لم أكن الوحيد الذي أصيب بحيرة الفيديو والنص. انظر كيف انتقل مُلاك الصحف والجرائد المطبوعة إلى المواقع الإلكترونية، ولم تكتف بنقل أخبارها المكتوبة في الجرائد عبر مواقع التواصل الاجتماعي فحسب، بل أنشأت أقساما خاصة لصناعة الفيديو والمحتوى، ومراقبة نشر المقاطع ومتابعتها، مثل جريدة "الغد" الأردنية التي باتت تقدم برامج فيديو خاصة على صفحتها الإلكترونية تتضمن إرشادات صحية أو غرائب كتجربة جديدة تخوضها الصحف لتواكب رغبة الجماهير.

ولعل سبب تفضيل الناس للفيديو على النص أن عين المستخدم أصبحت ماسحة وليست قارئة في عصر السرعة، وخضعت كثير من المؤسسات غير الرسمية لمطالب «السكنر آيز» الجديدة، وأصبح يروق لصانعي الفيديو أن ينقلوا الفيديو إلى المشاهد فوراً وبشكل سريع، فقد يروق المشاهد متابعة تقرير صغير عن فتيات الريف الروسي وهن يصنعن ثوباً تقليدياً للعروس، أو عن طريقة صناعة آلة عزف العود في المغرب العربي في أسرع وقت.. ألا تلاحظ أن الهواتف النقالة تحدّث من إمكانيات التسريع لالتقاط الفيديو LAPS- ETIME؟

تياران في المواجهة

على كل حال هناك تياران اتفقا على ضرورة الإثارة في الفيديو واختلفا على الوقت والمعلومة، فقد أكد التيار الأول أن المعلومة هي ما يبحث عنه الجمهور، فصنع فيديو تصل مدته حتى 7 دقائق كما في موقع «ميدان» التابع للجزيرة، الذي وصلت مدة الفيديوهات فيه من 5-7 دقائق معتمداً على المعلومة التي يقدمها من خلال الصورة، وقد لاقى عدداً كبيراً من المشاهدات وصلت حتى نصف مليون مشاهدة للمقطع الواحد.

شخصيا أجدني منجذبا لهذا النوع من مقاطع الفيديو حتى تلك التي تبلغ مدتها 15 دقيقة، ذلك لأنني بحاجة إلى تفسير المعلومة والوقوف على مصادرها وتحليلاتها. صحيح أن وقتها طويل نسبيا، لكنه أقصر من الفترة التي سأقضيها وأنا أبحث عن المصادر وتحليل الخبر.

غير أن التيار الثاني يرى أن الوقت مقدم على حساب المعلومة، نتيجة انشغال الناس وحجم المعلومات الكبير المتدفق من خلال الفيديو. ويوافق هذا الرأي إبراهيم صايمة خبير صناعة الفيديو حيث يقول «الفيديوهات الأكثر مشاهدة بالكامل هي التي لا تتجاوز الدقيقة، دقيقة واحدة فقط يجب أن تجمع بين المعلومة والإثارة والسرعة».

ويضيف صايمة: «الوقت أول ما ينظر إليه عموم الجماهير.. أكثر المقاطع إقبالاً أقلها وقتاً، وأكثرها متابعة التي لا تتجاوز الدقيقة، والهدف أن يبقى المشاهد متعطشا، فلا يشبع».

ويرى أيضاً نموذج aj+ التابع للجزيرة الذي يعتمد الفيديو القصير من خلال محتوى المعلومة والإثارة بما لا يتجاوز الدقيقتين. فمثلا مقطع صغير مدته دقيقة وخمس ثواني فقط أنتجته AJ+ عن حلاق إسباني يستخدم السيوف

شباب من فلسطين في مقهى إنترنت يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي التي حملت منصاتها الوسائل الإعلامية على إنتاج مقاطع فيديو تناسبها. تصوير: توماس إيمو - غيتي

والنار لتنفيذ أحدث قصات الشعر المثيرة للانتباه، حصد مشاهدات لم تكن متوقعة.

الوقت أولا

صانع ومحرر محتوى الفيديو في جريدة «ديلي صباح» التركية أحمد إسماعيل؛ من المنتمين إلى تيار الوقت على حساب المعلومة، يقول إن «الجيل الجديد لا يفضل الانتظار طويلا للحصول على المعلومات، ولا يحب استخلاصها أو البحث للوصول إلى نتائج مبنية على تحليلات معمَّقة، ولا يفضل قراءة ما حدث أو يحدث، بل السماع إليه ومشاهدته بعينه وبأسرع وقت ممكن».

ولأن الاستخدام الأكبر للشبكة العنكبوتية في العالم من خلال الهاتف المحمول، فلا يزال يوتيوب من أبرز المواقع الأكثر استخداماً في العالم، مما يدل على أهمية الفيديو. لكن لك أن تتخيل تأخر الفيديو أو الصورة عن التحميل لثوان معدودة عبر وسائل التواصل الاجتماعي في الهواتف المحمولة، مباشرة سينتقل المستخدم إلى مقطع آخر أسرع في التحميل.. وهذا تحدٍّ آخر تواجهه الفيديوهات لتحوز أكبر نسبة مشاهدة.

العالم في جيب الجمهور

يفسر المختص في رصد متابعي الفيديو القصير نفسيا واجتماعياً إسماعيل أبو شميس ظاهرة الاهتمام بـ«الوقت أولاً» بقوله إن «العالم ملخص في جيب الجمهور، فالهاتف معه في وسائل النقل، في العمل، في الشارع، في الساحات والمتنزهات، لذلك عدم التركيز الكامل يدفعه للمقاطع الصغيرة على حساب الكبيرة، حيث ينتقل مباشرة عن المقاطع التي تتجاوز 7 دقائق لأن المكان لا يوفر أجواء مناسبة للتركيز».

مكّنت التقنيات الحديثة المستخدمين من تجاوز الإعلام الرسمي إلى ما وراءه، وتحول معها الصحفي القادر على تقديم المعلومة أو الإثارة بأسرع وقت مصحوبة بالصورة إلى شخصية مؤثرة مشهورة في المجتمع. أبعد من ذلك، فقد منحت لشخصيات شبابية من خارج ميدان الصحافة مساحة للتعبير عن رؤيتهم في الأحداث الجارية، في عالم محدد ضمن مواقع التواصل الاجتماعي كالإنستغرام وتويتر وفيسبوك ويوتيوب.

تقطير الفيديو

من خلال الانتقال بين جمهوري المحتوى والوقت، كان لا بد من تقطير الفيديو بما يتناسب مع ساعات ركوب الحافلات، أو مع «البريك» داخل العمل، أو مع قصاصات الوقت داخل الاجتماعات المملة، كل ذلك جعله يقدَّم قصيراً. لكن من خلال تجوالي بين الناس في المطارات والأماكن العامة، وملاحظة ما يتابعون من فيديو، وجدت أن كثيراً منهم يتابعون الفيديو الصامت، ثم تساءلت: هل نحن بحاجة أيضاً لتقطير النص وتركيبه على الفيديو؟

نعم، لم تحرم الكتابة على الصورة الجمهور من معرفة القصة دون إزعاج الناس، ودون الحاجة إلى سماعات الأذن، وقد تتطور هذه الطريقة لإرشاد الناس في المطارات والمحلات التجارية والأماكن العامة دون الحاجة إلى سماع الصوت ومنعاً للإزعاج مستقبلاً، وهذا يساعد في انتشار أوسع حسب منهجية «العين الماسحة» في الفيديو.

ولعل التنافسية في التطبيقات بين فيسبوك وتويتر وإنستغرام وواتساب ويوتيوب، جعلت المستخدم يحاول المرور على كل المنصات بأسرع وقت ممكن، ولا يستطيع أن يمضي وقتاً طويلاً على منصة ويتجاهل المنصات الثانية، والجماهير تبحث عن الاختصار في الوقت على حساب المتعة أو المعرفة، وفق تجربة المختص في متابعة وتحرير الفيديو السياسي محمد منصور من غزة، مما يجعله بحاجة إلى التقطير سواء على صعيد الفيديو أو النص أو حتى التعليق.

ولكن ماذا عن خبراء إعداد البرامج الوثائقية أو صانعي الأفلام الوثائقية الطويلة، الذين يقدمون قصصاً شيقة ومعلومات قوية تغني عن كثير من الكتب، وتمنح الجمهور نقلة نوعية في تكوين المعرفة والثقافة البصرية؟ ربما سيجدر بهم التفكير مطولا لجمع المعلومة والفانتازيا في أعمالهم لضمان المتابعة.

ما مصير الصحف التي تعتمد على «النص» في زمن «مقاطع الفيديو»؟ الصورة من جريدة الخبر الجزائرية التي انتقلت -كغيرها من الصحف- للإعلام الرقمي. تصوير: زهرة بنسمرا - رويترز.

رجل يتابع البث المباشر لأحد مرشحي الانتخابات الرئاسية الفرنسية الماضية على موقع اليوتيوب، أحد المواقع الأكثر استخداماً في العالم. تصوير: ألين جوكارد - غيتي.

إنقاذ الصحافة الورقية بالأخبار المدفوعة

أحمد حاج حمدو

ثمة عوامل تحرّض على البدء الفعلي في التجربة المدفوعة عربياً، ولاسيما مع التدفّق غير المنطقي للأخبار المغلوطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي فتحت الباب أمام أي شخص ليخاطب الجمهور.

ضحكَ زميل لي في المهنة بل واصل الضحك لدقائق، عندما كنّا نخوض نقاشاً حول واقع الإعلام الرقمي في العالم العربي.. كنت قد أخبرتُه أن القارئ العربي سيجد نفسه يوماً ما مضطرّاً لدفع الأموال للحصول على معلومات دقيقة واستهلاك أشكال إعلامية متطوّرة.

لم أجتمع مع هذا الزميل كثيراً بعد هذا الحوار الذي دار عام 2014، لكن ثمّة رغبة كبيرة في إعادة خوض هذا النقاش معه مجدّدًا اليوم، لأن الأمور تغيّرت كثيراً في هذه السنوات الثلاث، كما ستتغير أكثر في السنوات المقبلة، وقد تتحوّل وسائل الإعلام في العالم العربي من الاستثمار الإعلامي في الإعلانات إلى الاستثمار في الاشتراكات من الجمهور، في مواكبة للتجربة الإعلامية الغربية.

دخلت الألفية الثانية، ودخلت معها الهواتف النقّالة، لتُصبح تدريجياً في حوزة الجميع، الصغير منهم قبل الكبير، على الرغم من إمكانياتها المحدودة حينها، والمُتمثّلة في الاتصال اللاسلكي وإرسال الرسائل فقط.. في ذلك الوقت كانت شركات الاتصال تقدّم خدمات إخبارية مدفوعة عبر عقد اتفاقيات مع وسائل الإعلام، كما كانت الوكالات المحلية تفتح باب الاشتراك في خدمة الأخبار عبر الرسائل النصّية، محاولةً تسهيل المهمّة على القرّاء في المكوث أمام التلفاز والبحث عن الأخبار.

وبعد ظهور الهواتف الذكية ومواقع التواصل الاجتماعي وخدمات الأخبار عبر الإنترنت، لم تعد الخدمة المدفوعة مجدية كثيراً، إذ إن أي شخص

بات بإمكانه الولوج إلى الأخبار عبر الإنترنت مجّانا دون أي اشتراك. غير أن عدة عوامل وتطورات حدثت اليوم، أدت إلى تهيئة بيئة مجدّدة للخدمات المدفوعة، ولكن بحلّة جديدة، تختلف عما كانت عليه سابقاً. ثمة عوامل تحرّض على البدء الفعلي في التجربة المدفوعة عربياً، ولاسيما مع التدفّق غير المنطقي للأخبار المغلوطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي فتحت الباب أمام أي شخص ليخاطب الجمهور.

الشائعات تدفع نحو الخدمات المدفوعة

"هذا الخبر ملفّق.. أنتم كاذبون وتحاولون اختلاق أخبار لتحصلوا على مزيد من المشتركين في صفحتكم".. قد لا يبدو أمراً غريباً أن تجد أمثال هذا التعليق على منشورات إخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خصوصا الأزرقيْن: الغامق «فيسبوك»، والفاتح «تويتر».

إنّها مُعادلة سهلة الحل، فبكل بساطة يُمكن القول إن ناشر الخبر شخص عادي، ليس معروفاً بالضبط مدى كفاءته العلمية على نشر الأخبار الصادقة والصحيحة، وقدرته على تدقيقها والتحقّق منها.. هذا مع افتراض حسن نيّته وأنه يريد نشر خبرٍ صحيح، فماذا لو كان يتعمّد بثّ أخبار من مخيّلته؟ الواقع يقول إن الشائعات

بعد ظهور الهواتف الذكية، أصبح بإمكان أي شخص الولوج إلى الأخبار عبر الإنترنت بشكلٍ مجّاني دون اشتراك، تصوير: كيرستين مير - غيتي.

والأخبار الملفّقة أو غير الدقيقة على أقل تقدير باتت أمراً روتينياً متاحاً أمام الجمهور، وأصبح المتلقّي أمام سيل كبير من تدفّق الأخبار والمعلومات، بعضها صحيح وآخر لا أساس له من الحقيقة. غير أن النقطة المهمّة هنا، أن هذا المُتلقّي لن يستطيع حتماً تمييز تلك الأخبار الحقيقية من الزائفة، وإن كان يستطيع فإنه بحاجة حتّى لو اضطر لشراء تعبه في الجري بين الشائعات بدفع اشتراك شهري يُسهّل عليه عناء البحث.. أهلاً بكم في زمن الإعلامي الرقمي المدفوع، الذي على الرغم من تجاربه الخجولة في العالم العربي مقابل التجربة الغربية، فإن كل المعطيات تُشير إلى أن الجمهور سيكون مضطراً يوماً ما للولوج إلى المواقع ما لأنّها لا تسمح بالدخول المجّاني إليها، في حين أن 17٪ يدفعون الاشتراكات للوسيلة لأنّهم يحصلون على معلومات متخصّصة، وبرّر 17٪ آخرون سبب الدفع بأنّهم يحصلون على معلومات لا يصل إليها معظم الناس، بينما رأى 16٪ أنهم دفعوا مقابل اشتراكات لوسائل إعلام لأنّهم يحصلون على فوائد أخرى غير الوصول

الصحافة الورقية أمام تحدٍّ حقيقي يتمثّل في المقاومة من أجل البقاء. تصوير جمال الصعيدي- رويترز.

إلى إهدار نصف يومه لمقاطعة الأنباء والبحث عن الخبر ذاته من مصادر أخرى، لكن هذا الأمر ليس من مهمّة المتلقّي الذي يبحث عن «وجبة طعام مطبوخة وجاهزة ليتناولها». وكما كان متوقّعاً، فإن هذا السيل الجارف من الشائعات سيجعل صبر الجمهور ينفد، ويُضطر للبحث عن مصدر واحد موثوق ليحصل منه على معلومة لا يُتعب نفسه في التشكيك بصدقيتها، المدفوعة بحثاً عن راحة من عناء الإبحار في الشائعات. وفي هذا الصدد نشر ريتشارد فليتشر تحليلاً إعلاميّاً معمّقاً في «رويترز»، اشتمل على مقابلات مع 70 ألف شخص من 36 بلداً، حول الأسباب التي تدفع الناس لدفع الأموال مقابل الأخبار.

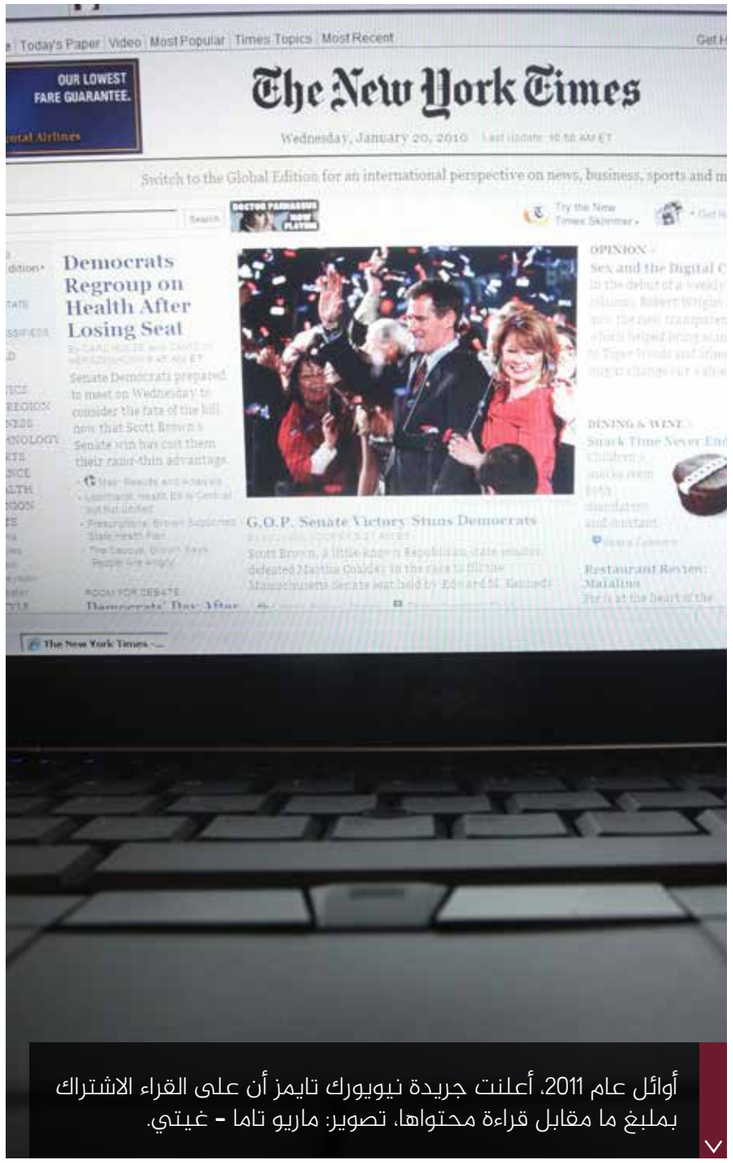
وجاءت نتيجة البحث على العينة المذكورة أن 17٪ يدفعون الأموال لوسيلة إعلامية إلى الأخبار. أما السبب الذي دفع 16٪ آخرين للاشتراك، هو أن الاشتراك بدون الاتصال بالشبكة، أي عبر الرسائل النصية، أرخص من الاشتراك بخدمة الإنترنت. واعتبر ناشر التحليل أنه من الضروري أن تكون رسالة ناشري المحتوى الرقمي المدفوع واضحة، وأنّ عليهم التأكّد من عدّة نقاط، وهي «عرض المحتوى بسرعة، تكيّف المحتوى مع شكل العرض على شاشة الهاتف الصغيرة،

التصميم اللائق، وأخيراً اختبار معظم أسعار المحتوى المدفوع على الإنترنت لمعرفة أيّ منها تقدّم نتيجة أفضل».

تجربة عربية فريدة

شرعت صحيفة «النهار» اللبنانية في دخول تلك «المغامرة» الصحفية لتكون أولى الصحف العربية التي قرّرت تخصيص مواد من محتواها الإلكتروني بشكل مدفوع. وبدأت الصحيفة الأعرق في لبنان تجربتها في الخدمات الصحفية المدفوعة منذ منتصف أبريل/نيسان الماضي، على الرغم من التحذيرات بصعوبة إقناع القرّاء باستهلاك محتوى إلكتروني مدفوع، سيما أنّ المُتلقّي يواجه تدفّقاً كبيراً من الخدمات الإخبارية المجّانية. غير أن هذه التحذيرات تخفّف من وقعها المسؤولة في الموقع الإلكتروني «للنهار» ديانا سكيني، إذ تقول: «كون النهار تستند إلى عراقة وصدقية اسمها، فإنّها تعتمد المهنية قبل وبعد تفعيل الخدمات المدفوعة".

وأضافت لمجلة «الصحافة» أنّ أحد العوامل الأساسية التي تدفع الجمهور لتسديد اشتراك رقمي هو الكم الكبير من الشائعات في الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي وانتشار المواقع الإلكترونية غير ذات الصدقية. ولكنها استطردت أن هذا السبب ليس الوحيد، إذ إنّ هناك عوامل أخرى مثل حاجة الجمهور إلى المحتوى الإعلامي النوعي، وأن يكون شريكاً مع الصحيفة. وأوضحت سكيني أن الصحافة الورقية في معظم أنحاء العالم عانت من أزمات مالية، لذلك فهي أمام تحدٍّ حقيقي يتمثّل في المقاومة من أجل البقاء، مشيرة إلى أن موقع «النهار» يلبّي اتجاه الجمهور الباحث عن مواد الديجيتال والملتيميديا، لذلك فإن الصحيفة استثمرت هذا المحتوى لتبقى مؤسّسة مُنتجة قادرة على تقديم محتوى مهني من جهة، وتستمر في تأمين نفقاتها ذاتياً من جهةٍ أخرى، ولم يكن هناك طريقة لتحقيق هذه الغاية سوى مواكبة التجربة العالمية وتفعيل الخدمات المدفوعة.



أوائل عام 2011، أعلنت جريدة نيويورك تايمز أن على القراء الاشتراك بمبلغ ما مقابل قراءة محتواها، تصوير: ماريو تاما - غيتي.

وكغيره في معظم أقطار العالم العربي، فإن الريع السياسي والحزبي في لبنان هو السائد وينعكس أيضاً على وسائل الإعلام، وعليه فإن وسائل الإعلام التي تتلقّى تمويلاً من القوى السياسية التي تقف خلفها ليست بحاجة إلى تفعيل خدمات مدفوعة، ولا تنتظر سوق الإعلانات ولا تُعنى بالاستثمار التجاري في الإعلام، وفقاً لما تشير إليه سكيني، ثم تضيف: «نحن في النهار كمؤسسة مستقلة تجاوزنا المنطق الريعي، وقرّرنا أن نكون مؤسّسة تموّل نفسها ذاتياً، ويكون مُنتجها الخبر الصادق وتقديم الملتيميديا والإنفوغراف وأشكال الإعلام المختلفة بعيداً عن الجمود والتيار الكلاسيكي».

