العرب
الجمعة 2021/02/05
السنة 43 العدد 11962

هل يحتفي الغرب بلقاحاته ويشكك في الروسي والصيني لأسباب دعائية

القوى العظمى تعتبر اللقاح انعكاسا لبطولاتها

السباق على أشده

تهتم وسائل الإعلام الغربية بالترويج لفعالية اللقاح المضاد لفايروس كورونا الذي أنتجته دولها وقدرته على مجابهة السلالات المتحولة من فايروس كورونا، إلى جانب التشكيك في لقاحات الصين وروسيا اللتين بدورهما لم تدخرا جهدا في المعركة الإعلامية في هذا المجال، فيما بقيت أسئلة الجمهور حول فاعلية اللقاح معلقة.

واشنطن – قال رئيس بوليفيا السابق إيفو موراليس، إن اللقاح الروسي "سبوتنيك في" المضاد لفايروس كورونا المستجد، بات ضحية لحرب إعلامية "قذرة"، في حلقة جديدة من سلسلة حرب اللقاح الإعلامية بين الدول المنتجة له على الترويج لنسختها الخاصة منه بالتعاون مع حلفائها السياسيين.

وأضاف موراليس في تغريدة على تويتر "ندين الأطراف التي تهاجم اللقاح لأسباب أيديولوجية، وتنطلق في ذلك من دوافع سياسية واقتصادية".

وتبدو حرب اللقاح الإعلامية على أشدها بين الصين وروسيا من جهة والدول الغربية من جهة أخرى، إلى جانب ترويج كلا الطرفين لفعالية اللقاح وقدرته على مجابهة السلالات المتحوّلة من فايروس كورونا التي تثير قلق العالم أجمع، وذلك رغم غياب المعلومات الدقيقة والإجابات التي يبحث عنها الجمهور بشأن السلامة والفاعلية والأضرار الجانبية، أو حتى بشأن الكمية التي يمكن لكل دولة إنتاجها، إلا أن الإعلام العالمي يبدو منشغلا بالحرب الدعائية حول اللقاح أكثر من الإجابة عن هذه الأسئلة.

> **الإعلام العالمي منشغل بالحرب الدعائية حول اللقاح أكثر من الإجابة عن أسئلة الجمهور بشأن السلامة والفاعلية**

وتحوّلت لقاحات كورونا المتعددة إلى مادة رئيسية في وسائل الإعلام العالمية تتبع مباشرة حالة الانقسام التي يشهدها العالم. فالولايات المتحدة منشغلة بالداخل الأميركي ويحاول الرئيس الجديد جو بايدن تنفيذ وعوده بشأن تأمين اللقاح لذلك تبدو إدارته غير مهتمة في الوقت الحالي على الأقل، بتصدير اللقاح والترويج له. وبالمقابل تنحصر أولويتها في تأمينه لمواطنيها والمقيمين على أراضيها، لكنها في نفس الوقت لم تتخل عن التشكيك باللقاحين الصيني والروسي، كما أن بعض وسائل الإعلام الأميركية بدت مستاءة من غياب الدور الأميركي. وقالت واشنطن بوست في أحد تقاريرها "الصين وروسيا تستغلان لقاحات فايروس كورونا لمد نفوذهما.. والولايات المتحدة على الهامش".

وقالت الصحيفة في تقرير آخر إن ندرة العرض في ما يخص اللقاحات دفعت الكثير من الدول الفقيرة واليائسة إلى الإقبال على لقاحات كورونا الصينية والروسية، فيما هيمنت الدول الغنية على معظم الجرعات المبكرة من لقاحات "فايزر" و"موديرنا". وأشارت إلى أن قرارات تزويد باللقاحات يتم اتخاذها بسرعة دون اطلاع على بيانات التجارب الكاملة أو إخضاعها للمراجعة العلمية.

وعبّرت وسائل إعلام عديدة أميركية وأوروبية عن عدم الثقة في اللقاح الروسي الذي سُمّي "سبوتنيك – في" نسبة إلى أول قمر اصطناعي في العالم أطلقه الاتحاد السوفييتي عام 1957. واعتبرت أن الإعلان عن ترخيصه سابق لأوانه، قبل حتى بدء المرحلة الثالثة من التجارب السريرية ونشر النتائج العلمية.

