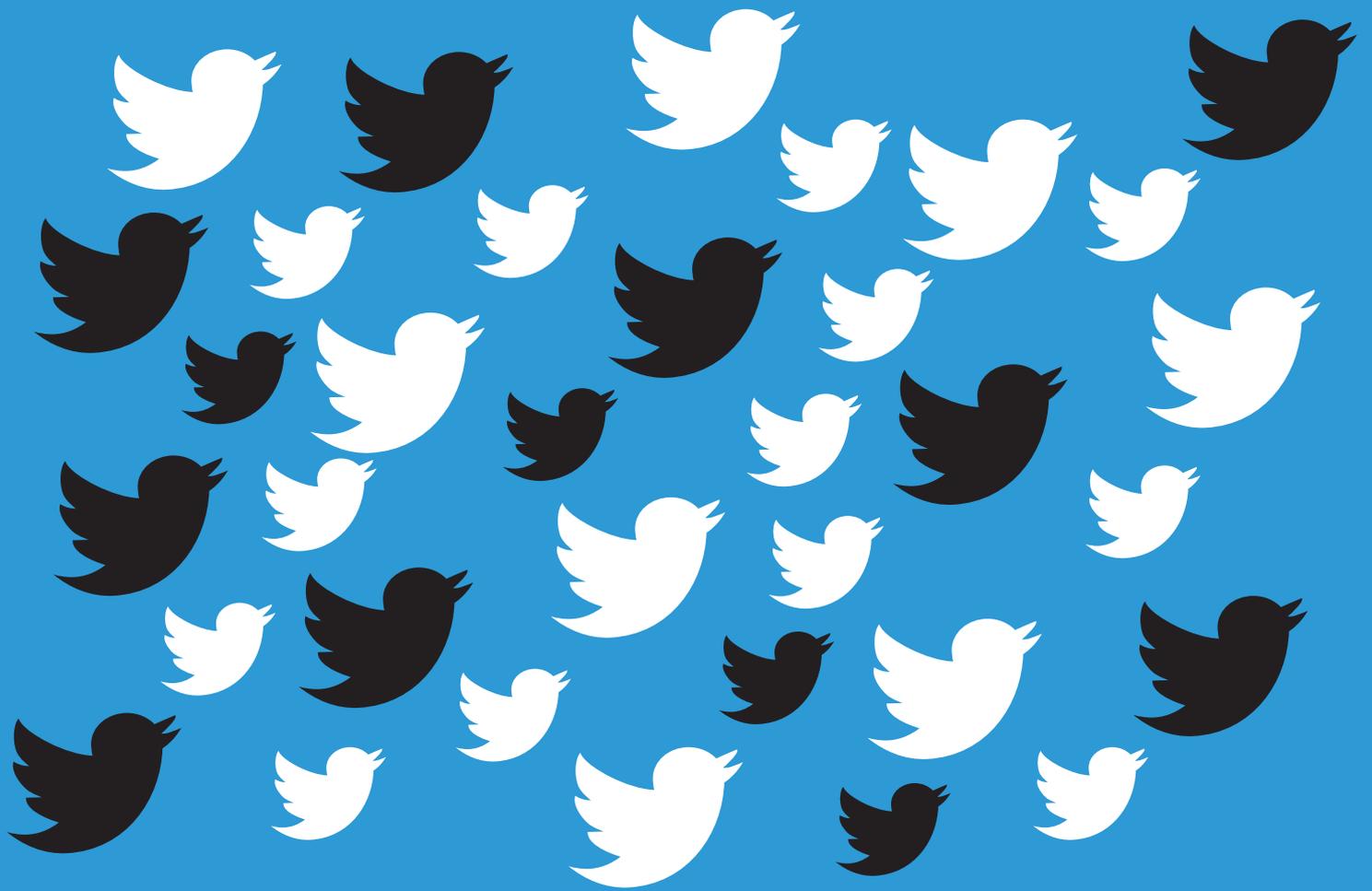


مجلة الصحافة

العدد (13) | السنة الرابعة | ربيع 2019



الأخبار الكاذبة..
تغريد داخل السرب

إياد الداود

فنّ التقصي

الفيلم الوثائقي التحقيقي



معهد
الجزيرة للإعلام

محتويات العدد

4 انحياز إلى الأيدولوجيا على حساب الحقيقة.. فتش عن الأسباب

همام يحيى

10 قوانين تجرّم الصحفيين من بوابة الأخبار الكاذبة

ملاك خليل

14 الأخبار الكاذبة في عصر موجات الهجرة.. نظرية الذعر الأخلاقي

مها عمر

20 ستة أنواع للأخبار الكاذبة في العصر الرقمي

عمر أبو عرقوب

24 الأخبار الكاذبة ومواقع التواصل.. حرب حقيقية أم وهم دعائي؟

أحمد مدحت

28 التضليل.. استراتيجيات الحكومات البديلة

أسامة الشامي

34 كيف يكشف الحجاب الفرق بين الصحافة الأميركية والفرنسية؟

أيوب الريمي

40 رحلتي الأولى في الاستقصاء: من مشهد على الطريق إلى القضاء

جنى الدهيبي

44 «السيد جونز».. الصحفي الذي عرف أكثر من اللازم

شفيق طيارة

50 عن علاقة البودكاست بالمدونات الإلكترونية.. عدوّ أم صديق؟

آلاء أحمد

54 انتصار الإذاعات المجتمعية.. خطأ أوفر للوسائل الأخرى

عمار الشقيري

60 تقنية البث الهجين.. الخيال الذي أصبح واقعاً

شربل بركات

64 ما أهمية تبني القيم الصحفية في المنصات التقنية؟

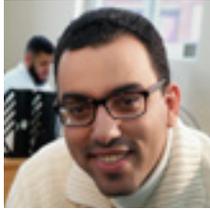
غابرييلا شوارتز

إصدار
جديد
لمعهد
الجزيرة
للإعلام

كتاب المجلة

أيوب الريمي

صحفي مغربي ومقدم أخبار في لندن. عمل في عدد من المنابر الإعلامية المغربية والدولية. باحث في التواصل السياسي.



همام يحيى

كاتب وباحث وأستاذ مساعد في الطب النفسي في الولايات المتحدة.



جنى الذهبي

صحافية لبنانية في جريدة المدن الإلكترونية تعمل في قسمي السياسة والمجتمع، وتتعاون مع عدد من المنظمات في إنجاز تحقيقات تعنى بحقوق النساء.



ملاك خليل

صحافية وكاتبة لبنانية تعمل في معهد الجزيرة للإعلام، حاصلة على دبلوم في فنون التواصل من الجامعة اللبنانية الدولية.



آلاء أحمد

معلقة صوتية وباحثة في مجال الكتب الصوتية، لديها أكثر من 50 كتاب بصوتها بالإضافة إلى العديد من المقالات الصوتية القصيرة.



مها عمر

صحفية وأكاديمية تحمل درجة الماجستير في الأدب والثقافة الإسبانية. معلقة صوتية، ومخرجة مستقلة.



عمار الشقيري

صحفي مختص بالشأن الثقافي. أصدر مجموعتان قصصيتان، وكتب مقالات في أكثر من مجلة وصحيفة عربية وأجنبية.



عمر أبو عرقوب

إعلامي وباحث فلسطيني مرشح لنيل درجة الدكتوراه في الدراسات الإعلامية وهندسة والجمهور.



شربل بركات

مدير فني رقمي، متخصص في مجال التواصل البصري.



أحمد مدحت

صحافي وكاتب مصري، له مساهمات في العديد من المواقع العربية.



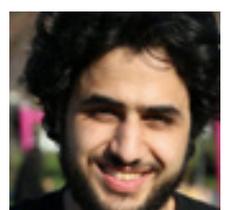
غابرييلا شوارتز

مديرة تحرير موقع «فليب بورد»، صحافية وزميلة في مؤسسة نيمن، عملت سابقاً كمنتجة لدى ال بي بي سي.



أسامة الشامي

صحفي مهتم بعلاقة الإعلام الجديد بنظريات التسويق وعلم النفس الرقمي وكيفية تأثيره على المجتمعات.



شفيق طيارة

صحفي وناقد سينمائي، مهتم بتاريخ السينما، ويكتب في عدة صحف ومواقع إلكترونية.



مجلة الصحافة

العدد (13) | السنة الرابعة | ربيع 2019
مجلة فصلية تصدر عن
معهد الجزيرة للإعلام
شبكة الجزيرة الإعلامية

المشرف العام
منير الدائمي

رئيس التحرير
منتصر مرعي

هيئة التحرير
ملاك خليل
محمد خميسة

مراجعة لغوية
الفضيل بن السعيد

تصميم

إدارة الإبداع في شبكة الجزيرة الإعلامية

مجلة الصحافة

Aljazeera Journalism Review

موقع الإنترنت:

<http://institute.aljazeera.net/ar/ajr>

تويتر:

@AJR_Arabic

فيسبوك:

[www.facebook.com/
aljazeerajournalismreview](http://www.facebook.com/aljazeerajournalismreview)

بريد المجلة الإلكتروني:

ajreditor@aljazeera.net

التصدي للأخبار الكاذبة.. الجولة مستمرة

تخيل أيها الصحفي عندما تتعقب معلومة كاذبة، أن ينتهي بك المطاف إلى رئيس دولة عظمى هي الولايات المتحدة الأمريكية. في الحقيقة تجاوزت 10 آلاف كذبة رصدتها صحيفة واشنطن بوست للرئيس الأمريكي دونالد ترامب على مدى 827 يوماً بمعدل 23 كذبة أو معلومة مضللة في اليوم الواحد. لوهلة ما، كانت الأخبار الكاذبة أو الزائفة تأتي من مصادر مجهولة، أو يتناقلها مستخدمون عاديون لشبكات التواصل الاجتماعي وباتت تشكل عبئاً على الصحفيين للتحقق منها خلال جمع الأخبار من المصادر المفتوحة. اليوم أصبحت الأخبار الكاذبة كالجريمة المنظمة تقف خلفها دول أو «خلايا إلكترونية» تستعين بها دول في تضليل الجمهور لأغراض سياسية، وفي حالتنا هذه، يقف وراءها الرئيس الأمريكي نفسه. صحيح أن عملية التحقق من صحة الأخبار هي أحد مهام الصحفي اليومية، ولم تبدأ مع انتشار شبكات التواصل الاجتماعي، لكنها باتت اليوم مهمة صعبة تستدعي تطوير الأدوات التقنية والبشرية لمواجهتها. صحيفة واشنطن بوست صممت قاعدة بيانات وخصصت فريقاً للتحقق من مزاعم الرئيس الأمريكي وعدم التعامل معها كتصريحات مجردة أو وجهة نظر. أصبحنا نجد اليوم في غرف الأخبار وظيفة «محقق» بيانات وفرقاً تعكف على تنقية أسراب الأخبار المتدفقة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وسواها في جولة مستمرة يطور فيها كل طرف براعته، الأول في التضليل والآخر في كشفه للجمهور.

مجلة الصحافة

انحياز إلى الأيدولوجيا على حساب الحقيقة.. فتش عن الأسباب

همام يحيى

انعكس الاستقطاب السياسي والأيدولوجي على وسائل الإعلام، فأصبح الاحتفاظ بمعايير المهنيّة والمصداقية أمراً في غاية الصعوبة.

4



مع ظهور قناة CNN الأميركيّة كأول قناة إخبارية كاملة، ودّع البشرُ الزّمنَ الذي كان فيه للأخبارِ وقتٌ محدّد (غيتي).

لعلّ انتخاب دونالد ترامب رئيساً للولايات المتحدة عام 2016 يُمثّل نقلة مركزية في قضية "الأخبار الكاذبة"، فالرئيس الذي كان انتخابه مفاجئاً للجميع، وجد نفسه وسط حملة إعلامية هائلة من وسائل الإعلام المحسوبة على الديمقراطيين واليسار الأميركي بشكل عام، ولم يتوان هو بدوره عن ردّ الهجوم بمثله، واتّهام وسائل الإعلام بتلفيق الأخبار ضده عمداً.

ومهما يكن رأي المرء في ترامب، فمن المهمّ الإقرار بأن هذه الحقبة التي نعيشها، تشهد بالفعل انتشاراً هائلاً للأخبار الكاذبة، ولذلك أسباب عديدة ومتنوعة.

من بين هذه الأسباب، أنه صار مقبولاً تماماً، وشائعاً إلى درجة الاعتقاد، أن تكون لوسائل الإعلام انحيازاتٌ أيديولوجية معروفة ومعلنة، بحيث أصبحت وسائل الإعلام التي تُعرّف نفسها باعتبارها وسائل موضوعية لنقل الأخبار، حالة استثنائية أو أقلية على الأقل، بينما الشائع والمعتاد أن يكون لوسيلة الإعلام توجه معلّن ومعروف، كأن تكون يسارية أو يمينية، محافظة أو ليبرالية، قومية أو عولمية، وهكذا.

تُحاجج وسائل الإعلام بأن هذا ليس مشكلاً بحدّ ذاته، طالما أنّ الوسيلة الإعلامية تلتزم بمعايير العمل الإعلامي وبالصدق. لكنّ الإشكال يكمن في صعوبة تحديد الخط الفاصل بين أن يكون

لوسيلة إعلامية توجهه معيّن يقود سياساتها التحريرية، وبين أن يصل هذا التوجه إلى درجة متقدمة من الانتقاء والحذف والإبراز والتهميش والتضخيم والتحجيم.

يضاف إلى ذلك أن تزايد الاستقطاب السياسي والأيدولوجي في مجتمع ما، ينعكس بدوره على وسائل الإعلام التي تُصبح جزءاً من ذلك الاستقطاب. فمن المتوقع أن تنخرط كل وسيلة إعلامية في هذا الصراع بقدر ما، وتحاول التركيز على الأخبار والتحليلات والتقارير والآراء التي تؤيد توجهها الأيدولوجي. وفي غمرة هذا الاستقطاب، يُصبح الاحتفاظ بمعايير المهنية والمصداقية أمراً في غاية الصعوبة، بل قد يُصبح من يُنادون به متهمين بالتشبث بمفهوم جامد للمهنية أو بالبرود الأخلاقي تجاه صراع محتدم يعتبره كثيرون مسألة حياة أو موت.

من هنا، نشأت ما تُسمّى "حقبة ما بعد الحقيقة" (Post-Truth Era)، ويُقصدُ بها عموماً تلك الحالة التي يتراجع فيها دور الحقائق والبيانات والمعلومات لصالح المعتقدات والرؤى الأيدولوجية والرغبات. ينبغي هنا تقديم استدراكٍ مهمّ: صحيح أنّ هذه الحالة يمكن أن تشمل التغاضي عن حقائق ثابتة أو تجاهل معلومات مؤكدة لصالح المعتقدات والانحيازات الأيدولوجية، إلا أنه ينبغي التنبيه إلى أنّ كثيراً مما يختلف حوله البشر سياسياً وثقافياً واجتماعياً، ليس ممّا

يمكن حسمه بالمعلومات أو "داتا". فمثلاً، قد يرى اليساري أنّ ارتفاع أعداد من لا يشملهم التأمين الصحي مؤشرٌ خطير وأمرٌ ينبغي التركيز عليه إعلامياً. أمّا اليميني -وإن أقرّ بالأرقام- فالقضية لا تبدو له بنفس الطريقة، إذ يرى أنّ على الأفراد أن يجتهدوا ويعملوا بجدّ من أجل أن يحظوا بتأمين صحي جيّد، وبالتالي فالقضية ليست بالنسبة له خيراً يستدعي القلق.

يضاف إلى ذلك، أنّ لدى البشر نزوعاً سيكولوجياً قوياً نحو تصديق ما يدعم رؤيتهم الإدراكية المسبقة. هذا النزوع يسمى "الانحياز التوكيدي" (Confirmation Bias). يبدو الأمر منطقيّاً جدّاً، فتصديق ما يدعم وجهة نظري المسبقة من قضية ما، أسهل وأقلّ كلفةً من الناحية النفسية. أما حين أواجه معلومة أو خبراً أو تحليلاً مخالفاً لرؤيتي المسبقة، فهذا يُنتج ما يسمى "التنافر المعرفي" (Cognitive Dissonance)، أي تلك الحالة غير المريحة التي تولدها مواجهة حقيقة جديدة تهزّ بقوة تصورتنا بخصوص قضية ما، وتشعرنا بأنّ تصوراتنا محدودة أو خاطئة أو هشة.

لذا، يبدو منطقيّاً أن نميل إلى متابعة الأخبار والأشخاص ووسائل الإعلام التي تؤكد تصوراتنا عن القضايا التي تهتمّنا، وأن نتجنّب الأخبار والأشخاص ووسائل الإعلام التي تخبرنا بالعكس. وفي مناخ استقطابي يشهد تحيزات

مختلفة مع من يعتبرهم أسباباً لغضبه.

كمثال بسيط، تُحقّق أخبار المهاجرين في الغرب متابعة عالية باستمرار، من قبل وسائل الإعلام والمتابعين على حدّ سواء، والتفسير بسيط. يركّز الخطاب المعادي للمهاجرين على أنهم يرتكبون الجرائم أو يستولون على الوظائف أو يحملون ثقافة مريبة، ومن ثم

مستمرّ مع الإعلام الاجتماعي، ويحتاج بالتالي إلى "تغذية" متواصلة. هذا التلاقي في الحاجة إلى تدقّق مستمر للأخبار بين المنتج والمستهلك، يهيئ الأرضية لاستسهال النشر، والتهاون في التوثيق من الأخبار، وتحويل تداعيات الأخبار والتعليقات على الأخبار إلى أخبار بدورها، وهذا يُفسح المجال أمام مناخ تنتشر فيه الأخبار الكاذبة بسهولة.

ثانياً- حلقة "الاشتباك" المُفرّغة

مفهوم "التفاعل" (Engagement) من أهمّ المداخل لفهم علاقة الإعلام الاجتماعي بالأخبار. يقيس هذا المفهوم مقدار تفاعل المتابعين مع المحتوى على شبكات التواصل، بالوقت الذي يقضيه المتابعون مع المحتوى، وبالتفاعلات المختلفة معه، مثل التعليق عليه أو نشره أو إرساله إلى آخرين. وتشير دلائل مهمة إلى أن المتابع يكون في أعلى حالات الاشتباك حين يكون في حالات شعورية تتسم بالخوف أو الغضب. من ناحية سيكولوجية، يبدو الأمر قابلاً تماماً للتفسير، فالخائف في حالة تيقن دائماً لتقييم الخطر ومواجهته وللبحث عن الطمأنينة والأمان. أما الغاضب فهو كذلك في حالة تحقّر، وهو في حالة رغبة عالية ومستمرّة في تفريغ غضبه والتعبير عنه، والاشتباك بطرق

حادّة، تصبح البيئة مهيأة تماماً لتصديق الأخبار الكاذبة. حالات الاستقطاب الشديد ترافقها أجواء عاطفية وانفعالية مشحونة، وحالات شيطنة للآخر وتعريفه باعتباره خطراً. لذا، من المطلوب تمييز هذه المشاعر والانفعالات القويّة، وإن لم تؤدّ الأخبار الحقيقية هذا الغرض، فالأخبار الكاذبة أو المبالغ فيها أو العالية الانحياز تصبح حاجة سيكولوجية ملحة لدى وسائل الإعلام ومتلقّي إنتاجها على السواء.

