ورقة سياسات لتحسين الصورة الذهنية حول المهاجرين (سواء الوافدين أو المغادرين)

أعداد مجموعة الإعلام والاتصال

أ.د سليمة حسن زيدان

أ. أسماء فرج مجيد

أ. على سليمان قريش

أ. ساره عبد الله الشكماك

عنوان الورقة:

سياسات إعلامية لتعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للمهاجرين

تمهيد

تبرز أهمية الهجرة في ارتباطها بالتنمية عبر عدة أبعاد: **الاقتصادي، المعرفي، والثقافي**. وتكتسب الصورة الذهنية التي تتشكل في أذهان أفراد المجتمع حول المهاجرين أهمية خاصة في دعم هذه الأبعاد، لا سيما بين فئة الطلبة الذين يمثلون حجر الأساس في التنمية وبناء مستقبل الدول. وتزداد هذه الأهمية في ظل التحولات العالمية والتغيرات السياسية والاقتصادية.

وبناءً عليه، فإن الجهات المسؤولة عن تشكيل الصورة الذهنية، خاصة وسائل الإعلام، يجب أن تعمل ضمن إطار سياسات عامة تسعى إلى **تصحيح الصورة النمطية وتعزيز صورة واقعية وإيجابية للمهاجرين**.

حيث تؤثر الصورة الذهنية السلبية على اندماج المهاجرين والاستفادة من مهارتهم المعرفية والمهنية (مثل الصورة النمطية، التي تتشكل بسبب خطاب الكراهية، أو التضليل الإعلامي او القصور في الوعي المعلوماتي حول الهجرة او بسبب ضعف الساسات في ادارة ملف الهجرة).

وعليه فهذه الورقة **تهدف إلى** تقديم توصيات لوزارات الإعلام والهيئات الإعلامية لتعزيز صورة واقعية وإيجابية للمهاجرين.

فعلى مستوى الهجرة الوافدة يتم الربط غير العلمي بين الهجرة وزيادة الجريمة أو البطالة.

ويتم التركيز الإعلامي على الجوانب السلبية (مثل الهجرة غير النظامية) وتجاهل إسهامات المهاجرين.

وخطاب الكراهية على وسائل التواصل الاجتماعي.

وعلى مستوى الهجرة المغادرة، يأتي تصوير المهاجرين المغادرين على أنهم خسارة للوطن، أو أنهم أو أنهم غير وطنيين وإهمال قصص النجاح للمهاجرين في دول المقصد وتأثيرهم الإيجابي كالتحويلات المالية، والخبرات المكتسبة.

السياسات المقترحة:

أ. سياسات للهيئات الإعلامية الرسمية:

1. إنتاج محتوى متوازن:

- توثيق قصص نجاح المهاجرين (رواد أعمال، أكاديميون، فنانون).
- إعداد تقارير عن مساهماتهم في الاقتصاد المحلي (الزراعة، الصحة، التقنية، البناء...).

2. تدريب إعلامي:

- عقد ورش عمل للصحفيين حول الإعلام المراعي لقضايا الهجرة.
- تعزيز استخدام المصطلحات المحايدة، وتجنب ألفاظ مثل "غزو المهاجرين" أو "أزمة اللاجئين".

ب. سياسات لتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي:

- التنسيق مع منصات مثل فيسبوك وتويتر لحذف المحتوى التحريضي وتعزيز المحتوى الإيجابي.
- دعم حملات المجتمع المدني لتسليط الضوء على **قصص إنسانية** عن الهجرة.
- إنشاء وحدات لرصد ومكافحة الأخبار الكاذبة والمضلّلة المتعلقة بالهجرة.

ج. سياسات توعوية:

- إشراك المؤثرين والناشطين الإعلاميين لنشر رسائل إيجابية.
- إدراج موضوع الهجرة ضمن المناهج التعليمية في كليات الإعلام والصحافة.

د. سياسات دعم البحث العلمي:

- تمويل أبحاث ودراسات حول الهجرة والإعلام، خاصة تلك التي تُحلل الأثر الاقتصادي والاجتماعي للمهاجرين.
- نشر إحصاءات دقيقة وشفافة لمواجهة الروايات المغلوطة.

ليات التنفيذ:

- **إنشاء وحدة للتغطية الإعلامية للهجرة** ضمن وزارة الإعلام:
  - o مراجعة المحتوى الإعلامي وتقديم التوصيات.
  - o إعداد **مؤشر لقياس الصورة الذهنية** من خلال استطلاعات رأي دورية.

التوصيات:

1. اعتماد **ميثاق شرف إعلامي** يمنع تسييس قضايا الهجرة.
2. تخصيص **جوائز إعلامية** لأفضل الأعمال التي تعزز الاندماج الاجتماعي.
3. تعزيز التعاون الإقليمي والدولي لتبادل **أفضل الممارسات الإعلامية**.
4. عقد **شراكات مع منظمات دولية** (مثل IOM والمفوضية السامية للاجئين).
5. دعم برامج **التوعية الثقافية** لتقليل صدمة الاختلاف عند الهجرة.
6. توظيف **نتائج البحوث الأكاديمية** في عملية صنع القرار الإعلامي.
7. تعزيز **الانتماء الوطني** من خلال حملات تسلّط الضوء على فرص التقدّم داخل الوطن.