وتظهر في موقع «النهار» كلمة «بريميوم» بمجرد الدخول إلى الصفحة الرئيسية، وعند الضغط على الأيقونة يظهر المحتوى الإعلامي المدفوع، حيث تتقاضى الصحيفة ستة دولارات عن الاشتراك الشهري، مع إتاحة الاشتراك مقابل دولار واحد في الشهر الأول كنوع من تشجيع القرّاء على الاشتراك، في حين تبلغ قيمة الاشتراك السنوي 60 دولاراً. وتصف سكيني تجربة «النهار» بأنها «مبشّرة»، إذ «منذ اليوم الأول لتفعيل الاشتراكات تلقّت الصحيفة موجة كبيرة من الاتصالات تسأل عن كيفية الاشتراك، وبالأخص من الجمهور المُعتاد على قراءة النهار». لكنها لا تنكر وجود تحدّيات كبيرة مثل حاجة الصحيفة إلى بذل جهد أكبر من أجل مخاطبة جميع الشرائح لتقنع جماهير المواقع المجّانية بالاشتراك، وأكّدت أن الشريحة التي هرعت مباشرةً للاشتراك هي شريحة قرّاء النسخة الورقية من الصحيفة.

وتُشير إلى أنّه من الطرق التي تحث الجمهور على الاقتناع بالخدمة الإعلامية المدفوعة، خلق علاقة شخصية معه وجعله شريكاً في المحتوى، وليس قارئًا عاديًا وحسب. أمّا عن خلاصات هذه التجربة، فتعتبر سكيني أنه من المبكّر الحديث عن مخرجاتها لكونها تجربة ناشئة، ولا يمكن حالياً الحديث عن خلاصات نهائية، لافتةً إلى أن تقييم تفاعل الجمهور مع الخدمات المدفوعة يحتاج إلى عدّة سنوات حتّى يتبلور.

وحثّت الصحفَ العربية أوّلا على الاجتهاد في تقديم محتوى مهني، ومواكبة الأنواع الصحفية الحديثة، ثم الاتجاه بعدها نحو تفعيل الدفع الإلكتروني كحلٍّ أفضل من الاستسلام أمام الإغلاق.

وبناءً على تجربة «النهار»، تقترح سكيني القيام بحملات مكثّفة حول ثقافة الدفع الإلكتروني الآمن، لكون معظم المستهلكين في العالم العربي لا يثقون بالدفع الإلكتروني، مشيرةً إلى أنّ بقيّة الصحف في لبنان لو انتهجت النهج ذاته وفعّلت خدمات إعلامية مدفوعة، فسيحصل نوع من التعاون بين وسائل الإعلام، مما يؤدّي إلى تعزيز ثقافة الدفع الإلكتروني مقابل الحصول على الأخبار بين الجمهور. وختمت: «بنينا الأساسات ووضعنا خططا تحريرية من أجل إنجاح التجربة المدفوعة، إذ لا يُمكن تخيّل لبنان بدون الصحافة الحرّة وبدون صحيفة النهار انطلاقاً من إرثها التاريخي».. وتضيف «نؤمن بأنَّ الصحافة لا تموت لأنَّ هناك قرّاء في كل مكان يبحثون عن معلومة صادقة".

وأوضحت أن «النهار» تفرد جزءا كبيرا من أخبارها لتغطية القضايا العربية وليس اللبنانية فقط، لذلك تدعو القارئ العربي لأن يكون شريكاً في هذه التجربة الفريدة.

ماذا على وسائل الإعلام أن تفعل؟

بالتأكيد فإن الصحيفة التي تعتمد اشتراكاً مدفوعاً مقابل خدماتها، هي صحيفة مستقلّة ولا تتلقّى تمويلاً سياسياً، وهي نقطة تُحسب لها، ولكن لا بد لهذه الوسيلة دائماً أن تسأل نفسها «ما المحتوى الفريد الذي سأقدّمه وأدفع به جماهير الوسائل المجّانية إلى دفع الاشتراك؟». وفي هذا السياق، يضع المخضرمون في المهنة عدّة معايير يأتي على رأسها ضرورة أن تقدّم أخباراً في منتهى الصدقية، لأن أحد الأسباب الرئيسية لاشتراك الجمهور فيها هو الهروب من الشائعات، إضافةً إلى تقديم أنواع إعلامية غير تقليدية كالإنفوغراف والملخّصات والقصص غير العادية التي تظهر بصمة المؤسسة الإعلامية وخصوصيتها في الطرح، بينما إذا أرادت تداول الأخبار المنقولة فلا بد أن تتيحها بشكلٍ مجّاني وتقيّد محتواها الخاص بشكلٍ مدفوع. وأخيراً ينصح أهلُ المهنة بضرورة تقديم المحتوى المرئي (الملتيميديا) والمحتوى المتطوّر عنها (كروس ميديا).

صحيفة «النهار» اللبنانية هي أولى الصحف العربية التي قرّرت تخصيص مواد من محتواها الإلكتروني بشكلٍ مدفوع. تصوير: محمد أزاكير - رويترز.

الإذاعات وتأقلمها مع المستمع الوافد

لمياء المقدم

يستوجب نجاح البرامج الإذاعية الوصول إلى فئات جديدة، والتخلي عن فكرة المستمع الوفي واستبدالها بفكرة المستمع الوافد الذي يتطلب وجوده التعديل والتأقلم المستمر، وأحيانا الانقلاب التام على الأنماط التقليدية.

هل تمكنت إذاعة بي بي سي البريطانية العريقة، من مواكبة زمن السوشيال ميديا؟ -غيتي.

لم يعد خافيا على أحد أهمية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للإذاعات المحلية وغير المحلية، لكن واقع الأمر يشير إلى أن السوشيال ميديا لا تزال تستعمل بشكل خاطئ من قبل أغلب محطات الراديو، والسبب في ذلك يعود إما لأنها تعتقد أن فيسبوك وتويتر هما منفذا التواصل الوحيدان، أو لأنها تتعامل مع هذه المواقع بمعزل عن المحتوى الذي تقدمه، في حين أن المطلوب هو أن يكون هناك خط رابط بين ما تقدمه على الهواء وما تقدمه على صفحات التواصل الاجتماعي، وهو ما يستوجب وجود استراتيجية تسويق للمحتوى.

في 12 مايو/أيار 2015 نشرت هيئة الإذاعة البريطانية (بي. بي.سي) على حسابها على تويتر صورة لبسكويت مدهون بالشوكولاته، مع سؤال تحته يقول «أخبرنا ما هو بسكوتك المفضل؟». وكان واضحا أن القائمين على سياسة ترويج المحتوى الخاص بالإذاعة كانوا يرغبون في توسيع دائرة التفاعل مع متابعيهم عبر اختيار مواضيع بسيطة، وأسئلة قريبة منهم، على غرار سؤال: الطقس اليوم في لندن ممطر وبارد، كيف هو الطقس لديكم؟»، وهو السؤال الذي يتفاعل معه عدد كبير من متابعي الإذاعات الدولية. لكن تجربة البسكويت فشلت بقوة، بل وجلبت انتقادات لا حصر لها للإذاعة العريقة. والحقيقة أن تعديلا بسيطا على هذا السؤال كان سيجعله ناجحا على الأرجح، وهو: «سنتحدث في برنامج صباح الخير اليوم على إذاعة البي.بي.سي عن أنواع البسكويت: هلا أخبرتنا ما هو بسكوتك المفضل؟

وضع استراتيجية للمحتوى

استعمال السوشيال ميديا من قبل الإذاعات، وبالأخص الإذاعات المحلية، أصبح ضرورة لا غنى عنها من أجل إيجاد «مجتمع» خاص بالإذاعة يتابع ما تقدمه ويتفاعل معه، لأن الإذاعة -كباقي المنصات الإعلامية الأخرى- لم تعد تبث في اتجاه واحد كما في السابق. استراتيجية ترويج المحتوى المسموع تهدف إلى بناء محتوى حول البرامج الإذاعية وإيجاد بلوغات، وفيديوهات وبودكاستات، وفيتشرز وغيرها، ويعتبر المحتوى المنتج على خلفية البرامج الإذاعية الركن الأساسي في سياسة الترويج هذه، ومن دونه لا يمكن أن تكون السوشيال ميديا ذات قيمة كبيرة بالنسبة للراديو.

أولى النقاط التي يجب التركيز عليها لبناء سياسة أو خطة للانتفاع من السوشيال ميديا، هي إيجاد أجوبة للأسئلة التالية:

- ما هدف الإذاعة من استعمال مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما المواقع التي يجب التركيز عليها أكثر من غيرها؟ ولماذا؟
- كيف يمكن إشراك المتابعين وتحفيزهم على الاستماع لبرامج الإذاعة؟
- ما الذي ينشر على السوشيال ميديا وما الذي لا ينشر من المواد المنتجة سمعيا؟ وكم مرة في اليوم؟ ومتى؟
- كيف يُقاس النجاح على السوشيال ميديا؟
- ما اللازم عمله إن وجدت تعليقات غير لائقة أو عند التعرض لهجوم من المستمعين؟

لماذا السوشيال ميديا؟

يعتبر هذا السؤال الأهم على الإطلاق في مرحلة بناء سياسة النشر على مواقع التواصل الاجتماعي، لأنه يحدد الأهداف والأولويات التي من بينها مثلا: توسيع عدد المستمعين للإذاعة، بناء شبكة متابعين على الإنترنت، التسويق لمحتوى الإذاعة، الزيادة في عدد المتطوعين والمانحين، نشر التوعية والتثقيف، الوصول إلى فئة مختلفة من المستمعين، جعل الإذاعة مرئية على الإنترنت، وتوسيع دائرة التفاعل بينها وبين مستمعيها.

يجب أن تكون القائمة واضحة ومتضمنة لمجموعة من الأهداف المرتبة بحسب الأولوية لضمان تحقيقها.

استراتيجية النشر

هناك قاعدة تسمى قاعدة 4-1-1 لنشر المحتوى على السوشيال ميديا، وملخصها التالي:

• أربع مواد منتقاة من مصادر مؤثرة أخرى، تلتقي مع متابعيك ومحتواك وتضمن إعادة نشرك لما ينشره الآخرون بشكل تفاعلي ينم عن متابعتك وتفاعلك مع ما يجري من حولك ويضمن حصولك على اهتمام متابعي المصدر الذي تعيد نشر مواده.

• مادة تثقيفية أو توعوية تعليمية من إنتاج إذاعتك.

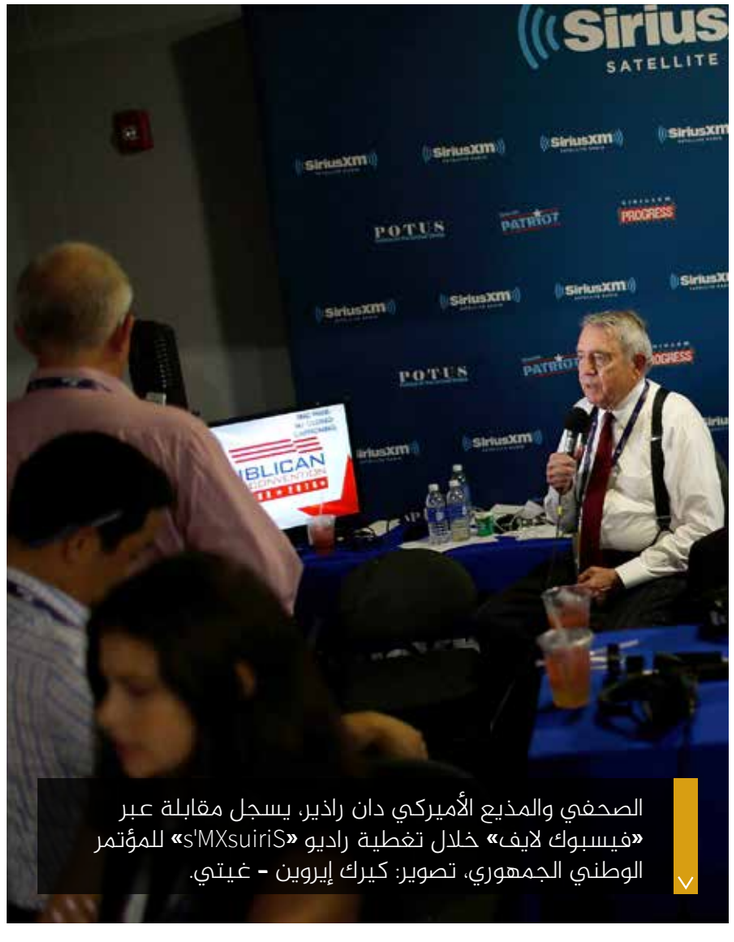
• مادة ذات طابع ترويجي تسويقي مثل بيان إعلامي أو إعلان إشهاري أو دراما ترويجية أو ما شابه. كل ست مواد تنشر على السوشيال ميديا يجب أن تكون لها علاقة بما تنتجه الإذاعة من محتوى، وعمليا فأنت تحتاج أربع مواد من مصادر مؤثرة وذات نفوذ ترتبط بعلاقة مع محتواك، وتحتاج أن تنتج مواد تعليمية تثقيفية ومواد ترويجية.

مثال تطبيقي لهذه القاعدة: إذا كنت تقدم برنامجا عن صناعة الصحافة والإعلام، فأنت تحتاج أن تتابع المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي من الإعلاميين وتعيد نشر محتواهم. مثلا تغريدة لصحفي معروف يقول: «الصحافة لعنة، هذه بعض الخطوات العملية لتتجنب الوقوع فيها حتى لا تخسر زوجتك»، يمكنك أيضا أن تعيد نشر التغريدات والتعليقات التي تتحدث عن برنامجك أو تشير إليه على نحو ما.

يمكن أن تكون المادة التثقيفية أو التعليمية التي تنشرها من إنتاجك الخاص، عن تدريب الصحفيين في مواقع الحرب، أهم المنح والجامعات، الصحافة المكتوبة والتحديات، أو أي من المواضيع التي يطرحها برنامجك.

ثم أخيرا المادة الترويجية التي تطلب فيها من متابعيك أن يقوموا بشيء من أجلك، مثلا إعادة نشر محتواك، أو اقتناء منتج من منتجاتك، أو الاشتراك في استفتاء أو مسابقة. مثال: «فاتتك حلقتنا الأخيرة عن الصحافة، لا تحزن، انقر هنا لتتابعها»، أو "هل ترغب أن تشارك معنا في الحلقة القادمة من برنامج الصحافة؟ اضغط على الرابط التالي واترك اسمك وعنوانك.. إلخ".

في مرحلة لاحقة يمكن أن تذهب خطوة أبعد في السوشيال ميديا عبر استعمال واحدة من خصائص الربط المدمج مع تويتر لنقل الرسائل أوتوماتيكيا إلى مستمعيك حول خريطة البرامج ومواعيدها أو الأغاني التي ستبثها الإذاعة.



الصحفي والمذيع الأميركي دان راذير، يسجل مقابلة عبر «فيسبوك لايف» خلال تغطية راديو «SiriusXM» للمؤتمر الوطني الجمهوري، تصوير: كيرك إيروين – غيتي.

سياسة النشر على السوشيال ميديا

فيما يلي بعض النصائح التي يمكن للإذاعات الاستفادة منها فيما يخص سياسة النشر على السوشيال ميديا:

• إعداد تقرير أسبوعي يضم أهم الملاحظات والتعليقات، وعدد إعجابات المواضيع، وأوقات التفاعل القصوى ونوعية التعليقات وأعمار المشاركين وجنسهم. تستعمل هذه التقارير لاحقا في النقاشات الداخلية لاستخلاص النتائج، ومعرفة نوع الجمهور واختياراته واهتماماته.

• معدل النشر على فيسبوك وتويتر مرتان إلى ثلاث في النهار لـ338 متابعا أو صديقا للصفحة، وهو معدل الصداقات لكل مستعمل.

• استعمال النساء للسوشيال ميديا يفوق الرجال بنسبة 30٪، ولهذا وجب أخذ هذا التفاوت بعين الاعتبار أثناء وضع سياسة النشر واختيار المواد.

• الدمج بين مختلف مواقع التواصل وعدم الاكتفاء باستعمال كل واحدة على حدة، فمثلا بينت دراسات أن وضع صور على فيسبوك من إنستغرام يزيد من حجم التفاعل بنسبة 23٪.

• والنصيحة الأهم هي أن يتفاعل مقدمو البرامج أنفسهم مع جمهورهم على

تجربة إذاعية في غزة أطلقها صحفيون شباب تناسب منصة الفيسبوك، عام 2013. تصوير: سعيد خطيب – غيتي.

تحتاج البرامج الإذاعية إلى تطوير سياسة لتسويق المحتوى على السوشيال ومعرفة احتياجات الجمهور. الصور من راديو ويب في تونس. تصوير: زهرة رمادا - رويترز.

مواقع التواصل الاجتماعي، لأن الجمهور يرغب في التواصل مع صاحب الصوت الذي يحبه ويستمع إليه، لا مع زميل له مكلف بالسوشيال ميديا. ويجب على محطات الإذاعة أن تشجع المذيعين الذين يعملون لديها على نشر برامجهم على صفحاتهم الخاصة، والتفاعل مع جمهورهم بخصوصها، وتخصيص وقت لذلك.

فيسبوك لايف:

منذ سنة تقريبا أطلق فيسبوك خدمة "فيسبوك لايف" لمزيد من التفاعل بين مستخدميه، واستفادت الإذاعات من هذه الخدمة بشكل جيد، لأنها وفرت الصورة إلى جانب الصوت، وأصبح يكفي أن تضع كاميرا في الأستوديو أو حاسوبا محمولا أمام مقدم البرنامج، حتى تتمكن من بث الحلقات مباشرة على فيسبوك. كما تمكنك هذه الخدمة من معرفة عدد المتابعين، وتوفر إمكانية التفاعل وتلقي الأسئلة.

ويمكن لهذه الخدمة أن تكون ذات فائدة كبرى للبرامج الحوارية والمناظرات، وبرامج المرأة، وكل البرامج التي يُستضاف فيها ضيوف لمناقشة قضية ما من داخل الأستوديو. فضلا عن وجود تطبيقات يمكن دمجها للتصويت والمشاركة في البرامج المباشرة، ولم يعد الأمر كما في السابق يقتصر على المداخلات الهاتفية والرسائل القصيرة فقط.

والخلاصة أن البرامج مهما بلغ نجاحها وانتشارها تحتاج إلى تطوير سياسة لتسويق المحتوى على السوشيال ميديا مبنية على معرفة دقيقة بجمهورها واحتياجاته، وعلى سلسلة من الأهداف القصيرة والطويلة المدى ترغب في بلوغها، في مقدمتها الوصول إلى فئات جديدة باستمرار، والتخلي عن فكرة المستمع الوفي واستبدالها بفكرة المستمع الوافد الذي يستوجب حضوره التعديل والتأقلم المستمر، وفي أحيان أخرى الانقلاب التام على الأنماط التقليدية.

صحافة المستقبل.. تخيّلْ شكل القارئ

طارق عمرو

على كل منتج للخبر أن يتصور شكل قارئ الصحف المستقبلي، ويدرك أن تطور التكنولوجيا السريع سيجعل تلبية احتياجات القارئ أمرا ممكنا.

رغم أن محاولات التنبؤ بمستقبل التكنولوجيا وتأثيرها على المهن المختلفة محاولات تصيب تارة وتخطئ أخرى، فإن ذلك لم يثن أحدا عن الاستمرار في التنبؤ. فبشكل ما، تلك التنبؤات هي تلخيص لأحلام البشر وتصورهم للمستقبل، وهي ما توفر للمطورين والمخترعين بيئة خصبة لاختيار مواضيع أبحاثهم. بالنسبة لي، أعتقد أن أفضل طريقة لتصور شكل الصحافة في المستقبل هي تصور شكل قارئ الصحف المستقبلي أولا.

كلمة «قارئ» ربما لا تكون دقيقة هنا، فهو أيضا مُشاهد ومُستمع، وربما يستخدم حواس أخرى في المستقبل كاللمس والتذوق، لكن لا بأس من استخدامها على أي حال. لم يعد معظم المحيطين بي دؤوبين على قراءة الصحف الصباحية كما كان الحال سابقا، فالأخبار تصلهم عبر ما ينشره صديق على الفيسبوك، أو من خلال خبر يلخصه صديق آخر في رسالة نصية على الواتساب، أو خبر يسخر منه صديق آخر من خلال صور متحركة ينشرها على تطبيق آخر لا أعرفه أنا أصلا. وبالتالي فإن الصحف بالفعل أدركت خلال العشر سنوات السابقة أنه لم يعد بوسعها نشر الأخبار على موقعها الإلكتروني وانتظار أن يأتيها القارئ هناك، فكل الصحف الآن تذهب إلى القارئ حيث يتواجد في مواقع التواصل الاجتماعي ومن خلال تطبيقات الرسائل النصية، لكن بشكل أقل حتى الآن. ورغم ذلك فإن تواجد الصحف في تلك البيئات الجديدة أيسر مما كان ممكنا في البيئات السابقة.

ربما عليّ التوضيح أكثر.. عندما ظهر التلفاز بعد الراديو، ظلت البرامج فيه محاكية لما كان مطروقا وقت الراديو، ضيوف في إستوديو ثابت وكاميرا لا تتحرك تنقل وجوههم وهم يتحدثون فقط..

احتاج الأمر وقتا ليدرك صناع البرامج في التلفزيون أن بإمكانهم استغلال ما تتيحه لهم الكاميرات من حركة. الصورة خلال تغطية قناة «سي بي أس» للانتخابات الأميركية أواسط عام 1946 - غيتي

احتاج الأمر وقتا ليدرك صناع البرامج في البيئة الجديدة أن بإمكانهم استغلال ما تتيحه لهم الكاميرات من حركة وإضاءة وبرامج ألعاب وأشياء ما كان بالإمكان تخيلها وقت الراديو.. الشيء نفسه عندما ظهرت الإنترنت وأدرك منتجو المحتوى أن من كان يُصنَّف كمتلقٍّ هو الآن مشارك يمكنه التفاعل مع المحتوى المقدم إليه.

لذلك فمن المتوقّع أن متلقي الخبر على الواتساب في المستقبل سيكون بمقدرته التحدث مع الصحيفة والاستفسار عن جزء غير واضح من الخبر لتأتيه الإجابة في لحظتها كما لو كان يتحدث مع صديق له، ناهيك عن استخدام الصحيفة للغة توائم البيئة الجديدة من صور متحركة ورسائل صوتية وغيرها. متلقي الخبر أيضا يتوقع من الصحيفة التي تتحدث إليه -مثلها مثل أي صديق حميم- أن تعرف ماهية الأخبار التي يهتم بها صديقه، وربما أسلوب الحوار الذي يفضله، فقارئ في العشرين من عمره يتوقع لغة حوار مغايرة تماما لما يتوقعها قارئ في الستين.

