العرب
السبت 2021/05/08
السنة 43 العدد 12054

سلطة المعلنين على الإعلام الغربي توازي نفوذ الحكومات على الإعلام العربي

جرأة الصحافة الغربية أقل تكلفة وخطورة من نظيرتها العربية

التغطية الجريئة تعني مواجهة المتاعب

كثيرا ما تتوجه أصابع الاتهام أخلاقيا ومهنيا إلى الصحافة العربية لأنها مضطرة إلى الاعتماد على الدعم الحكومي ورأس المال الخاص في غياب مصادر التمويل الأخرى لبقائها على قيد الحياة، في حين أن الصحافة الغربية ترفع شعارات الاستقلالية والموضوعية، لكن عندما يتعلق الأمر بخسارة المصدر الرئيسي لتمويلها تراجع حسابات المهنية.

باريس – يذهب القائمون على الإعلام العربي اليوم إلى عطلة نهاية الأسبوع وهم مرتاحو الضمير؛ فالإعلام الغربي لا يتوقف عن توجيه الاتهامات للإعلام العربي بالتبعية والمحسوبية والإنصات للممول، وخصوصا من الحكومات. اليوم تساوت الرؤوس، ولا تخرج الاتهامات عن دائرة التنظير لارتباط مصير الصحف بالإعلانات والمستثمر.

وسلط الضوء على هذه القضية إعلان شركة "توتال" الفرنسية العملاقة إلغاء حملة إعلانية كانت ستنشر في صحيفة "لوموند"، بعد نشرها تحقيقا يتهم المجموعة بتحويل أموال من عائدات مبيعات الغاز إلى المجلس العسكري الحاكم. وأثار ملفا شائكا يتعلق بعلاقة المعلنين بالصحافة والضغوط التي تدفعها للتغاضي والسكوت عن قضايا تهم الرأي العام في سبيل عدم خسارة أموال المعلنين، وهي قضية تتعلق بالصحافة في مختلف أنحاء العالم ولا تقتصر على الصحافة الغربية رغم عدم التطرق إليها.

وباتت مسألة تمويل الصحافة محور نقاش عام باعتبارها تقدم خدمة للجمهور؛ فرغم أن الربح بالنسبة إلى المؤسسات الإعلامية مسألة مشروعة لا غبار عليها، مهما كان نوع المحتوى الذي تقدمه، إلا أن الاختلاف يبقى في طريقة الحصول عليه.

وعندما يتم الحديث عن الصحافة العربية فإن أصابع الاتهام تتوجه إليها مباشرة ويتم تحويل المسألة إلى قضية إشكالية أخلاقيا ومهنيا لأنها مضطرة إلى الاعتماد على الدعم الحكومي ورأس المال الخاص، في ظل ضآلة أرقام التوزيع إن وجدت، وعدم شيوع نموذج الاشتراكات الرقمية الذي بدأ ينتشر بشكل متزايد في الصحافة الغربية ولم يحظ بالنجاح في العالم العربي.

ويؤكد خبراء الإعلام أن غالبية وسائل الإعلام في العالم، بما في ذلك الدول الديمقراطية، خرجت من إطار الرقابة التقليدية بالتدخل المباشر من المسؤولين الحكوميين، والتهديد بسجن الصحافي أو إغلاق الجريدة، إلا أن الرقابة أصبحت تمارسها المؤسسات ذاتيا لتأمين نفقاتها وأجور الصحافيين عبر الحرص على مصالح المعلن والممول.

وأهم الصحف اليومية التي تغطي نفقاتها من إعلانات الشركات التجارية على صفحتها الرئيسية لن تخاطر مثلا بنشر خبر حول إضراب للعاملين في هذه الشركات، وهذا ليس بالأمر الجديد ويدركه العاملون في المجال الصحافي.

ويقول راولف رودريغو، في كتابه "القائد"، "الصحف والإذاعات والتلفزيونات لا تعرض الحقائق، وإنما تبيع مساحات إعلانية".

ويضيف "لقد نسينا نقطة في غاية الأهمية؛ أن الصحف والإذاعات والتلفزيونات هي شركات بطبيعة الحال".