وتصاعدت الانتقادات الإعلامية وحملة التشكيك لتصل إلى اتهامات بسلوك الطرق الملتوية والتجسس والمجازفة غير الأخلاقية والغيرة، وسط حديث عن "القومية في توزيع اللقاحات".

ولعل أبرز انتقادات الغرب بخصوص اللقاحين الروسي والصيني، التي ارتكزت عليها وسائل الإعلام في اتهاماتها وحملتها المكثفة، أن الدولتين قامتا باختصار بعض المراحل في عملية تطوير اللقاحين.

وقال لورنس غوستين، أستاذ قانون الصحة العالمية في جامعة جورج تاون الأميركية، "لم أر قط رهانات سياسية بهذه الحدة على منتج طبي. السبب وراء الرمزية السياسية التي أعطيت للقاح كوفيد – 19 هو أن القوى العظمى تعتبره انعكاسا لبطولتها العلمية واعترافا بتفوق نظامها السياسي".

وعلى الضفة المقابلة، تحشد بكين وموسكو القوى الهائلة من أجل تطوير لقاحات للاستخدام المحلي والدولي، وتصحب ذلك ادعاءات كبرى بشأن البراعة العلمية والتصنيعية، بالتوازي مع انتقادات حادة للإعلام الغربي واتهامات له بـ"ينشر المعلومات الكاذبة والتشويه والتضليل".

واللافت أن هذه الاتهامات هي نفسها بين الطرفين تعيدها وسائل الإعلام الكبرى مرارا وتكرارا.

وقالت وكالة "أسوشيتد برس" الأميركية، الأسبوع الماضي، إن وسائل إعلام رسمية صينية تثير أسئلة ومعلومات مضللة حول لقاح كورونا فايزر- بيونتيك وتروّج إلى أنه مميت لكبار السن.

وأشارت الوكالة إلى أن متحدثا رسميا حكوميا قال إن الفايروس ربما يكون صنع في مختبر عسكري أميركي، وذلك في مواجهة الاتهامات الغربية للصين بشأن الفايروس.

كما حذّر الرئيس الصيني شي جين بينغ قادة العالم من "بدء حرب باردة جديدة" وحث على التضامن العالمي في مواجهة فايروس كورونا المستجد.

وقال جين بينغ إن "تشكيل تكتلات صغيرة أو بدء حرب باردة جديدة، ونبذ الآخرين أو تهديدهم أو ترهيبهم، وفرض انقسامات أو عقوبات أو تعطيل شبكات التموين بهدف العزل، لن تسهم سوى في دفع العالم إلى الانقسام وحتى المواجهة".

وفي الربيع الماضي، انتشر مصطلح "دبلوماسية القناع" الذي يصف الطريقة التي سعت بها الصين إلى تمديد نفوذها العالمي عبر تقديم معدّات الوقاية الشخصية للبلدان التي هي في أشدِّ الحاجة إليها. واليوم تحول المصطلح إلى "دبلوماسية اللقاح".

وقال سيباستيان سترانغيو، الذي ألّف كتابا مؤخرا عن علاقة بكين بجنوب شرقي آسيا، إنّ "استراتيجية اللقاحات الصينية جزء من حملة أوسع لتصوير نفسها باعتبارها شريكا إقليميا مفيدا ومتفهما وحتميا".

وتُعَد دبلوماسية اللقاحات الروسية جزءا من حملة أوسع من جانب الرئيس فلاديمير بوتين لإعادة تأكيد مكانة بلاده باعتبارها قوة كبرى، وتلميع صورته شخصيا بنجاحه في هذا الخصوص.

وتحاول السلطات الغربية مجابهة الإعلام الروسي بتطبيق قواعد رقابة، وفق ما ذكر جوزيف بوريل، مفوض الاتحاد الأوروبي للسياسة الخارجية في ديسمبر الماضي، حيث أعرب عن نية الاتحاد استخدام نفوذه لتطبيق قواعد رقابة البيئة الإعلامية العالمية لمنع "التدخلات في الحياة الديمقراطية والانتخابات في أوروبا".

