

اللاجئون السوريون واستراتيجية التضليل في الإعلام الفرنسي

(القنوات التلفزيونية الوطنية الجامعة أنموذجاً)

الدكتور: داود جفافة - جامعة بسكرة (الجزائر)

مقدمة

يعمل الإعلام على صناعة حقيقة إعلامية موازية (Une réalité médiatique parallèle) للحقيقة الاجتماعية المعاشة (Une réalité sociale) والتي قد تكون مطابقة لها نوعاً ما، مشابهة لها تقريباً أو معاكسة لها تماماً و من خلال هذا البناء الاجتماعي الجديد، و على أساس أن الإعلام مؤسسة اجتماعية تتفاعل مع بقية مكونات المجتمع، يقوم القائمون عليه بإعادة ترتيب الميكانيزمات المجتمعية وفقاً لتصورات و مصالح مواكبة للملكي هذه المؤسسات الاتصالية و تحالفاتها. في هذا المجال يصبح تناول التغطيات التي تتناول أزمة اللاجئين السوريين في وسائل الإعلام العالمية ذات معنى مهم للغاية ذلك أنها تفسر و تكشف عن السياسات المنتهجة هنا وهناك للتعامل مع تدفق اللاجئين نحو دول العالم. و لما كانت أوروبا، نظراً لقرتها من سوريا، لوجود الروابط التاريخية بينها وبين المجتمعات العربية (الاستعمار)، لكونها دول متفتحة على الغير، تتقبل و تتعايش مع الآخر و غيرها من الأسباب، فإنها أصبحت مقصداً للآلاف من المواطنين السوريين الهاربين من أتون الحرب ودمارها. في هذا المجال يأتي الاهتمام بدراسة و تحليل معالجة ظاهرة عبور اللاجئين السوريين إلى أوروبا من خلال وسائل الإعلام المحلية وذلك بتناول نموذج دولة ذات ثقل في القارة الأوروبية و هي فرنسا، باعتبارها من الدول التي كانت تربطها علاقات متميزة مع سوريا، و يتعلق الأمر بفهم و توضيح كيفية تقديم و تأويل (La représentation) التلفزيونات الفرنسية لظاهرة اللاجئين السوريين للمواطنين الفرنسيين باعتبارهم يملكون تقاليد و ممارسات عريقة في مد يد العون للغير و تقديم المساعدة للآخر و لا عجب أن معظم المنظمات الإنسانية ذات أصول فرنسية (أطباء بلا حدود، أطباء العالم، محققون بلا حدود، الخ).

وعلى أساس هذا يمكن طرح الإشكالية التالية: كيف تعالج التلفزيونات الفرنسية الوطنية ظاهرة اللاجئين السوريين إلى بلدها؟ إن هذا التساؤل يفتح الباب واسعاً أمام عدة أسئلة هامة مثل البحث عن الصورة

الذهنية التي ترسمها هذه القنوات التلفزيونية لهؤلاء القادمين من عمق الشرق إلى أوروبا؟ عن كيفية تعاملهم مع الفرنسيين و الاندماج داخل مجتمعهم؟ عن القيم الحضارية، العقائدية و الثقافية التي يحملونها و كيف سيقابلون بها غيرهم؟ إضافة إلى ذلك يمكن طرح التساؤل حول القيمة المضافة التي يمكن أن يقدمها اللاجئون السوريون للاقتصاد الفرنسي و هل سيكون لهم دور في التنمية الاقتصادية للبلاد؟ للإجابة عن هذه الأسئلة، لابد من وضع تصور أولي يكون بمثابة فرضيات مؤقتة يتطلب الأمر تأكيده أو نفيها من خلال العملية التحليلية اللاحقة و يمكن صياغتها بالشكل التالي:

❖ تعتمد التلفزيونات الفرنسية، كمرحلة أولى، على النظرية الاتصالية المتعلقة بفكرة "ترتيب

الأولويات" و المعروفة بنظرية (Agenda-Setting Theory) و معناها أنها تقوم بترتيب ظاهرة هجرة اللاجئين كموضوع ترتيبا ذي بعدين. أولهما خارجي و هو بالنسبة لبقية المواضيع الإخبارية بحيث يكون له تأثير على المتلقين لكونه موضوعا يعينهم مباشرة و يتعلق بحياتهم اليومية و ثانيا داخلي من خلال اختيار العناصر التي تثير الغضب و النفور من هؤلاء القادمين من بعيد بدل تلك التي تثير الشفقة و تدعو للرفقة بهم و مساعدتهم. النتيجة الحتمية لهذا الخيار هي رفض فكرة قدوم اللاجئين السوريين عبر "شيطنة" صورتهم الذهنية لدى المشاهد الفرنسي.

يرى ولتر ليبمان صاحب نظرية "الأجندة سيتنج" أن وسائل الإعلام تقوم ببناء صورة ذهنية لدى الجماهير حول جملة من المواضيع التي تهم المجتمع و هي بذلك تعتمد على التزييف الجزئي أو التحريف الكلي للحقائق و توجيهها و ذلك بهدف خلق رأي عام مساند لتيارات سياسية معينة تخدم مصالحها، تتبنى خطها الافتتاحي، تقاسمها الإيديولوجية أو تربطها بها رابطة عضوية<sup>1</sup>.

❖ تقوم التلفزيونات الفرنسية بترتيب هذه الخيارات طبقا لنظرية الغرس الثقافي (Cultivation

Theory) لصاحبها جورج جارنر و لاري غروس و التي مفادها هو إقناع الرأي العام الفرنسي بوجهة نظر معينة تتمثل في خطورة قبول فكرة استقبال اللاجئين السوريين في فرنسا على أساس ما يمكن أن يشكلوه من خطر مزدوج على المواطن الفرنسي البسيط على صعيدين: اقتصادي،

<sup>1</sup> Public Opinion, Lippmann, W, (1922), New York, Harcourt

بحيث سيصبح السوري منافسا له في سوق العمل في ظل أزمة اقتصادية خانقة و ارتفع مهول معدلات البطالة و ثانيا من خلال الصعيد الثقافي على اعتبار أن الشرقي حامل لثقافة العنف، التحريم، الإرهاب و الشذوذ الجنسي و هو ما يهدد استقرار المجتمع. الملاحظ هو أن هذا الطرح متناسب تماما مع توجهات اليمين المعارض في فرنسا و الذي يسعى لتولي السلطة في انتخابات 2017. و منه يظهر أن التلفزيونات الفرنسية تستعمل موضوعا خارجيا و إنسانيا في حرب انتخابية داخلية و خاصة مع العلم أن مجمل وسائل الإعلام في هذا البلد تنحصر في أيدي 4 من رجال الأعمال المقربين من دوائر اليمين المعارض في فرنسا.

و بالعودة إلى نظرية الغرس الثقافي، لا بد من التذكير بأنها ترى أن الفرد الذي يتعرض لمشاهدة برامج التلفزيون يكتسب لا إراديا مجموعة من القيم و التصورات الخاصة بجزئية معينة من المجتمع و بالتالي يصبح خاضعا للحقيقة الإعلامية وفق ما رسمها له جهاز التلفزيون و من ثمة تُحل "القيم التلفزيونية" محل القيم الاجتماعية لدى هذا المشاهد بطريقة لا شعورية و غير واعية و يصبح تأويله للأحداث المحيطة به معتمدا بالدرجة الأولى و حصريا على ما تلقاه من التلفزيون كمصدر أحادي للمعرفة و الذي يكون مغايرا للواقع المعاش كلية<sup>2</sup>.

إن الاعتماد على هذه النظريتين في هذه الدراسة يشكل جزءا مهما من العمل البحثي على أساس أنه يقدم التفسير العلمي لتناول التلفزيونات الفرنسية لظاهرة اللاجئيين السوريين في فرنسا و تداعياتها على السياسة الفرنسية الداخلية و الخارجية. و لكن قبل الوصول إلى هذه النقطة يبدو من الضرورة بمكان وضع هذه الدراسة في إطارها العام من خلال تحديد النقاط التالية:

❖ **المحور:** تنتمي هذه الدراسة إلى محور "دور الإعلام في شؤون اللاجئيين السوريين"

<sup>2</sup> « Living with television: The violence profile », *Journal of Communication*, Gerbner, G., Gross, L. (1976), n° 26, pp. 172-199

❖ **العلاقة بالمحور:** تتمثل علاقة الدراسة بالمحور في كونها تتناول تغطية وسائل الإعلام الفرنسية

(القنوات التلفزيونية) لظاهرة اللاجئين السوريين وكيفية تقديمها للمجتمع الفرنسي (بمكوناته الأوروبية و الجاليات العربية و التركية) الذي ينتظر منه السوريون المساعدة و التضامن.

❖ **الأهمية و الأهداف:** تكمن أهمية البحث في كونه يهدف إلى دراسة و تحليل أساليب الإعلام

الغربي (الفرنسي أمودجا) في التضليل الإعلامي بشأن اللاجئين السوريين و تشويه صورتهم و ذلك بعد حادثة رأس السنة في كولونيا بألمانيا و التي هي في الحقيقة صنعة إعلامية مقدمة خدمة للسياسيين بهدف إيجاد وسيلة للتملص من الالتزامات الإنسانية أمام شعوبهم في التكفل بضحايا الحرب في سوريا. و أيضا التفكير في كيفية مواجهة هذا التضليل بهدف تنوير الرأي العام الأوروبي و كسب تأييده و تضامنه مع القضية السورية.

❖ **خطة الدراسة:** من أجل إنجاز دراسية مستوفية للشروط العلمية، تم العمل في البداية على القيام

بوضع إشكالية اللجوء في إطارها العام من خلال معالجة الظاهرة في سياقها التاريخي بداية من سنوات التسعينيات في نقطة أولى، ثم سيتم التطرق بعدها إلى تناول الإعلامي للظاهرة عبر مختلف المناطق التي شهدتها العالم من نزاعات و ذلك بهدف تحديد النسق العام الذي يتعامل فيه الإعلام الدولي مع مشكلة اللجوء الناتجة عن الحروب في نقطة ثانية. بعد ذلك يأتي الإطار التطبيقي للدراسة و الذي يتطرق إلى تحديد مجتمع البحث و عينته و الأدوات المستعملة في الدراسة و أخيرا تحديد النتائج و استخراج التوصية التي تُبنى على أساسها.

