

الإعلام الدولي و العالم العربي بين السبل والأهداف "نموذج مؤسسة (dw) الإعلامية الألمانية"

International media and the Arab world between the ways and objectives «Deutsche Welle German media as a model»

بوعريشة نعيمة

جامعة عبد الحميد بن باديس – مستغانم- الجزائر

الملخص:

يعتبر الإعلام الدولي مجالا خصبا للعديد من الدراسات الإعلامية كونه من الزوايا التي تتداخل فيها العديد من المتغيرات التقنية، السياسية، الاقتصادية، الإعلامية وكذا محددات العلاقات الدولية سيما مع تنامي ظاهرة العولمة وتجلياتها بمختلف الميادين، وقد ارتبطت أهمية الموضوع بالعديد من الأحداث الدولية والأزمات الحربية التي شكلت نقطة فارقة في تنامي أهمية الإعلام الدولي سيما الأمريكي، وفي مقابل هذه السيطرة أدركت العديد من الدول أهمية هذا الجانب الإعلامي غير المحلي بما في ذلك دول أوروبا الغربية، حيث شهدت نهاية القرن العشرين وبدايات القرن الواحد والعشرين قفزة نوعية في كم القنوات الفضائية الدولية، ولم تكن جمهورية ألمانيا من جانبها بمنأى عن هذا التحول الإعلامي صوب الفضاء الخارجي وبخاصة الجانب العربي منه.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الدولي، السياسة الخارجية، القنوات الموجهة، ألمانيا، قناة (dw)، صورة العرب.

Abstract:

International media is a fertile ground for many media studies. It is one of the angles in which many technical, political, economic and media variables overlap, as well as the determinants of international relations, especially with the growing phenomenon of globalization and its manifestations in various fields. The war crises marked a milestone in the growing importance of international media, especially the American. In exchange for this control and domination, many countries realized the importance of this non-local media, including the Western European countries, where the end of the twentieth century and the beginning of the century And the twenty-quantum leap in the number of international satellite

channels. For its part, the Republic of Germany was not immune from this media shift towards outer space, especially the Arab side.

Keywords: international media, foreign policy, Germany, DW, Arabs image

1. مقدمة :

عرفت وسائل الإعلام تطورا تاريخيا بالموازة مع الثورة التقنية والتكنولوجية والتي سمحت بتجاوز المزيد من الحدود المكانية والمعوقات الزمانية بين مناطق عدة من العالم، أفسح هذا التطور مجالات جديدة للتواصل شكلت جانبا منه ظاهرة ارتفاع معدل الفضائيات بما فيها تلك الفئة الموجهة ببرامجها نحو جماهير منطقة بعينها من غير المستقبلين المحليين وازداد بذلك تأثير مضامينها على مختلف متلقيها. واحدة من المناطق التي عرفت تصويبا إعلاميا دوليا مكثفا من قبل عديد القوى الإعلامية الكبرى نخص بالذكر المنطقة العربية الممتدة من المحيط إلى الخليج والتي كانت ولا تزال محل العديد من الاهتمامات الإعلامية الغربية بما فيها الإعلام الدولي الأوروبي. ولعل دراستنا هذه تسلط الضوء على جانب مختلف من النظم الإعلامية ألا وهو الإعلام الخارجي الألماني من خلال نموذج قناة دي دابليو (DW) الألمانية.

إشكالية البحث :

إن ظهور أي وسيلة إلى الوجود لابد وأنه ارتبط بمصلحة معينة، ذلك كان شأن وكالات الأنباء أو الإمبراطوريات العظمى التي عكفت على إشباع حاجة المؤسسات الاقتصادية للمعلومة، شكلت تلك العوامل في مرحلة تاريخية بؤادر نشوء ما يعرف بالإعلام الدولي كأحد أساليب انتقال الإشارات الصوتية أو الصورية أو الكتابية التي تتخطى الحدود القومية للدولة مصدر الإرسال إلى دولة أخرى. ولأن السياسة الإعلامية لا يمكن أن تنفصل عن حقيقة التطور الحضاري الإعلامي ذلك أن السياسة الإعلامية وجه من وجوه السياسة بمعناها الشامل، فقد شكلت الظروف التي صاحبت ثورة الأقمار الصناعية المنعطف الأبرز في اتساع دائرة الإعلام الدولي وازدادت معه سطوة سلطة الإعلام وجانب من هذا الاهتمام يتمركز بشكل خاص حول جماهير المنطقة العربية. هذه الأخيرة قد عرفت منذ قرون كبؤر إستراتيجية للعديد من الأهداف الغربية سيما مع تفاقم حدة الأزمات والحروب بهذه المنطقة، وأين الدول الغربية ما تفتأ تكيف خطابها الإعلامي في ظل المتغيرات الدولية. في مقابل المد الإعلامي الدولي الأمريكي والذي مثلته

مجموعة من القنوات الدولية الذائعة الصيت عالميا، يبرز بشكل مواز ومنافس الإعلام الدولي الأوروبي الذي خص من جانبه هو الآخر خريطة إعلامية تستهدف بمضامينها الجمهور العربي بتخصيص فضاءات ناطقة بلغة شعوبه على اختلاف انتماءاتها وتعقيداتها الثقافية والسياسية. على غرار مراكز القوى الأبرز في أوروبا، نجد جمهورية ألمانيا هي الأخرى بتمايز عرقي وثقافي تولي أهمية للانفتاح الإعلامي الخارجي نحو الأقطار الأخرى. شكلت قناة دي دابليو (dw) أول خطوة إعلامية تلفزيونية تتجه بمضامينها صوب مشاهدين من خارج جمهورية ألمانيا، ولقد شكل فرعها الناطق باللغة العربية جانبا من الجهود الإعلامية، تزواج بين النشرات الإخبارية والنقاشات الحوارية والبرامج التفاعلية والتي تولي مساحات لا بأس بها من إثارة القضايا التي تعنى بمسائل الشأن العربي ولكن التساؤل الذي يطرح :

كيف يمكن لوسيلة إعلامية أن توظف دوليا لخدمة أهداف سياسية ؟ كيف تعاضمت أدوار الإعلام الدولي وما التفاسير التي خص بها الباحثون هذا الوضع ؟ ما الذي يميز الإعلام الألماني كنموذج أوروبي للإعلام الدولي ؟ ما علاقة التناول الإعلامي الألماني بصورة العرب في المؤسسات الإعلامية، وهل لمؤسسة (dw) من دور يذكر بخصوص تطور هذه الصورة ؟
والهدف من الدراسة يكمن في :

- الوقوف على أهداف الإعلام الدولي ومرتكزاته.
- الإعلام الدولي ودوره في السياسات الخارجية.
- علاقة الإعلام الدولي بالنظام العالمي الجديد والنظريات المفسرة.
- أهم النماذج والوسائل المستخدمة في الإعلام الدولي.
- الإعلام والإعلام الخارجي بجمهورية ألمانيا.
- مؤسسة DW الألمانية تاريخها هيكلتها وشبكها البرمجية.
- صورة العرب في الإعلام الألماني بين التطور و النمطية.

2. الإعلام الدولي نشأته ووظائفه

1.2- مفهوم الإعلام الدولي

تعددت مفاهيم الإعلام الدولي بحسب المفكرين فالبعض يعده نوعا من أنواع الدعاية أما البعض الآخر فيعده من السياسة الخارجية وهناك من يشير إليه بمصطلح الاتصال الدولي، وفي ضوء العديد من التعريف التي قدمها الباحثون يمكن القول أن الإعلام الدولي هو ذلك الإعلام الموجه الذي يخترق الحدود الدولية للدول ليصل إلى الجمهور الخارجي في منطقة جغرافية مستهدفة لتحقيق :

أ . تعريف شعوب العالم بالواقع الثقافي والفكري والحضاري للدولة وتفسير وجهات نظرها السياسية بالنسبة للمشكلات والقضايا الدولية والإقليمية والمحلية ومساندة سياستها الخارجية.

ب . تقديم خدمة إخبارية وثقافية تسعى لتزويد الرأي العام الدولي أو الإقليمي بالأخبار والمعلومات المتعلقة بالقضايا التي تشغل فكره وتثير اهتمامه⁽¹⁾.

