

فيسبوك تنفق مليار دولار لتغيير الانطباع أنها موقع «بال» للشباب

منصته في تليف الأجزاء للملايين من الأشخاص. ويقضي أحد أهداف خطة فيسبوك البالغة ميزانيتها مليار دولار بأن تعود المنصة رائجة وبالأ ينفذ الشباب منها. وتؤكد كلوديا كامرون المسؤولة عن التسويق في شركة «أي.إم.إيه» للمؤثرين في أستراليا أن «منتجتي المحتويات هم جزء مهم من المعادلة، لأنهم يطلقون الصيحات الرائجة». ويعتبر الخبراء أنه من السابق لأوانه اعتبار أن حقبة فيسبوك ولت. ويقول جو غاليزي «لا يمكننا أن نسيء تقديرهم، فهم أقوياء جداً في مجال التكنولوجيا».

84.2 مليار دولار العائدات الإعلانية لفيسبوك عام 2020 ما يعطيا هامشاً واسعاً للاستثمار

وتتمتع فيسبوك التي كسبت 84.2 مليار دولار من العائدات الإعلانية العام الماضي بقدرة مالية كبيرة تعطيلها هامشاً واسعاً للاستثمار. وما أنفك عدد المشتركين فيها يتزايد، مع 2.8 مليار مستخدم نشط اليوم في أنحاء العالم أجمع.

لكن لا بد من أن تستثمر فيسبوك المزيد من الأموال، بحسب غاليزي الذي يلفت إلى أنه «من الصعب جداً اجتذاب كل منتجتي المحتويات هؤلاء، إلا في حال استعانت فيسبوك بمبالغ طائلة جداً، والمقصود هنا أكثر من مليار دولار».

ولم توضح المجموعة العملاقة بعد كيفية توزيع الأموال، غير أن كلوديا كامرون تتوقع أن يخصص جزء كبير منها لإستثمار التي ما زالت تعد «رائجة».

الساعية إلى منافسة منصات أخرى مثل تيك توك ويوتيوب أصبحت «بالية» نوعاً ما، على قول مواس. والشباب البالغ الخامسة والعشرين والذي يصل عدد متابعيه إلى 160 ألفاً عبر تيك توك، ويتحدث بمزيج من الإنجليزية واللغة السواحلية واللهجة العامية عن حياته الطلابية، يشكك في قدرته على تشجيع جمهوره على الانضمام إلى فيسبوك.

وقال مواس لوكالة فرانس برس في رسالة إلكترونية «لدى أمي حساب على فيسبوك لكنها لا تعرف تيك توك. المحتوى الذي أنشره مصمم لأبناء جيل الألفية الذين يفضلون منصات أخرى».

وتسعى فيسبوك للبقاء في المنافسة مع تصاعد المنافسة مع الشبكات الاجتماعية المتخصصة بالفيديو، ففي نوفمبر 2020، بدأت سنابشيت إنفاق مليون دولار يومياً على أبرز منتجتي المحتوى على منصتها. أما منتجتي مقاطع الفيديو على يوتيوب، فبات بإمكانهم أيضاً منذ 2007 الحصول على جزء صغير من المليارات التي تدرها الإعلانات على الموقع.

ولم تباشر فيسبوك بالدفع مقابل مقاطع الفيديو التي تحقق إقبالاً كبيراً إلا عام 2017. أما إنستغرام التابعة لفيسبوك، فلم تبدأ بإشراك المؤثرين في جزء من إيراداتها الإعلانية إلا في العام الفائت، إذ يحصلون على أموال من خلال الشركات التي يعقدونها مباشرة مع العلامات التجارية.

وخلال النصف الأول من العام 2021، كان التطبيق الصيني تيك توك التطبيق الأكثر تحميلاً، بحسب مركز «سنسور تاور» الأميركي. وقد أطاح بفيسبوك في مجال إطلاق الصيحات الرائجة على شبكات التواصل الاجتماعي، خصوصاً خلال الجائحة حيث ساهمت التسجيلات القصيرة المنشورة على

باريس - تخوض شبكات يوتيوب وتيك توك وسنابشيت معركة شرسة لجذب نجوم التواصل الاجتماعي ومتابعيهم الذين يمكن أن يعودوا عليها بمدائيل إعلانية ضخمة، بينما تركز فيسبوك إلى جانب ذلك على استعادة شعبيتها بين الشباب وإثبات أنها لم تهزم.