## 1. الإعلام و اللجوء : الظاهرة و التغطيات

تُشكل وسائل الإعلام في الكثير من الحالات المصدر الأول، الأساسي و الوحيد لفئة كبيرة من الجمهور و خاصة لذلك الذي لا يتمتع باتصال مباشر مع اللاجئين في تكوين صورة ما عن هؤلاء الأشخاص. و لذلك و من خلال اختيار المواضيع التي يتم تناولها، فإن وسائل الإعلام تقوم بتحديد المسائل المتعلقة باللجوء و التي يجب على الجمهور أن يفكر فيها. و هكذا تقوم وسائل الإعلام باختيار المواضيع التي تتم

معالجتها بشكل مكثف حتى تتمكن من إثارة الانتباه و جلب النظر إليها و بالتالي تساهم في تحديد الأولويات السياسية و الاجتماعية للفاعلين السياسيين داخل المجتمع و الذين تربطهم علاقات مصلحة مع وسائل الإعلام. و هكذا تقوم هذه الأخيرة بعملها خدمة للسانة و براجمهم ذلك أن لديها توجهها نحو إعطاء انتباه أكثر للأزمات و هو ما يسمح بظهور الآراء العنيفة و المتطرفة و إعطاء فضاء أوسع للكلام و مخاطبة الجماهير<sup>3</sup>. في هذا الإطار، أثبتت دراسة أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية أن الخطاب الذي تنتجه الكثير من وسائل الإعلام في البلاد يقود بصفة تلقائية إلى إشراك المهاجرين و اللاجئين بنوعية معينة من المشاكل مثل الأزمات، الانحراف، البطالة، القتل، الخ، و تلخص الدراسة إلى أن هذا الوضع ناتج عن عملية اتصالية بحتة تقوم بها وسائل الإعلام و يمكن تسميتها "التغطية الإعلامية المفرطة" ( La surmédiation) للأحداث و الوقائع المرتبطة بهذه الشريحة من المجتمع الأمريكي و الذين يتم إقصاؤهم في الخطاب الصحفي نفسيا و معنويا من هذا المجتمع و القول بأنهم "أفارقة" أو "آسيويون" أو غيرهم<sup>4</sup>. إن هذه الدراسة ماهي إلا مثال عن الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في العملية الاتصالية باعتبارها تمثل دور الوسيط الأساسي فيها و بذلك تقوم باقتراح أطر التأويل للأحداث الجارية و الطريقة التي يجب أن تُفسَّر بها الحقائق الاجتماعية<sup>5</sup>. و من خلال هذه الممارسة تصبح وسائل الإعلام، و بالخصوص التلفزيون، ليس فقط مكانا عموميا، حيث يلتقي مختلف الفاعلون الاجتماعيون و يتناظرون بأفكارهم المتباينة و آرائهم المتشابهة، و لكنها و أكثر من ذلك، تصبح الفضاء الذي يمكن أن يصنع الرؤى و التوجهات التي تحكم المجتمع و تصبح عادية، مقبولة و تتماشى مع المعايير الاجتماعية<sup>6</sup>. إن هذه الحقائق تؤكد على أن للإعلام يدا في صناعة السياسة المتعلقة باللجوء في الدول التي تقصدها جموع الهاربين من الحروب و الكوارث

<sup>3</sup> *Migrating out of Poverty: Engaging the media, improving reporting and changing attitudes*, Chappell, L., Glennie, A. (2011), < [https://www.iom.int/jahia/webdav/shared/shared/mainsite/policy\\_and\\_research/wmr2011/Chapter1-Communicating-Effectively-About-Migration.pdf](https://www.iom.int/jahia/webdav/shared/shared/mainsite/policy_and_research/wmr2011/Chapter1-Communicating-Effectively-About-Migration.pdf) > (20/03/2016)

<sup>4</sup> «America's views of immigration: The evidence from public opinion surveys», *Migration, Public Opinion and Politics: The Transatlantic Council on Migration*, Suro, R. (2009), Bertelsmann Stiftung, Migration Policy Institute, Gütersloh, pp. 52-76

<sup>5</sup> *Culture et communication, Convergences théoriques et lieux de médiation*, Caune, J. (1995), Grenoble, Paris, Presses universitaires de Grenoble, l'Harmattan Éditions

<sup>6</sup> « I went to the market, mon petit panier sous mon bras. How do the continental, national and provincial media affect cultural identity processes in francophone Canada? », *Aspects of intercultural Communication Conference*, De la Garde, R. (1999), 6-7 Avril, Roskilde University, Copenhagen

الطبيعية و في هذا الإطار تأتي النقطة التالية التي تتناول على مرحلتين، مسألة اللاجئين في العالم و كيفية تعامل الإعلام الدولي مع قضاياهم، كمدخل للدراسة، ثم بعد ذلك عرض لبعض التغطيات المختلفة للاجئين السوريين في العالم و ذلك من أجل وضع التغطية الفرنسية لظاهرة اللجوء السوري في إطارها العام.

## 1.1. اللاجئين في العالم و التغطيات الإعلامية الدولية

رغم أن الحركة و التنقل يعتبران من أهم خصوصيات الإنسان و خاصة العصري منه و رغم الاعتراف و القبول بأن الهجرة عامل مهم في ازدهار الاقتصاد إلا أن الاتصال التضليلي حول هذا الأخير يمكن أن يؤدي إلى إنتاج معلومات مغلوطة تتواتر من خلال عدة فاعلين أهمها السياسات العامة الحكومية و وسائل الإعلام الذين بإمكانهما لعب دور مهم في طريقة استقبال السكان للاجئين. في هذا المجال ، يؤكد التقرير السنوي لعام 2011 للمنظمة العالمية للهجرة على أنه تم التوصل إلى نتيجتين هامتين تثبتان من جهة، أن وسائل الإعلام تُشكل المصدر الأساسي للأخبار (إحصائيات، توجهات، تحاليل، الخ) حول اللاجئين و المهاجرين بالنسبة لسكان البلد المضيف من جهة. و تضيف أن وسائل الإعلام يمكنها أن توجه النقاش حول ظاهرة الهجرة و اللجوء من خلال القيام بعملية توضيح الجوانب السلبية لهذه الظاهرة كالوضعية غير القانونية للأفراد داخل البلاد، و ذلك بالعمل على التناول المفرط للأحداث السيئة المتعلقة بهم<sup>7</sup>. من جهة أخرى تؤكد الكثير من الدراسات أنه و بسبب التجارب السيئة المتعلقة بالظروف الدراماتيكية و القاسية لمغادرتهم لبلدانهم الأصلية مرغمين و فارين من هول الحرب و جحيمها، فإن الكثير من اللاجئين يصبحون أكثر حساسية و تأثراً بالصور و التأويلات التي تقدمها وسائل الإعلام المختلفة عنهم و عن ثقافتهم و قيمهم المعنوية و الأخلاقية. إن المعالجة الإعلامية لظاهرة اللجوء غالباً ما تقدم إشارات تهكمية حول الهويات الشخصية للأفراد المهجرين من ديارهم و صور نمطية اختزالية للواقع الحقيقي لمعاناتهم اليومية<sup>8</sup>.

<sup>7</sup> *Etat de la migration dans le monde 2011, bien communiquer sur la migration*, Organisation internationale pour les migrations (2011), Genève, OIM, p. XVI

<sup>8</sup> « Le rôle des médias dans l'adaptation des réfugiés dans leur pays d'accueil, Le cas des réfugiés bosniaques dans la Ville de Québec », *Recherches qualitatives*, Curovac Ridjanovic, A. (2007), Hors série, n° 4, pp. 69-91, Actes du colloque Approches qualitatives et recherche interculturelle : Bien

العالم اليوم الكثير من الذكريات عن الصور الصعبة التي مرت بالكثير من الأشخاص الذين عانوا ويلات اللجوء و مرارته. في هذا المجال، يتذكر الشعب الألباني الأمواج الهائلة من اللاجئين الذين نزحوا من كوسوفو و الذين وصل عددهم نحو نصف مليون شخص و كان على الإعلام المحلي أن يتعامل في تلك الظروف الصعبة مع الظاهرة الجديدة. معظم الدراسات التي أُجريت حول التغطيات الإعلامية للصحافة الألبانية لموجة النزوح الكوسوفي على بلادهم تؤكد على بروز عاملين مهمين في التقارير الإعلامية التي أنتجت حول الموضوع و التي تميزت بإبراز نوع من الاشمزاز من قدوم الجيران الهاربين من الحرب و لكنه كان ممزوجا في نفس الوقت بالكثير من النضج في التعامل مع الظاهرة مع مصاحبة ذلك بتسويق فكرة إنهاء الصراع بالطرق السلمية دون الاستمرار في الحرب. هذا السلوك الاتصالي هو نابع في الحقيقة من رغبة الحكومة الألبانية التي تخلت عن النظام الشيوعي في رسم و بناء صورة مقبولة عن البلاد لدى الرأي العام العالمي، القوى العظمى و الحكومات الغربية و تقديم نفسها كدولة مسالمة لا تتحرك و لا تتدخل في أزمة بدافع عنصري و إنما لأسباب إنسانية بحتة<sup>9</sup>. من هذا يمكن القول أن وسائل الإعلام في ألبانيا اعتمدت في تناولها لظاهرة لاجئي كوسوفو مقارنة براغماتية تتقاطع مع السياسة الخارجية لبلادها و هو ما يؤكد مرة أخرى التوافق بين الخط الافتتاحي للكثير من وسائل الإعلام و السياسة الدولية للدولة.