2.2- نشأة و تطور الإعلام الدولي

الإعلام الدولي قديم، فمنذ قيام الثورة الصناعية و تطور صناعة الورق والطباعة، أخذت الدول تطبع الصحف على شكلها القديم وتنقل الأخبار مع السفن عبر البحار والمحيطات. بعد ظهور الإذاعة، أصبحت وسيلة جديدة أفضل للإعلام الدولي ومع الحرب العالمية الأولى كان الاتصال يتم بين القيادات وجيوشها بواسطة اللاسلكي والراديو والذي كان يستعمل عبر الحرب النفسية والشائعات، ومع ظهور التلفزيون انتقل تأثير الإعلام الدولي إلى هذه الوسيلة وخصوصا بعد ظهور الفضائيات ثم الانترنت والهواتف النقالة. لكن الإعلام الدولي بمفهومه الجديد نشأ أثناء الحرب الباردة بين المعسكرين ومع انهيار المعسكر الشرقي أصبح الإعلام الدولي يسيطر عليه من قبل أمريكا وأوروبا وظهرت وكالات أنباء عالمية وفضائيات تسيطر على الأخبار ولو تتبعنا الإعلام الدولي من البدايات نجد أن الراديو كان الوسيلة الأقوى حيث كان الروس والألمان أول من أدركوا قدرات الراديو واستخدموه كوسيلة للدعاية الدولية ثم أصبح فيما بعد سلاحا من أسلحة الحرب النفسية وظهر ما يسمى بالإذاعات الموجهة⁽²⁾.

3.2- أهداف الإعلام الدولي

- وظائف تمثيلية بتمثيل الدولة أو المنظمة التي ينوب عنها.
 - الحفاظ على صداقة الأصدقاء ومحاولة تحييد المخالفين.
 - محاولة التأثير في الجماعات المختلفة المؤثرة في صنع القرار كجماعات الضغط.
 - محاولة التأثير في الجماهير عن طريق وظائف الاتصال المختلفة.
 - محاولة تحقيق المصلحة الوطنية للدولة مع غيره من وسائل السياسة الخارجية⁽³⁾.
- سمات وخصائص الإعلام (الاتصال) الدولي : حدد فوتنر خصائص مهمة :
- القصدية أو العمدية : قد يكون الاتصال الدولي مقصودا لتحقيق هدف معين عبر الحدود الدولية كالإذاعة الموجهة وقد يكون أساسا نشاطا داخليا يعبر الحدود الدولية دون قصد وقد يكون له أثار قد تفوق أثار الاتصال الدولي المقصود كالبيت الألماني الغربي الذي كان ينساب إلى ألمانيا الشرقية.
- القنوات : يمكن أن يمارس الاتصال الدولي عبر قنوات اتصال عامة متاحة للجميع كالإذاعات الدولية أما الاتصال الخاص فهو متاح لجمهور محدد يكون مشفرا لمنع غير المستهدفين من فهم معناه.
- تقنيات التوزيع : توزع المعلومات في نظام الاتصال الدولي عبر موجات الراديو و عبر الأسلاك والكوابل أو تنقل على أفلام أو شرائط فيديو أو عبر الأقمار الصناعية من المحطات الأرضية.
- شكل المحتوى : يحمل الاتصال الدولي مضامين متنوعة تشتمل على الترفيه والشؤون العامة والبرامج الإخبارية التي تبثها الإذاعات الدولية والنسخ الإخبارية الخام التي توزعها وكالات الأنباء الدولية وبيانات وبرامج الكمبيوتر وكذا الرسائل الدبلوماسية ورسائل الفاكس والتلكس.
- النتائج الثقافية : لكل أشكال الاتصال نتائج ثقافية مادام أنها أنشطة رمزية حيث أن نظام الاتصال الدولي يسمح للدول الكبرى بفرض قيمها الثقافية على الدول الأضعف التي تسعى إلى حماية هويتها وثقافتها الوطنية.
- الطبيعة السياسية : تعتبر كل أشكال الاتصال الدولي ذات طبيعة سياسية بشكل أو بآخر أو قد تكون متأثرة فقط بالتوجهات السياسية أو الاقتصادية للدول و حتى ولم تستهدف ممارسة سلطة سياسية مادام أنها تعبر الحدود الوطنية للدول⁽⁴⁾.

3. الإعلام الدولي والسياسة الخارجية

يمكن فهم طبيعة الاتصال من خلال ما قدمه سيترام في كتابه " what is intercurtail communication":

- يتضمن الاتصال الدولي موقفا سياسيا .
- هو اتصال على مستوى قومي وجمهوره كبير وهو عادة عبارة عن أمم.
- الاتصال الدولي عادة هو تفاعل بين أفراد من أمتين مختلفتين.
- هدف الاتصال الدولي هو التأثير في الحدث السياسي لأمة أخرى.
- الاتصال الدولي في أغلبه رسمي و جمهور الاتصال الدولي عادة ما يكون معروفا للمتصل الذي يعرف بالتأكيد إلى من يوجه رسالته.

فالانصال الدولي لا يقتصر إذن على الحملات الإعلامية ووسائل الإعلام بل تتضمن النشاط الدبلوماسي ونشاط وكالات الأنباء وغيرها من الإنتاجات والاتصالات الشخصية في الخارج⁽⁵⁾. تشير النقاط السابقة إلى أهمية النشاط السياسي في عملية الإعلام الدولي وتبين هذه العلاقة من خلال فهم طبيعة العلاقة بين الإعلام والسياسة الخارجية ودورها في التأثير على الرأي العام كقوى محركة للنشاط السياسي⁽⁶⁾. ويمكن أن نحدد السياسة الخارجية من أنها "نشاط للأداة الحكومية في نطاق الأسرة الدولية جوهرها السعي نحو السيطرة والاستحواذ وانتزاع المكاسب وحماية الدولة من أي عدوان متوقع عن طريق مؤسسات منتخبة وأدوات فاعلة لتحقيق الأهداف المرسومة". والأدوات التي تستخدمها الدولة لتنفيذ سياستها الخارجية تعرف بتعددتها على أن من أهمها الإعلام كأداة تربط بين العمل الداخلي والعمل الخارجي⁽⁷⁾. ذلك ما حدا بالمهتمين إلى الربط بين مصطلحي الإعلام الدولي والإعلام الخارجي حيث خصه محمد نصر مهنا بالتعريف الأتي : "هو ذلك الإعلام الذي يهدف إلى إيجاد أو توفير مناخ عام لدى الرأي العام الأجنبي مساند للدولة التي تقوم بالإعلام الخارجي في مواقفها الدبلوماسية وسياستها الخارجية وعمليات التفاوض والمساومة"⁽⁸⁾ (عبد الله زلفة) حيث تتفاعل كل الأدوات إلا أن نجاحها يستند إلى أعمدة ثلاث :

دبلوماسية نشطة . دعاية وإعلام ذكي . قوة عسكرية يقظة

و يستنتج من ذلك قواعد ثلاث :

- أقل الأدوات تكلفة بصفة عامة هي الأداة الإعلامية.
- التنسيق بين أدوات السياسة الخارجية.
- رغم تعدد أدوات السياسة الخارجية إلا أنها لا تعدو وأن تكون تطويع إرادة لإرادة أخرى⁽⁹⁾.

4. النظام الإعلامي الجديد والإعلام الدولي

لقد ظهر حديثا ما يسمى بالنظام الإعلامي الجديد انطلاقا من مصطلح النظام العالمي الجديد الذي تقوده الولايات المتحدة على اثر التصورات الجديدة للعالم في الممارسات السياسية والاقتصادية والعسكرية بعد انتهاء الحرب الباردة ليحتل هذا الموضوع الصدارة في البحوث والدراسات الإعلامية على المستوى الدولي، والمتتبع لفكرة النظام الإعلامي الدولي الجديد يجد أنه يقوم على أبعاد مختلفة بعد سياسي، بعد اقتصادي، بعد اجتماعي وبعد ثقافي. وأمام هذا النظام الإعلامي الدولي نجد أن الهيمنة الغربية على وسائل الإعلام في العالم ولاسيما وكالات الأنباء وشبكتها التلفزيونية قد يؤثر في ثقافة دول العالم الثالث وخصوصا مع ظهور العولمة وظاهرة الإرهاب، ونتيجة للهوة بين الغرب المتقدم والعالم النامي انعكس ذلك على الإعلام كأجهزة ووسائل وخبرة وقدرة على الإعلام الدولي وظهر ما يسمى باختلال التوازن في الإعلام والتدفق الإخباري⁽¹⁰⁾.

ويشير أندرسون وريتشارد إلى أن المناظرات الدولية بخصوص الإعلام الدولي والتدفق الإخباري تتركز حول محاور :

- أ. قضايا تتعلق بتأثير الاتصال الدولي على الثقافات الوطنية والنظم الاجتماعية والاستقرار السياسي والتقدم الاقتصادي.
- ب. قضايا السيطرة الاتصالية على السيادة والحقوق والخصوصية والحصول على المعلومات والتبعية والتدفق الحر للمعلومات.
- ج. قضايا متعلقة بالمصادر الاتصالية ودورها في تنمية أنماط اتصالية و اتفاقيات التبادل الإخباري نقل التكنولوجيا⁽¹¹⁾.