ومما لا شكّ فيه، أن وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت بقدر ضخم في ظاهرة الأخبار الكاذبة، ولذلك أسباب كثيرة منها:

أولاً- ارتفاع الطلب على الأخبار إنتاجاً واستهلاكاً

فمع ظهور قناة "سي.أن.أن" الأميركية كأول قناة إخبارية كاملة، ودّع البشر الزمن الذي كان فيه للأخبار وقت محدد. ومع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، أصبحت الأخبار عبارة عن سيل متدفّق كل لحظة. وسائل الإعلام ومنصات نشر الأخبار أصبحت بحاجة إلى حركة تصفّح عالية، وإلى المحافظة على جمهورها وتوسيع نطاقه باستقطاب جمهور جديد باستمرار. وبالنسبة للمتلقّي، فهو كذلك في حالة اتّصال



القضايا التي تشغل إنسان هذا الزمن، تكتسب عمليّة "صناعة الانفعالات" تجاه القضايا أهمية قصوى. وصار ملحوظاً ومعتاداً أن تتحوّل جميع القضايا التي يثور بشأنها الخلاف إلى استقطاباتٍ حادّة يتبادل الخصوم فيها اتهامات قاسية، بالعنصرية أو اللابونيّة أو التطرّف أو غيرها. هذا ما يُعبّر عنه بصناعة "الفرع الأخلاقي" (Moral Panic)، فكل قضية يتحوّل الناس فيها

الكاذبة - خصوصاً ما يثير الغضب والخوف - باهتمام كبير وتصديق سريع ومجانبيّ.

ثالثاً - "الفرع الأخلاقي"

في ظلّ العجز المتزايد عن الاحتكام إلى معايير معقولة يمكن الاتّفاق عليها بخصوص

فهو يلعبُ على وتريّ الخوف والغضب، ويحقّق بالتالي متابعة عالية.

وفي ظلّ هذا المناخ، والرغبة العارمة لدى وسائل الإعلام والمتابعين على السواء في البقاء مشتبكين مع الحدث، لا يبدو أن لكلا الطرفين مصلحة كبيرة في التوثق من الأخبار والتعامل معها برصانة ورويّة، فتحظى الأخبار



يميل الأشخاص إلى متابعة الأخبار التي تؤكّد تصوراتهم ويتعدون عن تلك التي تخبرهم بالعكس (غيثي).

إلى أخيار وأشرار، أعداء وحلفاء، معنا أو ضدنا، حتى القضايا البسيطة، أو القضايا التي من الطبيعي أن يختلف الناس الجيّدون بشأنها، تتحوّل بقوة

الإعلام الاجتماعي إلى قضايا أخلاقيّة مصيريّة فيها حياة أو موت، وطنيّة أو خيانة، تخلف أو تحضّر، وهكذا. في هذا الجوّ، من السهل تصديق ما يضرّ

بخصمي وما يُحرجه، وما يرفعُ من شأن فريقِي أو يمجّده، دون الاحتكام إلى الحوار المتّزن والفحص الموضوعي. هذا المناخ العام مهيباً تماماً



والأشخاص؟

التي تواجه المتلقين، إذ تطرح السؤال الصعب والمهم: كيف يحتفظ إنسان هذا الزمن بالتزانه وموضوعيته في بناء مواقفه من الأحداث والقضايا

للأخبار الكاذبة، صناعةً ورواجاً وتصديقاً. وليس من المبالغة القول إن هذه القضية والتعامل معها من أهم تحديات الإعلام اليوم، وكذلك من أهم التحديات



لافتة مناهضة للأخبار الكاذبة على هامش أعمال مؤتمر ريبابليكا الرقمي في برلين العام 2018 (غيتي).

قوانين تجرّم الصحفيين من بوابة الأخبار الكاذبة

ملاك خليل

شُرعت دول عربية عديدة خلال السنوات القليلة الماضية في سنّ قوانين تحاصر الصحفيين، وتقضي بسجنهم إذا ما نشروا أخباراً قد تكون «كاذبة» برأي السلطات.

10

إذاً، في بلد "الحريات والديمقراطية"، لم يستطع ترامب الضغط لسن قانون يجرم نشر الأخبار التي يراها "زائفة" من قبل وسائل الإعلام.. خطوةً سبقته إليها أنظمة عربية عدة، وسنّت قوانين تجرّم نشر الأخبار الكاذبة وتفضي إلى السجن في كثير من الأحيان.

هكذا ببساطة، شرّعت دول عربية عديدة خلال السنوات القليلة الماضية في سنّ قوانين تحاصر الصحفيين، وتقضي بسجنهم إذا ما نشروا أخباراً قد تكون "كاذبة" برأي السلطات. مَن يعلم، فتقنيات التحقق من الأخبار -رغم تطوّر أدواتها اليوم- تبقى رهينة لوجهات النظر في أحيان كثيرة.

لارتباطه بطفرة وسائل التواصل الاجتماعي، وقدرة أيّ شخص -صحفياً كان أم مواطناً عادياً- على نشر مثل هذه الأخبار، سواء عن قصد، أو عن عدم معرفة.

خلال أكثر من عامين، كان مصطلح "أخبار زائفة" (Fake News) رأس حربة لدى الرئيس الأميركي في نزاعه مع إعلام بلاده، لكنّه حتى اليوم، لم يتمكن من تكميم أفواه الصحافة.. إنها أميركا يا عزيزي. وحتى عندما قرر البيت الأبيض سحب تصريح الدخول لمراسل "سي.أن.أن" جيم أكوستا إثر المشادة الكلامية الشهيرة التي حدثت بينه وبين ترامب في أحد المؤتمرات الصحفية، كان القضاء الأميركي يعيد تصاريح أكوستا إليه (2).

جرّب أن تدخل موقع اليوتيوب، اكتب عبارة "أخبار كاذبة" موصولةً باسم الرئيس الأميركي دونالد ترامب في مربع البحث، لتظهر لك نتائج العديد من مقاطع الفيديو التي يتحدّث فيها الرئيس عن ضرر نشر هذه الأخبار.

حتى الآن، لا شيء يبعث على القلق.. رئيس دولة عظمى يحذّر من ضرر الأخبار الكاذبة (1)، إلا أن اللافت في هذه التحذيرات، أنّ معظمها مصوّب نحو الإعلام. رئيس البيت الأبيض ركّز في معظم خطباته على أن آفةً يعاني منها العالم أجمع ترتبط بالإعلام فقط، في وقتٍ حظي مصطلح "الأخبار الكاذبة" برواجٍ في السنوات الأخيرة

يعرّف الإشاعة، علماً بأن قانون العقوبات يعاقب على فعل الذم الذي عرّفه بأنه "إسناد مادة معينة إلى شخص ولو في معرض الشك والاستفهام، من شأنها أن تنال من شرفه وكرامته".

وتؤكد هالة أن التحرك الحكومي "يأتي في سياق معادٍ للحقوق والحريات يتمثل في اعتقال النشطاء وملاحقتهم أمنياً، ومنع المسيرات والفعاليات والقيود الواردة على عمل النقابات ومنظمات المجتمع المدني، ويعبر عن ضيق صدر الحكومة بالدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه النقد القاسي لها، في توظيف سياسي واضح لمحاصرة المنابر الجديدة التي

الكاذبة، التي من شأنها أن تكبح أي نقاش عام هام حول القضايا المهمة" (4).

ورأى بيج أنه "بدلاً من إدخال مفاهيم مبهمّة جديدة مثل الأخبار الكاذبة، ينبغي للأردن التحرك لإلغاء أي أحكام تهدد قدرة المواطنين على المشاركة في المحادثات عبر الإنترنت، حتى لو كانت تتعلق بمواضيع حساسة مزعومة".

بحسب المحامية والناشطة الحقوقية الأردنية هالة عاهد، فإن المادة 13 من مشروع القانون المعدل، جرّمت نشر أو بث الإشاعات والأخبار الكاذبة بحق أي شخص طبيعي أو معنوي، عن قصد وبسوء نية. لكنها ترى أن النص المقترح لا

أواخر العام الماضي، قدمت الحكومة الأردنية مشروعاً لتعديل قانون الجرائم الإلكترونية، وأرسلته إلى مجلس النواب لإقراره وفق القنوات الدستورية (3).

مشروع القانون المعدل لقانون الجرائم الإلكترونية الصادر عام 2015، تضمّن تجريم الإشاعات والأخبار الكاذبة، على أن تتراوح العقوبة بين ثلاثة أشهر وستين. وقبل أن يتم البتّ في التعديل، كانت منظمة "هيومن رايتس ووتش" ترى فيه "تقييداً لحرية التعبير بشكل مفرط"، بينما دعا نائب مديرة قسم الشرق الأوسط في المنظمة مايكل بيج إلى "إلغاء الأحكام القانونية التي تقيّد حرية التعبير، لا أن تضيف أحكاماً أكثر غموضاً مثل الأخبار



العديد من الدول العربية سنّت قوانين تجرّم نشر الأخبار الكاذبة من قبل وسائل الإعلام (رويترز).

يستخدمها المواطنون لمحاسبة الحكومة وكشف الفساد“.

الموقف الراض لمثل هذه القوانين لم يتوقف على الأردن، ففي المغرب أيضاً كان موقف (5) نقابة الصحفيين رافضاً توجه الحكومة لتشريع قانون يتعلق بما تسميه “نشر الأخبار الزائفة”، ومطالباً بإلغائه، مع التحذير من “خطورته البالغة“. فقد عبّرت النقابة “عن استغرابها الشديد إزاء هذا المشروع غير الواضح في خلفياته وأهدافه“، كما وجدت فيه “ذريعة في أيدي أعداء حرية الصحافة لتكميم أفواه الصحفيين“، لا سيما أن نشر الأخبار الزائفة منصوص على عقوبته في العديد من أحكام قانون الصحافة والنشر،

المعمول بها في المغرب.

البحرين كانت سبّاقة في هذا النوع من القوانين، فقد سعت عام 2012 إلى تعديل المادة 168 من قانون العقوبات، المتعلقة بإذاعة ونشر الأخبار الكاذبة، والحق في حرية التعبير، وإساءة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتوظيف البعض لها في زعزعة الأمن (7).

التعديل كان قد فرض السجن “مدة لا تزيد على سنتين، وبالغرامة التي لا تتجاوز مئتي دينار، أو إحدى هاتين العقوبتين، في حق من أذاع عمداً أخباراً كاذبة مع علمه بأنها من الممكن أن تحدث ضرراً بالأمن الوطني أو بالنظام العام أو

بالصحة العامة“. واشترط التعديل أن تحرّض الأخبار على العنف، تجدر الإشارة هنا إلى أن السلطات البحرينية اتهمت الناشط نبيل رجب بمجموعة من التهم إحداهما “نشر أخبار كاذبة وشائعات في زمن الحرب“، وحكمت بسجنه (8) القوانين التي تجرّم نشر الأخبار الكاذبة، طالت فلسطين أيضاً، ففي غزة نصت المادة 62 على العقوبة بالسجن ثلاث سنوات لكل “من نشر أو ردد قولاً أو إشاعة أو خبراً من شأنه أن يسبب خوفاً أو رعباً للناس، أو أن يكدر صفو الطمأنينة العامة، وهو عالم أو لديه ما يحمله على الاعتقاد بأن ذلك القول أو الإشاعة أو الخبر عار عن الصحة“، وهي المادة



ترامب وأكوستا خلال المشادة التي حدثت بينهما في البيت الأبيض في نوفمبر العام 2018 (رويترز).

كما أن الأمم المتحدة ومنظمة "الأمن والتعاون في أوروبا" ومنظمة "الدول الأميركية" و"اللجنة الأفريقية لحقوق الإنسان والشعوب"، سبق أن أكدت في بيان مشترك أن "الأخبار الزائفة تُستخدم لنشر دعاية الدول وتبرير عرقلة حرية الصحافة، على حد سواء. وشدد الموقعون على البيان على ضرورة إلغاء تجريم التشهير. كما أن الأمم المتحدة تعتبر "تعزيز موثوقية المعلومات أفضل طريقة لمحاربة الأخبار الزائفة" (12).

ولم تكن المعارضة وحدها من توقف عند الهدف الحقيقي من القانون، بل جاء الاستنكار من منظمة العفو الدولية التي أشارت إلى "الغموض" الذي يكتنف مصطلح "الأخبار الكاذبة"، ودعت إلى سحب مشروع القانون، واصفة إياه بأنه محاولة لتحسين الحكومة من الانتقاد.

وعلى الهامش، كان للمنظمات الحقوقية دور كبير للتشكيك في الغاية من تشريع مثل هذه القوانين، إذ أشارت منظمة "مراسلون بلا حدود" في بيان نشرته عام 2017، إلى أن هذه القوانين "ذريعة للرقابة في أيدي أعداء حرية الصحافة" (11).

التي تتشابه مع المادة 188 من القانون المصري التي تعاقب بالسجن أيضاً كل من نشر -عن قصد أو عن غير قصد- "أخباراً أو بيانات أو إشاعات كاذبة أو أوراقاً مصنوعة أو مزورة أو منسوبة كذباً إلى الغير، إذا كان من شأن ذلك تكدير السلم العام أو إثارة الفرع بين الناس أو إلحاق الضرر بالمصلحة العامة" (9).

أما في الضفة الغربية، فيعاقب الصحفي الذي "ارتكب الجريمة بالأشغال الشاقة المؤقتة إذا وقعت زمن الحرب حسب المادة (131)".

وينطلق معظم المشرعين للقوانين المشابهة من ضرورة مكافحة مروجي الأخبار الكاذبة ومن خطر وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أن اللافت كان تركيز معظم هذه القوانين على الصحفيين، وهنا نعود إلى تركيز الرئيس الأميركي في حديثه عن الأخبار الكاذبة، على الإعلام.

عربياً، تشير بعض الأصوات بصراحة إلى أن مثل هذه القوانين من شأنها تقييد حرية الصحفيين (10)، بينما ما زال بعضها خجولاً في التعبير الصريح عن رأيه.

في ماليزيا مثلاً، كانت المعارضة واضحة في اتهام السلطات بالتخفي وراء هذا القانون بغية التغطية على فسادها، وهي التي جعلت عقوبة السجن في هذا القانون قد تصل إلى ستة أعوام.

هوامش:

- 1-https://www.youtube.com/results?search_query=trump+fake+news+
- 2-<https://www.cnbc.com/2018/11/16/judge-orders-trump-administration-to-restore-cnn-reporter-jim-acostas-white-house-press-pass.html>
- 3-<http://petra.gov.jo/Include/Main.jsp?lang=ar>
- 4-<https://www.hrw.org/ar/news/2019/02/21/327633>
- 5-https://anfaspress.com/news/voir/35023-2018-01-30-12-35-44?fbclid=IwAR081idhK3YaTPi_3UEMUuWDtinCZlGc5WmZCf-ZqVZi6tvDsx-kMZA6X7c
- 6-<https://ar.welovebuzz.com/34847>
- 7-<https://www.alayam.com/alayam/Variety/162082/News.html>
- 8-<http://www.bbc.com/arabic/sports-46720287>
- 9-<https://www.amad.ps/ar/Details/5620>
- 10- <http://7oryanet.net/>
- 11-<https://rsf.org/ar/news/les-fake-news-pretexte-a-la-censure>
- 12-<https://www.osce.org/fom/302796?download=true>

الأخبار الكاذبة في عصر موجات الهجرة.. نظرية الذعر الأخلاقي

مها عمر

يستطيع المتأمل لأوضاع المهاجرين الحالية في الغرب أن يضع يده على جوهر الخطاب الأيدولوجي الذي يستخدمه الشعبويون حول العالم، ويتم من خلاله تمهيد مساحات واسعة لقبول الأخبار الكاذبة المتعلقة بالمهاجرين.

مضى، بالإضافة إلى قدرتهما على إعادة تشكيل الخطاب السياسي في كثير من الأحيان. خير مثال على ذلك، دراسة أجراها موقع "بزفيد" (Buzzfeed) الأميركي الإخباري، تقول إن ربع الأشخاص قرؤوا أخباراً مزيفة إبان الانتخابات الرئاسية الأميركية عام 2016 على الفيسبوك، وبناءً عليه بات هناك إدراك متزايد لقوة انتشار الأخبار الكاذبة، خاصة في عصر مواقع التواصل الاجتماعي.

التفاصيل المفبركة. وبينما وُصفت بأنها مشكلة معاصرة، اعتبر بعض المراقبين أنها كانت الخط السائد لوقت طويل في الحياة السياسية قبل ظهور الإنترنت التغيرات الاجتماعية.

غير أنه في الفترة الأخيرة، تحوّل تيار عصر ما بعد الحقيقة إلى واقع في نظر علماء السياسة اليوم، الذين باتوا يعتقدون أن الأخبار الكاذبة والمحتوى المضلل أصبحا أكثر انتشاراً من أي وقت

في العام 2016، اختارت قواميس أكسفورد كلمة "السياسة ما بعد الحقيقة" (Post-truth-policy) لتكون كلمة العام، وهو مصطلح استخدم للتعبير عن سياسة تم فيها تأطير النقاش السياسي إلى حد كبير، من خلال المناشآت العاطفية المنفصلة عن تفاصيل السياسة الدقيقة المرتبطة بالواقع وحقائقه، حيث تحتل الحقائق والأخبار المدققة مرتبة ثانوية مقابل المشاعر وجاذبية العاطفة وبعض



أطفال الروهينغا يتسمون للكاميرا أثناء تواجدهم في مخيم للاجئين في كوكس بازار، بنغلاديش (رويترز).

وتم تطوير مفهوم الذعر الأخلاقي وتعميمه من قبل عالم الجريمة في جنوب أفريقيا ستانلي كوهين، عندما شرح رد فعل الجمهور على الاضطرابات التي أحدثها بعض الشباب في المنتجعات الساحلية في برايتون بإنجلترا خلال ستينيات القرن الماضي، وأوضح كيف أثرت ردود الفعل هذه على تشكيل وإنفاذ السياسات الاجتماعية والقانونية والتصوّرات المجتمعية للتهديدات

نظرية الذعر الأخلاقي مادة خام للأخبار الكاذبة

تم تعريف "الذعر الأخلاقي" (Moral Panic) على أنه موقف تتعدى فيه المخاوف العامة وتدخلات الدولة إلى حد كبير؛ التهديد الموضوعي الذي يشكله المجتمع تجاه فرد معين أو جماعة معينة، يُزعم أنها مسؤولة عن خلق التهديد في المقام الأول.

بكلمات أخرى، يعتقد المراقبون والمتخصصون أن الأخبار الكاذبة لطالما كانت موجودة، إلا أن مواقع التواصل استطاعت أن تخلق منها فقاعة كبيرة تتحكم في المزاج السياسي العام للجماهير. ولكن في الوقت نفسه، تزايد استخدام مصطلح الأخبار الكاذبة كسلاح في بعض القضايا، تحديداً تلك المتعلقة بالمهاجرين واللاجئين.

التي تشكلها مجموعات الشباب. منذ نشأته، تم تطبيق مفهوم الذعر الأخلاقي على مجموعة واسعة من المشكلات الاجتماعية، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر، عصابات مروجي

المخدرات، والعنف المدرسي، وقصص إساءة معاملة الأطفال، وصولاً إلى المهاجرين واللاجئين. يستطيع المتأمل لأوضاع المهاجرين الحالية في الغرب أن يضع يده على جوهر

الخطاب الأيديولوجي الذي يستخدمه الشعبويون حول العالم ويتم من خلاله تمهيد مساحات واسعة لقبول الأخبار الكاذبة المتعلقة بالمهاجرين. هذه الخطابات تستند إلى



لاعب برشلونة السابق جوردي فيرون يلتقط صوراً في مخيم موريا للاجئين والمهاجرين في جزيرة ليسبوس باليونان (رويترز).

دائمة التوسع للأخبار المزيفة ونظريات المؤامرة.

السوريون في لبنان.. نموذج لتصاعد الأخبار الكاذبة ضد اللاجئين

نشرت قناة "أم.تي.في" اللبنانية العام الماضي تقريراً على موقعها -أزالته في ما بعد- يشير إلى أن السوريين في لبنان مصدر مرض السرطان، وسبب ارتفاع نسبة انتشاره في السنوات الأخيرة بنسبة 5.6٪.