وبنت مجموعة مارك زوكربيرغ التي تأسست عام 2004، نموذجاً إعلانياً متيناً عندما بدأ المؤثرون الأوائل باقتحام الشبكات ولم يكن جذبهم ضرورياً «لتغيير نموذج أعمال الشركة»، بحسب ما يؤكد المؤسس المشارك لوكالة «فايرل نيشن» لمشاهير الشبكات الاجتماعية جو غاليزي.

لكن كما فعل المؤثرون، توجه متابعوهم أيضاً، وهم من الجيل الشاب بمعظمهم، إلى منصات أخرى، معززين الانطباع بأن فيسبوك موقع «بال» لأبناء ما يُعرف بالجيل «زد» وهو لا يليق سوى بأهلهم.

فنسبة الأشخاص الذين يتخطون الخامسة والستين من العمر المشتركين في فيسبوك ارتفعت بواقع الربع تقريباً خلال العام الماضي، أي أسرع بمرتين من معدل نمو الفئات العمرية الأخرى على أنواعها، بحسب تقرير «ديجيتال

2021» وشعرت فيسبوك أن عليها تدارك الأمر والاعتماد على استراتيجية الإغراء لصناع المحتوى الشباب، فأعلنت الأسبوع الفائت أنها ستخصص مليار دولار لكي تدفع حتى سنة 2022 لمنتجتي المحتوى الذين ينشرون موادهم على منصتها، في مجالات متنوعة كالكفاهة أو الموضة أو ألعاب الفيديو.

وفوجئ عدد كبير من نجوم الإنترنت، كالممثل الكيني مارك مواس، بإعلان فيسبوك عزمها على إنفاق أكثر من مليار دولار على برامج مخصصة لمنتجتي المحتويات، باعتبار أن الشبكة

وسائل الإعلام اليمنية تفتقد للمهنية في التعامل مع الوباء

السلطات تعتبر القضية الصحية جزءاً من الأمن القومي يمنع المساس به



المنصات اليمنية موجهة بما يخدم سياسة الجهة التي تتبع لها

كوفيد - 19، فكان الدليل استجابة لرد هذه الفجوة الموجودة لدى الكثير من الصحفيين والناشطين في اليمن، وهو خلاصة لتجارب العديد من الصحفيين من مختلف دول العالم».

وعمل رسام أيضاً على تصميم قاعدة بيانات تفاعلية تضم إحصائيات المصاحفين على مستوى البلاد، معتمداً في ذلك على المعلومات المقدمة من الجهات الرسمية. ونوه إلى أن الهدف «في البداية كان البحث عن جهة توفر إحصائيات شاملة، لكنني لم أجد، فقررت تصميم قاعدة بيانات شاملة للمحافظات اليمنية، وتحديث بشكل يومي، وهي تفاعلية، وفي متناول الجميع، سواء على المستوى العام أو على مستوى المحافظات».

كما نظمت القرية الإعلامية للتمنية والمعلومات، حملة «الصحافة مسؤولة» على منصات التواصل الاجتماعي، للتعريف بممارسات الصحافة الجيدة والمسؤولية لجائحة كورونا.

وشارك فيها عدد من الصحفيين في إطار فيديوهات قصيرة وبوسترات رقمية، كوجهات وإرشادات تخص التغطية الجيدة والمسؤولية للفايروس.

وقال بسام غير رئيس القرية الإعلامية، إن الحملة تعد رسالة تعبر عن تكاتف الوسط الصحافي في الامتثال لأخلاقيات المهنة في تغطية جائحة كورونا، مشيراً إلى أن المشاركين والمشاركات من وسائل إعلامية مختلفة على امتداد البلاد.

وبحسب غير، فإن الحملة ركزت في مضمونها على المحتوى والألفاظ، المعلومات والمصادر، التصوير وإجراء المقابلات، والسلامة المهنية للصحافيين.

واعتبر أن فوضى المعلومات أنتجت تخبطاً في التنقل الإعلامي لدى الصحافيين في البداية، لكن ذلك لم يعد قائماً بالقدر الذي كان عليه.