مع تطور التكنولوجيا وزيادة اهتمام مشاهدي التلفزيون اتسعت مدة قنوات الأخبار وخاصة السياسية من خلال بث تقارير إخبارية فورية وعالمية وخصوصا في مجال الإعلام الدولي

السياسي على مدى 24 ساعة يوميا من خلال تقنية الأقمار الصناعية، حيث يعتبر التلفزيون ركنا أساسيا في توصيل الأخبار السياسية و التفاعل مع الجماهير، وفي العالم العربي حيث المشاكل السياسية الهائلة في منطقة الشرق الأوسط نجد أن الناس يقبلون بشكل كبير على البرامج السياسية التلفزيونية بمتابعة BBC أو CNN أو قنوات عربية متخصصة في البرامج الإخبارية كإعلام دولي سياسي ومنها قناة الجزيرة و MBC و العربية⁽¹²⁾.

الإعلام الدولي ونظرياته

1.1.4. نظرية الاستعمار الإلكتروني :

اعتاد الباحثون الإعلاميون تقليديا اختيار بعض القضايا الدقيقة مثل ترتيب الأولويات ونظام الملكية، ظاهرة العنف لكنها تكون تحديدا في وسيلة إعلام واحدة، ولكن الأمر بالنسبة للإعلام الدولي يتعلق بنظام إعلامي عالمي جديد للمعلومات لذلك فإن نظرية الاستعمار الإلكتروني تعكس الكثير من الاهتمامات المعاصرة وخاصة مع الاتجاه الجديد لاقتصاد المعلومات، والذي يعتمد على وسائل الاتصال عن بعد وتكنولوجيا الحواسيب. يمثل هذا الاتجاه تحديا للحدود الوطنية التقليدية والعوائق التكنولوجية ما كان له تأثيرات مهمة على المجتمعات الصناعية وغير الصناعية حيث حل الاستعمار الإلكتروني محل أشكال الاستعمار القديمة⁽¹³⁾.

ويمثل الاستعمار الإلكتروني علاقة الاستقلال التي أرادتها الدول الأقل نموا بالغرب، حيث بنيت تلك العلاقة على استيراد برامج وأدوات الاتصال، هذا النوع من الاستيراد أدى إلى ظهور قيم وعادات وثقافات وتوقعات جديدة تتعارض مع قيم الثقافات المحلية وعاداتها، ذلك أن الهدف الأساسي للاستعمار الإلكتروني هو التأثير على الاتجاهات والرغبات والاعتقادات وأنماط الحياة والاستهلاك. وتعتمد نظرية الاستعمار الإلكتروني على النتائج بعيدة المدى لأثار الرسائل والصور التي تطلقها الدول الغربية من أجل توسيع الأسواق والقوة والتأثير الغربي⁽¹⁴⁾.

2.1.4. نظرية النظام العالمي :

توفر هذه النظرية المفاهيم والأفكار واللغة اللازمة لبناء الإعلام الدولي، وقد طور هذه النظرية ايمانويل وليرستين والتي تتشابه مع المدرسة النقدية في أطروحاتها عن الهيمنة. تشير هذه النظرية أن التوسع الاقتصادي بدأ ينطلق من مجموعة صغيرة من الدول المركزية إلى الدول شبه المركزية والهامشية، هذه الفئات الثلاث من دول العالم تتفاوت في درجات التفاعل الاقتصادي والسياسي والثقافي والإعلامي والتقني والاجتماعي⁽¹⁵⁾. ويمثل قطاع الدول المركزية الدول الغربية الصناعية الأساسية والتي تمارس سيطرتها على الدول الهامشية وشبه الهامشية كمواقع تابعة أو ثانوية، كما تدافع تلك الدول المركزية عن علاقاتها بالدول الهامشية وشبه الهامشية عن طريق تكنولوجيا الاتصال الجماهيري التي تعرض السلع الجاهزة والخدمات التي تدعم العلاقات بين فئات الدول الثلاث في العالم، وتوظف هذه النظرية لفهم ودراسة الصناعات الثقافية وأنظمة الاتصال الجماهيري والتحول التكنولوجي والذي يسمح بنقل المواد الإعلامية لخلق أو تشكيل ثقافة جماهيرية في الخارج للسوق العام أو للجمهور تحمل قيمة ترتبط بتعلم القيم الاقتصادية المناسبة لتسهيل انتشار المدنية وتحقيق التطور بعلاقة مركزية مع هذه العلاقات.

و تفسر نظرية النظام العالمي التوسعات التي تحققت في الإعلام الدولي، حيث لعبت وسائل الاتصال الجماهيرية ومن ضمنها التلفزيون والسينما وغيرها من الوسائل دور الوسيط والمثقف للدول الهامشية و شبه الهامشية، وتم تضمين الإيديولوجية الرأسمالية في البناء التحولي الجديد وفي خطط التسوق وفي الخطط الإستراتيجية للصناعات الثقافية⁽¹⁶⁾.

➤ وهناك علاقة بين نظريتي الاستعمار الإلكتروني والنظام العالمي، فالأولى تؤكد أن تصدير برامج وسائل الإعلام ينقل عددا متنوعا من القيم الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وفي بعض الأحيان قيما سياسية ودينية أما نظرية النظام العالمي فتذهب أبعد من ذلك عندما تقسم دول العالم إلى فئات (الدول المركزية. الدول شبه الهامشية. الدول الهامشية) وتهتم بآثار الاستعمار الإلكتروني بل إن بعض الدول المركزية الأساسية ككندا وفرنسا وبريطانيا في قلق مستمر من أمركة صناعاتها الثقافية، حيث عملت أنظمة البث العامة أو الحكومية وخاصة في أوروبا على تنوير وإعلام الجمهور خوفا من تحولها إلى مستعمرات إلكترونية لدول مركزية أخرى عن طريق إعادة النظر في فلسفتها الإعلامية الخاصة⁽¹⁷⁾.

5. الإعلام الدولي نماذجه وقنواته

وقد انتشرت وسائل الإعلام الدولية الناطقة باللغة العربية والموجهة بالأساس لجمهور الوطن العربي من قبل دول غير عربية؛ نظراً للأهمية المتزايدة للمنطقة العربية بين دول العالم، وقد شمل العديد من الوسائل الإعلامية والتي ساهمت بدور كبير في عرض القضايا العربية على المستوى العالمي⁽¹⁸⁾.

وأهم هذه الوسائل :

1.5. الإذاعات الدولية الموجهة

ويمكن تعريف الإذاعات الموجهة بأنها الإذاعات التي تقدّم برامجها إلى عددٍ من الدول بلغات تلك الشعوب؛ لأجل كسب عطف الجمهور بها ليقف إلى جوار البلد المرسل للإذاعة، ويتم ذلك عبر دراسات إستراتيجية مخطّط لها، ومن أهم هذه الإذاعات: إذاعة لندن (BBC)، وإذاعة صوت أمريكا Voice of America، وإذاعة صوت مونت كارلو RMC. وصوت إسرائيل وصوت ألمانيا "إذاعة برلين"، وراديو الفاتكان، وراديو موسكو، وراديو طهران، وترتبط الإذاعات الموجهة بوجود مصالح بين الطرفين اقتصاديّة، وتجاريّة، وعسكريّة، واجتماعيّة⁽¹⁹⁾.

وتعتبر المنطقة العربية وهدفاً للإذاعات الدولية منذ بداية العقد الرابع من القرن العشرين، فقد كان الإيطاليون سابقين لبدء أول إذاعة بالعربية عام 1932 تلاهم البريطانيون عام 1938 وبعدهما الألمان في منتصف عام 1938، وتبعهم فرنسا عام 1939⁽²⁰⁾.

وفيما يلي نبذة عن أبرز الإذاعات الأجنبية الموجهة للدول العربية:

- إذاعة البي بي سي: تعتبر هيئة الإذاعة البريطانية أو مؤسسة البي بي سي من بين المؤسسات الإعلامية الرائدة في العالم؛ نظراً إلى سمعتها المتميزة وممارستها وسبقها الإعلامي، وتاريخها الحافل بالإنجازات الإعلامية. وقد عرفت المنطقة العربية البي بي سي منذ يناير عام 1938، حيث تعد البي بي سي العربية أكبر وأقدم خدمة إذاعية تطلقها مؤسسة البي بي سي البريطانية بلغة غير الإنكليزية، وقد نجحت عبر السنوات في الحفاظ على تميزها الإعلامي وفي كسب ثقة واحترام الجمهور العربي.

ولا تزال إذاعة البي بي سي تأتي في صدارة المحطات الإذاعية استماعاً بين الجمهور العربي، حيث أشارت عدة استطلاعات للرأي إلى أن مستمعي البي بي سي يعتبرونها ذات مصداقية ونزاهة وموضوعية⁽²¹⁾.