وبسؤال محمد سيد -وهو صحفي متخصص في مجال التكنولوجيا- حول وسائل نقل الخبر في المستقبل، لفت إلى أهمية الواقع الافتراضي الذي يوفر للمتلقي تفاعلا مباشرا مع عناصر القصة الصحفية المقدمة له.. «تفاعل الصحافة مع المتلقي -مستقبلا- يعتمد على تقنية الواقع الافتراضي

من المتوقّع أن متلقي الخبر على الواتساب في المستقبل سيكون بمقدرته التحدث مع الصحيفة والاستفسار عن جزء غير واضح من الخبر لتأتيه الإجابة في لحظتها كما لو كان يتحدث مع صديق له - غيتي.

والواقع المعزز، خصوصا مع دعم الشركات الكبرى مثل آبل وغوغل ومايكروسوفت لهذه التقنيات وتوفير أدوات وتطبيقات لإنشاء محتوى تفاعلي، حيث يمكن لتقنية الواقع الافتراضي نقل الأحداث ووجهات النظر إلى المتلقي بالإضافة إلى المشاعر المرتبطة بهذه الأحداث.. يمكن رواية القصة كاملة وليس فقط ذكر مجرد معلومات وحقائق. كما تتيح تقنية الواقع الافتراضي لمنتجي الأخبار رواية القصص الصحفية من وجهتي نظر مختلفتين مع إمكانية تعرف المتلقي عليهما، والمتلقي يمكنه -على سبيل المثال- التجول في الشارع الذي تتحدث عنه القصة، ويمكنه أيضا معرفة معلومات أكثر بالنقر على عنصر ما داخل القصة. أما عن تقنية الواقع المعزز فيمكنها نقل المتلقي إلى موقع

الحدث عبر الدمج بين الواقع الافتراضي والواقع الحقيقي».

وبسؤاله عن مدى واقعية انتشار تلك التكنولوجيات كانت إجابته أنه «تتوفر الآن العديد من نظارات الواقع الافتراضي غير المكلفة لأجهزة أندرويد وأجهزة ويندوز، وبدأت آبل مؤخرا في دعم تقنيات الواقع المعزز، أي أن المتلقي الآن لديه الاستعداد بالفعل لتلقي الأخبار بطريقة مختلفة وأفضل».

متطلبات صناع الخبر

صنّاع الخبر لهم متطلبات فرضها التطور الحالي، ويجب عليهم التفكير في تلبيتها. قديما كانت الصحف هي المتحكمة في المساحات الإعلانية لديها، تبيعها بالسعر المناسب لها من خلال وكالات إعلانية غالبا ما كانت مملوكة للصحيفة نفسها. والمعلن لم يكن بمقدوره معرفة من رأى إعلانه ومن تجاهله، ومن ثم كان بمقدور الصحيفة فرض أي سعر دون نقاش. تطور الوضع الآن، فشركات مثل غوغل وغيرها هي المتحكمة في بيع المساحات الإعلانية، والمعلن يعرف الآن بالضبط كم شخصا رأى إعلانه وكم شخصا منهم نقر عليه. كل هذا التغيير والصحف ما زالت تمتلك مواقعها الإلكترونية، فما بالك حين تكون مجبرة على الذهاب إلى القارئ من خلال اليوتيوب والواتساب أو من

تطور غوغل تحديثاتها باستمرار، وتتحكم في بيع المساحات الإعلانية. تصوير: سكوت أولسون - غيتي.

نظارات الواقع المعزز ستغير في مستقبل الصحافة. الصورة من مؤتمر عقد في مكاتب غوغل. تصوير: توم وليام - غيتي.

خلال روبوت منزلي يتحدث مع مالكيه ويقص عليهم آخر الأخبار؟!.. التفكير في وسائل جديدة للربح لم يعد رفاهية.

وسائل مبتكرة

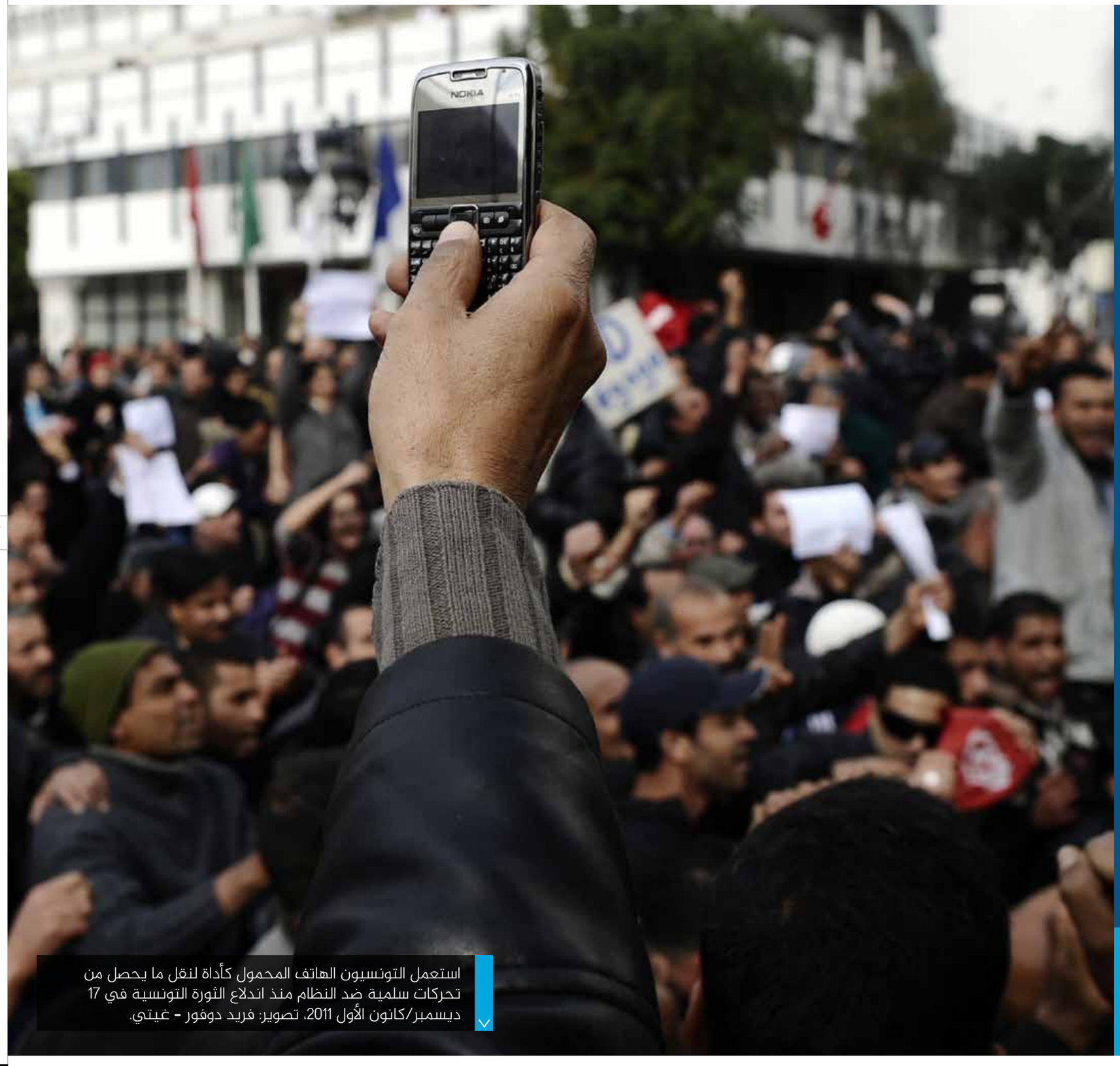
على ذكر الروبوتات المنزلية، هناك الآن بالفعل من يتلقى الأخبار من خلالها، وهناك آخر يتلقى الأخبار من خلال ساعة اليد التي يرتديها.

ومستقبلا، لربما تتلقى الأخبار من خلال نظارة طبية. ومع كل وسيلة جديدة يجب على منتج الخبر التفكير في الصيغة المناسبة لنقل الخبر في تلك البيئة، والوسيلة الأنسب لضمان وجود ريع من الربح يناسب تلك البيئة. باختصار، أنا وغيري الكثيرون نتصور متلقي الخبر في المستقبل القريب قادرا على استقباله عبر وسائل مختلفة، لكن ما يجمعها أنها كلها تعرفه وتعرف اهتماماته بدقة لتنقل له فقط ما يريده باللغة والأسلوب المناسبين، وهو ما أيده عمرو العراقي الصحفي العامل في مجال صحافة البيانات، حيث يرى أن الصحف لن يمكنها تلبية تلك الاحتياجات إلا عبر تكنولوجيا قادرة على كتابة خبر وإعادة صياغته والتحدث مع متلقي الخبر كما لو كان لكل قارئٍ صحفيٌّ إلكتروني خاص به. ورغم أن تلك التصورات تشبه الأحلام، فإن التكنولوجيا الموجودة الآن ليست بعيدة عن هذا. وبخصوص التنبؤ باهتمامات القارئ، أضاف العراقي أن هناك بالفعل تكنولوجيا قادرة على معرفة اهتمامات المتلقي بدقة واختيار المحتوى المناسب له من خلال الذكاء الصناعي، وهو ما يفعله فيسبوك وغيره حاليا. وهناك أيضا -ولكن على نطاق محدود- تكنولوجيا قادرة على كتابة أخبار بشكل آلي دون تدخل من البشر، وبالطبع هناك تطبيقات مثل آبل سيري وأمازون أليكسا قادرة على التحدث مع المستخدم وإجابة أسئلته كما لو أنها إنسان، وهي تتطور بسرعة.. ناهيك عن تكنولوجيات قادرة على فهم محتوى الصور وتلخيص ما بها في صورة نصوص كتابية، والعكس غير مستحيل أيضا: تكنولوجيا تقرأ خبرا وتعيد إنتاجه في صورة فيديو افتراضي، وهو أمر يبدو مستحيلا، لكن لا أظنه مستبعدا خلال أقل من عشر سنوات. وبالنتيجة، على كل منتج للخبر أن يتصور شكل قارئ الصحف المستقبلي، ويدرك أن تطور التكنولوجيا السريع سيجعل تلبية احتياجات القارئ أمرا ممكنا.

صحافة الهاتف المحمول بتونس.. من الحاجة إلى الاحتراف

عدنان الشواشي

تمثل صحافة الهاتف المحمول جزءا من مستقبل الإعلام في العالم، حتى إن جودة التقارير المنتجة ومقاطع الفيديو المركبة بالهاتف تضاهي جودة إنتاجات تتطلب استعمال كاميرا وحاسوب.



استعمل التونسيون الهاتف المحمول كأداة لنقل ما يحصل من تحركات سلمية ضد النظام منذ اندلاع الثورة التونسية في 17 ديسمبر/كانون الأول 2011، تصوير: فريد دوفور - غيتي.

دورة تدريبية في صحافة الهاتف المحمول بمدينة صفاقس لصحفيين من إذاعة صفاقس، إذاعة الكاف وإذاعة المنستير ومؤسسة الاذاعة التونسية.

منذ اندلاع الثورة التونسية يوم 17 ديسمبر/كانون الأول 2011، استعمل التونسيون الهاتف المحمول كأداة لنقل ما يحصل في الجهات الداخلية من تحركات سلمية ضد النظام.

كانت ردة فعل النظام عنيفة عبر قمع المحتجين وإطلاق النار على الشباب في الشوارع.

لم يكن الهاتف المحمول مجرد وسيلة للاتصال، بل أصبح قناة تصل التونسيين بالعالم وتكشف بشاعة المشهد تحت حكم نظام دكتاتوري. صوّر التونسيون الآلاف من مقاطع الفيديو بعدسات هواتفهم المحمولة ونشروها على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي. تناقلت القنوات التلفزية الدولية مقاطع الفيديو، وكشفت معاناة التونسيين وسلمية احتجاجاتهم.

الثورة سياسيا وتقنيا

مثلت الثورة التونسية منعرجا تاريخيا ونقلة نوعية في سبل نقل الأخبار والتعاطي مع المعلومة، ولم تعد التغطية الإعلامية حكرا على مؤسسات محلية تسيطر عليها السلطات، وإنما صارت ملكا للشارع. وبات من يحمل الهاتف المحمول يمتلك جزءا من الحقيقة.

وأثبتت سنة 2011 أن التقنيات الحديثة وخاصة الهاتف المحمول، بدأت تغيير العالم بسرعة.

تطورت الهواتف المحمولة خلال السنوات القليلة الماضية، ومكنت التحديثات من استعمال الهاتف للتصوير والتركيب وكذلك النشر مباشرة على المنصات المتعددة. كصحفي تونسي ومراسل للعديد من وسائل الإعلام الأجنبية، أتنقل بين المدن والقرى التونسية لنقل الأحداث وإعطاء الكلمة لمواطنين يحلمون برؤية الكاميرا.

خلال صائفة 2013، غطّيتُ وقفة احتجاجية أمام المجلس الوطني التأسيسي بالعاصمة تونس. لم يكن الحدث استثنائيا، إلا أن ردة فعل المتظاهرين الغاضبين من مواقف الإعلام من بعض القضايا، كانت عنيفة.

كنت مع مصور صحفي بصدد استجواب مواطن.. تجمع العشرات حولي ثم هاجموا فريق العمل.. حملتُ الكاميرا وحاولت حمايتها.. لم أهاجَم لشخصي وإنما لأني كنت أمثل جزءا من إعلام تونسي تحرر بعد الثورة. تلقيت اللكمات والكدمات لكي أحمي الكاميرا، ولكن المعتدين تمكنوا من تهشيمها. كانت الكاميرا الأولى التي اشتريتها، لم أكمل تسديد أقساطها ولم تعد صالحة للاستعمال.

عدت إلى مكتبي وفكرت بطريقة تساعدني على تغطية الأحداث دون أن أتعرض للخطر. اكتشفت أن استعمال الهاتف المحمول يوفر الحماية ويبعد الجماهير أثناء المظاهرات. يظن الكثيرون أن الهاتف مجرد «لعبة»، ولا يمكن أن يكون وسيلة مهنية للعمل الصحفي. بعد يوم واحد من الاعتداء، اشتريت هاتفا محمولا مجهزا بكاميرا عالية الجودة.. صرت أذهب إلى المظاهرات والتحركات الاجتماعية حاملا كاميرا في الحقيبة وهاتفا في جيبي، وكلما أحسست بخطر يتهدّدني، كنت أخفي الكاميرا وأستعمل الهاتف المحمول.

صورت المئات من مقاطع الفيديو بهاتفي، واستعملت الصور في أغلب التقارير الإخبارية التي أنتجتها لمختلف وسائل الإعلام الأجنبية. اختلطت بالمواطنين وأصبحت في أعين الكثيرين مجرد مواطن يحمل هاتفه المحمول لتخليد ذكرى حدث لا للعمل الصحفي، مع أنني كنت أعمل.

الهاتف المحمول رفيق العمل

في سنة 2015، عاشت تونس موجة من الهجمات «الإرهابية». كان الهجوم على متحف باردو يوم 18 مارس/آذار من أعنف العمليات الدموية.. انتقلت مع فريق العمل لمعاينة المكان حيث اصطفت كاميرات القنوات المحلية والدولية. قام المصورون الصحفيون بعملهم بمهنية عالية، وفي هذه الأثناء، صورت بعض مقاطع الفيديو. لم أعد إلى المكتب لتركيب (مونتاج) الصور، بل ركّبتها وحرّرتها على هاتفي المحمول. أرسلت الفيديو النهائي إلى وكالة أنباء عالمية. نشرت الوكالة الفيديو الذي بُثَّ في النشرات الأولى لعشرات القنوات مباشرة بعد ذلك الهجوم.

وصلت مقاطع الفيديو الأولى التي التقطتها وركبتها وأرسلتها بهاتفي المحمول إلى أقسام الأخبار. تأكدت يوم حصل هجوم باردو أن الهاتف المحمول أصبح رفيقا في العمل الصحفي الميداني، وانتقلتُ إلى مرحلة صحافة الهاتف المحمول.

دورة تدريبية في صحافة الهاتف المحمول بوكالة تونس أفريقيا للأنباء.

أثناء عودة من تغطية في الجهات الداخلية، توقفت لأشتري خبزا يباع على حافة الطريق. أعجبت بشجاعة وعفة الفتيات اللاتي أعددن الخبز في ظروف صعبة..

كانت إحداهن خريجة الجامعة التونسية. كأمٍّ حالُها مثل آلاف العاطلين عن العمل ولكن كانت أجرأهم، اختارت خريجة الجامعة بيع الخبز على البطالة. صورتُ تقريرا أعجب الآلاف على مواقع التواصل الاجتماعي حتى تفاعلت وسائل الإعلام المحلية والدولية مع قصة صانعة الخبز التي كانت مجهولة الهوية وأمست بطلة ومفخرة وطنية. تحولت القصة من ذكرى منسية إلى خبر بفضل صحافة المحمول.. لم أتردد في تصوير الفتاة وهي تعمل.. طلبت إذنها ثم شرعت في التصوير.. بقيت 10 دقائق في عين المكان، ثم ركبت ونشرت الفيديو خلال عودتي إلى العاصمة. نلت جائزة دولية بفضل القصة المنتجة بتقنية صحافة الهاتف المحمول.

إقبال على التدريب

كنت أقضي ساعات أصور ثم أركب مقاطع الفيديو على هاتفي، ثم فكرت في مساعدة صحفيين آخرين على نقل الخبر وخلق محتوى جديد لبوابات الويب ومنصات التواصل الاجتماعي بإمكانيات بسيطة وغير مكلفة.. شرعنا في الدورات التدريبية بمركز التدريب والدراسات الإستراتيجية بمقر الإذاعة في العاصمة تونس. كونتُ عشرات الصحفيين من الإذاعة الوطنية وإذاعة الشباب وإذاعة تونس الدولية والإذاعة الثقافية.. كانت ردود أفعال الزميلات والزملاء إيجابية على مواقع التواصل الاجتماعي، مما دفع العديد من الصحفيين للتسجيل في دورات صحافة الهاتف المحمول.

دربتُ الجيل الأول من الصحفيين في صحافة الهاتف المحمول في الجهات الداخلية بالتعاون مع عدد من الإذاعات الحكومية في تونس. كانت التجربة ناجحة على كل المستويات، وانتقلت إلى إذاعات خاصة أخرى لتكوين الصحفيين والمصورين.

تفاعل الصحفيين بعد التدريب

أتابع يوميا إنتاج الصحفيين بمختلف وسائل الإعلام التي دربت فيها. تنشر مقاطع الفيديو المنتجة بالهاتف المحمول بشكل يومي، خاصة في الجهات الداخلية والإذاعات الجهوية. بدأت منذ أسبوع في تدريب الصحفيين بإذاعة «شمس أف.أم»، وهي من الإذاعات الأكثر استماعا في تونس ومتابعة على منصات التواصل الاجتماعي. أكملت الدورة التدريبية الأولى بالإذاعة يوم 23 سبتمبر/أيلول 2017. قامت صحفية من الإذاعة بعد يومين بنشر الفيديو الأول المنتج بتقنية صحافة الهاتف المحمول على موقع الإذاعة. تنقلت الصحفية خولة السليتي إلى محطة المترو والحافلات بالعاصمة وصورت انطلاق حملة توعوية للحد من ظاهرة التحرش الجنسي في وسائل النقل العمومي. استجوبت الصحفية بهاتفها وزيرة المرأة والطفولة ومواطنين حول أهمية الحملة ضد التحرش في تونس. مكن استعمال الهاتف الصحفية من نقل الخبر في وقت وجيز، وكذلك نشر الفيديو الذي تناقلته مختلف وسائل الإعلام التونسية.

التحديات والصعوبات

تتمثل الصعوبات التي يواجهها المدرب والمتدرب في دورة صحافة الهاتف المحمول في ضعف أداء الهواتف الجوالة. أحيانا، تكون إمكانيات المؤسسة الإعلامية محدودة، فيضطر صاحبها لتوفير هواتف جوالة غير مجهزة بكاميرا عالية الجودة، أو قد يكون الهاتف عاجزا عن قبول التطبيقات الجوالة. عندما أواجه هذه المشكلة يكون ردي بسيطا بتشجيع المتدربين على تعلم التقنية واستعمال أي هاتف جوال، في انتظار توفير أجهزة أفضل. المهم أن ينتج الصحفي ويساهم في خلق محتوى لمؤسسته الإعلامية. يمثل الطلب المتزايد على الدورات التدريبية في صحافة الهاتف المحمول أمرا جيدا، ولكن يصعب تكوين المئات من الصحفيين في وقت وجيز. اخترت تكوين مكونين حتى يساهموا بدورهم في نشر صحافة الهاتف المحمول وكل التقنيات الحديثة التي من شأنها تسهيل عمل الصحفيين في تونس وحول العالم.

تطبيقات خلال دورة تدريبية لمؤسسة التلفزة التونسية.

جزء من مستقبل الإعلام

تمثل صحافة الهاتف المحمول جزءا من مستقبل الإعلام في العالم. وتمكن التحديثات الأخيرة على تطبيقات المحمول من استعمالات غير متناهية، إذ بإمكان الصحفي والمصور الصحفي أو التقني التصوير والتركيب وإضافة النص والموسيقى وتصحيح الألوان، حتى إن جودة التقارير المنتجة ومقاطع الفيديو المركبة بالهاتف تضاهي جودة إنتاجات أخرى تتطلب استعمال كاميرا وحاسوب.

ليس الهدف من استعمال صحافة الهاتف المحمول تعويض المصور الصحفي والتقنيين أو حتى طَي صفحة العمل الصحفي بالكاميرا، بل أن يعطي الهاتف المحمول للقنوات والإذاعات والمواقع الإخبارية إمكانية نقل الخبر بسرعة، مع احترام أخلاقيات العمل الصحفي التي لا تتغير مهما تطورت التكنولوجيا.

