

Chapter 1: Intro	
<p><b>Who WE are</b></p> <p>_____</p> <p>This course unit will give you an introduction to the German media system.</p> <p>_____</p> <p>It is part of a series of online lectures on media systems in the Arab World and Europe.</p> <p>_____</p> <p>These are produced by the leading media studies institutes in the respective country brought together by AREACORE, the Arab European Association of media and communication researchers.</p>	<p>من نحن</p> <p>_____</p> <p>هذه الدورة ستعطيكم مقدمة حول النظام الإعلامي في ألمانيا.</p> <p>_____</p> <p>وهي جزء من سلسلة محاضرات عبر الانترنت حول النظم الإعلامية في العالم العربي وفي أوروبا.</p> <p>_____</p> <p>ويتم إنتاجها من قبل معاهد دراسات الإعلام في الدول المشتركة،</p> <p>تحت رعاية الجمعية العربية الأوروبية لباحثي الإعلام.</p>

<p><b>Institute</b></p> <p>This session on the German media system has been produced on behalf of the institute for media and communication studies at Freie Universität Berlin.</p> <hr/> <p>With 9 professors and 1300 Students on undergraduate, master and doctoral studies level it is one of the biggest institutes in Germany and features the expertise to tell you more about the German media system.</p>	<p><b>المعهد</b></p> <p>لقد تم إنتاج هذا الجزء حول النظام الإعلامي الألماني من قبل معهد دراسات الإعلام والاتصال في جامعة برلين الحرة.</p> <hr/> <p>يضم معهد دراسات الإعلام والاتصال تسعة محاضرين بدرجة بدرجة بروفييسور، وأكثر من ١٠٠٠ طالب للقب الأول، الثاني والدكتوراة، ويعتبر من أكبر المعاهد في ألمانيا، وبالتالي لديه الخبرة الكافية لإطلاعكم على النظام الإعلامي الألماني.</p>
---	--

<p><b>Student Questions</b></p> <p><i>Student questions: What questions do you have about the German media system?</i></p> <p>_____</p> <p>Q1: Is the number of audience high for TV, newspapers, radio, and online comparatively?</p> <p>_____</p> <p>Q2: I have a small question about press freedom. How is it protected and something about it?</p> <p>_____</p> <p>Q3: So I have a question about the foreign media ownership. I would assume that after the fall of the wall, are there changes in foreign media ownership in Germany. And if there is so, what are the main key players and stakeholders?</p>	<p>أسئلة الطلاب</p> <p>هل لديك أسئلة حول النظام الإعلامي في ألمانيا؟</p> <p>_____</p> <p>هل جمهور التلفزيون كبير مقارنة بالصحف والراديو والمواقع الإلكترونية؟</p> <p>_____</p> <p>لدي سؤال قصير حول حرية الصحافة. كيف يتم حمايتها؟</p> <p>_____</p> <p>لدي سؤال حول الملكية الأجنبية.</p> <p>اعتقد أنه بعد سقوط الجدار</p> <p>حصلت تغييرات في الملكية الأجنبية لوسائل الإعلام الألمانية.</p> <p>إذا كان هذا صحيحا، من هم اللاعبون والمالكون الأساسيون؟</p>
--	--

<p><b>Structure of the lesson</b></p> <p>We hope to answer some of those as well as your questions by our lecture.</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> First, we will give you a historical overview</li> <hr/> <li><input type="checkbox"/> Second we will provide more general information on German society and its current challenges</li> <hr/> <li><input type="checkbox"/> Third, you get an overview of the overall structure of the media system</li> <hr/> <li><input type="checkbox"/> Fourth, we will tell you about the political and legal framework of the media</li> <hr/> <li><input type="checkbox"/> Fifth, the economic context such as ownership structures are explained</li> <hr/> <li><input type="checkbox"/> Sixth, we will give you more information about the state of journalism</li> <hr/> <li><input type="checkbox"/> Last but not least we talk about the digital infrastructure and Internet use in Germany</li> </ul>	<p>نأمل أن ننجح في الإجابة على بعض هذه الأسئلة وكذلك على أسئلتكم أنتم من خلال هذه المحاضرة.</p> <hr/> <p>أولا، سنقدم لمحة تاريخية</p> <hr/> <p>ثانيا، سنقدم معلومات عامة حول المجتمع الألماني والتحديات التي يواجهها حاليا</p> <hr/> <p>ثالثا، سنقدم لمحة حول المبنى العام للنظام الإعلامي</p> <hr/> <p>رابعا، سنطلعكم على الإطار السياسي والقانوني لوسائل الإعلام</p> <hr/> <p>خامسا، السياق الاقتصادي، يشمل شرحا حول الملكية</p> <hr/> <p>سادسا، سنقدم لكم معلومات حول وضع الصحافة</p> <hr/> <p>أخيرا، سنحدثكم حول البنى التحتية الرقمية واستخدام الانترنت في ألمانيا</p>
--	---

\_\_\_\_\_

You can get more information and find lectures on other countries on our website [www.areacore.org](http://www.areacore.org).

But now: let's get started!

يمكنكم الحصول على معلومات إضافية  
ومشاهدة محاضرات حول الدول الأخرى  
على موقعنا الإلكتروني [www.areacore.org](http://www.areacore.org)

دعونا نبدأ الآن!

**Chapter 2: Media History**

**لمحة تاريخية**

In order to understand Germany's media system, one has to know its history.

—

Many of its particularities are results of the countries moved past. Media history begins even before the German national state was constituted.

—

- a first important landmark was the invention of the printing press with movable letters. Approximately around 1450 Johannes Gutenberg developed a machine that could print bibles in larger quantities, making them available for more and more people

—

- In 1609 the first periodical newspaper "Aviso" was published, but it took nearly 200 years more until a serious press landscape developed in Germany. A necessary precondition was further technological progress, like the invention of the quick-printing press.

لكي نفهم النظام الإعلامي في ألمانيا،

يجب أن نتعرف على تاريخه.

—

الكثير من مميزات هذا النظام هو نتاج تاريخ البلاد.

هذا التاريخ يبدأ حتى قبل تأسيس الدولة القومية في ألمانيا.

—

كان أول حدث هام هو اختراع الصحف المطبوعة من خلال الرسائل المنقولة.

فحوالي العام ١٤٥٠ طور يوهانس غوتنبرغ آلة لطباعة الكتب المقدسة بكميات كبيرة، ما اتاحها للمزيد من الناس.

—

في العام ١٦٠٩ تم اصدار أول صحيفة دورية "أفيزو"،

لكن استغرق الوقت حوالي مئتي عام

ليتم تطوير الإصدارات الصحفية في ألمانيا.

وكان من الضروري حصول المزيد من التطور التكنولوجي،

كاختراع آلة طباعة الصحف السريعة.

- 19th century more and more regular and daily newspapers were established, mostly “opinion press” or “party press”: media was strongly affiliated with certain parties or political fractions, like conservative, liberal and socialist press. By that time, according to Habermas, a “bourgeois public sphere”, emerged. We would call it today polarized pluralist: each paper very biased but together expressing broad pluralism. This general tendency continued until the Weimar Republic in the 1920s.

في القرن التاسع عشر، بدأ عدد الصحف اليومية بالتزايد، وكانت غالبها “صحف الرأي” أو “صحف حزبية”، حيث كانت غالبية وسائل الإعلام مرتبطة بأحزاب أو فصائل سياسية، وتوزعت بين المحافظة، الليبرالية أو الاشتراكية. وفي ذلك الوقت ظهر، وفق هابرماس، حيز عام برجوازي، نسميه اليوم “استقطاب تعددي”. كل صحيفة منحازة لكن بالمجمل جميعها يعبر عن تعددية واسعة.

هذا الوضع استمر حتى إنشاء جمهورية فاينمار في العشرينات من القرن العشرين.

- 1819: since the press became more vivid and important, the ruling aristocrats agreed on censoring it

وفي العام ١٨١٩، عندما اصبح الإعلام حيويًا وهامًا، قررت الطبقة الارستقراطية الحاكمة، ممارسة الرقابة عليه

- in 1848: however, after the March revolution press freedom was implemented in several constitutions across Germany

ولكن في عام ١٨٤٨ وبعد ثورة آذار، تم ضمان حرية الصحافة في أكثر من دستور على مستوى ألمانيا



<ul style="list-style-type: none"> <li>□ in 1871: the formerly scattered German countries are united to form the “German Empire” and national media started to grow</li> </ul>	<p>عام ١٨٧١ : تم توحيد الدويلات الألمانية المختلفة ضمن “امبراطورية ألمانيا” ما أدى إلى نمو الصحافة الوطنية</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>□ for example major publishing houses were founded since 1870 like Ullstein Verlag, Scherl, Mosse</li> </ul>	<p>وبدأ عدد من دور النشر بالظهور منذ ١٨٧٠ مثل دار النشر اولشتاين، فيرلاغ، شيرل وموسيه</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 1914-1918 during WWI, press freedom was once again abolished by military censorship. However, technological development advanced quickly:</li> </ul>	<p>خلال الحرب العالمية الثانية ١٩١٤-١٩١٨ تم مرة أخرى ممارسة الرقابة العسكرية وإلغاء حرية التعبير لكن من ناحية أخرى حصلت تطورات تكنولوجية</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>□ in 1917 the Universum Film AG (UFA), as first German film company is founded</li> </ul>	<p>ففي العام ١٩١٧ تم تأسيس أول شركة لإنتاج الأفلام في ألمانيا</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>□ in 1926: first radio broadcast was transmitted in Germany by Deutsche Welle AG)</li> </ul>	<p>وفي العام ١٩٢٦ بدأت أول إذاعة بالبريد من قبل الدويتشه فيله</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>□ and in 1929 the first television was broadcast as well</li> </ul>	<p>وفي العام ١٩٢٩ بدأ أول تلفزيون بالبريد</p>

<p>□ But dark times approached as the Nazis seized power in 1933 and started with it a dark phase of media manipulation and instrumentalization</p>	<p>لكن الحقبة الظلامية وصلت عندما صعد النازيون للحكم عام ١٩٣٣</p> <p>وبدأت معهم مرحلة ظلامية من توظيف الإعلام والتلاعب به</p>
<p>□ under the term of “Gleichschaltung” (bringing into line), all media had to adapt to the Nazi ideology. Media was centralized and media companies and publishers were expropriated. Especially the radio (“volksmpfänger” or “people’s receiver) and public weekly newsreels in cinema were heavily utilized for Nazi propaganda, spreading anti-semitic hate-speech and justification of the war</p>	<p>تحت عنوان “غلايشالتونغ” (الصف الواحد)، كان على الإعلام التأقلم مع الفكر النازي.</p> <p>خضع الإعلام للحكم المركزي وتم مصادرة شركات الإعلام والناشرين</p> <p>واستخدمت النازية بشكل كبير الإذاعة وشريط الأخبار في دور السينما لنشر البروبوغاندا، الخطاب المعادي للسامية وكذلك تبرير الحرب.</p>
<p>□ 1945: at the end of the WWII the huge task was to establish a democratic and pluralist media system, preventing abuses like during the Nazi era in the future</p>	<p>وفي عام ١٩٤٥، بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية كان من أهم المهام تأسيس نظام إعلامي ديمقراطي وتعددي، لمنع تكرار ما حصل أثناء النازية في المستقبل.</p>
<p>□ the allies vowed for a re-Education of the German population: newspapers had to be licensed and were subject to censorship after publication</p>	<p>إهتم الحلفاء بإعادة تعليم السكان الألمان، وكان على الصحف الحصول على ترخيص، التي خضعت أيضا للرقابة بعد النشر</p>