- إذاعة صوت أمريكا: في عام 1935 أصبحت إذاعة صوت أمريكا تابعة لوكالة الاستعلامات الأمريكية وواحدة من أهم فروعها، وأصبحت الوكالة تتولى تمويل البرامج الموجهة باللغات الأجنبية إلى كل أنحاء العالم، وفي أوائل الستينات افتتحت أول مكتب رسمي لها في القاهرة ليكون مركزاً لخدماتها في الشرق الأوسط، ولكنه أغلق في عام 1967 بسبب الحرب العربية الإسرائيلية وانتقل إلى بيروت. وفي عام 1978 أنشئت وكالة الإعلام الدولي التي أعطيت لها مهمة الإشراف على إذاعة صوت أمريكا التي أصبحت منذ ذلك الوقت تحتل مكانة هامة لدى المجتمع العربي بعد توجيهها للمنطقة العربية، وأصبح أهم ما يميز هذه الخدمة الإذاعية هو مستمعيها الذين يشكلون الصفوة وأصحاب الثقافات العالية حيث توجهت إليهم قبل أن تسعى إلى الجمهور العادي⁽²²⁾.

- إذاعة سوا: أطلقت إذاعة صوت أمريكا إذاعة سوا التي بدأ إرسالها في مارس 2002، والتي يشرف عليها مجلس أمناء الإذاعات الدولية، وهو إحدى الوكالات التابعة للحكومة الأمريكية، ويتم تمويلها من قبل الكونجرس الأمريكي⁽²³⁾.

- إذاعة مونت كارلو: بدأ راديو مونت كارلو "الفرنسي" بثه الإذاعي في يوليو 1943، بينما بدأت خدمته الموجهة باللغة العربية في عام 1971، عندما أرادت الحكومة الفرنسية برئاسة شارل ديغول تأكيد وجود فرنسا في مجال الإذاعات الموجهة، والتأكيد على العلاقات وتوطيد أواصر الصداقة مع الدول العربية. ومنذ تأسيسها تمكنت إذاعة مونت كارلو من إرساء مكانة لها واستطاعت جذب جمهور حاشد؛ مما جعلها في طليعة الإذاعات الدولية في العالم العربي⁽²⁴⁾.

25. الشبكات التلفزيونية العالمية الموجهة إلى الوطن العربي:

فقد تسابقت العديد من الدول لإطلاق موجة من القنوات الفضائية الناطقة بالعربية للترويج لسياساتها ومصالحها في المنطقة العربية، وأصبحت هذه القنوات محوراً لاهتمام عدد كبير من الدول التي ترصد لها ميزانيات هائلة، وتستخدم إمكانياتها البشرية والتقنية لجذب عيون وأذان المشاهدين العرب، وأصبحت الصراعات والحروب الإعلامية البديل العصري للحروب التقليدية⁽²⁵⁾ ومنها :

- شبكة CNN

تأسست شبكة الإخبار التلفزيونية بالكاابل عام 1980 ومقرها الرئيسي في أتلانتا بولاية جورجيا الأمريكية وتعد من أهم الشبكات الإخبارية العابرة للقارات وتبث برامجها 24 ساعة يوميا، وقد استطاعت أن تثبت حضورها في نقل أخطر الأحداث في العالم، وتوفر للمشاهدين رؤية التاريخ في أثناء صناعة عن طريق التغطية الحية وتستخدم عدة أشياء صناعية من ضمنها القمر العربي عربسات ولها مكاتب في أنحاء العالم وتضم ثلاثة مكاتب في ثلاث مدن عربية هي عمان والقدس والقاهرة⁽²⁶⁾.

- قناة الحرة باللغة العربية:

بدأت بثها في تموز 2003 حينما وجدت الإدارة الأمريكية نفسها أمام الحاجة إلى صوت إعلامي موجه إلى العرب والمسلمين بعد الغزو والأمريكي لأفغانستان والعراق وذلك لتغيير الصورة السلبية التي ترشحت في عقل المواطن العربي بسبب السياسة الأمريكية في المنطقة ومواقفها المنحازة لإسرائيل وقد وصلت ميزانية الحرة إلى أكثر من 12 مليون دولار من أول الكونغرس الأمريكي ويعمل بها نحو 200 صحفي ومراسل معظمهم من اللبنانيين أو العرب الأمريكيين، وقد خصصت قناة الحرة الفضائية الأمريكية قناة تلفزيونية جديدة تختص بالعراق وشؤونه وهي شبه القناة الأم اسمها (الحرة عراق) وهي تبث أرضيا وفضائياً من بغداد والمقر الرئيس في واشنطن.

كما تهتم القناة الأم بنقل أخبار السياسة الأمريكية والبيت الأبيض والمؤتمرات الصحفية الخارجية الأمريكية وتقدم برامج خاصة عن نمط الحياة والشعوب في بعض الدول العربية كالمغرب العربي. وتقدم نشراتها الإخبارية الرئيسية وعلى مدار الساعة⁽²⁷⁾.

- روسيا اليوم

هي قناة إخبارية فضائية روسية تبث برامجها باللغة العربية، بدأ بث القناة باللغة العربية في 4 أيار 2007، وتتبع محطة روسيا اليوم إلى مؤسسة "تي في - نوفوستي" المستقلة غير التجارية. وتعد قناة روسيا اليوم قناة إخبارية ويتضمن برنامج بث القناة الأخبار السياسية والاقتصادية والثقافية والرياضية إضافة إلى الأفلام الوثائقية والجولات الصحافية والتحقيقات المصورة. تبث القناة على مدار الـ 24 ساعة يوميا خلال سبعة أيام في الأسبوع. ويتم بث برامج القناة من موسكو بواسطة عدد من الأقمار الصناعية وهي BADR 4، HotBird-6، Nilesat 103 وبطريقة أون لاین في موقعنا الإلكتروني كما يستطيع زوار YouTube يوتيوب الاطلاع على برامج قناة "روسيا اليوم" عبر موقعها الخاص ويستطيع أكثر من 350 مليون مشاهد في بلدان الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وأوروبا تلقي موجة البث التلفزيوني للقناة الفضائية. يتألف فريق قناة "روسيا اليوم" من صحفيين ومترجمين ومستشرقين من الروس والعرب المحترفين⁽²⁸⁾.

-قناة العالم الإخبارية:

قناة إخبارية ذات توجه شيعي ناطقة بالعربية تبث من طهران في الجمهورية الإسلامية الإيرانية تديرها هيئة إذاعة جمهورية إيران الإسلامية ضمن باقة قنواتها الإخبارية باللغات المختلفة، نشأت في العام 2003، وهي موجهة للناطقين بالعربية في العالم العربي وخارجه ومن أهم أهدافها الدفاع عن إيران والثورة الإسلامية وتصدير الفكر الشيعي⁽²⁹⁾. قناة تي آر تي التركية :

هي أول محطة تركية ناطقة بالعربية تم افتتاحها بموجب قرار حكومة حزب العدالة والتنمية لتدعيم التواصل الثقافي والأخوي بين تركيا والعالم العربي بداية شهر أبريل 2010. وهي تابعة للهيئة العامة لإذاعة وتلفزيون تركيا. تعتمد اللغة العربية الفصحى إلى جانب لغة خليط بين الفصحى وبعض اللهجات العربية في بعض البرامج ذات الطابع غير السياسي. تنطلق القناة بناء على إيمانها بأن الإعلام رسالة قوية في بناء الذات والتعبير عنها، وبذلك تكون تركيا بافتتاحها هذه القناة قد خطت خطوة واثقة نحو التعبير عن ذاتها الثقافية والفنية والعلمية للشعوب العربية، بالإضافة إلى إتاحة المجال للمفكرين والمثقفين والسياسيين والإعلاميين العرب للتعبير عن رؤاهم والوقوف على وجهات نظرهم في المجالات المختلفة للتمهيد

لافتتاح رؤية ثقافية تبادلية مشتركة بين تركيا والعالم العربي في مجالات اختصاص القناة وسياساتها الإعلامية الواضحة⁽³⁰⁾.

6. النموذج الإعلامي الألماني بين البنية والتطلع للعالمية مبدئياً، يوجد في ألمانيا نظام مزدوج للبث: من ناحية يوجد الإرسال الإذاعي والتلفزيوني العام (الحكومي)، ومن ناحية أخرى توجد وسائل الإعلام المرئي والمسموع الخاصة (ابتداءً من منتصف الثمانينات). ولأسباب جلية تختلف الآليات التنظيمية الخاصة بكل منهما اختلافاً جوهرياً⁽³¹⁾.

يعد الدستور الألماني من الدساتير العالمية التي تضمن حرية الصحافة والتعبير ويحميها. وكانت حرية الصحافة من أول الحقوق الديمقراطية التي استعادتها ألمانيا بعد حكم النازية. ومنذ مئتي عام وهي نواة المجتمع الديمقراطي. فقد ناضل الألمان من أجلها طويلاً، بعد أن قمعها بيسمارك، وحدت من حريتها الحكومات أثناء الحربين العالميتين ومن ثم تحديد تعريف لحرية الصحافة من قبل الحلفاء الغربيين بعد عام 1945، إلى أن جعل الدستور الألماني من حرية الصحافة حقاً أساسياً يكفله القانون بموجب الدستور⁽³²⁾.