وبالنسبة له، فوسائل الإعلام اليمنية متباعدة في تعاملها مع الأزمة، هناك من التزم، وهناك من لم يلتزم بالقيم الصحافية، والمشكلة الراهنة تكمن في ما تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي من ضخ رسائل سلبية، وتضليل معلوماتي، جعلها تقود الرأي العام بشكل غير مقبول.

وترى فشة أخرى أن القنوات التلفزيونية والإذاعات المختلفة، والصحف تصدر في ظروف استثنائية، إضافة للضغوط من المواقع الإخبارية الإلكترونية التي باتت نسخة مكررة من الحالة العامة، ولا تزيد الوضع إلا تعقيداً، بعيداً عن الاهتمامات الراهنة، والقضايا التي تشغل الرأي العام.

لذلك يبدو الإعلام اليمني بعيداً عن القضايا والموضوعات والمشكلات التي تهم الجمهور، ولم ينجح في الانحياز إلى الجمهور في هذه الأزمة. إضافة إلى أن القمع الذي يواجهه الإعلام يجعل من الصعب عليه ممارسة وظيفته إزاء الجائحة والتي لا تقتصر على التوعية فقط، بل تعداها إلى مساعلة كل الجهات المعنية، وفي مقدمتها السلطة على اختلاف مستوياتها، عن مدى قيامها بواجبها إزاء حماية أرواح الناس، والحفاظ على حياتهم.

يجمع صحافيون ومتابعون للإعلام اليمني أن المشهد العام خلال وباء كورونا يفقد للمهنية، فالناظر التابعة للوحيين تنتهج التكتم والتضليل وتجارة الوباء، بينما المنصات التابعة للحكومة الشرعية فقيرة المعلومات خجولة الطرح، فيما الصحافيون محاصرون ومهددون لا يجروؤن على تجاوز المحظورات المفروضة عليهم في التعاطي مع القضية.

شعاع - تتجلى تأثيرات الصراع السياسي على الإعلام اليمني بتعاطيه مع أزمة وباء كورونا، فبعد عام ونصف العام على بداية الجائحة ما يزال التضليل والأخبار الكاذبة إلى جانب غياب المعلومات والبيانات الصحيحة أزمة

مرافقة للوباء تحتاج المؤسسات الإعلامية اليمنية بمختلف أطرافها. وتعاملت وسائل الإعلام اليمنية مع أزمة تفشي فايروس كورونا، بنفس الطريقة التي تعاطت بها مع الأزمة السياسية في البلاد والصراع العسكري، من حيث التغطية الانتقائية، والمعلومات الشحيحة، وتوجيه الاتهامات المتبادلة بتحميل كل طرف لآخر مسؤولية تفشي الفايروس، فيما انتهجت وسائل إعلام أخرى سياسة التهويل وإثارة الذعر، بعيداً عن نقل الواقع كما هو، ودون الأخذ بالقيم المهنية في مثل هكذا أزمات.

ويصف متابعون للإعلام اليمني المشهد العام خلال وباء كورونا بأنه يفقد للمهنية، فجميع المنصات اليمنية موجهة بما يخدم سياسة الجهة التي تتبع لها، فالناظر التابعة لجماعة الحوثي تنتهج التكتم والتضليل وتجارة الوباء، بينما المنصات التابعة للحكومة الشرعية فقيرة المعلومات خجولة الطرح.

وأشار إلى أنه توقف عن العمل بعد تلقيه مكالمة هاتفية من قبل أحد المشرفين التابعين للحوثيين، أخبره فيها بالكف عن النشر حول فايروس كورونا.

وأشارت منظمة مراسلون بلا حدود، في تصنيفها العالمي لحرية الصحافة تحت عنوان «التصنيف في زمن كورونا» إلى وجود علاقة بين قمع حرية الصحافة في سياق وباء فايروس كورونا وموقع الدول على جدول الترتيب».

ومثلت جائحة كورونا فرصة للدول الأسوأ مرتبة من أجل تكثيف إجراءاتها القمعية وهجماتها على الصحافة وحتى لفرض تدابير من المستحيل اعتمادها في سائر الأوقات.