<p>□ 1949: Germany is officially separated: this leads to completely different media systems.</p> <hr/>	<p>عام ١٩٤٩ - تم تقسيم ألمانيا رسمياً، وهذا أنتج نظم إعلامية مختلفة كلياً.</p> <hr/>
<p>□ In the eastern GDR a heavily state-controlled media system was implemented, including party-press and censorship alike the soviet model.</p> <hr/>	<p>في شرق ألمانيا- مارست جمهورية ألمانيا الديمقراطية السيطرة الكاملة على وسائل الإعلام، من خلال الصحافة الحزبية والرقابة، تماماً كنموذج الاتحاد السوفياتي.</p> <hr/>
<p>□ Its main task was to serve as the “voice of the working class” and to educate citizens to “socialist personalities”.</p> <hr/>	<p>كانت مهمتها الأساسية أن تمثل "صوت الطبقة العاملة" وتوعية المواطنين ليكونوا "شخصيات اشتراكية".</p> <hr/>
<p>□ In western Germany, a federal public broadcasting service similar to the British bbc was introduced as well as a press System allowing only minimal interference by the state.</p> <hr/>	<p>في غرب ألمانيا، تم طرح خدمة البث الفدرالية العامة، مثل البي بي سي البريطانية، ومنظومة صحافة تضمن أدنى مستوى من تدخل الدولة.</p> <hr/>
<p>□ While press products did not cross the border between the two states, East German citizens were able to receive West-German television (and vice-versa).</p>	<p>في حين أن منتجات الصحافة لم تستطع العبور بين الدولتين، وصلت المحطات المتلفزة في كل من الدولتين إلى مواطني الدولة الأخرى.</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>□ This led to a subtle propaganda-war on both sides.</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>□ However, it was West German radio and television which had a strong audience in East Germany.</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>□ In 1984: the dual system is introduced in Germany, meaning that for the first time private broadcasting is allowed.</li> </ul> <hr/>	<p>وهذا أدى إلى حرب دعاية بين الطرفين.</p> <hr/> <p>لكن، كان لمحطات الإذاعة والتلفزيون في برلين الغربية جمهور واسع في برلين الشرقية.</p> <hr/> <p>عام ١٩٨٤ - بدأ العمل بالنظام المزدوج في ألمانيا، وأصبح مسموحاً بإنشاء بث خاص لأول مرة.</p> <hr/>
<ul style="list-style-type: none"> <li>□ Technical progress like cable &amp; later satellite TV made it possible to broadcast more channels, but in particular the pressure of market liberalization in the 1980s in Europe were the main reasons for this development.</li> </ul>	<p>وقد اتاح التطور التكنولوجي مثل محطات الكوابل والفضائيات أنشاء المزيد من المحطات، كما وكان المسبب الرئيسي لهذا التزايد هو ضغوطات تحرير السوق في أوروبا خلال الثمانينات.</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>□ In 1990 Germany was reunified:</li> <li>□ The east German media landscape was to be incorporated into the West German.</li> </ul>	<p>عام ١٩٩٠ - تم توحيد ألمانيا:  قد تم دمج المنظومة الإعلامية لألمانيا الشرقية  في منظومة ألمانيا الغربية.</p>
<hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>□ State owned TV and radio channels are transformed into public broadcasters, many (regional) newspapers were sold by the reunification trust agency to West-German publishers and media companies.</li> </ul>	<hr/> <p>تم تحويل محطات الإذاعة والتلفزيون  التابعة للدولة إلى قنوان البث العام،  وبيع عدد من الصحف المناطقية إلى ناشرين  وشركات إعلامية في ألمانيا الغربية.</p>
<hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>□ While the principal structure remained, there was a strong decline in east German newspaper circulation</li> </ul>	<hr/> <p>وبينما بقي المبنى العام على ما هو،  حصل انخفاض حاد في انتشار الصحف في ألمانيا  الشرقية.</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>□ Since 2000: new dynamics in press landscapes emergence. Online journalism leads to declining circulations and a downfall of the ad-sales.</li> <hr/> <li>□ This development is coined as “Zeitungssterben” or “dying of the press”, but compared to the US the crisis is not as severe.</li> <hr/> <li>□ However, it leads to a diversification of media formats, content and distribution and the emergence of new business models, cross-media formats, blogs and web formats.</li> </ul>	<p>عام ٢٠٠٠ - بدأت بالظهور ديناميكيات جديدة في خارطة الصحافة.</p> <p>وأدى ظهور الصحافة الإلكترونية إلى هبوط في بيع الإعلانات.</p> <hr/> <p>وقد أطلق على هذا التطور “موت الصحافة”، لكن مقارنة بالولايات المتحدة، فإن الأزمة ليست بهذه الخطورة.</p> <hr/> <p>ومع ذلك، فإنه يؤدي إلى تنوع أشكال وسائل الإعلام، المحتوى، التوزيع وظهور نماذج تجارية جديدة، وأشكال تتعدى كونها وسائل إعلام، مدونات ونماذج أخرى على شبكة الانترنت.</p>
<p><b>Chapter 3: Society and Area of Conflict</b></p>	<p>المجتمع ومساحات الصراع</p>

<p>For visitors, Germany tends to seem peaceful, safe and excessively tidy.</p> <p>_____</p> <p>In fact, Germany has relatively low crime-rates and hasn't experienced much inner state-violence since World War II.</p> <p>_____</p> <p>Autochthonous minorities like the Sorbs in the East or the Danish in the North are granted specific right to protect their culture and ensure political participation.</p>	<p>بالنسبة لزوار ألمانيا، تبدو الدولة مسالمة، آمنة ومنظمة.</p> <p>_____</p> <p>في الحقيقة، نسبة الإجرام في ألمانيا منخفضة نسبياً، ولم تحدث فيها أحداث عنف داخلية منذ الحرب العالمية الثانية.</p> <p>_____</p> <p>تتمتع الأقليات الأصلانية في ألمانيا مثل الصرب في الشرق والدانمركيين في الشمال بحقوق حماية الثقافة والمشاركة السياسية.</p>
<p>But still there are lines of conflict in the German society:</p> <p>_____</p> <p>Even more than 20 years after the German reunification the division between East and West Germany remains.</p> <p>_____</p> <p>During the reunification, there had been massive transformations in the former GDR that took place in a very short period of time.</p>	<p>ولكن لا زالت هناك نقاط خلاف في المجتمع الألماني:</p> <p>_____</p> <p>لا زال هناك انقسام بين الشرق والغرب، رغم مرور ٢٠ عاماً بعد توحيد ألمانيا</p> <p>_____</p> <p>خلال إعادة التوحيد، حصلت تحولات كبيرة في جمهورية ألمانيا الاتحادية خلال فترة زمنية قصيرة</p>

<p>Many of these changes still have ramifications until today.</p> <hr/>	<p>لكن لا زال هناك حتى يومنا هذا تداعيات لهذه التغييرات.</p> <hr/>
<p>Most obviously, there is still an income gap between the former east and the west, but there are also considerable cultural differences.</p> <hr/>	<p>ومن الفروقات الواضحة مثلا، الفجوة بين الدخل في الغرب والشرق سابقا، ولكن هناك أيضا فروقات ثقافية.</p> <hr/>
<p>E.g. in their media usage patterns, east Germans watch in general more TV, prefer private channels over public broadcasters and read fewer nation-wide newspapers in general.</p> <hr/>	<p>مثلا، إحدى الفروقات في استهلاك الإعلام، يشاهد الألمان الشرقيون التلفزيون أكثر، يفضلون القنوات الخاصة على العامة ويقرأون بصورة أقل الصحف المنشورة على مستوى الدولة.</p> <hr/>
<p>Possible explanations are a higher focus on entertainment and a lack of trust in political institutions compared to west Germany.</p> <hr/>	<p>يمكن تفسير ذلك بأن هناك اهتمام أكثر بالترفيه وقلّة ثقة بالمؤسسات السياسية، وذلك مقارنة بغرب ألمانيا.</p> <hr/>
<p>Besides this, the question of how to deal with the socialistic past and its heritage is a matter that remains subject to debate in the German media landscape.</p>	<p>إلى جانب هذا، هناك جدل دائم حول كيفية التعاطي مع الماضي الاشتراكي وموروثه في المشهد الإعلامي الألماني.</p>



<p>A development with unpredictable long-term effects is the “demographic shift”.</p> <hr/>	<p>وهناك ما يسمى بـ “التحول الديمغرافي”، ومن غير الواضح ما هي آثاره على المدى البعيد.</p> <hr/>
<p>Birth rates are quite low in Germany, so a transition to a more and more elderly society seems inevitable.</p> <hr/>	<p>معدل الولادة في ألمانيا منخفض، وبالتالي توجه المجتمع الألماني نحو الشيخوخة بات أمرا حتميا.</p> <hr/>
<p>This poses major challenges towards the social systems and the economy, but also has an effect on media.</p> <hr/>	<p>وهذا يضع تحديات كبيرة أمام النظام الاجتماعي والاقتصادي، وكذلك لديه تأثيرا على الإعلام.</p> <hr/>
<p>Traditional media such as TV, radio and print media are still dominating.</p> <hr/>	<p>لا زالت وسائل الإعلام التقليدية، مثل التلفزيون الراديو والصحافة المطبوعة هي المهيمنة</p> <hr/>
<p>Also media content caters often to the interests of the elderly.</p>	<p>كما وأن المحتوى الإعلامي بشكل عام، يتلائم مع اهتمامات كبار السن.</p>

<p>An undissolved area of conflict is the adequate representation of migrants and minorities in German media.</p> <hr/>	<p>ومن القضايا التي تمثل صراعا، هي كيفية تمثيل الأقليات والمهاجرين في الإعلام الألماني.</p> <hr/>
<p>The biggest migrant community in Germany are Turkish and Germans from Turkish decent.</p> <hr/>	<p>الأقلية المهاجرة الكبرى في ألمانيا هي الجالية التركية والألمان من أصل تركي.</p> <hr/>
<p>Tens of thousands were invited to come to work in (West-) Germany as so called Gastarbeiter (Guest workers) during the 1960s.</p> <hr/>	<p>لقد تم خلال الستينات من القرن العشرين استقدام عشرات آلاف الأتراك للعمل في غرب ألمانيا كـ "عمال ضيوف".</p> <hr/>
<p>Since then, there has been a constant, often paternalistic debate about the problems of integration and alleged segregation.</p> <hr/>	<p>وبدأ مع قدومهم جدلا واسعا وكثيرا ما يكون فوقيا، حول مشاكل الاندماج .</p> <hr/>
<p>Existing problems are often framed by German politicians and the media as being connected to Islam.</p> <hr/>	<p>وعادة ما يربط السياسة والإعلام الألماني المشاكل القائمة بالإسلام.</p> <hr/>
<p>Especially in the light of recent developments, like the rise of ISIS and growing refugee movements, the image of Muslims has worsened and people of Turkish or Arab descent are perceived as a threat.</p> <hr/>	<p>وخاصة على ضوء التطورات الأخيرة وظهور تنظيم الدولة الإسلامية، وحركة الهجرة المتنامية، إزدادت صورة المسلمين سوءا ويتم النظر إلى العرب والأتراك على أنهم تهديد.</p> <hr/>

Islamophobia is once again on the rise and is expressed through populist mass-movements like PEGIDA but also in extremist right-wing terrorism like in the so called National-Socialist Underground.

---

However, it is also a major debate in the media:

رهاب الإسلام (الإسلاموفوبيا) يزداد مرة أخرى ويتمثل في الحركات الشعبية مثل "بيغيدا" وكذلك ممارسات إرهابية من قبل اليمين المتطرف، كما هو الحال في ما يسمى الحركة الوطنية الاشتراكية-السرية.