عبر السنين ومع التطور التكنولوجي بدأت وسائل الإعلام بالانتشار والاتساع، ووصل عدد الصحف اليومية إلى أكثر من 350 صحيفة موزعة على المدن والبلدات الألمانية، وتطبع حوالي 24 مليون نسخة. ورغم هذا الكم الهائل من الصحف، إلا أن هناك بعض الصحف التي تخطت المحلية ووصلت إلى الإقليمية والعالمية وتوزع في كافة أنحاء ألمانيا، مثل "زود دويتشه" و"فرانكفورتر ألغماينه" و"دي فيلت". إضافة إلى صحيفة "بيلد" الصفراء، والتي تعتبر الأكبر على مستوى القارة الأوروبية من حيث عدد مبيعات النسخ، ويصل عدد مبيعاتها اليومية إلى حوالي ستة ملايين ونصف مليون نسخة.

ورغم أن أهمية الصحيفة كوسيلة إعلامية دائمة التطوير والتغيير في الشكل والمضمون والانتشار منذ أكثر من 500 سنة، إلا أنها في بنيتها الأساسية لم تتعرض لأي تغيير، وذلك رغم ما يصيب عالم الإعلام من تغيرات مستمرة. ورغم التقدم التكنولوجي وتطور الإنترنت واتساع الإمكانيات في الحصول على الأخبار، إلا أن الصحيفة حافظت في غالب الأحيان على توازنها

وقوتها كوسيلة مؤثرة في المجتمع الألماني. فالصحيفة تهتم بالتحليلات المعمقة وخلفيات الأحداث ومناقشة المواضيع و تختلف نظمها عن بقية الدول الأوروبية الأخرى فإنها تتميز بأنها شديدة التركيز و قليلة التمرکز ويلاحظ أن إعلاناتها وفيرة للغاية. ولا زالت الصحف الألمانية ذات تأثير واضح في الحياة السياسية وتعتبر مرجعاً مهماً ومؤثراً على المستويين الاجتماعي والسياسي. وفي هذا الإطار يمكن ذكر صحفيي "زود دويتشه" و"فرانكفورتر ألغماينه"، إضافة إلى صحيفة "دي تسايت" الأسبوعية⁽³³⁾.

إلى جانب الصحف هناك مجلات كثيرة تعني بمختلف القضايا الاجتماعية والسياسية والرياضية. ولكن أهم هذه المجلات وأكثرها انتشاراً على مستوى الجمهورية الاتحادية هي "دير شبيغل" و"فوكس" و"شتيرن". وأهمية هذه المجلات لا تقل عن أهمية الصحف، فمن المعروف أن مجلة "دير شبيغل" مؤثرة بشكل مباشر في القرار السياسي لما تقدمه من معلومات وحقائق في مختلف القضايا، خاصة السياسية والاجتماعية. وهي من أهم وسائل الإعلام الألمانية من حيث التحقيقات الصحفية⁽³⁴⁾.

إلى جانب الصحف والمجلات هناك أيضاً الإعلام المرئي والذي يعمل بنظامين مختلفين، فهناك الإعلام الرسمي، والذي يتم تمويله من أموال الضرائب، إضافة إلى الرسوم التي يدفعها المواطنون مقابل اقتناء الراديو والتلفاز، وينطوي تحت هذا النظام قناتي (ARD, ZDF). هذا إضافة إلى القنوات الخاصة التي تعتمد في تمويلها على الإعلانات بشكل رئيسي. إلى جانب ذلك هناك قناة ألمانيا الخارجية DW، والتي يتم تمويلها بقرار من البرلمان وتخضع لرقابته ورقابة المجتمع. وفي هذا الإطار لا يمكن إغفال وكالة الأنباء الألمانية dpa، وهي رابع أكبر وكالة أنباء في العالم⁽³⁵⁾.

1.6 هيئة و إذاعة دوتش ويل (DW) الألمانية

إذاعة صوت ألمانيا أو دويتشه فيله (Deutsche Welle) واختصارها DW أي الموجة الألمانية هي الإذاعة الدولية لألمانيا إلى العالم الخارجي، وهي واحدة من كبريات إذاعات العالم الموجهة إلى الخارج بداية من الثالث مايو 1953. تعمل الإذاعة على التعريف بألمانيا ونشر الصورة الأصلية عنها ودعم التبادل الثقافي عبر محطات التلفزيون والراديو وشبكات الإنترنت⁽³⁶⁾.

يعد دوتش فيله نظاما إذاعيا ألمانيا قصير الموجة تم إنشاؤه لبث محطات الراديو والتلفزيون في جميع أنحاء العالم. ويقدم هذا النظام على مدار 24 ساعة الأخبار والمعلومات الحديثة عن ألمانيا والشؤون الداخلية الأوروبية والقضايا العالمية إلى جانب الاتجاهات الاقتصادية والمالية، ويتكون راديو دوتش فيله من محطتين رئيسيتين :

محطة باللغة الألمانية ومحطة باللغات العالمية التي تشمل الانجليزية و الفرنسية والاسبانية والايطالية و اليونانية. وقد تأسس القسم العربي في 1 أبريل 1959 وكان أول قسم يبث بلغة غير أوروبية⁽³⁷⁾.

أما تلفزيون صوت ألمانيا فقد بدأ بث برامجه التلفزيونية منذ عام 1992 على مدار الساعة عبر القمر الصناعي باللغات الألمانية والإنكليزية والأسبانية والعربية وهناك مئات المحطات التلفزيونية في أوروبا وآسيا وإفريقيا والأمريكيتين تبث البرنامج التلفزيوني بكامله أو مقاطع منه بناء على اتفاق مع الإذاعة، ويصل إرساله حاليا إلى جميع أنحاء أوروبا و يقدم خدمات تلفزيونية غير تجارية على مدى 24 ساعة يوميا ويتم تمويله بصفة أساسية من خلال الحكومة الألمانية.

دخل دوتش فيله مجال خدمات الإنترنت لكي ينافس في هذه الساحة هيئة الإذاعة البريطانية BBC وإذاعة صوت أمريكا⁽³⁸⁾.

يعمل في القسم العربي في إذاعة صوت ألمانيا محررون من مصر وسوريا والعراق والجزائر ولبنان وفلسطين والمغرب واليمن ومن ألمانيا بطبيعة الحال ويشارك في البرنامج عدد من المتعاملين بالقطعة ومن المراسلين في مختلف أنحاء العالم وخاصة منهم المراسلين في الدول العربية ومراكز المنظمات الدولية والدول الكبرى⁽³⁹⁾. البرنامج الرئيسي هو المجلة الإخبارية اليومية مع الأحداث التي تقدم للمستمع كل ما يحظى بأهمية دولية من أحداث الساعة وخلفياتها، ومن الطبيعي أن الأحداث الآنية الهامة في المنطقة العربية تحتل مكانا رئيسيا في هذه المجلة بالإضافة إلى السياسة الخارجية الألمانية وخاصة تجاه الدول العربية والوحدة الأوروبية وآثارها على علاقة أوروبا وألمانيا بالعالم العربي، إلى جانب التقارير والتحليلات السياسية هناك برامج يومية هامة كالمفكرة الثقافية التي تلقي الأضواء على أهم الأحداث الثقافية والفكرية والفنية في ألمانيا والعالم العربي وعلى الصعيد الدولي والمجلة الاقتصادية

وأبناء عالم الرياضة وأحداثه وبريد المستمعين بالإضافة إلى البرامج الأسبوعية المختلفة كبرنامج المرأة والسياحة والعلوم والبيئة والطب والموسيقى والشباب ودروس تعليم اللغة الألمانية. في 1 ديسمبر 2011 تم توقيف البث الإذاعي للقسم العربي بعد أكثر من خمسين عاماً من الإرسال⁽⁴⁰⁾.

7. صورة العرب في النموذج الإعلامي الألماني هل من اتجاه نحو التغيير؟

تعد دراسة سامي مسلم بعنوان صورة العرب في صحافة ألمانيا الاتحادية وهي عبارة عن رسالة جامعية مقدمة في جامعة بون، وحيث أن الدراسة اتبعت أسلوب تحليل المضمون النوعي (الكيفي)، لتحديد الصور والتشبيهات والأحكام المسبقة عن العرب في صحافة ألمانيا الاتحادية، وقد شمل التحليل ثلاث صحف يومية، صحيفة أسبوعية ومجلة أسبوعية تنقسم توجهاتها ما بين المحافظة، اليمينية، الليبرالية دون اليسارية⁽⁴¹⁾.