> الصحافة الجيدة مكلفة، فكيف سيدفع الإعلام كلفتها إذا كان دعم القراء غير متاح وتمويل الحكومات «غير أخلاقي»

ويرى متابعون أن الصحف العربية التي تتسم بقدر معقول من الموضوعية والرزانة تواجه تحديا صعبا، فعليها أن تحاول إرضاء الممول أيًا كان حكوميا أو مستثمرا دون المساومة على الخط التحريري.

ويحسب لبعض المؤسسات الصحافية العربية مواصلتها عملها، والبقاء على قيد الحياة وعدم تضحيتها بثقة القراء رغم ضآلة التمويل والإعلانات وتخلي الحكومات عنها، لذلك فإن الانتقادات والاتهامات التي توجه إليها من الصحافة الغربية لا تخرج عن إطار التنظير، بسبب اختلاف البيئة والظروف والجمهور المستهدف الذي هو نفسه لا يتقبل في بعض الأحيان حرية التعبير.

وتسبب التغطية الجريئة لقضايا معينة المتاعب للمؤسسة الإعلامية على الصعيد المالي قبل كل شيء، الأمر الذي يهدد وجودها واستمرارها، دون الحديث عن المتاعب الأخرى. فالتغطيات المهنية وما تواجهه من متاعب أمنية ستتسبب في تردد المستثمر في مواصلة التمويل، وربما انسحابه لتغلق المؤسسة أبوابها في نهاية الأمر.

في المقابل فإن جرأة الصحافة الغربية أقل تكلفة وخطورة مهما سببت من متاعب، وإذا اختارت المغامرة بخسارة المعلن في سبيل عدم التضحية بالتغطية أو بجزء منها للحفاظ على المشروع فإن لديها مساحة للتحرك بفضل دعم القراء للحفاظ على استقلاليتها كما هو الحال بالنسبة إلى صحيفة "الغارديان" التي تؤكد أن نموذج تمويل القراء هو الذي يمنحها القدرة على الحفاظ على استقلاليتها واستمرارها في تغطية كل المواضيع دون ضوابط أو ضغوط من رأس المال.

وقد تجرأت صحيفة "لوموند" على التحدث علانية وبفخر عن إلغاء شركة "توتال" الفرنسية العملاقة حملة إعلانية باعتبارها لم تخضع لابتزاز المعلن، وترى أن إثارة القضية بمثابة إعلان عن نزاهتها واستقلاليتها.

لكن الواقع أنها عقوبة رمزية بحق الصحيفة بما أن "توتال" لا تنشر الكثير من الإعلانات، إضافة إلى أن الصحيفة بفضل نجاح اشتراكاتها الرقمية في وضع مالي جيد وقللت من اعتمادها على الإعلانات في السنوات الماضية، والتي تمثل 22 في المئة من إيراداتها.

وهذه ليست المرة الأولى التي تُحرم فيها الصحيفة من إعلانات من قبل شركة وجهت أصابع الاتهام إليها في أحد مقالاتها. ففي عام 2015 سحب بنك "اتش.أس.بي.سي" إعلاناته من وسائل الإعلام بما في ذلك "لوموند" وصحيفة "الغارديان" البريطانية التي نشرت معلومات عن قضية تهرب ضريبي على نطاق واسع.

وواجهت صحف فرنسية أخرى مواقف مماثلة. فقد ألغت مجموعة "لوي فويتون" إعلانات في صحيفة "ليبيراسيون" في 2012 بعد أن سخرت على صفحتها الأولى من رئيسها برنارد أرنو بعنوان استفزازي "ارحل أيها الغني الأحمق".

وفي الحقيقة فإنه عند المفاضلة يبدو أن حجم خسارة معلن واحد أو شركة اقتصادية مهما كانت عملاقة، يبدو ضئيلا أمام خسارة ثقة القراء الداعم الرئيسي لهذه الصحف والضامن لاستمراريتها.

لكن ماذا عن الصحف التي رضخت لضغوط المعلنين وتغاضت عن تقارير أو تغطيات صحافية تضر بمموليها ومعلنيها؟ بالتأكيد لن تكون هذه الصحف فخورة بالحديث عنها وإخراجها إلى العلن.