---

ولكن هناك أيضا جدلا حول ذلك في الإعلام:

<p><i>Rana Göroglu (Mediendienst Integration)</i></p>	<p>رنا غوروغلو</p>
<p>_____</p>	<p><i>Mediendienst Integration</i></p>
<p>_____</p>	<p>_____</p>
<p>Unfortunately they are represented mostly negative.</p>	<p>للأسف غالبية التمثيل هو سلبي</p>
<p>_____</p>	<p>_____</p>
<p>But this doesn't only concern topics revolving around Muslim and Islam but generally most of the issues because negative headlines simply sell better.</p>	<p>ولكن هذا لا يقتصر فقط على التغطية المتعلقة بالمسلمين والإسلام، وإنما أيضا في مواضيع أخرى، وذلك لأن العناوين السلبية تبيع أكثر</p>
<p>_____</p>	<p>_____</p>
<p>And unfortunately this applies also to issues regarding Islam and Moslems.</p>	<p>وللاسف هذا ينطبق على مواضيع تتعلق بالمسلمين والإسلام</p>
<p>_____</p>	<p>_____</p>
<p>But I do also believe that journalists tend to reproduce stereotypes.</p>	<p>ولكن أنا أؤمن أيضا بأن الصحفيين يميلون لانتاج الأفكار المسبقة</p>
<p>_____</p>	<p>_____</p>
<p>_____</p>	<p>هناك صورة سلبية مهيمنة</p>
<p>There is a dominating negative image of Muslims and Islam in the society also partly due to this negative coverage and I think it's hard to break this circle.</p>	<p>في المجتمع للمسلمين والإسلام، وهي جزئيا نتيجة التغطية السلبية في الإعلام، واعتقد أنه من الصعب الخروج من هذه الدائرة</p>
<p>_____</p>	<p>_____</p>
<p>There has been a shift in this image since 9/11.</p>	<p>فقد حصل هذا التحول في صورتهم منذ ١١/٩</p>
<p>_____</p>	<p>_____</p>
<p>You could say “the Muslims” are the new “foreigners”.</p>	<p>ويمكن القول بأن المسلمين هم “الأجانب” الجدد.</p>

<p>Back then there was a lot reporting about “the foreigners” and all problems like problems with integration, “retrogressively”, worse graduation results and everything connected to that.</p> <p>----</p> <p>This image was more and more superimposed in the past years by “the Muslim”.</p> <p>----</p> <p>When we have negative reports then mostly about “the others”.</p> <p>----</p> <p>So the Muslims are mostly those “others” we report about.</p>	<p>وحيثما كان هناك العديد من التقارير التي تربط بين “الآخرين” ومشاكل الاندماج، التخلف، المستوى التعليمي السيئ</p> <p>----</p> <p>وفي السنوات الأخيرة يتم تطبيق هذه الصورة مرة تلو الأخرى على المسلمين</p> <p>----</p> <p>وعادة ما تكون التقارير السلبية عن “الآخرين”</p> <p>----</p> <p>والمسلمون هم عادة “الآخرين” الذي نتحدث عنهم.</p>
<p><b>Chapter 4: General Information about</b></p>	<p>معلومات عامة حول النظام الإعلامي</p>

<p><b>the Media System</b></p>	
<p><b>TV</b></p>	
<p>Television is by far the most used and widest spread media in Germany and is therefore particularly important.</p> <p>----</p> <p>TV doesn't only serve entertainment purposes; most of the Germans use it also for political education and for information.</p> <p>----</p> <p>The German broadcasting is characterized by a dualistic system: a public broadcasting service on the one hand, and private broadcasters on the other hand.</p> <p>----</p> <p>Until 1984, private broadcasting wasn't allowed.</p> <p>----</p> <p>Therefore the mission of the public broadcasters is to provide a full program, consisting of a mix of entertainment, information and education.</p> <p>----</p> <p>The broadcasting mandate also requires to offer a "basic supply" of information and to offer a pluralistic range of views.</p>	<p>التلفزيون هو الوسيلة الأكثر مشاهدة في ألمانيا ومن هنا أهميته.</p> <p>----</p> <p>لا يوفر التلفزيون فقط مضامين ترفيهية، حيث يشاهده غالبية الألمان للحصول على التثقيف السياسي والمعلومات.</p> <p>----</p> <p>من مميزات النظام الإعلامي الألماني أنه مزدوج، أي يجمع بين خدمة البث العام وبين محطات البث الخاص.</p> <p>----</p> <p>حتى العام ١٩٨٤، البث الخاص لم يكن مسموحا.</p> <p>----</p> <p>ولهذا كانت مهمة البث العام توفير برنامج متكامل، يشمل الترفيه، المعلومات والتثقيف.</p> <p>----</p> <p>كان مطلوبا من المحطات توفير رزمة معلومات أساسية وكذلك عرض وجهات نظر مختلفة.</p>

<p><i>Prof. Dr. Jan Tonnemacher (Professor for Media Studies at Freie Universität Berlin):</i></p> <hr/>	<p>بروفسور يان تونماخر محاضر في دراسات الإعلام في جامعة برلين الحرة.</p> <hr/>
<p><i>The principles of German public broadcasting</i></p> <hr/>	<p>مبادئ البث العام الألماني</p> <hr/>
<p>The first or core principle of the founding fathers of the German broadcasting system was to give broadcasting freedom from government influence.</p> <hr/>	<p>أول المبادئ الأساسية التي وضعها الآباء المؤسسون لنظام البث العام في ألمانيا هو منح الحرية بعيدا عن تأثير الحكومة.</p> <hr/>
<p>The second, driven by the same experiences, was decentralization and division of powers which is normal as a basis for democracy.</p> <hr/>	<p>الثاني، والذي يعتمد على نفس التجربة، هو اللامركزية وتوزيع السلطات، وهذا أمر طبيعي كأساس للديمقراطية.</p> <hr/>
<p>In both totalitarian regimes, radio and television were centralized under the power of the government and the parties.</p> <hr/>	<p>في كلا النظامين الشموليين، كانت هناك سيطرة مركزية على الراديو والتلفزيون من قبل الحكومة والأحزاب.</p> <hr/>
<p>The solution was – for the newly funded Federal Republic of Germany – cultural sovereignty of the states, not of Germany as a total.</p> <hr/>	<p>وكان الحل بالنسبة لجمهورية ألمانيا الاتحادية الحديثة، منح السيادة الثقافية للمقاطعات، وليس لألمانيا ككل.</p> <hr/>
<p>They found this better and included responsibility for the mass media.</p> <hr/>	<p>لقد وجدوا بأن هذا حل أفضل ومسؤول تجاه وسائل الإعلام</p>

<p><i>S: Financing of the Federal Public Service Broadcasting Institutions</i></p> <hr/>	<p>تمويل هيئات البث العام للفدرالية</p> <hr/>
<p>Thirdly, there should be public funding for public broadcasting.</p> <hr/>	<p>ثالثاً، يجب أن يكون هناك تمويل حكومي للبث العام</p> <hr/>
<p>But the money should not be raised by a state tax.</p> <hr/>	<p>لكن يجب أن لا يتم تحصيل هذه الأموال عن طريق ضرائب حكومية</p> <hr/>
<p>Every household is responsible for public broadcasting by paying a monthly fee.</p> <hr/>	<p>كل بيت ملزم بدفع رسوم شهرية لتمويل البث العام</p> <hr/>
<p>So that gives independence as well.</p> <hr/>	<p>وهذا يمنح الاستقلالية أيضاً</p> <hr/>
<p>And the fourth principle: obligation of public broadcasting to offer a diversity of programs for all with program variety, one could say, possibly serving all needs in the best possible way.</p> <hr/>	<p>والمبدأ الرابع: التزام البث العام بتوفير برامج متنوعة بمعنى آخر، خدمة جميع حاجات المجتمع بأفضل الطرق</p> <hr/>
<p><i>Q: What are advantages and disadvantages of the German public broadcasting system?</i></p> <hr/>	<p>ما هي ايجابيات وسلبيات نظام البث العام الألماني؟</p> <hr/>
<p>To have an autonomous public broadcasting service.</p> <hr/>	<p>هناك استقلالية للبث العام</p> <hr/>
<p>Being independent from the government and from economic powers as well.</p>	<p>استقلالية من الحكومة ومن القوى الاقتصادية</p>



<p>Offering quality programs which are better for information.</p> <hr/>	<p>تقديم برامج ذات جودة أفضل للمعلومات</p> <hr/>
<p>Furthering investigative journalism, adding to form public opinion/s with education and entertainment.</p> <hr/>	<p>تفضيل الصحافة الاستقصائية، التأثير على الرأي العام من خلال المعرفة والترفيه</p> <hr/>
<p>Plus, functioning as a controlling institution for the economic and political powers in Germany.</p> <hr/>	<p>ممارسة دور الرقابة على السلطات الاقتصادية والسياسية في ألمانيا.</p> <hr/>
<p>But I would as well see major disadvantages:</p> <hr/>	<p>ولكن هناك أيضا سلبيات كبيرة:</p> <hr/>
<p>A weakness in the construction of the broadcasting councils, the regulating boards.</p> <hr/>	<p>الضعف البنوي في مجالس البث العام، وهي الهيئات الإدارية التي تحدد أنظمة العمل.</p> <hr/>
<p>A council consists of members of a number of different societal, social relevant groups and among others but with heavy weight – the political parties.</p> <hr/>	<p>تشمل هذه الهيئات ممثلين من أطر اجتماعية ومجتمعية، وكذلك أحزاب سياسية، والذين لهم ثقل كبير.</p> <hr/>
<p>So independence from government is rather secured but not from the political parties.</p> <hr/>	<p>وبالتالي، هناك حماية من تأثير الحكومة ولكن ليس من الأحزاب السياسية.</p> <hr/>

--	--

<p>There representatives are more or less dominant in many boards of the broadcasting stations.</p> <hr/>	<p>لدى ممثلو هذه الأحزاب هيمنة في العديد من الهيئات الإدارية لمحطات البث.</p> <hr/>
<p>Secondly, the corporations ARD and ZDF partly tend to follow the run for viewer shares, the quota, in order to compete with commercial television.</p> <hr/>	<p>ثانياً، تسعى الشركات الكبيرة ARD و ZDF جزئياً وراء نسب المشاهدة، بهدف منافسة المحطات الخاصة.</p> <hr/>
<p>This results maybe in a tendency of assimilation, at least for parts of the program, mostly in the prime time.</p> <hr/>	<p>والنتيجة تكون أحياناً بتقليد برامج هذه المحطات، على الأقل في جزء منها، خاصة تلك التي تبث في وقت الذروة.</p> <hr/>
<p>But looking for mass attractive entertainment programs is not the solution for the competition with the private commercial televisions.</p> <hr/>	<p>ولكن البحث عن برامج ترفيه جذابة، ليس هو الحل لمنافسة المحطات التجارية الخاصة.</p> <hr/>
<p>They should think of their advantages.</p>	<p>عليهم التركيز على ما يميزهم.</p>