شمل التحليل فترة ثلاث شهور طيلة مسيرة الحرب العربية الإسرائيلية وبالرغم من كونها دراسة حالة خاصة لحالة حرب (حرب أكتوبر 1973)، فإن نتائجها قد عكست الصور المقولبة للعرب في وسائل الإعلام الألمانية واستمرارها رغم وضع البعض منها موضع التساؤل على اثر النجاحات العربية حيث جاءت النتائج كالآتي:

- تطور الصورة العربية في أجهزة الإعلام الألمانية الغربية حتى نشوب الحرب بشكل يتوازى و تطور العلاقات بين جمهورية ألمانيا وإسرائيل وعلاقات ألمانيا مع الأقطار العربية (التزام تاريخي نحو اليهود).

- حرب أكتوبر 1973 وتأثيرها على الرأي العام العالمي ما أدى إلى بروز مرحلتين مهمتين للكتابة الصحفية و صورة العرب في أجهزة الإعلام الألمانية :

1. وضع الصور المقولبة القائمة قبل الحرب موضع التساؤل مع حرب أكتوبر نتيجة لنجاحات العرب.

2. عودة إلى الصور المقولبة القديمة مع سير العمليات العسكرية خلال الحرب نتيجة للتوسع الإسرائيلي.

. تجنيد الجانب العربي من إنسانيته كصورة من صور التشويه الإعلامي الألماني في التعامل مع قضايا الأسرى الإسرائيليين.

. القضية الفلسطينية كقضية مركزية في الشرق الأوسط وعدم الاهتمام بها من قبل الصحفيين الألمان خلال فترة الدراسة و النظر إليها كحرب خلاف على الحدود بين إسرائيل و جاراتها العرب رغم تصاعد حيز الاهتمام بالقضايا العربية بشكل عام مع حرب أكتوبر⁽⁴²⁾.

إن بوسع المرء أن يرى أن هناك صورة سلبية عن الإسلام عامة (وممثليه من العرب) والعالم الإسلامي أو السياسة الإسلامية بين الأوساط السياسية المتباينة داخل و خارج وسائل الإعلام، ذلك أن الواقع المعقد للإسلام أصبح يتمثل في مظاهر القمع والقهر والعنف، وهي تشير إلى خلافات بين الاتجاهات والمناحي السياسية والفكرية.

إن كل اتجاه سياسي لديه آلياته المحددة لتفعيل صورة سلبية عن الإسلام والتي تستخدم بقوة داخل اتجاه محدد في الوقت الحاضر، و قد تتطور الصورة السلبية إلى صورة أكثر إيجابية نوعا ما حتى يتسنى إيجاد موقف ما في مواجهة العدو السياسي ولذا فإن الإسلام يعد هدفا بحد ذاته داخل التقسيم اليساري - اليميني.

وحتى إذا كانت الصورة السلبية للإسلام حسب فاينبيلد إسلام ظاهرة عامة في وسائل الإعلام وفي المجتمع الألماني على حد سواء فإن ملامح هذه الصورة ترتبط جزئيا على الأقل بالتقسيم اليساري اليميني الذي لا يزال قائما. ولهذا يتعين إجراء الحوار بين الثقافات المتعددة في نفس الوقت الذي يتعين فيه إقامة حوار شامل بين المجتمعات المعنية يضم كافة الاتجاهات والآراء والتي تعكس الإيديولوجيات المتباينة⁽⁴³⁾.

1.7- إن الصورة النمطية للعرب والإسلام في وسائل الإعلام الأوروبية و بخاصة الألمانية تتماشى و مجموعة من المظاهر المؤثرة

1.1.7- نسب ضئيلة من التنوع للمشهد الإعلامي في ألمانيا

ما يزال التنوع الخاص بمجتمع الهجرة الألماني مفقودا في عالم الإعلام، إذ لا يكاد يوجد أي بلد آخر في أوروبا لديه هذا العدد القليل من الإعلاميين من ذوي الأصول المهاجرة مثلما هي الحال في ألمانيا. والآن تسعى مبادرة "الإعلاميين الألمان الجدد" إلى تغيير ذلك. فكثيرا ما تتعرض وسائل

الإعلام في ألمانيا للاتهام بأنها تغطي واقع المهاجرين واندماجهم دون تعددية وتنوع أو حتى أحياناً بخطاب شعبي. وأثبت ذلك من جديد الجدل الحاد الذي أثارته الدراسة المتعلقة بالإسلام والتي تم نشرها مؤخراً تحت عنوان "عوالم حياة الشباب المسلمين". ولذلك يطرح السؤال عمّا إذا كانت زيادة نسبة الإعلاميين من ذوي الأصول المهاجرة ستساعد في تغيير هذا الواقع وتساهم في إيجاد تغطية إعلامية متوازنة؟ ولكن في الواقع إنّ تمثيل المهاجرين المقيمين في ألمانيا ما يزال ضعيفاً جداً حتى الآن في وسائل الإعلام، إذ لا يوجد تقريباً أي قطاع آخر يعمل فيه المهاجرون بنسبة قليلة للغاية مثلما هي الحال في قطاع الصحافة، حيث تبلغ نسبة الصحفيين من ذوي الأصول المهاجرة 2 في المائة في حين أنّ نسبة ذوي الأصول المهاجرة بين عموم السكّان تصل إلى واحد من كلّ خمسة⁽⁴⁴⁾.

يرى الباحث المختص في وسائل الإعلام دانييل مولر أنّ أسباب قلة تمثيل المهاجرين في عالم الإعلام الألماني تكمن أساساً في عدم المساواة البنيوية والاجتماعية في المجتمع. قالت الصحفية شيلا ميسوريكار في حوار أجراه معها موقع Qantara.de: "نحن نعتقد أنّ جميع السكّان يجب أن يكونوا ممثلين بما يتطابق مع تكوينهم في كلّ المهن والوظائف... وهذا ينطبق أيضاً على نسبة المهاجرين في وسائل الإعلام، إذ إنّهم يشكّلون في آخر المطاف خمس سكّان هذا البلد"⁽⁴⁵⁾.

2.1.7 الصورة النمطية للعرب والمسلمين لا تزال محور نقاش

تثبت الكثير من الدراسات وعلى الرغم من تحقيق بعض التقدم أنّ صورة الإسلام التي تنقلها وسائل الإعلام الواسعة الانتشار مازالت تركز على الجوانب والمداولات السلبية. الخلاف والاختلاف حول هذه الجوانب كان محور مؤتمر خاص عقد في برلين. لؤي المدهون يعرض أهم مجريات هذه النقاشات ومحاور هذا المؤتمر.

من الواضح والمعروف أنّ وسائل الإعلام تلعب دوراً هاماً في اندماج المسلمين، كما تشارك في صنع القرار، فيما إذا كانت عملية "دمج الإسلام" في إطار المنظومة السياسية لدولة القانون سوف تتم في آخر المطاف بنجاح. كذلك من الجائز أن يكون هذا الرأي قد دفع وزير الداخلية الاتحادي، فولفغانغ شويبله، إلى المناشدة أثناء المؤتمر الذي عقد تحت عنوان "صورة الإسلام

في ألمانيا - كليشيهات جديدة وصور عدائية قديمة؟" بأن تبتعد التقارير الإعلامية والريبورتاجات عن الصور الاختزالية التبسيطية التي تضع المسلمين في بوتقة واحدة عندما يتعلق الأمر بتصوير المسلمين وواقعهم المتنوع.

يعد هذا المؤتمر الذي رعته وزارة الداخلية الاتحادية ومؤسسة هيربرت كفاندت Herbert Quandt جزءاً من "مؤتمر الإسلام الألماني". DIK التقى في هذا المؤتمر صحفيون وسياسيون وخبراء إعلاميون وممثلون عن الجمعيات والروابط الإسلامية، من أجل تبادل الآراء حول مدى تغيير الصورة الشائعة عن المسلمين في ألمانيا منذ الدعوة لعقد "مؤتمر الإسلام الألماني" DIK قبل أكثر من عام - وقبل كل شيء من أجل دراسة الفرص المتاحة لمواءمة التقارير والريبورتاجات التي تتناول الإسلام مع الواقع⁽⁴⁶⁾.

3.1.7. أجواء من انعدام الثقة

"لقد تغيرت هذه الصورة ولا شك في أن انعدام الثقة بالإسلام أضحى منتشرًا بشكل واسع في ألمانيا. لو نظرنا إلى نتائج الاستطلاعات، فسنلاحظ أن حجم هذه التحفظات وحتى الخوف المنتشر داخل المجتمع الألماني من الإسلام قد ازداد في السنين الأخيرة. فمن ناحية لا تزال تتم بشكل متزايد وخاطئ مساواة الإسلام في مجتمع الأكثرية الألماني مع الإسلام السياسي والتعصب. ومن ناحية أخرى "يشكي المسلمون من العزل والاستثناء والرفض الشامل. فهم يشعرون، بغض النظر عن آرائهم الشخصية حول الدين والمجتمع الذي يعيشون فيه، بزيادة تعرضهم لاتهم يُشعرهم بأنهم معزولون⁽⁴⁷⁾".