التلغرام.. تجربة إيران التفاعلية في عالم الصحافة

فرح الزمان شوقي

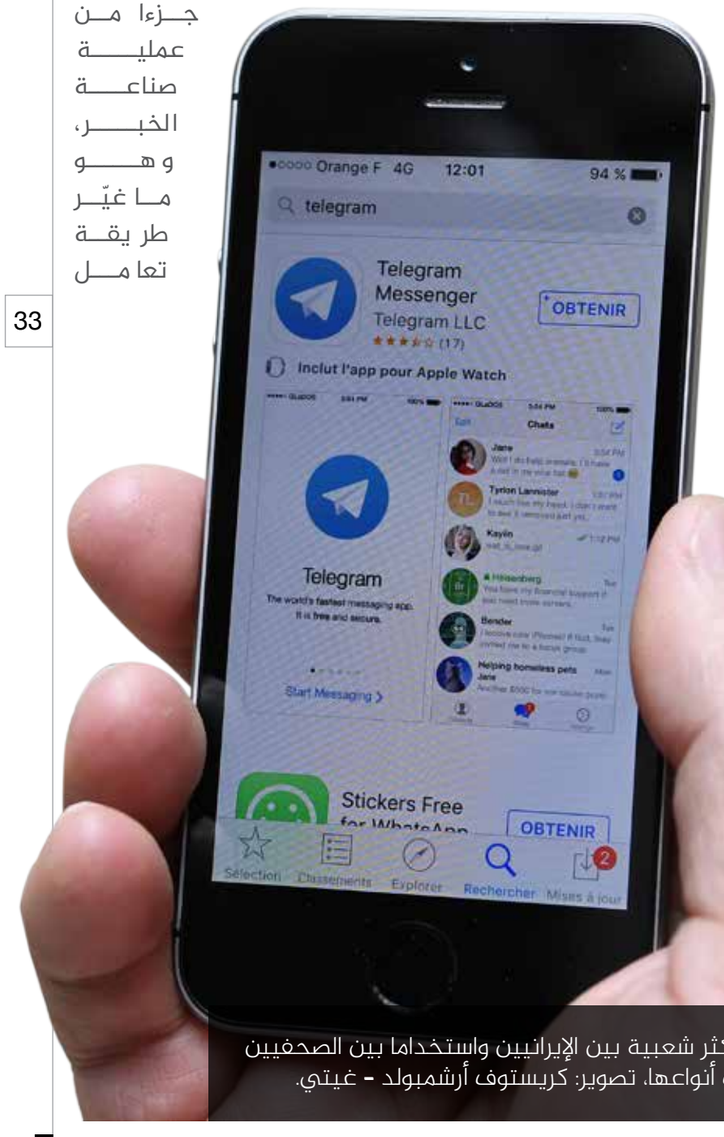
كنت أرى الإيرانيين يطّلعون على عناوين الصحف دون شرائها، إذ لا مكان فيها للنقد الحقيقي. واليوم اختلف الأمر، ورفع التلغرام من سقف الحريات.. حرية قلم الصحفي، وحرية تفاعل المواطن مع قضاياه.

إن كنت صحفيا إيرانيا أو عربيا تتقن اللغة الفارسية وتقيم في إيران، فلن يتوقف هاتفك عن إعطاء إشعارات متتالية طيلة النهار.. سيكون أول ما تفعله صباحا هو تفقد مئات الرسائل التي فاتتك حتى لو كانت ساعات نومك قليلة، وأعني حرفيا أنها ستكون بالمئات، وسيكون آخر ما تفعله قبل الخلود إلى الفراش، هو محاولة تفريغ الرسائل المتراكمة في تطبيق التلغرام، تطبيق التواصل الاجتماعي الأكثر شعبية بين الإيرانيين والأكثر استخداما بين الصحفيين والمواطنين على حد سواء، والمستخدم للحصول على الأخبار اليومية على اختلاف أنواعها، والذي استطاع أن يزيح -بجدارة واضحة للجميع- كل تطبيقات ومواقع التواصل الأخرى عن عرشها في إيران، ولا سيما أنها محظورة في غالبيتها رغم إمكانية الولوج إليها باستخدام تطبيقات بسيطة تضعها على الهاتف الذكي.

أكاد أجزم أن كل صحفي "حقيقي" في إيران بات مضطرا للاشتراك في عشرات القنوات على تطبيق التلغرام، لكل واحدة منها صوتها وتيارها السياسي، وقد تكون مستقلة في بعض الأحيان، عساه يلحق بركب أخبار تبثها جيوش من الصحفيين الآخرين ممن يديرون هذه النوافذ من خلف شاشات صغيرة. وأكاد أجزم أيضا أن هذا التطبيق بات المصدر الأول لكثيرين لإرسال أخبارهم العاجلة إلى وسائلهم الإعلامية الأجنبية، وللحصول على صور وفيديوهات تصبح متاحة وعلى مرأى مشاهدين موزعين في العالم برمته بعد مشاركتها في مواقع تواصل أخرى. وبالنتيجة بات التلغرام المكان الذي نحصل منه على أخبار إيران الرئيسية، فاستطاع حقيقة أن يتغلب على الوكالات الإخبارية التقليدية التي كانت يوما ما المصدر الأول، وأصبحت اليوم المكان الذي نحصل منه على تفاصيل الخبر التلغرامي، أو للتأكد من صحته إذا ما نشر على قناة غير رسمية فيه، فالتلغرام أصبح الوسيلة المبتكرة البديلة للوكالات وللمواقع الإلكترونية الإخبارية الإيرانية، وعدم قبول واقع هذا العالم الجديد يعني الخروج من السباق.

أما اليوم فقد اختلف الأمر، ورفع التلغرام من سقف الحريات..

حرية قلم الصحفي أحيانا، وحرية تفاعل المواطن مع قضاياه في أحيان كثيرة أخرى. فتح التلغرام الباب أمام عالم صحافة بشكل جديد في إيران، وهذا ما يؤكد عليه إحسان آريا الصحفي الإيراني ومسؤول قسم الأخبار الحكومية في وكالة «تسنيم" المحافظة، فيرى أن التلغرام استطاع أن يحتل المرتبة الأولى لكونه الأسرع والأدق في نقل الأخبار، كما ساهم في انتشارها بشكل أوسع، فباتت تصل إلى الإيرانيين بشرائحهم الاجتماعية المختلفة. يقول آريا إن المواطن اليوم يصل إلى الأخبار بسهولة، بل ويشاركها مع الآخرين، ويحصل على تفاصيل الخبر وصوره، وفتح المجال أمامه لكتابة رأيه، فبات جزءا من عملية صناعة الخبر، وهو ما غيّر طريقة تعامل



التلغرام هو تطبيق التواصل الاجتماعي الأكثر شعبية بين الإيرانيين واستخداما بين الصحفيين للحصول على الأخبار اليومية على اختلاف أنواعها. تصوير: كريستوف أرشمبولد - غيتي.

كان لتطبيق التلغرام دور في الانتخابات الرئاسية الإيرانية الأخيرة التي جرت في مايو/أيار 2017. تصوير: ماجد صعيدي - غيتي.

الإيرانيين مع الأخبار والصحافة.

وتزامنا مع حظر العديد من مواقع التواصل الاجتماعي، يخضع التلغرام ومستخدموه للرقابة كذلك. ومع هذا، وجدت المواقع المحافظة في التلغرام سبيلا للترويج لخطابها، رغم أنها الأكثر «تحفظا» في تعاملها مع وسائل الإعلام الجديد، بينما تدعو الفئة المتشددة منها للحذر من كل هذا الانفتاح.

وتفسيرا لهذا الأمر، اعتبر آريا الذي يعمل في وكالة "تسنيم" التي يشترك في قناتها على التلغرام أكثر من 300 ألف متابع، أن العالم الافتراضي يخضع لرقابة لجنة ثقافية عليا، وأن العديد من المسؤولين في البلاد يؤكدون على ضرورة إيصال المعلومة بشكل «سليم» بما لا يضر بالأمن القومي، حسب تعبيره.

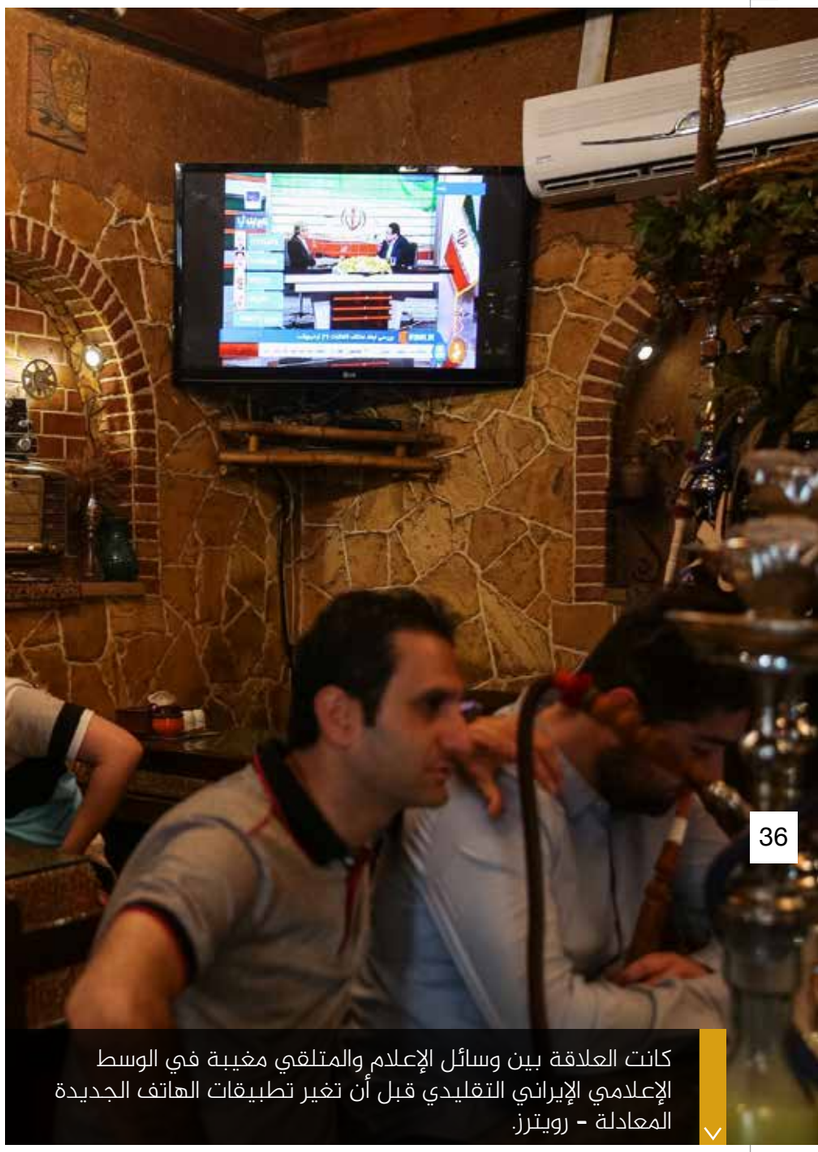
يرى أيضا أن وسائل الإعلام الجديد -بما فيها التلغرام- احتلت مكان وسائل الإعلام التقليدية في إيران، لكونها شغلت الفراغ الواضح في الإعلام الإيراني المكتوب والمرئي على حد سواء. بحسب مركز "إيسبا" للإحصاء في إيران، فإن تطبيق التلغرام يحتل المرتبة الأولى من بين أكثر مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي شعبية. وبحسب استطلاع الرأي الذي أجراه المركز فقد حصل التطبيق على نسبة تأييد 58٪ من المشاركين، أكدوا أن التلغرام هو الأفضل.

كما ارتفع عدد مستخدميه بمرور الوقت، ووصل اليوم إلى 58,4٪ من الإيرانيين ممن تزيد أعمارهم عن 18 عاما. ووفقا لذات الاستطلاع رأى 54,2٪ ممن شاركوا فيه أن استخدام شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي مفيد، بينما أبدى 38,8٪ قلقهم منها.

وفي ذات السياق، أعلن المركز الوطني للعالم الإلكتروني والافتراضي في إيران أن التلغرام يحتل 60٪ من مساحة خطوط الإنترنت الرئيسية، ويستخدمه في الوقت الراهن أربعون مليون إيراني، وأكثر الساعات استخداما بين العاشرة ليلا والواحدة بعد منتصف الليل. وبحسب ذات المركز يوجد على تطبيق التلغرام 580 ألف قناة إيرانية، من بينها 16 قناة يزيد عدد أعضائها عن مليون شخص، وبعضها قنوات خبرية إعلامية.

ورغم كل هذا الإقبال من المواطنين والصحفيين وحتى المسؤولين والناطقين باسم التيارات السياسية في إيران، مر التطبيق بمراحل تضييق، فحُجبت الاتصالات الصوتية عبره، وهو أمر بررته المعنيون بضرورة المحافظة على عمل شركات الهواتف النقالة، فشعبية التلغرام قد تعني إفلاسها لاحقا. كما أغلقت بعض القنوات بحجة الترويج لمفاهيم غير أخلاقية، بحسب المعنيين كذلك. وهكذا تعدى التلغرام واقع أن يكون مصدرا خبريا وصحفيا وحسب، ليصبح وسيلة إعلانية لمنتجات قد تخالف القانون في هذا البلد. أما الشائبة الكبرى فكانت حين اعتقلت السلطات العام الماضي 12 مديرا لقنوات إعلامية على التلغرام، كلهم

"إنصاف" الخبري والمحسوب على التيار الإصلاحي، أن سبب كل هذا يعود إلى واقع أن الإيرانيين باتوا هم مصدر الخبر.. الخبر الذي ينتشر على مساحة أوسع وبطريقة أسرع وأبسط، قائلا إن وسائل الإعلام الجديد المبتكرة هذه فتحت خط تعامل بين القارئ أو المتلقي وبين وسائل الإعلام، وهي علاقة كانت مغيبة في الوسط الإعلامي الإيراني التقليدي. وأضاف شفيعيان أن مساحة الحرية الموجودة حاليا تتسبب بمشكلات ثانية، فالتلغرام بات أيضا مكانا لنشر الشائعات والأخبار غير الصحيحة التي تثير الذعر بين المواطنين أحيانا، ومن هنا تكمن أهمية ضرورة التحكم بالمحتوى من قبل الصحفيين أنفسهم، والتأكد من كل ما يصلهم عبر التلغرام قبل نشره في قنواتهم الرسمية. يعتبر هذا الصحفي أن قراءة المواقع الخبرية الإلكترونية أو الصحف لم يعد كافيا في الوقت الراهن، فالإيرانيون يبحثون عن تحليلات لا عن عناوين الأخبار العادية، وهو ما أمّنه التلغرام لهم بعدما فتح مساحة للصحفيين ممن يدركون ضعف الواقع الإعلامي في البلاد، فغطى هذا التطبيق تلك الثغرات. هذا كله يجعل إيران جزءا من معادلة التطور الإلكتروني التي أصبحت تسود العالم برمته، ويجعل الإيرانيين من المواطنين وحتى الصحفيين الذين يشاركون على طريقتهم في العالم الافتراضي، فتفوق التلغرام على مواقع التواصل التي تقوم بدور إعلامي مشهود له عالميا من قبيل تويتر وفيسبوك.



كانت العلاقة بين وسائل الإعلام والمتلقي مغيبة في الوسط الإعلامي الإيراني التقليدي قبل أن تغير تطبيقات الهاتف الجديدة المعادلة - رويترز.

يطالع الإيرانيون الصحف المطبوعة، وقليل من يشتريها، تصوير: بهرزو مهري - غيتي.

من الإصلاحيين أو محسوبون على هذا التيار، وهو أمر أثار انتقادات هذا الطيف وحتى المقربين من الحكومة، وقد أطلق سراح بعضهم في وقت لاحق، بينما لا يزال آخرون يقضون أحكاما متفاوتة بالسجن بعدما وجهت لهم اتهامات تتعلق بالأمن القومي. كل هذا لم يثن الإيرانيين عن نشاطهم في قنوات هذا التطبيق الذي فتح نافذة لطالما بقيت مغلقة في وسائل الإعلام التي يصفها البعض بأنها غير مستقلة وتفتقد الحيادية واللسان الناقد، بل وبات سلاحا أقوى تستخدمه وسائل الإعلام المحسوبة على التيارات السياسية.

يرى علي أصغر شفيعيان المدير المسؤول عن موقع

قطارات الصحافة.. محطات متنوعة ووجهة مجهولة

في هذا العدد من مجلة «الصحافة»، نحاول التعرف على خيارات الصحفيين في اختيار المحطات التي يحبذون التوقف عندها، والسكك التي يودّون اتخاذها، في تقرير مطول يضيء على ما أضافت الابتكارات الجديدة للصحافة وما أخذت منها.

كأي قطاع شهدت الصحافة تطورا مذهلا في أساليبها وأدواتها من نقل للأخبار بالكتابة في الصحف، للانتقال إلى الإذاعة، فالتلفزيون، فالفضائيات، فعالم الإعلام الرقمي.

وقد انتقلت جميع الوسائل الإخبارية إلى حاضنة جديدة هي مواقع التواصل الاجتماعي، وما تبع ذلك من تعزيز مكانة أنواع صحفية أخرى كصحافة المواطن وصحافة الفيديو.. إلخ.

فضلا عن الاختراعات الأخرى كالطائرة المُسيّرة (بلا طيار)، أو كاميرا 360 درجة، أو عالم البيانات التي لم تكن أصلا من ابتكار صحفيين، بل قَدمت من تخصصات أخرى وتقاطعت مع ما تتطلبه التغطيات والتحقيقات الصحفية.

قفزات متتابعة في عالم الصحافة أشبه بمحطات قطار قد يحط فيها الصحفي رحاله كزائر جديد لمّا يتعرف على المعالم الجديدة بعد، وقد يمكث في محطة أو ينتقل إلى أخرى.. لكن، من يزعم أن وجهة هذا القطار معلومة، أو أن بإمكانه التنبؤ بمآل الوصول؟!

حاولنا في هذا العدد من مجلة «الصحافة» معرفة الطريق أكثر من استشراف الوجهة، في تقرير مطول أعدّه الزميلان إسماعيل عزمي وعميد شحادة تطرّقا فيه إلى معالم هذه المحطات التي يمرّ بها الصحفي، متسائليْن عن الوجهة مفترضيْن مهنيَّة التوجّه.

شهدت الصحافة تطورا مذهلا في أساليبها حتى أنها استخدمت مؤخرا اختراعات لم تكن أصلا من ابتكار الصحفيين، كالطائرة المُسيّرة (بلا طيار)، تصوير: ستان هوندا - غيتي.

التأكد من الخبر أهم من الخبر

إسماعيل عزمي

يتساءل البعض عن دور الصحفي إذا كان القارئ بدوره قادرا على كتابة المعلومة وإيصالها عبر المواقع الاجتماعية. تصوير روبرت نيكلسبيرج - غيتي.

منذ ظهور الصحافة بمعناها الحديث مع بدايات القرن السابع عشر، لم يشهد هذا المجال تطوّرا كالذي عرفه منذ بدء ثورة الإنترنت. صحيح أن اختراع الراديو قد أثّر على المجال، وتبعه بعد ذلك اختراع جهاز التلفاز، لكن ميلاد الشبكة العنكبوتية قلب الكثير من الأساسيات، ليس فقط لأن التقنيات الحديثة تُتيح تجميع الوسائط المتعددة من نص وصوت وصورة وفيديو وبيانات بشكل يُدمج كل أشكال الصحافة في شكل واحد، بل لأن هذه التقنيات تتطوّر باستمرار ممّا يجعلها ثورة تقنية ممتدة في الزمن.

أكثر من أيّ وقت مضى، أضحت أساسيات وقواعد الصحافة على المحك في مواجهة هذه الثورة التقنية، لدرجة أن هناك من يتنبأ بموت الصحافة ما دام قراؤها ومشاهدوها بات بإمكانهم الوصول إلى مصدر المعلومة دون الحاجة إلى وسيط، لا سيما مع عصر مواقع التواصل الاجتماعي التي أتاحت لكل المؤسسات وكل الشخصيات تقديم المعلومات والتعبير عن الآراء دون الحاجة إلى الاتصال بالصحفي، إذ يتساءل مناصرو هذه الفكرة: إذا بات القارئ/ المشاهد قادرا على الوصول إلى المعلومة من مصدرها، بل إذا صار بدوره قادرا على كتابة المعلومة وإيصالها عبر المواقع الاجتماعية، فما الداعي لوجود الصحفي؟ سؤال يحمل بعض جوانب سؤال مرير -لكنه واقعي- طرحه رجل الأعمال الفرنسي برنار تابي "لماذا تشتري جريدة إذا كان بمقدورك شراء صحفي؟».

قد يبقى هذا التنبؤ بعيد التحقق بما أن وسائل الإعلام لا تزال في ازدياد رغم التطوّر المستمر لوسائل التواصل الاجتماعي، خاصة أن الحاجة إلى الصحافة أضحت متزايدة في العصر الحالي، بل اكتسبت دورا إضافيا بعيدا عن نقل ما هو موجود أصلا ومتوفر للجميع دون عناء (رغم أن نقله لا يشكّل أيّ تنقيص للصحافة، بل هو أمر ضروري طالما يتعلّق الأمر بخبر مهم للرأي العام). وهكذا عزّزت الصحافة من دورها في التثبت من المعلومة والتحقيق فيها وكشف زوايا جديدة، وإن كان هذا النوع من الصحافة، أي صحافة التحقق (وليس بالضرورة التحقيق) قد ضاعت وسط اللهاث وراء النقرات، لدرجة أن الأخبار الكاذبة أضحت وسيلة مثلى لجلب الزوار، فمن ينسى أن الرئيس الجزائري عبد العزيز بوتفليقة قُرئت عليه الفاتحة ترحما أكثر من مرة في عدة مواقع وهو لا يزال حيا يرزق؟

وقد استفادت الصحافة كثيرا من التقنيات في عدة جوانب، لكنها تأثرت سلبا في جوانب أخرى.

الثورة التقنية في خدمة الصحافة

أتاحت شبكة الإنترنت والتقنيات الحديثة أدوات كثيرة للصحفيين

سـهّلت عملهـم بشـكل كبيـر، منهـا: سـهولة الولـوج مـن أي مـكان، وآنيـة الخبـر، وإدمـاج الوسـائط المتعـددة، وغيـر ذلـك.

ومن المكاسب المتحققة:

مصـادر عامـة متعـددة لإيجـاد الأخبـار:

غـداة تغطيـة صحفيـة لمؤتمـر الأمـم المتحـدة للمنـاخ الـذي احتضنتـه مدينـة مراكـش المغربيـة العـام الماضـي، وفّـر موقـع الأمـم المتحـدة للصحفييـن تغطيـة مباشـرة لـكل الجلسـات التـي كانـت تقـام فـي آن واحـد.. كمثـال قـوي لمـا أضحـت التقنيـة توفـره اليـوم مـن مصـادر متعـددة للأخبـار. بـل بـات بإمكانـك اليـوم أن تغطـي نـدوة صحفيـة دون أن تغـادر مكتبـك لأنهـا تبـث علـى الفيسـبوك مباشـرة. صحيـح أنـك سـتغفل تفاصيـل لا تظهـر فـي الكاميـرا، لكـن للضـرورة أحـكام، خاصـة فـي أيـام الضغـط المهني.

صحافة المواطن:

قبـل أشـهر، نشـر شـاب مغربـي علـى حسـابه بموقـع الفيسـبوك فيديـو مـن داخـل مدرسـة عموميـة يُظهـر شـخصا يعنّـف طفلـة تَبيّـن فيمـا بعـد أنهـا مصابـة بالتوحـد. بعـد اتصالـي بالشـاب مكّننـي مـن رقـم هاتفـي مـن داخـل المدرسـة، وقادنـي المصـدر إلـى مصـادر أخـرى فنشـرت خبـرا (1) بمعلومات تفصيليـة أكدتهـا وزارة التعليـم فـي بـلاغ أصدرتـه لاحقـا.