ونظريا فإن الاعتماد على تمويل القراء خيار مثالي لكنه ليس متوفرا في الحالة العربية، لأن المحتوى الصحافي في غالبيته متاح مجانا على شبكة الإنترنت ما يجعل من محاولة الطلب من القراء دفع المال مقابله أمرا غير مجد.

كما أن الصحافة الجيدة مكلفة، فكيف ستدفع المؤسسات الإعلامية كلفتها إذا كان دعم القراء غير متاح، وتمويل الحكومات "غير أخلاقي" والمعلن يفضل المنصات الاجتماعية؟

هل بمقدور الصحافيين أن يكونوا طهاة أو مطربين!

كرم نعمة
كاتب عراقي
مقيم في لندن

عندما تتعلق الإجابة عن سؤال: هل القراء مستهلكون أم معجبون؟ فإن الصحافي أو الكاتب بشكل عام لا يمكن أن يمارس دور الطاهي أو المغني في تسويق نتاجه الفكري في العصر الرقمي.

المطربون لا يعوّلون كثيرا اليوم على التلفزيونات ولا على الألبومات لترويج نتاجهم الموسيقي، هناك منصات رقمية تجلب لهم ملايين المستمعين في وقت قياسي، مثلما تجلب للطهاة متابعين في قنواتهم على يوتيوب.

يكفي متابعة قناة أي من هؤلاء الطهاة أو المطربين لنجد أن الملايين قد استقبلوا نتاجاتهم بحماس أو نقد وتفاعلوا معها، والأكثر من ذلك يقومون بدور الموزع بإشراك الآخرين وتعريفهم بها. ذلك تطور تقني مفيد للغاية عندما يدرّ عليهم نسبة من الأموال تخصصها إدارة يوتيوب للفيديوهات الأكثر مشاهدة مقابل كل مليون مستخدم. بعض المطربين حظوا بعشرات الملايين من المستخدمين، وهذا الرقم في المحصلة يدر عليهم مالا مثيرا.

لكن هل بإمكان الكتاب والصحافيين تسويق نتائجهم بنفس الطريقة، بينما هم مطالبون بخلق تعريف مشترك للواقع في مشهد إعلامي يتألف في الغالب من كتاب وقراء مخلصين. وفي أبعد اعتبار يمكن عدهم بالمتابعين على مواقع التواصل، ومهما زائد عددهم لا يمكن أن يكون جميعهم ضمن القراء الأوفياء المخلصين.

لنعيد السؤال بطريقة مبسطة أكثر، هل بإمكان الصحافي أن يجعل من مهنته بمثابة نتفليكس مصغر، ويرسل مقالاته بطريقة رسائل إخبارية على البريد الإلكتروني لمشتركين مقابل رسوم شهرية؟

لو تحقق مثل هذا الأمر بطريقة مثالية، لانتهى إحساس الصحافي بأنه يعيش مستقبلا غامضا في صناعة غير آمنة تعاني من أزمة وجودية وتهدد بإنهاء أعمال كبرى المؤسسات الإعلامية.

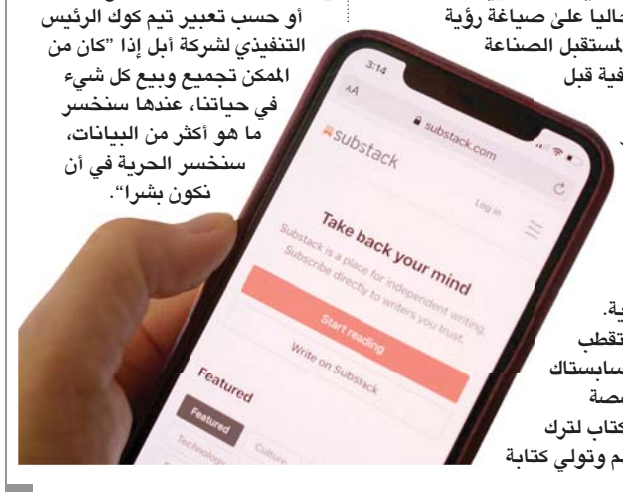
وبطبيعة الحال يمكن تنظيم ذلك مع شركات تكنولوجية آمنة لتتبنى توزيع المقالات على المشتركين مقابل استقطاع نسبة من الاشتراك. لكن السؤال الأهم، من هم المشتركون؟

الصحافي ليس مطربا ولا طاهيا ولا ممثلا كوميديا كي يستقطب هذا العدد الكبير من المعجبين، ثم كم عدد القراء الذين لديهم الاستعداد للاشتراك المدفوع في محتوى صحافي وإن كان متميزا؟ إذا وجد مثلا هؤلاء القراء المخلصون فهم نخبة وفق التقويم المفرط بالتفاؤل.

