

## إحداث تغيير في الخطاب: كيف تُصوّر وسائل الإعلام اللاجئين والمهاجرين في أوروبا

### التغطية الإعلامية للاجئين: مشروع مُقدّم من الرابطة العالمية المسيحية للتواصل – المنطقة الأوروبية ولجنة الكنائس المعنية بالمهاجرين في أوروبا

يواجه العالم موجة غير مسبوقه من مستويات النزوح. وحسب مفوضية الأمم المتحدة لشؤون اللاجئين، اضطر حوالي 65 مليون شخص حول العالم للنزوح قسرا ومغادرة منازلهم. وفي أوروبا، خلال عام 2017م، وبالرغم من تراجع عدد المهاجرين من الرقم القياسي الذي شهده عام 2015م حيث وصل عددهم إلى مليون شخص، لا يزال موضوع استقبال اللاجئين والمهاجرين وإدماجهم في المجتمعات المحلية يثير جدلا سياسيا واقتصاديا وثقافيا واسعا.

ويعتبر موضوع **التغطية الإعلامية** للاجئين مشروع بحث وحملة دعوية أُدرجا خلال عام 2017م من أجل تعزيز حقوق اللاجئين في التواصل والبحث عن سبيل آمن في عملية المرور عبر الدول الأوروبية وكذلك من أجل مناهضة أساليب التعصب والتمييز التي تتخذها بعض السلطات العمومية.

وتعتقد الجهات المنسقة لهذا المشروع وهي الرابطة العالمية المسيحية للتواصل – منطقة أوروبا (WACC Europe) ولجنة الكنائس المعنية باللاجئين في أوروبا (CCME) أن الصورة التي تقدمها وسائل الإعلام للاجئين والمهاجرين تلعب دورا مهما في جسّ نبض النقاش العام وفي آخر المطاف اتخاذ قرارات استقبال وقبول اندماج اللاجئين والمهاجرين في بلدان الاستضافة الجديدة.

وعلى هذا الأساس، تمت صياغة مشروع البحث هذا من أجل تقييم التغطية الإعلامية للاجئين والمهاجرين في أوروبا لاسيما في اليونان وإيطاليا وإسبانيا وصربيا والمملكة المتحدة والسويد والنرويج. بالإضافة إلى ذلك، نُظمت مقابلات مع ممثلي شبكة اللاجئين ووسائل الإعلام شملت كذلك لقاءات تشاورية تهدف إلى جمع هذه المجموعات معا لمراجعة نتائج هذا البحث.

هذا مع العلم أن النتائج، المُحصّل عليها من خلال رصد وسائل الإعلام، تعكس أنماطا عامة أكثر ما تعكس صورة تمثل المناطق، من جهة، ومن جهة أخرى فإن هذه الدراسة المبدئية لا تعكس سوى عتينة صغيرة وأنّ هناك العديد من المفارقات الواسعة التي تخص النتائج المحصل عليها من خلال كل بلد على حدة. ويظل الهدف الأسمى من صياغة هذا التقرير هو شحذ النقاش بخصوص المواضيع المثارة والتي تُبنى على أساس التيارات الإيجابية والتي من شأنها إثارة المزيد من الاهتمام والبحث واتخاذ الخطوات المناسبة في هذا الشأن.

## النتائج الأساسية

**فقط 21% من الأخبار الواردة في الأخبار تتعلق باللجوء والهجرة تشير إلى اللاجئين أو المهاجرين.**

حوالي 3/4 من القصص التي تم تحليلها في هذا المشروع والتي تتحدث عن مواضيع تتعلق بالهجرة واللجوء لا تشير بشكل دقيق إلى حالات فردية للاجئين والمهاجرين ولا تعكس أصواتهم ولا تشير إلى تجاربهم. ويمكن تفسير ذلك جزئياً في تركيز أغلبية المقالات على التشريعات الوطنية. غير أن النسبة تشير إلى نمط جديد من الغموض والذي من شأنه إحداث شرح واضح بين السياسات موضع النقاش على المستوى السياسي وآثار هذه السياسات على الأشخاص.

