

## «لوريان لوجور».. صحافة النوعية ممكنة في لبنان

بيروت - قال مدير صحيفة «لوريان لوجور» اللبنانية الناطقة بالفرنسية ميشال حلو إنه «لا يزال من الممكن مواصلة صحافة نوعية في لبنان والمنطقة». وأضاف حلو مؤمناً بحصول الصحافية كارولين حايك من صحيفة «لوريان لوجور» على جائزة «البيير لوندن» 2021، الأرقى للصحف الصادرة بالفرنسية، عن تحقيقات حول لبنان حيث قال «للجائزة نكهة فريدة خاصة أنه لطلما اعتبرت الصحافة اللبنانية الأوغى والأكثر حرية في الشرق الأوسط، لكنها اليوم تواجه وضعاً بائساً».

وقالت «جمعية البيير لوندن» إن الجائزة التي حازت عليها كارولين حايك، التي انضمت إلى أسرة لوريان لوجور عام 2014، تكرم أيضاً الصحافية اللبنانية التي تم تأسيسها في عام 1924، مثنية على الصحفية «المفتحة على تحديات العالم والحرصة على شرح ما يحدث عند مفترق شارع الحمراء».

وقالت حايك من جانبها إن «الصحف تحضر في لبنان ولوريان لوجور تبدل قصارى جهدها للصحف. بالنسبة إلى رئاسة التحرير (هذه الجائزة) مشجعة لأنها تعطينا الأمل». وحايك صحافية أيضاً في «آر.تي.بي.إف» ومراسلة لـ«إكسبريس» في فرنسا.

وسبق للصحيفة أن اعتبرت في بيان نشرته على موقعها الإلكتروني أن «نادية رسالتها الصحافية الأسمى لا تتحقق بمجرد تغطية الوقائع التي تتناقلها علينا كل وسائل الإعلام، بل من خلال كشف النقاب عن الحقائق والخلفيات المهمة التي تصب في خاتمة المصلحة العامة». مضيفة أنه «من هذا المنطلق، ستكون مسانعة السلطة في قلب مهامنا الحيوية، لاسيما في ظل تمسكنا المطلق بضرورة التدقيق بالمعلومات على غرار ما نبض عليه شعارنا: قل الحقيقة في وجه السلطة».

وطغى على قائمة جائزة 2021 موضوع الظلم، المادة الأولية للتحقيقات المرفوعة إلى هيئة التحكيم» والتي تحولها الصحافة إلى غضب» وفقاً لما أوضحت «جمعية البيير لوندن» في بيان صحافي.

ونوهت الجمعية بـ«سلسلة مقالات ذات عناوين محتملة بالإحصاءات تأخذ القارئ إلى نهاية الإنسانية»، ذاكراً «نزهاء في أحياء بيروت المترهلة» أو «الأيام الأولى من بقعة حياتهم» أو «فروا من الحرب في سوريا.. قضا في انفجارات بيروت».

# معركة شاورما تستعر بين السوريين والمصريين

## «في حب شاورما ما قبل الربيع العربي».. تغريدة تتحول إلى حملة عنصرية ضد السوريين



### كل الشاورما لذيذة

طالب فيها بضرورة وضع أطر قانونية تتيح لأصحاب الأموال السوريين العمل وفق «قوانين واضحة وبيئة استثمار صحيحة، دون أن يعني ذلك أن يكون من قام بتمويل الإرهاب ومعاداة بلده ضمن هؤولاء أيضاً»، مؤكداً ضرورة أن تكون كل هذه الأموال تحت الرقابة المالية.

ويواجه السوريون حملات عنصرية كثيرة في عدة بلدان على رأسها لبنان وتركيا.

ويذكر أن عدد السوريين في مصر يبلغ نحو 550 ألف سوري، حسب تصريحات مسؤولين مصريين. وفي سنوات معقدة استطاع السوريون أن يحققوا نجاحات باهرة على المستوى الاقتصادي، لم يحققوها في وطنهم الأم، وهو ما أثار العديد من التساؤلات عن سر هذا النجاح في هذا الوقت القصير في وقت يعاني فيه المصريون من البطالة وقلة فرص العمل، فضلاً عن فشل العديد من المشروعات الاستثمارية الصغيرة.

أي داع، وحولت الأمر لموجة كره ضد اللاجئين بمختلف جنسياتهم. توتية الشاورما مش عنصرية ولا تميز ضد السوريين ولا تمسهم من بعيد أو قريب حتى. خناقة المطابخ موجودة طول الوقت، مش بس المطبخ المصري والسوري لا كمان أصل الأكلات اللي في مصر.

