فرص لتقوية الفهم المتبادل ومواجهة التحديات الرئيسية من خلال الإعلام

شادي أبو عياش

بتحليل دور الإعلام في الحوار بين الثقافات يركز شادي أبو عياش على التلفزيون – الذي هو المصدر الرئيسي للمعلومات لكل من المشاركين الأوروبيين والمشاركين في بلدان جنوب وشرق البحر الأبيض المتوسط – متناولاً حاجة واضعي السياسات إلى إيلاء اهتمام أكبر للدور الذي يمكن أن يلعبه الإعلام في تناول التحديات الاجتماعية كمصدر للمعلومات وجسر للحوار. يتم تقديم تبريرات للمبادرات الموجهة بالإعلام – بما في ذلك برامج محو الأمية الإعلامية المتخصصة المنتجة بشكل مشترك والبرامج السمعية البصرية للأجيال الشابة – من أجل إحداث أثر إيجابي على التفاهم بين الثقافات والتغيير المجتمعي

تستكشف هذه المقالة تأثير تلقي الإعلام العابر للبحر الأبيض المتوسط على الحوار بين الثقافات بين البلدان الأوروبية وبلدان جنوب وشرق البحر الأبيض المتوسط وذلك اعتماداً على البيانات المأخوذة من استطلاع آنا لِند/ إيبسوس للاتجاهات بين الثقافات. وبالقيام بهذا فإننا نستكشف التحديات والفرص التي توفرها المنصات الإعلامية للحوار بين الثقافات في السياق الأورو-متوسطي.

في حين يُنظر إلى الدبلوماسية والتواصل السياسي الرقميين على أنهما أسلوبان معاصران لتحسين العلاقات الدولية في عالمنا الرقمي فإنه يتم إيلاء اهتمام أقل للأدوار التي يستطيع أن يلعبها الإعلام في مواجهة التحديات الاجتماعية. حيث يمكن للإعلام بأشكاله المختلفة كأداة تواصل للوساطة أو نشر الأفكار أن يلعب دوراً محورياً في تقوية الحوار والعلاقات العابرة للثقافات على مستوى القاعدة الشعبية بين شعوب ذات سياقات ثقافية مختلفة بما في ذلك الأشخاص على كلا شاطئَي البحر الأبيض المتوسط.

في هذا السياق يجب على صانعي السياسات إيلاء اهتمام أكبر للإعلام بأدواره المختلفة – باعتباره وكالة إيصال معلومات وجسراً للحوار – ويجب أن يدمجوا الاستراتيجيات القائمة على الإعلام مع السياسات والبرامج التي تهدف إلى مواجهة التحديات الاجتماعية وتعزيز الحوار بين الثقافات.

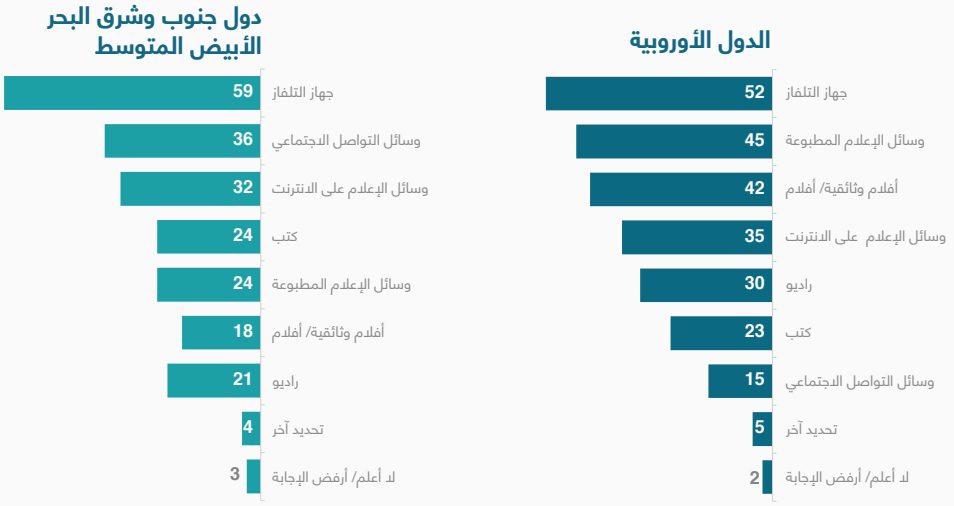
تدفع هذه المقالة بالحجج التي تقول إن المبادرات المكرسة الموجهة بالإعلام – بما في ذلك برامج محو الأمية الإعلامية المتخصصة والموجهة للأجيال الشابة والإنتاج السمعي البصري المشترك للتلفزيون والمطبوعات والإعلام عبر الإنترنت – يمكن أن تمتلك تأثيراً إيجابياً على الفهم المتبادل والتغيير الاجتماعي.