**هناك بعض المجموعات من الأشخاص تظل محجوبة بشكل أكثر**

إنّ فئة النساء بالإضافة إلى مجموعات أخرى من الأشخاص تظل غائبة وبشكل غير متواز في وسائل الإعلام التي تغطي أخبار اللاجئين والمهاجرين: فحوالي 21% من المقالات تشير إلى اللاجئين أو المهاجرين، وهناك إشارة للمرأة ونسبة 27% فقط، وهذا يعني أن كل الأشخاص الذين يُشار إليهم في المقالات الإعلامية، هناك فقط نسبة 6% من النساء اللاجئات.

هذا من جهة، ومن جهة أخرى فالعديد من الفئات تظل غائبة وبشكل كبير في القصص التي تنقلها وسائل الإعلام: على سبيل المثال، فئة الأفغان التي تشكل ثاني أكبر مجموعة من طالبي اللجوء في دول الاتحاد الأوروبي غير أن هذه الفئة تأتي في الدرجة الرابعة في الأخبار التي تنقلها وسائل الإعلام. علاوة على ذلك، فإن الأرقام تشير إلى أن فئة النيجيريين الذين يصلون حالياً إلى السواحل الإيطالية وبالتالي يشكلون الجزء الأكبر من فئات المهاجرين في مجموع أوروبا، وهم يُعتبرون مواطنين من منطقة غرب إفريقيا، يمثلون فقط 2% من الأخبار التي تم تحليلها في هذه العيّنات.

**من ضمن 21% من الأخبار الواردة في الأخبار التي تتعلق باللاجئين والمهاجرين أقل من 40% من المقالات تشير إليهم بشكل مباشر.**

تدلّ هذه النتائج على أن هناك تياراً جديداً لتمثيل اللاجئين والمهاجرين تمثيلاً غير مباشر في وسائل الإعلام. هذا مع العلم أن الإشارات المباشرة في الأخبار تظلّ الطريقة الدقيقة للتحدث عن الأشخاص، هذا في الوقت الذي يؤدي فيه غياب الدقة في نقل الأخبار إلى سوء الفهم وهذا الأخير يؤدي بدوره إلى غياب التسامح.

غالباً ما يُقدّم اللاجئون والمهاجرون على أنهم "نازحون" فقط.

لا تعبر وظيفة المهاجرين ودورهم في نشرات الأخبار سوى عن نطاق واسع من التهميش. ففي الغالبية العظمى من الحالات (67% من العينة الكلية)، المهاجرون واللاجئون هم موضوع القصة؛ وفي 3% من الحالات، يُقدّمون كخبراء. أما في 43% من المقالات التي تتحدّث عن لاجئ أو مهاجر، فإن مهنتهم غير مذكورة، في حين أن 27% من الحالات، "المهنة" الوحيدة التي تُذكر هي مهاجر أو لاجئ. عندما لا تتجاوز وسائل الإعلام تسمية اللاجئ، وعندما يقبل عامة الناس ضمناً صفة اللاجئ كمهنة، يصبح المعنيون بالأمر محرومين من إنسانيتهم وكرامتهم. من خلال تصنيفهم بهذه الطريقة، فإنهم لا يحصلون على مساحة للتعبير عن أنفسهم، لأنه يُفترض أن هذا التصنيف هو كل ما يجب معرفته عن هؤلاء الناس.

### المصطلحات والنزاهة قد تكون علامات إيجابية.

تشير النتائج إلى استخدام قليل لمصطلح "المهاجر غير الشرعي". المصطلحات الصحيحة تفيد بفهم الموضوع وتجنّب الخلط في أذهان القراء. بيد أن النتائج الكاملة بشأن المصطلحات المستخدمة أظهرت فروقاً كبيرة بين البلدان؛ إذ تُستخدم مصطلحات أخرى إلى جانب "اللاجئين" و"المهاجرين" و"طالبي اللجوء" بدلالات إيجابية أو سلبية غير معروفة.