وتضمن التقرير رأي طبيب مختص بأمراض السرطان، كان يُفترض أن يشرح الأسباب العلمية وراء ارتفاع نسبة انتشار هذا المرض داخل لبنان، لكنه عزا ذلك إلى التلوث الذي تعاني منه بيئة البلاد في البر والبحر والجو، وأرجع سبب التلوث إلى اللاجئين السوريين المحمّلين -حسب تعبيره- ببكتيريا والتهابات تسبب أمراض السرطان.

لم يوضح الطبيب نوع البكتيريا والالتهابات الذي يقصده، كما أن المختصين يؤكدون أن السرطان ليس مرضاً معدياً يمكن نقله من شخص إلى آخر، إذ إن وجود شخص مصاب لن يكون مصدراً لانتشار المرض بأي حال من الأحوال، الأمر الذي يجعل من هذا الاعتقاد أمراً عبثياً.

هذا التصريح أثار ردود فعل واسعة على مواقع التواصل الاجتماعي من شخصيات عامة

تهدد القيم المركزية للمجتمع، والامتيازات الاقتصادية التي يحظى بها المواطنون، وهو ما جعل الحملات السياسية تبني لبّ دعايتها على هذا الخطاب عبر إعطاء مساحة

الذعر الأخلاقي، وتحاول تفسير ردود الأفعال "المذعورة" للأغلبية في مجتمع ما تجاه مجموعات ثقافية (في حالتنا اللاجئين أو المهاجرين)، إذ ترى هذه الأغلبية أن هذه القلة المهاجرة



سورية وغير سورية، مستخدمين وسم #السوريون_سبب_السرطان_في_لبنان. كما أثار حفيظة شريحة عريضة من المجتمع السوري داخل لبنان التي رأت فيه محاولة تشويه وعنصرية، تضاف إلى قائمة الممارسات العنصرية ومحاولات نشر أخبار كاذبة ضد اللاجئين في لبنان.

لم تكن تلك المحاولة هي الأولى للدخول في نفس إطار "الذعر الأخلاقي" المعتاد ضد اللاجئين السوريين في لبنان، فقبل ذلك أذيعت أغنية بعنوان "صرنا نحنا المغتربين" التي حملت كلماتها محاولات تأكيد عديده على أن اللاجئين يجرمون أهل البلاد من امتيازاتهم الاجتماعية، بالإضافة إلى محاولات دائمة لإلصاق سلوكيات العنف بهم من أجل تأكيد هذه الصورة

الذهنية وخلق حالة عميقة من الكراهية ضدهم، معتمدين في ذلك على أخبار لا صحة لها أبداً.

حالة ليزا

ليزا (13 عاماً) فتاة تعيش مع والديها في شرق برلين، ادعت في يناير/كانون الثاني 2016 أنها اختطفت وتعرضت للاغتصاب على يد ثلاثة من المهاجرين الشرق أوسطيين، وأنهم لم يسمحوا لها بالإفلات منهم إلا بعد 30 ساعة. تم نشر هذه القصة على قناة تلفزيونية روسية حكومية، وفي الخبر الذي أذاعته، زعمت القناة الروسية أن الشرطة الألمانية لا ترغب في بدء التحقيق بالأمر وأنها مقتنعة بأن الفتاة أغوت الشبان الثلاثة، بينما في

حقيقة الأمر، قالت السلطات الألمانية إنها بدأت بالتحقيق، وهو ما تبين لاحقاً أنه أمر غير مُرضٍ للسلطات الروسية، وذلك من خلال ما قاله وزير الخارجية الروسي سيرغي لافروف في مؤتمر صحفي "من الواضح أن الفتاة لم تختطف طواعية لمدة 30 ساعة"، معرباً عن أمله بالأ "تدفع مشاكل الهجرة التي تعاني منها السلطات إلى التغاضي عن مشاكل اللاجئين أو المهاجرين في سبيل الصوابية السياسية". في نهاية القصة، اعترفت ليزا في حضور عائلتها وأفراد الشرطة، أنها فبركت القصة كاملة، وأنها قضت الوقت كله في بيت أحد أصدقائها الذكور. أما وسائل الإعلام الروسية التي نشرت القصة دون التحقق منها أو حتى الإشارة إلى احتمالية فبركتها،



الخوف من اللاجئين شجّع البعض على القيام بحملات سياسية تعطي مساحة للأخبار المزيفة ونظريات المؤامرة (رويترز).

الكبيرة للاعتداءات- في سياقها المحلي على اعتبارها تقصيراً أمنياً في الحماية والمراقبة.

في النهاية، لا يمكن القول بأي حال من الأحوال إن التحكم في الأخبار الكاذبة أمر مستحيل أو غير ممكن، سواء أكان ذلك من خلال تفعيل الوعي على المستوى الشعبي أو المستوى الحكومي، لكن ذلك يتطلب وسائل إبداعية تستثني القوانين السيئة السمعة، الآخذة في الانتشار في الوطن العربي بطوله وعرضه عن الأخبار الكاذبة، التي وجدت لها كثير من السلطات في الدول العربية مجالاً ممتازاً لتصفية الحسابات السياسية.

ربما لا يمكن علاج الأخبار المزيفة من خلال القوانين السيئة، ولعل واحدة من النماذج التي يمكن الحديث عنها بهذا الشأن هو ما ذهبت إليه جمهورية التشيك، حيث أنشأت مركزاً داخل وزارة الداخلية التشيكية، لا يعمل كهيئة لإنفاذ القانون ولا كسلطة لمراقبة أو إزالة أي محتوى إعلامي، بل كل ما يتمتع به هو "صلاحية الإبلاغ" عن جديده حالات التضليل، كما يعمل به متخصصون يوفرون للحكومة والجمهور تقارير مفصلة حول هذه الحالات.

وفي عصر السقف التكنولوجي المفتوح، هناك مساحات شاسعة للحديث عن وسائل إبداعية للتعامل مع الأخبار الكاذبة وتأثيرها على الرأي العام والسياسة، وهو أمر ليس ببعيد.

تصفية الحسابات السياسية بأدوات المهاجرين والأخبار الكاذبة

متابعو هذه القضية استطاعوا ببساطة إيجاد التأييل الحقيقي للتصرفات والتصريحات الروسية الرسمية تجاه القضية، فهي محاولة لتصفية حسابات سياسية مع المستشار الألمانية بسبب موقفها الصارم تجاه الأزمة الأوكرانية. ميركل كانت حازمة في دورها كوسيط رئيسي في الأزمة الأوكرانية، ومنذ ذلك الحين كانت عنيدة في رفضها تخفيف العقوبات ضد روسيا بسبب ضمها شبه جزيرة القرم ودعم الانفصاليين في شرق أوكرانيا.

في هذه القضية، تحولت المعلومات الكاذبة والأخبار المضللة إلى سلاح خطير يساهم في التأثير على الرأي العام، ومن الصعب إيجاد موضوع يتم استغلاله من خلال تحقيق هذا التأثير أفضل من سلاح الهجرة والمهاجرين.

الجدير بالذكر في هذا المجال، أنه قبل شهر ونصف فقط من بدء قضية ليزا، أصيبت ألمانيا بصدمة كبيرة بسبب أحداث شبيهة في ولاية كولونيا حيث تم الاعتداء على أكثر من ألف امرأة من قبل العديد من الرجال من خلفيات أجنبية. والفرق اللافت بين حالة قضية ليزا وأحداث كولونيا، هو الحشد الإعلامي الكبير لروسيا في الداخل الألماني، بينما تم التعامل مع الثانية -رغم الأعداد

فلم تعدل القصة حتى بعدما نشرت السلطات الألمانية نتائج التحقيق المفصلة في القضية. انتشر تقرير التلفزيون الحكومي الروسي بسرعة كبيرة من خلال الدعاية ووسائل الإعلام الروسية وردود الأفعال على مواقع التواصل الإعلامي المحملة فعلاً بالذعر الأخلاقي تجاه اللاجئين. هذا التفاعل حشد الأقلية الروسية في ألمانيا وساندها اليمين المتطرف الألماني الذي وجدها فرصة سانحة للاعتراض على وجود المهاجرين في ألمانيا. وكنيجة لذلك، تم تنظيم احتجاجات ضد الهجرة، وضد المستشار الألمانية أنجيلا ميركل في العديد من المدن الألمانية، واستمرت المظاهرات حتى بعد تأكيد الأخبار الكاذبة المتعلقة بالاعتصاب.

تناولت وسائل الإعلام العالمية القصة وتفصيل ما نُشر حولها من أخبار كاذبة، وبدت نموذجاً مثالياً لكيفية استخدام الأخبار الكاذبة في تقويض الرأي العام تجاه سياسات الهجرة الرسمية. واعتقد كبار المسؤولين الألمان أن روسيا تحاول تقويض ثقة الجمهور في ميركل باستخدام المهاجرين، إذ رفع المحتجون أمام مكتب ميركل لافتات كتب عليها "أطفالنا في خطر" و"اليوم أطفالنا وغداً أطفالكم"، وغيرها من الشعارات التي تضع المهاجرين في خانة المجرمين دون دليل.

ستة أنواع للأخبار الكاذبة في العصر الرقمي

عمر أبو عرقوب

تكمّن خطورة الأخبار الكاذبة في أنها تساهم في تقويض مفاهيم الصحافة ومبادئها، وتفرض علينا نحن الصحفيين- أن نولي اهتماماً خاصاً بحس التحقق والتثبت لدينا.

20



يعرّف برنامج «ذا ديلي شو» الأميركي عن نفسه عبر صفحته على فيسبوك بأنه أكبر محتوى للأخبار الكاذبة، الصورة لمذيع البرنامج تريفور نوا خلال مشاركته في مهرجان توزيع جوائز الأوسكار (عن صفحة البرنامج على فيسبوك).

نيوزيلندا على لسان ترامب "يلعن الساعة التي صرت فيها رئيساً مضطراً لإدانة هجوم رائع مثل هجوم نيوزيلندا"، أو "رئيس الأركان الإيراني يدعو القوات الأجنبية إلى مغادرة سوريا فوراً". وتعتبر أمثال هذه الأخبار من أدوات توجيه النقد اللاذع للوضع السياسي القائم.

الأخبار المفبركة (News Fabrication)

هي الأخبار التي تكون مبنية على تزييف الحقيقة وهدفها التضليل والتشويه، ومقاصدها غالباً ما تكون سياسية، كما يصعب تمييز فبركتها. وتمتاز بسرعة الانتشار، كأن تنشر صورة لمجموعة من المعتقلين أثناء اعتداء رجال الأمن والجنود عليهم، تم تصويرها في ليبيا أو سوريا، على أنها نتيجة مسيرة احتجاجية في الضفة الغربية أو قطاع غزة. ومن أمثلة ذلك أيضاً، أنه خلال الانتخابات الرئاسية الأميركية لعام 2016، نُشر خبر مفاده أن "البابا فرانسيس يدعم دونالد ترامب". وقُدِّر عدد مشاركات هذا المنشور عبر الفيسبوك وحده بـ30 مليون مشاهدة.

التلاعب بالصورة (Photo Manipulation)

يعتبر التلاعب بمضمون وأجزاء الصور أحد أنواع الأخبار الكاذبة،

هي الأخبار القائمة على استخدام الفكاهة والمبالغة في توصيف الأحداث الجارية، وتأخذ عادةً طابع البرامج التلفزيونية والإذاعية مثل برنامج "ذي ديلي شو" (The Daily Show) الأميركي. وهذا النوع من الأخبار يُعتبر أن الأولوية تعطى لتسليّة وإضحاك الجمهور لا للمعلومة بحد ذاتها. وغالباً ما تعتمد هذه الأخبار على استخدام الرسومات التوضيحية بطريقة ساخرة، كخبر السخرية من زراعة الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي لخلة، حيث علّق عليه النشطاء ساخرين "السيسي في فعالية لبرّ الوالدين"، على اعتبار أن لقبه الساخر والشائع "بلحة". ويهدف هذا النوع من الأخبار إلى نقد القضايا السياسية والاجتماعية، فهي تحوي جانباً من المعلومات الضمنية، فمن يشاهده يستطيع فهم الوضع العام الحالي في بلد ما، كما أنها تساهم في تشكيل الرأي العام.

الأخبار الهزلية (News Parody)

يشترك هذا النوع مع سابقه في الاعتماد على إضحاك الجمهور، إلا أنه يقوم على معلومات غير حقيقية ومنافية للمنطق، فيتم أحياناً اختلاق قصص إخبارية بالكامل. ومثال ذلك موقع "ذي أونيون" (The Onion) الأميركي وشبكة الحدود الساخرة التي كان أحد عناوينها حول الهجوم على مساجد

أصبح مصطلح "الأخبار الكاذبة" (Fake News) طناناً أكثر بعد الانتخابات الرئاسية الأميركية لعام 2016 لسببين: أولهما استخدام الرئيس دونالد ترامب للمصطلح في تصريحاته الإعلامية، والثاني استخدام الأخبار الكاذبة وسيلة لكسب الانتخابات الأميركية والتأثير على آراء الناخبين.

تطور مفهوم "الأخبار الكاذبة"

منذ العقود الماضية وحتى اليوم، ظهرت أنواع وأشكال عدّة من الأخبار الكاذبة، تستخدم لأهداف وأجندات عدّة. فقد قدمت دراسة أجراها أديسون تاندوك وتشنغ وي ليم وريتشارد لينغ عام 2017 ونشرتها مجلة "ديجيتال جورناليزم"، مراجعة للدراسات التي استخدمت مصطلح "الأخبار الكاذبة"، وعرّفت ستة أنواع منها سنتناولها في هذا المقال. وتعتمد هذه الأنواع في أساسها على القدرة والتلاعب في الدمج بين الحقيقة والتضليل، فالأخبار الكاذبة لا تشمل فقط الكذب واختلاق الخبر، وإنما تشمل أيضاً استخدام الحقائق الناقصة والمشوهة للوصول إلى هدفها.

الأخبار الساخرة (News Satire)



«لا يمثل موقعنا موقعا إخبارياً، فالأخبار في نهاية المطاف، نعمة منظمة. موقع الحدود هو موقع مخصص للسخرية والكوميديا التي يصيبها السواد أحياناً» (عن صفحة الحدود على فيسبوك).

لأنه يشكّل رسالة غير حقيقية ومضللة. وقد أصبح التلاعب بالصور أمراً سهلاً وسريعاً، بفعل ما أتاحتها الوسائل الاتصالية والتقنية الحديثة من إمكانية تعديل الصور باستخدام برامج سهلة، كإضافة صورة قائد حزب سياسي إلى صورة يظهر فيها بوضع مخل للآداب، أو إضافة علم دولة إلى صورة معتقلين تحت التعذيب، أو تشكّل اسمي "الله" أو "محمد" بموجات تسونامي في منطقة ما، وغيرها الكثير.

أخبار الإعلانات والعلاقات العامة (Advertising and Public Relations News)

هذا النوع يكون محدداً بالرسائل الترويجية التي يتم تضمينها في التقارير والأخبار بهدف الترويج لمنتج معين مثلاً، وقد تكون الوسيلة الإعلامية قد أخذت مقابلًا لذلك، إذ إنه لا يكون إعلاناً

بشكل واضح، وإنما على شكل خبر أو تقرير متحيز يوجه الجمهور لشراء منتج معين، كأن تنشر صحيفة خبراً حول زيادة الإقبال على شراء منتج معين مع ذكر مزاياه الإيجابية فقط بهدف زيادة الإقبال عليه. وهذا يخل بمبادئ الصحافة كالموضوعية وعدم الانحياز.

أخبار الدعاية (Propaganda News)

الآن!

نسخة قابلة للشم من الحدود

23

   alhudoodnet _____

المقبلة، إلا أن المشترك الرئيسي فيما بينها هو الصراع الأبدي بين الحقيقة والوهم، حيث إن جميع هذه الأنواع المذكورة تسعى جاهدة من أجل الظهور بمظهر الحقيقة ليصدقها الجمهور. كما تكمن خطورة الأخبار الكاذبة في أنها تساهم في تقويض مفاهيم الصحافة ومبادئها بل وتعقد عملها، وتفرض علينا -نحن الصحفيين- أن نولي اهتماماً خاصاً بحس التحقق والتثبت لدينا.

إخفاء الجوانب الأخرى. فإظهار الحقائق الإيجابية يساعد على بناء صورة إيجابية كذلك، كأن يذكر تقرير إخباري إنجازات رئيس دولة أو حزب سياسي، دون التطرق إلى إخفاقاته وسلبياته، والمشاكل والأزمات التي تسبب بها، فيتم تأطيره بشكل إيجابي منحاز.

تعتبر هذه الأنواع الأكثر شيوعاً واستخدماً في العقد الأخير، وقد تتطور في السنوات

ارتبط مفهوم الدعاية أو البروباغاندا خلال العقود الأخيرة بالدعاية السياسية لاستخداماتها المتكررة في الخصومات السياسية. وتعود الأخبار الدعائية إلى القمص الإخبارية التي تعدها الجهات السياسية للتأثير على الرأي العام، وتهدف إلى بناء رواية إستراتيجية وتأطير الأحداث بسياقات معينة بما يتفق مع توجه الجهات السياسية. وغالباً ما تكون الدعاية مبنية على حقائق، إلا أنها منحازة إلى جانب معين من الحقيقة، مع

الأخبار الكاذبة ومواقع التواصل.. حرب حقيقية أم وهم دعائي؟

أحمد مدحت

نجح البعض عربياً في تأسيس مجموعة من المبادرات الساعية إلى الحد من انتشار الأخبار الكاذبة عبر منصات التواصل الاجتماعي، إلا أن تأثيرها لم يكن واسعاً، ربما لأنها لم تنسق جهودها بما يكفي.

إلى إنكار الحراك من أساسه، وراح يعرض مشاهد النيل الهادئ والمراكب الشراعية، التي كان التلفزيون المصري يبثها للجُمهور، بينما عربات الشرطة تدهس المتظاهرين على بعد كيلومترات من هذا المشهد الخلاب.

وبالعودة إلى ما أتاحتها منصات التواصل الاجتماعي، فإن دورها الإيجابي لا يحجب حقيقة أنها أصبحت -عربياً وعالمياً- مصدرًا رئيسياً للشائعات والأخبار الكاذبة أو قل المُلققة، مما حثم تأسيس مبادرات للحد منها.

الاجتماعي إتاحة المعلومات والأخبار للجميع، بعيداً عن سيطرة الحكومات ومنصاتها الإعلامية، فكانت -على سبيل المثال- دافعاً أساسياً في تحريك ثورة 25 يناير/كانون الثاني 2011 في مصر. آنذاك انطلقت شرارة فكرة المظاهرات الاحتجاجية ضد نظام الرئيس الأسبق حسني مبارك من خلال صفحة كلنا خالد سعيد، وكانت وغيرها من الصفحات والمنصات الإعلامية الشعبية سلاحاً جماهيرياً يجابه الآلة الإعلامية النظامية التي شيطنت المتظاهرين واتهمتهم بالعمالة. يومها ذهب الإعلام الرسمي

لا يمكنك غالباً أن تعرف من أين بدأ الأمر. يكفي فقط أن ينشر أحدهم خبراً عبر إحدى منصات التواصل، يحمل معلومة كاذبة حول إحدى القضايا التي تشغل الناس، أو حول شخصية مثيرة للجدل، لتبدأ الشائعة بالانتشار كالنار في الهشيم، ويُقبل كثيرون على تداولها، دون البحث عن مصدرها في معظم الأحيان، فالأخبار الكاذبة تكتسب مع الوقت قوة تتماسك حتى أمام حملات التكذيب التي تنطلق فيما بعد ضدها، ربما لأن الكذب دوماً يحمل من الإثارة أضعاف ما تحمله الحقيقة. استطاعت منصات التواصل



عام 2018، أنشأت مجلة «Columbia Journalism Review» الأميركية كشكاً لبيع الصحف في مدينة نيويورك، واستبدلت الصحف الأصلية بصفحة عنونها بأخبار كاذبة لتقيس مدى تفاعل الناس مع المحتوى المختلق (رويترز).

