

أسوشيتد برس تراجع سياستها الإعلامية إثر طردها صحافية

التي تسلط الضوء على نشاطها المؤيد للفلسطينيين أثناء فترتها الجامعية، وزعموا بذلك أنها صحافية متحيزة. ثم نمت هذه الحملة ولم تستطع وكالة أسوشيتد برس مقاومة الضغوط.

وذكرت أسوشيتد برس لصحيفة الغارديان قبل أيام أنه على الرغم من أنها "تمتنع عموماً عن التعليق على شؤون الموظفين، إلا أنه يمكننا تأكيد تعليقاتنا وإبلاغ الخميس 20 مايو بأنها فصلت بسبب انتهاكات سياسة وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالوكالة خلال فترة عملها لدى الوكالة".

100
موظف في الوكالة أعربوا عن مخاوفهم بشأن معاملة إميلى وايلدر التي دعمت الفلسطينيين

وقالت إميلى "في النهاية، بدلا من اتخاذ أي زلة قمت بها كفرصة للتعليم، كما هو الهدف من برنامج العمل لديهم، يبدو أنهم انتهزوا الفرصة لجعلني كبش فداء". وبعد الواقعة أعرب صحفيون بارزون عن معارضتهم لقرار الوكالة. حيث قال غلين كيسلر المحرر في واشنطن بوست في تغريدة على تويتر "من المذهل كيف يمكن القضاء على الحياة المهنية لمراسلة شابة موهوبة بسرعة على يد حشود على تويتر قرروا ادعاء الغضب بسبب بعض تغريدات كتبت أثناء الدراسة الجامعية. وإذا انتهكت إميلى بطريقة ما قواعد وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بوكالة AP، فإن الحل يمكن في تقديم التوجيه، وليس الفصل، لمراسلة جديدة".

الأمن العراقي جاهز لقمع الإعلام في المظاهرات

لا تزال عاجزة حتى اليوم عن حماية الصحفيين والناشطين الذين يتعرضون لثنى أنواع الانتهاكات من قتل واختطاف واعتداءات جسدية ومصادرة أدواتهم. وعبرت جمعية الدفاع عن الصحفيين عن إدانتها لمنع وسائل الإعلام من أداء مهامهم، وأكدت أنه "انتهاك لحرية العمل الصحفي ومخالفة دستورية فاضحة".

وفي ظل المناخ المتزايد بعدم الأمان، أصبح الصحفيون يبحثون عن طريق للحد من تعرضهم للخطر، وتخطي الرقابة ولحدهم من نشر موادهم الصحافية التي تزعم السلطات والميليشيات المتنفذة كما يحاولون الوصول إلى المعلومات من خلال التحايل على السلطة بوسائل متنوعة خصوصا في ما يتعلق بقضايا الفساد والسياسيين.

وترجع العراق خلال عام 2021 في المؤشر العالمي لحرية الصحافة الذي تصدره منظمة "مراسلون بلا حدود" درجة واحدة، ليحتل المرتبة 163.



الناشطون يحتفلون بوسائل الإعلام في المظاهرات

واشنطن - أعلنت وكالة أسوشيتد برس أنه ستتم مراجعة سياساتها بخصوص مواقع التواصل الاجتماعي، بعد الانتقادات الشديدة التي وجهت إليها إثر إقالة الصحافية إميلى وايلدر التي أعربت عن وجهات نظر مؤيدة للفلسطينيين الأسبوع الماضي. وكتب أكثر من 100 موظف في الوكالة خطابا يعربون فيه عن مخاوفهم بشأن معاملة الزميلة السابقة وايلدر. وطلب الموظفون في الرسالة توضيح القضايا التي يمكن التعبير عنها على منصات التواصل الاجتماعي مثل تويتر وفيسبوك، لحمايتهم.

وأشارت الوكالة إلى أنه سيتم تشكيل لجنة من المتطوعين ستقدم حتى سبتمبر القادم مقترحات تتعلق بإجراء تغييرات في مبادئ الوكالة بخصوص وسائل التواصل الاجتماعي.

وأكدت الوكالة على أنه ستتم مراجعة مبادئ التواصل الاجتماعي الخاصة بالمؤسسة، مع الأخذ بعين الاعتبار المقترحات الخاصة بالتغييرات.