مثال آخر هذه المرة و يخص جانبا آخر من اللاجئين في العالم و خاصة في القارة الإفريقية المعروفة بنسب هائلة من الرعايا المتدفقين على مختلف الدول و يتعلق هذه المرة بأولئك الفارين من الحرب الأهلية في مالي و القاصدين الجارة النيجر. في هذا المجال تقول الدراسات أن التغطيات الصحفية لهذه الفئة من الأفراد فيما يتعلق بحاجياتها الحياتية اليومية و ظروفها المعيشية غائبة تماما عن أجندة وسائل الإعلام الدولية إلا القليل من التقارير المناسباتية التي تبثها المحطات الإذاعية الأجنبية مثل هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) ، صوت ألمانيا (DW) أو راديو فرنسا الدولي (RFI) و التي تغطي مناطق اللاجئين في كل من مخيمات أنتيكان (Intikane)، مانغاز (Mangaize) و أبالا (Abala) في النيجر و ذلك بانجاز تقارير عامة و سطحية عن

comprendre pour mieux intervenir, <<http://www.recherche-qualitative.qc.ca/Revue.html>>, p. 85, (20/03/2016)

<sup>9</sup> La couverture des conflits en Macédoine par les médias albanais : une position équilibrée, Semini, L. (2001), <<http://www.mediaonline.ba/fr/?ID=92>>, p. 5, (20/03/2016)

الوضعية الإنسانية للمالين هناك<sup>10</sup>. و مهما يكن من أمر فإن الحقيقة الظاهرة للعيان أن الكثير من وسائل الإعلام الدولية سقطت في أيدي الرأسمال و أصبحت وسيلة للدفاع عن المصالح المشتركة بين مالكيها و رجال السياسة و بذلك فإن إنتاجها الإعلامي أصبح يصب في اتجاه واحد و هو إشغال المشاهدين في كل بقعة من العالم عن الواقع المر الذي يعيشه حتى لا ينتفض.

## 1. 2. التغطيات الإعلامية لظاهرة اللاجئين السوريين في العالم

تختلف التغطيات الإعلامية الدولية لأزمة اللاجئين في سوريا و ذلك باختلاف السياسات التحريرية لهذه الهيئات من جهة و أيضا لتباين المواقف الدولية من الأزمة السورية و التي تنعكس بالضرورة على العلاقة القائمة بين وسيلة إعلامية و سلطة سياسية معينة و التي تلقي بظلالها بصفة تلقائية على الأداء الاتصالي للعملية الصحفية. في مثال صارخ عن التعتيم الإعلامي الذي تمارسه الصحافة يأتي مثال الحالة الكندية و التي تفيد بأن حكومة أوتاوا، حسب ما وعد به المسؤولون، ستستقبل إلى غاية 2016 نحو 50 ألف لاجئ سوري<sup>11</sup> حتى نهاية العام و هو عدد ضخم يبرز الانخراط الكبير لكندا في مساعدة السوريين و استقبالهم. و لكن الحقيقة التي لم تقلها وسائل الإعلام أن هذا البلد لم يستقبل سوى 26 ألف لاجئ سوري أي نصف العدد الذي تم التصريح به هذا من جهة. من جهة أخرى أن رقم 50 ألف لاجئ التي وعدت كندا باستقبالها لا تمثل سوى نسبة 0.03 بالمائة من نسبة المواطنين الكنديين المقدرة بحوالي 35 مليون نسمة و تشكل كذلك نسبة 0.3 بالمائة من نسبة إجمالي اللاجئين السوريين في العالم المقدر عددهم بما يناهز 4 مليون شخص و الذين توجد النسبة الغالبة و الساحقة منهم (95 بالمائة) في الدول الشقيقة المجاورة مثل لبنان، الأردن، العراق و تركيا<sup>12</sup>. بمعنى آخر أن الهم السوري لا يتحمله إلا العرب الأكثر فقرا في الشرق الأوسط. هذا عن وضعية اللاجئين السوريين في كندا. و بالعودة إلى أوروبا و بالضبط إلى مقدونيا فيمكن الإشارة إلى الحادثتين اللتين شغلنا الرأي العام في هذا البلد و يتعلق الأمر

<sup>10</sup> *Enhanced Information and Communications for Non-violence among Malian Refugees in Niger*, Moutari, A. (2014), Search for Common Ground, Niamey, p. 19

<sup>11</sup> <<http://www.cic.gc.ca/francais/refugies/bienvenue/>> (2016/03/20)

<sup>12</sup> *En danger et non dangereux*, Montréal Amnistie Internationale, (2016), <[http://www.amnistie.ca/site/refugies/pdf/livretMontageVert\\_3.pdf](http://www.amnistie.ca/site/refugies/pdf/livretMontageVert_3.pdf)>, p. 3, (20/03/2016)



بالصور التي بثتها وسائل الإعلام حول رجال الشرطة و هم يضربون اللاجئين بالعصي و الأخرى المتعلقة بإلقاء القنابل المسيلة على جموع اللاجئين بمدينة جيفيجيليا<sup>13</sup>. إن تغطية هذين الحادثين، كمثال، أظهرت محاولة وسائل الإعلام الحكومية التقليل مما حدث و العمل على القول أن هؤلاء المهاجرين هم أسباب المشاكل الاقتصادية كالبطالة، و الأمنية كالعنف، في الدول الأوروبية المتطورة و لذا يجب طردهم اعتمادا على خلق هذه العلاقة السببية. و الخلاصة أن وسائل الإعلام في مقدونيا استخدمت التضليل لخلق صور نمطية و عداوية عن اللاجئين السوريين و زرعها في أوساط المواطنين. أما بالنسبة لكرواتيا و صربيا فإن اللاجئين السوريين استخدموا كأداة ضغط و وسيلة حرب بين الجارتين في صراعهما التقليدي من خلال تركيز وسائل الإعلام في البلدين على كون كل طرف يحاول أن يستعمل الملف السوري كورقة مساومة في وجه العدو التقليدي. وبالانتقال إلى الصحافة المكتوبة في فرنسا و حسب الدراسة التي قامت بها الباحثة لويزا دهلباكا عام 2015 في جامعة أبو أكاديمي في فنلندا حول التغطيات الإعلامية لجريدي لو فيغارو و لبيراسيون الفرنسيين لظاهرة تدفق اللاجئين السوريين على فرنسا و التي خلصت فيها إلى أن اليومية الأولى (لوفيغارو) كانت عبارة عن وسيلة إعلامية في خدمة أفكار الساسة اليمينيين و على رأسهم الرئيس الأسبق نيكولا ساركوزي و رئيسة حزب الجبهة الوطنية المتطرف مارين لوبان. و يكفي الأمر أن الجريدة كلما تتكلم عن الموضوع تصفه بالأزمة<sup>14</sup>. و في الأخير و مهما يكن من أمر فإن الأكيد أن المعالجة الدولية في مختلف وسائل الإعلام لأزمة اللاجئين السوريين غلب عليها و في معظم الأحيان خطاب براغماتي يتميز باستخدام التفاصيل و الجزئيات الدقيقة في صياغة قيم و أفكار تخدم مصالح الفاعلين السياسيين الذي تربطهم علاقات مصلحة أو إيديولوجية مع وسائل الإعلام المتنوعة كما هو الحال بالنسبة ليومية لوفيغارو الفرنسية المعروفة بتوجهاتها اليمينية المتطرفة.

## 2. اللاجئين السوريون و التلفزيونات الفرنسية

<sup>13</sup> <<http://www.courrierdesbalkans.fr/articles/medias-et-refugies-une-histoire-balkanique.html>> (20/03/2016)

<sup>14</sup> *Le discours de crise : la représentation des réfugiés dans Le Figaro et Libération*, Dahlbacka, L. (2015), Turku, Åbo Akademi University, <<http://www.doria.fi/handle/10024/119922>> (20/03/2016)

إذا كان موضوع الدراسة يتعلق بتحليل التناول الفرنسي في التلفزيونات المحلية لأزمة اللاجئين السوريين فإنه ما الجدير الوقوف عند هذين المتغيرين من أجل فهم معانها و القصد منهما في صلب هذه العملية و يصبو هذا الإجراء إلى تحديد الإطار المفاهيمي للبحث و تمكين القارئ من تصور النتائج المرتقبة و وضعها في مجالها المناسب لها. هذا هو محور النقطتين التاليتين.

## 2. 1. اللاجئين السوريون

إن المعنى المقصود من استعمال مصطلح اللاجئين ينصب تحديدا و حصريا حول الأشخاص حاملي الجنسية السورية الفارين من الحرب و العنف إلى مناطق آمنة بغرض الحفاظ على أبسط الحقوق الإنسانية و هو الحق في الحياة. إذن الأمر لا يتعلق بالمهاجرين السوريين أو من جنسيات أخرى القاصدين أوروبا بهدف تحسين الظروف المعيشية، الاقتصادية أو العلمية أو غيرها. بمعنى أن الأمر يتعلق بأولئك الذين يريدون النفاذ بأرواحهم و العودة حين استتباب الأمن إلى بلادهم و ليس الباحثين عن الرفاهية و الاستقرار في الغرب. إن عسكرة النزاع عن السلطة في سوريا و تحول البلاد إلى حلبة مصارعة بين القوى الدولية أدى في نهاية الأمر إلى إلحاق الدمار الكامل بمختلف مناطق البلاد و هو ما خلف الخسائر الفادحة في الأرواح و الممتلكات و هو ما دفع بالمدنيين العزل الذين كانوا وقود هذه الحرب الأهلية إلى الفرار بأرواحهم من أتونها. و يأتي في مقدمة المهجّرين من ديارهم سكان المناطق الحدودية لسوريا و الذين فروا إلى الدول المجاورة (تركيا، الأردن، لبنان، قبرص، الخ)<sup>15</sup>. إن لجوء الملايين من المواطنين السوريين خارج بلادهم يشكل كارثة إنسانية ضخمة ذات تداعيات سلبية جمة على المجتمع السوري و التي يمكن لمس أهم ملامحها في الأضرار التالية:

❖ التغذية و التربية، حيث أن الأطفال يبقون في حاجة ملحة إلى تغذية جيدة (الأكل، الماء الصالح للشرب، الخ) من أجل الحفاظ على نمو طبيعي و متوازن. كما أنهم من جانب آخر في حاجة إلى استقرار عائلي في منازل يشعرون فيها بالراحة و الطمأنينة و التي تجنبهم الانحراف و توفر لهم الهدوء من أجل

<sup>15</sup> *La crise syrienne et ses répercussions : les réfugiés à l'intérieur et à l'extérieur*, Kawakibi, S. (2013), San Domenico di Fiesole, European University Institute, Robert Schuman Centre for Advanced Studies, Migration Policy Centre, p. 4

ممارسة طفولتهم بشكل طبيعي. إن هذين العاملين ضروريان من أجل أن يُقبل الأطفال على الذهاب إلى المدارس قصد التعلم. إن عدم توافر هذه الظروف للأطفال السوريين يعقد من أزمة اللاجئين و يزيد العبء على الأولياء و المنظمات المكلفة برعايتهم،

❖ الصحة، تعتبر من العوامل الأساسية التي يعاني منها اللاجئين السوريون ذلك أن الظروف المحيطة بالتهجير من غياب النظافة الجيدة في المأكل، المشرب، قلة و سوء النوم، و المبيت تؤثر بشكل قوي على الجانب الصحي للأفراد المهجّرين من خلال ظهور أمراض و أوبئة هم في الحقيقة في غنى عنها و لذلك يصعب على المنظمات الإنسانية التي تشرف على عمليات الإغاثة تغطية هذا الجانب،

❖ إن القلق الناتج عن العيش داخل أجواء العنف، الحرب، الإحباط، الانهيار العصبي و غيرها من الأمراض النفسية تشكل أهم الأعراض التي يتعرض لها اللاجئين السوريون جراء التأثير بالحرب الدائرة في بلادهم و لذلك يصبح هؤلاء الأفراد في أمس الحاجة إلى الرعاية النفسية و العاطفية التي تخفف عليهم عبء معاناتهم و تقدم لهم الدعم المعنوي الذي يؤهلهم للاستمرار في الحياة و الانطلاق من جديد في بلد اللجوء.

## 2.2. التلفزيونات الفرنسية

إن الحديث عن التلفزيونات الفرنسية و كيف تقوم بصناعة الأخبار و كيف تقدمها للمشاهد الفرنسي يتطلب القيام بهم عاملين أساسيين و هما مكانة التلفزيون في المجتمع المحلي كمؤسسة إعلامية، ترفيهية و تثقيفية و نشرة الأخبار التي يستقي منها المشاهدون المعلومات كموعِد يومي متميز في الأجندة الشخصية للفرنسيين. في الإعلام الفرنسي اليوم و خاصة المؤسسات التلفزيونية العمومية و الخاصة، المجانية أو المدفوعة، يقوم الصحفيون بعملية اختيار و بناء لما قاموا باختياره من أخبار و مواد بناء على مبدأ الإثارة و الاستعراض من خلال مسارين، يتمثل الأول في إخراج و تمثيل الحدث بالصور و من ثمة تأتي عملية تضخيم الأهمية، الخطورة و الميزة الدرامية المساوية له. بعدها تأتي و في مرحلة مواتية عملية اختيار الألفاظ التي تقوم باحتواء و التهام الصور بهدف إعادة تشكيل معانيها و إعطائها دلالات جديدة تخدم الخبر و تضمن تأثيره على المتلقي. إن العمل الإعلامي سواء كان في الحصص، التحقيقات، النشرات الإخبارية أو

غيرها يعتمد على عملية إعادة الإنتاج اللغوية و البصرية التي تعطيها تعليبا يصبح بعده قابلا للاستهلاك من قبل المشاهد. إن تسمية شيء معين هي إعطائه إمكانية أن يصبح مرثيا و خلقه و إعطائه وجود. ذلك أن هذه الكلمات تقوم بعمل أشياء، بخلق الخيال الذي يبهر و يعجب الجمهور (Le Fantasme) أو الخوف و ممكن أيضا الفوبيا (La phobie). أو ببساطة القيام بعملية تأويل خاطئ للحقيقة<sup>16</sup>. هذه العملية تتحد و تزداد شراسة أكثر عندما يتعلق الأمر بصناعة النشرة الإخبارية لما لها من قيمة اجتماعية في المجتمع الفرنسي بحيث تشكل حجر الزاوية للعملية الاتصالية اليومية. رغم التطور الذي شهده المشهد الإعلامي الفرنسي من ظهور القنوات الرقمية المجانية المندرجة تحت شبكة التلفزيون الرقمي الأرضي (TNT) أو انتشار القنوات الإخبارية الموضوعاتية التي تغطي كل الأحداث على مدار الساعة و بشكل مستمر إلا أن نشرة أخبار الثامنة مازالت "القدس الأكبر" (La grand-messe du 20 heures) الذي تجتمع حوله العائلة و مركز البرمجة التلفزيونية بحيث تتنافس أكبر قناتين (تي أف 1 و فرانس دو) على هذا الموعد الهام. الدراسات توضح أن ثلاثة أرباع المشاهدين يتابعون النشرات الإخبارية و أن أغلبية الفرنسيين يستقون أخبارهم منه بغض النظر عن إشكال الموضوعية و المصدقية<sup>17</sup> من نشرة الأخبار التي تخاطب المشاهدين مباشرة و تجمعهم حول نظرة المقدم الذي يخاطبهم و الذي يتبادلون معه الحوار افتراضيا و هو بذلك يجند الجماهير من حوله للاستماع إليه. إن نشرة الأخبار في التلفزيون الفرنسي أصبحت تزاخم المؤسسات السياسية لممارسة السياسة ذلك أنها أصبحت استعراضا و مقدم الأخبار صار نجما و الوزير الأول المنتخب لتوه يأتي ليقدم برنامجه السياسي في نشرة أخبار الثامنة عوض نواب الشعب<sup>18</sup>. في نشرة أخبار مابعد التلفزيون (La post-télévision) هناك توجه، حسب جون لويس ميسيك، إلى نوعين من الإنتاج السمعي البصري الإخباري و يتعلق أولا أخبار الترفيه أو المنوعات (L'information-divertissement) و يقصد بها تلك الفضائيات التلفزيونية التي يجد رجل السياسة نفسه فيها مرغما على المشاركة في غياب فضاء آخر لتسويق أفكاره و هي تلك التي تسمى حصص المشاهير (People) و في هذه الحالة يصبح على التلفزيون

<sup>16</sup> Sur la télévision, suivi de l'emprise du journalisme, Bourdieu, P. (1996), Paris, Raisons d'agir Editions, p. 19

<sup>17</sup> Télévision et démocratie, Esquenazi, J-P. (1999), Paris, PUF, p. 293

<sup>18</sup> La fin de la télévision, Missika, J-L. (2006), Paris, Seuil, La République des idées, p. 77

أن يقوم بدور ترفيهي بقدر الدور الإخباري و في نفس المرتبة، أما النوع الثاني فيتعلق بالأخبار الانفعالية و العاطفية حيث يصبح المجال مفتوحا أمام مقاربات أخرى كالحميمية، القرب، الشخصية، الاندماج، الخ حيث يكون الهدف منها هو جعل المشاهد يتقمص دور الشخص الذي يشاهده أمامه و ينفعل معه. في المحصلة ينتقل التلفزيون الفرنسي و بخاصة نشرات الأخبار فيه من مهمة الإخبار و التثقيف و الترفيه إلى مهمة إغراق المشاهد في الصور التي تحرف الحقائق و تزور الوقائع التي تجعل منها فاعلا سلبيا يستقبل فقط دون أن يفهم، يناقش أو ينتقد.

### 3. نوع الدراسة و منهجها

يمكن إدراج هذه الدراسة في مجال الدراسات الوصفية و هي الأبحاث التي تهتم بدراسة الحقائق الحالية المرتبطة بالظاهرة الاتصالية محل الدراسة و ذلك بهدف تحديد المميزات الأساسية التي تطبع التغطية التلفزيونية للحدث و ذلك من اجل الحصول على قبول الجمهور لوجهة نظر المؤسسة الإعلامية و بالتالي اعتناق الطرح الذي تقدمه و جعله رأيا شخصيا تتبناه و تدافع عنه داخل المجتمع الذي تعيش فيه.

### 3.1. المنهج المستعمل في الدراسة

تم استخدام منهج المسح في هذه الدراسة على أساس أنه يهتم بتفسير و تحليل الظواهر الاتصالية و ذلك لكونه يقوم بضبط الخصائص، الأبعاد، العلاقات التي تميزها و تحدد جوهرها. إن الهدف الرئيسي لهذا الاختيار هو الوصول إلى القيام بوصف علمي شامل للظاهرة المدروسة و بالخصوص لكونه يتعدى فكرة دراسة الظاهرة و تحديد أسبابها و علة حدوثها إلى الاهتمام بتحليل البيانات المتعلقة بها، قياسها و شرحها بغية الوصول إلى توصيف حقيقي يُمكن من ضبط نتائجها<sup>19</sup>.