لـم يعـد ممكنـا اليـوم لصحفـي يعمـل فـي موقـع إلكترونـي -إلا إذا كان هنـاك قـرار تحريـري صـارم بتفـادي ذلـك- أن يتجاهـل مـا ينشـره المواطنـون علـى حسـابات التواصـل الاجتماعـي، فكمـا يقـول الباحـث فـي صحافـة الإنترنـت دان جيلمـور "قديمـا كان الصحفـي هـو مـن يكتب المسـودة الأولـى للتاريخ، اليـوم بـات المـدون هـو مـن يقـوم بذلـك"، إذ يكـون المواطـن شـاهدا علـى وقائـع تكـون صالحـة لإنجـاز تغطيـات صحفيـة.

صحفية تقرأ أخبارا مفبركة على موقع إلكتروني مهتم بعدد النقرات، حيث اكتسبت الصحافة دورا جديدا في التحقق من الأخبار، تصوير: دانييل سورابجي - غيتي.

متكاملـة باسـتخدام الهاتـف، فهـي تسـتفيد مـن تقليـل معـدات العمـل الصحفـي ودمجها فـي مـكان واحـد، مـع مـا يتيحـه ذلـك مـن عـدم جـذب أنظـار السـلطة عندمـا يتعلـق الأمـر بتغطيـات فـي مناطـق لا تحابـي الصحفييـن.

تقليـل تكاليـف الاسـتثمار فـي العمـل الصحفـي:

هـل كان يُمكـن لشـابين مغربييـن بـدون اسـتثمار ضخـم أن يُنشـئا مؤسسـة إعلاميـة يصـل قـراء موادهـا إلـى الملاييـن شـهريا منذ سـنواتها الأولـى؛ لـو لـم يسـتفيدا مـن التقنيـات الحديثـة التـي قلّلـت مـن ميزانيـة إنشـاء شـركات الإعـلام؟ نتحـدث هنـا عـن موقـع "هسـبريس" الـذي لا يـزال منـذ نشـأته يتربـع علـى عـرش الصحافـة الرقميـة بالمغـرب.

فـي المقابـل، تحتـاج الجرائـد المطبوعـة لمبيعـات تتجـاوز سـقف المئـة ألـف نسـخة، أي مئـات آلاف الـدولارات لتغطيـة مصاريـف الطبـع. كمـا تحتـاج قنـاة فضائيـة بالشـكل التقليـدي، إلـى صنـدوق اسـتثماري يتيـح تغطيـة تكاليـف البـث والتصويـر والاسـتوديوهات والطاقـم وغيـر ذلـك، ممّـا يجعلنـا نخلـص إلـى أن تخفيـض تكاليـف الاسـتثمار يعـدّ مـن أكبـر مـا ربحتـه الصحافـة مـع التطـوّر التقنـي، فحتـى الاسـتثمار فـي الإعـلان والترويـج اللذيـن يعـدّان حاليـا مـن أكثـر مـا تصرفـه مؤسسـات الإعـلام الرقمـي، لا يصـل أبـدا إلـى تلـك التكاليـف الباهظـة فـي الإعـلام التقليـدي. ومـن أكبـر نتائـج انخفـاض هـذه التكاليـف هـو انتشـار صحـف مسـتقلة أو معارضـة، تسـتطيع الاسـتمرار فـي العمـل بميزانيـات بسـيطة.

سـوق قـراء/ مشـاهدين أكبـر:

فـي أحـد الأيـام، صادفـت عمـودا صحفيـا جميـلا فـي جريـدة ورقيـة معـدلات توزيعهـا ضعيفـة إن لـم تكـن كارثيـة، وقارنـت مـا قرأتـه بعمـود شـعبوي غايـة فـي السـطحية شـاركه الكثيـر مـن النـاس علـى التواصـل الاجتماعـي، والمفارقـة أن العموديـن تحدثـا عـن الموضـوع ذاتـه.. لقـد أتاحـت خاصيـة المشـاركة والأخبـار الممولـة انتشـارا أكثـر للأخبـار، وبالتالـي معـدلات قـراءة متزايـدة. لا يتجـاوز عـدد النسـخ الموزعـة لأول جريـدة مغربيـة 55,1 ألفـا وفـق إحصائيـات نهايـة العـام الماضـي (2)، بينمـا لا تتجـاوز الجريـدة الثانيـة 47,4 ألفـا، مـع ضـرورة التنبيـه إلـى أن عـدد النسـخ لا يعنـي عـدد القـراء، بمـا أنـه جـرت العـادة أن الجريـدة الواحـدة قـد يقرؤهـا أكثـر مـن شـخص، كمـا أنـه ليسـت كل النسـخ تشـترى بمـا أن بعضـا منهـا يعـاد إلـى شـركات التوزيـع علـى الـدوام.

لكـن حتـى لـو ضاعفنـا عـدد النسـخ لـكل جريـدة فلـن تصـل أبـدا إلـى أرقـام زوار المواقـع الإلكترونيـة الأولـى فـي المغـرب علـى سـلم موقـع أليكسـا (المتخصـص فـي ترتيـب المواقع)، إذ يتجـاوز كل موقـع منهـا نصـف مليـون زائـر يوميـا، كمـا أن التطـوّر التقنـي أتـاح للمؤسسـات الرقميـة أدوات قويـة تتيـح إحصائيـات دقيقـة لعـدد الـزوار وعـدد الزيـارات والوقـت الـذي يقضيـه الزائـر ومـن أيـن يأتـي ومـا هـي المواضيـع التـي يفضلهـا، بشـكل لـم يكـن متاحـا مـن قبـل.

استحالة الرقابة:

عانـت الصحافـة فـي الـدول التـي لا تحتـرم حريـة التعبيـر أو ترى في

بحرينية تصور اشتباكات بين الشرطة ومحتجين في المنامة، ولم يعد ممكنا تجاهل ما يصوره المواطنون وينشرونه على مواقع التواصل الاجتماعي، تصوير: محمد الشيخي - غيتي.

الإعلام أداة للدعاية فقط، من رقابة سلطوية وصلت حد منع طبع الصحف وتوزيعها، ومنع إنشاء القنوات الفضائية الخاصة، (أو العمل على توجيه الصحف والإذاعات والقنوات بما يخدم مصالح السلطة). بيدَ أن التطور التقني أتاح للصحافة المستقلة إمكانية تجاوز كل أشكال الحظر، فحتى حجب المواقع ليس حلا ناجعا للسلطة ما دامت هناك طرق عديدة تتيح فتح هذه المواقع (مثل VPN)، وحتى إن تعرّض الموقع لضربة اختراق، فيمكنه النشر في مواقع التواصل الاجتماعي.

تجاوز الرقابة لا تستفيد منه فقط المواقع الرقمية، بل حتى القنوات الفضائية، فمجموعة من الدول تحرم قنوات إخبارية من رخص العمل في ترابها الوطني، لكن هذه القنوات تستفيد من المواقع الإخبارية المحلية أو من صحافة المواطن أو من صحفيين مستقلين لأجل إيجاد الفيديو، ويمكن إعطاء المثال بالجزيرة التي تستفيد من فيديوهات محلية في إعداد تقارير عن أكثر من بلد مُنعت من العمل فيه، والأمر ذاته بالنسبة لقناة "فرانس 24".

الهاتف المحمول مكّن الصحفيين من القيام بتغطيات متكاملة، تصوير: هاغن هوبكينز - غيتي.

قواعد المهنة في غمرة الثورة التقنية

في عالم تنافسي لا يسمح بالتأخر، تستخدم مواقع الصحافة الرقمية مجموعة من الأدوات المتطورة للبقاء ضمن دائرة الضوء. ولنأخذ مثال موقع «هسبريس الرياضية" (3) التابع لمؤسسة "هسبريس"، الذي اعتمد مؤخرا على تطوير أكبر لتطبيقه على الهواتف الذكية، من خلال التعاقد مع شركة أجنبية، بشكل يجعل الزائر وفيا للتطبيق في معرفة آخر الأخبار الرياضية، لا سيما مع تقنية "PUSH" التي ترسل الأخبار العاجلة، زيادة على تطوير خادم (سيرفر) التطبيق كي يتمكن الزائر من تصفح المواد بسرعة قياسية، مع جعل التطبيق متاحا على كل المنصات الإلكترونية بالمقاسات المناسبة. كما أضحى الموقع يستخدم صفحاته على التواصل الاجتماعي كمنصات إخبارية منفصلة، بدل أن تكون مجرّد بوابة لجلب النقرات إلى الموقع، وفق حديث لمجلة الصحافة مع مدير نشر الموقع خالد البرحلي.

لكن هل غيرت كل هذه الأدوات التقنية قواعد الصحافة، خاصة ما يتعلق منها بالصدق والتحري والتثبت والدقة؟ ينفي البرحلي ذلك، بل يؤكد أن تجربة العمل داخل مؤسسة هسبريس بيّنت أن الوصول إلى الزائر الوفي يبدأ أساسا من الخط التحريري الواضح غير الموجه، والمبني على صدق المعلومات المقدمة للزائر. ثم تزداد درجة الوفاء عندما تتحول الصحيفة إلى علامة مسجلة في ذهن القارئ عبر الاستمرار في نشر أخبار لها مصداقية مع متابعتها بالتحليل والشرح، دون الوصول إلى مستوى الوصاية على الزائر، بل المشاركة في تشكيل رأيه.

يتفق محمد لغروس مدير موقع «العمق" -أحد أنشط المواقع الإخبارية المغربية- في أن الصحافة الرقمية غيّرت بعض أساسيات الكتابة الصحفية، أو الطريقة التي كانت تُزاول بها المهنة سابقا، لدرجة أن تقنيات الصحافة الرقمية أثرت على نظيرتها الورقية كما يحدث في العنوان. إلا أن الصحافة كمهنة تنقل بشكل أساسي المعلومات وتعلّق عليها وتشرحها وتكشفها؛ لن تتغير.. صحيح أنها تتكيف مع التطور التقني وتتأثر به سلبا وإيجابا، لكن جوهر الصحافة يجب أن يبقى كما هو.

والواقع أنه يجب الإقرار بأن قواعد العمل الصحفي وأخلاقياته تشبه كثيرا «الإعلان العالمي لحقوق الإنسان»، فهي مجموعة مبادئ أصيلة نفترض أنها ستبقى على الدوام مؤطرة للصحافة مهما تطوّر العالم ومهما شهدنا أشكالا جديدة من الصحافة.

لم تتغير مبادئ الميثاق الأخلاقي التي تتعامل به جمعية الصحفيين المحترفين في الولايات المتحدة (4) -أقدم جمعية من نوعها في البلاد- منذ اعتماده عام 1973. بيدَ أن ما يجري في عالم الإعلام الرقمي اليوم، يبيّن حقيقة مؤلمة يعترف بها الكثير من العاملين في الميدان، وهي أن التطور التقني بقدر ما أفاد الصحافة، مسّ بالقدر ذاته جوهرها بشكل سلبي، وسط تسابق محموم نحو الزيارات بأي ثمن. فإن كانت ظاهرة انتهاك قواعد المهنة وأخلاقياتها قد انتشرت في عهد الصحافة المطبوعة والقنوات الفضائية لجلب أكثر عدد من القراء/المشاهدين، فالظاهرة تفاقمت في زمن الإنترنت.

هناك طرق عديدة تتيح فتح المواقع المحجوبة (NPV)، وحتى إن تعرّض الموقع لضربة اختراق، يمكنه النشر في مواقع التواصل الاجتماعي - غيتي.غيتي.

هوامش

https://arabic.cnn.com/world/2016/12/03/child-violence-school-morocco

http://www.hespress.com/medias/327827.html

http://www.hesport.com/

https://www.spj.org/pdf/ethicscode/spj-ethics-code-arabic.pdf

قطارات الصحافة وسكك المستقبل

عميد شحادة

هل تشبه الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي، الوجبات السريعة؟ تصوير: فيليبي هوغن - غيتي.

كنا خمسة صحفيين في الطريق إلى دورة تدريبية عن تقنيات الإعلام الجديد وصحافة «السوشيال ميديا»، واحد منا ينقل إبرة المذياع في السيارة من محطة إلى أخرى بحثا عن أغانٍ تُسلينا ريثما نصل إلى محطتنا الأخيرة.

لم يرُق لمعظمنا ما تكرره الإذاعات من بث لأغان حديثة سريعة الإيقاع، وكلها تشبه بعضها. ومن ضمن الحديث الذي دار في السيارة بعد إغلاق الراديو، عبَّر زميل لنا عن حبه لبعض تلك الأغاني، بينما تحسَّر البقية على اختفاء أغاني الزمن الجميل من قائمة بث الإذاعات.

وصلنا مبكرا إلى قاعة التدريب، وكان المُدرب التقني يجلس على رأس طاولة مستطيلة يملأ كراسيها صحفيون كلهم في سن الشباب، وخلف المدرب شاشة عرض ضخمة يعرض من خلالها دلائل رقمية لقفزات نوعية حققتها وسائل إعلامية على السوشيال ميديا في فترة وجيزة.. وعلى الطاولة أمام كل مُتدرب دفتر وقلم، وورقة منفردة فيها شرح زمني لبرنامج التدريب الذي سيمتد لستة أيام بواقع ست ساعات يوميا.

في الساعات الثلاث الأولى قدم المُدرب درسا لا يختلف كثيرا عن كل دروس المدربين في كل دورات الإعلام الحديث المنتشرة مؤخرا بكثافة، شارحا ضرورة إنتاج مواد إعلامية لمواقع التواصل التي -حسب رأيه- لم تحل محل التلفزيون والراديو والجريدة فقط، بل أيضا محل المواقع الإلكترونية التي اعتقَد الناس قبل سنوات أنها أكبر تهديد لوسائل الإعلام التقليدية، وإذ بها هي الأخرى صارت اليوم ضمن الإعلام التقليدي المُهدد بوسائل أجدد.

جاء وقت الاستراحة.. قصدنا طاولة الإفطار التي أشار إليها المُدرب في زاوية القاعة: أطباق متشابهة فيها قطع صغيرة للأكل، قطع مستطيلة ومدورة ومربعة تُشبه الخبز لكنها ليست خبزا، ومحشوة بشيء يشبه الجبن لكنه ليس جبنا.. ظننت أنني الوحيد الذي لا يعرف اسم هذه الوجبة الصغيرة، فتعمّدت الإنصات للزملاء وهم يطلبون من بعضهم تقريب الأطباق علّني ألتقط اسم الطعام، لكنني لم أسمع سوى «ناولني من هذا المُدوَّر.. قرِّب لي المستطيلات.. أعطني من المربعات، طعمها جيد».

أكل الصحفيون وجبة بلا هوية واضحة سماها المُدرب إفطارا وافترض أنها كافية لسد جوعهم، وافترضتُ أنها غير كافية عندما تهكّم الصحفيون على تسمية المقبلات إفطارا، وسأل واحد منهم بصوت عال وهو يضحك: «ألا يوجد بيض مسلوق على الأقل لكي نقول بأننا أفطرنا؟».

ختم المُدرب يوم التدريب الأول بنصيحة قاطعة: «عليكم أن تعلموا أن المستقبل فقط لصحافة السوشيال ميديا، ومن

الآن عليكم أن تحجزوا مقعدا في قطار هذه المنصات قبل أن يفوتكم». ويقصد المدرب أنه يجب علينا كصحفيين أن نتقن إنتاج مواد تراعي خصوصية هذه الوسائل وجمهورها.

عدت إلى البيت وفي رأسي سؤالان وقرار: لماذا يعتقد الصحفيون أن جمهورا جائعا للمعلومات سيشبع فقط من وجبة معلوماتية قصيرة مختزلة سريعة متشابهة مثل أطباق الفطور التي تهكموا عليها؟ ولماذا عندما يتحسرون على أغاني الزمن الجميل لا يفكرون بيوم قد يتحسر فيه الناس على صحافة الزمن الجميل؟ قررت ألا أعود إلى التدريب. لا أستطيع القول بأنني هربت من التدريب لأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الإعلام والصحافة أمر سيئ. على العكس أنا مقتنع بأن هذه المنصات أفضل وسيط إضافي يساعد المؤسسات الإعلامية والصحفيين على الوصول بإنتاجهم إلى جمهور أضخم. المشكلة في اعتقادي هي الانتقال من مرحلة استخدام هذه المنصات الحديثة كوسائل ترويج للإنتاج الصحفي الأساسي إلى مرحلة الإنتاج على مقاس المنصات حصرا. بمعنى آخر، مشكلتي تكمن في تسمية المُدرب لوجبة بلا هوية إفطارا، وفي حكمه المطلق بأن المستقبل سيتوقف عند قدرة الصحفي على إنتاج فيديو من 30 ثانية للفيسبوك يشرح فيه قصة كاملة، وعلى قدرته في تقديم قصة أخرى بـ160 حرفا فقط.

المحزن أنه في الوقت الذي يتبنى فيه مدربو الإعلام في بلادنا صحافة السوشيال ميديا، ويقدمونها من دون التطرق لعلاتها على أنها هي المستقبل فقط، يطالب صحفيون مخضرمون في بلاد متقدمة بأن تكون صحافة هذه المنصات من الماضي، وأن تعود صحافة القيم إلى ألقها كما كانت.

كتبت الصحفية رنا الصباغ مقالا نشرته صحيفة «الغد» الأردنية مؤخرا، تطرقت فيه إلى إحدى خلاصات مؤتمر ريادي لصحافة المساءلة والعمق عقد في مدينة «فينيكس» الأميركية بمشاركة أكثر من 1600 إعلامي وإعلامية،

قد تكون السوشيال ميديا خسارة مالية ومهنية للصحافة إذا لم يكن الاهتمام يركز أولا على تحسين المادة الصحفية - شاترستوك.

معظمهم من الولايات المتحدة:

«يبدو أن الألق يعود مجددا إلى صحافة الأخلاق التقليدية التي تتطلب وقتا وجهدا في خدمة المجتمع ومساءلة المسؤولين كما عرفناها حتى ثمانينيات القرن الماضي. إحياء ذلك النمط الملتزم من الإعلام بات ضرورة حتمية في مواجهة سيل من الأخبار المغبركة والتحريضية تصنّع في أصقاع العالم كافة».

فعليا، لا يخفى على أحد أن تقنيات الإعلام الجديد ومنصاته هي التي ضربت صحافة القيم المضروبة أصلا في العالم العربي، وهذه المنصات هي التي ساعدت على انتشار «الإعلام الفبركنجي» كما تسميه الصباغ.

وتضيف الصباغ في مقالها «في مؤتمر فينيكس، تحدث عدد من المشاركين عن انكشاف مريع لوسائل إعلام بما هو نقطة تحول في اتجاهات الجماهير الضائعة والمصدومة من هول الشائعات والأخبار المزيفة التي تنتقل حول العالم بسرعة البرق عبر منصات التواصل الاجتماعي. وطالبوا بانتهاز هذه الفرصة النادرة لإعادة الاعتبار للإعلام التقليدي الأصيل».

ما يحصل أن العالم المتقدم المنتج لتقنيات الإعلام الحديث ومنصاته يطالب بإعادة الاعتبار للإعلام التقليدي الأصيل، في حين أن العالم المستهلك يتبنى هذه الأدوات بشكل كامل.. صحفيون بارعون يقفزون من قطار الإعلام السريع، وصحفيون آخرون يخافون أن يفوتهم قطاره.

لقد غيرت منصات الإعلام الجديد هوية وسائل الإعلام: الإذاعة تكتب للجمهور، والجريدة تبث بثا مباشرا، والتلفاز يسابق الزمن في تقصير وتقزيم أدواته. لقد خلقت منصات السوشيال ميديا جمهورا لم يعد يلتفت إلى النص المكتوب والفيلم الوثائقي وتقارير الدقيقتين.

والشيء بالشيء يذكر، ماذا سيحصل للأفلام الوثائقية في المستقبل؟ هل يمكن اختصارها إلى ثلاثين ثانية؟ من سيتابعها على وسائل الإعلام التي تتنافس لتقديم وجبات سريعة لجمهور سريع؟

تقول مرال قطينة -وهي باحثة ومنتجة أفلام وثائقية مع شبكات إخبارية عالمية- إن «الفيلم الوثائقي في خطر، فإذا كانت ثقافة مشاهدة الأفلام ضعيفة في المجتمع العربي، فما بالك اليوم بجمهور السوشيال ميديا الذي شكلته وسائل الإعلام، وأقنعته بأن كل شيء في العالم يمكن الاطلاع عليه بسرعة في صفحاتها على فيسبوك وتويتر».

وتعترف مرال بأنها وقعت هي الأخرى في فخ السوشيال ميديا كمصدر معلومات، لكنها بحكم خبرتها تنتبه دائما إلى أن المعلومات المقدمة على هذه المنصات ناقصة ولا تساعد في تكوين صورة حقيقية عما يحدث: «لقد فقدتُ متعة تصفح الجريدة والمواقع، ووجدت نفسي محصورة في متابعة الأخبار على صفحات وضعت لها «لايك»، لكنني ألاحظ كمية الأخبار المبهمة السريعة التي لا مساحة لمنتجها في تقديم إجابة على أبجديات الصحافة: من، متى، ماذا، أين، كيف، ولماذا».

ليس من مهمة وسائل الإعلام أن توقف الانتشار الهائل لصحافة المواطن على السوشيال ميديا التي شكلت تحديا كبيرا للصحافة التقليدية في جزئية الخبر العاجل بالذات، لكن المشكلة تكمن في الطريقة التي واجهت بها وسائل الإعلام هذا التحدي، فبدلا من تقديم إنتاج أفضل للجمهور، هجمت وسائل الإعلام وفتحت صفحات لها على هذه المنصات وقدَّمت المحتوى نفسه الذي هرب منه الجمهور، بل صار كل هم الصحفيين أن يسابقوا المواطن في سرعة نقل الخبر والصورة دون إخضاع المادة لأساسيات التأكد على الأقل من دقتها ومراعاتها لأخلاقيات الصحافة.

في فلسطين مثلا، يظهر آخر استطلاع للرأي أجراه المركز الفلسطيني للبحوث والدراسات المسحية أن 86٪ من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 18-22 عاما، كانت السوشيال ميديا مصدر أخبارهم ومعلوماتهم عما يجري حولهم.

يقول مراسل وكالة أسوشيتد برس في فلسطين محمد دراغمة إن «السوشيال ميديا خسارة مالية ومهنية للصحافة الفلسطينية.. كل مواقع الأخبار لها صفحات على هذه المنصات، لكنهم نسوا تحسين المادة الصحفية ولم يلعبوا دورا معلوماتيا جيدا».