اليوم يتصاعد الحديث عن امتياز صحافي جديد تديره شركة سابستاك يربط الكتاب مباشرة بالقراء من دون الحاجة إلى واسطة إعلامية.

وهناك عدد من الكتاب والصحافيين البارزين تركوا العمل في مؤسسات كبرى مثل صحيفة نيويورك تايمز ومجلة نيويورك للعمل بمفردهم. يقابلهم عدد أكبر من الروائيين والكتاب يقومون بتسويق نتاجهم إلى القراء مقابل اشتراك مدفوع.

مهما يكن من أمر بشأن نجاح هذا الامتياز واستمرار تطوره، إلا أن السؤال عما إذا كانت الشركات الوسيطة بين الصحافيين والقراء تعمل حاليا على صياغة رؤية جديدة لمستقبل الصناعة الصحافية قبل أن يدق المسمار الأخير في نعش وسائل الإعلام التقليدية.



تستقطب منصة سابستاك المتخصصة كبار الكتاب لترك وظائفهم وتولي كتابة الرسائل الإخبارية، في أمر مثير للجدل يحتمل مخاطر كثيرة بشأن النجاح في بناء قاعدة من المشتركين، وسط المحتوى المجاني الضخم المتاح على الإنترنت.

ووصل الأمر بصحيفة نيويورك تايمز إلى اتهام تلك الشركات بجعل كتاب الأعمدة والصحافيين خلسة أشبه بسواق سيارات أوبر!

تضم سابستاك حاليا أكثر من 500 ألف مشترك بنسختها المدفوعة، مع تعرفة شهرية تتراوح بين خمسة وعشرة دولارات لغالبية الرسائل الإخبارية الأكثر استقطابا للقراء.

ويقول مؤسسو سابستاك وهم صحافي واثنان من المطورين التكنولوجيين، إنهم يريدون توفير بديل للخطاب السام الذي تقدمه منصات وسائل التواصل الاجتماعي، مستغلين عدم استقرار شركات الوسائط الرقمية.

أصرت هذه المنصة منذ إطلاقها على أنها ليست شركة إعلامية، ولكنها شركة برمجيات تبني أدوات لمساعدة الكتاب على نشر رسائل إخبارية لتفعيل مشهد إعلامي "يقظ" بشكل متزايد، الأمر الذي يميز الشركة عن منصات التواصل الاجتماعي التي تنظم المحتوى بطريقة حسابية لزيادة المشاركة.

> صحف كبرى تتهم منصة سابستاك المهتمة بتوزيع المقالات مباشرة على المشتركين من القراء، بجعل كتاب الأعمدة والصحافيين أشبه بسواق سيارات أوبر

لكن الواقع يشير إلى شيء مختلف، فمنصة سابستاك تستخدم نفس خوارزمية تويتر في اصطياد الكتاب الذي لفتوا انتباه المستخدمين إلى منشوراتهم، كما أنها تختار الكتاب الذين برزوا من خلال مواقع التواصل لضمهم إلى مشروعها الجديد.

على مستوى آخر تتصاعد حزمة من التساؤلات مع الاهتمام المتزايد بهذه المنصة التي تعمل على ربط الصحافيين مباشرة بالقراء: ما هو الخط الفاصل بين الصحافي والناشط على مواقع التواصل؟ هل القراء مستهلكون أم معجبون؟ ماذا عنا كصحافيين وعن جوهر فكرة الصحافة وعلاقتها بالمجتمع بوصفها خدمة عامة، في وقت يراد فيه تحويلها إلى خدمة نخبوية لمن بمقدوره الدفع والاشتراك؟

من حق المطربين البحث عن معجبين وجمهور كبير، بينما الصحافي يستقطب الجمهور بالمحتوى المتميز وفق مبدأ الصحافة الذي يعمل من أجل كسب ثقة الجمهور عندما لا يفرط بالحقيقة.