4.1.7. جدل الاندماج

أشار في هذا الصدد عالم الاجتماع من مدينة بيليفيلد، فيلهلم هايتيمير، مرارا وتكرارا إلى نتائج دراساته التي يتم إعدادها سنوياً منذ عام 2002، كما تحدّث عن "جدلية الاندماج، حيث إن البشر يتصرفون وفق تقييمات مسبقة مختزنة لديهم وليس وفق الصورة الواقعية".

قضايا جديدة واتجاهات إعلامية جديدة

جاءت نتائج استطلاع للرأي متسقة إلى حد كبير مع المحتوى الإعلامي الذي تقدمه كثير من وسائل الإعلام الأوروبية في الوقت الحالي. فرغم الجهود التي تبذلها بعض وسائل الإعلام في ألمانيا

في سبيل إدماج اللاجئين، تأتي بعض وسائل الإعلام وفي دول أخرى على رأس قائمة الوسائل الراضية للاجئين مركزة على السلبيات العديدة التي يفرضها تواجدهم وتواجد المهاجرين. إن حدوث التحول التدريجي في توجهات الإعلام الأوروبي إزاء قضايا اللاجئين يعود إلى اعتبارات : . صعود اليمين : منذ بداية أزمة اللاجئين يبدي اليمين الأوروبي تشددا واضحا حيال وجود أجناس غير أوروبية، وقد استفاد هذا التيار من وقوع بعض العمليات الإرهابية لاسيما في فرنسا وبلجيكا وألمانيا.

. تبني خطاب متشدد : بدأت بعض وسائل الإعلام في تبني مواقف متشددة تجاه المهاجرين واللاجئين رغم وجود برامج تلفزيونية (ألمانية) تدعو إلى دمجهم و تقديم الدعم لهم. . تضخيم الأزمات : في تقرير أصدرته شبكة الصحافة الأخلاقية 17 ديسمبر 2015 و أشارت إليه صحيفة الغارديان إلى أن قدرا كبيرا من التضليل تحتويه المادة الإعلامية في حديثها عن اللاجئين المتدفقين إلى أوروبا بهدف حشد الرأي العام والترويج للأفكار اليمينية من خلال تضخيم المشكلات الاقتصادية التي تعاني منها هذه الدول ⁽⁴⁸⁾.

5.1.7. الاتجاهات العامة للتقارير والريبورتاجات التي تتناول الإسلام و مطابقتها للواقع احتلت النتائج التي توصل إليها فريق العمل الإعلامي الخاص "بمؤتمر الإسلام الألماني DIK والتي تظهر أن التقارير والريبورتاجات تركّز كثيرا جدا على مواضيع العنف عندما يتعلّق الأمر بالإسلام مكان الصدارة في النقاشات التي قوبلت باستحسان لما تم فيها من تبادل آراء مختلفة حول "الحالة (غير) الطبيعية" للتقارير والريبورتاجات التي تتناول الإسلام. أما كاي حافظ، الخبير في الشؤون الإعلامية في جامعة إرفورت والذي سبق له إعداد دراسة مرموقة حول صورة الإسلام في محطتي التلفزة الألمانية العامتين الـARD و"ZDF، فقد أكّد صحة هذه النتائج: "لقد خلق هذا الاهتمام حالة من الاعوجاج، بحيث أصبحنا نواجه في الوقت الحاضر تركيزا بعيد المدى على التقارير والريبورتاجات السلبية، حيث لا يكاد يتم عرض تقارير وريبورتاجات حول العمل الخيري الذي يقوم به الإسلاميون على مستوى البلديات والخدمات العامة أو حول مقاومتهم السلمية التي لا يستخدم فيها العنف."⁽⁴⁹⁾

2.7. مؤسسة (dw) وأفاق الصورة العربية

على اثر مظاهرة لحركة بيغيدا في مدينة دريسدن الألمانية أضحت قضية اللاجئين امتحان حقيقي للإعلام الغربي حيث تطرق مدير القسم العربي بمؤسسة دويتشه فيله الألمانية في بون، راينر زوليش إلى كيفية ومعايير تناول المواضيع في الإعلام الألماني وخاصة من قبل DW عربية "فهي وان كانت قناة ألمانية إلا أن المجموعة المستهدفة لها هي في العالم العربي" مشددا على أن الأمر الذي حرصت عليه المؤسسة الإعلامية الألمانية (DW) هو "إبراز العامل الإنساني بخصوص اللاجئين". وقال زوليش إن الصحافة الألمانية اجتهدت للتعامل مع موضوع اللاجئين من منطلق إنساني، إلا أنه نوه بأن "كلما زادت المخاوف والانتقادات لسياسة اللجوء، كلما طغت الصورة النمطية داخل المجتمع الألماني"⁽⁵⁰⁾.

وفي دراسة قامت بها كارولا ريشتر بعنوان : الإعلام الدولي والحوار بين الثقافات - DW- في العالم العربي هي عبارة عن دراسة تحليلية كمية مقارنة لمضامين قناة (dw) مع مضامين قناتي الجزيرة و العربية الفضائيتين في الفترة ما بين 2006 (3 ساعات يوميا) و 2007 (9 ساعات يوميا)، فقد أشارت نتائجها

. تقارب بين أجندة (DW) مع الأجندة الإعلامية العربية في تناول المواضيع الإعلامية. عدم انتهاج القناة لتسييس مواضيع البث مع حضور نسبة للمواضيع ذات الطابع الاجتماعي، الاقتصادي والثقافي وهي المواضيع التي من الممكن حسب رأي الباحثة أن تكون عاملا مشتركا للحوار بين ثقافات المنطقة العربية وثقافات أوروبا⁽⁵¹⁾.

8. خلاصة

بناء على جهود القناة وتوجهها المباشر إلى الجمهور العربي فمن الممكن تفعيل دورها في مجال الحوار وخاصة بتلك المسائل المتعلقة بتصحيح الصور النمطية عن المواطن العربي في وسائل الإعلام وال جماهير الأوروبية على حد سواء.

1. عبد الرزاق محمد الدليحي، الإعلام الدولي في القرن 21، دارالمسيرة ، ط1، عمان الأردن، 2011، ص 22. 21.
2. فاروق خالد، الإعلام الدولي والعملة الجديدة، دارأسامة، عمان الأردن، ص 15.
3. مختار مفتاح السنوسي، الإعلام الدولي الأسس والمفاهيم، دارزهران للنشر والتوزيع، ط1، الأردن 2013، ص 15. 16.
4. فؤادة عبد المنعم البكري، الإعلام الدولي، عالم الكتب، ط1، القاهرة، 2011، ص 89. 90. 91.
5. مجد هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، دار المناهج، عمان الأردن، 2006، ص 65. 66.
6. محمد نصر مهنّا، الإعلام السياسي بين النظرية والتطبيق، دار الوفاء، ط1، الإسكندرية، 2008، ص 117.
7. مجد الهاشمي، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، دارأسامة، ط1، عمان، 2009، ص 23.
8. عبد الله زلفة، الإعلام الدولي في العصر الحديث، كلية الآداب ببلهة، ص 16.
9. المرجع السابق، مجد الهاشمي، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، ص 28. 29.
10. المرجع السابق، فؤادة عبد المنعم البكري، الإعلام الدولي، ص 129. 130.
11. المرجع السابق، فاروق خالد، الإعلام الدولي والعملة الجديدة، ص 146.
12. المرجع نفسه، ص 148.
13. جيهان أحمد رشتي، الإعلام الدولي، دار الفكر العربي، ص 328. 329.
14. توماس ماكفيل، الإعلام الدولي النظريات الاتجاهات الملكية، تر. حسني محمد نصر وعبد الله الكندي، دار الكتاب الجامعي، ط1، العين، 2005، ص 81.
15. المرجع السابق، عبد الرزاق محمد الدليحي، الإعلام الدولي في القرن 21، ص 38.
16. المرجع السابق، توماس ماكفيل، الإعلام الدولي النظريات الاتجاهات الملكية، ص 83.
17. المرجع السابق، عبد الرزاق محمد الدليحي، الإعلام الدولي في القرن 21، ص 44. 45.
18. شريف درويش اللبان، المنطقة العربية والرسالة الإعلامية الموجهة، المركز العربي للبحوث والدراسات.
19. المرجع السابق، جيهان أحمد رشتي، الإعلام الدولي، ص 04. 03.
20. المرجع نفسه، ص 125. 129.
21. المرجع السابق، عبد الله زلفة، الإعلام الدولي في العصر الحديث، ص 100. 108.
22. ياس خضير البياتي، الاتصال الدولي والعربي من مجتمع المعلومات إلى مجتمع الورق، دار الشروق، ط1، عمان 2006، ص 175. 176.
23. المرجع نفسه، ص 177. 178.
24. المرجع السابق، عبد الله زلفة، الإعلام الدولي في العصر الحديث، ص 116. 117.
25. المرجع السابق، شريف درويش اللبان، المنطقة العربية والرسالة الإعلامية الموجهة.