<p>Private television exists in Germany since 1984.</p> <hr/> <p>Today, private channels hold a market share around 45%.</p> <hr/> <p>The market is basically divided between only two companies: one is Bertelsmann and the other one is the ProSiebenSat1 AG.</p>	<p>التلفزيون الخاص موجود في ألمانيا منذ العام ١٩٨٤</p> <hr/> <p>وتشكل المحطات الخاصة اليوم ٤٥٪ من القنوات.</p> <hr/> <p>هذا السوق يتوزع على شركتين فقط:</p> <p><b>Bertelsmann</b> هي الأولى</p> <p>والثانية هي ProSiebenSat1 AG</p>
<p>Since the beginning, private broadcasters are criticized for offering lower quality content and focus on (light) entertainment.</p> <hr/> <p>In general, the share of informational and news programs is lower than the ones of the public broadcasters and the coverage focuses more on scandals than on political issues.</p> <hr/> <p>However, they are obliged by law to incorporate news in their program if they wish to broadcast nationally.</p> <hr/> <p>Furthermore, there is a growing convergence between the content of both public and private broadcasters.</p>	<p>منذ البداية، ووجهت انتقادات كثيرة للمحطات الخاصة بسبب قيامها بتقديم محتوى منخفض الجودة وتركيزها على المحتوى الترفيهي.</p> <hr/> <p>وبشكل عام، نسبة البرامج الإخبارية والمعلوماتية في هذه المحطات أقل بكثير من محطات البث العام، وتركز هذه البرامج على فضائح أكثر مما تركز على أخبار سياسية.</p> <hr/> <p>ولكنها ملزمة قانونياً بتقديم محتوى إخباري إذا كانت تبث على مستوى قطري.</p> <hr/> <p>كما وأنه هناك تقارب متزايد بين محتوى المحطات العامة والمحطات الخاصة.</p>
<p><b>The Press</b></p>	<p>الصحافة</p>

<p>Germany is characterized by its wide-spread regional press.</p> <hr/>	<p>تتميز ألمانيا بانتشار الصحف المنطقية.</p> <hr/>
<p>People from Berlin tend to read papers from Berlin, people from Munich tend to read papers from Munich and so on.</p> <hr/>	<p>مثلا، مواطني برلين يحبذون قراءة الصحف التي تصدر في برلين، ومواطني ميونيخ يحبذون قراءة تلك التي تصدر في ميونخ وهكذا.</p> <hr/>
<p>Even national newspapers specific regional parts in order to be more attractive to readers.</p> <hr/>	<p>حتى الصحف القطرية، عادة ما تصدر ملاحق خاصة بالمناطق المختلفة لكي تجذب القراء.</p> <hr/>
<p>Altogether, regional dailies reach nearly 50% of the population.</p> <hr/>	<p>تصل الصحف اليومية المنطقية إلى حوالي ٥٠٪ من المواطنين.</p> <hr/>
<p>However, due to advancing press concentration, in over half of the administration districts only one regional newspaper is available – which is problematic in terms of diversity.</p>	<p>ولكن، ونتيجة لتنامي تركيز ملكية وسائل الإعلام، تصدر في نصف مناطق الإدارة للولايات صحيفة منطقية واحدة فقط، وهذا بحد ذاته إشكالي من ناحية التنوع.</p>

<p>The most widely spread daily newspaper is the tabloid “BILD” owned by Axel Springer publishing house.</p> <hr/>	<p>أكثر الصحف اليومية انتشارا هي الصحيفة الشعبية “بيلد” وتمتلكها دار النشر “أكسل شبرينغر”.</p> <hr/>
<p>Due to its enormous reach of over 12 Mio readers, BILD is regarded as a political actor itself.</p> <hr/>	<p>وبفضل جمهورها الكبير، والذي يتعدى ال ١٢ مليون قارئ، تعتبر “بيلد” لاعب سياسي.</p> <hr/>
<p>It has been involved in the rise and fall of several politicians including president Christian Wulff.</p> <hr/>	<p>وقد كان لها ضلع في اسقاط أو رفع سياسيين، مثل ما حصل مع الرئيس كريستيان وولف.</p> <hr/>
<p>Like other tabloids, BILD has often been criticized for neglecting journalistic ethics.</p> <hr/>	<p>وكما الحال مع الصحف الصفراء، عادة يتم انتقاد بيلد بسبب إهمالها للأخلاق الصحفية.</p> <hr/>
<p>Politically, BILD is rather conservative.</p> <hr/>	<p>سياسيا، تحسب “بيلد” على التيار المحافظ</p> <hr/>
<p>In its guidelines it demands from its journalists to hold solidarity with Israel, support the transatlantic alliance with the US and to defend the social market economy.</p>	<p>وتطلب من صحفييها أن يلتزموا بالتعاطف مع إسرائيل، ودعم التحالف مع الولايات المتحدة، والدفاع عن اقتصاد السوق الاجتماعي</p>

<p>National high quality dailies do not have such a high reach in terms of sold copies, but nevertheless they have a high political influence and are seen as opinion leaders.</p> <hr/>	<p>الصحف القطرية والتي تقدم محتوى ذات جدوى، ليست واسعة الانتشار، لكنها أيضا تعتبر مؤثرة سياسيا وقائدة رأي.</p> <hr/>
<p>Several newspapers differ in their political tendencies.</p> <hr/>	<p>العديد من الصحف مختلفة من حيث ميولها السياسية.</p> <hr/>
<p>The most important ones are the Munich based “Sueddeutsche Zeitung”, which is more liberal, and the Frankfurt-based “Frankfurter Allgemeine Zeitung” which is more conservative.</p> <hr/>	<p>أهمها، صحيفة تصدر في ميونيخ تدعى “سود دويتشه”، تعتبر ليبرالية، وصحيفة تصدر في فرانكفورت تدعى “الجمانية فرانكفورتر” والتي تعتبر محافظة.</p> <hr/>
<p>Each of them sells about 400.000 copies per day.</p> <hr/>	<p>توزع كل منهما حوالي ٤٠٠ الف نسخة يوميا.</p> <hr/>
<p>The Berlin-based “taz” is a leftist daily which is owned by a cooperative – unique in the German media landscape.</p> <hr/>	<p>أما صحيفة “تاز” والتي تصدر في برلين، تعتبر يسارية، وتمتلكها تعاونية، وهذا أمر فريد في مشهد الإعلام الألماني.</p> <hr/>
<p>The “Handelsblatt”, based in Düsseldorf, which is the biggest newspaper with a focus on the economy is also important.</p>	<p>وهناك كذلك صحيفة “هاندلسبلات” تصدر في دوزلدورف، وتعتبر الصحيفة الأكبر من حيث التركيز على الاقتصاد.</p>

<p>Also weekly political magazines like “Der Spiegel”, “die Zeit” and “der Stern” are very influential in the German public sphere.</p> <hr/> <p>They formed the liberal “Hamburg-Cartel” of post war Germany.</p> <hr/> <p>In times of declining newspaper circulation, weeklies gather more popularity since they offer in-depths analyses that are rarely to be found in online journalism.</p>	<p>كما وتعتبر المجلات السياسية مثل “دير شبيغل”، “دير زاييت” و “دير شتيرن” صحف مؤثرة في الفضاء العام الألماني.</p> <hr/> <p>وهي الصحف التي شكلت جبهة هامبورغ الليبرالية ما بعد الحرب في ألمانيا.</p> <hr/> <p>وفي أوقات تراجع انتشار الصحف، تصبح المجلات الأسبوعية أكثر شعبية لأنها توفر مقالات تحليلية والتي نادرا ما نجدها في الصحافة الإلكترونية.</p>
<p><b>Online journalism</b></p>	<p>الصحافة الإلكترونية</p>



<p>Online journalism is still far behind the traditional sources of information, but is getting more and more important.</p> <hr/>	<p>الصحافة الالكترونية لا زالت متخلفة عن الصحافة التقليدية من حيث مصادر المعلومات، لكنها تحظى باهتمام متزايد.</p> <hr/>
<p>In 2013, 60% of the Germans used the internet as a source for political information.</p> <hr/>	<p>في العام ٢٠١٣، ٦٠٪ من الألمان استخدموا الانترنت للحصول على معلومات سياسية.</p> <hr/>
<p>The most visited news sites are “Bild.de”, “Focus Online” and “Spiegel online” and “Zeit online”.</p> <hr/>	<p>أكثر المواقع التي تمت زيارتها هي <b><a href="#">bild.de</a></b> و <b>Focus Online</b> و <b>Zeit Online</b> و <b>Spiegel Online</b></p> <hr/>
<p>It is noticeable that these are the online versions of traditional newspapers.</p> <hr/>	<p>ومن الواضح أن هذه المواقع هي النسخة الالكترونية للصحف التقليدية.</p> <hr/>
<p>Despite having often separate editorial departments, the online versions still rely heavily on print journalism in terms of content and financing.</p>	<p>ورغم أنه عادة ما تكون طواقم تحرير منفصلة، تبقى المواقع الالكترونية للصحف معتمدة بشكل كبير على الصحف المطبوعة من حيث المضمون والتمويل.</p>

<p>However, websites like “Huffington Post” and “and “Vice” which produce primarily online content and are quite successful with it.</p> <hr/> <p>Axel Springer recently reorganized its prestigious press title “Die Welt” into an online pay-to-read news platform, which only secondarily releases a print version.</p> <hr/> <p>Advancing digitalization and different forms of financing make it seem likely that the internet will overtake traditional print journalism one day as a major news source.</p>	<p>لكن هناك بالمقابل أمثلة ناجحة لمواقع تنتج بالأساس مضامين إلكترونية مثل <b>Huffington Post و VICE</b></p> <hr/> <p>وقد أعادت مؤخرا أكسل شبرينغر تنظيم صحيفتها <b>Die Welt</b> بحيث أصبحت تنتج محتوى إلكتروني يتم بيعه للقراء، ليصبح إصدار النسخة المطبوعة أمرا ثانويا.</p> <hr/> <p>ومن الواضح أنه مع التطور الديجيتالي، والنماذج المختلفة للتمويل، ستستبدل النماذج الإلكترونية الصحافة المطبوعة لتصبح هي مصدر الأخبار الرئيسي.</p>
<p><b>Chapter 5: Media use</b></p>	<p>استخدام الإعلام</p>

<p>_____</p> <p>Despite the spreading of the internet, television remains the most widely used medium in Germany.</p> <p>_____</p> <p>In fact, the average use further increased until last year. In 2014, the average German watched around 4 hours of TV per day.</p>	<p>_____</p> <p>على الرغم من انتشار الانترنت، لا يزال التلفزيون هو الأكثر انتشارا في ألمانيا.</p> <p>_____</p> <p>وفي الحقيقة فإن معدل الاستخدام ارتفع أكثر في العام الماضي. في عام ٢٠١٤ شاهد الألماني التلفاز معدل ٤ ساعات يوميا</p>
<p>Second most used is radio broadcasting, slowly losing importance but still remaining an essential part of the media menu of the Germans.</p> <p>In particular in the morning hours, Germans listen to the radio.</p>	<p>ويقع الراديو في المرتبة الثانية من حيث نسب المشاهدة، ورغم أن الراديو يفقد أهميته تدريجيا، إلا أنه لا يزال مركبا مركزيا في قائمة وسائل الإعلام التي يستهلكها الألمان.</p> <p>الألمان يستمعون إلى الراديو خاصة في ساعات الصباح.</p>
<p>Newspapers are used less extensively; in 2014 on the average people spend only 23 min per day reading newspapers.</p> <p>_____</p> <p>However, it is still important considering newspapers are mostly used for informational purposes and not for entertainment.</p>	<p>أما الصحف، فيقل استخدامها. في العام ٢٠١٤، قضى الألمان بالمعدل ٢٣ دقيقة في قراءة الصحف المطبوعة.</p> <p>_____</p> <p>لكن لا زالت الصحف مهمة، وخاصة كمصدر للمعلومات وليس للترفيه.</p>

<p>The internet usage is steadily increasing.</p> <p>_____</p> <p>Compared to other Western countries, Germans seem to be more reluctant – more than 20 % don't use the internet at all or only rarely although there is almost complete internet infrastructure coverage.</p>	<p>هناك ارتفاع مستمر في استخدام الانترنت.</p> <p>_____</p> <p>مقارنة بدول غربية أخرى يبدو أن الألمان مترددون أكثر تجاه استخدام الانترنت. هناك أكثر من ٢٠٪ لا يستخدمون الانترنت بالمطلق أو نادرا رغم أن هناك تغطية للانترنت في كل مكان.</p>
<p>Interestingly and due to media convergence and mobile media use, overall media usage significantly increased – the average German spends more than 10 hours per day consuming content from any type of media.</p>	<p>ومن المثير للاهتمام، أنه وبفضل تقاطع وسائل الإعلام، ارتفع استخدام وسائل الإعلام بالمجمل، حيث يقوم الألماني بالمعدل بقضاء ١٠ ساعات يوميا بالاطلاع على محتوى إعلامي من مصادر مختلفة.</p>

Prof. Dr. Martin Emmer (Professor for Media Studies at Freie Universität Berlin):

Q: But where do we get such detailed data about the German media usage from?

