

تغطية الإعلام الأنجلوساكسوني لأخبار فرنسا تثير غضب ماكرون

بطريقة مقصودة في بعض الأحيان، واستنكر ماكرون تحريف كلامه أو حتى التلاعب به عن قصد. وشرح قائلا "نتجت ردود الفعل في العالم الإسلامي عن الكثير من الأكاذيب". وإزالة الخلط، تمت ترجمة خطاب "مورو" إلى لغة البلدان المعنية وكذلك كلام ماكرون خلال تكريم صمويل باتي في جامعة السوربون.

ونقلت صحيفة "لوفيغارو" الفرنسية الاثنين الماضي عن مقربين من ماكرون قولهم إن الرئيس "لا يريد أن يترك الفكرة التي تقول إنه ربما هاجم المسلمين تعزز حضورها".

لكن وسائل الإعلام في العالم الإنجلوساكسوني وبينها "واشنطن بوست" و"نيويورك تايمز" و"الغارديان" و"بوليتيكو" و"أسوشيتد برس" و"الفانانشيال تايمز" قامت، بحسب أحد مستشاري ماكرون بنشر أعمدة ومقالات تستند إلى "تصريحات محرقة لرئيس الجمهورية". وبالمثل، تحركت الدبلوماسية الفرنسية وسفراء باريس في لندن وواشنطن بمحاولة توضيح كلام الرئيس وترجمت خطاباته إلى اللغة الإنجليزية.

وباتي ذلك بعد مقال للباحث بمنظمة العفو الدولية وبمجلة "نيوزويك" الأميركية ماركو بيرويني، نشرته المنظمة على موقعها الرسمي، قال فيه إن فرنسا ليست نصيرة لحرية التعبير كما تزعم، واصفا خطابها في هذا الخصوص بـ"النفاق المخزي".

باريس - وجّه الرئيس الفرنسي إيمانويل ماكرون انتقادات شديدة لوسائل إعلام أميركية وبريطانية بسبب طريقة تغطيتها للهجمات الإرهابية الأخيرة التي ضربت فرنسا ونفذها متشددون إسلاميون، معتبرا أنها متحيزة وتستند إلى تصريحات محرقة. وانتقد ماكرون صحيفة "نيويورك تايمز" الأميركية، وقال إن "العديد من الصحف تفضي الشرعية على هذا العنف" من خلال القول بأن "لب المشكلة يكمن في كون فرنسا عنصرية ومعادية للإسلام".

ولم إلى أن تعامل وسائل الإعلام الناطقة بالإنجليزية مع الهجمات الإسلامية يترك الانطباع بأن السبب يعود إلى "استقراوات" فرنسا، في إشارة إلى مجلتي "فانانشيال تايمز" و"بوليتيكو".

وبدأت الأزمة منذ خطاب ماكرون الذي تطرق فيه إلى النزعة الانفصالية الإسلامية وتم اتهامه على إثر ذلك بإعلان الحرب على الإسلام وانطلقت تظاهرات في عدد من الدول العربية والإسلامية تطالب بمقاطعة فرنسا وتهديد بقتل رئيسها والاعتداء على الفرنسيين.

وبعد مقتل الأستاذ صمويل باتي، تصاعد الضغط أكثر عندما دافع ماكرون عن حرية التعبير في بلاده وعن رسوم الكاريكاتير حتى لو تم اعتبارها مسيئة للاديان وأجرى مقابلة مع قناة الجزيرة القطرية في محاولة لتوضيح موقفه الذي قال إنه تمت إساءة فهمه

الإذاعات المصرية الموجهة إلى أفريقيا ضرورة سياسية تجاهلتها الحكومة لسنوات

الإعلام خسر معاركه في القارة السمراء بسبب نقص التمويل وقلة الكفاءات



تبادل الزيارات بين الإذاعيين لا يكفي لصناعة التأثير في أفريقيا

وتملك الإذاعة المصرية مكتبة هائلة من البرامج جرى بثها في سنوات ماضية، وهناك المخات من التسجيلات مع زعماء التحرر في أفريقيا أجراها مصريون وآخرون من جنسيات مختلفة، ومحتويات ثقافية ودينية كانت إحدى وسائل القوة الناعمة لمصر في أفريقيا.