وتثير هاشتاغات عنصرية متداولة في مصر، على غرار «ارجع يا سوري» أو «ابن بلدك»، تدعو السوريين إلى الرحيل من مصر وتحت المصريون على مقاطعة منتجاتهم، جدلاً واسعاً على مواقع التواصل الاجتماعي.

ويقالها المصريون عادة بحملات إلكترونية مضادة تحت عنوان «السوريون مغرورين» مصر للترحيب باللاجئين السوريين الذين دخلوا مصر إثر بداية الحرب المصرية عام 2012.

ويذكر أن الهاشتاغ انتشر عام 2019 بعد تقديم المحامي المثير للجدل، سمير صبري مذكرة للنائب العام،

التاحيتين بيتخافوا مين بيعمل شاورما أحسن. صحيت لقيت في مطالب سياسية بطرد السوريين من مصر. عيب عليكوا يا شباب احنا دول عالم ثالث زي بعض.

وقال مغرد:

الشخص اللي كتب يقول رايه في الشاورما المصرية عبر عن رايه في نوع شاورما مش في بلد أو أشخاص، مجرد رأي في ساندوتش هيكلكه وشوية وهينزله في الصرف الصحي، اتحول بقدرة قادر عنصرية وأضهاد لآفئيات! في المقابل لجان إلكترونية معروفة التوجه، قامت بحملة قذرة على السوريين والسودانيين.

وأضاف:

توتية غيبية وجاملة عملت أزمة دون

إسرائيل في مقعد المتفرج هذه المرة في حرب المطابخ القائمة بين المصريين والسوريين وموضوعها «أي شاورما هي الأفضل»، ما أثار جدلاً واسعاً خاصة أن المقارنات أصبحت حملة عنصرية منظمة.

القاهرة - استعرت حرب حامية الوطيس بين المصريين والسوريين على مواقع التواصل الاجتماعي موضوعها «أيهما أفضل الشاورما المصرية أم نظيرتها السورية». وانشغل الفريقان بالمقارنات لتتحول التغريدات إلى حملة عنصرية حملت مطالب سياسية بطرد السوريين من مصر.

ويعارض مصريون تجنيس السوريين وتوطينهم. وينتشر بين الفترة والأخرى بينهم هاشتاغ «لا للتجنيس» للتوطين. وفي سياق آخر، اختار البعض السخرية من المعركة حامية الوطيس التي تندلع عادة بين دول عربية وإسرائيل حين تريد نسب بعض الأطعمة إليها في إطار ما يسمى «حرب المطابخ» الذي يندرج ضمن القوة الناعمة للدول. وقال ساخرون إن «إسرائيل غير متورطة وهي في مقعد المتفرج هذه المرة».

وقبل عامين أشعل مستخدمو الشبكات الاجتماعية العرب حرباً بعد «اعتداء سافر من إسرائيل على الشاورما»، مثلما وصف ساخرون القضية. واستفز مقال من صحيفة هارتز الإسرائيلية تحدثت عما أسماه عودة انتشار أكلة الشاورما الإسرائيلية في شوارع تل أبيب المغردين العرب. ويثير تاريخ الشاورما الجدل على مر السنوات، فقد نسبتها إليها عدة حضارات مثل العربية والتركية وحتى الألمانية.

ولا يمر اعتداء إسرائيل على الأطباق العربية عادة مرور الكرام على مواقع التواصل الاجتماعي، إذ يستنفر العرب افتراضياً كل مرة لكن دون أن يحققوا صدى يذكر خاصة أن جل التغريدات تنشر بالعربية ولا تصل للإعلام العالمي. ويخوض العرب ضد إسرائيل حرباً يقافية مفتوحة تجاوزت الصراع على الأرض إلى الصراع على الأطباق. ويقول خبراء إن الأطباق التي يختصم عليها ليست حصرية لأحد منهم، بل هي تراث عالمي يتقاعل منذ الآلاف من السنين. وسخر مغرد من المعركة السورية المصرية قائلاً:

خناقة الشاورما السورية والمصرية مضحكة. بلدين مفتوحين على بعض

بقالهم 3500 سنة وهجرات أقاليم متوقفتش لحد 1970 نقلت عادات وأكلات كتير. وشوية (مهرجين) من

أي مطعم اسمه «أبو أي حاجة» أكله ملوش طعم! توتية في حب شاورما ما قبل الربيع العربي.