Basically, there are two types of research: First is more case study orientated dealing with small groups of people, exploratory research.

This is something that is done for example by companies which try to develop new formats for example for TV shows.

They usually do kinds like that; focus groups for example, qualitative interviews or things like that.

Then there is that highly standardized research, which usually is used for evaluating market shares of media.

That's necessary for developing the "currency" for selling advertisements and refunding production.

And then third is scientific research.

بروفسور مارتين ايمر

محاضر في دراسات الإعلام في جامعة برلين الحرة

من أين يمكن الحصول على معلومات

حول استخدام وسائل الإعلام في ألمانيا؟

هناك نوعان من الأبحاث:

أولاً، تلك التي تعتمد على "دراسة حالة"

والتي تتعامل مع مجموعات صغيرة

لإجراء بحوث استكشافية.

هذا النوع مثلاً، تستخدمه الشركات التي تحاول

بلورة أفكار لبرامج تلفزيونية.

وهم يستخدمون عادة المجموعات البؤرية،

المقابلات وما شابه.

وهناك أيضاً أبحاث على مستوى أعلى

والتي تستخدم عادة لتقييم أسهم سوق الإعلام.

وهذا ضروري لتطوير "العملة"

من أجل بيع الإعلانات وتمويل إنتاج البرامج.

<p>That is something that we are doing at university.</p> <hr/> <p>We use a lot of methods, often a mix of methods in order to answer specific research questions.</p>	<p>وثالثا هناك البحث الاكاديمي وهذا ما نقوم به في الجامعات.</p> <hr/> <p>نستخدم العديد من المناهج للإجابة عن أسئلة علمية محددة.</p>
<p><b>Chapter 6: Media Politics and Press Freedom</b></p>	<p>السياسات الإعلامية وحرية الصحافة</p>
<p>According to the world press freedom index 2015 of the NGO “reporting without borders”, Germany is among the freest countries for journalist in the world, coming in at rank 12.</p> <hr/> <p>Freedom of speech, as well as press freedom, is established as a fundamental right in article 5 of the German Grundgesetz – which is our constitution.</p> <hr/> <p>Drawing from the experience of the instrumentalization of media during World War II, the constitution prevents the state from owning mass media or interfering into them.</p>	<p>وفق مؤشر حرية الصحافة العالمي لعام ٢٠١٥ ، والذي تصدره منظمة “مراسلون بلا حدود”، تعتبر ألمانيا من أكثر الدول التي تضمن الحرية للصحافيين وتقع في الموقع الثاني عشر يضمن البند الخامس من الدستور الألماني حرية التعبير، وحرية الصحافة كحق أساس.</p> <hr/> <p>ونتيجة استخلاص العبر من تجربة استغلال الإعلام خلال الحرب العالمية الثانية، يمنع الدستور الألماني الدولة من امتلاك وسائل إعلام أو التدخل بشؤونها.</p>

<p>Concerning newspapers and other print media, there is no need to obtain a license to publish.</p> <hr/>	<p>لا توجد هناك حاجة لاستصدار رخصة من أجل إصدار صحيفة أو أي وسيلة إعلام مطبوعة.</p> <hr/>
<p>Every person can simply decide to publish a newspaper and do it.</p> <hr/>	<p>ببساطة، يستطيع شخص أن يصدر صحيفة</p> <hr/>
<p>The journalistic profession itself does not require any sort of certificate or qualification – basically anybody can call him- or herself a journalist.</p>	<p>أما مهنة الصحافة فلا تتطلب أي شهادة أو مؤهلات، بمعنى آخر، يستطيع أي شخص أن يصبح صحفياً.</p>

<p>But the boundaries of press freedom are not unlimited.</p> <hr/>	<p>لكن هناك أيضا حدود لحرية الصحافة.</p> <hr/>
<p>Article 5 also protects individual rights or the well-being of the youth according to civil or criminal laws.</p> <hr/>	<p>البند الخامس من الدستور يحمي الحقوق الفردية أو سلامة الشباب وفق القوانين الجنائية والمدنية.</p> <hr/>
<p>Wherever individual interests conflict with fundamental rights, each case has to be settled in court individually.</p> <hr/>	<p>وعندما تتعارض مصلحة الفرد مع الحقوق الأساس يجب تسوية الأمر في المحاكم.</p> <hr/>
<p>German courts tend to uphold press freedom, in particular when it comes to satire and expressions of opinion.</p>	<p>عادة ما تحمي المحاكم الألمانية حرية الصحافة، وخصوصا فيما يتعلق بالصحافة الساخرة وحرية التعبير عن الرأي.</p>



<p>The German Press is self-controlled through the “Presserat”, an institution where the public can complain about press coverage.</p> <hr/> <p>However, this institution has very little power as it has almost no possibilities to sanction anyone – it is more an upholder of ethical standards.</p> <hr/> <p>The quality of the press itself shall be regulated by the market and competition, which poses the threat that the press tends to follow market interests.</p>	<p>للصحافة الألمانية مؤسسة مستقلة تدعى “بريسيرات”، وهي تتلقى شكاوي الجمهور حول التغطية الصحفية.</p> <hr/> <p>ولكن، لا توجد سلطة حقيقية لهذه المؤسسة ولا يمكنها أن تعاقب أحد، ويقتصر دورها على الحفاظ على الأخلاقيات الصحفية.</p> <hr/> <p>أما جودة الصحافة فيحددها السوق والمنافسة، وهذا يشكل خطرا بأن تتبع الصحافة مصالح السوق.</p>
--	--

<p>_____</p> <p>Broadcasting is a slightly different matter.</p> <p>_____</p>	<p>_____</p> <p>أما البث فهو شأن آخر</p> <p>_____</p>
<p>As it requires huge capital and effort to start a broadcasting channel and frequencies are limited, privately owned broadcasters have to obtain a license from the “Landesmedienanstalt” – a public-corporatist body in each federal state in Germany.</p> <p>_____</p>	<p>_____</p> <p>لأنه يتطلب رأسمال وجهد كبيرين ولأن الترددات محدودة، إنشاء محطة بث يحتاج إلى ترخيص من الدولة، وهناك جسم خاص لذلك يدعى “Landesmedienanstalt”</p>
<p>These bodies shall ensure a certain “inner pluralism” in each channel’s content.</p> <p>_____</p>	<p>موجود في كل ولاية من ولايات ألمانيا.</p> <p>_____</p>
<p>Private channels are obliged to present a diversity of opinions and to respect the “human dignity”.</p> <p>_____</p>	<p>يتوجب على هذه الأجسام أن تضمن مستوى من التعددية الداخلية في محتوى كل قناة.</p> <p>_____</p>
<p>Full programs have to devote a certain amount of their program time to news.</p> <p>_____</p>	<p>يتوجب على القنوات الخاصة أن تقدم آراء متنوعة وأن تحترم الكرامة الإنسانية.</p> <p>_____</p>
<p>If they do not comply with the conditions, their license might not be renewed.</p> <p>_____</p>	<p>وعلى كل برنامج أن يخصص بعض الوقت للأخبار</p> <p>_____</p> <p>وإذا لم تقم القنوات بالالتزام بالشروط، فهي تخاطر بعدم تجديد رخصتها.</p> <p>_____</p>

Licenses for new channels can also be denied if the company behind the new channel has already a combined market share of more than 30% or its cross-media ownership in both the print and broadcasting market would give the company a dominant position in the German media sphere.

For example, in 2005, Springer publishing house was denied to take over the second biggest private broadcasting company ProSiebenSat1 AG.

This press-friendly legal framework doesn't mean everything is perfect for German journalists.

Reporters without borders criticize various problems in Germany, e.g. state surveillance and bureaucratic hurdles to obtain official information.

يمكن أيضا رفض منح الترخيص في حال ملكت الشركة أكثر من ٣٠٪ من اسهم القناة أو في حال وصل مجمل استثمارها في سوق وسائل الإعلام، يشمل البث والمطبوعة، ما يمنحها السيطرة على الحيز الإعلامي الألماني.

مثلا، في العام ٢٠٠٥، تم منع دار النشر شبرينغر من امتلاك ثاني أكبر شركة بث خاصة وهي ProSiebenSat1 AG

ورغم أن الإطار القانوني للصحافة في ألمانيا يعتبر ودودا وجيدا، إلا أن ذلك لا يعني أن وضع الصحفيين في ألمانيا مثالي.

منظمة مراسلون بلا حدود، تنتقد الكثير من المشاكل في ألمانيا، منها مثلا، المراقبة والبيروقراطية التي تشكل عائقا أمام الحصول على معلومات رسمية.

Chapter 7: Media System and Public Broadcasting	
<p>Germany is the 4th biggest economy in the world with a per Capita GDP more than 45.000 USD per year.</p> <hr/>	<p>يعتبر اقتصاد ألمانيا رابع أكبر اقتصاد في العالم، حيث يصل معدل إجمالي الناتج المحلي للفرد أكثر من ٤٥.٠٠٠ دولار في السنة.</p> <hr/>
<p>With such a high purchasing power in mind, it seems only natural that most of the privately owned media is financed through ad-sales. Television and daily newspapers generate the most income in advertising media.</p> <hr/>	<p>ومع قدرة شرائية كبيرة كهذه، من الطبيعي أن يكون غالبية دخل وسائل الإعلام الخاصة من الإعلانات. ويعتبر دخل القنوات والصحف من الإعلانات الأكبر.</p> <hr/>
<p>This has different implications: privately owned TV-channels rely almost exclusively on ad-sales, therefore above all depend on good ratings.</p> <hr/>	<p>تعتمد القنوات الخاصة بشكل شبه كامل على الإعلانات، وبالتالي تهتم بنسب المشاهدة أكثر من أي شيء آخر.</p> <hr/>
<p>This causes constant discussions about quality and ethics of private TV-programming.</p>	<p>وهذا يخلق جدلاً دائماً حول الجودة والأخلاق في برامج التلفزيون في القنوات الخاصة.</p>

<p>Newspapers generate on average 40% through ad-sales and around 60% through subscription and copy sales.</p> <hr/> <p>The dependency on ad-sales is less than compared to private broadcasting, but since the press' normative claim of spreading political information to the public, this relationship can still be problematic.</p> <hr/> <p>As revenues increase with a higher circulation, but production costs remain nearly the same, the ad-financed system favors press-concentration and monopolization.</p>	<p>أما دخل الصحف من الإعلانات فيشكل ٤٠٪ من مجمل مدخولها بينما يتم الحصول على ٦٠٪ من الاشتراكات وبيع النسخ.</p> <hr/> <p>رغم أن اعتماد الصحف على الإعلانات هو قليل نسبياً مقارنة بالقنوات الخاصة، لكن نظراً لأن وظيفة الصحافة المعيارية هي نشر المعلومات للمواطن، تبقى هذه العلاقة إشكالية</p> <hr/> <p>وبما أن الأرباح تزيد كلما ارتفع التوزيع، بينما تبقى تكاليف الإنتاج كما هي، ينتج النظام المالي المعتمد على الإعلانات نحو تركيز ملكية وسائل الإعلام والاحتكار.</p>
<p>Another relating problem is the possible influence of ad-clients on newspaper content.</p> <hr/> <p>Through increasing financial pressure, many journalists are tempted to blur the borders between advertisements and articles or sometimes articles are only published because they synergize with an ad in order to please the client.</p>	<p>وهناك أيضاً مشكلة تأثير مشتري الإعلانات على مضمون الصحيفة</p> <hr/> <p>في ظل هذه الضغوطات المادية، يطمس العديد من الصحفيين الحدود بين الإعلانات والمقالات، أو يقومون بنشر مقال معين، فقط لملائمته مع إعلان، وإرضاء الزبون.</p>

---

To avoid this problem for public broadcasters, they are financed by a fee every German household has to pay.