وأعربت وايلدر، في حديثها لصحيفة "واشنطن بوست"، عن استغرابها من عدم معرفة المبادئ الإعلامية التي اخترقتها، مبيّنة أنها لا تعلم ما هي المبادئ التي تدرجت بها الوكالة في قرار الفصل. وأكدت أنها لا تنكر على الإطلاق أنها يهودية وأنها ناشطة، وتبين أنها كانت تنتمي أيام دراستها الجامعية في ستانفورد، للجمعيات من قبيل "نادي طلاب من أجل العدل في إسرائيل" و"نادي صوت اليهود من أجل السلام".

وأضافت وايلدر أنها خضعت لـ"حملة تشويه" على الإنترنت ضدها. فقد نشر جمهوريون في جامعة ستانفورد، حيث كانت إميلى طالبة، سلسلة من التغريدات

«سعدى - جوهر» تسحب البساط الإعلامي من «المتحدة» في مصر

قرب «سعدى - جوهر» من مؤسسات اقتصادية

يساعد في تمويل محتواها الجيد



إخراج موكب المومياوات رفع رصيد «سعدى - جوهر»

الشركة لخبراتها الإعلامية والإعلانية والإنتاجية، ومكاسب ذلك ستكون متشعبة بين صناعة محتوى جذاب لجمهور متعاض من الإعلام برمته، وتدبير مصادر تمويل من الإعلانات لجميع أنواع المحتوى الإعلامي.

غياب الإبداع

وتنامى الشعور لدى دوائر رسمية بأن الإبداع غائب عن الشاشة في البرامج الحوارية والمحتويات الفنية التي تنتجها الشركة المتحدة، وما زالت الدراما التي سبق وتذمر منها السيسي شخصيا حاضرة بقوة، مثل التي تروج للبلطجة والعنف والمخدرات وغياب سيادة القانون والحط من كرامة المرأة وتكريس ثقافة الاعتداء عليها.

وأمام الشاشة المغضوب عليها بسبب محتواها الفني والإعلامي، وجدت بعض الدوائر في التجربة الأولى للإنتاج الدرامي لشركة «سعدى - جوهر» من خلال مسلسل «لعبة نيوتن» الذي حقق مشاهدات قياسية وناقش ضمن محواره قضية بالغة الأهمية وفشل الإعلام في تغطيتها وهي الطلاق الشفهي وخطورته على المجتمع، أن الشركة التي ما زالت مهتمشة على وقع الاحتكار الممارس من نظيرتها المتحدة هي التي تتناغم فكريا وسياسيا مع التوجهات الرسمية.

وأكد عمر قورة لـ«العرب» أن الأجهزة الحكومية المنوط بها رصد علاقة الجمهور بما يبثه الإعلام ترصد وبدقة كل ما يثار ويكتب، والجديد أن الناس بدأت تركز مع تصرفات الجهة المعنية بإدارة المشهد، وتعدد الأخطاء، وهذا إيجابي للغاية، ولو لم تحدث تغييرات واسعة سوف تكون هناك معايير أخرى حاكمة للمنظومة برمتها على مستوى المضمون والموضوعات والإنفاق وتوقيض الجامعات في الإعلام.

ويعتقد متابعون أن التغيير المنتظر في المشهد الإعلامي لا يجب أن يقتصر على الأشخاص مع استمرار نفس السياسات، لأن ذلك يقود لتكريس إقصاء الخبرات والمهنيين والوجوه التي تستطيع إحداث الفارق وخلخلة جمود العلاقة بين الجمهور والناظر الإعلامي، والأهم أن يكون هناك فصل بين الإنتاج الفني وإدارة المؤسسات الإعلامية وإسناد المهام للمتخصصين في كل مجال كمدخل لتحسين الصورة العامة.

ودعم عمرو قورة هذا الرأي بتأكيداته أن «إسناد المهام الإعلامية لشخصيات متخصصة وتفهم عملها جيدا سوف تكون نتائجه عظيمة، لأن هؤلاء لن يقبلوا تنفيذ التعليمات الخاطئة أو تطبيق الأوامر الفوقية حفاظا على مناصبهم ولن يتعادوا في المدح وتجميل الصورة طوال الوقت كما تفعل بعض المنابر الإعلامية حاليا».