ويقصد عاطف الشاورما التي تعدها المحلات السورية. لكن مغرداً سورياً قال ناشطون إنه حصل على الجنسية المصرية مؤخرًا قال إن مقارنة الشاورما المصرية بنظيرتها السورية «قصة الجنون»، في إشارة إلى أفضلية الشاورما السورية على المصرية، ما جعل معركة حامية الوطيس تستعر بين الجانبين.

ورغم أن المغرد مسح تغريدته وأغلق حسابه على تويتر فإن الجدل لم يهدأ. ودافع السوريون عن الشاورما التي يعدونها.

وقالت مغردة في هذا السياق:

مع احترامي لام الدنيا وتراتها وأكلها لكن السوريين عليهم سيج شاورما مع واحدة كرمال عيونك بيدك شيء ثاني مع الطلب؟ بتبغني يومين متواصلين.

فيما تحول دفاع المصريين عن الشاورما المصرية إلى مطالبات بترحيل السوريين من بلادهم. وكتب معلق:

هذا سوري واخذ الجنسية المصرية ويبل ما يقول كلمة الحق بيدافع عن عرقه وبقلة آب وبقلة نوق... شغفنا خطورة التوطين حيثسبب في طائفية في

تونس - انتشرت بمواقع التواصل الاجتماعي في مقطع فيديو يظهر فيه عدد من الأطفال في ناد للموسيقى مع استازهم وهم يرددون أغنية تتخنى بالرئيس التونسي قيس سعيد، ما أثار جدلاً واسعاً.

وقام مشرفون على النادي بتغيير كلمات أغنية الكرتون «بابار الفيل» وتعويضها بالرئيس قيس سعيد لتبدأ الأغنية بـ«مرة في أرضنا جاعنا رجل نظيف... قيس سعيد رئيس فريد قيس سعيد رئيس سعيد».

وتعرض استاذ الموسيقى سامي سنادل للانتقاد، واعتبر مستخدمو فيسبوك في تونس، أن هذا المقطع يعد «إفحاماً للأطفال في المعارك السياسية».

## «قيس سعيد رئيس فريد» تغني أطفال بالرئيس التونسي يثير الجدل

وكتب أستاذ الموسيقى سامي سنادلي صاحب النادي الموسيقي:

توتية: أطفال كبرال «سيدي سامي» لا يتحملون تبعات أفكار وطلعات ذرة وسامي.

وكتبت معلقة:

أنت مقتنع غنينا أنت، أفكارك ما تترك كان أنت، أما كيف يغنيها صغيرات موش فاهمين شيء، مالدنيا تتسمن دمججة، من قلة المواضيع، غنيت عل الأخلاق، على احترام المعلم فرصة موضوع في قلب الحدث..

وقال معلق:

عنا (الدنيا) الإسلام السياسي.. تجارة بالدين. وفما (هناك) ظهري الفن السياسي.. اللي فيه تجارة بالفن والأطفال! أطفال قصر غير مدركين.. ما يمكنش (لا يمكن) توظيفهم في مسائل وأراء سياسية ويغنيوا على شخص واحد!

وسبق أن أثار أغنية «يحييا الشعب» للفنانة التونسية لطيفة موجة جدل واسعة في منصات التواصل، إذ تباينت الآراء بين من اعتبرها أغنية معبرة وجميلة لحنا ونصا، وبين من انتقدها معتبرا أنها لا تخدم إجراءات الرئيس. وحذف التلفزيون التونسي فيديو كليب الأغنية من موقعه الإلكتروني بعد الجدل، خصوصا بعد الاتهامات التي طالتها بالتسويق السياسي.

استغل معارضو الرئيس قيس سعيد في تونس والخارج الأغنية لشن هجوم على الرئيس. ومنذ الخامس والعشرين من يوليو، تاريخ الإجراءات الاستثنائية التي اتخذها سعيد، تنتشط بكثافة على مواقع التواصل الاجتماعي الحسابات التابعة لجماعة الإخوان في مختلف الدول لمهاجمة الرئيس التونسي واتهامه بالانقلاب على الدستور.

ورغم أن مستخدمي فيسبوك يمثلون الحاضنة الشعبية الأولى للرئيس سعيد، وشبه البعض الإجراءات الاستثنائية التي أعلن عنها الرئيس التونسي في الخامس والعشرين من يوليو الماضي بـ«تورة أخرى على فيسبوك»، فإنهم يرفضون ما يسمونه «التطليل السياسي».