26. المرجع السابق، ياس خضير البياتي، الاتصال الدولي والعربي من مجتمع المعلومات إلى مجتمع الورق، ص 119.120.
27. المرجع نفسه، ص 182 . 183 . 184.
28. المرجع السابق، فؤادة عبد المنعم البكري، الإعلام الدولي، ص 160.
29. المرجع نفسه، ص 170.
30. المرجع السابق، عبد الرزاق محمد الدليعي، الإعلام الدولي في القرن 21، ص 235.236.
31. أندرياس جون والد وآخرون، تجارب الإعلام المرئي والمسموع في أوروبا، تقديم أحمد حسو وترجمة حازم سالم، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، سلسلة قضايا الإصلاح، ط1، 2007، ص 39.
32. الإعلام الألماني من الرقابة إلى عنوان للديمقراطية موقع ألمانيا (موقع إلكتروني) <http://www.almaniah.com> التصفح يوم 15/02/2018 ساعة 19:20
33. المرجع السابق، ياس خضير البياتي، الاتصال الدولي والعربي من مجتمع المعلومات إلى مجتمع الورق، ص.163. 164. 165.
34. المرجع نفسه، ص.165.166.
35. المرجع السابق، أندرياس جون والد وآخرون، تجارب الإعلام المرئي والمسموع في أوروبا، ص.76. 78.
36. Carola Richter ,International Broadcasting and Intercultural Dialogue Deutsche Welle in the Arab World, The Middle East Center ST Antony's college, University of Oxford, p.01
37. المرجع السابق، توماس ماكفيل، الإعلام الدولي النظريات الاتجاهات الملكية، ص 223.
38. المرجع السابق، فاروق خالد، الإعلام الدولي والعولمة الجديدة، ص 42.
39. Saito Masayuki ; international Broadcasting Confronted With Great Changes, their Strategies Amid Streamlining part 2 Deutsche Welle; NHK Broadcasting Culture Research Institute , p.06
- 40- Ibid, p. 05 - 06.
41. سامي مسلم، صورة العرب في صحافة ألمانيا الاتحادية، رسالة جامعية، مركز دراسات الوحدة العربية، ص.5.
42. المرجع نفسه، ص.183 . 186 . 190.
43. ايدو شتاينباخ، صورة الإسلام في وسائل الإعلام الألمانية والمجتمع الألماني، مركز الدراسات العربي . الأوروبي، الإعلام العربي الأوروبي حوار من أجل المستقبل، ط1/ أعمال المؤتمر الدولي السادس المنظم بالبحرين من 23 إلى 25 /02/1998، ص.101.102.
44. صوفي شاباروم، الإعلاميون الألمان الجدد.. نحو مزيد من التنوع للمشاهد الإعلامي في ألمانيا، تر. رائد الباش، موقع قنطرة 2012 (موقع إلكتروني)

<https://ar.qantara.de> التصفح يوم 2017/02/04 ساعة 21:22.

45. المرجع نفسه.

46. لؤي المدهون، تطبيع التغطية الإعلامية لقضايا وواقع المسلمين في ألمانيا ضرورة ملحة، ترجمة: رائد الباش،

قنطرة 2008، <https://ar.qantara.de> التصفح يوم 2017/02/04 ساعة 17:23.

47. علاء جمعة، الإسلام واللاجئون والغرب في دائرة حوار ألماني عربي، موقع الكتروني

<http://www.dw.com/ar> التصفح يوم 2018/02/19 ساعة 23:35.

48. اتجاه جديد دوافع تحول مواقف الاتحاد الأوروبي إزاء قضية اللاجئين، موجز سياسات، العدد 152، يناير

2017، أبو ظبي، المستقبل للأبحاث والدراسات المقدمة، ص. 02. 03.

49. المرجع السابق، لؤي المدهون، تطبيع التغطية الإعلامية لقضايا وواقع المسلمين في ألمانيا ضرورة ملحة.

50. روبرت ميسيك، من الترحيب إلى التهيب ... بؤس صحافة بيغيدا المعادية للمهاجرين، تر يوسف

حجازي (2015).

<https://ar.qantara.de> التصفح يوم 2017/02/04 ساعة 13:40.

51. ibid, Carola Richter, International Broadcasting and Intercultural Dialogue Deutsche Welle in the Arab World, p.06-08.

قائمة المراجع

01. أندرياس جون والد وآخرون، تجارب الإعلام المرئي والمسموع في أوروبا، تقديم أحمد حسو و ترجمة

حازم سالم، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، سلسلة قضايا الإصلاح، ط1، 2007.

02. توماس ماكفيل، الإعلام الدولي النظريات الاتجاهات الملكية، تر. حسني محمد نصر وعبد الله

الكندي، دار الكتاب الجامعي، ط1، العين، 2005.

3. جيهان أحمد رشقي، الإعلام الدولي، دار الفكر العربي.

04. عبد الرزاق محمد الدليبي، الإعلام الدولي في القرن 21، دار المسيرة، ط1، عمان الأردن، 2011.

05. عبد الله زلفة، الإعلام الدولي في العصر الحديث، كلية الآداب ببلهة.

06. فاروق خالد، الإعلام الدولي والعولمة الجديدة، دار أسامة، عمان الأردن.

07. فؤادة عبد المنعم البكري، الإعلام الدولي، عالم الكتب، ط1، القاهرة، 2011.

08. مجد الهاشمي، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، دار أسامة، ط1، عمان، 2009.

09. مجد هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، دار المناهج، عمان الأردن، 2006.

10. محمد نصر مهنّا، الإعلام السياسي بين النظرية والتطبيق، دار الوفاء، ط1، الإسكندرية، 2008.

11. مختار مفتاح السنوسي، الإعلام الدولي الأسس والمفاهيم، دار زهران للنشر والتوزيع، ط1، الأردن 2013.
12. ياس خضير البياتي، الاتصال الدولي والعربي من مجتمع المعلومات إلى مجتمع الورق، دار الشروق، ط1، عمان 2006.

دراسات ومقالات

01. ايدو شتاينباخ، صورة الإسلام في وسائل الإعلام الألمانية والمجتمع الألماني، مركز الدراسات العربي الأوروبي، الإعلام العربي. الأوروبي حوار من أجل المستقبل، ط1/ أعمال المؤتمر الدولي السادس المنظم بالبحرين من 23 إلى 25/ 1998/02.
02. سامي مسلم، صورة العرب في صحافة ألمانيا الاتحادية، رسالة جامعية، مركز دراسات الوحدة العربية.
03. شريف درويش اللبان، المنطقة العربية والرسالة الإعلامية الموجهة، المركز العربي للبحوث والدراسات.
04. اتجاه جديد دوافع تحول مواقف الاتحاد الأوروبي إزاء قضية اللاجئين، موجز سياسات، العدد 152، يناير 2017، أبو ظبي، المستقبل للأبحاث والدراسات المقدمة.

مواقع الكترونية

01. الإعلام الألماني من الرقابة إلى عنوان للديمقراطية موقع ألمانيا (موقع إلكتروني)
<http://www.almaniah.com>
2. صوفي شاباروم، الإعلاميون الألمان الجدد.. نحو مزيد من التنوع للمشاهد الإعلامي في ألمانيا، تر. رائد الباش، موقع قنطرة 2012 (موقع إلكتروني)
<https://ar.qantara.de>.
03. لؤي المدهون، تطبيع التغطية الإعلامية لقضايا وواقع المسلمين في ألمانيا ضرورة ملحة، ترجمة : رائد الباش، قنطرة 2008، <https://ar.qantara.de>
04. علاء جمعة، الإسلام واللاجئون والغرب في دائرة حوار ألماني عربي، موقع الكتروني
<http://www.dw.com/ar>
05. روبرت ميسيك، من الترحيب إلى التهيب ... بؤس صحافة بيغيدا المعادية للمهاجرين، تريوسف حجازي (2015)

<https://ar.qantara.de>

مراجع باللغة الأجنبية

- Carola Richter, International Broadcasting and Intercultural Dialogue Deutsche Welle in the Arab World, The Middle East Center ST Antony's college, University of Oxford.
- Saito Masayuki; international Broadcasting Confronted With Great Changes, their Strategies Amid Streamlining part 2 Deutsche Welle; NHK Broadcasting Culture Research Institute.