المصادر الإعلامية الأكثر موثوقية للتقارير العابرة للثقافات

يتأثر الحوار بين الثقافات في سياق منطقة الأورو-متوسط بمجموعة من العوامل بما في ذلك المحتوى الإعلامي بالصيغتين التقليدية والجديدة للإعلام.

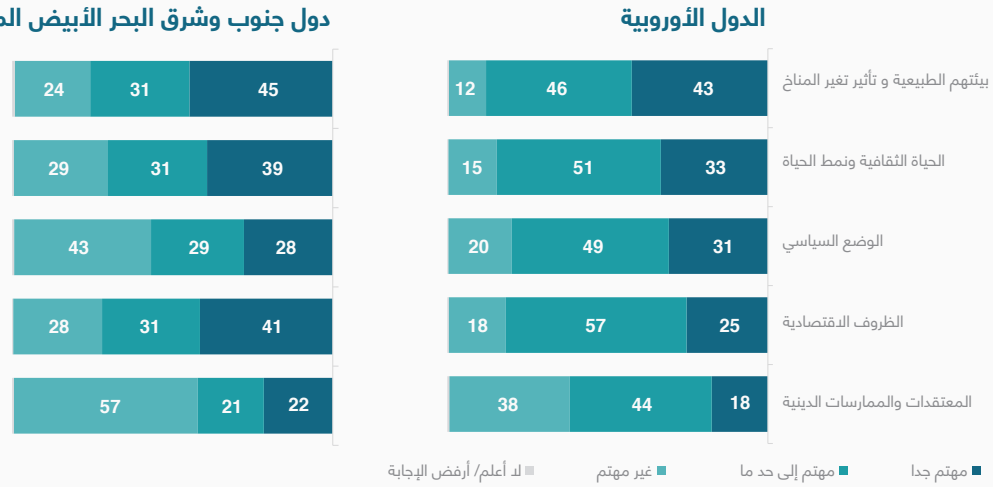
وسائل الإعلام عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي هي منصات مُستخدمة على نطاق واسع للحصول على المعلومات في منطقة الأورو-

المخطط البياني 8.1: معظم مصادر وسائل الإعلام الموثوقة للتقارير عبر الثقافات - حسب المنطقة



سؤال الاستطلاع: أي من المصادر التالية تثق بها أكثر للحصول على معلومات حول البلدان المجاورة للجنوب والشاطئ الشرقي للبحر الأبيض المتوسط (سُئل في الدول الأوروبية) / الدول الأوروبية (سُئل في دول جنوب وشرق البحر الأبيض المتوسط)؟
القاعدة: جميع المستجيبين (٪)، حسب المنطقة (©Anna Lindh / Ipsos 2020).

المخطط البياني 8.2: الاهتمام باستهلاك الأخبار والمعلومات في دول أوروبا وبلدان جنوب شرق البحر الأبيض المتوسط



سؤال الاستطلاع: في البلدان المطلة على الشاطئ الجنوبي والشرقي للبحر الأبيض المتوسط (تم طرحه في الدول الأوروبية) / الدول الأوروبية (تم طرح السؤال في دول جنوب وشرق البحر الأبيض المتوسط)، ما مدى اهتمامك بمعرفة [المواضيع A-E]؟
القاعدة: جميع المستجيبين (٪)، حسب المنطقة (©Anna Lindh / Ipsos 2020).