جمال الشاعر
مجاراة الإمكانات الهائلة في
الإذاعات الأجنبية بأفريقيا
ليس ممكنا مع الميزانية
الشحيحة للإذاعة

ويقول خبراء إنه يصعب الاعتماد على تلك المحتويات التي لا تتناسب مع الفترة الراهنة، فالرسائل الإعلامية الداعمة للتحرر الوطني ليس لها مكان حاليا، ومن الضروري التركيز على الأوجه التنموية والاقتصادية في العوامل التي تشكل خطرا على القارة. ويشكو كثير من المسؤولين عن إدارة الإذاعة من عدم وجود تواصل بينهم والجهات الدبلوماسية المصرية في أفريقيا للتفاهم على طبيعة التحديات وكيفية معالجتها إعلاميا.

ويبدو أن هناك قناعة بأن هذه الوسيلة لن تؤدي إلى شيء في ظل استمرار عملها بالطريقة الحالية، لأن هناك قنوات ومنتجات فرنسية وبريطانية وصينية استطاعت أن تهيمن على مناطق النفوذ الإعلامي في القارة. وانعكس التوقع المصري على الأزمات الداخلية في عهد الرئيس الأسبق حسني مبارك على الدور الذي تلعبه تلك الإذاعات، وأصدر وزير الإعلام الأسبق ممدوح البلتاجي في العام 2006، قرارا بخلق عدد من الإذاعات وتقليص فترة بث البعض الأخر وتقليص عدد ساعات الإذاعات الموجهة إلى أفريقيا من 61 ساعة أسبوعيا إلى 20 ساعة فقط بذريعة ترشيد النفقات.

على مستوى العالم، لكن تبقى الإذاعات الموجهة نحو أفريقيا، والبالغ عددها 10 إذاعات وتضم لهجات محلية، الأكثر أهمية في ظل سعي القاهرة لتحسين صورتها.

ولم تستطع هذه الإذاعات أن تخترق المجتمع الإثيوبي مثلا للدافع عن حقوق مصر التاريخية في نهر النيل، وفشلت في توصيل صورة مخالفة عن تلك التي بثتها إذاعات وقنوات قطرية وتركية تتمتع بحضور قوي في أفريقيا، وأضحى الإعلام المصري وكأنه يخاطب نفسه في كثير من الأزمات دول في القارة.

واستخدم الإعلام الموجه نحو أفريقيا أساليب عفا عليها الزمن، وما زالت وزارة الإعلام تنظم دورات تدريبية يشارك فيها العشرات من الإعلاميين من بلدان القارة سنويا، منذ تدشين مركز تدريب الإعلاميين الأفارقة قبل 40 عاما، والاستعانة بمبعوثي الأزهر للعمل كمراسلين في الإذاعات الموجهة، ما يعكس سلبا على الرسالة التي يطغى عليها الجانب التقليدي بعيدا عن استخدام أدوات الإعلام الحديث.

وتتعاقد الإذاعة المصرية مع 100 مذيع ومراسل أجنبي من خريجي الأزهر يحصلون على مبالغ ضئيلة، وتخرج الرسالة الإعلامية ضعيفة وغير احترافية، إلى جانب أن العديد من خبراء الإعلام يرون أن عدم وجود مسؤولين مصريين في تلك البلدان يحدون الخطوط العريضة للسياسة الإعلامية أدى إلى ضعف تأثيرها.

وتعمل الشبكات المصرية بنظام الموجات القصيرة وغالبية الآلات التي تتماشى مع تلك الموجات بحاجة إلى صيانة وتغيير لضمان وصولها إلى البلدان التي تستهدفها في ظل وجود مشكلات هندسية، وغالبا ما تكون سببا في تعطيل بث العديد من البرامج، وعدم توافر ميزانيات لإنتاج برامج جديدة مما يجعل الاعتماد قائما على برامج قديمة لا تتماشى مع طبيعة الرسالة الإعلامية التي من المفترض تقديمها حاليا.

ولا يزال الميزان الأقل كلفة والأكثر قدرة على الوصول إلى الشعوب الأفريقية، لكن خلال السنوات العشر الماضية تقلص حجم التواصل بين الإذاعات المصرية وبين الجمهور الذي كان يبعث رسائله لطلب برامج يعينها أو المساعدة في مشكلات داخلية خاصة، ما يفرض الحاجة للبحث عن أدوات تتماشى مع احتياجاته الإعلامية.

خسرت القاهرة صراع النفوذ الإعلامي في القارة الأفريقية، بسبب إهمالها الإذاعات المصرية، التي كانت تحظى بجمهور كبير في ستينات وسبعينات القرن الماضي، والآن مع التطورات السياسية، تترك السلطات المصرية ضرورة استعادة أثرها الإعلامية في أفريقيا، إلا أنها بحاجة إلى حل مشكلات نقص التمويل وضعف الكوادر الإعلامية.