وقال بوريل في بيان إن "وسائل إعلام روسية تنشر معلومات مضللة حول لقاحات مضادة لفايروس كورونا المطورة في أوروبا والولايات المتحدة". وأشار إلى أن فترة جائحة عدوى فايروس كورونا أظهرت أن التدخلات الأجنبية وحملات التضليل الإعلامية قد تؤدي إلى تداعيات واسعة ومدمرة لأمن الاتحاد الأوروبي وديمقراطيته ومجتمعه.

وأضاف أن "بعض الأطراف الخارجية، بينها حكومية وغير حكومية، تشارك في حملات تضليل إعلامية وتنشر عن قصد معلومات كاذبة ومضللة"، معتبرا أنها "تفعل ذلك من أجل إضعافنا وتقويض قدراتنا على التعامل بفعالية مع الأزمة".

وذكر بوريل أن "السخرية من مطوري اللقاحات الغربية تتم علنا في وسائل إعلام روسية متعددة اللغات تسيطر عليها الدولة، ما أفضى في بعض الحالات إلى مزاعم سخيفة بأن اللقاحات ستحوّل الناس إلى قردة".

وأشار إلى أن "مثل هذه الروايات موجهة، كما هو واضح، إلى دول ترغب روسيا في بيعها لقاح سبوتنيك في"، مضيفا أن "هذه التحركات تهدد الصحة العامة وسط الجائحة".

وسلّطت وسائل الإعلام الروسية الضوء على تصريحات بوريل، وردت بالقول إن روسيا نفت مرارا مثل هذه الاتهامات. وأضاف موقع قناة "آر.تي" الروسية أن لقاح "سبوتنيك في" يعتبر أول مصل مسجل في العالم ضد عدوى كوفيد – 19 يتم استهدافه بحملة تشويه مدعومة من الخارج.

الحكومة المغربية تقدم دعما ماليا لقطاع الصحافة من أجل إنقاذه

محمد ماموني العلوي

الرباط – أعلنت الحكومة المغربية استمرارها في صرف رواتب العاملين بجميع المؤسسات الصحافية للشهور الثلاثة المقبلة، وذلك ضمن خطة الدعم الاستثنائي المرتبط بمواجهة تداعيات وباء كورونا.

وقالت الفيدرالية المغربية لناشري الصحف في بيان، إنه تم الاتفاق على عقد اجتماع بين كل الأطراف المعنية في نهاية فبراير، للوصول إلى رؤية مشتركة حول الدعم السنوي المعتاد لعام 2021، الذي تقدمه الحكومة للصحف ووسائل الإعلام المغربية.

وتقدمت الفيدرالية بمذكرة شاملة لوزير الثقافة والشباب، المكلف بقطاع الاتصال، عثمان الفردوس، تعرض من خلالها تصورها لمنظومة الدعم العمومي للصحافة الوطنية من أجل مواكبة القطاع في هذه الظروف الصعبة.

ولفت نورالدين مفتاح رئيس الفيدرالية إلى التفاوتات في إجراءات الدعم الاستثنائي التي تضررت منها الكثير من الصحف الورقية والإلكترونية، المحلية والوطنية.

وحثّ مفتاح على معالجة هذه المشاكل والتوصل إلى توافقات بين كل المعنيين لتأطير الدعم العمومي طبقا للقانون، وذلك ضمن مقاربة تشاركية مع ممثلي المهنيين، وبما يحقق الإنصاف والشفافية ويساهم في التأهيل الحقيقي لمؤسسات القطاع ومواكبة تنميتها.

وأكد حسن قديم، رئيس تحرير موقع "فبراير كوم"، أن الدعم الاستثنائي المخصص للمؤسسات الصحافية لمواجهة تداعيات جائحة كورونا والمتعلق بصرف رواتب العاملين في جميع المؤسسات الصحافية للشهور الثلاثة المقبلة، يبقى أمرا جيدا ولكنه لن يحل الأزمة.

وأوضح قديم في تصريح لـ"العرب"، أن "أزمة قطاع الإعلام في المغرب أزمة بنيوية وعمقتها جائحة كورونا، وأثبتت أن صحافتنا تعيش هشاشة وتحتاج إلى سياسة عمومية لإخراج القطاع من النفق المظلم الذي يتخبط فيه". وبحسب التقرير الأخير للمجلس الوطني للصحافة، فإن أزمة الصحافة المغربية اشتدت في السنوات الثلاث الأخيرة قبل الجائحة، بحيث لم تتعد مبيعات كل الصحف سقف 200 ألف نسخة يوميا، بانخفاض بلغ 33 في المئة بالنسبة إلى الصحف اليومية، و65 في المئة للأسبوعية، و58 في المئة في ما يخص المجلات.