### 3.2. مجتمع و عينة الدراسة

<sup>19</sup> *Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines*, Maurice A. (2009), Anjou, Editions CEC, p. 58

بهدف إنجاز دراسة متكاملة و صائبة تم اختيار العمل بالعينة القصديّة لعدد من المواضيع المتعلقة بحجرة اللاجئين السوريين إلى أوروبا و التي تم بثها في النشرات الإخبارية الرئيسية عبر القنوات التلفزيونية الفرنسية لمدة شهر من الزمن (يناير 2016). و يعود سبب هذا الاختيار لكون العينة القصديّة تستخدم في الدراسات التي تشتغل على الظواهر الاتصالية و ذلك حسب المعايير التي يعتمدها الدارس لكونها تتلاءم مع طبيعة دراسات علوم الإعلام و الاتصال و تحقق الهدف المراد الوصول إليه من خلال العملية البحثية. إن الاعتماد على العينة القصديّة يأتي استجابة لسببين أولهما أنّها تقدم نتائج ملموسة و صادقة عن الظاهرة المدروسة و ثانيا لكونها تغني عن العناء الذي يمكن أن يسببه الاختيار الحصري و الشامل لكل النشرات الإخبارية لمدة زمنية طويلة ذلك أن اختيار النشرات الرئيسية قائم على أساس كونها ذات صفة تمثيلية لمعظم البرامج الإخبارية بشكل متكامل. هذا و تم تكوين مجتمع الدراسة من النشرات الإخبارية (Les journaux télévisés) التي تبث عبر القنوات التلفزيونية الفرنسية الوطنية. و التي تم تحديدها حسب العوامل التالية:

❖ يبلغ عدد القنوات الفرنسية المجانية التي تبث عبر شبكة التلفزيون الأرضي الرقمي حوالي 30 محطة تلفزيونية غير أن هذا العدد يتضمن القنوات الجامعة (Les chaînes généralistes) و التلفزيونات المتخصصة (Les chaînes thématiques) و عليه فليس لكل القنوات نشرات إخبارية. هناك أيضا عامل آخر يتمثل في كون القنوات المشكّلة لهذا الباقية تتشكل من فئتين من المحطات، الأولى، و تسمى القنوات التلفزيونية التاريخية (les chaînes historiques) و التي يعرفها الفرنسيون منذ سنوات طويلة و التي كانت تبث برامجها عبر النظام الهيرترزي و تحولت فيما بعد نتيجة استخدام الرقمنة إلى البث الرقمي و هي التي تمثل عينة الدراسة لأنّها الأكثر مشاهدة من قبل الفرنسيين و تسجل دائما أرقاما جيدة في نسب المتابعة التي تؤكدتها مؤسسات دراسات الجمهور<sup>20</sup> إضافة إلى كونها القنوات الأساسية التي تبث نشرات إخبارية وفق المعايير المتعارف عليها في الصناعة الإعلامية المعاصرة،

<sup>20</sup><<http://www.mediametrie.fr/television/>>

❖ أن بقية القنوات الأخرى فهي تلفزيونات رقمية حديثة أي أنها أنشأت و بدأت البث تدريجيا بعد اعتماد البث الرقمي في فرنسا عام 2005 و تتميز بكونها قنوات متخصصة لا تبث نشرات إخبارية، و بكونها تابعة بشكل مباشر أو بشكل ضمني للقنوات الكبرى الرئيسية الأخرى و بالتالي فهي تتبنى نفس السياسة التحريرية للقناة الأم و دراسة الخط الافتتاحي لهذه الأخيرة يعتبر كافيا لفهم إستراتيجية المجموعة الإعلامية ككل و إعادة العمل يعتبر تكرارا غير مجدي.

### 3.3. الإطار الزمني للدراسة

تتمثل عينة الدراسة في المواد التلفزيونية التي تم بثها في القنوات الوطنية الفرنسية في الفترة الممتدة ما بين الفاتح و الحادي و الثلاثين من شهر جانفي (يناير) عام ألفين و ستة عشرة للميلاد. و قد تم اختيار هذا التاريخ على أساس انه يأتي مباشرة بعد دخول الأزمة في سوريا عامها السادس من جهة، و تطور أزمة اللاجئين السوريين من جهة أخرى لتأخذ أبعاد دولية متعددة منها بالخصوص تلك المرتبطة بالجانب الديموغرافي، الأمني و الإنساني.

### 3.4. تحديد حجم مجتمع و عينة الدراسة

تتمثل عينة الدراسة في 124 عددا من النشرات الإخبارية الرئيسية للقنوات التلفزيونية الأربع وهي تي أف 1، فرانس دو، آر تي و أم 6 المختارة بواقع 31 جريدة سمعية بصرية لكل قناة على اعتبار أن شهر جانفي (يناير) يحتوي على 31 يوم و الجرائد التلفزيونية تُبث بشكل يومي و قد تم اختيار النشرات الرئيسية للقنوات و التي تبث على الساعة الثامنة مساءً بالنسبة لقناتي "تي أف أن" (TF1) و "فرانس دو" و التي تستغرق 35 دقيقة لكل واحدة منهما (France 2)، على الساعة السابعة و خمسة و أربعين دقيقة بالنسبة لقناة "أم سيس" (M6) التي تدوم ربع ساعة و الساعة السابعة و النصف مساءً بالنسبة لقناة "آر تي" و (Arte) و التي تستمر 25 دقيقة. الجدير بالذكر أن لهذه القنوات نشرات إخبارية عند الزوال و لكن الاختيار توقف عند النشرات المسائية لكونها تمثل بالنسبة للمجتمع الفرنسي موعدا يوميا للالتقاء و النقاش

حول قضايا المجتمع اليومية و أيضا لكونها تحضى بنسبة مشاهدة عالية بالنسبة للتي تتم إذاعتها عند منتصف النهار.

### 3. 5. أدوات جمع البيانات

بهدف الوصول إلى نتائج إيجابية تتسم بالدقة، تم اختيار أداتين للقيام بعملية اختبار عناصر العينة و هما العاملين الذين يتلاءمان مع طبيعة العينة محل الدراسة ذلك أن الانتاجات التلفزيونية تتطلب المشاهدة بطبيعتها الأولى و الملاحظة العلمية من أجل القيام بتفكيك عناصرها المرئية، المسموعة و المقروءة. من جهة أخرى تعتبر أداة تحليل المضمون وسيلة جيدة لتمحيص المحتويات الموضوعية و الشكلية المكونة للخطاب الإعلامي الفرنسي للقنوات التلفزيونية المختارة و هذا الآن تفسير لذلك.

#### 3. 5. 1. الملاحظة المباشرة

تُشكل الملاحظة أداة هامة من أدوات البحث العلمي، ذلك أنها تمكن الباحث من دراسة أهم جوانب الظاهرة المدروسة بشكل جيد و تمحيصها بكل عناية و اهتمام. إن استعمال أداة الملاحظة في مجال الأبحاث التحليلية كخطوة أولى لمعرفة كيفية تناول القنوات التلفزيونية للظاهرة محل الدراسة تُمكن من تسجيل المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة وما تنقله النشرات التلفزيونية المحددة في عينة البحث من أخبار ومعلومات حول ظاهرة اللاجئين السوريين في فرنسا، و عليه فإن القيام بتحليل مبدئي-قبلي، وهو خطوة ضرورية للدراسة الاستطلاعية، و لذلك يجب اعتمادها قبل البدء في الدراسات التحليلية الاستدلالية و ذلك لكونها تفيد في بناء الفئات وتحديد وحدات العد والقياس التي سيتم استعمالها لاحقا في العملية التحليلية الخاصة بالدراسة.

#### 3. 5. 2. أداة تحليل المضمون

يمكن تعريف تحليل المضمون في الدراسات التي تندرج في مجال علوم الإعلام و الاتصال بأنه الوسيلة البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر و المضمون الصريح للمادة الإعلامية و دراستها بشكل كمي من خلال تقسيم المحتوى إلى فئات واضحة تُحدد اتجاه الدراسة و نتائج التحليل. و بهذا يمكن



التأكيد على أن لتحليل المضمون استخدامات واسعة في دراسة المواد الصحفية للجرائد، للمجلات، للإذاعة و للتلفزيون التي تعالج موضوع معين. إضافة إلى ذلك يمكن أن تهتم هذه الأداة بتحليل الخطابات بشتى أشكالها علاوة على الرسائل، المحادثات والصور وذلك بتمحيصها وإبداء الرأي فيها بغرض الوصول إلى المقصود الحقيقي لأصحاب الأقوال. زيادة على ذلك يمكن اعتبار تحليل المضمون أسلوباً بحثياً يهتم بالوصف الموضوعي النسقي المعنوي الظاهر للعملية الاتصالية وصفاً موضوعياً منهجياً وكمياً من أجل الوصول إلى استدلالات واستنتاجات صحيحة في حالة إعادة البحث والتحليل، ويعتمد تحليل المضمون على الوصف الكمي (القياسات، البحث في الكلمات والجمل والأفكار التي تتردد أكثر من غيرها) من جانب، وعلى الوصف الكيفي لمعاني الكلمات والأفكار من جانب آخر. أما الوصف الكيفي أو الاستدلالي فهو يتجاوز وصف الظاهرة والكشف عن المعاني الكامنة والأبعاد المختلفة للعملية الاتصالية. هذا ويمكن التأكيد على أن تحليل المضمون يتم عن طريق تحويل محتوى المادة الإعلامية إلى وحدات قابلة للعد والقياس، وهذه المرحلة تمثل السمات الأساسية للتحليل الكمي<sup>21</sup>.