الإمكانات الهائلة المتوفرة في الإذاعات الأجنبية بأفريقيا ليس ممكنا مع الميزانية الشحيحة للإذاعة، ما يجعل التحرك باتجاه الاهتمام الرقمي هو الحل الوحيد، بحيث تكون هناك منصات مصرية موجهة تقدم خدمات إذاعية وتلفزيونية عبر الإنترنت.

وتابع "لكن ذلك أيضا يواجه مشكلة بسبب عدم وجود خبرات تستطيع التعامل مع التطورات التكنولوجية الحديثة، ولديها قدرة التعرف على احتياجات السوق الإعلامية في أفريقيا".

وأوضح "العرب"، أن الإذاعة المصرية بوجه عام بحاجة إلى إعادة هيكلة البنية التكنولوجية داخلها بما يضمن وصولها إلى الخارج، فالتشويش بات سمة أساسية لغالبيتها وأدى ذلك إلى عزوف المشاهدين عنها، ما يتطلب إعادة سريعة لتأهيل المراسلين الذين لا تتماشى قدراتهم الراهنة مع التطورات الحالية، أو البحث عن عناصر جديدة يكون لديها تأثير في الشارع المحلي لتلك الدول.

وظلت الإذاعات الموجهة على مدار سنوات طويلة دون تطوير، واستمرت على الموجات القصيرة والمتوسطة التي تصل منها فترات زمنية محددة على مدار اليوم لا تتجاوز الأربع ساعات، ولا تستطيع النفاذ إلى الجمهور المحلي في ظل انتشار إذاعات عديدة على موجات "اف.أم" التي تعمل على مدار اليوم.

ووقفت مشكلات التمويل التي تحتاجها عملية تغيير الموجات الترددية إلى جانب عدم وجود إدارة إعلامية تستطيع أن تتعامل مع التطورات، حائلا أمام التغيير، مع تركيز المسؤولين على إحداث تطوير شكلي على مستوى التلفزيون المحلي الذي يخاطب الداخل على حساب الأثر الإعلامية في الخارج، التي تبحث عن جمهور أسهم في صناعة العصر الذهبي للإذاعة خلال عقود ماضية.

لدى اتحاد الإذاعة والتلفزيون (ماسبيرو) 35 إذاعة موجهة لدول غرب وجنوب أفريقيا، وبعض دول أوروبا والأميركتين، ويصل مداها إلى 51 دولة

أحمد جمال
صحافي مصري

القاهرة - تراجع الحكومة المصرية سياستها الإعلامية تجاه القارة الأفريقية بعد ارتفاع فاتورة إهمال القوة الناعمة وما تسبب به من تأثيرات سلبية على مصالحها في ظل المستجدات الإقليمية، خصوصا مع تنامي دور الإعلام المضاد في القارة السمراء.

وبدأت الهيئة الوطنية للإعلام، المسؤولة عن إدارة الإعلام المصري، التعامل مع التطورات عبر عقد شراكات مع إذاعات محلية في أفريقيا لعرض البرامج المصرية. وانطلق البث المباشر للبرامج الإذاعية المصرية مؤخرا باللغة السواحيلية إلى منطقة شرق ووسط أفريقيا من بوجمبورا عاصمة بوروندي، بالاشتراك مع "راديو ثقافي" ثاني إذاعة خاصة هناك، وتغطي عدة دول، هي: الكونغو الديمقراطية ورواندا وتنزانيا، إضافة إلى بوروندي، كما يمكن استقبالها عبر الإنترنت.

مسؤولون عن إدارة
الإذاعة يشكون من عدم
وجود تواصل مع الجهات
الدبلوماسية المصرية
في أفريقيا للتفاهم على
التغطية الإعلامية

وخسرت القاهرة صراع النفوذ الإعلامي في القارة الأفريقية الذي وضع جميع غالاته في سلة الإذاعات الموجهة التي دشنتها الحكومة في خمسينات وستينات القرن الماضي، واستطاعت في حينه أن تجذب المستمعين إليها، لكنها ما زالت تعيش على الأطلال وخفت صوتها ومردودها، ولم يعد لها الحضور المطلوب وسط عدد هائل من وسائل الإعلام الأجنبية والعربية التي تستهدف الدول الأفريقية.