كما تراجع نصيب الصحافة الورقية والإلكترونية من الإعلان التجاري ما بين 2010 و2018 بنسبة 50 في المئة، وتفاقم هذا التراجع في السنوات الثلاث الأخيرة بنسبة 72.4 في المئة.

وأكد عدد من المهنيين أن الصحافة الورقية تأثرت سلبا بتداعيات جائحة كورونا التي زادت من تأزيم وضعية القطاع، لكنّ قديم يرجع أزمة الصحافة في المغرب إلى ضعف القراء بصفة عامة وتراجع الإعلانات، إضافة إلى أن المقاهي تساهم في ذلك من خلال توفير الصحف لزبائنها.

وهذا ما أشار إليه تقرير المجلس الوطني للصحافة، قائلا إن الصحافة الورقية في المغرب كانت تخسر 356 مليون درهم سنويا بسبب القراءة المجانية في الأماكن العمومية، مما يجعل الدعم العمومي السنوي المقدم لها، والذي يصل إلى 60 مليون درهم تقريبا، لا يغطي بالكاد إلا ما يناهز 17 في المئة من تكاليف القراءة المجانية للصحف في المغرب.

ولفت قديم إلى أن الجائحة فاقمت الوضع، وذلك بعد تعليق طبع الصحف ولجوء بعض المؤسسات إلى تقليص رواتب صحافيها، أو تخفيض الأجور بنسبة تتراوح ما بين 10 و50 في المئة، خلال ثلاثة أشهر من الحجر، علما وأن الصحافيين لهم التزامات تتعلق بالسكن وتدريس الأبناء وغيرها من الالتزامات العائلية، الأمر الذي يزيد الوضع تعقيدا.

واقترح للخروج من الأزمة أن ذلك يتطلب أولا وجود إرادة سياسية لإصلاح القطاع، ثم وضع سياسية عمومية من خلال إشراك كافة الفاعلين في المجال وضبط فوضى القطاع وتوسيع هامش الحرية وإعادة بناء العلاقة بين الصحافي والقارئ.

وفي معرض تقديم مشروع ميزانية قطاع الاتصال لعام 2021، أكد الوزير الفردوس أمام لجنة التعليم والثقافة والاتصال بمجلس النواب، أن "هناك إجراء جديدا يعلن عنه لأول مرة يتمثل في تخصيص مبلغ إضافي يقدر بـ30 مليون درهم من ميزانية القطاع لسنة 2020 من أجل دعم باقي المؤسسات الصحافية الحاصلة على ترخيص (الدولار يعادل 9.5 درهم مغربي)".

واعتبر الفردوس أن عملية دعم الصحافة الوطنية المكتوبة والإلكترونية تأتي بسبب هشاشة النموذج الاقتصادي للمؤسسات الصحافية التي تفاقمت بعد أن تم إيقاف الطباعة بسبب جائحة كوفيد – 19.

وأشار إلى أنه تم تخصيص مبلغ 150 مليون درهم لدفع أجور العاملين والصحافيين في المؤسسات الصحافية الوطنية، و15 مليون درهم لدعم المطابع المتخصصة في طباعة الصحف، و15 مليون درهم لدعم الإذاعات الخاصة، وكذلك 15 مليون درهم لدعم توزيع الصحف.

> **72.4**
> **في المئة نسبة تراجع الإعلانات في الصحف خلال السنوات الثلاث الأخيرة**

وكشف الوزير عن التحضير لعقد مسابقة وطنية يشارك فيها مختلف الفاعلين في السلسلة الاقتصادية لقطاع الصحافة المكتوبة وأيضا مكوناته المتعددة من أجل صياغة منظومة دعم جديدة للصحافة لعام 2021.

وشدد على الأهمية القصوى التي يكتسبها القطاع بمختلف مكوناته (الصحافة، السينما، القطاع السمعي البصري..) في ما يخص تنمية وعي المواطن وتعزيز التنوع الثقافي وترسيخ البناء الديمقراطي.