متوسط وخاصةً في بلدان جنوب وشرق البحر الأبيض المتوسط، وهي تحتل موقعاً متقدماً فيما يتعلق بمصادر المعلومات الأكثر موثوقية للتقارير العابرة للثقافات. فقد تمت الإفادة بأن الإعلام عبر الإنترنت (بما في ذلك المواقع الإخبارية والمجلات عبر الإنترنت) هي أكثر المصادر الإعلامية موثوقية للحصول على معلومات عن بلدان أوروبا/ بلدان جنوب وشرق البحر الأبيض المتوسط لنسبة 35% و32% من المشاركين الأوروبيين والمشاركين من بلدان جنوب وشرق البحر الأبيض المتوسط على التوالي، بينما اعتبر 36% من المشاركين في الاستطلاع من بلدان جنوب وشرق البحر الأبيض المتوسط أن وسائل التواصل الاجتماعي هي أكثر المصادر الإعلامية موثوقية (المخطط البياني 8.1). وبالمقابل فإن 15% فقط من المشاركين في البلدان الأوروبية اعتبروا أن وسائل التواصل الاجتماعي هي أكثر المصادر الإعلامية موثوقية. ومع ذلك ورغم العدد المتزايد لمستخدمي الإعلام عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في جميع أنحاء العالم فقد أشارت بيانات الاستطلاع إلى أن التلفزيون ما يزال هو مصدر المعلومات الأكثر موثوقية للمشاركين البلدان الأوروبية وبلدان جنوب وشرق البحر الأبيض المتوسط (52% و59% من المشاركين على التوالي).

بما أنه يتم الاعتماد بشدة على المحتوى التلفزيوني – الذي يتضمن بين مخرجاته البرامج الإخبارية والعروض الحية – فإنه فمن الضروري أن يستثمر صانعو السياسات والمنظمات العاملة في مجال الحوار بين الثقافات – مثل مؤسسة آنا ليند – الوقت والجهد في استخدام شاشات التلفزيون للوصول إلى جمهورهم والتقدم بمهامهم.

يعد الإنتاج التعاوني للمحتوى الإعلامي الذي يشارك فيه أشخاص من مختلف البلدان عبر منطقة الأورو-متوسط والموجه للجمهور العام – وخاصة الأجيال الشابة – أحد الأساليب التي يمكن استخدامها لتشجيع الحوار بين الثقافات على نطاق واسع. ومثل هذا الإنتاج – الذي يمكن أن يَظهر على شكل أفلام وثائقية أو برامج حوارية أو برامج إخبارية مشتركة بين الثقافات يتم إنتاجها بالتعاون بين شبكات تلفزيون محلية وإقليمية ودولية وبين أشكال أخرى من وسائل الإعلام التي تبث عبر الشبكة – يمكن أن يساهم في فهم أفضل بين القاطنين في منطقة الأورو-متوسط.

ينبغي القيام بجهود مماثلة لاستهداف متلقي وسائل الإعلام المطبوعة والإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعية، حيث تشير بيانات الاستطلاع إلى أن الناس على كلا شاطئي البحر الأبيض المتوسط يعتمدون على هذه الوسائط للحصول على الأخبار والمعلومات عن الآخر. وهنا أيضاً يمكن للتعاون عبر الحدود الذي يجلب تصورات اجتماعية وثقافية مختلفة أن يكون نهجاً مفيداً في تعزيز الحوار بين الثقافات من خلال هذه الوسائط.

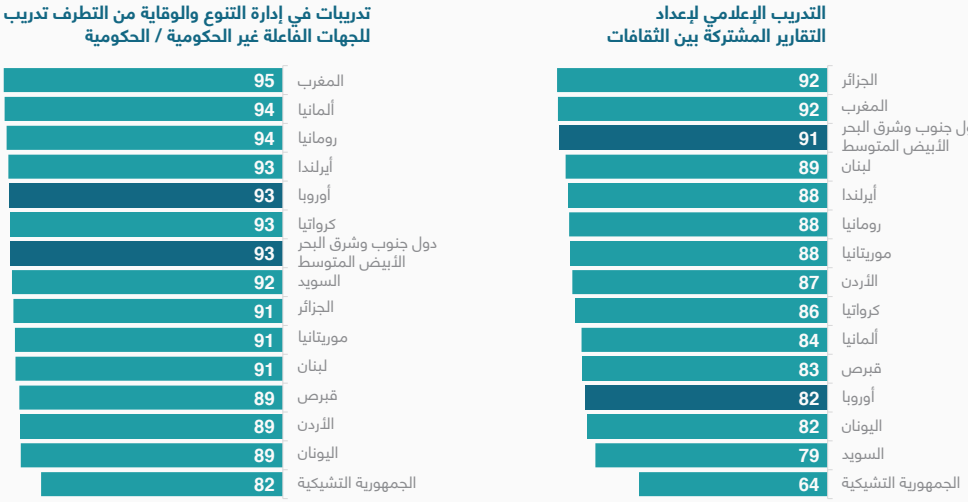
على هذا الأساس وبناءً على تجربة مؤسسة آنا لينـد في تعزيز المبادرات التعاونية بين الناس في المنطقتين فإنه يمكن أن يكون للمبادرات الإضافية التي تشجع إنتاج الإعلام الثقافي التعاوني لشاشات التلفزيون والإعلام المطبوع والإعلام الإلكتروني عبر الإنترنت تأثير إيجابي على الفهم المشترك والحوار بين الثقافات.