وقال عضو الهيئة الوطنية للإعلام سابقا جمال الشاعر، "إن مجارة

تويتر تطلق ميزات جديدة لمحاربة ثقافة الإلغاء

وتنوي تويتر إنشاء "مساحات سمية" للنقاش، أشبه بـ"مادب عشاء" منقطة التنظيم يمكن لكل منا المشاركة في الحديث من دون حتى أن يعرف الآخر، بحسب باترسون.

ويذكر هذا المشروع بحلقات الدريشة "مسنجر رومز" في فيسبوك أو تطبيق "كلوبهاوس" للمحادثات الصوتية الذي لا يمكن الانضمام إليه إلا بعد تلقي دعوة والذي أطلق في سيليكون فالي في الربيع. وقد أدى الوباء مع ما فرضه من تباعد اجتماعي، إلى ازدياد استخدام أدوات التسجيل والبث المباشر وانتشار خصائص جديدة على منصات التواصل لاقتناص الفرص المتاحة.

وتعزز تويتر تطوير مشروعها بتأن حرصا منها على ألا تقع هذه المساحات ضحية الانحرافات والسفاهة التي تشوب أحيانا بعض المنشورات المكتوبة. وغالبا ما تتعرض منصات التغريدات هذه لوابل من الانتقادات باعتبار أنها إما لا تقوم بما يكفي أو أنها تقوم بآكثر مما يلزم للتصدي للرسائل المشحونة بالعنف أو الكراهية.

كما تتسبب إلى ما يُعرف بـ"ثقافة الإلغاء"، أي قدرة جماهير الإنترنت على تشويه صورة ماركات أو مشاهير أو أشخاص مغرورين تعد أفعالهم أو أقوالهم مهينة من قبل رواد الشبكة.



نسق سريع الزوال

نيويورك - أطلقت شركة تويتر ميزة "فليتس" لحذف المنشورات بعد 24 ساعة، الموزية لـ"ستوري" في العديد من المنصات الاجتماعية، كما تستعد لإطلاق بعض الميزات الجديدة مثل التغريدات الصوتية، وخدمات البث المباشر، مرورًا بأشكال جديدة من الإشراف على المحتوى، وكانت المنصة تختبر منذ مارس خاصية "فليتس" المستوحى اسمها من "فليتبنغ" أي الخواطر العابرة بالإنجليزية، في البرازيل والهند وبلدان أخرى، للتأكد من أن هذا النسق سريع الزوال بحث المستخدمين الأكثر خطرا على العرابة عن مكنوناتهم، من دون أن يشعروا بالضغط لأن صياغتهم قد لا تكون مثالية وهي ستبقى إلى الأبد محفورة في الذاكرة الرقمية.

وأدت نتائج هذه التجربة واضحة لا لبس فيها "فالناس هم أكثر ميلًا إلى مشاركة خوارطهم وأرائهم ومشاعرهم"، بحسب ما قال جوشوا هاريس مدير التصميم في الشركة خلال مؤتمر صحفي.

وأضاف "يمكن نسخ تغريدة ونقلها إلى فليت، مع أو دون إضافة تعليق، مع العلم أنها لن تبقى سوى 24 ساعة"، إلا بالطبع إذا ما أجريت لقطه شاشة لهذه التغريدة العابرة يمكن نشرها أينما كان. وتشبه خاصية "فليتس" القصص العابرة (ستوريز) الرائجة جدًا على الإنترنت والتي كانت "سنايشات" أول من أطلقها سنة 2013، قبل أن تحذو حذوها "فيسبوك" و"إنستغرام" وأخيرا "لينكد إن" (مايكروسوفت).

وقال هاريس "قد نعطي الانطباع بأننا نخوض هذا المجال متأخرين لكننا حريصون على الاستفادة من هذا النسق". وتعزز "تويتير" أيضا إطلاق تغريدات صوتية في العام 2021، وأفادت مايا غولد باترسون المتخصصة في التصميم أن "280" رمزًا ليست كافية بتاتا. وفي بعض الأحيان، قد لا تكون هذه الطريقة الأنسب للتواصل، وعملت مايا مع فريقها على فرضية أن "الاستماع إلى نبرة صوت الآخر وما تنم عنه من مشاعر وتعاطف قد يساعد الأشخاص على التواصل بشكل أفضل".

وتجرب هذه الرسائل الصوتية منذ يونيو على هواتف "آيفون" من قبل الماركات خصوصا، وتأخر اعتماد هذه الخاصية، إذ قررت تويتر عدم تعميمها قبل تطوير تكنولوجيا تتيح استخدامها من قبل ضعفاء السمع.