---

From approx. 18€ per household per month, all the different public service broadcasters like ARD, Deutschlandradio or arte are financed.

---

The KEF, a commission whose members are appointed from the prime ministers of each federal state calculate this fee, which is constantly disputed and subject to court proceedings.

---

However, up to now, the fee which makes up most of the budget of the 9.1 billion Euro (and is the highest budget of a non-commercial media company world-wide) the public service broadcaster has been secured.

---

---

يتجنب البث العام هذه المشاكل، من خلال تغطية ميزانيته من الضرائب التي يدفعها كل مواطن ألماني.

---

يدفع كل مواطن حوالي ١٨ يورو شهريا، ومن هذه المبالغ يتم تمويل محطات البث العام مثل ARD, Deutschlandradio, Arte

---

تختلف قيمة الضريبة من ولاية فدرالية إلى أخرى، بحيث تقرها لجنة يتم تعيينها من قبل رؤساء الحكومات. وعادة ما يكون هذا المبلغ عرضة للجدل الدائم والمداومات القضائية.

---

تشكل هذه الضرائب غالبية الميزانية التي تصل إلى ٩,١ مليار يورو، والتي تعتبر أعلى ميزانية لوسائل إعلام غير تجارية على مستوى العالم. وهي تضمن الأمان الاقتصادي لخدمة البث العام.

---

<p>Public service broadcasters are only allowed to include advertisement or product placement for certain events like football games or during specific time frames of the day.</p> <hr/>	<p>يسمح لمحطات البث العام، أن تبث إعلانات تجارية فقط في مناسبات خاصة مثل ألعاب كرة القدم، أو في أوقات معينة خلال اليوم.</p> <hr/>
<p>Circulations of the traditional print-products are decreasing and so do the ad-revenues.</p> <hr/>	<p>توزيع المنتجات الإعلامية المطبوعة أخذ في الهبوط، ما يؤدي أيضا إلى انخفاض العائدات من الإعلانات</p> <hr/>
<p>For this reason many think that the future lies in different financing models.</p> <hr/>	<p>ولهذا يرى البعض أن المستقبل هو لنماذج تمويل مختلفة</p> <hr/>
<p>Today, there is another big question to be answered: How to finance Online-Media?</p> <hr/>	<p>واليوم يتم طرح سؤال آخر: كيف يمكن تمويل الإعلام الإلكتروني؟</p> <hr/>
<p>Online offers of Germany's newspapers have been traditionally free of charge for users, but the ad-sales do not generate nearly as much as their print-counterparts.</p> <hr/>	<p>المواقع الإلكترونية التابعة للصحف، متاحة مجانا للقراء، وهي أيضا، كما المطبوعة، لا تحقق عائدات كبيرة من الإعلانات.</p> <hr/>
<p>The reason for this is that online-ads are much cheaper, but the editorial effort remains the same.</p> <hr/>	<p>وهذا لأن الإعلانات على الانترنت أرخص بكثير، لكن الجهد التحريري هو نفس الجهد.</p> <hr/>
<p>Through the creation of online news-portals, many publishers created competitors for their own traditional press-titles.</p>	<p>ومع إنشاء الناشرين للمواقع الإلكترونية، خلق هؤلاء متنافسين مع صحفهم المطبوعة ذاتها.</p>

<p><i>Prof. Dr. Klaus Beck (Professor for Media Economics at Freie Universität Berlin):</i></p>	<p>بروفسور كلاوس بك محاضر في إقتصاد الإعلام في جامعة برلين الحرة</p>
<p>-----</p>	<p>-----</p>
<p>Q: Online-Journalism is getting more and more popular. Why is it so difficult financing it?</p>	<p>الإعلام الإلكتروني يزداد شعبية، لماذا يصعب تمويله؟</p>
<p>-----</p>	<p>-----</p>
<p>First thing to say is: Maybe there are successful because they are free.</p>	<p>أولا، يجب القول أنه ربما يعود نجاحهم إلى الحرية التي يتمتعون بها.</p>
<p>-----</p>	<p>-----</p>
<p>So people are not willing to pay for them.</p>	<p>ولهذا الناس لا تريد الدفع لهم</p>
<p>-----</p>	<p>-----</p>
<p>That's a great problem for professional journalism financing.</p>	<p>ويشكل هذا مشكلة كبيرة أمام تمويل الصحافة المهنية</p>
<p>-----</p>	<p>-----</p>
<p>And the appropriate way to finance quality journalism for a long time was advertising.</p>	<p>لقد كانت الطريقة الأمثل لتمويل الصحافة المهنية هي الإعلانات.</p>
<p>-----</p>	<p>-----</p>
<p>But advertising isn't working very well in the online sphere because advertising is very, very cheap and the reason for that is that everybody knows that advertising has only limited effects.</p>	<p>لكن الإعلانات لا تعمل جيدا في الفضاء الإلكتروني وذلك لأنها رخيصة جدا</p>
<p>-----</p>	<p>لأن الجميع يعلم بأن تأثيرها محدود.</p>
<p>That's true for television and broadcasting media and print papers as well.</p>	<p>هذا صحيح أيضا للتلفزيون والإذاعة والصحف.</p>
<p>-----</p>	<p>-----</p>
<p>But now we have the opportunity to measure that.</p>	<p>لكن الآن يمكننا قياس التأثير</p>
<p>-----</p>	<p>-----</p>



<p>We know exactly that it's not working very well.</p> <p>_____</p>	<p>ونحن نعرف أنها لا تعمل بشكل جيد</p> <p>-----</p>
<p>That's why the prices are so low. And that's the problem to get enough advertising money for that.</p> <p>_____</p>	<p>ولهذا فإن الأسعار منخفضة جدا، وبالتالي من الصعب الحصول على مبالغ كافية مقابل الإعلانات.</p> <p>_____</p>
<p>Q: What about different financing models like crowdfunding?</p> <p>_____</p>	<p>ماذا عن طرق تمويل أخرى مثل تجنيد الأموال من الجمهور؟</p> <p>_____</p>
<p>I think the crowdfunding platforms have to face one problem, because they very much depend on the success of a specific news or article or contribution.</p> <p>_____</p>	<p>اعتقد أن المواقع الخاصة بتجنيد الأموال من الجمهور تواجه مشكلة، لأنها تعتمد كثيرا على نجاح خبر أو مقال أو مساهمة</p> <p>_____</p>
<p>And so if they would like to get more money, they have to select the pieces which are selling very well.</p> <p>_____</p>	<p>إذا لكي يجندوا أموالا أكثر عليهم إختيار مضامين تباع جيدا</p> <p>_____</p>
<p>And for the journalistic side, it's a problem because it means a kind of marketing effect.</p> <p>_____</p>	<p>وهذه مشكلة من الناحية الصحفية لأن هناك عامل تسويقي يؤثر على المحتوى.</p> <p>_____</p>
<p>So I have to write in a way, in a manner, that is good for selling this article and maybe it's still independent but that's not so clear.</p> <p>_____</p>	<p>حيث يجب أن أكتب بأسلوب جيد لبيع المقال. ربما يكون المقال مستقلا لكن هذا ليس واضح دائما.</p> <p>_____</p>
<p>So you very much depend on the concrete payment.</p>	<p>إذا أنت تعتمد بشكل كبير على الدفع</p>

--	--

<p>Q: Especially Axel Springer is pushing forward a paid-content-model. Will it be successful?</p> <p>-----</p> <p>Probably yes.</p> <p>-----</p> <p>Because I think even though advertising is not the real way to finance quality journalism, all the users have to learn that they have to pay for journalistic content as they did some years, some hundred years before since the foundation of the printed press.</p> <p>-----</p> <p>And paid content probably would be the model of success for the future.</p>	<p>تدفع أكسل شبرنغر على وجه الخصوص باتجاه نموذج الدفع مقابل المضمون. هل سينجح؟</p> <p>-----</p> <p>غالبا نعم</p> <p>-----</p> <p>لأنه حتى لو لم يكن الإعلان هو الطريقة الأفضل لتمويل الصحافة ذات الجودة، على المستخدمين ادراك أن عليهم الدفع مقابل الحصول على مضمين صحفية كما كانوا يفعلون قبل مئات السنين منذ تأسيس الصحافة المطبوعة.</p> <p>-----</p> <p>والدفع مقابل المضمون سيكون غالبا النموذج الأمثل في المستقبل.</p>
<p><b>Chapter 8: Ownership structure</b></p>	<p>مبنى الملكية</p>
<p>One aspect that might endanger press diversity is concentration and one that might endanger the informational function of media is instrumentalization by media owners.</p> <p>-----</p> <p>Therefore, a critical review of who owns the media in Germany and which share of the media seems to be necessary.</p>	<p>من العوامل التي يمكنها تهديد حرية الصحافة هي تركيز الملكية، ومن العوامل التي يمكنها تهديد دور الصحافة كناقلة للمعلومات، هي استغلالها من قبل رؤس الاموال التي تملكها</p> <p>-----</p> <p>لهذا، من الضروري أن ننظر إلى من يملك الإعلام وما هي نسبة ملكيته</p> <p>.</p>

<p>Besides the public service broadcaster and a few local civic broadcasters, all media in Germany are in the hands of private companies.</p> <hr/> <p>Most of them are also international players.</p> <hr/> <p>However and in contrast to other Western countries, most of them limit their investments to media and do not engage in other sectors of the industry.</p>	<p>ما عدا محطات البث العام، وبعض المحطات التابعة لمبادرات محلية مدنية، جميع وسائل الإعلام الألمانية تابعة لشركات خاصة.</p> <hr/> <p>وغالبية هذه الشركات هي شركات لاعبة على مستوى دولي.</p> <hr/> <p>ولكن، خلافا لدول غربية أخرى، غالبية هذه الشركات تركز استثماراتها في مجال الإعلام ولا تعمل في مجالات أخرى.</p>
<p><b>Bertelsmann</b> is the biggest media company in Germany with a turnover of over 16 billion Euros a year and thus the 9 biggest media company in the world.</p> <hr/> <p>It operates internationally and owns TV-channels (RTL Group), the publishing house Penguin Randomhouse, such press titles as STERN and BRIGITTE, the music rights management group BMG and even the customer service provider Arvato.</p> <hr/> <p>In Germany, Bertelsmann owns the RTL-Group, a group of private TV-channels that have a market share of over 25%.</p>	<p>برتلسمان: هي أكبر شركة إعلامية في ألمانيا حيث يبلغ حجم إيراداتها ١٦ مليار يورو، ما يجعلها تاسع أكبر شركة إعلام في العالم.</p> <hr/> <p>تعمل برتلسمان على نطاق عالمي وتملك مجموعة قنوات RTL ودار النشر <b>Randomhouse</b> والمؤسسات الإعلامية STERN وBRIGITTE، وكذلك مجموعة إدارة الحقوق الموسيقية BMG وشركة خدمات العملاء <b>Arvato</b>.</p> <hr/> <p>في ألمانيا، تملك برتلسمان مجموعة RTL، وهي مجموعة من القنوات الخاصة والتي تشكل ٢٥٪ من حجم السوق الإعلامي.</p>

It also owns the Gruner + Jahr GmbH, Europe's second biggest publishing house. Famous titles are the weekly "Stern" and the women's magazine "Brigitte".