الصحافي عندما يصنع قصته المتميزة لا يخضع أفكاره لمساومة البيع الشراء، تماما مثل رجل الإطفاء وهو يقتحم المنزل الملتهب لإنقاذ سكانه، لا يفكر بالتصفيق الذي ينتظره. وفي النهاية الصحافي مثل رجل الإطفاء والممرض يحصلون على أجورهم أسوة بأي عمل آخر، مع أنهم يقدمون خدمة عامة للمجتمع.

أو حسب تعبير تيم كوك الرئيس التنفيذي لشركة أبل إذا "كان من الممكن تجميع وبيع كل شيء في حياتنا، عندها سنخسر ما هو أكثر من البيانات، سنخسر الحرية في أن نكون بشرا".

سجال إعلامي بين منظمة الطاقة الذرية الإيرانية والحرس الثوري

طهران – هاجمت منظمة الطاقة الذرية الإيرانية موقع "مشرق نيوز"، التابع للحرس الثوري الإيراني، الذي انتقدها في مقالات سابقة واعتبرته يخدم "أعداء البلاد".

وقالت المنظمة الأربعاء إن موقع "مشرق نيوز" يكرر في مقال صوت إسرائيل وأعداء إيران، ويرش الملح على الجروح عن قصد ودون قصد.

وجاءت تصريحات المنظمة على خلفية مقال نشره الموقع بعنوان "نظام التشغيل عاطل لمنظمة الطاقة الذرية وأخطاء فظيعة مدمرة"، وانتقد فيه إدارة علي أكبر صالحي، رئيس هيئة الطاقة الذرية، وتناول موضوع التفجيرات الأخيرة في منشأة التخصيب الإيرانية في نطنز.

ونقل "مشرق نيوز" عن علي رضا زاكاني، رئيس لجنة الطاقة في البرلمان الإيراني، أن الانفجار الذي حصل في نطنز في الثاني من يوليو الماضي جاء نتيجة "تفخيخ طاولة ثقيلة بالمتفجرات وإحضارها إلى موقع نطنز".

وكتب الموقع التابع للحرس الثوري الإيراني، إذا كانت تصريحات علي رضا زاكاني صحيحة فإن "هذا المستوى من عدم الكفاءة يتجاوز فعلًا حد القصور".

وردت المنظمة على هذه الاتهامات قائلة إنها "منظمة علمية وتقنية وبحثية"، وإن "مهمة الحراسة والحماية تقع على عاتق المؤسسات الأمنية في البلاد، بما في ذلك وزارة الاستخبارات وقوى الأمن الداخلي وغيرها من الأجهزة الأمنية".

> وسائل الإعلام التابعة للحرس الثوري تكثف انتقاداتها للتيار الإصلاحي في أعقاب الهجمات على المنشآت النووية

وتكثف وسائل الإعلام التابعة للحرس الثوري الإيراني انتقاداتها للتيار الإصلاحي في البلاد، في أعقاب التخريب والهجمات الأخيرة على المنشآت النووية الإيرانية، وذلك بالتزامن مع الانتخابات الرئاسية الإيرانية.

وتمنح هذه المنابر الأصوليين مساحة واسعة لانتقاد تصرفات حكومة حسن روحاني بشأن برنامج إيران النووي. واشتدت هذه الانتقادات تزامنًا مع قرب التوصل إلى اتفاق محتمل بشأن إحياء ما يسمى بالاتفاق النووي في محادثات فيينا النووية.

وقال فريدون عباسي، النائب الأصولي ورئيس لجنة الطاقة في البرلمان الإيراني، "خلال السنوات الخمس عشرة الماضية وقعت خمسة انفجارات 'كبيرة' في منشأة نطنز النووية، بالإضافة إلى وقوع عدة حوادث صغيرة في المنشأة".

وبحسب صحيفة "نيويورك تايمز" فإن الانفجار الذي نتج عن "التخريب الإسرائيلي" "أخّر برنامج تخصيب اليورانيوم الإيراني لمدة تسعة أشهر على الأقل".