أين يبدأ التطليل

## كيف يمكن لوكالات الإعلان التحول من بيع التدمير إلى حماية البيئة

التي تعتبر بصفة نسبية، حسب تعبير تاوسند، ولكن على آثار رسائلهم. وقالت «إن التأثير الرئيسي لصناعة الإعلان هو «البصمة الذهنية» وانبعثات التأثير والقدرة على التطبيع والتشويش والغسيل الأخضر لبعض الممارسات السيئة التي نراها في العالم».

وقال جونانان واين، الشريك المؤسس لبريوس سربوتورز، وهي مجموعة تضغط من أجل التغيير في صناعة الإعلانات، إن إحدى الطرق لإحداث تحول بين شركات الإعلان هي إثشاء مقياس جديد يتنوع الانبعثات المرتبطة بالمشترقات المدفوعة بالحاصلات الإعلانية. وأضاف «هذا هو سحر الإعلان... رسم مستقبل إلى الأمام».

ويمكن أن يساعد المقياس الشركات الإعلانية في تشجيع العملاء على التركيز على الترويج لمنتجاتهم الذكية مناخياً، وبيع الوكالات للبحث عن عملاء جدد أصدقاء للبيئة، وتقليص الإعلانات عن المنتجات الضارة بالمناخ.

أن السوق واضح فيما يتعلق بالتسويق. لكن تاوسند قالت «يعتقد واحد من كل خمسة شبان في جميع أنحاء العالم أنه لم يعد بإمكاننا فعل أي شيء لمنع تغير المناخ. ويعد هذا مصدر قلق كبير».

وأشار بن بيدج، الرئيس التنفيذي في إبسوس موري، إلى أنه لتشجيع العمل بشأن تغير المناخ، «نحتاج إلى التركيز على الحلول أكثر من ترويع الناس بشأن تهديد وجودي».

وقالت تاوسند إن تجديد الإعلان يمكن أن يساعد في الترويج للرسالة القائلة بأن التغيير ممكن وتعميم الخيارات منخفضة الكربون، سواء كانت سيارات كهربائية أو ملابس مستدامة.

وتابعت «يشعر المستهلكون في جميع أنحاء العالم بالذنب، وهم قلقون بشأن بصمتهم، ويريدون الإطلاع على الحلول». وأضافت أن التسويق التقليدي، الذي يركز على «بيع المزيد من الهراء لعدد أكبر من الناس»، يحتاج إلى إسفاح المجال للإعلان الذي يساعد هذا الجيل الجديد من المستهلكين الأكثر وعياً بالمناخ على اتخاذ خيارات أكثر ذكاءً. وقالت هي وآخرون إن العديد من شركات الإعلان تقدم في الوقت الحالي تعهدات صافية صريحة لخفض انبعثاتها.

لكن يجب ألا ينصب تركيزهم على خفض الانبعثات من العمليات المباشرة

غلاسكو (المملكة المتحدة) - يمكن أن تلعب صناعة الإعلان بصفتها «مهندسة الرغبات»، التي ينتقدها البعض على اعتبار أنها متواطئة في حملات الغسل الأخضر ولتشجيع الاستهلاك المفرط، دوراً رئيسياً في دفع خيارات أكثر اخضراراً في العالم.

لكن إجراء هذا التحول قد يتطلب مقياس جديدة لقياس انبعثات حرارة المناخ من الارتفاع في ترويج إعلانات المبيعات، حسبما قال خبراء الصناعة في مؤتمر المناخ كوب 26 بالأمم المتحدة الذي اختتم نهاية الأسبوع الماضي في مدينة غلاسكو في المملكة المتحدة.

وقالت سولبيتر تاوسند، الشريكة المؤسسية لفوتيرا، وهي وكالة إبداعية تركز على الاستدامة، «ي تدخل بعض الأشخاص الأكثر إبداعاً وابتكاراً وإقناعاً في هذه الصناعة» - ويمكن أن يؤدي ذلك إلى «قدرة مذهلة على إشراك الأشخاص وإلهامهم بحلول ضد تغير المناخ».

وقالت إن الخبر السار لوكالات الإعلان هو أن العديد من الأشخاص يرغبون في التحول إلى خيارات أكثر ذكاءً من الناحية المناخية، لكنهم يجتهدون للتوصل إليها. وأظهر استطلاع للرأي أجرته وكالتها هذا العام في 27 دولة غنية ونامية، أن 77 في المئة يهتمون الآن بتغير المناخ.

وأضافت تاوسند التي تمتلك شركتها مكاتب في لندن ونيويورك وستوكهولم،



سولبيتر تاوسند  
التسويق التقليدي، يركز على بيع المزيد من الهراء للناس