مكافحة الأخبار الكاذبة.. صفحات مستقلة على مواقع التواصل.. مصر نموذجاً

عربياً، بادرت بعض الجهات إلى تأسيس صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي هدفها التحقق من الأخبار، وتصحيحها إذا ما تطلب الأمر، إلا أن المشكلة تكمن في أن جهود هذه الصفحات غير موحد، ففي مصر على سبيل المثال، توجد بعض المنصات الفردية التي يشرف عليها صحفيون مستقلون، يحاولون تصحيح مسارات بعض التصريحات الصحفية الرسمية ذات الأغراض الدعائية، أو التي تحاول ممارسة "ليّ الحقائق" في بعض الأحيان، منها على سبيل المثال منصة "صحيح مصر"، وهدفها تصحيح بعض تصريحات المسؤولين للوصول بها إلى دقة تسمح بتكوين رأي عام على أساس حقائق مدققة.

صفحة مستقلة أخرى هي أخبار ميتر، إذ ترصد الأخبار في وسائل الإعلام المصرية وتبحث في مدى دقتها ومهنتها بناءً على منهجية علمية تم تطويرها بمساعدة خبراء دوليين ومحليين في مجال الإعلام والتحقق من البيانات، تتجسد خلاصتها في مجموعة من الأسئلة التي تحدد مدى التزام الخبر بالمهنية وابتعاده عن التضليل والبروباغندا.

تأتي هذه الجهود في ظل تفشي ظاهرة انتشار الأخبار الكاذبة عبر وسائل التواصل التي باتت منبعاً يستقي منه

المواطنون أخبارهم اليومية، في عصر "المواطن الصحفي". لكن يبقى السؤال مُعلّقاً: متى يمكن لهذه الجهود ذات الطابع المستقل في الوطن العربي أن تعمل بالتنسيق فيما بينها، لتشكل ملاذاً آمناً للتحقق من الخبر أو التصريح، أم أن مصدر قوتها في تركيزها على محليتها وشأنها الداخلي دون أن تتخذ شكلاً أكبر؟

غوغل ويوتيوب.. محاولات للحد من نشر الكذب

بعيداً عن مصر والعالم العربي عموماً، كانت المبادرات أكثر اتساعاً وتوحدت الجهود، ففي مارس/آذار 2018 أعلنت شركة "غوغل" العالمية التي تمتلك موقع "يوتيوب"، عن مبادرة أسمتها "مبادرة أخبار غوغل"، بحسب ما أورده موقع صحيفة "نيويورك تايمز" في تقريرها، حيث صرّح كبير مسؤولي الأعمال في "غوغل" فيليب شندلر بأن الأخيرة تعتزم إنفاق 300 مليون دولار على مدار السنوات الثلاث المقبلة، في مبادرة منها لدعم الصحافة الموثوقة، كخطوة لمكافحة وباء انتشار المعلومات الخاطئة وغير الموثوق بها عبر الإنترنت. كل هذا يأتي بينما تشدد وتيرة الحملات التي تتهم القائمين على منصات التواصل الاجتماعي بترك الباب مفتوحاً أمام تداول الأخبار الكاذبة، وأمام هذه الحملات الشرسة،

تواصل "غوغل" محاولاتها في إبداء حُسن النية والصدق في محاربة تداول الأخبار الكاذبة عبر منصات، إذ تساعد الشركة العالمية في إنشاء مختبر باسم "مختبر ديسنفو" (Disinfo Lab) بالشراكة مع مدرسة "هارفارد كينيدي" (Harvard Kennedy School)، على أن يعمل المختبر على بلورة آلية جديدة تقوم بتنقية الأخبار المتداولة على منصات "غوغل" المختلفة للقضاء تدريجياً على تداول الأخبار الكاذبة، لكن هذا لم يضع حداً لانتشار هذه الأخبار ولم يحل دون تزايد المخاوف من تأثيرها.

مخاوف الاتحاد الأوروبي ولعبة الانتخابات

خاطبت المفوضية الأوروبية مسؤولي "فيسبوك" و"غوغل" و"تويتر" لاتخاذ إجراءات حاسمة ضد ظاهرة انتشار الأخبار المزيفة، كما يورد تقرير نشره موقع "فوربس" الأميركي. وبالفعل تلقت المفوضية الأوروبية تقارير أولية من الشركات الثلاث عن جهودها، وقد جاءت أولى خطوات الحل عبر مذكرة تفاهم وقعتها الشركات الثلاث مع الشركة المسؤولة عن المتصفح "موزيلا فايرفاكس" لمكافحة الأخبار الكاذبة على منصات.

وقد تولّد عن توقيع هذه الاتفاقية بعض التأثير الإيجابي بالفعل، خصوصاً في إزالة بعض الحسابات المزيفة، والحد من

يتابعونه، وحتى من خلال محادثاتهم، واستخدامها في ما بعد لتوجيه الإعلانات.

إذاً، فالحملة التي تم إطلاقها تحت شعار "جعل فيسبوك موقعاً أكثر إنسانية"، اتضح فيما بعد أنها تولي أهمية كبرى لغرضها التجاري، وهنا يبرز التساؤل حول جدية وصدق الحملات التي تقودها منصات التواصل المختلفة تحت شعار "محاربة انتشار الأخبار الزائفة"، خاصة أن الوقائع تشير إلى أن هذه الجهود المعلنة قد تتعارض مع مصالح سياسية وتجارية من المؤكد أن لها الأولوية في الغرف المغلقة، بينما الشعارات البراقة تُحاك في العلن.

زوكربيرغ بتصريحات يؤكد فيها عمله وفريقه على خلق بيئة صحية للتواصل بين الناس بعدما انحرف الموقع عن مساره الأصلي بسبب ما تبثه الصفحات العامة من أخبار كاذبة ومنشورات تؤثر سلباً على ثقة المستخدمين، مؤكداً أنه سيستخدم الخوارزميات لتصحيح هذه الأخطاء.

بدا الموضوع حينها غامضاً للعامة، إلى أن بدأت الصورة تتضح تدريجياً، على لسان بعض المتخصصين في هذا المجال، إذ الغرض من استخدام الخوارزميات لم يكن تحويل فيسبوك إلى بيئة صحية للمستخدمين كما ذكر مؤسسه، إنما كان الهدف تحليل شخصيات المستخدمين من خلال ما يُعجبون به وما

ظهور المواقع التي تعزز بث المعلومات المضللة. ومع ذلك، لا تزال المفوضية الأوروبية تسعى لإلزام الشركات الثلاث باتخاذ إجراءات إضافية لضمان الشفافية الكاملة، خصوصاً في الإعلانات السياسية. يأتي هذا بينما يقترب موعد انعقاد الانتخابات في عدد كبير من الدول الأعضاء بالاتحاد الأوروبي، في حين لا تزال فضيحة التلاعب وتوجيه الناخبين خلال الانتخابات الأميركية الأخيرة عالقة في الأذهان.

شكوك مبررة

في مطلع العام 2018، خرج مؤسس "فيسبوك" مارك



استطاعت منصات التواصل الاجتماعي إتاحة المعلومات والأخبار للجميع، بعيداً عن سيطرة الحكومات ومنصاتها الإعلامية (غيتي).

التضليل.. استراتيجية الحكومات البديلة

أسامة الشامي

✓ في السابق، كانت عملية تقييم الخبر أقل تعقيداً مما هي اليوم، إذ كانت العملية تحتاج فقط إلى التأكد من صحته، أما اليوم فقد اختلف الأمر تماماً.

28

إلى وسيلة للحكومات والشركات الكبرى تتحكم من خلالها بالدول والأسواق والمجتمعات.

في السابق، كانت عملية تقييم الخبر أقل تعقيداً عما هي اليوم، إذ كانت العملية تحتاج فقط إلى التأكد من صحة الخبر، وكان يمكن الاكتفاء بالإجابة بأن الخبر صحيح. أما اليوم، ومع الكم الهائل من المعلومات وسرعة الهائلة من الاتصال المباشر مع المصادر، فقد أضحت جودة الأخبار تقاس بالإجابة على سؤال "إلى أي مدى يمكن أن يكون الخبر صحيحاً؟"، أي أن

خلال العقد الأخير، وتحديداً مع بداية اعتماد البشر على مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للاتصال والاطلاع على الأخبار، بات أمام أغلب المؤسسات الإعلامية مواجهة معادلة صعبة: محاولة الموازنة بين حصريّة وسرعة نشر الخبر وبين التأكد من صحته. ولأن الخبر في حالته المجردة كمعلومة، يمكن أن يهدد بقاء حكومات، يشعل ثورات، ينهار بأسهم في البورصة ويرتفع بأخرى، فقد تحوّل الخبر ذاته من مجرد غاية للمؤسسات الإعلامية تحاول الوصول إليها بشتى الطرق،



f reunde statt Fake Accounts

Für uns steht das F für das Finden
und Löschen von Millionen Fake
Accounts - täglich.
Mit Hilfe von intelligenter Technologie
und einem Team aus Spezialisten.

YALLAH
HAMBIBI
لا اله الا الله
الله اعلم
END GELANDY

facebook
facebook.com/eint

أطلق موقع فيسبوك حملة إعلانية عامة في ألمانيا في محاولة لاستعادة الثقة من قبل مستخدميهم بعد الكشف عن آلاف الحسابات المزيفة في جميع أنحاء العالم ودورهم في التأثير على الخطاب السياسي (غيتي).



جودة الخبر أصبحت تتضمن نقاطاً كثيرة لا تتعلق بصحة المعلومات فحسب، وإنما ترتبط بسياقها وكيفية سردها ووقت نشرها، وهو ما يصعب من عمل الجهات المسؤولة عن التحقق من الخبر.

وخلال عملية التحقق هذه، بإمكاننا تقييم خبرين مثلاً لنقول إن هناك خبراً صحيحاً، وآخر أكثر دقة.

مفهوم "الأخبار الصحيحة/ الحقيقية" إلى الجهة المقابلة التي تتشعب فيها تصنيفات الأخبار كلما مرّ الزمن وتطوّرت التكنولوجيا وصارت عملية نقل الأخبار أسرع وأكثر تعقيداً. فحتى الآن، نشهد في عالمنا هذا عشرة أنواع للأخبار غير الصحيحة، تم ذكرها بالتفصيل في تقرير (1) لمؤسسة "EAVI" المعنية بنشر الوعي الإعلامي بين الأفراد.

وتعدّ هذه العملية مرحلة متقدمة من كتابة الأخبار، حيث تكون المرحلة الأولى للتأكد من صحة المعلومات، والمرحلة الثانية بدعم تلك المعلومات بمصادر أكثر وسياقات أوسع تصل بالقارئ إلى فهم أعمق لما يحدث.

ولندرك حساسية الأمر بشكل أوضح، علينا الابتعاد قليلاً عن

وإحداث توجيه للرأي العام أو حتى لإحداث الضوضاء (2) التي تؤثر سلباً على وصول المعلومة الصحيحة من المرسل إلى المتلقي.

ويعتمد ناشر الأخبار الزائفة على نموذج تحويل القرء أنفسهم من مجرد مستهلكين للمعلومات إلى نقاط تماس أو اتصال (Touchpoint) مع هذه الأخبار.

ويُقصد بنقاط الاتصال أن يكون المستهلك لأي معلومة أو خدمة مروجاً لها لتصل إلى أشخاص آخرين في محيطه. هؤلاء الأشخاص يتلقون المعلومة بدورهم دون معرفة المصدر الأساسي الذي نشر الخبر المزيف. وبالتالي، سنكون أمام مصدر للخبر المزيف، وآخرين أخذوا الخبر من دون علاقة بمصدره، ومن دون الإشارة أصلاً إليه.

أما الأخبار المضللة فهي في أساسها لا تعتمد على معلومات خاطئة، بل تعتمد على السياق الخاطئ ووضع الكلام في غير محله. والسياق هنا ليس فقط سياق وقوع الحدث (الخبر)، بل حتى سياق نشره أيضاً.

موقع الأخبار الكاذبة والمضللة في نظرية البروباغندا

إذاً، يعتبر توجيه الرأي العام الهدف الأول من بث الأخبار المفبركة أو المضللة، فالحكومات



الأخبار الزائفة/الكاذبة والأخبار المضللة.

ويشترك هذان النوعان في كونهما أدوات ووسائل لتوجيه وتضليل الرأي العام، لكنهما يختلفان في بعض الخصائص. فمثلاً، تعني الأخبار الزائفة أنها غير صحيحة من الأساس، يهدف ناشرها إلى السيطرة

وبالمرور على هذه الأنواع، نجد أن هناك نوعين أساسيين يتم استخدامهما سياسياً بشكل كبير من قبل الحكومات، سواء بشكل مباشر عبر السيطرة على المؤسسات الإعلامية التقليدية (التلفزيونية أو الإذاعية أو المطبوعة)، أو من خلال الإعلام الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي. هذان النوعان هما



يعتمد ناشر الأخبار الزائفة على نموذج تحويل القرء أنفسم من مجرد مستهلكين للمعلومات إلى نقاط تماس أو اتصال (Touchpoint) مع هذه الأخبار (غيتي).

تحاول السيطرة على كل ما يصل إلى الجماهير، إما بمحاربة الصحافة الحرّة مصدر الأخبار الصحيحة، أو بنشر أخبار كاذبة أو مضللة. وكل ذلك يندرج تحت إطار صناعة البروباغندا أو الدعاية السياسية كما وصفها نعوم تشومسكي في كتابه "صناعة الإذعان".

ويذكر تشومسكي -إلى جانب إدوارد هيرمن- خمس (3) إستراتيجيات

العام وتوجيهه.

بإمكاننا أن نضع عملية إنتاج وتداول الأخبار الكاذبة والمضللة في ثلاث من أصل خمس إستراتيجيات تستخدم لإتمام عملية الدعاية السياسية، أولها "الامتلاك"، ولا نعني هنا امتلاك المؤسسات كما هو المقصود بالأساس في النظرية، ولكن امتلاك المساحة في

تستخدمها الدول من أجل صناعة الإذعان بين الشعوب، وذلك في نظرية البروباغندا والدعاية السياسية. وهذه الإستراتيجيات هي التملك، والإعلان، والنخبة الإعلامية، والنقد الشديد، وأخيراً صناعة العدو المشترك. كل واحدة من هذه الإستراتيجيات الخمس لها أساليبها في التطبيق، وكلها تهدف إلى السيطرة على الرأي

من نظرية الدعاية السياسية، فإن الحكومات تعتمد صناعة أعداء وهميين للشعوب من أجل إحكام السيطرة عليها والترويج لسياساتها القمعية والدكتاتورية. ولا نجد أنسب من الأخبار الزائفة كوسيلة لهذا الهدف، فمهاجمة اللاجئين وخلق الكراهية ضدهم، ووصف جماعات أو مؤسسات بالإرهاب، أو حتى شيطنة دول بأكملها، كل هذا يأتي في إطار صناعة العدو الذي لا يتم أبداً دون اللجوء إلى الأخبار الزائفة والمضلة.

إن أزمة الأخبار الكاذبة وصلت إلى مرحلة من التعقيد لا تسمح بالتعامل معها من قبل الحكومات والمؤسسات الإعلامية فقط، فالمسؤولية الآن أصبحت مشتركة بين الأفراد المستهلكين للمعلومة وبين المؤسسات والحكومات التي يجب أن تسعى للحد من انتشار هذه الأخبار، مع الوعي الكامل بأبعاد ونتائج استهلاكها.

الفضاء الرقمي التي لم تعد المؤسسات وحدها مسيطرة عليها كما كان الحال في الوقت الذي وضع فيه تشومسكي نظريته. فالحكومات -وحتى بدون أن تشتري مؤسسات إعلامية بشكل رسمي- تقوم الآن (4) عبر توظيف مئات بل وآلاف الحسابات الآلية على مواقع التواصل الاجتماعي، بالسيطرة على جزء لا بأس به من المحتوى الذي يعرض أمام المستخدمين. وبذلك، تمتلك الدول المحتوى دون أن تمتلك المؤسسات.

ليس التملك فقط هو ما يمكن أن يتحقق بالأخبار الزائفة والمضلة، فكما شرح تشومسكي في الإستراتيجية الرابعة في نظريته وهي "النقد الشديد" (FLAK)، يمكن لهذه الأخبار أن تعمل على هجمات مضادة للروايات الصحيحة عبر نقدها والتشكيك في مصداقيتها، أو نشر روايات مضادة بشكل أكثر كثافة، أو حتى الانحراف بالرأي العام عن موضوع الحدث نفسه ونشر أخبار تتعلق بأمور مختلفة تماماً، فيضيع الخبر الرئيسي دون أن يهتم به أحد. أما في الإستراتيجية الخامسة



هوامش:

- 1- <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info>
- 2- تؤثر الضوضاء سلباً على عملية التواصل بين المرسل والمتلقي للمعلومة. المصدر: <https://bit.ly/2U32Tos>
- 3- <https://www.youtube.com/watch?v=34LGPIXvU5M>
- 4- <http://www.noonpost.com/content/23904>
- 5- <https://www.bbc.co.uk/academy/ar/articles/art20181113103406143>

كيف يكشف الحجاب الفرق بين الصحافة الأميركية والفرنسية؟

أيوب الريمي



يتعرض الإعلام الفرنسي لانتقادات بسبب طريقته في التعامل مع الإسلام، وتأتي هذه الانتقادات من قبل بعض الصحف الأميركية والبريطانية - غيتي.

في مقالها هو انسياق وسائل الإعلام الفرنسية وراء هذا الجدل الذي يفرض الوصاية على المرأة ويخوض في نقاش حول طريقة لباسها، في إخلال تام بمبدأ حرية الرأي والتعبير. ويسخر المقال من السياسيين الفرنسيين الذين تركوا كل مشاكلهم السياسية للاهتمام بحل قضية الملابس الرياضية للمحجبات.

ويصل المقال إلى عمق المعضلة الفرنسية، وتعاملها مع العلمانية التي توصف بالصارمة في الجمهورية، بإظهار المفارقة بين ما توصف به فرنسا، بكونها بلدا علمانيا لا يسمح بأي مظهر ديني، "باستثناء احتفالات أعياد الميلاد التي هي أعياد دينية، كما أن كل المؤسسات العمومية تغلق في الأعياد المسيحية"، وهي سخريّة سوداء استعملها كاتب المقال ليضع يده على الجرح أو الحرج الفرنسي في تفسير العلمانية بطريقة مزاجية.

هذا الموقف المستغرب لتركيز الإعلام الفرنسي على لباس المسلمات، عبرت عنه حتى صحيفة "الغارديان" التي قالت إن هذا الموضوع تحول إلى مادة دسمة ومفضلة للطبقة السياسية الفرنسية منذ العام 2010، عندما قرر الرئيس الفرنسي السابق منع البرقع، ثم قيام الشرطة الفرنسية بمعارضة ارتداء المحجبات لملايس السباحة قبل ثلاث سنوات، أما شبكة "بي.بي.سي" البريطانية، فذكرت أنه

تفسير اختزالي يربط بشكل غير مباشر بين الحجاب والتطرف، دون الغوص في لب المشكلة عن أسباب التشنج الفرنسي كلما تعلق الأمر برمز مرتبط بالإسلام.

مع رمز يرتبط بالمسلمين، كما هو الحال بالنسبة للحجاب، حيث ظهرت دعوات لمقاطعة الشركات التي أعلنت عن ملابس رياضية للمحجبات. واستنكرت العديد من وسائل الإعلام الفرنسية وحتى السياسيين، نشر هذه المؤسسة إعلاناً كهذا، مما دفع الشركة لسحبه إضافة إلى سحب الملابس من مختلف محلاتها.