وقال نبيل الأسدي عضو مجلس نقابة الصحفيين اليمنيين إن النقابة تلقت عدداً من الشكاوى من صحفيين تعرضوا للتهديد والتمنع من قبل السلطات في اليمن لأسباب تتعلق بتغطيتهم للجائحة.

وأضاف «السلطات في اليمن كانت وباء على الإعلام والصحافيين خلال الجائحة، وحالة التمتع والمضايقات تسببت في زيادة الوباء وبالتالي ارتكبت السلطات جريمة في هذا السياق».

وحاولت بعض المنظمات والهيئات المعنية بالصحافة في اليمن التصدي لهذا الوضع وتدريب الصحافيين على التعامل بمهنية، فاعد مركز الدراسات والإعلام الاقتصادي دليل التغطية الصحافية الجيدة لفايروس كورونا في اليمن، كوثيقة معرفية ومنهجية لتطوير مهارات الصحافيين اليمنيين في مجال التغطية الصحافية الجيدة للأمراض والأوبئة، وبخاصة جائحة كوفيد - 19.

وقال مدير البرامج بالمركز، حمدي رسام «كان هناك لغط لدى الكثير من الصحافيين في استخدام المصطلحات المتعلقة بكورونا، وهناك ممارسات صحافية لم تراع المبادئ والأخلاقيات الصحافية في تناول موضوع كجائحة

السياسية على الإعلام اليمني بتعاطيه مع أزمة وباء كورونا، فبعد عام ونصف العام على بداية الجائحة ما يزال التضليل والأخبار الكاذبة إلى جانب غياب المعلومات والبيانات الصحيحة أزمة مرافقة للوباء تحتاج المؤسسات الإعلامية اليمنية بمختلف أطرافها.

وتعاملت وسائل الإعلام اليمنية مع أزمة تفشي فايروس كورونا، بنفس الطريقة التي تعاطت بها مع الأزمة السياسية في البلاد والصراع العسكري، من حيث التغطية الانتقائية، والمعلومات الشحيحة، وتوجيه الاتهامات المتبادلة بتحميل كل طرف لآخر مسؤولية تفشي الفايروس، فيما انتهجت وسائل إعلام أخرى سياسة التهويل وإثارة الذعر، بعيداً عن نقل الواقع كما هو، ودون الأخذ بالقيم المهنية في مثل هكذا أزمات.

ويصف متابعون للإعلام اليمني المشهد العام خلال وباء كورونا بأنه يفقد للمهنية، فجميع المنصات اليمنية موجهة بما يخدم سياسة الجهة التي تتبع لها، فالناظر التابعة لجماعة الحوثي تنتهج التكتم والتضليل وتجارة الوباء، بينما المنصات التابعة للحكومة الشرعية فقيرة المعلومات خجولة الطرح.

وقال نبيل الأسدي
السلطات كانت وباء على الإعلام والصحافيين خلال الجائحة

وقام الحوثيون في صنعاء بحجب المعلومات الحقيقية التي تصف الوضع الصحي في مناطق سيطرتهم. واعاقوا حصول الصحافيين على المعلومات الدقيقة التي توصف الجائحة وتقس مدى انتشارها وخطورتها، واعتبرت هذه القضايا جزءاً من الأمن القومي يحظر المساس بها.

أما في عدن تلقى صحافيون تهديدات شخصية بسبب نقلهم لمعلومات تتعلق بانتشار فايروس كورونا، ورغم تشكيل لجنة عليا من مهامها الإفصاح عن حالات الإصابة وحالات الوفاة في المناطق التي تسيطر عليها الحكومة الشرعية، إلا أن الصحافيين ظلوا مقيدون بحبال تغطية انتشار العدوى ولاقت الأرقام التي أعلنتها اللجنة تشكيكاً متواصلاً في صحتها.

وتحدث صحافيون ومدونون يمنيون عن تعرضهم لمضايقات وتهديدات من قبل أطراف تابعة للسلطات الحاكمة بسبب تناولهم لموضوع كوفيد - 19.