ويرى دراغمة أن طريقة تعويض تلك الخسارة تكمن في تحويل الصحافة إلى صحافة جادة تمس مصالح الناس في تقديم تحقيقات وكشف وتغيير، وليس في فتح وإنتاج مواد للسوشيال ميديا بنفس الطريقة التي يستطيع أي مواطن العمل بها. ويضيف: «في أميركا مثلا، وسائل الإعلام اليوم لا توجه مراسليها لجلب الأخبار، بل لفرض رقابة وعمل تحقيقات، لذلك فاز الصحفي ديفد فاهرنثولد من «واشنطن بوست» بجائزة بوليتزر عن أفضل تغطية وطنية لحملة انتخابات الرئاسة الأميركية بتشكيكه في تأكيدات ترمب بخصوص عطائه السخي للمؤسسات الخيرية».

وبالمناسبة استخدم الصحفي ديفد فاهرنثولد حسابه على تويتر في حشد مصادر معلوماته، إذ سأل كل من يعرف شيئا عن أنشطة ترمب الخيرية أن يرسل له معلومات، وبذلك حصل الصحفي الأميركي على خيوط عديدة، فتعقب مساراتها ووثّق حقائقها.

نلاحظ هنا كيف استفاد فاهرنثولد من تويتر في تحقيقاته، إذ استخدمه لجمع معلومات أولية والوصول إلى خيوط ثم تتبعها ووثقها في الميدان، وهذا هو الدور المفترض لوسائل التواصل الاجتماعي في تحسين وتسهيل عمل الصحافة الحقيقي، وهو عكس الدور تماما الذي تبحث عنه وسائل إعلام عربية وصحفيون عرب في هذه المنصات.

يقول مدير قسم الأخبار بمكتب رويترز في قطاع غزة نضال المغربي «لربما يعتقد البعض أن الإعلام الجديد أو ما بات يُعرف بالسوشيال ميديا شكّل بديلاً للصحافة المتعارف عليها من وكالات وصحف وتلفزيونات، ولكن الكثير بل غالبية المهتمين بالأخبار ما زالوا يأخذون معلوماتهم من المصادر التي اعتادوا على مصداقيتها، متخوفين من تجربة مصادر يتطلب التأكد من أخبارها بذلَ جهد كبير». الآن وصلتني رسالة على بريدي الإلكتروني، فيها دعوة للمشاركة بدورة تدريبية جديدة عن صحافة السوشيال ميديا، وهذه أكثر عناوين تدريبية تصلني في الآونة الأخيرة، وكلها تركز على شكل وحجم المادة الأفضل للإعلام الجديد. لكن ماذا عن المضمون؟

يقول الصحفي عماد الرواشدة -وهو مستشار تدريب مقيم في واشنطن- «واضح أن الصحافة في العالم ككل باتت مهووسة تماما بالإخراج والشكل. لدى الاستماع لعدد من رواد التطوير في عدد من المؤسسات الصحفية الرئيسية في الولايات المتحدة، ستستنتج أن الصحفيين والمؤسسات عموما باتت مجتمعات مغلقة على العاملين فيها. لا أذكر من قال إن الصحفيين باتوا أقرب إلى النخبة التي تتحدث مع نفسها عن نفسها.. هذا صحيح تماما. تويتر مثلا ليس سوى مجتمع للصحفيين، يتبادلون فيه تغريد وإعادة تغريد أخبارهم ليقرؤوها هم ويثنون عليها بين بعضهم البعض، لا مستمعين هناك». وأضاف «الواضح جدا في كل تلك الحالة من اللهاث خلف الشكل، أن المضمون هو الغائب. أقصد بذلك أن المضمون لم يعد يحصل على ذات المستوى من الاهتمام ولا ذات الحيّز من التفكير، على مستوى التصور التحريري الكبير للمؤسسة، بقدر الشكل. المضمون تحول إلى ذلك الموضوع الثقيل الظل والممل الذي لا يناسب حالة التشويق التي تعيشها المؤسسات الصحفية التي تنافس بعضها وتتحدث لبعضها عن اختراقاتها الرقمية على مستوى الشكل. وسط كل ذلك، تواصل الثقة في المنتج الصحفي انحدارها، وتواصل المؤسسات الصحفية صراعاتها المالية ومحاولاتها اليائسة لجذب رأي عام فقدت هي الصِلة به، وفقد هو الرغبة في دعمها».

صحفيون فلسطينيون يعملون على قصة خبرية في صحراء النقب، تصوير: أيمن نوباني.

أنظرُ من شباك بيتي المُطل على سكة القطار العثماني التي كانت تمر من قريتي قبل الحرب العالمية الأولى، أفكّر بموقف لا أريد أن أندم عليه بعد كتابته هنا. في أي قطار ينبغي أن أركب كصحفي؟ في قطار السوشيال ميديا الذي إن فاتني سأضيع كما قال المدرب، أم في قطار الصحافة الأصيلة المتأنية التي يقول صحفيون في الجزء الآخر من العالم إن تفويته كارثة على الصحافة؟ أتذكر ما قاله لي زميل أثناء سيرنا على الأقدام ليلا لمسافة 15 كلم في صحراء البحر الميت لإنتاج قصة صحفية «من يعرفنا نحن؟ من يشاهد ويقرأ ما نبث ونكتب؟ نحن نشتغل في بلد أشهر صحفي فيه لديه صفحة فيسبوك ويقدم أخبارا عاجلة للناس عن حوادث الطرق المرفقة بصور أطفال ممددين تحت العجلات، ويحصِل ضعف رواتبنا من فيديوهات الشامبو الإعلانية، ويُكرَّم في كل مكان، ونحن لا يدري أحد من أي ماء نشرب».

أتذكّر وضعنا المزري الآن كصحفيين في الميدان، وأقرر الركوب في قطار الصحافة الحقيقية، لأنني أريد أن أكون صحفيا.

»

ما يحصل أن العالم المتقدم المنتج لتقنيات الإعلام الحديث ومنصاته يطالب بإعادة الاعتبار للإعلام التقليدي الأصيل، في حين أن العالم المستهلك يتبنى هذه الأدوات بشكل كامل.

«

إعلام الأقليات الآسيوية في عُمان.. ضرورة أم مجازفة؟

سمية اليعقوبي

بينما يرى صحفيون ضرورة توجه الصحافة نحو جمهور العمالة الوافدة في سلطنة عُمان وأخذ احتياجاتها بعين الاعتبار، يرى آخرون أن إعلاما خاصا بها قد يؤثر سلبا على الثقافة المجتمعية للبلاد.

يعيش ما يزيد عن 2,5 مليون وافد في سلطنة عمان، ويستثني هذا الرقم أولئك العاملين بصفة غير قانونية أو ما يعرف بالعمالة غير الشرعية في البلاد. في عام 2011 أعلنت الحكومة عن خطة لتوظيف 40 ألف مواطن عماني، تبعا لإصلاحات سياسية وإدارية تلت مظاهرات في مناطق البلاد الرئيسية، لكن ذلك لم يوقف تنامي أعداد العمالة الآسيوية، لاسيما في القطاعات الإنشائية والخدمية.

المؤشرات حول جنسيات هذه العمالة متفاوتة حتى لدى الرواية الرسمية نفسها، لكن المصادر مجتمعة تشير إلى أن الجنسيات البنغالية والهندية والباكستانية والفلبينية تتصدر معدلات الجنسيات الآسيوية العاملة في البلاد. ومع هذا كله، تعزز هذه المؤشرات من التصعيد لقضية جدلية بالغة الخطورة تتلخص في قدرة الدولة على استيعاب هذه الأعداد المتزايدة من الأفراد، محققة كافة احتياجاتهم ومآربهم طيلة مدة إقامتهم، في الوقت الذي تزداد فيه التحديات المختلفة ومخاطر عدم الاندماج في المجتمعات.

لماذا إعلام الأقليات الآسيوية؟

تشير الإحصائيات الرسمية العمانية إلى أن الأقليات الوافدة -بتنوعها وتشكلاتها المختلفة- تمثل ما نسبته 45٪ من إجمالي السكان. وفي هذه الحالة ينبغي أن نسأل أنفسنا حقا عمّا إذا كان يتناسب وصف هؤلاء بالأقليات، طالما أن أعدادهم تقارب نصف عدد سكان البلاد، لكن الأمر ينطوي على تعددية واضحة في ثقافات ونظم عيش كل مجموعة من مجموعات هذه الأقليات على حدة، مما يشكل مبررا لاستخدام هذا المصطلح، وإن كان من قبيل وصف الظاهرة إعلاميا.

لطالما شغلتني تلك العلاقة الفاصلة بين سكان منطقة ثرية اقتصاديا وبمستويات دخل ومعيشة مرتفعة، وبين أولئك المغتربين الذين تستقبلهم مطارات بلداننا كل يوم مدفوعين برغبة العيش في ظروف اقتصادية ملائمة، وبمستويات أجور تكفل لهم الحد الأدنى من الحياة، وعبر مختلف المهن الحيوية في البلاد، كالإنشاءات الجديدة والشركات الخدمية وشركات النقل والاتصالات والقطاعات البلدية وغيرها. تشكلت هواجسي الذاتية تجاه التمثيل المعرفي والإنساني المتراكم للعمالة الآسيوية في بلداننا الخليجية بصورة عامة وفي سلطنة عمان بصورة خاصة لحظة التفكير فيما يتصل بتزايد أعداد هذه العمالة من جهة، ثم تعمقهم في حياتنا وتأثرهم بأساليب الحياة الجديدة ومواجهتهم لإشكاليات تتصل باللغة ومعطيات الاندماج.

للوهلة الأولى، يعتقد الصحفي الراغب في معالجة قضية الاندماج الثقافي للأقليات الآسيوية في عُمان بأن الأمر سيكون مدفوعا بالشهادات والقصص المتداولة حول صعوبات التأقلم في المجتمعات

عمّال آسيويون في سوق الخضار بمسقط، حيث تشكل العمالة الوافدة نسبة كبيرة يرى صحفيون حاجتها لإعلام يتحدث عن همومها. تصوير محمد محجوب - غيتي.

الجديدة وظروف العيش التي تزداد تحديا، لاسيما مع تدني مستوى الأجور مقابل ارتفاع معدلات التضخم، ولكن ما إن تبدأ رحلة البحث عن أصوات تدعم مشاهداتك وقصص تعزز رؤيتك لهذه القضية وما تراه حقيقيا لا يقبل الشك، حتى تفاجأ بدوامات الصمت التي تسكن عددا من المغتربين في البلاد. الكثيرون منهم يرفضون الحديث عن القضية بوصفها هاجسا يوميا، أعني بذلك هاجس لغتهم التي لا يشاركهم بها أحد، وهموم الحياة التي لا تجد وسيطا للظهور والكشف.. إنهم يعدون ذلك أمرا طبيعيا ونتيجة حتمية لقضية الاغتراب التي تحقق في الجانب الآخر مستوى معيشيا جيدا يختلف عن تلك الظروف المأساوية التي يواجهونها في البلد الأم. حتى أولئك الذين يعدون أن الأمر يخرج من سياق اللغة وأدوار الإعلام في نقل ومعالجة قضايا الاغتراب في مجتمعات جديدة، يلزمون أنفسهم بالتفكير في حتمية اللغات الحالية السائدة (الإنجليزية والعربية) كوسيطين لغويين مهمين في نقل الرسالة الإعلامية.

ولكن «ينبغي أن تحظى قضايا العمالة الآسيوية هنا بالاهتمام المستمر بغض النظر عن طبيعة ونوع اللغة المستخدمة.. إن ذلك يمنحنا التفكير في إعادة النظر في صفحات الأخبار العالمية المصاغة باللغة الإنجليزية مثلا، أو تلك التي تركز على عواصم عالمية معينة مثل واشنطن ولندن ونيويورك.. أعتقد أنه يجدر بنا أن نستبدل نطاقات الاهتمام في الصحافة هنا لتشمل على سبيل المثال كوالالمبور أو نيودلهي أو جاكرتا.. هذا أمر محتمل وقابل للتطبيق عبر الإعلام.. الأمر يتعلق بطبيعة الجمهور المستهدف وفهمنا لاحتياجاته أيضا».. هكذا يشير محمد سراج الذي يعمل في قطاع التسويق والإعلانات في سلطنة عمان منذ 8 سنوات.

يتشابه رأي سراج مع رأي أوليفر آلن الذي يعمل مديرا لتحرير النسخة الإنجليزية من صحيفة "أثير" الإلكترونية العمانية، حيث يعتقد آلن أن الإعلام العماني والخليجي -على حد سواء- لا ينبغي أن يضيف لغات آسيوية إلى مجموعة منصاته وقنواته. ويقول: تؤدي الحكومة بعض الأدوار الأساسية مثل توعية المستهلكين، وتستخدم اللغة الإنجليزية بصورة جيدة وهي لغة عالمية.. يجب أن نضع في اعتبارنا أن من يأتون إلى هذه البلاد كعمال بسطاء ولا يتقنون اللغتين العربية والإنجليزية، لا يستقرون بصفة مستمرة كأولئك الذين يحملون الشهادات الأكاديمية العليا من أبناء دولتهم. وعلى أية حال، ينبغي أن يتعلم الجميع العربية أو الإنجليزية حتى نحقق اندماجهم في المجتمع، بدلا من أن يسعى أحد لتوفير وسائل إعلامية تتحدث "بلغات دخيلة".

ولكن ماذا عن الحاجات الأساسية المتصلة بتوفير المعلومات حول البلد الجديد وجهود التوعية والتعريف بالقوانين والأنظمة؟

تتحدث المصادر الحكومية بصورة مستمرة عن الأدوار الخفية لهذه العمالة في رفع معدلات الجريمة، لا سيما حوادث السرقة والابتزاز المالي والجرائم من الدرجة الأولى كالقتل والاغتصاب. وتتوسع وسائل الإعلام المحلية في الحديث عن التبعات السلبية لسكن العمالة الوافدة في أحياء يقطنها «مواطنون"، وتأثيرات ذلك على جوانب من قبيل العادات والتقاليد والقيم الأصيلة لدى المجتمع العماني، ووضوح ذلك أيضا عند الكشف عن شبكات ممارسة الدعارة في البلاد.

يشير آلن إلى أنه في هذه الحالة فقط يجب أن نلجأ إلى استخدام لغات آسيوية بصفة عاجلة، فالعمال الذين يفدون إلى البلاد يوميا يحتاجون للتعرف على القوانين والأنظمة والمكاسب الاجتماعية والسياحية والثقافية للبلاد وآلية احترامها والحفاظ عليها والتعايش معها على أساس سلمي ومنظم. في ذات السياق، يتحدث جينيش كيجي -وهو هندي مقيم في عُمان منذ عامين ويعمل في قطاع التسويق- عن ضرورة التعريف بالحقوق العمالية في بيئات العمل المختلفة، وآلية التظلم عند وقوع الانتهاكات في العمل.

تختفي معاناة العديد من

يرفض كثير من العمال الآسيويين الحديث عن هواجسهم في الغربة بوصفها أمرا اعتياديا. مسقط - غيتي.

المغتربين الآسيويين في البلاد نتيجة ضعف إلمامهم بحقوقهم الأساسية، أو خوفهم من الإفصاح عن أي انتهاكات تُمارس ضدهم.. يقول كيجي «ينبغي أن تكون وسائل الإعلام أكثر قربا منهم طالما أنهم يشكلون مجتمعات جديدة.. ينبغي أن تؤدي الوسائل الإعلامية دورا في التوعية وتحديث المعلومات بشأن قرارات العمل والبيئة العمالية في البلاد". ويقترح "ماذا عن تأسيس مجموعات للمغتربين من أبناء بلداننا على منصات التواصل الاجتماعي، كمجموعة متخصصة لمناقشة القضايا التي تواجهنا في عُمان على الفيسبوك؟ سيقدم البعض نصحه وتوجيهاته للتأقلم مع الحياة الجديدة وممارسة النشاطات الاجتماعية والثقافية المختلفة، وسيكشف البعض الآخر عن مشكلاته وأزماته الوظيفية.. قد نجد في هذه المنصات حلا جيدا لمعالجة التحديات التي يواجهها المغتربون هنا، وبديلا عن الدور الإعلامي المنتظر من قبل الحكومة".

الصحفيون لا يدعمون خيار الإعلام الآسيوي

بعد بحث طويل، وجدت أن قلة فقط من الصحفيين هم الذين يدعمون الأصوات المؤيدة لتشكيل إعلام آسيوي في عُمان، بينهم ديسموند بريانكا -وهو سريلانكي مقيم في عُمان منذ 3 سنوات- حيث يقول "إن تجاربنا الاجتماعية مكنتنا من التعرف على أحياء سكنية كاملة لا تتحدث سوى اللغات الآسيوية كالهندية والبلوشية في عُمان"، معتقدا أن ذلك يستدعي التفكير في وسائل إعلامية متعددة اللغات تشمل الإذاعات ومحطات التلفزة والصحف.

وحول التحديات التي يمكن أن تواجه هذا الإعلام، يعتقد بريانكا أن نقص العاملين في قطاعات العمل الإعلامي من هذه الجنسيات قد يشكل تحديا، إضافة إلى عدم تأسيس الدولة بنية تحتية تكفل الاستثمار الإعلامي بصورة عامة.

"قد تشمل اهتمامات الإعلام الآسيوي في عُمان التركيز على القضايا العمالية بوصفها قضايا مستمرة وجدلية، وينطوي على ذلك مشكلات عاملات المنازل المستمرة وحقوق العمال في المهن البسيطة، وفقدان الوظائف، وتأخير استلام الأجور، إضافة إلى معالجة القضايا الاجتماعية والدينية الناتجة عن التباين الثقافي، مثل تأسيس أماكن العبادة للديانات المختلفة، وتشريع العلاقات الجنسية خارج إطار الزواج، وحرية ممارسة الطقوس الدينية" يضيف بريانكا.

يعارض أوليفر آلن هذا التصور الرامي إلى "اختراق الهوية الثقافية في المجتمع" حسب وصفه، قائلا «سوف تسمح وسائل الإعلام بتحقيق تطلعات أكبر لهذه العمالة تستهدف بناء المجتمع وتحقيق ظروف أفضل للحياة عبر تحسين العلاقة مع البلد الجديد، لكن قد يشكل ذلك خطرا على الهوية الثقافية للمجتمع، وقد يسبب انتشارا للغات دخيلة وسلوكيات قد لا يقبلها الأفراد هنا.. على سبيل المثال، قد يتعلم الأطفال هذه اللغات ويكتسبون عادات وسلوكيات غير مقبولة".

يتخوّف صحفيون من إعلام الأقليات خشية تأثيره سلبا على الحياة الاجتماعية المحافظة للعمانيين. تصوير: محمد العطار - غيتي.

يعتقد صحفيون أن اللغتين العربية والإنجليزية غير كافيتين لنقل الرسالة الإعلامية في عُمان. تصوير: محمد محجوب - غيتي.

يتفق عدد من الصحفيين والعاملين في عُمان على ضرورة أن ترتبط المعالجة الإعلامية لقضايا العمالة الآسيوية بتلبية الاحتياجات الأساسية لها، بدءا من التزويد المستمر بأخبار البلاد، وحالة الطقس وحركة المرور وسوق المال والاقتصاد والتطورات اليومية، امتدادا لتشكيل مناخات جيدة للتعبير عن تطلعات هذه العمالة واحتياجاتها وإشكاليات الحياة والعمل، مما يضمن آفاقا جديدة للاتصال في المجتمع الجديد الذي يعيشونه.

إن العزلة الاجتماعية التي تشكلها هذه الفئة المتزايدة من السكان جديرة بأن تعزز القلق العام بعيدا عن إشكالية تخفي اللغات التي يتحدثون بها وسط تجمعات بشرية فقط دون بروزها على وسائل الإعلام. يقول بريانكا "تصلنا الأخبار حول بلداننا يوميا عبر الإنترنت.. ولكن ماذا عن المكان الذي نعيش فيه؟ لا مشكلة في أن تحظى الوسائل الإعلامية الآسيوية برقابة مستمرة من الحكومة، كما ينبغي أن تفرض عليها جميع ضوابط النشر لتعزيز تشكيلها كمنصات إعلامية لآلاف الآسيويين العاملين في البلاد".

رابطة المراسلين الأجانب في البرازيل.. الحماية داخلية

فيكتوريوس بيان شمس

جزر ومد شهدته العلاقة بين السلطة ورابطة المراسلين الأجانب في البرازيل، بيد أن المشكلة الحقيقية بحسب كارلوس دا سيفا هي حينما يبدأ المراسلون بالنظر إلى الأحداث بأعين وسائل الإعلام الحكومية.

رابطة المراسلين الأجانب في مؤتمر صحفي مع الرئيس البرازيلي السابق لولا دا سيلفا في ريو دي جانيرو، تصوير: أنطونيو سكورزا - غيتي.

توجد في البرازيل ثلاث منظمات للمراسلين والصحفيين الأجانب، أصغرها في العاصمة برازيليا وتضم 15 صحفيا يعملون مع وكالات أنباء عالمية متعددة. والأخرى في ريو دي جانيرو، وتضم 125 مراسلا من 25 دولة -بينهم «إسرائيليون» وليس بينهم أي مراسل عربي- يعملون مع 136 وسيلة إعلام أجنبية. وأقدمها رابطة المراسلين الأجانب في ساوباولو، وتأسست في البداية تحت اسم «مجتمع الصحافة الأجنبية» في البرازيل عام 1977، عندما أطلق المبادرة 30 صحفياً أجنبياً في منزل جان روشا، مراسلة هيئة الإذاعة البريطانية (بي.بي.سي)، حيث كان أغلب الصحفيين الأجانب في ذلك الوقت يعملون من مدينة ريو دي جانيرو أكثر من ساوباولو، أي أن هذه المنظمة تأسست في الفترة التي كانت البرازيل ترزح فيها تحت الحكم الدكتاتوري العسكري الذي وضع الكثير من القيود على عمل الصحفيين الأجانب، وتعامل معهم كأعداء محتملين، فبدأ بمراقبة تحركاتهم وهواتفهم، خاصة أنهم في ذلك الوقت بدؤوا تناول مسألة الحريات والقمع والاعتقالات وعمليات الإعدام التعسفية. وما إن انتهت هذه الحقبة السوداء في تاريخ البلاد، حتى أتيح لأعضاء هذه المنظمات إجراء المقابلات والاجتماع مع زعماء البلاد كالرئيس تانكريدو نيفيس عام 1985، والرئيس فرناندو إنريكي كاردوسو عام 1995، ومع لولا دا سيلفا وديلما روسيف فيما بعد، في دلالة واضحة على التغيير الذي انعكس على العمل الصحفي بشكل واضح.