مبهرة دفعت الجمهور المحلي ووسائل الإعلام العالمية للإشادة والثناء على الدولة عموما، وجرى استخدام تقنيات عالمية أظهرت وجود إمكانيات مدفونة لدى الشركة.

وعلى قدر ما سوتت الحكومة لنفسها ونجحت في اقتناص إشادة كثيرين بعد الحدث، لكنها تعرضت لانتقادات مضاعفة بعدما أظهر أسلوب الإنتاج والإخراج في حادث موكب المومياوات أن مصر لديها كفاءات غير مستغلة، وأن الحكومة عندما تسند المهام لجهات مختصة تجد مشهدا فنيا وإعلاميا فريدا بدلا من الفوضى المحلظة.

ولاحقا جرى إسناد مهمة إنتاج وإخراج آخر لمشاهد الجزء الثاني من مسلسل «الإختيار 2»، وهي أغنية «أحنا مش (ليس) يتوع حداد» التي جرى تصويرها في ميدان التحرير، لـ«سعدى - جوهر»، رغم أن المسلسل برمته من إنتاج شركة سينرجي، وهذه كانت رسالة واضحة بوجود بوادر تغيير مرتقبة لتوسيع الاعتماد على وجوه جديدة بدلا من تلك التي تحتكر المشهد منذ أربع سنوات.

وقال عمرو قورة المنتج الفني والإعلامي إن «أي تغيير في المشهد الإعلامي سيكون صحيحا مهما بلغت مظاهره، فلن يكون هناك أسوأ من الوضع الراهن، فليس من المعقول أن الذي يقوم بالإنتاج هو من يحدد المحطة التي تقوم ببث المحتوى، ويقرر السعر، ويشترى من نفسه، لبييع إلى نفسه، هذه دعوة للفساد».

ولفت إلى أن «سعدى - جوهر» أصبحت لها مجموعة نقاط استثنائية عند الدولة منذ حدث نقل المومياوات على الأداء الدرامي والإعلامي للشركة المتحدة التي تهيمن على المشهد، لأن الاعتماد على المقربين فقط يؤدي إلى فشل المهمة ويضعف الرسالة التي تصل للناس، ويغيب المنافسة ويؤدي للسيطرة والاحتكار ما يضاعف من صعوبة إنتاج خطاب إعلامي مقبول.

وترتبط التغييرات المرتقبة بعدة شواهد، أبرزها أن الشركة المتحدة التي تهيمن على المشاهدين الفني والإعلامي، سوف تترك خلفها علامات استفهام كثيرة بشأن الخسائر التي ما زالت تتعرض لها المؤسسات الصحافية والتلفزيونية التي سيطرت عليها وصارت تابعة للحكومة، ولم تستطع من خلال الإنتاج الدرامي الضخم في رمضان أو الإعلانات التي تهيمن على الشاشة أن تجذب شرائح جديدة من الجمهور.

وتمتلك شركة «سعدى - جوهر» قاعدة علاقات قوية مع كبرى المؤسسات الاقتصادية والشركات العملاقة في الدولة، باعتبارها المشرفة على محتوياتها الإعلانية منذ فترة، أي يمكن توسيع الاعتماد على هذه

بدأت ملامح التغيير المنتظر في المشهد الإعلامي المصري بالاعتماد على الخبرات والمهنيين والوجوه التي تستطيع إحداث فارق وخلخلة جمود العلاقة بين الجمهور والناظر الإعلامي، وتنتج الأنظار نحو شركة «سعدى - جوهر» بعد نجاحها في التسويق والإنتاج الضخم لأنشطة وفعاليات رئاسية، في ظل الاستياء المتزايد من «الشركة المتحدة للخدمات الإعلامية» المهيمنة على المشهد تماما.

أعلن ترشحه للرئاسة لأول مرة عام 2014، وبعدها تم اختيارها لتكون المعنية بتقديم المحتوى الإعلاني للرئاسة وما يرتبط بحولات السيسي ونقل وإخراج فعاليات مؤتمرات الشباب.