الصحيفة الأميركية استغربت كيف تحول اختيار النساء المسلمات للباسهن إلى "مأساة وفضيحة في فرنسا"، وهذه ليست المرة الأولى التي يكون فيها لباس المسلمة محل نقاش إعلامي وسياسي فرنسي. ففي العام 2016، أثير جدل حول "البوركيني"، أي الزي الذي ترتديه المحجبة الراغبة في السباحة. وخلال تلك الفترة أيضاً، ظهرت المطالبات بمنعه من كل شواطئ فرنسا.

وتحدثت "واشنطن بوست" عن أن زي المسلمة تحول إلى قضية دولة، وربما يمكن تفسير ذلك بالتجاذبات السياسية في البلاد. لكن ما لا تستسيغه الصحيفة

لا تكاد الانتقادات للإعلام الفرنسي تتوقف سواء من الداخل، كما حدث أثناء تغطية أحداث السترات الصفراء عندما اتهم المتظاهرون وسائل الإعلام بالتحيز إلى الرواية الرسمية، أو من الخارج، عندما نشرت صحيفة "واشنطن بوست" تقريراً مطولا انتقدت فيه ما أسمتها حالة "الهستيريا" التي انتابت الإعلام الفرنسي بسبب إعلان تجاري لشركة مستلزمات رياضية، تضمن ملابس للمحجبات الراغبات في ممارسة الرياضة.

درس أميركي بريطاني للفرنسيين

المقال الذي كتبه مراسل الصحيفة الأميركية في فرنسا، والذي مزج بين النقد والسخرية السوداء، تعمق في وصف الحالة الاستثنائية الفرنسية في التعامل مع الإسلام، خصوصاً لدى حديثه عن العلمانية في الجمهورية ومبادئها الصارمة، التي لا تظهر إلا في التعامل



دعت بعض الجهات الفرنسية إلى مقاطعة شركات كانت أعلنت عن ملابس رياضية للمحجبات - غيتي



ينبغي على الفرنسيين التوقف عن هذا الهوس بفرض طريقة لباس معينة على النساء، خصوصاً فيما يتعلق بالمرأة المسلمة.

وحتى موقع "أي.بي.سي" الأميركي تحدث بسخرية لاذعة عن هذه الضجة الإعلامية التي تعتبر عادية في بلد يعيش حالة من التشنج في التعامل مع الحجاب، وهو ما يؤدي دائماً إلى ردود فعل غير متوازنة في كل مرة يثار فيها النقاش حول اللباس.

خلاف قديم جديد

الخلاف بين الصحافة الفرنسية والأنجلوسكسونية حول تغطية ملفات متعلقة بالإسلام والمسلمين، ليس حديث العهد، فقد بلغ أوجه خلال الهجوم على مجلة "شارلي إيبدو"، حيث دعت الصحف الفرنسية جميع وسائل الإعلام العالمية إلى إعادة نشر الرسوم الكاريكاتيرية المسيئة للإسلام والنبي والذات الإلهية، كنوع من التضامن مع المجلة، وهو ما رفضته الصحف الأميركية والبريطانية، معتبرة أن الأمر يمس بالمهنية.

ورفضت "نيويورك تايمز" أن تعيد نشر الرسوم الكاريكاتيرية التي تستهزئ من النبي محمد عليه الصلاة والسلام، مبررة هذا القرار بكون إعادة نشر هذه الرسوم "سيصدم عدداً كبيراً من قراء المجلة في

العالم"، مضيفة أنها "تراعي مشاعر قرائها كيفما كانت انتماءاتهم". وبموقف مشابه، رفضت صحيفة "واشنطن بوست" نشر الرسومات المسيئة للنبي محمد، وقالت إن المعايير الصحفية في الولايات المتحدة تختلف عن فرنسا، "ونعتبر أن إعادة نشر هذه الرسوم إساءة لشريحة من قرائنا"، وهنا نجد اختلاف المعايير المهنية، فالتقاليد في الصحافة الأميركية والأعراف الصحفية تحرص على البقاء بعيداً عن الاعتقاد الفردي لكل شخص، وتعتبره حرية فردية لا يجوز التدخل فيها. وهناك تعريف جميل لصحيفة "الغارديان" لحرية التعبير تقول فيه إنها "لا تعني أن نقوم بأي شيء نريده فقط لأننا نملك القدرة على القيام به".

أما صحيفة "الفايننشال تايمز" البريطانية فهي تعتبر أن أي تدخل في معتقدات الناس واستفزازهم أمر "عبي"، كما ترى أن الاستهانة برموز أي دين لا يعتبر دفاعاً عن حرية الرأي والتعبير، بل "في الحقيقة هو توجيه ضربة للحرية عندما تستفز معتنقي أي ديانة".

تكريس العزلة الفرنسية

الدرس الأميركي البريطاني للإعلام الفرنسي لم يستسغه صحفيون فرنسيون، خصوصاً المحسوبين على اليمين واليمين الشعبوي، كما هو الحال بالنسبة للكاتبة الفرنسية كارولين فوريست

المعروفة بمواقفها المعادية للإسلام، التي كتبت افتتاحية في صحيفة "ماريان" الشعبوية تقول فيها إن أسهل طريقة للنجاح في الصحافة الأميركية والبريطانية لا تكون بالتحقيق في "الصعود المخيف للتطرف الديني في أوروبا"، فالأمر خطير ويتطلب وقتاً طويلاً، لكن هناك طريقة أفضل وهي السخرية من "الهوس" الفرنسي لفرض الوصاية على لباس المرأة المسلمة.

الكاتبة الفرنسية انتقدت طريقة الاستهزاء التي تتعامل بها صحف مثل "نيويورك تايمز"، و"الغارديان"، و"واشنطن بوست"، وشبكة "بي.بي.سي"، مع موضوع الحجاب في فرنسا، متهمة كل هذه الوسائل الإعلامية بعدم فهم ومعرفة فرنسا بالشكل المطلوب، وأن الطرح مسكون بالصورة النمطية. وتستغرب الكاتبة كيف يمكن اتهام بلادها بالعنصرية والظلمية، أو اعتبارها ضد حرية التعبير ضد مبادئ الحداثة، معتبرة أن هذه الحملة ضد الزي الرياضي ليس الهدف منها إخبار المرأة المسلمة كيف ترتدي ثيابها أو منع بيع الحجاب، وإنما يتعلق الأمر بلفت الانتباه إلى مشكلة حقيقية في ظرفية خاصة، وهذه الأخيرة تتسم -بحسب كاترين فوريست- بتزايد مظاهر التطرف في المجتمع وارتفاع عدد الشباب الفرنسي الذي التحق بتنظيم الدولة في سوريا والعراق.

تفسير اختزالي يربط بشكل

والأميركية في تصور حرية التعبير، والتعامل مع موضوع حارق كالدين، وتصور مفهوم العلمانية. ومن المفارقات أنه عندما كانت الحملة مستعرة ضد إعلان الزي الرياضي للنساء المسلمات في فرنسا، كان هناك إعلان آخر يعرض في حفل الأوسكار بالولايات المتحدة، يتناول نساء رياضيات ألهمن العالم، من بينهن رياضيات مسلمات يرتدين ملابس رياضية خاصة بالمحجبات.

احترام معتقدات القراء والبحث في عمق مشاكل المجتمعات، وطرح الأسئلة الحقيقية عن أسباب التطرف بين الشباب، والعنصرية، وتزايد شعبية اليمين المتطرف.

لقد كرس التعامل الإعلامي الفرنسي مع قضية الملابس الرياضية للمحجبات عزلة الصحافة الفرنسية في العالم الغربي، ووسّع الهوة بينها وبين الصحف البريطانية

غير مباشر بين الحجاب والتطرف، دون الغوص في لب المشكلة عن أسباب التشنج الفرنسي كلما تعلق الأمر برمز يتعلق بالإسلام، ولا يرد على ما تطرحه الصحف البريطانية والأميركية من كون العلمانية لم تكن أبداً تهدف إلى التعليق على ما يرتديه الناس، والتعامل بانتقائية مع الرموز الدينية. كما أنها تغفل عما هو أهم، أي المسؤولية المهنية لوسائل الإعلام في



رحلتي الأولى في الاستقصاء: من مشهدٍ على الطريق إلى القضاء

جنى الذهبي

ليست مهمة الصحافة الاستقصائية حل المشكلات وإنما كشفها للجمهور، لكن تحقيق ابنة الـ 26 عاماً لعب دوراً حاسماً في إنهاء سنوات من الاستغلال والتعذيب.

40



رجل يحمل شريطاً سلبياً لفيلم قديم في سينما «الأهرام»
المهجورة في طرابلس اللبنانية (رويترز).

جريدة المدن الإلكترونية، حيث أعمل. ومنها، بدأت رحلتي الأولى في الاستقصاء، التي دامت لخمس أشهر.

في البداية، فكرت أن أتناول قضية تخصّ مقاتلين طرابلسيين عائدين من سوريا، بعد أن التحقوا بمنظمات إسلامية، مثل "النصرة" و"داعش"، منذ انطلاق الثورة السورية في العام 2011. وأثناء تبلور الفكرة، مرّ أمامي بالصدفة، مشهدٌ بدّل مسار توجهي، من البحث في قضية مقاتلين إسلاميين، نحو البحث في قصة بنات "أبو رجال".

كنت أقوم بمهمة تغطية صحفية، في "منطقة البقار"، المحاذية لمنطقتي جبل محسن وباب التبانة شمال لبنان، وهي أيضاً واحدة من خطوط التماس في جولات القتال الطاحنة، التي دارت في الماضي القريب بين المنطقتين. فجأة، لمحت ثلاث فتيات، في حيّ منطقة البقار، كنّ جالسات أمام منزلهن، ثم سمعت جدالاً وصراخاً، ما دفعني للاستفسار، حتى علمت من أحد سكان الحي، أن أربع فتيات كنّ يتعرّضن للتحرش من قبل والدهن، ويومها، قررت أن أبحث في القصة.

كانت المهمة صعبة، الموضوع بحد ذاته والمنطقة التي سأعمل فيها. قسّمت تحقيقي إلى قسمين، الأول يروي قصة البحث عن هوية الفتيات في تلك المنطقة المنكوبة، التي مكثت فيها شهوراً،

في صيف العام 2018، دعّنتي صديقتي للمشاركة في تدريب تنظمه إحدى الجمعيات اللبنانية

حول "الصحافة الاستقصائية في قضايا العنف القائم على النوع الاجتماعي"، حيث كانت التجربة غنيّة ومكثّفة، تعلمنا فيها مبادئ أساسية وخطوط عريضة في مفهوم الصحافة الاستقصائية.

في نهاية التدريب، طلب منّا كمشاركين التخطيط لتحقيق استقصائي، قدمت فكرتي، وتم عرضها على لجنة متخصصة شكلتها الجمعية، على أن يكون التحقيق تحت إشراف صحافيين استقصائيين.

لحسن الحظ، وقع الاختيار على مخطط مشروعني لتحقيق الاستقصائي، لتشرّف عليه الصحافية اللبنانية يمنة فواز، وكنت منذ البداية قد وضعت نصب عينيّ الهدف الآتي: لا رجوع عن إنجازه، مهما كلف الأمر. وهذا ما حصل.

استقصاء بالصدفة

اختيار فكرة التحقيق الاستقصائي، يوازي صعوبة إنجازه، وكوني أعيش في طرابلس شمال لبنان، حصرت النطاق "الجغرافي" لتفكيري في اختيار تحقيقي الاستقصائي، ضمن مدينتي. هذه المدينة الشائكة والمعقدة بخصوصية أحداثها، تعمّقت معرفتي بها، منذ أصبحت مراسلة صحافية أتابع جميع ملفاتها، لصالح

قال صديقي ذات مرّة، وخلال أحد النقاشات في الصحافة، إن الصحافي يولد بالفطرة معارضاً، وإن لم يكن كذلك، فهو ليس صحافياً.

أجد في القول هذا، الذي جاء في سياق نقد "صحافة السلطة"، معنّى قابلاً للقياس في شتّى ميادين العمل الصحفي. فأن نكون صحفيين معارضين، لا يعني أن نكون "رافضين" فحسب. تبدأ "المعارضة" في العمل الصحفي من "الشك". الشك في الصورة، في المشهد، في الوقائع، في المستندات، في الأقوال، في الخطاب، وفي كلّ شيء. وهو شك، يقود الصحافي إلى أن يسلك مسار البحث عن الحقائق الكامنة وراء كلّ ما شاهده وسمعه وقرأ عنه، ليكون بذلك معارضاً من أجل الحقيقة، وليس على حسابها.

لم يكن سهلاً أن أخوض تجربتي الأولى في الصحافة الاستقصائية وأنا في السادسة والعشرين من عمري فقط، وما زلت في بداية مشواري المهني في الصحافة السياسية (المحلية) وفي صحافة المجتمع.

كان تحدياً بالنسبة لي، التحقيق الاستقصائي الأول لي في بيئة لا تحتضن هذا النوع من الصحافة بالشكل الكافي، كنت أعرف أن احتمال الفشل وارد، لكنني لم أتوقف.

ما قبل التحقيق



والفيديوهات التي في حوزتي أمامه، بعد أن استمعت مطولا إلى شهادته.

تحقيق بوسائط متعددة



في محصلة التحقيق الذي يصعب شرحه مفصلاً في مقال واحد، أخذت القضية حيزاً واسعاً من اهتمام الرأي العام اللبناني، وتحولت قضية "بنات أبو رجال" (اسم التحقيق) إلى قضية جماعية في البلد بعد عرضها. مزجت في التحقيق، بالتعاون مع الجمعية والصحافية يمنة فوز، عدّة وسائل، فجمع التحقيق بين الكتابة والفيديو وصناديق المعلومات وصور الانفوغرافيكس، لا سيما أنني ارتكزت في التحقيق أيضاً على

مختلف قضايا العنف الأسري والاجتماعي في عائلة واحدة: اغتصاب، تعنيف جسدي ومعنوي، تزويج قاصرات، العمل في الجنس، تسرب مدرسي، مخدرات وأطفال مكتومي القيد.

الأحداث التي عشتها أثناء الضلوع في القصة، كانت مشوقة وخطرة، قطعت فيها بمراحل مختلفة. بداية، قمت بجولة طويلة لتجميع معلومات وتفصيل عن الفتيات، في الحيّ وخارجه، ومنها كان عبر "وسطاء" نتيجة تعذر الوصول إليها. بعد ذلك، أجريت مقابلة مصورة مع الفتاة القاصر، ثم مع والدتها، مروراً بإجراء مقابلات مع أشخاص على علاقة بالوالد، وبعض المتواطئين معه، وصولاً إلى إجراء مواجهة مباشرة مع "أبو رجال" (لقب الوالد)، ووضعت المستندات والوثائق

عن حياتهن. سمعتُ وقيل لي حكايا كثيرة، كانت كفيلة بأن تشعرنني باليأس، لكنني أصريت على إكمال التحقيق، رغم الاختفاء المفاجئ للفتيات عن منزل والدهنّ، وبقائهنّ مع والدتهنّ المطلقة منه. ورغم ذلك، وصلت لأصغرهن وهي قاصر، بعد جهدٍ كبير. كانت هي مفتاح القصة، للوصول إلى قصص شقيقاتها ووالدها ووالدتها. كانت القصص مترابطة ومتباعدة ومنفصلة ومتشابكة في وقتٍ واحد. التحديّ الأصعب الذي يمكن أن يواجهه صحافي استقصائي داخل مدينة ذات خصوصية دينية واجتماعية مثل طرابلس، هو في كيفية التعاطي مع أصحاب القضية وأبناء المنطقة، من دون أن يثير خوفهم أو حتى غضبهم. قصة الفتيات، كانت مأساوية واستثنائية، لا سيما أنها تجمع

ليس سهلاً أن تقرر العمل على تحقيق استقصائي في بيئة لا تحتضن هذا النوع من التحقيقات (غيتي).

معلومات طلبتها من قوى الأمن الداخلي اللبناني، ومن استشاريين قانونيين وحقوقيين. لكن، ما بعد نشر الجزء الأول من التحقيق، لم يكن كما قبله. فمنذ اللحظات الأولى لانتشاره إعلامياً وعلى وسائل التواصل الاجتماعي، وصلتني تهديدات خطيرة ومباشرة من الوالد، كما هدد ابنه القاصر بالقتل لأنها وافقت الحديث عن قصتها.

في هذه الأثناء، كنتُ على تنسيق مباشر مع وزارة الداخلية، التي تولت متابعة القضية، بتوصية مباشرة الوزير ربا الحسن. في اليوم التالي، وبعد استدعائي إلى جهاز أمن فرع المعلومات اللبناني، لإدلاء بشهادتي وتزويدهم بالوثائق الموجودة في حوزتي، اكتفيتُ بما أستطيع تقديمه لهم، بوصفي صحافية ولسنت

”مخبرة“. وعلى إثر ذلك، أخذ فرع المعلومات إشارةً من القضاء، وألقى القبض على الوالد، واستدعى الوالدة وبناتها للتحقيق معهن، ونتيجة الاعترافات في التحقيقات القضائية، أصدرت محكمة الأحداث حكماً مبرماً بنقل الفتاة القاصر إلى مكان آمن، بعيداً عن بيتها، لما تتعرض له من تعنيف نفسي ومعنوي وجسدي. وهذا بالنسبة لي، أيّ حماية الفتاة، كان الجزء الأهم من عملي. وكلّ هذه الأحداث، فصلتها في جزءٍ ثانٍ من التحقيق، لوضعه بين يدي المعنيين والرأي العام، وإيماني أنّ فتح ملف قضية ما، أيّاً تكن، لا يتكلل بالنجاح، إن لم نحسن إغلاقه بما لا يؤذي الضحايا والناجين والناجيات.

رحلتي الأولى في الاستقصاء، الشائكة والشيقة، بدأت بالصدفة

ثم انتهت في القضاء، تعلمت منها الكثير، وقد تكون درساً دسماً لن أنساه حين أنوي الخوض مستقبلاً في تجارب استقصائية أخرى. وإذا كان الدرس الأول، هو أن أكون عنصراً مساهماً في تعزيز مفهوم ”الصحافة الحساسة للنزاعات“، سواء في المصطلحات أو في أدبيات معالجة القضايا، غير أنّ إيماني بالصحافة المكتوبة تعزز أكثر. فالصحافة المكتوبة، التي أمارسها بشغفٍ كبير، ما زالت قادرة على مخاطبة الجماهير وجذبهم، رغم كلّ الوسائط الرقمية والإلكترونية المنتشرة حول العالم؛ وهي قادرة أيضاً، أنّ تهزّ العالم وتصنع التغيير وتناصر قضايا حقوقية كبرى، لأنها أصل الصحافة، وسرّها الجامع في مخاطبة حواس الإنسان كلّها.

«السيد جونز».. الصحفي الذي عرف أكثر من اللازم

شفيق طيارة

إنّ عالم الصحافة ما زال على حاله، باستثناء التطوّر التقني الهائل وسهولة الحصول على المعلومة، إلا أنّ سطوة السياسة على الخبر ما زالت موجودة.

بل ناتجة عن قراراتٍ بشرية سياسية اتخذها نظام ستالين بحسب الأمم المتحدة، فبين عامي 1932 و1933، أودت الهولودومور في أوكرانيا السوفياتية بحياة حوالي 7 إلى 10 ملايين شخص.

اسم غاريث جونز يرد كثيراً خلال البحث، ولكن ما الرابط بين الصحفي الويلزي وبين الإبادة الجماعية الأوكرانية؟

المجاعة الكبرى ورحلة غاريث جونز إلى أوكرانيا.. من هنا انطلقت المخرجة البولندية المخزومة أنييسكا هولاند في فيلمها «السيد جونز». غاريث جونز (جيمس نورتون) صاحب النظرة الفضولية، يبلغ من العمر 28 عاماً. ورغم عمره الفتى في المهنة، فإننا نتعرّف إليه في أوج انطلاقته، وفي فترة وجيزة، بات أول صحفي أجنبي يقابل

بعد أن شكّل عمل «السيد جونز» أساساً لإحدى أهمّ روايات القرن العشرين، ينتقل الصحفي إلى الشاشة الكبيرة في عملٍ سينمائي عرض بمهرجان برلين السينمائي هذا العام.