---

Gruner + Jahr owns also 25% of the influential weekly "Der Spiegel".

وهي تملك أيضا ثاني أكبر دار نشر

**Gruner + Jahr GmbH** في أوروبا

والتي تشمل منشوراتها المجلة الأسبوعية

الشهيرة **Stern** والمجلة النسائية **Brigitte**.

---

**Gruner + Jahr** تملك أيضا

٢٥٪ من الصحيفة الأسبوعية "دير شبيغل".

---

Originally been a family enterprise, the Mohn family is still strongly connected to the company.

---

The family still owns 19.1 % in stocks. Christoph Mohn, now representing the sixth generation since the company was founded in 1835, is chairman of the supervisory board.

---

His mother Liz Mohn is also member of the supervisory board, as well as board director of the Bertelsmann foundation which owns another 77.6 % of stocks.

---

شركة برتلسمان في الأصل هي شركة عائلية،  
تملكها عائلة "مون".

---

لا زالت تملك عائلة "مون" ١٩,١ ٪ من الأسهم.  
ويمثل كريستوف مون،  
الجيل السادس منذ تأسيس الشركة عام ١٨٣٥  
، وهو يرأس حاليا المجلس الإشرافي.

---

والدته، ليز مون، هي أيضا عضو في المجلس  
الإشرافي،  
"مؤسسة برتلسمان"، وكذلك رئيسة مجلس إدارة  
٦. ٪ إضافية من الأسهم. والتي تملك ٧٧

---

The highly dynamic **media company Axel Springer** aspires to be a multinational, cross-media operating corporation.

---

Traditionally focused on press, Springer's press titles have the reputation to follow a more conservative and US-friendly line, which caused controversy in the past.

---

Famous titles are Germany's biggest tabloid "Die Bild" and the national broadsheet "Die Welt".

---

Recently Springer invests more and more into digital media and is one of the driving forces for new business models in online journalism.

---

أما الشركة النشطة "أكسل شبرينغر" تطمح لتصبح شركة كبيرة متعددة الجنسيات، وعابرة لوسائل الإعلام.

---

تقليدياً ركزت شبرينغر على الصحافة، ولديها سمعة بأن خطها الصحفي محافظ، وقريب من الولايات المتحدة، الأمر الذي أثار جدلاً في الماضي.

---

ومن إصداراتها الشهيرة، الصحيفة الصفراء **Die Bild** والصحيفة القطرية **Die Welt**.

---

وتقوم شبرينغر مؤخراً في الاستثمار في الإعلام الإلكتروني، وتشكل إحدى القوى الهامة في الدفع نحو نماذج تجارية جديدة في الصحافة الإلكترونية.

---

<p><i>S: Influential People behind Axel Springer</i></p> <p>-----</p> <p>Friede Springer: the widow of the company's founder is probably the most important actor behind the company.</p> <p>-----</p> <p>Indirectly, she owns 51.35 % of the company and is also the associate chairman of the supervisory board.</p> <p>-----</p> <p>She influenced the development of the company heavily during the 90s and appointed current CEO Mathias Döpfner in 2002</p>	<p>الشخصيات المركزية في أكسل شبرينغر</p> <p>-----</p> <p>فريدي شبرينغر: هي أرملة مؤسس الشركة، وتعتبر أهم شخصية تقف وراء الشركة.</p> <p>-----</p> <p>تملك ٥١,٣٥ % من أسهم الشركة بشكل غير مباشر، ولذلك فهي تشغل منصب رئيسة المجلس الإشرافي للشركة.</p> <p>-----</p> <p>كان لها تأثير كبير على تطوير الشركة خلال التسعينات، وهي من قام عام ٢٠٠٢ بتعيين المدير التنفيذي الحالي للشركة، ماثياس دوفنر.</p>
<p>Mathias Döpfner: The former editor in chief of Springer press title "Die Welt" is responsible for major strategy changes which finally led the company out of its crisis.</p> <p>-----</p> <p>He often appears in talkshows and comments in newspapers and openly presents his political views.</p>	<p>ماثياس دوفنر: هو المحرر المسؤول لصحيفة Die Welt التي تصدرها شبرينغر، وقد انقذ الشركة من أزمتها من خلال قيامه بتغييرات استراتيجية كبيرة.</p> <p>-----</p> <p>عادة ما يظهر دوفنر في برامج حوارية، وتصريحات صحفية، ويقوم بعرض رؤيته السياسية بشكل صريح.</p>



---

Having experienced many changes in ownership structure in the past years, the **ProSiebenSat1 AG** is the second biggest Television Company in Europe.

---

It has a market share of nearly 20% in German television and focuses mainly on Free-to-air TV channels like “ProSieben” and “Sat 1” and relies heavily on entertainment.

---

شهدت **ProSiebenSat. 1 AG** في السنوات الأخيرة العديد من التغييرات في الملكية لكنها لا زالت تعتبر ثاني أكبر شركة تلفزيون في أوروبا

---

تملك الشركة ٢٠٪ من التلفزيون الألماني ويتركز نشاطها

في المحطات غير المشفرة مثل **ProSieben** و **Sat 1** وتعتمد بشكل كبير على برامج الترفيه

<p><i>S: Funke Media-Group (former WAZ)</i></p> <hr/> <p>The main focus of the <b>Funke Mediengruppe</b> is the regional press which is in Germany traditionally very strong.</p> <hr/> <p>It owns 27 regional dailies and a number of magazines and other publications.</p> <hr/> <p>Recently, Funke has got under economical pressure and was forced to shut down an entire editorial department of the regional daily “Westfälische Rundschau”.</p> <hr/> <p>The title is still published, but the content is produced by editorial departments of other newspapers of the company.</p>	<hr/> <p>يتركز غالبية نشاط فانك ميدينغروب في الصحافة المناطقية، والتي تعتبر تقليديا، قوية في ألمانيا.</p> <hr/> <p>تملك الشركة ٢٧ صحيفة مناطقية تصدر يوميا، وعدد آخر من المجلات والمنشورات.</p> <hr/> <p>وقد وقعت الشركة مؤخرا تحت ضغوطات اقتصادية كبيرة مما اضطرها لاغلاق قسم تحرير كامل للصحيفة اليومية Westfälische Rundschau</p> <hr/> <p>لا زالت هذه الصحيفة تصدر، لكن يتم انتاج محتواها في أقسام تحرير تابعة لصحف أخرى تصدرها الشركة</p>
<p>Similarly, the WAZ group, the Hubert-Burda Media group, the Georg-von-Holtzbrinck-Group or the M. Dumont-Schauberg Group are all leading German cross-media groups that are characterized by a strong leading figure and shape the media landscape in Germany.</p>	<p>بالإضافة هناك أيضا، مجموعة WAZ، ومجموعة Hubert-Burda، ومجموعة Georg-von-Holtzbrinck و M. Dumont-Schauberg وهي جميعها مجموعات لديها استثمارات في عدة وسائل إعلام، ولديها أثر كبير على المشهد الإعلامي في ألمانيا.</p>

However, there are also other models of owning and financing media outlets beyond the typical capitalist model.

وعلى الرغم من هذا، لا زال هناك نماذج أخرى لإدارة وتشغيل وسائل الإعلام عدا النموذج الرأسمالي.

<p><i>Konny Gellenbeck (national daily taz) about its cooperative financing model</i></p> <p>_____</p>	<p>مقابلة مع كوني غيلنبك من الصحيفة الوطنية Taz حول نموذج التمويل التعاوني</p> <p>_____</p>
<p><i>S. Konny Gellenbeck, Newspaper Taz</i></p> <p>_____</p>	<p>كوني غيلنبك</p> <p>صحيفة Taz</p> <p>_____</p>
<p>We have until today 15,000 cooperative members.</p> <p>_____</p>	<p>لدينا حتى الآن ١٥٠٠٠ عضو تعاوني</p> <p>_____</p>
<p>Each member gives us 500 Euros.</p> <p>_____</p>	<p>كل عضو يمنحنا ٥٠٠ يورو</p> <p>_____</p>
<p>He or she can pay it in 20 parts but the very special thing is that every person who becomes a cooperative member has only one vote and it doesn't matter how many money you gave us.</p> <p>_____</p>	<p>يمكنه او يمكنها تقسيم المبلغ على ٢٠ دفعة وخاصة هذا النموذج أن كل شخص ينضم للتعاونية، يملك صوتا واحدا بغض النظر عن المبلغ الذي دفعه</p> <p>_____</p>
<p>The special thing is that we have to sorts of cooperative members: the workers (they are here) and the membership from outside (they only give the money).</p> <p>_____</p>	<p>لدينا نوعان من الأعضاء: العمال وهم هنا، والأعضاء في الخارج وهؤلاء فقط يمنحونا المال.</p> <p>_____</p>
<p>That is a big difference in how to become independent from persons who give the money.</p> <p>_____</p>	<p>وهنا يوجد فرق كبير في كيفية الحفاظ على الاستقلالية ممن يمنحوك المال</p> <p>_____</p>
<p>The persons from outside, who became cooperative members, have no special rights concerning the content of the newspaper.</p>	<p>لا توجد للأعضاء في الخارج أي سلطة على مضامين الصحيفة</p>

<p><i>Media concentration</i></p> <hr/> <p>Regarding concentration, however, one can see that the biggest companies also dominate the market. As mentioned before, the TV market is divided between the public service broadcasters and a duopoly of RTL and ProSiebenSAT1.</p> <hr/> <p>In the print market we can also observe concentration.</p> <hr/> <p>In the regional daily market, which has the highest share in Germany, 10 companies own 60 % of the market.</p> <hr/> <p>This is especially problematic because in 44 % of the districts only one regional daily is available.</p> <hr/> <p>Companies hold regional monopolies.</p> <hr/> <p>The tabloid market is almost solely dominated by Axel Springer AG.</p> <hr/> <p>Its market share is 79%.</p>	<p>تركيز الملكية</p> <hr/> <p>أما بالنسبة لتركيز الملكية، فمن الواضح أن الشركات الكبيرة هي من يهيمن على السوق. فكما ذكرنا سابقا، تتوزع ملكية المحطات التلفزيونية بين البث العام والاحتكار الثنائي ل RTL و ProSiebenSAT1</p> <hr/> <p>ويمكن أيضا ملاحظة تركيز الملكية أيضا في سوق الصحافة المطبوعة.</p> <hr/> <p>هناك ١٠ شركات تمتلك ٦٠٪ من سوق الصحف المناطقية اليومية في ألمانيا.</p> <hr/> <p>وهذا إشكالي، خاصة لأن في ٤٤٪ من المناطق، تصدر صحيفة يومية واحدة فقط.</p> <hr/> <p>واصبحت الشركات تحتكر الاصدارات المناطقية.</p> <hr/> <p>أما الصحف الصفراء فغالبيتها تحت سيطرة أكسل شبرينغر</p> <hr/> <p>حيث تبلغ نسبتها في السوق ٧٩٪.</p>
<p><b>Chapter 9: Journalism &amp; how to</b></p>	<p>الصحافة وكيف تصبح صحفيا</p>

become a Journalist	
<p>Journalism is not a protected profession in Germany and free of access.</p> <p>_____</p> <p>Anybody can call him- or herself a journalist. There are some associations like the German Journalists' Union who are allowed to issue individual press cards to those who proof that they are contracted by media.</p> <p>_____</p> <p>However, besides the advantage of getting easier access to press conferences, there is no legal status connected to that</p>	<p>مهنة الصحافة هي مهنة غير محمية في ألمانيا وتعتبر مفتوحة للجميع.</p> <p>_____</p> <p>ببساطة، يمكن لكل من يرغب أن يطلق على نفسه صحفي.</p> <p>هناك بعض الهيئات مثل "إتحاد الصحفيين الألمان" والتي تقوم بإصدار بطاقات صحفية لمن يقدم إثبات بالعمل مع وسائل إعلام.</p> <p>_____</p> <p>لكن، عدا عن أن هذه البطاقة تسهل الدخول لمؤتمرات صحفية، لا تمنح صاحبها أي مكانة قانونية خاصة.</p>
<p>A study has come up with a description of the typical German journalists according to the statistical average: „the typical German journalist is a 41 year old, middle-class man, holding an academic degree, working in press, living in a committed relationship and earning around 2300€a month</p>	<p>ووفق دراسة أجريت مؤخرا اعتمدت على معطيات إحصائية،</p> <p>لتوصيف الصحفي النموذجي في ألمانيا:</p> <p>الصحفي النموذجي الألماني يبلغ من العمر ٤١ عاما، وينتمي إلى الطبقة الوسطى، حاصل على شهادة جامعية، يعمل في الصحافة، ويعيش في علاقة ملتزمة، ويجني ٢٣٠٠ يورو شهريا.</p>