وفوجئ المشاركون في المشروع بشكل إيجابي من الأسلوب المحايد عموماً في حوالي نصف القصص في العينة، بينما اعتُبر الأسلوب متعاطفاً في الثلث. وبالتالي، يتعين الحفاظ على الصحافة المحايدة التي تعرض الحقائق ووجهات النظر من مختلف الجوانب. غير أن الصحافة المتعاطفة معرضة للإفراط في التأكيد على أن اللاجئين ضحايا. وهكذا، وبدلاً من التعاطف، ينبغي على الصحفيين السعي للتفهم والسماح للشخص بالتعبير عن نفسه وتغطية القضية من منظور الفهم على أساس الحقائق.

وفي حين يبدو أن موضوع الهجرة واللجوء قد تراجع في نشرات الأخبار في العام الماضي، فإنه لا يزال قضية تؤثر على ملايين الناس في أوروبا وعشرات الملايين في جميع أنحاء العالم. ويصبح دور وسائل الإعلام في هذا الصدد أكثر أهمية من أي وقت مضى. كما أن وسائل الإعلام يمكنها تقديم وشرح التحديات القائمة، وتوفير معلومات دقيقة عن القضايا والأحداث التي يمكن أن تصبح ملتهبة أو يُساء فهمها، وتتيح منبراً لأصوات اللاجئين والمهاجرين أنفسهم. وهذا يمكن الجمهور من تجاوز التسمية ليرى شخصاً حقيقياً له قدرات وخبرات.

وقد بيّن هذا المشروع أهمية اتباع قواعد الممارسة الصحفية القائمة وبناء الثقة والقدرات بين مجموعات اللاجئين والإعلاميين وخلق فهم أفضل لوسائل الإعلام لدى المنظمات غير الحكومية العاملة مع مجموعات اللاجئين، والأهم من ذلك، إعطاء صوت للتعبير عن تنوع اللاجئين والمهاجرين أنفسهم وخبراتهم وتجاربهم.

علينا أن نغير طريقة سرد القصص التي لا تزال غالباً ما تتحدث عن "أزمة اللاجئين" في أوروبا. الأزمة ليست في الأرقام أو القدرات. الأزمة هي الإرادة السياسية والفهم.

التقرير الكامل متاح على العنوان التالي: <http://www.refugeesreporting.eu/report/>

## التوصيات

### للمهنيين من الإعلاميين والمنظمات الإعلامية

التقيد بالمبادئ الأساسية الخمسة للصحافة الأخلاقية: الدقة والاستقلال والنزاهة والإنسانية والمساءلة. احترام المبادئ التوجيهية المكونة من خمس نقاط بشأن التغطية الإعلامية للهجرة: حقائق لا انحياز، معرفة القانون، إظهار الإنسانية، التحدث مع الجميع، تجاوز الكراهية. ضمان استخدام أفضل وأكثر اتساقاً للإشارات إلى التشريعات الوطنية والدولية المتعلقة بحقوق الإنسان وقانون اللاجئين. مواصلة استخدام المصطلحات الصحيحة؛ وتجنب بأي ثمن استخدام المصطلحات التي لها دلالة سلبية في السياق المحلي. إدراج المزيد من اللاجئين والمهاجرين كأفراد في قصص عن قضايا اللاجئين والهجرة، واستخدام المزيد من الاقتباسات المباشرة من اللاجئين والمهاجرين أنفسهم. ضمان إعطاء جميع مجتمعات اللاجئين والمهاجرين الذين يعيشون في أوروبا حيزاً مناسباً في الأخبار، وذلك لمكافحة الإخفاء وتحسين الاندماج الاجتماعي. تجاوز التسميات النمطية: "اللاجئون والمهاجرون هم خبراء". تحدث عنهم على هذا النحو في الأخبار. البحث عن الأخبار التي تركز على المساهمة الإيجابية للاجئين والمهاجرين في البلدان المضيفة والترويج لها. تدريب الصحفيين لتعزيز الحساسية الثقافية من أجل تحسين التوازن الجنساني (بشكل متساو بين الرجال والنساء) في التغطية الإعلامية للهجرة. تعزيز الروابط والقدرات المتبادلة مع شبكات ومجموعات اللاجئين.