«جميع الحيوانات متساوية، لكن بعضها أكثر تساويًا من غيرها».. إنها إحدى العبارات الرمزية التي وردت في تحفة جورج أورويل «مزرعة الحيوان» والتي تردّدت في فيلمنا هذا. لقد فشلت الثورة السوفياتية في إحقاق العدالة الاجتماعية التي جاءت من أجلها، وتحت ظلّ الحكومة السوفياتية الشيوعية مات الناس جوعاً. إذا بحثنا عن كلمتي «أوكرانيا/ المجاعة» في محرك «غوغل»، فأول نتيجة تظهر لنا هي «الهولودومور»، أي القتل عبر التجويع.. ليست هذه مجاعةً طبيعية الأسباب،

في أزمنة الحروب وتحت سطوة الدكتاتوريات، يلمع نجم الصحافة. هي الرقعة التي يلعب فيها أبناء المهنة الحقيقيين.. مجازر وحقائق وانتهاكات سيسعون لاكتشافها.. إنها أوكرانيا السوفياتية، تحت سطوة الحزب الواحد وفي زمن الحكم القمعي لجوزيف ستالين. هنا يحلّ السيد غاريث جونز.. الرجل بطل في مهنته. يقال إنّ الروائي الإنجليزي جورج أورويل استوحى روايته «مزرعة الحيوان» من أحد أعمال هذا الصحفي، وهي قصة خيالية عن حيوانات تشور على مالك مزرعتها الجشع والظالم (سمّاه «السيد جونز» في الرواية تيمّناً به) ثمّ تفشّل ثورتها، في استعارة فهمها الجميع عن الثورة الروسية ومآلاتها مع حكم ستالين.



مخرجة الفيلم أغنيسكا هولاند والممثلون جيمس نورتون وبيتر سارسجارد في عرض الترويج للفيلم خلال مهرجان برلين السينمائي الأخير (رويترز).

فيها أهوال ما شاهده. مقال ويوميات جونز عن رحلته المليئة بالتفاصيل.

مشيت عبر القرى وفي كل مكان، كان هناك بكاء "لا يوجد خبز، نحن نموت".. صرخة من كل جزء من روسيا.

ذهبت إلى منطقة الأرض السوداء لأنها ذات يوم كانت أغنى أرض زراعية في روسيا، والآن منع المراسلون من الذهاب ليروا بأنفسهم ما يحدث. في القطار، قال لي شيوخوني إنه ليست هناك من مجاعة.. رميت قطعة خبز صغيرة كنت أكلها فاصطادها أحدهم وأكلها بشراهة.

حذروني من السفر ليلاً لأن هناك الكثير من الرجال الجائعين البائسين.. كان الفلاحون يأكلون

ثبوتية ليصل إلى موسكو. وفي خضمّ وضع تاريخي، سياسي واجتماعي حرج، يكتشف ما لم يتوقعه، هو القادم متأملاً بعضمة النظام الستاليني، سيكتشف شيئاً أكبر بكثير.

عينُ صحفية ثاقبة وجرأة، عاملان دفعاه وراء ملاحقة شائعة سرت عن مجاعة في أوكرانيا، تسلل إلى هناك بشكل غير قانوني ليشهد على هياكل ملايين البشر الهزيلة، هؤلاء الذين تُركوا للجوع، بسبب سياسات زراعية صارمة قضت بتصدير كل القمح إلى الخارج. يعود إلى لندن، لا يوارب ولا يخاف، واجبه الصحفي يقتضي نشر الحقيقة، بإعلام الناس عن الظلم الواقع. ينشر الشاب العشريني نوصاً في صحيفتي "الغارديان" و"الواشنطن بوست"، يكشف

أدولف هتلر، الذي كان يومها زعيم حزب ألماني ذي طموحات توسعية كبيرة، نراقبه قلقاً، هو يعي ما يخبئه المستقبل "سياسات هتلر ستؤدي إلى حرب عالمية".

شرقاً، يتابع جوزيف ستالين خطته الخماسية، فيصنّع أسلحة هجومية متطورة ويطور الدور الصناعي لاتحاده، بإصرار وعزيمة لا مثيل لهما.

تحتلّ عقل جونز فكرة واحدة حدّ الهوس: كيف ينجح جوزيف ستالين في تحقيق المعجزات التي يتباهى بها؟ ومن أين يأتي بالأموال؟ إنها الأسئلة التي تدفع الصحفي باتجاه البحث. لقد عقد الرجل العزم على السفر إلى موسكو ومقابلة ستالين. يتجرأ الرجل على مواجهة النظام، فيزور أوراقاً



علف الماشية (...) ”نحن ننتظر الموت“.. كانوا يرحبون بي بهذه الجملة، ”ولكن انظر لدينا علف الماشية، إلى الجنوب ليس لديهم شيء.. فعلاً الناس ماتوا“.

هولاند نقلت في فيلمها هذه التفاصيل، الفيلم أشبه بصور الرئتين المتآكلتين على علب السجائر، تستخدم التوعية عبر الصدمة كما فعل جونز وقتها. في الفيلم نرى أطفالاً يتضورون جوعاً، يتغذون على لحم الموتى، بينما يتم إلقاء جثث الأمهات اللواتي يحتضن أطفالهن في الشارع على مرأى من الجميع. كل مشهد صارخ في الرعب وحاد في تبيان الظلم، فالمخرجة لا تترك للمشاهد مجالاً للشك بصف من سيقف.

هيكل الفيلم بسيط وعملي: رحلة البطل الذي يحارب وحده ضد الجميع.. الصحفي الذي يخاطر بحياته لينتزع الحقيقة من أجل الرأي العام.

دافعت هولاند بعد عرض الفيلم عن ربطها الصحافة بالبطولة ”أريد أن أهنئ الصحفيين الشجعان.. أعتقد أنه من المهم حقاً تحويلهم إلى أبطال.. بغض النظر عن الألم الذي يكشفونه لنا“.

الفيلم يمجد حرية الصحافة ولا يفصلها عن ديمقراطية النظام.. حرية أساسية في مواجهة أي هفوة أو سقوط للحاكم، لتثبت الصحافة سلطتها الرابعة الفعلية. أثبت ”السيد جونز“ معاناة الصحفي في طريق

من التحقيق الإخباري إلى رحلة الحياة أو الموت، قصة غاريث جونز التي لم تروَ (صفحة الفيلم على فيسبوك).

أليست هذه القيود موجودة اليوم؟ لقد قتل الصحفي الحر بعد عامين بجريمة غامضة. يومها نعاها رئيس الوزراء



كاملة. لا شك أن سينما هولاند ثقيلة بالعموم حتى حين لا توجد حاجة لذلك، لكنّ الفيلم المتواضع سينمائياً نجح في تمرير الرعب من خلال الجمال المشهدي. الفيلم يجب أن يُشاهد لقيّمته التاريخية، لقد وثّق حادثةً كادت تُمحي من صفحات التاريخ.

بعد عقود من الحرب العالمية الثانية، يعلم الجميع ما حدث، يدرك كثيرون أنّ دولاً دعمت التعقيم الإعلامي على انتهاكات حقوق الإنسان والفظائع التي كان لستالين دور فيها.

رسالة هولاند تتعدّى ما شهده جونز في أوكرانيا، تتعدّى سطوة الاتحاد السوفياتي وقسوة ستالين إلى القوى المستترة التي واجهت الصحفي الشجاع عندما عاد إلى إنجلترا، عندما تمّ التشكيك في شهادته ثمّ تكذيبه لأسباب سياسية، قيل إنّ المملكة المتحدة لن تعرّض العلاقات مع الاتحاد السوفياتي للخطر، وقيل إنّ من مصلحة أوروبا الحفاظ على قوى قد تواجه ألمانيا هتلر في ذلك الحين.

إنّ عالم الصحافة ما زال على حاله، باستثناء التطوّر التقني الهائل وسهولة الحصول على المعلومة، إلا أنّ سطوة السياسة على الخبر ما زالت موجودة. الأخبار تدار وفقاً لمصالح الأقوياء، واتجاه المعلومة الصحفية لا يزال أحاديّاً بشكل كبير. لقد مُنع جونز من دخول الاتحاد السوفياتي لاحقاً،

تقديم الحقيقة الكاملة.. جونز على طريق كشف البؤس عانى بنفسه من الجوع والبرد.. بحث وتحقّق، وشهد وعاش الرعب.. هو أول صحفي استقصائي نقل للعالم ما جرى في أوكرانيا.. واجه ثلّة من الصحفيين الذين أنكروا ما جاء به تحت ضغوط سياسية يربّح البعض أنّها من الكرملين.

أكبر المعارضين كان الصحفي والتر دورانتني الذي كتب عدّة مقالات أنكر فيها صحة ما جاء به جونز وفاز بجائزة "بوليتزر" على ما كتبه.

نوعان من الصحفيين في "سيّد جونز": النزيه الذي يسعى من أجل نشر الحقيقة، والمرتزق الخاضع للإملاءات والمصالح.. صحافة من أجل الحقيقة وأخرى مضادة لها.

لسخرية القدر، أو في الحقيقة من أجل المصالح الدولية، فاز الكاذب على النزيه بجائزة صحفية عريقة لم تُسحب منه حتّى اليوم. جونز نفسه انتقد هذا النوع من الصحافة، ردّ على غريمه دورانتني بمقال هزّاه فيه، "من ناحية أخرى يسمح للصحفيين بالكتابة، لكن الرقابة حولتهم إلى أسياد عبر تلطيف التعابير، فأعطوا المجاعة اسماً مهذباً وهو نقص الغذاء، ومن يتضورون جوعاً حتّى الموت حولهم إلى وفيات بسبب أمراض سوء التغذية".

الهولودومور صفحة سوداء من القرن العشرين، وصمّت أوروبا

بين وهميتها وواقعيتها؟ وكم غاريت جونز اليوم يُلاحق، يُمنع من نشر المعلومة اليقين ويقبع خلف قضبان؟

اليوم بأيادٍ مجهولة "معلومة"؟ كم من المجازر التي تحصل اليوم تواجه بالتشكيك ومزاعم الفبركة؟ كم من المعارك نختلف

البريطاني ليود جورج، معتبراً أنه عرف "أكثر من اللزوم" عن ذلك الجزء من العالم. ألا يذكركم بمصير صحفيين يقتلون



هولاند أثناء توقيعها على صورتها المعروضة في مهرجان برلين السينمائي (صفحة الفيلم على فيسبوك).

حاضراً ومقبولاً لدى الجماهير، بينما تتراجع شعبية المدونات الإلكترونية خصوصاً تلك التي تتضمن مقالات طويلة، بدعوى أنها لا تناسب نمط حياة الناس السريع.

وفي مقارنة ذاتية، يتحدث بريغمان عن مدونته التي أطلقها عام 2012 حول موضوع التمويل الجماعي، قبل أن يطلق محتوى صوتياً حول الموضوع نفسه عام 2015، ويقول "حضيت مدونتي بملايين المشاهدات، وتمّ الاستماع إلى البودكاست من قبل أكثر من 15 ألف شخص حول العالم". إذاً، بات الحديث عن تنبؤات انحسار الراديو واختفائه تدريجياً، من الماضي، بعد مرحلة تعززت فيها هذه الفرضية مع انتشار المنصات الرقمية، لا سيما خاصية "فيديو حسب الطلب" (Video on Demand) التي تسمح للمستخدمين بالمشاهدة عند الطلب.

وبات معروفاً أن جيل الألفية يفضّل المحتوى القصير لما يوفره من معلومات دسمة بشكل سلس وخفيف وسريع، وتشير الأرقام إلى ارتفاع معدل انتشار البودكاست بنسبة تتراوح بين 10 و20٪ في السنوات الأخيرة مع زيادة مطردة لنسبة المتابعين، في حين أخذ العديد من المشاهير البارزين خطوة باتجاه البث الإذاعي الجديد.

ومع بروز أشكال جديدة مثل التدوين الصوتي والبودكاست والكتب الصوتية، استطاعت

عن علاقة البودكاست بالمدونات الإلكترونية.. عدوّ أم صديق؟

آلاء أحمد

مع بروز أشكال جديدة مثل التدوين الصوتي والبودكاست والكتب الصوتية، استطاعت الأخيرة أن تكون محط اهتمام كثيرين بعدما ارتفعت مبيعاتها في العالم مقابل انخفاض مبيعات الكتب الإلكترونية.

تجربته الجديدة عام 2015 من خلال المنصة الشعبية "كراود فاندينغ" (Crowdfunding)، مع بدء رواج المحتوى الصوتي واستعادة "الراديو" لمكانته في حياة الناس، ولكن بحضور مختلف عبر شكله الحديث "البودكاست"، وهو ما يدل على أنّ هذا النمط لا يزال

خاض المدون سلفادور بريغمان تجارب متنوعة قبل أن ينحو باتجاه نمطٍ جديد في استخدام البودكاست (المحتوى الصوتي). يصف بريغمان خطواته الأولى بأنها "محاولات ضبط أساسيات هامة مثل نغمة الصوت والوصول إلى الإثارة الشاملة"، وتزامنت

التي تُنشر شهريا إلى أكثر من 80 مليون تدوينة (3).

عدد التدوينات الهائل يدل في ظاهره على حجم الانتشار والقدرة على الاستمرارية، ولكن مؤلف كتاب "كيف تُؤسس مدونة ناجحة" (how to build a successful blog)

ذات التأثير، واشترت شركة "AOL" صحيفة "ذي هافينغتون بوست" (The Huffington Post) مقابل 315 مليون دولار (1)، وبيعت أيضا المدونة الشهيرة "فيرال نونا" (.) مقابل 100 مليون دولارا (2). هذه الأرقام دفعت الشباب إلى مجال التدوين الإلكتروني، حتى وصل عدد التدوينات الإلكترونية

الأخيرة أن تكون محط اهتمام كثيرين، بعدما ارتفعت مبيعاتها في العالم مقابل انخفاض مبيعات الكتب الإلكترونية، فهل يصبح المحتوى الصوتي عدوا جديدا للتدوين الإلكتروني يدفع به إلى الهاوية، أم سيعطيه بصيص أمل ليتغلغل في حياة الناس مجدداً؟

التدوين الإلكتروني.. شعبية كبيرة بمستقبل غامض

بلغت المدونات الإلكترونية ذروة انتشارها بين العامين 2005 و2007، حيث كان المشاهير يدوّنون ممارساتهم اليومية، وهو ما لفت انتباه الجماهير بشكل ساحر، وفي الوقت نفسه، جمّع كثيرون ثروات من التدوين الإلكتروني فقط، فكان صنّاع المحتوى مهوسين بهذا النوع، لقدرتهم على لفت انتباه جمهور هائل من القراء المخلصين، وذلك بشكل بسيط، عبر توفير تدوينات تتناول جوانب من حياتهم الشخصية باستمرار وبشكل تلقائي وعفوي. ومع الوقت، أصبحت المدونات الإلكترونية أكثر شبهاً بالمطبوعات، ولم تقتصر على مشاركة آراء الناس وأفكارهم، بل تعدت ذلك إلى أغراض أخرى مثل التعليم، ومشاركة الأخبار، والترفيه.. إلخ.

وفي ظل الشعبية الكبيرة التي حظيت بها المدونات الإلكترونية، اشتد التنافس بين الشركات الكبرى للاستحواذ على المدونات



تعود الصورة لعشرينيات القرن الماضي، ويظهر فيها رجل يسجّل مقطعاً من كتاب، خلال البث الإذاعي (غيتي).

رامساي تابلين يخبرنا أن كل واحدة من ملايين المدونات التي بدأت عام 2018 مقدر لها أن تفشل وتموت موتاً بطيئاً ومملاً، وذلك لأسباب كثيرة أهمها تراجع عدد زوار المدونات تدريجياً نتيجة تشتتها بشكل كبير، وانعكس ذلك سلباً على الجمهور، ودفعه

على الرغم من أن التدوين الصوتي حديث العهد، فإن أعداد حلقات البودكاست في العالم -حسب شركة "آبل"- شارفت على النصف مليون (5)، وهو رقمٌ ليس بقليل، ورغم ذلك، فإنه لا يزال يشكّل 0.6٪ فقط من التدوينات الإلكترونية المتوافرة على الإنترنت.

الذي يستمعون له. وقد يكون السبب في ذلك أن منتجيه يشاركون المواضيع المطروحة، بود وعفوية مع الجمهور، وهذا يجعل من التجربة أكثر إنسانية بالنسبة للمستمع. بإمكاننا أن نعتبر أننا نعيش



استطاع التدوين الصوتي أن يحجز لنفسه مقعداً ضمن اهتمامات جيل الألفية، الصورة لإحدى المستمعات إلى كتاب صوتي ضمن معرض الكتاب في مدينة لايبزيغ الألمانية (غيتي).

إلى الهروب نحو أنواع المحتوى الأخرى بدلا من قضاء وقت كبير في المفاضلة بين أعداد التدوينات الهائل لاختيار ما يناسبه (4).

التدوين الصوتي وبداية العصر الذهبي

عصر انتشار البودكاست الذهبي، فقرابة 80٪ من جيل الألفية يحمل هاتفاً ذكياً واحداً على الأقل (7)، مما سهّل عملية إنتاج البودكاست والاستماع إليه في أي وقت وأي مكان، خصوصاً أن كل برامجه توفر خدمة "آر.أس.أس" (RSS) حيث يتم تحميل الحلقات أولاً بأول بمجرد توفيرها من قبل معدّ البودكاست، وهي تسهيلات جعلت 50٪ من الشعب

يعدّ جمهور البودكاست وفياتاً وملتزماً بمتابعة حلقاته، وهو ما أظهره استبيان لشركة "نيلسن"، إذ أكد 35٪ من متابعي البودكاست أنهم استمعوا إلى كامل حلقات البرامج التي يتابعونها، حتى تلك التي أنتجت قبل البدء بمتابعتها (6)، بينما أكد 45٪ منهم أنهم استمعوا لأغلب الحلقات، وفي هذا دلالة على ارتباط المتابعين بالبودكاست

تكون معززة للفهم بشكل أكبر. إذ ما يدفع المستخدم للقراءة والاستماع معاً هو أن عملية الفهم تحدث كالاتي: عند الاستماع، يمتص العقل المعلومات بشكل سريع، وعند القراءة يثبثها ويهضمها أكثر. فهمي لهذه العملية ساعدني على فهم سلوك المستخدمين بالعودة لقراءة المقالات بعد الاستماع لنسخها الصوتية، وكان هذا مباشراً بالنسبة لي، إذ أظن أن شيوخ التدوين الصوتي سيساعد الناس أكثر على التنبه إلى أهمية القراءة في توسيع مداركهم وزيادة معلوماتهم، وهذا ما يساعد في بناء مجتمعات مثقفة وواعية.

بالنسبة للعقل باستخدام حاستي السمع والبصر، أي بين الاستماع والقراءة، وأشار إلى أن لكل حاسة منهما خصائصها المساعدة على الاستيعاب بطريقة مختلفة. فمثلاً، يتم الاستيعاب عن طريق السمع بخلق تجربة اجتماعية للعقل تتسبب فيها عملية نقل المشاعر بين الشخص المتحدث والمستمع، وهذا يساعد العقل على امتصاص المعلومة بشكل أسرع، في حين أن فعل القراءة يعتمد على حركات العين التي ترصد الحروف ثم تُحلها إلى كلمات ومن ثم يركب العقل الجمل ويستخلص المعاني، وهو ما يجعل عملية الاستيعاب تستغرق وقتاً أطول ولكنها في الوقت ذاته

الأميركي مهتماً ومتابعاً لبودكاست واحد على الأقل (8). عالمياً، تعتبر كوريا أكبر منتج لحلقات البودكاست. أما عربياً فلا تزال صناعته في طور النمو، إذ تبلغ عدد برامجها المتوافرة على الإنترنت في العالم العربي نحو 365 (9). كما أن قائمة الدول الأكثر إنتاجاً له حول العالم، لا تتضمن بلداً عربياً واحداً.