وبدا الاعتماد على الشركة بشكل أكبر في تقديم المحتوى الدعائي للفعاليات المرتبطة بمؤسسات الدولة السيادية مثل الجيش والشرطة، ما سهل على مسؤوليها قراءة ما وراء السطور وتقديم أنفسهم لدوائر صناعة القرار بشكل مبتكر، في حين كان الرئيس السيسي دائم التذمر والامتناع من المحتوى الفني والسياسة الإعلامية التي تتبعها أغلب المنابر الصحافية والتلفزيونية الملوك للشركة المتحدة للخدمات الإعلامية.

خلخة الجمهور

نجحت شركة «سعدى - جوهر» في خلخلة الجمود الذي كان يعترى علاقة الرئيس السيسي عندما جرى اختيارها من جانب مؤسسة الرئاسة لتكون مسؤولة عن نقل حوار الإنسان الاجتماعي للشوارع بطريقة الفضفضة المتبادلة، وكان يحمل اسم «حديث الرئيس»، ونجح الحوار في ترميم الكثير من الشروخ.

ويرى مراقبون أن ملامح التغيير في المشهد الإعلامي بدأت باعتماد الحكومة على «سعدى - جوهر» في الإشراف الكامل على إنتاج وإخراج موكب المومياوات الملكية في مصر قبل نحو ونجحت الشركة في نقل أحداثه بطريقة



عمر قورة
الأجهزة الحكومية المنوط بها رصد علاقة الجمهور بما يبثه الإعلام ترصد وبدقة كل ما يثار ويكتب

أحمد حافظ
كاتب مصري

القاهرة - كشفت مصادر إعلامية لـ«العرب» أن هناك تغييرات تحظى بتأييد دوائر سياسية في أسلوب ونمط إدارة المشاهدين الإعلامي والدرامي في مصر الفترة المقبلة بالاعتماد على وجوه يمكنها صناعة الفارق وجذب الجمهور وتوسيع دائرة المنافسة بين شركات متخصصة لها خبرات طويلة في المجالات الفنية والإعلامية والإعلانية لتجميع خسائر المؤسسات التابعة

ولتلقى هذه المعلومات مع أنباء قوية انتشرت في الأيام الماضية ولم يتم نفيها رسميا، عن وجود نية لدى دوائر رسمية بالتوجه نحو خبرات جديدة في المشهد الإعلامي بالتزامن مع تدمير جماهيري من عدم تحقيق «الشركة المتحدة للخدمات الإعلامية» التي تنبثق عنها شركة «سينرجي» المسؤولة عن الإنتاج الفني المرغوب منها في موسم رمضان الدرامي. واعتاد الجمهور أن يتطلع لإشادة صحافية وتلفزيونية تستمر لأيام لتجميل صورة شركة «سينرجي» بعد انتهاء موسم رمضان، وهو ما لم يحدث هذا العام، وكان هناك توجيهات صدرت بعدم إشارة الغاضبين على إخفاقات الشركة في أداء رسالتها.

ويود في الكواليس حديث حول نية دوائر صناعة القرار الإعلامي لتوسيع دائرة الاعتماد على شركة «ميديا هب» المعروفة بـ«سعدى - جوهر»، وهما المخرج المصري محمد السعدى، وشريكه رجل الأعمال إيهاب جوهر، والتي بدأت نشاطها في مصر قبل نحو 26 عاما، ونجحت في حفظ مكانتها بسوق الإعلانات.

وأكدت المصادر لـ«العرب» أن العلاقة القوية بين «سعدى - جوهر» ومؤسسة الرئاسة تشير إلى أنها الأقرب لتكون لها الكلمة العليا في المشاهدين الإعلامي والدرامي الفترة المقبلة، خاصة أن الشركة تركت انطباعات إيجابية للغاية عند الدوائر مهمة بالدولة بعد نجاحها في التسويق والإنتاج الضخم لأنشطة وفعاليات رئاسية.

ولدى «سعدى - جوهر» رصيد وفير عند الرئيس المصري عبدالفتاح السيسي شخصيا، حيث كانت الشركة مسؤولة عن حملته الانتخابية عندما