#### 4. تحليل المعالجة الإخبارية لظاهرة اللاجئين

تهتم هذه النقطة بمعالجة المواد الإخبارية المقدمة في النشرات الإخبارية الرئيسية للقنوات الفرنسية الجامعة من حيث القوالب الصحفية المعتمدة في تناول مختلف المواضيع في مجمل المواد التي تم حصرها في إطار عينة الدراسة و في هذا الإطار يمكن تسجيل ما يلي (أنظر شكل 1):

القنوات التلفزيونية	تي. أف. 1 (TF1)	فرانس 2 (France 2)	آر تي (Arte)	أم. 6 (M 6)
عدد المواضيع	14	18	24	10

<sup>21</sup> « Council Statement: Migration, Public Opinion and Politics », *Migration, Public Opinion and Politics: The Transatlantic Council on Migration*, Papademetriou, D.G., Heuser, A. (2009), Bertelsmann Stiftung, Migration Policy Institute, Gütersloh, pp. 19–26, p. 23

شكل (1) عدد المواضيع التي خصصتها القنوات التلفزيونية الفرنسية لظاهرة اللاجئين السوريين في نشراتها

الرئيسية خلال شهر يناير 2016

❖ بالنسبة للقناة الفرنسية الأولى و التي تحتل المرتبة الأولى أوريبا تي. أف. 1 (TF1)، فإنه يمكن تسجيل اهتمام متوسط بظاهرة اللاجئين السوريين في فرنسا على اعتبار أنها خصصت 14 موضوعا للمسألة خلال شهر يناير 2016 و هو ما يعني معدل تناول يقدر بمرة واحدة كل يومين. من جانب آخر يحتل موضوع الإرهاب و العنف و ما يتبعهما من مواضيع الفئة الأولى (أنظر شكل 2) المرتبة الأولى في القضايا المتناولة من قبل القناة التلفزيونية و ذلك بتركيزها على الربط بين طبيعة المهاجرين و صفة الحرب. أما بالنسبة لبقية المواضيع، فقد جاء تناولها شبه متساوي،

❖ من جهتها القناة الفرنسية الثانية، ذات الملكية الحكومية، فرانس دو (France 2) تناولت ظاهرة اللاجئين السوريين في فرنسا بمستوى يفوت نسبة القناة الأولى بحوالي الثلث و احتلت فيها مسألة الإرهاب و العنف المرتبة الأولى كذلك و بنسبة أكبر من سابقتها تفوق ثلث المواضيع المسخرة لموضوع اللاجئين كلية. ما يلاحظ على هذه القناة أنها اهتمت كذلك، وبنسبة أقل شيئا ما، بمسألتي السكن و الإيواء من جهة و البطالة و الشغل من جهة أخرى مع شبه إهمال لنقطة المساعدات الإنسانية و التضامن اللذان لم يحصلوا إلا على نسبة 4 بالمائة من اهتمام القناة،

❖ تعتبر قناة آر تي (Arte) من أكثر القنوات التلفزيونية الفرنسية اهتماما بظاهرة اللاجئين السوريين في فرنسا و ذلك بمجموع 24 موضوعا خلال شهر يناير 2016 أي تقريبا بمعالجة شبه يومية للحدث. من جانب آخر، اختلفت هذه القناة عن القناتين السابقتين من ناحية الاهتمام حيث ركزت تغطياتها على موضوع مخالف لما سبق و يتعلق الأمر بنقطة المساعدات الإنسانية و التضامن الدولي التي أعطتها ما يقارب ثلث تغطياتها الإخبارية. ما يسجل عند ملاحظة ما قدمته آر تي (Arte) أيضا هو قلة اهتمامها بموضوعي البطالة و السكن و التركيز، و لو بشكل مقتضب و في مرحلة ثانية، على موضوع العنف و الإرهاب و ذلك في بعده الدولي،

❖ أخيراً و فيما يتعلق بقناة أم. 6 (M6)، فإن ما يمكن ملاحظته من تغطيتها الإخبارية لظاهرة اللاجئين السوريين أنها تصب في نفس اتجاه قناتي تي. أف. 1 (TF1) و فرانس دو (France 2) من حيث التركيز على موضوع الإرهاب و العنف الذي يحتل المرتبة الأولى في المواضيع المقدمة في نشراتها الاخبارية و التي تقارب ثلث المادة المخصصة للظاهرة (24 بالمائة) هذا مع تخصيص نسب متقاربة لموضوعي السكن و الشغل و اهتمام قليل بنقطة المساعدات الإنسانية و التضامن التي لا تتعدى 10 بالمائة من إجمالي مواضيع التغطية الإخبارية للظاهرة.

القنوات التلفزيونية	تي. أف. 1 (TF1)	فرانس 2 (France 2)	آر تي (Arte)	أم. 6 (M 6)
الإرهاب	% 26	% 30	% 18	% 24
البطالة	% 17	% 19	% 07	% 15
السكن	% 14	% 17	% 08	% 18
المساعدة	% 11	% 04	% 24	% 10
مجموع نسبة الكلمات	% 68	% 70	% 57	% 67
التراكيب اللغوية المحايدة	% 32	% 30	% 43	% 33

شكل (2) نسب تكرار المصطلحات في المادة الإخبارية المقدمة من قبل القنوات التلفزيونية الفرنسية في نشراتها الرئيسية في إطار تناولها لظاهرة اللاجئين السوريين

## 5. تحليل المعالجة الخطابية لظاهرة اللاجئين

في مسعى لتحديد الميكانيزمات و الآليات التي يتركز عليها الخطاب الإعلامي للقنوات التلفزيونية الفرنسية فيما يتعلق بتغطيتها لظاهرة اللاجئين السوريين كان يجب وضع شبكة عمل تُمكن من رسم أهم المرتكزات اللفظية التي يعتمد عليها هذا الخطاب و في هذا المجال يأتي التقسيم الذي تم انجازه اعتمادا على أكثر المفردات تداولا في المنتجات الإخبارية التي قدمتها النشرات الرئيسية للقنوات التلفزيونية محل الدراسة. إن توزيع المفردات حسب الفئات يستمد شرعيته من كون هذه المفردات تم النطق بها هنا و هناك و لهذا تم تجميعها حسب القواسم المشتركة التي تجمعها ضمن الفئات المحددة و التي تشكل النسق العام الذي تم تناولها من خلاله و الهدف النهائي الذي ترمي إليه و أُطلق عليه اسم الكلمات المفتاحية لكونها تشكل الدلالات الخطابية و اللغوية التي يتم من خلالها تحديد الفئة التي ينتمي إليها هذا الموضوع أو ذلك و هذا حسب التقسيمات التي تم إجراؤها (أنظر شكل 3). و من خلال دراسة هذه المجموعات اللفظية و ربطها الدلالات البصرية التي تم حصرها من خلال الصور المصاحبة و التي تم اتقاؤها و بثها في النشرات الإخبارية للقنوات التلفزيونية الفرنسية فيما يتعلق بتغطيتها لظاهرة اللاجئين السوريين في فرنسا يمكن ضبط مجموعة من القيم التي حاولت هذه الأجهزة الاتصالية تسويقها للمشاهد الفرنسي و التي تأتي كما يلي:

❖ "نحن في حالة حرب"، هكذا صرح الرئيس الفرنسي فرانسوا هولاند عقب التفجيرات الأولى التي

ضربت العاصمة باريس في 23 نوفمبر 2015 أمام أعضاء البرلمان الفرنسي المجتمع بغرفتيه في قصر فرساي<sup>22</sup>. هذا هو الإطار العام الذي يبدو أن القنوات التلفزيونية الفرنسية تي. أف. 1 (TF1)، فرانس دو (France 2) و أم. 6 (M 6) قد اختارت الاشتغال عليه في النقطة المتعلقة بالعنف و الإرهاب و ذلك في مجال تغطيتها لظاهرة اللاجئين السوريين لفرنسا. إن هذه الهيئات الاتصالية تسعى إلى استعمال إستراتيجية

<sup>22</sup> <<http://www.elysee.fr/declarations/article/discours-du-president-de-la-republique-devant-le-parlement-reuni-en-congres-3/>> (20/03/2016)

تعمل على الربط بين متغيرين، "اللاجئ السوري" و "الإرهاب" الذي يضرب أوروبا، الذين هما ظاهريا و واقعيًا، منفصلين بحيث يصبح الحديث عن الأول يعني التطرق إلى الثاني بطريقة أوتوماتيكية. إن عملية الإشراف أو الربط (L'association) بين هذين العنصرين هي في الحقيقة عملية ببيكولوجية بحتة ترمي إلى صناعة صورة ذهنية نمطية عن اللاجئ السوري كونه قادم من بلاد الدم، الدمار و الخراب و بالتالي فإنه سينقل معه كل معاني العنف و البؤس و الشقاء إلى فرنسا. إن الألفاظ المستعملة في المواد الإخبارية الفرنسية مثل "الحرب"، "القتل"، "الاغتصاب"، "داعش"، "الجرحي"، الخ كلها كلمات مختارة و مقدمة من أجل أن تقوم بتأدية وظيفة معينة. في هذا المجال يقول بيار بورديو أن من يتكلم يريد أن يقول<sup>23</sup> و معنى هذا أن الكلمات المتداولة و التي استخدمتها القنوات الفرنسية لم تأت اعتبارًا أو بشكل عشوائي و إنما جاءت لقصد معين و هو زرع الرعب و الخوف لدى المواطن الفرنسي من هذا القادم المجهول في مرحلة أولى و هذا حسب ما تؤكد نظرية الغرس الثقافي التي تفيد بدور وسائل الإعلام في بث قيم جديدة في أوساط المشاهدين<sup>24</sup> و في مرحلة ثانية جعله يبحث عن حل لصدده و إرجاعه إلى بلده و هذا هو المطلوب أي صناعة التهيؤ نفسيًا و ذهنيًا لتقبل السياسة اليمينية الراضية لوجود اللاجئين السوريين في فرنسا. إن الشعور بالحرب في كل معانيها و الخطر المحدق هو الإحساس الذي تسعى وسائل الإعلام الفرنسية أن توصله للمشاهد من أجل تحقيق هدفين رئيسيين، أولهما جعله ينشغل عن مشاكله اليومية و بالتالي ينصرف عن مساءلة الحكومة عن إخفاقها في حل المشاكل العالقة، و ثانيهما، أن ينخرط في سياسة الحكومة الحالية بشأن "مكافحة الإرهاب" بما فيه من تضيق على الحريات و فرض حالة الطوارئ و غيرها و هو ما يتطابق مع البرامج الانتخابية للأحزاب اليمينية المعارضة التي تسعى للعودة لمقاييد الحكم،

❖ في تغطيتها لظاهرة اللاجئين السوريين و قدومهم إلى أوروبا قدمت القناة الفرنسية الألمانية المشتركة آرتي (Arte) تناولا إعلاميا مخالفا للقنوات الثلاثة السابقة محل الدراسة في عملية ترتيب النقاط التي تخص اللاجئين السوريين حيث احتل الموضوع المتعلق بالمساعدات الإنسانية الصدارة من جملة المسائل التي

<sup>23</sup> *Question de sociologie*, Bourdieu, P. (2002), Paris, Editions de Minuit