هل يعيد التدوين الصوتي إحياء القراءة في العالم العربي؟

عاد أمل إحياء القراءة في العالم العربي من جديد استناداً إلى انتشار المدونات الصوتية كأداة لاكتساب المعرفة والإسهام في رفع الوعي في العالم العربي.

في العامين 2017 و2018، عملتُ على تحويل أكثر من 700 مقالة مكتوبة إلى مقالات صوتية لصالح العديد من المنصات والكتّاب، ولفت انتباهي حرص المتابعين على العودة إلى النسخة المكتوبة لكل مقالة صوتية نرفعها على "الساوند كلاود"، مما دفعني للتساؤل عن سبب قيام المستخدمين بذلك، ووجدت الإجابة في مقالات عدة للدكتور دانيال ويلينغهام (10) أستاذ علم النفس في جامعة فرجينيا ومؤلف كتاب "تربية الأطفال الذين يقرؤون"، حيث تحدث الدكتور في أغلب مقالاته عن الفروقات في عملية الفهم

مصادر:

- 1- <http://www.podcastinghacks.com/blog-ging-vs-podcasting/>
- 2- <http://www.podcastinghacks.com/blog-ging-vs-podcasting/>
- 3- <https://howtomakemyblog.com/blogging-statistics/>
- 4- <https://www.blogtyrant.com/why-99-percent-of-blogs-will-fail/>
- 5- <https://variety.com/2018/biz/news/podcasts-film-tv-development-1202684555/>
- 6- <https://www.podcastinsights.com/podcast-statistics/>
- 7- <https://dolphinuz.com/blog/single/33/Millennials>
- 8- <https://www.nielsen.com/us/en/insights/reports/2017/nielsen-podcast-insights-q3-2017.html>
- 9- <https://ar-podcast.com/>
- 10- <http://time.com/5388681/audiobooks-reading-books/>

انتصار الإذاعات المجتمعية.. حظاً أوفر للوسائل الأخرى

عمار الشقيري

جدل كبير حول العالم بشأن مفهوم الإعلام المجتمعي، إلا أن الواضح والمتفق عليه هو أن هدفه الأول سد الفجوة التي تحدثها وسائل الإعلام التقليدية.

54



ارتبط مفهوم الإعلام المجتمعي بالإذاعة أكثر من الوسائل الأخرى (رويترز)

بالنسبة إلى مؤرخي الاتصالات والإعلام، فإن تاريخ الإعلام المجتمعي يعود إلى عام 1923، وتحديداً إلى إذاعة CFRC-FM التي بثت من داخل حرم جامعة كوينز بكندا، وكانت تموّل من تبرعات الخريجين. يعتبر بعض هؤلاء المؤرخين، أن أحد مراحل الإعلام المجتمعي شكّلته بعض حركات التحرر، حيث لعب الإعلام المجتمعي دوراً مهماً في إسقاط الدكتاتوريات حول العالم، ولعلّ الأمثلة الأبرز كانت في أميركا الجنوبية، من خلال راديو Rebelde الذي أسسه تشي غيفارا في كوبا عام 1958. كما ساهم الإعلام المجتمعي في التخلص من الاستعمار في الجزائر عبر الإذاعة السريّة التي كانت تتنقل على ظهر شاحنة، على الحدود الجزائرية المغربية في العام 1956، بعيداً عن الإعلام الحاكم الفرنسي المستعمر، وقريباً من المجتمع والثوار. وكانت كل من إفريقيا وأميركا الجنوبية وفيتنام تشهد ولادة مثل هذه الإذاعات بدورها الجديد.

باختصار، وفرّ الإعلام المجتمعي، في شكله الأوّل، صوتاً للمهمشين والمجتمعات المدنيّة، في حين وفرّ الشكل المعدل عليه لاحقاً، صوتاً للشعوب الساعية للتحرر من الاستبداد، والديكتاتوريات حول العالم.

شكل جديد للإعلام المجتمعي

المدنيّ، وتعمل من أجل المزايا المجتمعيّة، وليس من أجل الربح“.

تاريخ غير متفق عليه

تاريخ الإعلام المجتمعي مختلف عليه، ومُهمل في الدراسات الإعلامية، كما أن هناك خلاف على آليات تقسيمه لكنّ يُمكن تعريفه من الدور الذي يقوم فيه: إذ جاء الإعلام المجتمعي من الحاجة لملء الفراغ الذي تُحدثه وسائل الإعلام الكبرى، ربحيةً أكانت أم حكوميّة، التي قد لا تأخذ بعين الاعتبار، لضرورات مختلفة، السكّان الأقلّ تمثيلاً، أو المهمشين في المجتمعات؛ مثل: محبو لون غنائيّ معين، العاملون في منطقة ما، السجناء، طلبة الجامعات، وغيرهم.

يُمكن تحديد عقد الأربعينيات من القرن الماضي في أميركيتين؛ تحديداً عند السكّان الأصليين، كبداية للإعلام المجتمعي. وهناك من يرجع إلى الوراء أكثر لما بعد الحرب العالمية الأولى، حين سيطر متمردون أيرلنديون وألمان في عامي 1916 و1919 على الإذاعات، أو في العشرينيات، حين كان الكثير من هواة البث حول العالم يمارسون البث الإذاعي.

صوتٌ ضدّ الاستعمار والديكتاتورية

في عام 2005 اتصل محمّد أبو صفيّة، وهو سائق سيارة أجرة في العاصمة الأردنيّة عمّان، لتقديم مداخلة على راديو البلد حديث التأسيس. ومن دون استجوابه عن مضمون مداخلته، تحدث على الهواء مباشرة.

بعدها، استمرّ أبو صفيّة في تقديم المداخلات التي تتعلّق بأوضاع سائقي سيارات الأجرة. في تلك الفترة، أعلن راديو البلد عن دورة تدريبية في العمل الإذاعي شارك فيها أبو صفيّة واجتازها بنجاح، وفي عام 2011، تم تعيينه مقدّمًا لبرنامج ”سيارة إف أم“ الأسبوعي، الذي أصبح بعد ذلك برنامجاً يوميًا، وأحد أهم البرامج في الإذاعة. بحسب داود كّتاب، المدير العام لشبكة الإعلام المجتمعي التي تُدير راديو البلد الأردنيّة، فإن ”راديو البلد يهتم بسائقي سيارة الأجرة، ذوي الإعاقة، العمّال، المرأة، اللاجئين، الأقليات“.

يُعدّ برنامج ”سيارة إف إم“ مثالاً على الإعلام المجتمعي، لكنه يبقى مثالاً تقريبياً، ولا يعبر عن مفهوم الإعلام المجتمعي الذي يُثير الجدل على الدوام، إذ قدّم الاتحاد العالمي للإذاعات المجتمعيّة AMARC، الذي يضم 4000 إذاعة حول العالم في 130 دولة، 9 محاولات لتعريف الإعلام المجتمعي، في حالة تُظهر قصر التعريف عن الإحاطة بعمل هذا النوع من الإعلام.

منظمة اليونسكو، عرّفت بدورها وسائل الإعلام المجتمعي بأنها ”وسائل إعلام مستقلة، تستند أو تُدار من قبل المجتمع



كافيتريا محلية في الموصل تتحول إلى استديو لإذاعة «وان إف إم» (رويترز).



لا يبدو أن التشريعات العربيّة واكبت التطور في انتشار الإعلام المجتمعيّ، فعلى الرغم من تبني بعض وسائل الإعلام لهذا النوع، لكن يبدو أن الفجوة لا تزال كبيرة.

وفي السياق نفسه، اختتم في العاصمة الأردنيّة عمان مؤخرًا المؤتمر الإقليمي "تمكين المجتمع المدني عبر الإعلام المجتمعيّ"، وبدا لافتًا في نهاية المؤتمر، التوصية الأولى التي قدّمها، والتي تنص على: "إجراء تعديلات تشريعية مناسبة تقرر بأهمية الإعلام المجتمعي، وتساعد في خلق بيئة حاضنة لتطوير واستدامة إعلام مهني يخدم المجتمع ويتعامل مع تحديات ثورة المعرفة وينسجم مع المعايير الدولية".

يقول داود كّتاب، المدير العام

بعد ذلك، ولدت روابط واتحادات وجمعيات بالجملة تجمع العاملين في الإعلام المجتمعيّ ومؤسساته؛ مثل الاتحاد الوطني للمذيعين المجتمعيين في أميركا، والاتحاد الدولي للإذاعات المجتمعيّة (أمارك).

في مرحلة لاحقة، انتشرت التشريعات الحكوميّة في الكثير من دول العالم التي تشرّع وتنظّم عمل مؤسسات الإعلام المجتمعي مثل: فرنسا وإيطاليا، وحتّى سيريلانكا. وبقي الوطن العربيّ متأخرًا، الأمر الذي أعاق عمل مؤسسات الإعلام المجتمعيّة وتأسيسها.

تأخر عربي



مع ترسخ مفهوم الديمقراطية، وتحرر الكثير من الدول، ومحاولتها بناء مؤسسات لإدارة شؤون المواطنين، بقي لدى الأقليات والمهمشين مشكلة، لذا سعت هذه المجموعات إلى إيجاد منبر تستطيع من خلاله التخلّص من احتكار الدول للفضاء العام، الأمر الذي بسببه نوقشت داخل اليونسكو عام 1978 مسألة تدفق المعلومات، وكان من بين ما أقرّ داخل المنظمة في هذا السياق: "ضمان حصول الجمهور على المعلومات عن طريق تنوع مصادر ووسائل الإعلام المهيأة له، مما يتيح لكل فرد التأكد من صحة الوقائع وتكوين رأيه بصورة موضوعية في الأحداث (..) ينبغي أن تستجيب وسائل الإعلام لاهتمامات الشعوب والأفراد، مهينة بذلك مشاركة الجمهور في تشكيل الإعلام".

مع مراكز الصندوق الهاشمي والذين تبلغ أعمارهم بين 16-32 سنة، وهم أساس يُستأنس في بآرائهم حول شكل البرامج في الإذاعة، يمثلهم رؤساء لجان شبابية يتم انتخابهم من المجتمع نفسه. إننا نجعل من الشباب صناع المحتوى.

تُمَوّل الإذاعة، ليس من المستعمين، أو المجتمع، وإنما من القطاع الخاص كمتعاون، ومن خلال المشاريع التي تنجزها الإذاعة. يُمكن اعتبار هذا الشكل، أحد التحولات الحديثة لشكل الإعلام المجتمعي، بسبب المشكلة الأساسية التي يواجهها، أي التمويل، فهو غير ربحي، وبعيد عن الحكومة بل وبديل عن إعلامها.

أخيراً، يُمكن تلخيص قصة فلسفة عمل وسائل الإعلام المجتمعية -وهي ليست وسائل الإعلام الاجتماعية مثل تويتر وفيسبوك- من خلال إذاعة Radio Ndef Leng Diourbel في السنغال، التي تُعنى بتغطية شؤون أقلية (Seereer)، التي تطلق شعار "دع المستمعين يتحدثون".

هناك ما يُخيف الدول العربية في حال تطورت وسائل الإعلام المجتمعية، وقال المجتمع ما يرغب فيه، لا ما يُراد له أن يقوله عبر وسائل الإعلام الرسمية أو التجارية؟

في دراسة أُعدت مؤخراً، بعنوان "التوازن الجندري في الإعلام الأردني"، أظهرت الأرقام أنّ نسبة تواجد النساء في وسائل الإعلام الأردني لم تتعدّى الـ 9٪ فقط، مقابل 91٪ للرجال. ومثل هذا الغياب أو التغييب لصوت المرأة، هناك كذلك تغييب لصوت الشباب في الإعلام.

التقطت إذاعة "فرح الناس" هذا التغييب مبكراً، وسعت كإذاعة مجتمعية لإبراز صوت المرأة، ولاحقاً صوت الشباب، لكن مع تغييرات على شكل عمل الإعلام المجتمعي؛ إذ أنّ العاملين في الإذاعة هم خليط بين صحفيين ومقدمي برامج محترفين، ومعدّي تقارير من مجتمع الشباب.

تقول مديرة الإذاعة هبة جوهر: "يضع المستمعون الشباب الدورة البرمجية، من خلال توزيع استبيان لمجموعات الشباب المتطوعين في العمل

لشبكة الإعلام المجتمعي، والتي نظمت المؤتمر بالشراكة مع منظمة اليونسكو والاتحاد العالمي للإذاعات المجتمعية، إن "هناك غياب تشريعي ناظم لعمل الإعلام المجتمعي في الأردن، ومثل ذلك ينسحب الأمر على معظم التشريعات العربية عدا تونس؛ إذ لا تشمل التشريعات الاعتراف أو تصنيف الإعلام المجتمعي. وغياب الاعتراف الرسمي يعني أن هناك من يعمل في الإعلام غير الحكومي وغير الربحي، ويجبره غياب التشريع على العمل في نطاق الإعلام التجاري".

شارك في المؤتمر المنعقد في العاصمة الأردنية عمّان ممثلين من الأردن، فلسطين، اليمن، بريطانيا، وبلجيكا، وجاء برعاية حكومية ممثلة بوزيرة الإعلام الأردنية جمانة غنيمات. تعترف الأخيرة بأن الإعلام المجتمعي هو الأكثر تأثيراً والتصاقاً بالمجتمعات المحلية، وهو يلعب دوراً في تحقيق التنمية. ومع إدراك الحكومة لهذه الأهمية، غير أن التشريعات في الأردن مثل التشريعات في أغلب دول الوطن العربي (قد تُستثنى تونس) ليس فيها ما يُنظّم أو يدعم الإعلام المجتمعي. فهل

المراجع:

- History of Struggle: The Global Story of Community Broadcasting Practices, or a Brief History of Community Radio

- اليونسكو: المبادئ الأساسية الخاصة بإسهام وسائل الإعلام في دعم السلام والتفاهم الدولي، وتعزيز حقوق الإنسان، ومكافحة العنصرية والفصل العنصري والتحرّيش على الحرب 1978.



لطالما كان الإعلام المجتمعي صوت المهمشين
والشعوب الساعية للتحرر من الاستبداد (رويترز).





تقنية البث الهجين.. الخيال الذي أصبح واقعاً

شربل بركات

60

استخدمت بعض نشرات الأخبار مؤخراً تقنية الواقع المعزز، محدثةً ثورة في مجال الصحافة والإعلام، إذ جعلت من فن صناعة الخبر عالماً متعدد التقنيات يعتمد بجزء أساسي منه على الفنون البصرية والسمعية التي تتم مقاربتها اليوم بطرق تختلف عن أساليب العقود السابقة.

التقنيات يعتمد بجزء أساسي منه على الفنون البصرية والسمعية التي تتم مقاربتها اليوم بطرق تختلف عن أساليب العقود السابقة. لا يخفى على أحد أن التطور في فنون التواصل البصري خلق مجالات عمل لم تكن في الحسبان، فما عادت وظيفة الفنانين البصريين تقتصر على الفنون

خيالاً علمياً، أضحي الآن واقعاً يمكن إدراكه بصرياً، من دون أن يصبح ملموساً.

استخدمت بعض نشرات الأخبار مؤخراً تقنية الواقع المعزز، محدثةً ثورة في مجال الصحافة والإعلام، إذ جعلت من فن صناعة الخبر عالماً متعدد

(ويست وود) 1973: يدخل البطل الروبوت إلى المختبر، في مشهد يظهر كيفية رؤيته للأشياء أمامه؛ مشهد سينمائي انطبع في ذاكرة الملايين حينها ومثل أول تجربة لدمج الصور الناتجة عن الكمبيوتر (CGI) مع الأفلام المصورة. غير أن ما كان يعد في السبعينيات



أصبح من الممكن خلق نسخة افتراضية عن أي شخص وتحريكها وبرمجتها لإلقاء أي خطاب يتم تلقيه لها، من دون الحاجة لوجود الشخص نفسه في الأستوديو (غيتي).

متحركة معدة مسبقاً تم دمجها بالصورة الملتقطة عبر الكاميرا. كما أن تقنية الإعداد المسبق للجغرافيكس المتحركة ودمجها بالواقع يتم استخدامها في نشرات الطقس على عدة قنوات عالمية منذ سنوات. إن اعتماد الذكاء الاصطناعي لتحرير الكاميرات من المسارات الإجبارية المستخدمة سابقاً،

وبعيداً عن غرف الأخبار، كانت التغطيات الإعلامية للمباريات الرياضية، تستخدم البيانات والجغرافيكس المعدة مسبقاً لتناسب مع حركة الكاميرات (الروبوت أو الآلية) التي تحافظ في كل المشاهد الملتقطة على نفس المسار في التصوير، لتكون النتيجة على صورة بث مباشر لجغرافيكس

الدعائية ولا العمل الجغرافيكي المطبوع ولا حتى التحريك الثنائي والثلاثي الأبعاد، بل تخطت ذلك نحو المشاركة في الإنتاج التلفزيوني والسينمائي بهدف خلق عالم واقعي معزز بتقنيات بصرية افتراضية تأخذ المشاهد في رحلة خيالية نحو أبعاد كانت في الماضي القريب مجرد وهم بصري.



يتقدم العلم يوماً بعد يوم، فافترضاً واقعاً جديداً معززاً بالجرافيكس الثلاثية الأبعاد التي كان استخدامها في الماضي القريب يعدّ ضرباً من الخيال (عيتي).

بات يشكل اليوم وجهاً من أوجه الثورة في عالم البث المباشر، إذ أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تسمح ببث فيديو يدمج الجرافيكس مع حركة الكاميرا المحمولة باليد وغير المقيّدة بمسار محدد ومعّد مسبقاً. يحلّل البرنامج المستخدم للمونتاج أبعاد الصورة الملتقطة بكاميرا اليد مع كل ارتجاجاتها ويحولها إلى بيانات ليحرك من خلالها الكاميرا الافتراضية في برنامج الجرافيكس ثلاثي الأبعاد،

فيخلق في النهاية صورة هجينة تجمع المواد الحقيقية مع الافتراضية، تشكل واقعاً معززاً غير مقيد بحدود حركة الكاميرا.

تعتبر هذه التقنية بمثابة فجر جديد في عالم البث التلفزيوني إذا ما أضفنا إليها قدرة برامج الذكاء الاصطناعي على خلق وتحريك شخصيات افتراضية عالية الدقة يصعب التمييز بينها وبين الشخصيات الحقيقية لتحل مكان المراسلين

أو المذيعين أو حتى الضيوف.

فقد أصبح من الممكن خلق نسخة افتراضية عن أي شخص وتحريكها وبرمجتها لإلقاء أي خطاب يتم تلقيه لها، من دون الحاجة لوجود الشخص نفسه في الأستوديو.

هذا كان عالمياً، أما عربياً فقد تم اعتماد تقنية البث الهجين في عدة فضائيات ناطقة باللغة العربية تقع معظمها في خانة القنوات الإخبارية.

أصبح هذا النوع من الاتصالات والذي شاهدناه لأول مرة في فيلم "حرب النجوم"، واقعاً في عالمنا العربي وأداة اتصال يسهل استعمالها لنقل فيديو مباشر ثلاثي الأبعاد للأفراد المتصل بهم. كما أن إدخال تقنية كهذه إلى عالم البث المباشر ينقل التغطية الميدانية المباشرة إلى مستوى جديد نجسّد من خلاله ساحة المعركة داخل الاستوديو، على هيئة واقع معزز مباشر.