يتأثر الحوار بين الثقافات في سياق منطقة الأورو-متوسط بمجموعة من العوامل بما في ذلك المحتوى الإعلامي بالصيغتين التقليدية والجديدة للإعلام.

المواضيع المثيرة للاهتمام في الأخبار وتلقي المعلومات

تشير نتائج الاستطلاع إلى أن موضوع البيئة الطبيعية وتأثير التغير المناخي يحتل المركز الأول في قائمة الاهتمامات عن البلدان الأخرى بين الناس في كل من البلدان الأوروبية وبلدان جنوب وشرق البحر الأبيض المتوسط بحيث أفاد 43% و45% من المشاركين على التوالي بأنهم 'مهتمون جداً' بمعرفة معلومات عن البيئة والتغير المناخي في مجموعة البلدان الأخرى (المخطط

المخطط البياني 8.3: التدريب الإعلامي لإعداد التقارير المشتركة بين الثقافات - بحسب الدولة



سؤال الاستطلاع: تواجه العديد من البلدان في أوروبا وفي البلدان الواقعة على شواطئ جنوب وشرق البحر الأبيض المتوسط تحديات مثل خطاب الكراهية والمعادية لوجهات النظر الثقافية المختلفة. ما مدى فعالية كل مما يلي في منع هذه التحديات والتعامل معها في اعتقادك؟

القاعدة: جميع المستجيبين (النسبة المئوية الفعالة - مجموع الردود "الفعالة جدًا" و "الفعالة إلى حد ما")، بحسب الدولة (©Anna Lindh / Ipsos 2020).

البياني 8.2). وهذه النتيجة تؤكد الفكرة القائلة بأنه بما أن المسائل العالمية تؤثر على المستقبل المشترك للبشرية فإن التغير المناخي والبيئة يمكن أن يوحدا الناس في جميع أنحاء العالم بما في ذلك الناس الذين على كلا شاطئي البحر الأبيض المتوسط.

يمكننا تفسير هذه النتيجة على أنها فرصة إضافية لتشجيع إنتاج محتوى إعلامي عابر للحدود. وإنتاج كهذا يجب أن يعلم الدور المهم الذي يمكن أن يلعبه الإعلام في تثقيف الجماهير الشابة حول مواضيع مثيرة للاهتمام مثل التغير المناخي. ومع وضع هذا الأمر في الاعتبار فإنه يجب على المنظمات التي تهدف إلى تعزيز الحوار بين الثقافات من خلال المنصات الإعلامية أن تُدخل برامج محو الأمية الإعلامية في استراتيجياتها.

يشير محو الأمية الإعلامية إلى القدرة على استخدام الإعلام والاتصالات والفهم نقدي لهما وإنشائهما في مجموعة متنوعة من السياقات (أوفكوم، 2012) وقد وُصف بأنه جوهر الحوار بين الثقافات (مانويل بيريز تورنيرو، 2012). يمكن أن تكون برامج محو الأمية الإعلامية أداة حيوية لتثقيف الشباب والبالغين حول التحديات الاجتماعية الرئيسية مثل التغير المناخي والصراع والتطرف وذلك عبر تحسين قدرات الجمهور على التقييم النقدي والفهم الصحيح للمحتوى الإعلامي والرسائل الأساسية التي يتم إيصالها عبر المنصات الإعلامية.

تدابير لتجنب الصراع والتطرف وللتعامل معهما

يبقى من المهم أن نشير إلى أن المنصات الإعلامية يمكن أن تكون سيفاً ذا حدين في قدرتها على التأطير والتمثيل السلبيين للآخر وبالتالي على المساهمة في المعلومات المضللة ورسم صورة سلبية من جهة، ومن جهة أخرى في قدرتها على تعزيز الحوار البناء بين الثقافات في جميع قطاعات المجتمع.