<sup>24</sup> « Living with television: The violence profile », *Journal of Communication*, Gerbner, G., Gross, L. (1976), n° 26, pp. 172-199

تطرت إليها القناة وبهذا تكون التغطية الصحفية للنشرات الإخبارية لهذا التلفزيون قد عكست انتماءه و ملكيته المشتركة بين ألمانيا التي تتبنى سياسة إيجابية اتجاه اللاجئين السوريين و هي مخالفة للسياسة الفرنسية تتميز برفض استقبالهم على أراضيها. و في هذا المنحى يمكن ملاحظة تبني الخيار الألماني في منتج المحطة من خلال تفوق فئة "المساعدة" على البقية حيث ركزت أغلبية المواضيع الصحفية التي تم تناولها على استعمال مصطلحات "التضامن"، "الدعم"، "الإنسانية"، "الإطعام"، "العلاج" و "النقل المجاني" و غيرها. وهكذا يظهر حتى من الصور التي بثتها القناة التركيز على العامل الإنساني و حالة البؤس و المعاناة التي يتصف بها اللاجئين السوريين، كما يستشف من نفس التغطية تغليب التعامل مع القوالب الصحفية الأكثر عاطفية و انفعالية مثل الريبورتاجات و التعامل بشكل أكثر مع المنظمات المدنية و الجمعيات الخيرية و استبعاد لغة الأرقام و الإحصائيات و التقليل من اللجوء إلى التصريحات الرسمية. إن هذا الطرح يرمي إلى جعل قضية اللاجئين مسألة إنسانية بحتة و يجب أن تخرج عن الحسابات السياسية المتعلقة بالمصالح الفئوية المحدودة لهذا التيار أو ذلك. من جانب آخر و كون قناة آر تي (Arte) هي ملكية مشتركة بين باريس و برلين، فإن الجانب الألماني حتى و إن استطاع تمرير وجهة نظر تتماشى مع السياسة التحريرية للقناة المعروفة ببعدها الإنساني فإن الجانب الفرنسي فيها تمكن و لو بقدر محدود في تمرير منتجات إعلامية تتناول الموضوع المتعلق بفئة "الإرهاب" و لو بشكل ضئيل و لكونه ملموس نسبياً.

الكلمات المفتاحية	ترتيب الفئات اللغوية
الحرب، العنف، القتل، داعش، الجيش، الجرحى، المصابون، المرضى، الاغتصاب، الخ	1- الإرهاب
العمل، التشغيل، الأجور، مستوى المعيشة، التسول، السرقة،	2- البطالة
المخيمات، المأوى، الإقامة المؤقتة، التشرد، الخيام،	3- السكن

التضامن، الدعم، العون، الإنسانية، الإطعام المجاني، العلاج المجاني، النقل المجاني، الخ	4- المساعدة
--	-------------

شكل (3) تصنيفات التراكيب اللغوية حسب الفئات المحددة في المادة الإخبارية لنشرات القنوات

التلفزيونية التي تعالج ظاهرة اللاجئين السوريين

#### 6. اللاجئون: لعبة وسائل الإعلام و السياسة

إن الحديث عن ظاهرة اللجوء و الهجرة التي يعرفها العالم و خاصة في السنوات الأخيرة بعد اشتداد الأزمة الاقتصادية العالمية و انتشار النزاعات المسلحة في الكثير من النقاط عبر العالم يمر حتما عبر معرفة التداييات المختلفة التي تخلفها عملية اللجوء و الهجرة على مختلف الأطراف المعنية بها. في فرنسا مثلا، التحدي الذي تواجهه الحكومات المتعاقبة يتمثل في مواجهة جيوش المهاجرين غير الشرعيين القادمين من مستعمراتها السابقة و القادمين إليها بحثا عن العمل و الحياة الكريمة. إن تركيز المهاجرين و اللاجئين الأجانب في المدن الرئيسية في فرنسا في باريس، ليون، مرسيليا وغيرها يجعلهم عرضة لعدسات كاميرات الصحافة و الإعلام و محل اهتمام مراكز سبر الرأي العام و هو ما ينتج عنه تضخيم في الحقائق المتعلقة بهم التي تؤدي في نهاية الأمر إلى اقتناع المواطن البسيط أن هؤلاء الأجانب يشكلون عالة على المجتمع و اقتصاده. في هذا الإطار يحتل الفرنسيون المرتبة الرابعة عالميا في نسبة من يرى أن المهاجرين يقدمون إضافة للدولة المستقبلية و لاقتصادها بنسبة 50 بالمائة و ذلك خلف السويد بنسبة 79% و البرتغال بنسبة 66% و إيرلندا و البرتغال بنسبة واحدة 56% و ذلك من خلال التقرير الميداني الذي أجرته المنظمة العالمية للمهاجرين عام 2006<sup>25</sup>. من جانب آخر تفيد المحافظة الأوروبية ضد العنصرية و اللاتسامح (ايكري - ECRI) أن العنف العنصري يتطور في كل الميادين في فرنسا و أحيانا دون عقاب مثل ما توضحه القضية المتعلقة بالشركة الوطنية للسكك الحديدية، حيث خلال الفترة الممتدة من 2011 إلى 2013، قام أعوان للشركة الحكومية بإرسال رسائل نصية قصيرة من الهواتف النقالة ذات طابع عنصري مصحوبة بأغاني

<sup>25</sup> *Etat de la migration dans le monde 2011, bien communiquer sur la migration, Organisation internationale pour les migrations, op. citée, p. 12*

نيونازية منبعثة من مقرات الشركة حسب تقرير أخلاقيات المهنة الذي تصدره الشركة. و يضيف نفس المصدر أن الأمر تطور لحد أنه وصل إلى العنف اللفظي و الجسدي ضد الأشخاص ذوي الأصول المغربية<sup>26</sup>. من جهة أخرى تلاحظ نفس المنظمة في تقريرها لعام 2016 أن وضعية خطاب الحقد و الكراهية ضد المسلمين في فرنسا لازالت تدعو للانفعال و تؤكد أن رفض المسلمين ناتج عن التغذية المتواصلة لخطاب الكراهية الذي يغذيه رجال السياسة و تقدم في هذا المجال عدة أمثلة منها تصريح زعيمة حزب الجبهة الوطنية مارين لوبان عام 2010 التي وصفت المسلمين الذي يؤدون صلاة الجمعة في الشوارع نظرا لضيق المساجد بكونهم يشبهون الاحتلال الألماني، أو تصريح بلدية نيس عام 2013 حول تلاؤم الإسلام و الديمقراطية أو نص الرسالة التي وضعها رئيس بلدية فانال على تويتر عام 2015 حول ضرورة منع ممارسة الديانة الإسلامية في فرنسا<sup>27</sup>. و دائما حول رجال السياسة الذين يمارسون العنف العرقي، تقول التقارير أن رئيس الحكومة الفرنسية الحالي، مانويل فالس، جاء ذكره في الكتاب الأسود للمنظمة لعام 2016 على أنه من الشخصيات السياسية الفرنسية التي تمارس العنصرية اللفظية ضد المسلمين و تتهم على مقوماتهم المعنوية و ذلك منذ أن كان وزيرا للداخلية<sup>28</sup>. بالانتقال إلى مثال آخر و ليكن كندا، تقول الكثير من الدراسات أن صورة خيالية سلبية عن الإسلام تشكلت و تؤثر على الرأي العام و في هذا المجال يمكن تسجيل ملاحظة هامة مفادها أن هذا لا يتم فقط لدى من الناس و لكن حتى لدى المثقفين، الصحفيين، الجماعات الضاغطة و على وجه الخصوص لدى رجال السياسة استعمالات للأحكام المسبقة و الجاهزة عن المسلمين من أجل الحصول على فوائد انتخابية أو تأثيرات على المواطنين هم لا يملكونها في الأصل. طبعا التغطية الإعلامية السيئة المتعلقة بالبلدان الأصلية للمهاجرين و اللاجئين المسلمين تسهل عملية بث و انتشار الصور النمطية السلبية. باستثناء القنوات العمومية سي بي أس، راديو كندا و آر دي أي (CBC, Radio-Canada, RDI) تم الحكم على بقية وسائل الإعلام بالسلبية و السيئة في التعاطي مع شؤون المسلمين في كندا من خلال الهيئات المراقبة على الأداء الإعلامي للفاعلين في الحقل التلفزيوني في كندا على غرار النتائج التي توصل إليها التقرير السنوي للمؤتمر الإسلامي لكندا ( le Congrès islamique )

<sup>26</sup> Rapport de l'ECRI sur la France, 5<sup>ème</sup> cycle de monitoring, op. cité, p. 24

<sup>27</sup> Rapport de l'ECRI sur la France, 5<sup>ème</sup> cycle de monitoring, op. cité, p. 19

<sup>28</sup> Rapport de l'ECRI sur la France, 5<sup>ème</sup> cycle de monitoring, Conseil de l'Europe (2016), Secrétariat de l'ECRI, Direction Générale II – Démocratie, Strasbourg, p. 18



du Canada) الذي يسجل بصفة منتظمة اتهامات ضد الإسلام في كبرى وسائل الإعلام الكندية على غرار تورنتو ستار (Toronto Star) ، غلوب اند مايل (le Globe and Mail) و ناسيونال بوست (National Post). و في هذا المجال يمكن ذكر المثال الذي قامت أكبر الصحف الكندية ،فونكوفر سن (Vancouver Sun) عندما كتبت في 15 أوت 2009 أن "أوروبا غزاها المسلمون و أن 40 بالمائة من سكانها سيصبحون مسلمين بحلول 2010"<sup>29</sup>. إن هذه الوضعية التي يعيشها المهاجرون و اللاجئين في فرنسا و كندا، كمثال فقط، دليل على قوة وسائل الإعلام في غرس قيم العداء و الكره ضدهم في نفوس مواطني البلدان المستقبلية. و في هذا المجال، توصلت الكثير من الدراسات التي تهتم باختبار علاقة وسائل الإعلام بالهجرة إلى نتيجة مفادها أن هناك علاقة بين التناول الإعلامي لهذه الظاهرة و القلق الذي تم تسجيله لدى الرأي العام بخصوص هذا الموضوع و ذلك حسب دراسة بريطانية أوضحت كيف أن التقلبات المسجلة في مستويات القلق و الانشغال لدى البريطانيين حول النتائج السلبية التي يمكن أن تخلفها موجات اللجوء يتصادف مع ارتفاع كميات و كفاءات المعالجة الإعلامية لهذه المسألة<sup>30</sup>.