وتظهر الشكاوى أن المضايقات عادة ما تكون بشكل مباشر عن طريق بعض الشخصيات التابعة للسلطات أو

لائحة قانونية جديدة لمحاصرة وسائل الإعلام المستقلة في تركيا

أجاب «مشيرين إلى أن ذلك خطوة واضحة لشيطرة الإعلام الحر، وستزيد الضغط على المنافذ المستقلة القليلة المتبقية».

وكشفت أن المحاكم التركية أصدرت خلال عام 2020، أحكاماً بحذف 1358 خبراً منشوراً في وسائل الإعلام المحلية تمت الإشارة فيها إلى بيرات البيروق صهر أردوغان ووزير مالتية السابق، إضافة إلى نجله بلال ورجال أعمال وأعضاء بارزين في حزبه «العدالة والتنمية» الحاكم.

وزادت شعبية المواقع الإخبارية المستقلة ووسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الموثوقة في تركيا بعد الحملة التي شنتها الحكومة على وسائل الإعلام إثر الانقلاب العسكري الفاشل في عام 2016 وإدخال نظام الحكم الرئاسي في البلاد في عام 2018.

وتحتل تركيا المرتبة 154 من بين 180 دولة في مؤشر حرية الصحافة لعام 2021 الذي نشرته مراسلون بلا حدود.



الحكومة تحاول خلق وسائل الإعلام الحرة

وأصبح تمويل المشاريع الأجنبية مصدرًا مهمًا للدخل للعديد من المنافذ المستقلة في تركيا، لأن الصحف التي تنتقد الحكومة محرومة تماماً من الإيرادات.

مجموعة الاستجابة السريعة لحرية الإعلام: إجراءات تقييد التمويل الأجنبي خطوة واضحة لشيطرة الإعلام الحر

وكشف تقرير لمنظمة «مراسلون بلا حدود» في فبراير الماضي، أن 90 في المئة من وسائل الإعلام التركية، إما تخضع لسيطرة الحكومة أو لرجال أعمال مقربين من أردوغان.

وعبرت المنظمات عن قلقها من أن «إجراءات تقييد التمويل الأجنبي أو تصوير متلقيه على أنهم دعاة

أنقرة - تسعى الحكومة التركية لتضييق الخناق على وسائل الإعلام المستقلة التي تلقى تمويلًا من الخارج بإدخال لائحة جديدة لما يسمى بالأخبار المزيفة والأخبار «الممولة من الخارج» في تركيا.

ونشرت 23 منظمة دولية ومحلية لحرية الصحافة تعمل في تركيا، بيانًا مشتركاً أعربت فيه عن قلقها إزاء مساعي حكومة الرئيس رجب طيب أردوغان لاستهداف الإعلام المستقل الخارج عن سيطرتها.

وأدانت «مجموعة الاستجابة السريعة لحرية الإعلام» والمنظمات الشريكة، التصريحات الأخيرة لأردوغان ومسؤولين حكوميين آخرين بهذا الشأن.

وقال فخر الدين التون لوكالة أنباء الأناضول الحكومية، الأسبوع الماضي، «من الواضح أن هناك حاجة إلى تنظيم للمنظمات الإعلامية العاملة في بلادنا بأموال دول أو مؤسسات أجنبية». «سنكمل الترتيبات اللازمة في أقرب وقت ممكن لحماية النظام العام ولضمان حق شعبنا في تصحيح الأخبار».

وأشار التون إلى اللوائح المعمول بها في الولايات المتحدة والتي تتطلب من المؤسسات الإعلامية التي تمولها الحكومات الأجنبية تقديم معلومات مفصلة حول عملها إلى السلطات كل ستة أشهر.

وأضاف «في بيئة يعبر فيها بعض القادة الأجانب صراحة عن نواياهم وجهودهم لتصميم السياسة التركية، لا يمكننا تفسير أي دولة أو مؤسسة أجنبية تقدم أموالاً مختلفة لقطاع الإعلام بشكل مستقل عن المصالح المعنية. يجب أن نشك في قدرتها على حماية ديمقراطيتنا».

ودعت المنظمات المشرعين الأتراك إلى التأكد من أن أي إجراءات جديدة تتماشى تماماً مع التزامات تركيا بموجب القانون المحلي والدولي الذي يحمي حرية التعبير والتعددية الإعلامية.