ومن المثير للاهتمام أن الغالبية العظمى من المشاركين في الاستطلاع (82% في أوروبا و91% في بلدان جنوب وشرق البحر الأبيض المتوسط) موافقون على أن التدريب الإعلامي على إعداد تقارير عابرة للثقافات يمكن أن يكون إما إجراءً 'فعالاً إلى حد ما' أو 'فعالاً جداً' في معالجة قضايا مجتمعية مثل خطاب الكراهية والاستقطاب (المخطط البياني 8.3).

وبالبناء على نتائج الاستطلاع فإنه يجب على صانعي السياسات الوطنيين والإقليميين أن يفكروا بالاستثمار في التدريب الإعلامي من أجل تعزيز قدرات الإعلاميين كماً ونوعاً في إعداد التقارير العابرة للثقافات فيما يخص الأخبار والمعلومات بما في ذلك الصحفيين ومنتجي المحتوى. ويمكن النظر إلى مثل هذا الجهد على أنه استجابة مباشرة للحاجة الملحة لتمكين الإعلاميين بما في ذلك منتجي المحتوى الشباب على كلا الشاطئين لمواجهة تحديات اجتماعية مثل خطاب الكراهية والصراع والتطرف.

دور المرأة في قطاع الإعلام

توافق الغالبية العظمى من المشاركين في الاستطلاع في كلا الموقعين الجغرافيين (93% في أوروبا و82% في بلدان جنوب وشرق البحر الأبيض المتوسط) على أنه ينبغي على المرأة أن تلعب إما 'نفس الدور' أو 'دوراً أكبر' في وسائل الإعلام بما في ذلك التلفزيون والسينما. ويمكن أن يكون هذا مؤشراً مهماً لصانعي السياسات للتفكير بتطوير سياسات وبرامج تشجع مشاركة المرأة في الإنتاج الإعلامي بما في ذلك في مجال الحوار بين الثقافات حيث يمكن للمرأة أن تلعب دوراً رئيسياً في الجهود الموجهة نحو الإعلام.

الاستنتاج

يتحول الإعلام ليصبح جزءاً من نسيج الحياة اليومية بما في ذلك ما يتعلق بالتواصل بين الثقافات. فالوسيلة الإعلامية والرسالة وموضوعات المحتوى هي جوانب لعملية الاتصال التي تساهم في تشكيل العلاقات والحوار بين الثقافات في السياق الأورو-متوسطي.

في ضوء نتائج الاستطلاع ناقشت هذه المقالة بأنه بأخذ دفة القيادة في تبني مبادرات تعزز المحتوى العابر للثقافات في التلفزيون ووسائل الإعلام عبر الإنترنت ووسائل الاتصال الأخرى بالإضافة إلى إدخال برامج محو الأمية الإعلامية والتدريب الإعلامي لإعداد التقارير العابرة للثقافات في استراتيجيات الحوار بين الثقافات فإن على صانعي السياسات والمنظمات العاملة في مجال الحوار بين الثقافات أن يتقدموا خطوة أساسية إلى الأمام في دفع جهود الحوار الاستراتيجي العابر للثقافات. ومثل هذه الخطوة لن تساهم في دفع الحوار بين الثقافات على المدى الطويل فحسب، بل ستواجه المفاهيم الخاطئة والصور النمطية السلبية والمعلومات المضللة في السياق الأورو-متوسطي أيضاً.

مثلما يبين الاستطلاع فإن الإعلام – كمحرك معاصر للتغيير – يمكن أن يكون ذا تأثير ملحوظ على الحوار بين الثقافات. وكلما كان هناك مزيد من الفرص للإبداع الإعلامي والثقافي للانخراط في الإنتاج التعاوني على امتداد منطقة الأورو-متوسط كلما كان هناك مزيد من الفرص المتاحة للإعلام لإحداث تأثير إيجابي في الارتقاء بالعلاقات بين الثقافات وتعزيز الحوار على المدى الطويل. كما أن التدريب على إعداد التقارير الإعلامية العابرة للثقافات وبرامج محو الأمية الإعلامية عناصر ضرورية لمثل هذا التعاون وهي أساسية لإنجاز هذا الهدف.