في العام 1999 تغيّر اسم المنظمة العاملة في ساوباولو لتصبح «رابطة المراسلين الأجانب»، وكان واضحا تغيّر علاقة السلطة مع المنظمة بعد انتهاء حكم الدكتاتورية العسكرية ووصول لولا دا سيفا وديلما روسيف من بعده باتجاه الأفضل بشكل عام، رغم ظهور بعض المشاكل بين الحين والآخر، كما حدث مع الصحفي الأميركي وليام لاري روتر عام 2004 -وهو مراسل نيويورك تايمز وأحد أعضاء المنظمة- عندما وصف الرئيس البرازيلي السابق لولا دا سيلفا بأنه «يتعاطى الكحوليات بصورة مفرطة»، لتقوم بعدها وزارة العدل البرازيلية بطرده من البلاد بعد سحب ترخيص عمله وتأشيرة دخوله، وهو ما دعا رئيسة الرابطة حينها البيروفية فيرونيكا جويزويتا إلى المطالبة بتنظيم مظاهرات احتجاج على القرار في ساوباولو وريو دي جانيرو، كما أصدرت بيانا يندد بهذا الإجراء ويلمّح إلى أنه لا يختلف عن إجراءات الحكومات العسكرية السابقة. وقد أعلنت حينها العديد من الشخصيات السياسية والحزبية تضامنها مع الرابطة.

أصدرت الرابطة في ساوباولو كتابين: الأول عام 2003 ويتضمن تقارير الأعضاء حول حرب العراق، والثاني عام 2008 يتناول طبيعة عمل الصحفيين الدوليين في البرازيل.

وكان الهدف من تأسيس الرابطة تسهيل وتنظيم عمل الصحفيين الأجانب وتقديم الدعم والمعلومات لهم. وفي العام 2005 وُجّهت دعوات إلى اجتماع عام حضره أغلبية الأعضاء لتحديد أهداف الرابطة وقواعد العمل وآلية الانتخاب وشروط الانتساب إليها. ومن بين هذه الشروط، أن يكون الصحفي أجنبيا يعمل مع وسائل إعلام أجنبية خارج البرازيل، وأن يقيم في البرازيل ويدفع اشتراكه السنوي. أما حقوق الأعضاء فهي الحصول على بطاقة العضوية وحضور المناسبات والفعاليات العامة، والولوج الكامل إلى الموقع الإلكتروني للرابطة، والحصول على المعلومات المتعلقة بالتغطية الصحفية يوميا عبر البريد الإلكتروني، إضافة إلى الحق في الانتخاب والترشح، والحصول على أسعار مخفضة لحضور وتغطية الكثير من الفعاليات.

أما أهداف الرابطة فتتلخص في أهمية زيادة عدد الأعضاء والحصول على مقر دائم للنشاطات، وتطوير الموقع الإلكتروني، وتنظيم الرحلات لتعريف الصحفيين بالبلاد.
تتألف قيادة الرابطة من رئيس، ونائب رئيس، وأمين صندوق، يُنتخبون مرة كل ثلاث سنوات، ويعتبر عملهم تطوعياً، أي بلا أجر.

متظاهرون في مدينة برازيليا البرازيلية، حيث يضطر المراسلون الأجانب للتواجد في المناطق التي تشهد عنفا. تصوير: إيفاريستو سا - غيتي.

لا بدَّ من متاعب

بحسب الرابطة، يوجد نحو 300 صحفي أجنبي في البرازيل، تمنحهم وزارة الخارجية البرازيلية تأشيرة دخول إلى الأراضي لمدة سنتين فقط، وتُجدّد عند انتهائها، مع أن القانون يحدد فترة الإقامة للصحفيين الأجانب بأربع سنوات، تُجدَّد عند انتهائها. وهم بحسب الرئيسة السابقة للرابطة فيرونيكا جويزويتا «مضطرون في أحيان كثيرة للعمل في المناطق البعيدة والنائية، حيث العنف والإجرام والنزاع الدائم على الأراضي». لعل واحدة من أبرز الحوادث، ما حصل في فبراير/ شباط 2016 مع جوليانا باراسا وبيير غيرا مراسلي مجلتي US Newsو Americas Quarterly And world Report في ولاية روندونيا شمال غربي البرازيل عندما ذهبا لتغطية الصدامات بين الفلاحين ومالكي الأراضي، فتعرّضا للاعتداء، ولسرقة بعض الأجهزة والمعدات التي تحتوي على معلومات حول الحادثة من سيارتهما، في حين رفضت الشرطة الاستجابة لشكواهما، أو تقديم أي مساعدة لهما، لا بل حضرت لتفرض شروطها على الصحفيين، وهو ما اضطر الرابطة لإصدار بيان ناشدت فيه الرئيسة ديلما التدخل من أجل التحقيق حول أسباب عدم تدخل الشرطة، خاصة أن حرية الصحافة مصانة في البرازيل بموجب الدستور. إلا أنه رغم كل ذلك، تعتبر فيرونيكا أن «العمل اليوم أفضل بكثير من العمل في مرحلة حكم الدكتاتورية العسكرية».

مشكلة أخرى تعترض العمل الصحفي، وهي أن مساحة البلاد ضخمة، وأن أغلب الصحفيين يتواجدون في ولايتي ساوباولو وريو دي جانيرو، أي أنهم بعيدون عن مركز القرار في برازيليا. من جهة أخرى تعتبر فيرونيكا أن «من يعمل في برازيليا يواجه إشكالية الابتعاد عن الفعاليات الثقافية والاجتماعية الكبرى التي تحتضنها عادة ساوباولو وريو دي جانيرو»، وهو ما تؤكّده جان روشا -صاحبة أول عضوية بالرابطة- إذ تعتبر أن «مساحة البلاد شاسعة، حيث يضطر الصحفي في أحيان كثيرة أن يسافر من ساوباولو إلى الأمازون للتغطية»، في حين يعتبر كارلوس لينس دا سيفا مؤلف كتاب «المراسلون الأجانب» أن «واحدة من أكبر

مشاكل المراسلين الأجانب، أنهم بعد مضي فترة على إقامتهم في البرازيل، يبدؤون النظر إلى الأحداث بأعين وسائل الإعلام البرازيلية، وهو ما يزيل المسافة التي يفترض أن يحافظ عليها الصحفي الأجنبي بينه وبين الأحداث ليراها بحيادية ووضوح أكبر».

في العام 2015، منحت حكومة ولاية ساوباولو الرابطة مكتباً، لكنها سرعان ما استعادته بعد أشهر قليلة، وقد أمهلتهم 30 يوماً للمغادرة تحت طائلة دفع غرامة 10 آلاف ريال برازيلي إذا حدث أي تأخير، معللة هذا الإجراء بأنه لأسباب اقتصادية، أي أنه ليس لدى الرابطة مكتب في ساوباولو. وفي العام نفسه أصدرت الرابطة بيانا أعلنت فيه أن «رابطة المراسلين الأجانب» منظمة ديمقراطية غير حكومية وغير ربحية.

في المحصلة، ورغم العلاقات غير المستقرة مع السلطة في البرازيل طوال ما يقرب من أربعين عاماً، لا يجد الصحفيون الأجانب الوافدون للبرازيل بديلا عن الرجوع إلى روابط الصحفيين في المدن الرئيسية للحصول على كافة المعلومات التي سيحتاجونها لمباشرة أعمالهم بشكل سهل وسريع، ولتأمين حد أدنى من الحماية القانونية والاستفادة من خبرات وتجارب العديد من الصحفيين المخضرمين من جنسيات مختلفة.

وليام لاري روتر، مراسل نيويورك تايمز في البرازيل التي طُرد منها بعد وصفه الرئيس البرازيلي السابق لولا دا سيلفا بأنه «يتعاطى الكحوليات بصورة مفرطة»، تصوير: كارلوس سيلفا - رويترز.

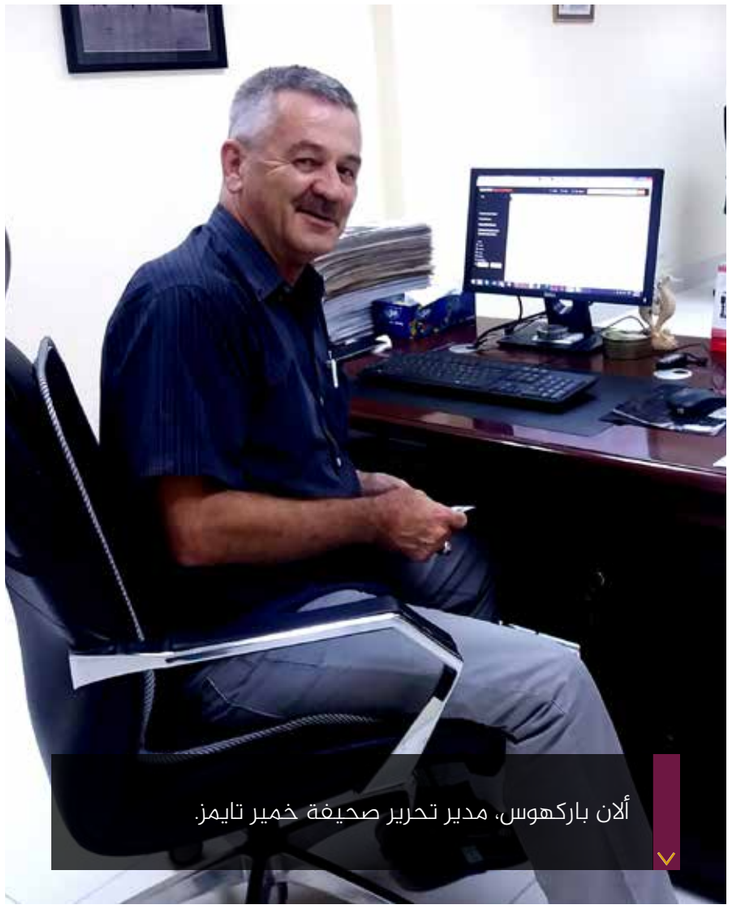
«من أكبر مشاكل المراسلين الأجانب، أنهم بعد مضي فترة على إقامتهم في البرازيل، يبدؤون النظر إلى الأحداث بأعين وسائل الإعلام البرازيلية». تصوير: ناتشو دوس - رويترز.

صحافة كمبوديا.. مولود غير مكتمل النمو

رميساء خلابي

مرت كمبوديا بعد تخلصها من الاستعمار الفرنسي بمرحلة أكثر صعوبة حين تولى مقاليد الحكم بول بوت من «الخمير الحمر». ورغم انتهاء تلك الحقبة فإن القبضة الحديدية على الصحافة لم تنفتح بالشكل الكامل والمطلوب.

لم يسمع أحد بالمجازر الجماعية التي ارتكبها بول بوت إلا بعد رحيل نظامه - غيتي.


ألان باركهوس، مدير تحرير صحيفة خمير تايمز.

رغم دخول مملكة كمبوديا عهد الانفتاح في الألفية الثانية، ومصادقتها على كثير من بنود الحقوق والحريات، التي تبدو جلية -على وجه الخصوص- في عودة الإعلام إلى مكانته بعدما حُكم على كل وسائله بالغلق في عهد الخمير الحمر، فإن صحفيين كثيرين هنا (في كمبوديا) يرون أن الإعلام لم يتعد بعدُ عتبة سلم التغيير، وأن كل المخاض الذي شهده في العقد الأخير لم ينتج عنه سوى مولود غير مكتمل النمو.

أصل الحكاية

قبل أربعة عقود من الآن، وبعد خروج كمبوديا لتوها من عقود الاحتلال الفرنسي وما تلاها من حروب أهلية، أفاقت ذات يوم على خبر نجاح بول بوت كزعيم وأخ ورفيق؛ الرجل الذي وعد بقلب البلاد رأسا على عقب لصالح الفقراء. وقد وفى بالجزء المتعلق بتحويل البلاد إلى مزارع شاسعة، لكنها لم تكن لصالح الفقراء، بل تم استعمالهم كعبيد، وتحولت المملكة العتيقة في أقل من أربع سنوات إلى محرقة راح ضحيتها ثلث الشعب على الأقل، ولم يُسمع عنهم أي خبر إلا بعد رحيل النظام.

لا يمكن لحدث كهذا أن يغيب عن ذهن أي مواطن كمبودي عادي، ذاق هو أو واحد من أفراد أسرته على الأقل؛ ويلات الخمير الحمر. فما بالك بمواطن «غير عادي»، اختار نظام الزعيم الجديد أن يمحو أثره، قبل أن تصل أحوال البلاد إلى آذان الشعوب المتعاطفة طوعيا مع القضايا الإنسانية حول العالم، فأعدم حتى آخر يوم من حكمه كل المفكرين والمثقفين والإعلاميين، واعتبرهم خونة وفتانين.

مواقف

عند وصولي العاصمة بنوم بنه قبل بضعة أشهر ولقائي بعض الزملاء، تعرفت إلى نازي سليس، وهو شاب كمبودي من الأقلية التشامية المسلمة، لم يعايش مجازر الخمير الحمر، لكنه يقول إن محاكمتهم مطلع الألفية الثانية لم تكن نهاية القصة.

يملك نازي سليس اليوم قناة على اليوتيوب، وبرنامجا حواريا مباشرا يبث كل خميس يتابعه مئات من الشباب المسلم، كما يعمل في الميدان الخيري باسم جمعيته «المركز الإعلامي لمسلمي كمبوديا»، وقد أخبرني أنه اختار العمل بشكل مستقل بعد تجربة شخصية محبطة.. «درست الإعلام في الكلية وكان حلمي دوما أن أقدم تقارير ميدانية من عمق كبوتشام، حيث ولدت وترعرعت، لكن أحلامي لم تعرف النور إلا لفترة، فقد أغلقوا الإذاعة ومنعوني من مزاولة العمل الميداني».
كان سليس يدير إذاعة "صوت تشام" (Voice of Cham)، لكنها أغلقت بسبب تقرير ميداني أعده حول سبب توقف أعمال بناء مسجد آل سركال في العاصمة بنوم بنه رغم الدعم المادي الذي تلقاه المعنيون بالأمر.

في عام 2016، سجلت كل وسائل الإعلام الأجنبية حادثة مروعة لمقتل المعارض كيم لاي بالرصاص الحي، بينما تجاهل الأمر برمته الإعلام الكمبودي.

مستجدات

من أجل إعداد هذا التقرير، اتصلت بالزميل شكري زهرون الذي كان يعمل إلى وقت قريب في جريدة «خمير تايمز» (Khmer Times) ثاني أكثر الجرائد قراءة هنا.

التقينا في مقهى "ليبراري" الكائن بشارع باستور، وعرض عليّ زيارة مدير التحرير بالجريدة صبيحة اليوم التالي، لأنقل إليه أسئلتي مباشرة.. أسئلتي التي لم تكن في الحقيقة سوى سؤال واحد، عن مدى الحرية التي يتمتع بها الصحفيون في كمبوديا. استقبلني ألان باركهاوس في مكتبه بالطابق الثاني حيث غرفة الأخبار التي يعمل فيها بدوام كامل 12 موظفا، أربعة منهم أجانب. قال لي بعد أن قدم لي كأس ماء بارد «سيغلقون جريدة كمبوديا ديلي قريبا، هل لديك خبر؟ يقولون بسبب عدم تسديدهم للفواتير».. سألته هل الإغلاق بسبب الفواتير فقط؟ فقال «على أية حال نحن نسدد فواتيرنا بانتظام».

وكانت سكرتيرة تحرير صحيفة «كمبوديا ديلي» الأميركية ديبورا كريشر قد أعلنت في وقت سابق أن صحيفتها التي تصدر منذ أكثر من 24 عاما، تواجه أمرا بالغلق بسبب 6,3 ملايين دولار من الضرائب غير المدفوعة.

سجلت كل وسائل الإعلام الأجنبية مقتل المعارض كيم لاي بالرصاص الحي، فيما تجاهل الأمر برمته الإعلامي الكمبودي، تصوير: تانغ شهين سوتي - غيتي.

وبالفعل، نُفِّذ قرار الإغلاق يوم 4 سبتمبر/أيلول 2017 -أي بعد لقائي بمدير تحرير الصحيفة- بحجة عدم قدرتها على تسديد الضرائب.

من ناحية أخرى، صرّح لي المتحدث باسم المجلس الوزاري ساي سيفان هاتفيا بأن حكومته لم تغلق صحيفة كمبوديا ديلي، بل إن مالكها برنارد كريشر هو من أعلن توقيفها لعدم قدرته على تسديد الضرائب.

و"صوت أميركا"، وكذلك لحزب الإنقاذ الوطني الكمبودي، وقد أغلقت يوم 21 أغسطس/آب 2017.

يحكي لي: "هذه ليست أولى الحوادث، فسجلّنا ممتلئ جدا.. لديك مثلا في 2014، اعتدى حراس أمن منطقة دون بنه على مراسل "صوت الديمقراطية" لاي ساميان، وقد حاول الإعلام المحلي إخفاء القضية بشتى الطرق كما اعتاد أن يفعل دوما".

نفسها للأسف، فجل الحكومات المتعاقبة تمارس سياسات القمع والإقصاء ذاتها ضد الأصوات الحرة.

حاليا لدى كمبوديا أكثر من 300 صحيفة، وإن كان عدد قليل منها ينشر الأخبار الطازجة على صفحاته بشكل يومي. أما الصحف الصادرة باللغة الإنجليزية فهي ثلاث، وتكاد تكون وسائل الإعلام المستقلة الوحيدة، وهي على التوالي من حيث عدد القراء: صحيفة

أغلقت صحيفة «كمبوديا ديلي» في الرابع من سبتمبر/أيلول 2017 بحجة عدم قدرتها على تسديد الضرائب، تصوير: تانغ تشين سوتي - غيتي.

الصحفي شكري زهرون الذي غادر عمله في جريدة "خمير تايمز" قبل مدة قصيرة بسبب متابعته للدراسات العليا، قال لي ونحن نحتسي شايا تايلنديا في المكتبة، إن أكثر من 15 محطة إذاعية أغلقت في جميع أنحاء البلاد، إحداها محطة "موها نوكور" التي أجرت بثها لإذاعة "آسيا الحرة"

قال لي مدير التحرير ألان باركهاوس إن جريدته التي تصدر منذ مطلع 2014 جريدة مستقلة لا تمثل أي جهة، بل تنقل عين الحقيقة، وأكد لي أنه غير واثق من استمرارهم على نفس المنوال، إذ إن هذا الخط -ويقصد الصوت المستقل- لم يؤت أكله في كمبوديا المنغلقة على

بنوم بنه، صحيفة خمير تايمز، وصحيفة كمبوديا ديلي التي صدر أمر بإغلاقها يوم 4 سبتمبر/أيلول 2017. أما الصحف التي تصدر بانتظام وباللغة الخميرية فهي لا تتجاوز 30 صحيفة.

يقول لي الصحفي شكري زهرون عن تلك الصحف، إنها

حاليا لدى كمبوديا أكثر من 300 صحيفة، إلا أن عددا قليلا منها ينشر الأخبار الطازجة على صفحاته بشكل يومي. تصوير: سامرنغ برنغ - رويترز.

جنود من الخمير الحمر في شوارع العاصمة بنوم بنه عام 1975، ورغم انتهاء عهد حكمهم الدموي لكن قمع الصحافة لم ينته - غيتي.

أبواق للحكومة.. «لا يوجد عندنا إعلام مستقل، حتى الصحف التي تصدر بالإنجليزية تطبل وتزمر للحكومة كلما سنحت الفرصة». وأكد لي أن تي موهان ناشر "خمير تايمز" تبث عنه في وثائق مسربة هذه السنة؛ أن له علاقات وطيدة مع كبار المسؤولين في الحكومة.

وعن القنوات الفضائية شرح لي زهرون أن الأغلبية الساحقة ملك للدولة، والبقية يسيطر عليها حزب الشعب الكمبودي الحاكم، أو على الأقل شخصيات بارزة منحازة إليه.

مواقف أخرى

التقيت نازي سليس في مناسبة أخرى قبل ثلاثة أشهر، في دعوة وجهها لنا شاب عربي يريد فتح قناة فضائية هنا (لم تفتح حتى كتابة هذا التقرير). وأثناء دردشتنا قال لي إن الشباب الكمبودي مستهلك للفيسبوك بطريقة هستيرية، لهذا اختار أن تكون انطلاقته بعد إغلاق الإذاعة من هذه المنصة، قبل أن ينتقل إلى موقع إلكتروني فعال ثم بعد ذلك إلى قناة على اليوتيوب. يحكي لي "معظم المواقع مواقع للمعلومات العامة أو للترفيه، إلا أن عددا منها بدأ يسلط الضوء على الأخبار.. نحاول بدورنا نقل الأخبار عبر شاشتنا دون انحياز، فمعظم تلك المواقع الإلكترونية تعتبر منفذا إلى وسائل الإعلام الناطقة بلسان الحكومة".

تشير الأرقام الواردة عن دار الحرية إلى أن 12 صحيفة أوقفت بين عامي 1993 و2014 فقط، وقد صنفت كمبوديا وفقا لمؤشر حرية الصحافة العالمي لعام 2017 في المرتبة 132 من أصل 180 بلدا في العالم.

ومع اقتراب موعد الانتخابات الوطنية المقبلة لعام 2018، يرى كثير من النشطاء على مواقع التواصل الاجتماعي أن الحكومة -التي يمثلها حزب الشعب الكمبودي- تقود حملات غير مباشرة ضد وسائل الإعلام المستقلة التي تجرؤ على انتقادها.

الصحفي شكري زهرون الذي لا يفكر بالعمل مراسلا لأي جهة حكومية بعد تخرجه، يرى أن العمل في صحافة بلده ما زال محفوفا بالمخاطر، وأن الحكومة لا تتغاضى عن اختلاق الذرائع لإسكات الأصوات الحرة.

يحدثني أنه يوم 3 أغسطس/آب الماضي، أمرت وزارة الإعلام مؤسس المركز الإعلامي للمرأة تشيا صن دانيث بوقف إعادة بث الأخبار على إذاعتي "آسيا الحرة" و"صوت أميركا"، مدعية أن كلتا الإذاعتين لم تسجل مكاتبها رسميا في الوزارة بعد.

صور بالأبيض والأسود

بعد مرور ساعة على حديثنا، كان على مدير التحرير باركهاوس أن يعود إلى عمله، خصوصا أني كنت اعتذرت منه مرتين بعد اتفاقنا على موعد للقاء، لكن قبل مغادرتي فتح حاسوبه وبدأ يقرأ علي من مقالاته القديمة، ثم استدار إلى لوحات بالأبيض والأسود معلقة على الحائط خلف كرسي مكتبه، وقال لي "انظري إلى التاريخ أسفل الصور، هل يذكرك بشيء ما؟".