السعي لمزيد من التنوع في غرفة الأخبار، بما في ذلك المزيد من الأشخاص الذين لديهم خلفية لاجئين / مهاجرين في غرف الأخبار وفرق التحرير.

### للمنظمات والمجموعات التي يقودها اللاجئون

التعريف على الصحفيين على المستويين المحلي والوطني الذين يعملون في قضايا الهجرة واللجوء والتواصل معهم لتطوير علاقات معهم. تدريب وإشراك مجتمعات اللاجئين في استخدام وسائل إعلام اجتماعية تصل إلى مختلف الفئات، وبخاصة استغلال خبرة الأجيال الشابة. التواصل مع وسائل الإعلام، على جميع المستويات، لزيادة الوعي بمنظمات اللاجئين والعقبات التي تواجههم والفرص التي تتاح لهم، واحتياجات اللاجئين والمهاجرين.

المساعدة في إيجاد الأفراد الراغبين في الحديث عن قصصهم وإيجاد سبل لتبادل خبرات اللاجئين المباشرة لمساعدة الناس كافة في فهم واقعهم ووجهات نظرهم.  
فهم احتياجات وسائل الإعلام حتى تكون قادرة على تقديم القصص الأكثر فعالية وبطريقة تمكن وسائل الإعلام من تحقيق أفضل استخدام لها.

### لمنظمات المجتمع المدني العاملة مع اللاجئين والمهاجرين

منح اللاجئين والمهاجرين الذين تتواصل معهم المنظمات الحق في اختيار ما إذا كانوا يريدون التعامل مع الإعلاميين أم لا. ضمان أن يكون صوت للاجئين والمهاجرين في جميع المسائل ذات الصلة بهم.  
المساعدة في تحديد القصص من المنظور الإنساني.  
إلى جانب الإعلاميين، وضع برامج تدريبية لبناء القدرات الإعلامية للمنظمات التي يقودها اللاجئون.  
إلى جانب المنظمات التي يقودها اللاجئون، وضع برامج تدريبية للصحفيين بشأن التغطية الإعلامية للهجرة.

### للجميع

العمل معًا لتغيير الخطاب السرد في أوروبا من "أزمة" إلى "فرصة"، ومن "جموع غفيرة مجهولة الهوية" إلى أفراد، كل فرد بقصته وآماله وقدراته.

يمكن الاطلاع على مزيد من المعلومات عن المشروع على الموقع التالي: [www.refugeesreporting.eu](http://www.refugeesreporting.eu)

مشروع "التغطية الإعلامية للاجئين" هو مشروع مقدّم من الرابطة العالمية المسيحية للتواصل - منطقة أوروبا، ولجنة الكنائس المعنية بالمهاجرين في أوروبا. وقد تسنى تنفيذ المشروع بدعم مالي من صندوق "أوتو بير ميلي" التابع لكنيسة "ولدنسيان" في إيطاليا. وجاء الدعم المالي الإضافي من الكنيسة الإنجيلية في "راينلاند" - ألمانيا، ومجلس الكنائس العالمي، ولجنة الكنائس المعنية بالمهاجرين في أوروبا، بالتعاون مع مؤتمر الكنائس الأوروبية والرابطة العالمية المسيحية للتواصل.