أخيراً إذا علمتنا أزمة كوفيد- 19 درساً فهو أن لدى البشر كثير من المصالح المشتركة التي توحدهم وأن التضامن والتعاون هو سبيل رئيسي للمضي قدماً. وفي ضوء هذا الدرس يمكن للحوار بين الثقافات عبر البحر الأبيض المتوسط أن يحقق أهدافه الاستراتيجية عندما يحدث تعاون وثيق بين منظمات المجتمع المدني والجامعات والفنانين والشخصيات الإعلامية والنشطاء الثقافيين عبر بوابة الإنتاج الإعلامي المشترك. حيث يوفر الإنتاج الإعلامي المشترك فرصاً لتحسين التبادلات الثقافية وتقوية الفهم المتبادل والتصدي للتحديات الاجتماعية الأكثر إلحاحاً. ■

شادي أبو عياش أستاذ في كلية الدراسات العليا في الجامعة العربية الأمريكية في رام الله ، فلسطين.

حوارات عملية: النمسا

مسابقة الخطاب متعدد اللغات من SAG's MULTI

بهدف تعزيز العالمية والتعددية اللغوية للشباب وتشجيعهم على اتخاذ موقف شخصي وإثارة الجمهور بخطاب فقد أقامت 'SAG's MULTI!' مسابقات في الخطابة متعددة اللغات منذ بدايتها.

هذه المسابقات مقسمة إلى ثلاث فئات حسب عمر المتسابقين. حيث يلقي كل مشارك خطاباً يقوم فيه بالتبديل بين لغته الأم أو لغة أجنبية وبين اللغة الألمانية.

في كل عام يقدم SAG's MULTI فكرة مهيمنة مع العديد من المواضيع الفرعية للمسابقات المعنية. حيث يختار المشاركون موضوعاً من اختيارهم (إما فكرة مهيمنة أو أحد المواضيع الفرعية) ويلقون خطاباً يُظهرون فيه مهاراتهم الخطابية ومهاراتهم اللغوية.

أمثلة الأفكار المهيمنة من مسابقات العام الماضي: 'من أنا عندما لا ينبغي أن أكون أي شخص؟'، 'هذا ما يستحق العيش من أجله!'، 'فكّر بصوت مرتفع'. ويجب على المشاركين أن يقنعوا لجنة التحكيم بمهاراتهم اللغوية. سيكون واحد على الأقل من أعضاء لجنة التحكيم من المتحدثين الأصليين باللغة الأجنبية. وتقسَّم المسابقة إلى ثلاث مراحل: الاختيار الأولي والمسابقة الرئيسية والنهائيات.

حوالي 30% من الطلاب في النمسا يتحدثون مع عائلاتهم لغة غير الألمانية. ومع ما يصل إلى 600 شاب يشاركون في حدث SAG's MULTI! كل عام فإن هذه المسابقة تصل إلى الكثير من الطلاب متعددي اللغات في جميع أنحاء النمسا. في العام الماضي تم التحدث خلال المسابقة بـ 52 لغة (بشكل مشترك مع الألمانية). وقد تصدرت اللغة الإنجليزية إحصائيات لغات مسابقة العام الماضي مع 156 متحدثاً (127 مرة كلغة أجنبية تم تعلمها) تليها البوسنية الكرواتية الصربية مع 75 مشاركاً والتركية مع 58 مشاركاً. ونطاق اللغات التي يتم التحدث بها أثناء المسابقة واسع للغاية بما في ذلك اللغات العربية والصينية والإيطالية والباشتو والسورانية وصولاً إلى لغة الأردو أو لغة الفلاش. وبهذا فإن SAG's MULTI يوفر رؤية للمواهب اللغوية للشباب في النمسا وخاصةً أولئك القادمين من أصول مهاجرة. حيث يتنافس هؤلاء الشباب ويجتمعون معاً لمناقشة قضية مجتمعية ذات صلة واتخاذ مواقف بشأنها بغض النظر عن مكان ولادتهم وجنسيتهم وخلفيتهم الدينية والثقافية.

في عام 2020 وصل المشروع إلى بُعد جديد مع قيام هيئة البث النمساوية ببث المسابقة افتراضياً وعبر التلفزيون لتصل إلى الكثير من الجماهير الجدد في النمسا.

EDUCULT و 'Wirtschaft für Integration'