1975، 1976.. ومن لا يتذكر؟

كانت صورا بعدسته الخاصة توثق لسنوات الخمير الحمر.. أطفال يهربون وجنود يطلقون الرصاص!

«مدينة المصورين».. صورٌ تلاحق القَتَلة

غدير بسام أبو سنينة

يُبيِّن المصورون في الفيلم كيف كانت الصور تكشفُ أمورا لم تكن واضحة لحظة التقاطها، مثل وجود طعنات في أجساد الضحايا، أو اكتشاف مجهولين وأبطال للصورة، أو ظهور عنصر ما لم يكن متوقعا.

"لم تكن عيونهم تلمع، وكانت تخلو من الحياة".. بتلك الملاحظة كان المصورون الصحفيون التشيليون يتعرفون إلى المدسوسين بينهم من قبل حكومة أوغستو بينوشيه الدكتاتورية (1973-1990).

بتلك العبارة وصفهم المصور الصحفي كلاوديو بيريس.. «لم يكونوا يحسنون الإمساك بالكاميرا، وكانوا يحومون حول الناس ولا يحتكّون بهم".. بيريس بتعريفه للمدسوسين إنما كان يقول إن المصور الحقيقي هو ذلك الذي ترى بريقا في عينيه، وتراه منخرطا بين الناس لا حائما حولهم. وبيريس هو أحد المصورين الصحفيين الذين ظهروا في الفيلم الوثائقي التشيلي "مدينة المصورين" من إخراج سيباستيان مورينو، الذي رصد الحياة العملية لمجموعة من المصورين الصحفيين الذين أسسوا جمعية خاصة بهم في تلك الفترة عرفت باسم «مؤسسة المصورين المستقلين» (AFP).

الصور كطلقات

يبدأ الفيلم (إنتاج 2006 الحاصل على عدة جوائز وتكريمات دولية، بصوت تجهيز الكاميرا لالتقاط صورة.. إنه صوت شديد القرب من صوت تجهيز مسدس لإطلاق رصاصة.. المصور الصحفي أوسكار نافارو يؤكد ذلك بقوله إنه استخدم الكاميرا كسلاح، بينما يروي زميله لويس نافارو الذي أوقفته السلطات التشيلية حينما التقط صورة لبينوشيه عند مدخل قصر «لا مونيدا»، كيف أخبره رجال المخابرات التشيلية بوضوح أن ما صنعه بكاميرته يفوق ما تفعله الأسلحة، وهدّدوه بالقول إنهم لو لفقوا له تهمة قتل السيدة العذراء فسيصدقهم الناس.

في تلك الأجواء الاستبدادية والباعثة للفزع، كان المصورون الصحفيون في تشيلي يعملون في توثيق انتهاكات الحكومة التشيلية، وفي وقت لم يكن مسموحا به للتشيليين الاطلاع على ما يجري من قمع في بلادهم، لذا فقد كانت تلك الصور تطير إلى وسائل الإعلام الأجنبية وتغيب تماما عن الرسمية.

ذلك ما أكده المخرج مورينو في حديثه لمجلة "الصحافة"،

ملصق الفيلم - الجزيرة.

أراد مورينو بفيلمه أن يسترجع الأحداث في ذاكرة المصورين والضحايا والجيل الذي رأى في تلك الصور المؤرشفة ذاكرة مغيَّبة - الجزيرة.

حيث شرح كيف كان والده خوسيه مورينو يمتنع عن التحدث أمامه عن عمله بالتصوير وعن مشاهداته، بل حتى إن إقناعه بالظهور في الفيلم كان أمرا صعبا للغاية، رغم أن مورينو الأب هو أحد المصورين المنتمين لمؤسسة المصورين المستقلين، وكان قد وثّق كثيرا لتلك الأحداث، لكن الخوف الذي كان يعشش في قلوب الناس وحرصهم على إبعاد عائلاتهم عن الخطر، إضافة إلى الاتفاق بين حكومة بينوشيه والحكومة الديمقراطية بعدم المساس ببينوشيه أو برجاله بعد ترك الحكم، جعل فترة من الصمت تمتد إلى الجيل الشاب الجديد الذي بدأ النبش في تاريخ بلاده لاحقا، معتمدا في جزء كبير على الصور.

الصور تؤرشف للذاكرة

أراد مورينو بفيلمه أن يسترجع الأحداث في ذاكرة المصورين والضحايا والجيل الذي رأى في تلك الصور المؤرشفة ذاكرة مغيَّبة.

وبحسب مورينو فإن الفيلم من الأفلام القليلة التي كرّمت هؤلاء المصورين وعرضت تجربتهم، حيث كان لدى هؤلاء المصورين التزام سياسي وإصرار على العمل للتخلص من الدكتاتورية، لكن حينما تغير نظام الحكم وانتقل إلى النظام الديمقراطي، لم يُسلط الضوء -بما يكفي- على أعمالهم، رغم مساهمتها في الكشف عن ممارسات النظام السابق الذي كان جزءا من الشعب التشيلي يجهله.

الصور المؤرشفة في مختبر الصور بجامعة تشيلي قادت المخرج إلى تتبع ماضي المدينة التي صورها والده الذي يعمل في ذلك المختبر.. التقى مورينو أصدقاء والده من المصورين الذين كانوا أكثر انفتاحا في التعبير.. وهم يحملون الصور، كانوا يتوجهون إلى الأماكن التي صوَّروها منذ ما يزيد عن العشرين عاما ويقابلون الضحايا أنفسهم.

الصور.. حكايات الضحايا

من ضمن الضحايا، آنا غونسالس وهي مسنّة فقدت أربعة من

أبنائها، لكن الصور بقيت الحبل الوحيد الذي يربطها بهم، بل ويربطها بذلك التاريخ. مورينو يقول إنها معتادة على استقبال الصحفيين، وإن حديثها لأي وسيلة إعلامية يمرُّ عبر الصور.

كانت صور الضحايا الشخصية تُعرض عند الحديث عن تاريخ الحكم الدكتاتوري في تشيلي لتُحفظ من النسيان، وكانت ترمز إلى حق الضحية في الاقتصاص من المجرم، لذا فقد بدا أهالي الضحايا في غاية التجاوب مع فريق العمل.. مورينو أخبرنا أنهم يتجاوبون مع كل وسائل الإعلام، عارضين الصور في الحديث عن قتلاهم ومفقوديهم. بيد أن مورينو سلط الضوء أكثر في عمله على جانب آخر يتجاوز الصور الشخصية للصور المستقاة من حياتهم اليومية، كحضورهم مع عائلاتهم أو نزهة على الشاطئ أو مع أصدقائهم.

يُبيِّن المصورون في الفيلم أيضا كيف كانت الصور تكشفُ أمورا لم تكن واضحة لحظة التقاطها، مثل وجود طعنات في أجساد الضحايا، أو اكتشاف مجهولين وأبطال للصورة، أو ظهور عنصر ما لم يكن متوقعا، كذلك القزم الذي ظهر في صورة التقطها كلاوديو بيريس.. كان القزم يسير أمام رجال الجيش، وبحسب بيريس فقد بدا أن القزم يرمز إلى البلاد والشعب، فالطاغية يرى حجمهما صغيرا قياسا إلى شخصه.

هذا بالإضافة إلى صور أخرى كانت شخصية جدا، كصورة جنازة المعلّم المدرسي خوسيه مانويل باراذا الذي اغتاله رجال بينوشيه مع اثنين من زملائه، حيث اكتشف المصور خورخي لانيزويزكي عند تغطيته للجنازة أن الضحية هو صديقه.. يقول في الفيلم "لم يكن بإمكاني إلا أن أكون مصوّرًا عندها، وكنت أبحث عن أشد تعابير الوجوه تأثيرا لأنقل واقع الألم».

يتحدث المصورون في الفيلم كيف قرروا الخروج في مجموعات للتصوير، وكيف كان وجودهم في المظاهرات يمنح المتظاهرين إحساسا أكثر بالأمان، وكيف درّبوا أنفسهم على ردّات الفعل السريعة عند أي هجوم من رجال الدولة عليهم، دون التوقف في الوقت ذاته عن التقاط الصور وتوثيق الانتهاكات.

اكتشف المصور لانيزويزكي عند تغطيته للجنازة أن الضحية هو صديقه، لكنه قام بعمله كمصور - الجزيرة.

كوادر فارغة من الصور

إنها كذلك.. يتحدث المصوّرون في الفيلم عن الكوادر الفارغة التي وُضعت وسط المقالات في مجلات تشيلية معارضة في تلك الحقبة.. كانت الرقابة تمنع نشر الكثير من الصور، وبدلا من أن تكتفي بنشر المقالات دون الصور، عمدت تلك المجلات إلى الاحتفاظ بمكان الصور -التي كان يفترض إرفاقها بالمقالات- موسومة بكلمة «رقابة»، في إشارة إلى المنع الذي طال النشر، ولمنح القارئ مساحة ليسرح بخياله في ما يمكن أن تكون عليه الصور.

الصور تُحييها الموسيقى

رافقت الموسيقى الفيلم كطيف خفيف واتكأت على عزف القيثارة، إضافة إلى المقاطع المستوردة من فيديوهات مؤرشفة ومدمجة مع لقطات جديدة، كأصوات المتظاهرين التي جعلها مورينو خلفية لمشهد سير أحد المصورين في نفس الشوارع التي كانت تحدث بها المظاهرات.

أما أوتار القيثارة والموسيقى التشيلية والأصوات الحقيقية الأخرى المدمجة كأصوات سيارات الإسعاف والطلقات النارية، فقد كانت كفيلة بنقل إحساس المتحدثين عن تلك الفترة المؤلمة، بعيدا جدا عن الموسيقى التشويقية التي يعمد كثيرون إلى استخدامها حينما يتعلق الأمر بكشف أحداث درامية.

الموسيقى إذن، جاءت متوافقة مع سرد القصص من طرف أبطالها، أما الأغنية الأخيرة فيقول مورينو إنها كانت حديثة الصدور حينما أنجز الفيلم، لكنه طلب من مؤلفها استخدامها لأنها كانت تعبر تماما عن الأحداث، والأهم من ذلك أنها محلية.

يُظهر الفيلم أيضا مصير المصورين، فبعضهم استكمل طريقه في التصوير، وأحدهم أصبح سائق سيارة أجرة.. مصورة أخرى قررت ترك تلك المهنة بعدما رأت أحد المتظاهرين وقد انفقأت عينه، والقليل منهم كان يصور الضحايا القتلى فغدا واحدا منهم بيد القاتل نفسه.

سيباستيان مورينو، مخرج الفيلم - الجزيرة.

ظهر القزم يسير فجأة أمام الجيش في الصورة. وكان يرمز إلى البلاد والشعب - الجزيرة.

الصورة في عصرها الذهبي

جمال الصعيدي

مهما تقدمت الثورة الرقمية وتطورت تقنياتها، فالفضل الأول في جودة الصورة وأهميتها يعود للمصور نفسه، فالصورة فكرة في ذهننا قبل كل شيء؛ تترجمها آلة التصوير.

تفتحت عيناي في عائلة تمتهن التصوير وتجعل منها مهنة لكسب العيش، فقد كنا نتبارى أنا وإخوتي في تصوير بعضنا البعض للإمساك بخيوط هذه الحرفة.. الظاهر منها والمخفي.

وحين احترفت التصوير، اخترت أن أكون مصورا صحفيا، وما زلت أعمل في هذه المهنة منذ ما يزيد على الأربعين عاما، كانت معظمها -للأسف- تغطية لحروب لبنان والمنطقة. كانت تلك السنوات بمثابة مشوار من الألم والمعاناة، لضغط العمل في ظروف أمنية صعبة وخطيرة تركت الأثر العميق في نفسي وحياتي، وقد جعلني هذا الأمر أفكر مرارا في ترك هذه المهنة المتعبة والخطيرة، لكن شغفي وتعلقي بآلة التصوير التي رافقتني في طفولتي كانا أقوى، فأكملت مسيرتي مؤمنا بأن للصورة الفوتوغرافية مهمات أخرى إبداعية وفنية خارج إطار الصورة الصحفية المكررة عن المآسي والحروب.

نظرة إيجابية نحو الصورة

قد تكون الصورة الفوتوغرافية في أيامها الذهبية، سيما بعد تحول هواتفنا الذكية إلى آلات تصوير متطورة سهلت وأتاحت التقاط الصور من قبل أكبر شريحة من الناس ومن كل الأجيال، حتى إن كبار السن من أهلنا والصغار منهم على السواء، يلتقطون صورا ويحملونها على مواقع التواصل الاجتماعي المتعددة الوسائط. ذلك يعني تطورا في طريقة فهمنا للصورة وازدياد أهميتها في حياتنا اليومية، مما دفع نسبة كبيرة من جيل الشباب لتعلم مهارات التصوير وتقنياته -كالطلاب والخريجين- مندفعين بفضولية إيجابية للتعرف إلى هذا العالم الواسع.

وهو أمر يبعث على السرور حين نرى عددا كبيرا ممن هم من خارج مهنة التصوير والصحافة مقبلين على كشف أسرار المهنة، حريصين على اقتناء أهم وآخر تقنيات آلة التصوير وآخر ما اخترع من عدسات متطورة، بعد أن كانت حكرا على المصورين المحترفين.

الصورة.. تقرير صحفي

لا تقل أهمية الصورة عن أهمية التقرير الصحفي، دون أن نقلل طبعا من أهمية الأخير. فصورة واحدة تختصر عشرات الكلمات، وتترجم واقعا معينا وتسلط عليه الضوء بطريقة موضوعية وتروي الأحداث بتجرد.

ومن صدقية الصورة ومهنية المصور وأخلاقه أن يبتعد عن

من زيارة البابا يوحنا بولس الثاني للبنان عام 1997، تصوير: جمال الصعيدي - رويترز.

استخدام تقنيات تغير في دقة ونزاهة الموضوع المصوّر، لا سيما مع انتشار برامج الفوتوشوب. وقد يُسمح فقط بتدخل صغير لضبط توازن الألوان ودرجتها دون التأثير في طبيعة الصورة، ودون إضافة أو إنقاص لعناصر الصورة الرئيسية.. أتحدث هنا عن الصورة الصحفية تحديدا، فهي تؤثر في الرأي العام وتحدد اتجاهاته. وكم من صورة غيّرت مجرى الحروب، وحرب فيتنام وصورها الشهيرة شاهدة على ذلك. كذلك صور الحروب الإسرائيلية ضد منطقتنا، التي فضحت الكثير من الأكاذيب وبينت حقائق كنا نجهلها، مما ساعد في تغيير اتجاه الرأي العام الدولي وحرفته من اتجاه إلى آخر.

لذا، نرى السعي الدائم لدى المؤسسات الصحفية العالمية التي تحرص على سمعتها ومصداقيتها؛ لمنح الصورة الصحفية المكانة التي تستحقها .

ولأن الصورة الصحفية توثق لتاريخنا وحاضرنا، فالأجدر اعتبارها إرثا ثقافيا وحضاريا.

للمصور الفضل الأول

مهما تقدمت الثورة الرقمية وتطورت تقنياتها، فإنني أرى الفضل الأول في جودة الصورة وأهميتها يعود للمصور نفسه، فالصورة فكرة في ذهننا قبل كل شيء؛ تترجمها آلة التصوير، وتساعدنا التقنيات المتطورة إذا كانت الفكرة وقراءة المشهد مكتملتين في ذهن المصور وعينه.

بيد أن عليّ إيفاء الكاميرا الرقمية (الديجيتال) حقها في مهنة التصوير الصحفي، خاصة أثناء تصوير الأحداث اليومية، وكذلك خلال وجود المصور الصحفي في ساحات القتال وعلى تخوم الحروب، إذ سمحت هذه التقنية للمصور بالتقاط العديد من الصور بسرعة فائقة، وفي ثوان قليلة مكّنته من الحصول على عشرات الصور للإحاطة بموضوعه المقصود، ثم مراجعة الصور والتأكد من صحتها في المكان نفسه، لتمنح المصور فرصة لتصويب الخطأ، بينما كان ذلك في الماضي أحد معوقات عملنا، واختصرتْ علينا وقت العودة إلى غرفة التحميض بالأدوية الكيميائية وتظهير الصور.

وما بين كاميرا الأمس وكاميرا اليوم، بات بإمكاننا -كمصورين صحفيين- السيطرة على الضوء إن كان خافتا أو قويا ساطعا، وصناعة صورة جيدة وقتية، إذا كانت تمتلك قوة الموضوع وعناصر الصورة والكادر والظل والألوان.. كل هذه المكونات إن وجدت مرفقة بآلة متطورة؛ ستشكل بلا شك الصورة المثالية.

بحيرة إيفيان بسويسرا، تصوير: جمال الصعيدي.

العدسات والحالة البصرية

ما إن نستخدم عدسة جديدة للكاميرا حتى تنتج الشركات المصنعة عدسات أخرى أكثر تطورا، فماذا يفعل المصور الصحفي إزاء هذه المنتجات الجديدة؟

حسنا، ما عليه سوى أن يختار العدسة التي تتأثر وتتجاوب مع تطلعاته كمصور محترف، من حيث انعكاس الضوء وحركة الزمن واللحظة والومضة الضوئية التي تتفاعل مع المشهد وما يحيط به من ألوان وتشكيلات، تجتمع كلها في تناسق جميل، لتعكس أفضل ما يعيشه المصور من حالة بصرية، تترجم بصورة تحمل الكثير مما في نفسه وتعبر عن فكرته. لربما نقول الآن إن ثمة إنصافا قد أصاب الصورة الصحفية بسبب تطور تقنيات التصوير والنظرة الإيجابية لها، الأمر الذي أعاد لها مكانتها لتصطف إلى جانب الفنون الأخرى المعترف بها، حيث بتنا نرى الصورة الفوتوغرافية والصحفية وهي معروضة في أهم الصالات العالمية، جنبا إلى جنب مع اللوحات التشكيلية الفنية الراقية.

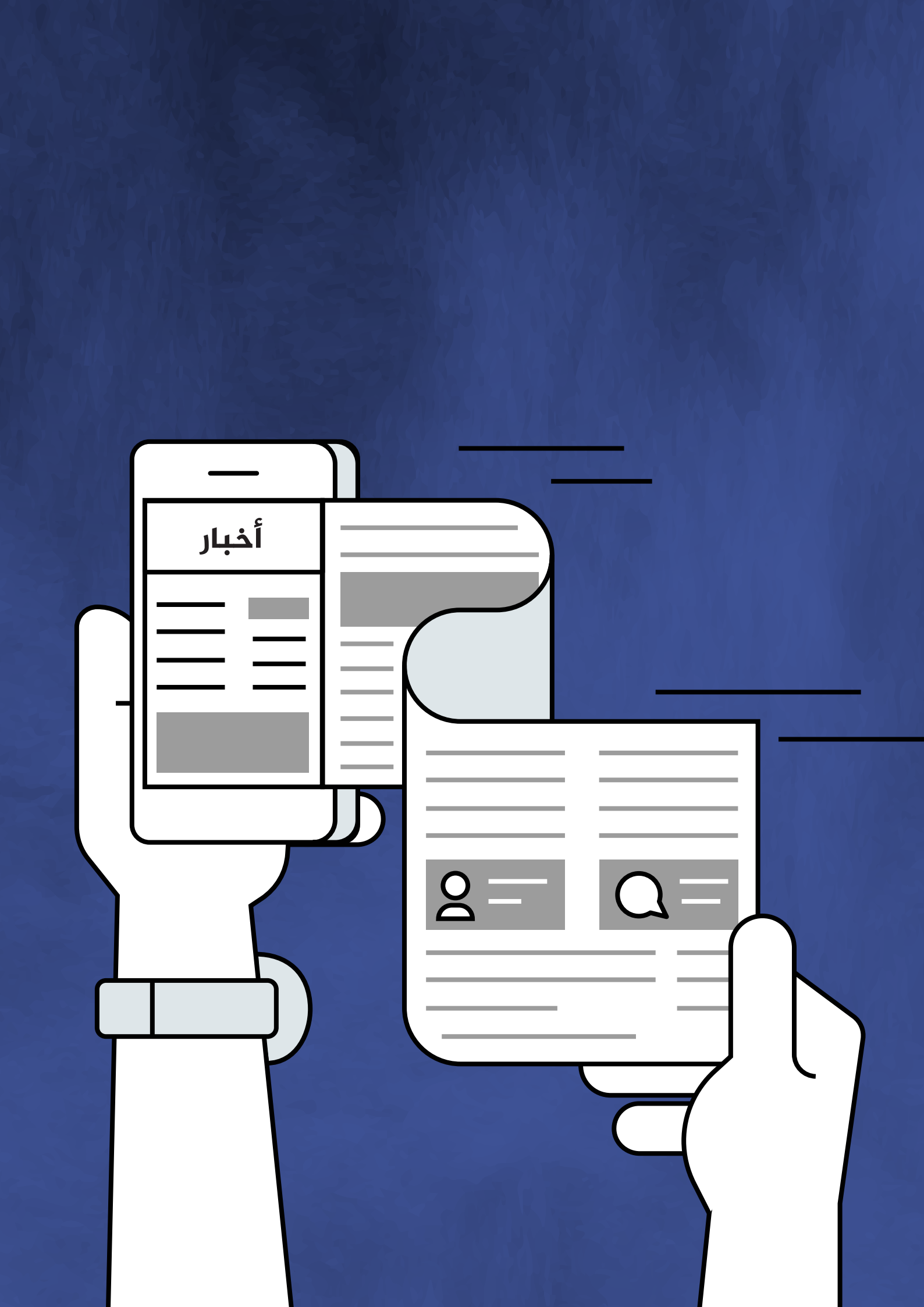
ماذا ينقصنا الآن؟ متحفُ خاص بالصورة.

أم فلسطينية تحتضن ابنها هربا من القنص في مخيم صبرا وشاتيلا 1985، تصوير: جمال الصعيدي.

ساحة السلام في جنيف التي ترمز إلى ضحايا الحروب في العالم، ويُشاهَد رجل على كرسي من ضحايا الحرب في سيريلانكا، تصوير: جمال الصعيدي.

أطفال لبنانيون يتقافزون فوق دبابة خلّفها جيش الاحتلال الإسرائيلي، في الذكرى الأولى لانسحاب الاحتلال من جنوب لبنان، تصوير: جمال الصعيدي - رويترز.

لاجئة سورية في مخيم للاجئين السوريين في البقاع اللبنائي، تصوير: جمال الصعيدي - رويترز.


أخبار