#### خاتمة

إن دراسة علاقة الإعلام بظاهرة هجرة اللاجئين السوريين إلى فرنسا عملية ليس بالسهلة و هي مخوفة بالمخاطر لأنها تتعلق بالكشف عن حقيقة ما تريد تسويقه وسائل الاتصال من وجهات نظر و من آراء إلى جمهور الفرنسيين و بالتالي إلى التعرف عن الصورة الإعلامية التي ترسمها لهؤلاء الفارين من هول الحرب و الدمار. و كما تمت رؤيته فإن ثلاثة من أربع قنوات تلفزيونية أساسية في المشهد الفرنسي تبنت خطابا عدائيا للاجئين السوريين و أخافت الفرنسيين منهم عكس الصحافة الألمانية التي كانت أكثر إنسانية و تضامن معهم و هاهي أشهر يومية في البلاد "بيلد" (Bild) تدعو الألمان لتقديم المساعدة، و دون لبس أو مراوغة، كاتبة في صفحتها الأولى و بالخط العريض في عددها الصادر في 30 أغسطس 2015:

<sup>29</sup> *Les multiples visages de l'islamophobie au Canada*, Nouveaux Cahiers du socialisme, Helly, D. (2011), n°5, pp. 99-106 <<http://www.cahiersdusocialisme.org/2011/03/20/les-multiples-visages-de-l-islamophobie-au-canada/>> (20/03/2016)

<sup>30</sup> « British attitudes to immigration in the 21st century », *Migration, Public Opinion and Politics: The Transatlantic Council on Migration*, Page, B. (2009), Bertelsmann Stiftung, Migration Policy Institute, Gütersloh, pp. 131-154

"لنساعدهم"<sup>31</sup> حاملة لواء حملة وطنية ألمانية لاستقبال اللاجئين السوريين و استقبالهم أحسن استقبال. إن الموقف الفرنسي الذي تبنته القنوات التلفزيونية يعكس بشكل جيد التطابق في وجهة النظر بين السياسة الإعلامية لهذه المؤسسات و السياسة الرسمية و الحزبية للفاعلين السياسيين في فرنسا. إن اتهام الرئيس فرانسوا هولاند و وزيره الأول مانويل فالس لألمانيا بأنها فتحت أبواب أوروبا أما اللاجئين السوريين يندرج تحت برنامج السعي الفرنسي إلى القارة العجوز تصد وجهها عن استقبال من هم في حاجة إليها. و هكذا لم تكن التغطية الإعلامية التي قدمت القنوات التلفزيونية محل الدراسة سوى رجوع صدى يصب في خدمة هذه السياسة. الآن و بعد التوصل إلى هذه الحقيقة، سؤال هم يطرح نفسه و بقوة و يتعلق بالتوصيات التي يمكن صياغتها في نهاية هذه الدراسة و المتعلقة بكيفية تصحيح الصورة للمواطنين الفرنسيين فيما يخص حقيقة اللاجئين السوريين و ضرورة مساعدتهم إنسانياً؟ إن الإجابة عن هذا السؤال تتعلق بالآلية التي يجب تبنيتها من أجل إيصال صوت اللاجئين السوري للمواطن الفرنسي المضلل إعلامياً و التي قد تكون متمثلة في العنصرين المواليين:

❖ استعمال وسائل الإعلام الجديدة (أنترنت، شبكات اجتماعية، تطبيقات، واب تيفي، واب راديو، الخ) من أجل عرض الحقائق المتعلقة بظروف اللاجئين الإنسانية و حاجتهم إلى المساعدة و التضامن مع تبين فكرة القيم المشتركة بين بني البشر و أن التكاتف و التأزر من سمات الإنسانية السمحة و توضيح أن ما تروج له وسائل الإعلام الثقيلة حول اللاجئين من صور نمطية لا أساس له من الصحة و أنه يسوق لخدمة أعراض سياسية بحتة،

❖ تجنيد التلفزيونات الفضائية العربية مثل قناة كنال الجيري (الجزائرية) و التركية الناطقة باللغة الفرنسية و التي يتم استقبالها في فرنسا من أجل بث خطاب صريح و حقيقي حول ظروف اللاجئين السوريين و حاجتهم إلى الدعم الدولي و الكشف عن الظروف الحياتية الصعب و المعاناة التي يقاسون منها و ذلك

<sup>31</sup> <<http://www.directmatin.fr/dans-lactu/2015-08-30/en-allemande-medias-et-personnalites-sengagent-pour-les-refugies-709629>> (20/03/2016)

بمخاطبة الرأي العام الفرنسي في بلاده و تحفيز المهتم التي يمكن أن تشكل قادة للرأي مثل المثقفين،  
الجمعيات غير الحكومية و غيرها.

## قائمة المراجع

- «America's views of immigration: The evidence from public opinion surveys», *Migration, Public Opinion and Politics: The Transatlantic Council on Migration*, Suro, R. (2009), Bertelsmann Stiftung, Migration Policy Institute, Gütersloh, pp. 52–76
- « British attitudes to immigration in the 21st century », *Migration, Public Opinion and Politics: The Transatlantic Council on Migration*, Page, B. (2009), Bertelsmann Stiftung, Migration Policy Institute, Gütersloh, pp. 131–154
- « Council Statement: Migration, Public Opinion and Politics », *Migration, Public Opinion and Politics: The Transatlantic Council on Migration*, Papademetriou, D.G., Heuser, A. (2009), Bertelsmann Stiftung, Migration Policy Institute, Gütersloh, pp. 19–26
- *Culture et communication, Convergences théoriques et lieux de médiation*, Caune, J. (1995), Grenoble, Paris, Presses universitaires de Grenoble, l'Harmattan Éditions
- *Enhanced Information and Communications for Non-violence among Malian Refugees in Niger*, Moutari, A. (2014), Search for Common Ground, Niamey
- *Etat de la migration dans le monde 2011, bien communiquer sur la migration*, Organisation internationale pour les migrations (2011), Genève, OIM
- *Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines*, Maurice A. (2009), Anjou, Editions CEC
- « I went to the market, mon petit panier sous mon bras. How do the continental, national and provincial media affect cultural identity processes in francophone Canada? », *Aspects of intercultural Communication Conference*, De la Garde, R. (1999), 6-7 Avril, Roskilde University, Copenhagen
- *La couverture des conflits en Macédoine par les médias albanais : une position équilibrée*, Semini, L. (2001) , <<http://www.mediaonline.ba/fr/?ID=92>> (20/03/2016)
- *La crise syrienne et ses répercussions : les réfugiés à l'intérieur et à l'extérieur*, Kawakibi, S. (2013), San Domenico di Fiesole, European University Institute, Robert Schuman Centre for Advanced Studies, Migration Policy Centre,
- *Le discours de crise : la représentation des réfugiés dans Le Figaro et Libération*, Dahlbacka, L. (2015), Turku, Åbo Akademi University, <<http://www.doria.fi/handle/10024/119922>> (20/03/2016)

- *La fin de la télévision*, Missika, J-L. (2006), Paris, Seuil, La République des idées
- « Le rôle des médias dans l'adaptation des réfugiés dans leur pays d'accueil, Le cas des réfugiés bosniaques dans la Ville de Québec », *Recherches qualitatives*, Curovac Ridjanovic, A. (2007), Hors série, n° 4, pp. 69-91, Actes du colloque Approches qualitatives et recherche interculturelle : Bien comprendre pour mieux intervenir, <<http://www.recherche-qualitative.qc.ca/Revue.html>> (20/03/2016)
- *Les multiples visages de l'islamophobie au Canada*, Nouveaux Cahiers du socialisme, Helly, D. (2011), n°5, pp. 99-106 <<http://www.cahiersdusocialisme.org/2011/03/20/les-multiples-visages-de-l-islamophobie-au-canada/>> (20/03/2016)
- « Living with television: The violence profile », *Journal of Communication*, Gerbner, G., Gross, L. (1976), n° 26, pp. 172-199
- *Migrating out of Poverty: Engaging the media, improving reporting and changing attitudes*, Chappell, L., Glennie, A. (2011), <[https://www.iom.int/jahia/webdav/shared/shared/mainsite/policy\\_and\\_research/wmr2011/Chapter1-Communicating-Effectively-About-Migration.pdf](https://www.iom.int/jahia/webdav/shared/shared/mainsite/policy_and_research/wmr2011/Chapter1-Communicating-Effectively-About-Migration.pdf)> (20/03/2016)
- *Projections of Power, Framing news, Public Opinion and U.S. Foreign Policy*, Entman, R., M. (2009), Chicago, University of Chicago Press
- *Public Opinion*, Lippmann, W. (1922), New York, Harcourt
- *Rapport de l'ECRI sur la France, 5<sup>ème</sup> cycle de monitoring*, Conseil de l'Europe (2016), Secrétariat de l'ECRI, Direction Générale II – Démocratie, Strasbourg
- *Sur la télévision, suivi de l'emprise du journalisme*, Bourdieu, P. (1996), Paris, Raisons d'agir Editions
- *Télévision et démocratie*, Esquenazi, J-P. (1999), Paris, PUF
- «The Media and Migration in the United Kingdom, 1999 – 2009», *Migration, Public Opinion and Politics: The Transatlantic Council on Migration*, Threadgold, T. (2009), Bertelsmann Stiftung, Migration Policy Institute, Gütersloh
- *Question de sociologie*, Bourdieu, P. (2002), Paris, Editions de Minuit