وخلص إلى ضرورة أن يعطي النموذج التنموي الجديد إشارة إلى قطاع الاتصال من أجل تثمين الموارد البشرية والكفاءات المتوفرة لديه.

وجددت فيدرالية ناشري الصحف في بيانها التزامها لدى السلطات بالدفاع من أجل تمتين الدعم والمساندة للقطاع الصحافي، وتفعيل برامج شجاعة ومتكاملة لتأهيله والنهوض بأوضاع الصحافيين.

ارتفاع قياسي للبودكاست يزيد من حصته الإعلانية

نيويورك – أكدت شركة "تشارتبل" المتخصصة أن التدوينات الصوتية "البودكاست" شهدت ارتفاعا ملحوظا في أنحاء العالم وبمختلف اللغات خلال العام الماضي، حيث تم نشر ما لا يقل عن 885262 تدوينة صوتية جديدة على الإنترنت، أي نحو ثلاثة أضعاف ما نُشر في العام السابق 318517.

ويشير ارتفاع هذه الأرقام إلى أن البودكاست سيحصد حصة كبيرة من الإعلانات بفضل شعبيته وسرعة انتشاره.

وقال تقرير أصدرته تشارتبل الأربعاء، إن نصف هذه التدوينات نشرت بلغة غير الإنجليزية.

وأوضح أن عدد التدوينات الصوتية زاد 17 ضعفا خلال خمس سنوات، مشيرا إلى أن عدد عمليات تحميل التدوينات تضاعف ثلاث مرات تقريبا في عام 2020، إذ زاد بنسبة 180 في المئة.

ويرى خبراء الإعلام أن البودكاست، المنصة الإعلامية الأسرع نموا في العالم، بفضل تنوع القضايا المطروحة وإمكانية سماعها في أي وقت وليس عند البث المباشر فقط.

وأكد تقرير معهد رويترز السنوي لعام 2019 أن معظم المستخدمين يفضلون الاستماع في المنزل أثناء القيام بمهام مختلفة مثل الطهي أو ممارسة الرياضة أو التنظيف، وتشكل مميزات الاستكمال عند نقطة التوقف والتنوع الواسع للمواضيع المثرية والبرامج المفيدة أهم أسباب هذا النمو الكبير، إضافة إلى الحجر الصحي بسبب وباء كورونا.

وذكر تقرير تشارتبل أن نحو 30 في المئة من ملفات البودكاست التي تم تحميلها عام 2020 تحتوي على حلقة واحدة أو حلقتين فحسب، إلا أن نحو 23 في المئة، أي أكثر من 200 ألف، تحتوي حتى اليوم على أكثر من عشر حلقات.

وسُجّل النموّ الأكبر في التدوينات باللغة الهندية، حيث زادت 14.1 مرة، ثم بالصينية 8.4 مرات، فالبرتغالية 7.8، في حين نمت بسرعة أقل التدوينات باللغتين الإنجليزية 1.9 والفرنسية 2.4 اللتين كان عدد التدوينات بهما كبيرا أصلا.

وتصدرت التدوينات التعليمية 133107 من حيث نوع المضمون، متقدمة على الثقافة والمجتمع 121556 والفنون 94360. أما من حيث الاستماع، فشهدت تركيا أقوى نمو، إذ تجاوز عدد الأجهزة المستخدمة خمسة أضعاف 5.2، متقدمة على إيطاليا 4.7 وبيرو 3.8.

وتراجعت منصة "أبل بودكاستس" من 43 في المئة عام 2019 إلى 38 في المئة عام 2020 من الأجهزة المستخدمة للاستماع إلى البرامج.

أما الرابح الأكبر خلال السنة الماضية فكانت منصة "سبوتيفاي" التي باتت تستحوذ على 26 في المئة من السوق في مقابل 20 في المئة عام 2019.

ومطلع العام الحالي أعلن تطبيق البودكاست الاجتماعي بريكر استحواذ شركة تويتر عليه.

وقدم تطبيق بريكر، الذي تأسس عام 2016، تجربة مختلفة للمستخدمين إذ كان يمكنهم لأول مرة الإعجاب والتعليق على الحلقات، واكتشاف ملفات بودكاست جديدة من خلال متابعة الأصدقاء، ومشاركة البرامج المفضلة عبر منصات التواصل الاجتماعي.

نموذج إعلامي عصري