تعطينا تلك التقنيات القادمة من عالم صناعة الترفيه مقارنةً جديدة لتحديات بيئة البث، حيث أن هذه التكنولوجيا الجديدة قادرة على خلق تجارب أكثر إقناعاً للمشاهد إن من ناحية إيصال الخبر أو الاتصالات الثلاثية الأبعاد المباشرة. فهل يشكل هذا التطور التكنولوجي تهديداً للعامل البشري في صناعة الخبر وتحويله إلى مادة بصرية؟ أم أن قدرة الآلات تبقى محدودةً أمام قدرة العقل البشري؟

أما ورقياً فقد أطلقت صحيفة الشرق القطرية حملة الواقع المعزز عبر تطبيق "أوريدو" أواخر العام 2018 حيث قام عملاء الصحيفة بتمرير هواتفهم فوق النسخة الورقية بينما كانت تظهر الإعلانات بشكل ثلاثي الأبعاد على هواتفهم.

يتقدم العلم يوماً بعد يوم، فرضاً واقعاً جديداً معززاً بالجرافيكس الثلاثية الأبعاد التي كان استخدامها في الماضي القريب يعدّ ضرباً من الخيال. لم يقتصر الأمر على الصحافة فقط، إذ أن قطاع الاتصالات العربي أصبح متطوراً لدرجة جعلت من اتصالات الفيديو الثلاثية الأبعاد أو "الهولوجرام" ثورة علمية أنجزتها شركة الاتصالات "فودافون" وأطلقتها بالتزامن مع الإعلان عن تدشين الجيل الخامس من شبكات الإنترنت أواخر آذار- مارس 2019.



اعتمدت النشرات الرياضية خلال السنوات القليلة الماضية على الجرافيكس المتحركة ودمجتها بالواقع.

ما أهمية تبني القيم الصحفية في المنصات التقنية؟

غابرييلا شوارتز

(ترجم هذا المقال بالتعاون مع نيومان ريبورتس - جامعة هارفارد)

قبل أن تطرأ عليه الزعزعة، سواء أحدثت بشكل مقصود أو بالصدفة، ولقد أخفقت المنصات التقنية في هذا الأمر في ما يتعلّق بالمجال الصحفي، ويبدو أن المجتمع المستهلك للأخبار هو من يدفع الثمن.

لقد كانت المنصات التقنية في بداية نشأتها -وما تزال- غير معنيّة بشكل كبير في توظيف الصحفيين، ربّما لأنّ القائمين عليها عجزوا عن رؤية قيمة مباشرة من وراء ذلك، أو لأنهم لم يدركوا الإمكانيات الأوسع في شركاتهم فيما يمّس الصحافة، أو ربّما لأنهم لم يكونوا واعين لأهمية ذلك. غالبًا ما يجري توظيف الصحفيين في مرحلة لاحقة لاختيار مديري الإنتاج والمهندسين والمصمّمين، بما يعني إعداد منتجات لا تعرف قيمة الصحافة، وتؤدي إلى زعزعة قطاعات مختلفة دون

التواصل الاجتماعي بروابط مثيرة للنقر عليها دومًا. ولنفس السبب، يغيب السياق حتى في تناول المواضيع الحساسة أو الخلافية، مع عدم الالتزام بذكر المصادر حيث ينبغي ذكرها. وفي المقابل، نجد تلك المواد التي تحوي معلومات مضلّة هي التي تحظى بالزخم والانتشار الواسع، وهذه هي طبيعة الوضع الذي نواجهه الآن.

أحد المخاطر التي يواجهها القطاع التقنيّ الذي يقدر كلّ ما هو جديد ورائج ويترقب كل جديد، هو فشل هذا القطاع في توظيف المعارف المكتسبة من خلال التجربة والأشخاص الذين يمتلكون مفاتيح تلك المعرفة. فلو امتلكت شركة القدرة على الزعزعة في مجال ما، فسيلزّمها أن تفهم طبيعة وحيثيات هذا المجال

في عالم مشاريع الأعمال الناشئة في وادي السيليكون، يؤدي سلوك طرق مختصرة لفترة معينة، إلى نشوء ما بات يعرف باسم "العبء التقني" (debt Tech)، مما يتسبب بدوره في انقطاعات في دورة العمل، وغياب للحلول الشاملة، إضافة إلى صعوبات جسيمة ستواجه أولئك المكلفين بالعمل على منتج ما وتطويره. ونظرًا لقيود الوقت ونقص الموارد، تنشأ حالة من الخلل تؤدي -في حال عدم معالجتها بسرعة- إلى تقليص فعالية فرق العمل والتأخر في أداء المطلوب منها. أمّا العبء الصحفيّ (Journalistic debt) فينشأ نتيجة عدم إدراك الشركات التقنية للقيم الصحفية، في حين أنها تززع المجال الصحفيّ وتغيّر طريقة استهلاك الناس للمعلومات تغييرًا جوهريًا. ولعل هذا هو السبب وراء اكتظاظ مواقع

زائرون يلتقطون صوراً أمام شعار فيسبوك في مقر الشركة في مينلو بارك بولاية كاليفورنيا الأمريكية (رويترز).



الولايات المتحدة عام 2016، انتشرت قصة كاذبة ومسيئة عن هيلاري كلينتون على موقع فيسبوك، نقلت عن موقع للأخبار المفبركة يدعى "ذي دنفر غارديان" (The Denver Guardian). منذ ذلك الحين، جرى تعقب عدد هائل من الأخبار الزائفة على المنصة، معظمها من مواقع تدعي المصداقية الصحفية، وتنشر أخباراً لا أساس لها من الصحة عن وفاة شخصيات شهيرة واعتقالات واستقالات و"أخبار" أخرى مضلّة.

يمكن لمعضلة العبء الصحفي أن تصيب المنافذ الإعلامية الأصغر حجماً بشكل أسوأ من غيرها، فقد أعيدت كتابة مادة عن جريمة قتل محلية وردت في موقع "ذي ترافرس سي تي ريكورد إيغل" (The Traverse City Record Eagle)، لتظهر في

للصحفيين دور أساسي - إن لم يكن قيادياً - في مثل هذه المنصات.

إن للتأخر في إدراك أهمية هذا الدور منذ بداية تأسيس أي شركة أثراً على كثير من القرارات اللاحقة. فما يزال الكثيرون ينظرون إلى المحررين والصحفيين باعتبارهم "إضافة جميلة" وأنهم ليسوا سوى أطراف يمكن الاستئناس بآرائهم قبيل الانطلاق. وهذا يؤثر على المصادر التي تظهر، وعلى الطريقة التي يتم بها تقديم المحتوى، وفي أي سياق يظهر، وكيف يتم إعداد وتجهيز الإشعارات ونشر حملات البريد الإلكتروني، وكيفية التعامل مع عمليات التراجع عن نشر محتوى معين. والأهم مما سبق كله، التعامل مع انتشار المعلومات المضلّة. أثناء الانتخابات الرئاسية في

تقديم حلول، ويلزمها سنوات عديدة من سدّ هذا الفراغ الصحفي، أو "العبء الصحفي" على حد تعبير زميلي جوناثان جاكسون من موقع "بلافيتي" (Blavity).

أعمل في شركة "فليب بورد" (Flipboard) وأدير فريق التحرير والنشر في هذه المنصة التي تعنى باستكشاف المحتوى على المنصات الاجتماعية، وفيها أكثر من 145 مليون مستخدم نشط شهرياً. كنت محظوظة بانضمامي إلى شركة تقدّر الناشرين والمبادئ الصحفية، وشعرت بمسؤولية عظيمة نابغة من اعتقادي بأننا مصدر لجمع الأخبار وعرضها. ولأنني كنت جزءاً من فريق يختبر يوميًا تلك التقاطعات العديدة بين عالمي التكنولوجيا والصحافة، فأنا أدرك تمامًا أهمية أن يكون

إحدى الوسائل الإعلامية الوطنية وفي محطة تلفزيون محلية. ولم يظهر على أخبار غوغل سوى النسختين الأخيرتين، دون أي إشارة إلى المصدر الأصلي.

ليست "فليب بورد" بمنأى عن تلك التحديات، رغم أننا نبذل قصارى جهودنا للتمسك بقيمتنا ومعاييرنا. لا نُبرز دومًا المصدر الذي كشف القصة، ولا نصنّف دائمًا مقالات الرأي

تحت هذا التصنيف، وأحيانًا لا نحدّد مصادرنا بوضوح. وتشوّه هذه الأمثلة مفهومنا للحقيقة والموضوعية، وينبغي أن يكون بالإمكان تجنّب هذه الأمثلة، وهي كذلك.

حاولت كثير من كبرى الشركات تصويب هذا الأمر واستدراك النقص عبر توظيف صحفيين قبل فوات الأوان، ومن بينها شركة ياهو وفيسبوك، وسناب

نشأت، لكن هل هذا الإجراء مقدّر فعلا داخل هذه الشركات؟ وهل بالإمكان حقًا تجاوز هذا العبء الصحفي؟ وهل يمكن دمج قيم جديدة في شركة ما بعد أن ترسخت مبادئها؟ ولو كان هذا ممكنًا، هل يمكن لهذا تصويب أخطاء الماضي وإخفاقاته؟

كان شائعًا أن نسمع قديمًا قولهم "الغلبة للمحتوى"، إلا



رجل يصفح ريبوتاً خلال أحد المؤتمرات الرقمية في سانتياغو - شيلي (رويترز).

مصادر إخبارية تقليدية أقل من مرة أسبوعياً بأكثر من 20 نقطة مئوية، من 49٪ إلى 28٪، وفق الاستطلاع. وقد لخصت سارة فيشر من موقع "أكسيوس" هذا المشهد بقولها إن "المستهلكين يلجؤون مؤخراً إلى وسائل الإعلام التقليدية للتحقق من صحة الأخبار المتداولة على الإنترنت، في خضم بيئة إعلامية تتسم بالفوضى والإرباك".

غير أن التقرير أوضح أيضاً أن 73٪ من الأميركيين يخشون المعلومات الزائفة أو الأخبار المغبركة، وكشف استطلاع جديد لمركز "بيو" للأبحاث أن الأميركيين ما يزالون يشعرون بأن الإعلام لا يفهمهم.

يمكن للمنصات التقنية أن تؤدي دوراً فاعلاً في مواجهة هذه التحديات وتقديم حلول لها، إذا ما تبنت القيم الصحفية وأدركت جدواها وعززت التعاون مع العاملين في عالم الصحافة المسؤولة. لسنا متأكدة إن كان بالإمكان سداد الفراغ الصحفي حتى آخر فجوة، لكن يمكننا على الأقل فعل ذلك تدريجياً، عبر زيادة الاعتماد على الصحفيين وتوظيفهم في المنصات التقنية، وتطبيق المعايير الصحفية وترسيخ فهمها في بيئة العمل.

هذا هو الطريق نحو زيادة الثقة في المنصات التقنية، وهو عملية أساسية من أجل بناء نماذج عمل مستدامة لتمكين العمل الصحفي الجدير بالاحترام والثقة.

بدلاً من أن يفكروا في إدارة واستغلال الشبكات، ويصبح ذلك أكثر عجباً حين ندرك أن هذا الاستهلاك الإعلامي كان دائماً توجهاً اجتماعياً بجوهره. الجانب "الاجتماعي" - بلا شك - أمر لا غنى عنه للنجاح، ولكن دون محتوى جيد ودون رواية القصص بشكل متميز أو حتى متوسط الجودة، فإن المنصات تكون عرضة لخسارة قوتها وتأثيرها الحقيقي. إن جودة المحتوى هي "رأس المال" وهي العملة الحقيقية التي يتداولونها، ومحور حضورهم "الاجتماعي"، وهي أمر بالغ الأهمية كوسيلة للبقاء والاستمرار في النجاح والمنافسة. وحين تفشل الشركات في إدراك المكسب في تداول العمل الصحفي الحقيقي الذي ينتجه الآخرون، فإنها تخسر، ويخسر جمهورها أيضاً، وتخسر مهنة الصحافة نفسها.

لو سلّمنا بهذا الإخفاق الواسع النطاق داخل القطاع التقني، فسيتضح بجلاء سبب تضاؤل الثقة في المنصات الإعلامية الحديثة وزيادتها في المنافذ الإعلامية التقليدية والأخبار المحلية. كشف تقرير صادر عن مؤسسة "إديلمان تراست باروميتر" المنشور في يناير/كانون الثاني الماضي، عن عودة الناس إلى الوسائل الإعلامية التقليدية، في تحول ملحوظ مقارنة بالعام الماضي. لقد ازداد استهلاك الأخبار التقليدية -بشكل أسبوعي أو أكثر- بزيادة 8 نقاط مئوية، من 24٪ إلى 32٪. وقد تراجع عدد الأشخاص الذين قالوا إنهم يلجؤون إلى

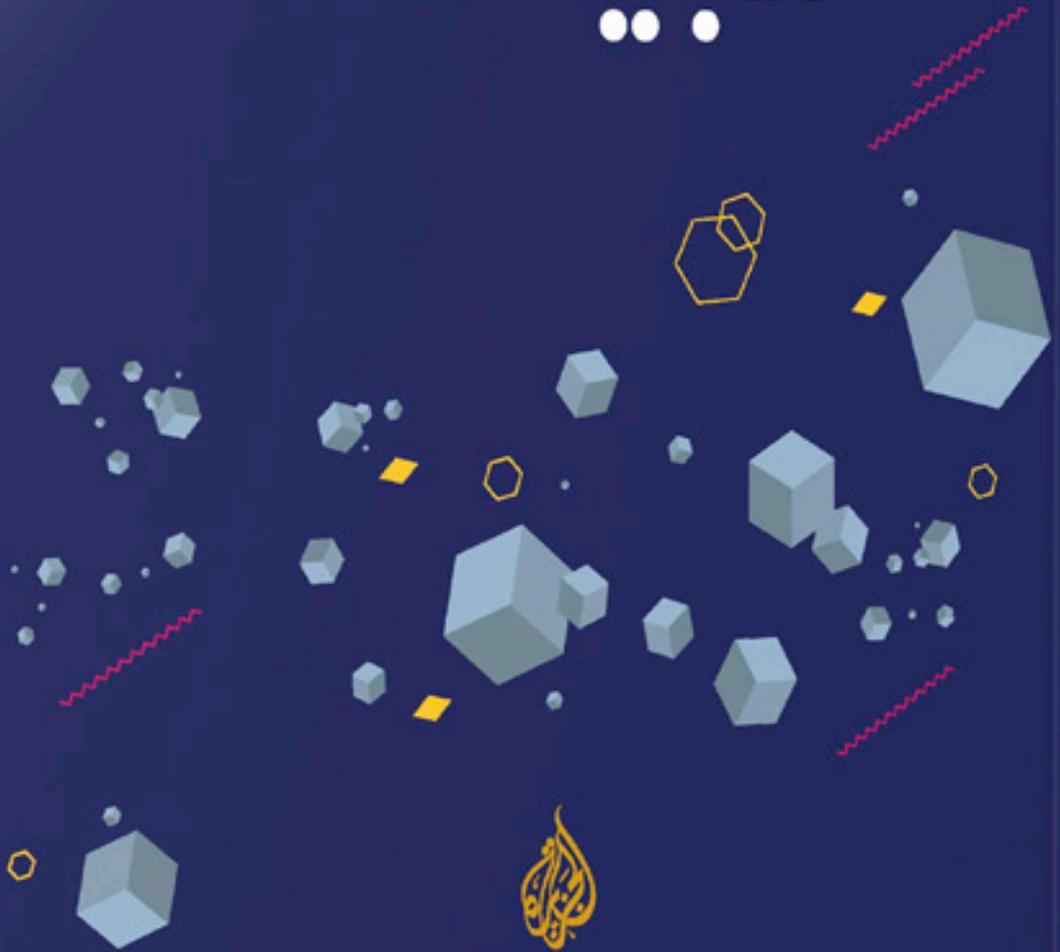
أن هذه العبارة فقدت قوتها أمام مسألة الارتباط بالإنترنت والمجتمع المستهدف من المتابعين. في كتابه "فخّ المحتوى" (The Content Trap)، يقول الأستاذ بكلية إدارة الأعمال في جامعة هارفارد بهارات أناند إنه "من المدهش وجود هذا العدد من مديري الوسائل الإعلامية الذين لا يزالون يفكرون في جاذبية المنتج للأفراد المستهلكين



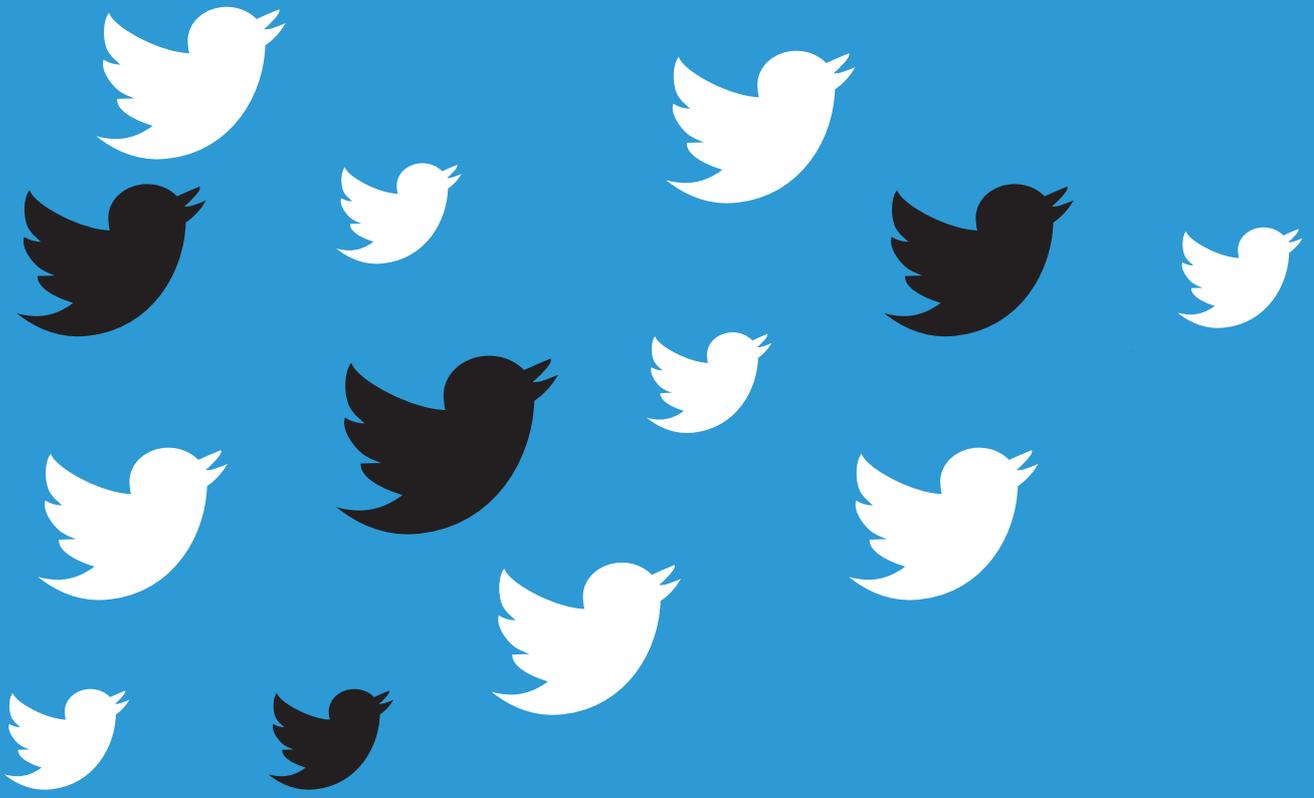
إصدار جديد لمعهد الجزيرة للإعلام

دليل أساسي للصحفيين

صحافة البيانات



معهد
الجزيرة للإعلام



معهد الجزيرة للإعلام
ALJAZEERA MEDIA INSTITUTE