<p>_____</p> <p>In fact, journalism is still dominated by men.</p> <p>_____</p> <p>Whereas more younger journalist are women than men, the percentage of male journalist gets higher with age</p> <p>_____</p> <p>Leading positions are mostly held by men. Women earn significantly less than men.</p> <p>_____</p> <p>This is partly due to “glass ceiling” effects and underrepresentation in leading positions, but women receive also less money for the same work as their male counterparts.</p>	<p>_____</p> <p>وفي الواقع، الرجال هم من يهيمنون على مهنة الصحافة.</p> <p>_____</p> <p>ورغم أنه بين صفوف الصحفيين الصغار، نسبة النساء أكبر،</p> <p>لكن تزداد نسبة الرجال كلما ارتفع الجيل.</p> <p>_____</p> <p>غالبية الوظائف العليا يشغلها رجال، وتحصل النساء على أجر أقل بكثير من أجر الرجال.</p> <p>_____</p> <p>تعود أسباب ذلك إلى العقبات غير المرئية أمام تمثيل النساء في الوظائف العليا، ولكن أيضا تحصل النساء على مقابل مادي أقل، مقارنة بما يتلقاه الرجل مقابل نفس الوظيفة.</p>
<p>_____</p> <p>The average age of German journalist is on the increase, most of them are between 36-45 years old and only one third is younger than 36.</p> <p>_____</p> <p>It seems that because of the media crisis fewer people are getting into journalism.</p>	<p>_____</p> <p>هناك ازدياد في متوسط عمر الصحفي الألماني، معظمهم ما بين ٣٦ و ٤٥ عاما، بينما ثلثهم فقط تقل أعمارهم عن ٣٦.</p> <p>_____</p> <p>ويبدو أن الأزمة في الإعلام تبعد الكثيرين عن امتحان الصحافة.</p>

<p>Those who do however, vary greatly in their way of education.</p> <hr/>	<p>أما الذين ينضمون إلى عالم الصحافة، نجد بينهم فروقات في خلفيتهم التعليمية.</p> <hr/>
<p>Only a minority of German journalists went to an academic school or studied journalism.</p> <hr/>	<p>هناك قلة قليلة من الصحفيين الألمان الذين درسوا الصحافة في الجامعة.</p> <hr/>
<p>But the majority holds an academic degree and did an internship or traineeship.</p>	<p>ولكن غالبيتهم حاصلون على شهادة جامعية، وقد أدوا فترة تدريبية</p>



<p><i>Interview with Rudolf Porsch (Deputy Director of the Axel-Springer-Academy)</i></p> <hr/> <p>Q: What are the advantages of a journalism school like the Axel Springer-Academy?</p> <hr/> <p>We are very mass market orientated.</p> <hr/> <p>We are not academic orientated.</p> <hr/> <p>If you are interested in an academic approach than you have to attend a university.</p> <hr/> <p>But if you are interested in practical journalism that is mass market, audience orientated, we offer really a cross-media education, cross-media journalism.</p> <hr/> <p>And a cross media journalism that has already proven its concept.</p> <hr/> <p>That means, we do not work “l’art pour l’art”, only for school or for training purposes, we really work for the market.</p> <hr/> <p>And we prove our quality day by day, minute by minute on the market, on the internet and on the market place out there.</p>	<p>رودلف بورش نائب مدير أكاديمية أكسل شبرنغر</p> <hr/> <p>ما هي مميزات مدرسة صحافة مثل أكاديمية أكسل شبرنغر؟</p> <hr/> <p>نحن نحمل توجه السوق الشامل</p> <hr/> <p>وليس التوجه الأكاديمي</p> <hr/> <p>إذا كنت معنيا بالتوجه الأكاديمي عليك الذهاب إلى الجامعة</p> <hr/> <p>أما إذا كنت معنيا بالصحافة العملية، فهذا يعني السوق الشامل، وهو التوجه المتعلق بالجمهور، نحن نوفر تعليم متعدد المجالات الإعلامية والصحفية.</p> <hr/> <p>نتحدث عن صحافة متعددة المجالات الإعلامية والتي أثبتت نفسها</p> <hr/> <p>هذا يعني أننا لا نعمل وفق “الفن من أجل الفن”، أي فقط من أجل التدريب المهني بل من أجل السوق</p> <hr/> <p>ونحن نشبت أثر الجودة التي نقدمها على الانترنت وعلى</p>
--	--

السوق

<p>There are tons of privately funded journalism schools, among them a few renowned journalism schools like the Henri-Nannen-School in Hamburg, the German Journalism School in Munich or the Axel-Springer-Akademie in Berlin.</p>	<p>هناك عدد هائل من مدارس الصحافة الخاصة، أشهرها كلية هنري نانن في هامبورغ، وكلية الصحافة الألمانية في ميونخ، وأكاديمية أكسل شبرنغر في برلين.</p>
<p>Most German journalists work in newspapers.</p> <p>One third works in television and radio broadcasting.</p> <p>Another quarter write for magazines, the rest is distributed among online media, news agencies and advertising papers.</p>	<p>غالبية الصحفيين الألمان يعملون في الصحف المطبوعة.</p> <p>ثلثهم يعمل في محطات التلفزيون والراديو.</p> <p>ربعهم يكتب لمجلات. ويتوزع الباقي على الإعلام الإلكتروني، وكالات الأنباء وصحف الإعلانات.</p>

<hr/> <p>Over the years, the general workload for journalists increased.</p> <hr/>	<hr/> <p>لقد ازداد عبء العمل على الصحفيين في الأعوام الأخيرة.</p> <hr/>
<p>Economical pressure and advancing digitalization require a broader set of skills and take up more time for additional tasks.</p> <hr/>	<p>تتطلب الضغوطات الاقتصادية والتطورات التكنولوجية مجموعة واسعة من المهارات والمزيد من الوقت لتنفيذ مهام إضافية.</p> <hr/>
<p>Another strong tendency is that more and more freelancer are employed instead of regular employees.</p>	<p>وهناك أيضا ظاهرة أخرى، وهي الميل لتشغيل عدد أكبر من الصحفيين المستقلين (فري لانس)، على حساب موظفين ثابتين.</p>

Rudolf Porsch (Deputy Director of the Axel-Springer-Academy)

Q: What skills does modern journalism require?

The answer seems to be very easy.

The skills you need are the techniques of video, audio and internet.

But to be honest, it's not that easy.

Because it means: First, you need these techniques.

Within a couple of weeks you can learn that.

That's easy.

But then you need an understanding for your audience.

What makes the difference?

رودلف بورش

نائب مدير أكاديمية أكسل شيرنغر

ما هي المهارات المطلوبة للصحافة الحديثة؟

للهللة الأولى تبدو الإجابة سهلة جدا

المهارات التي تحتاجها هي تقنيات الفيديو، الملفات الصوتية واستخدام الانترنت

لكن بصراحة، الإجابة ليست بهذه السهولة

أنت فعلا بحاجة إلى هذه المهارات

ويمكن تعلمها خلال بضعة أسابيع

هذا سهل

ولكن بعدها أنت بحاجة لفهم جمهورك

ما الفرق؟

<p>Not the difference between videos but the difference between a video shown on a screen, on a station screen, on a computer or a video shown on a mobile device on a small screen.</p> <hr/>	<p>الفرق ليس بين فيديو وآخر وإنما الفرق بين فيديو يشاهد على شاشة وفيديو على شاشة في محطة أو على حاسوب أو فيديو يشاهد من خلال شاشة الهاتف المحمول</p> <hr/>
<p>That's a big, big difference.</p> <hr/>	<p>وهنا الفرق الكبير</p> <hr/>
<p>Both are videos but it's a big, big difference first in the techniques and second in the expectations of your audience.</p> <hr/>	<p>كلاهما شريط فيديو ولكن هناك فرق كبير جدا أولا من حيث التقنيات المستخدمة وثانيا من حيث توقعات جمهورك</p> <hr/>
<p>That means to your question: what skills?</p> <hr/>	<p>أي أنه بالنسبة للسؤال عن المهارات</p> <hr/>
<p>It means first of all, learn the techniques, second learn about your audience.</p> <hr/>	<p>يجب أولا تعلم التقنيات، ثم دراسة جمهورك</p> <hr/>
<p>Get a feeling for what your audience wants to have, what your audience needs to get.</p> <hr/>	<p>يجب أن تستشف ماذا يريد جمهورك وما هي الأمور التي يحتاجها</p> <hr/>
<p>And the third thing is: And then, be a journalist, still be a journalist, because the main job of a journalist is to provide the people out there with the information, with the reliable and modern and current information they need.</p> <hr/>	<p>والأمر الثالث هو: كن صحفياً، إبق صحفياً، لأن مهمة الصحفي الأساسية هي توفير المعلومات للناس معلومات موثوقة، حديثة وأنية، هم بحاجة إليها</p> <hr/>

<p>That hasn't changed.</p> <hr/>	<p>هذه الوظيفة لم تتغير</p> <hr/>
<p>That is still the same since hundreds of years.</p> <hr/>	<p>لا زالت هي ذاتها منذ مئات الأعوام</p> <hr/>
<p>Or in other words as Gertrude Stein once said: A rose is a rose is a rose.</p> <hr/>	<p>أو بكلمات أخرى، وكما قالت مرة جيرترود شتاين: وردة هي وردة هي وردة</p> <hr/>
<p>I say: A story is a story is a story.</p> <hr/>	<p>وأنا أقول: قصة هي قصة هي قصة</p> <hr/>
<p>That hasn't changed since Shakespeare.</p> <hr/>	<p>وهذا لم يتغير منذ شكسبير</p> <hr/>
<p>But the way you tell a story that has changed.</p>	<p>لكن الذي تغير، هو كيف تخبر القصة</p>

<p>The term Civic journalism characterizes a trend to publish content aside from the professional work in a journalistic institution.</p> <hr/>	<p>يدل مصطلح صحافة المواطن على ظاهرة نشر المحتوى خارج إطار مؤسسات الصحافة المهنية.</p> <hr/>
<p>Often, it is seen as a way to circumvent political restrictions in the media.</p> <hr/>	<p>وعادة ما ينظر إلى ذلك كوسيلة لتجاوز القيود السياسية في وسائل الإعلام.</p> <hr/>
<p>In Germany, the field of media watch has become more prominent.</p> <hr/>	<p>وفي ألمانيا، أصبح مجال مراقبة وسائل الإعلام أكثر قوة.</p> <hr/>
<p>Several journalists or public intellectuals have made use of blogs to comment on mainstream media discourse or discuss ethical problems.</p> <hr/>	<p>العديد من الصحفيين والشخصيات العامة قامت باستخدام المدونات لنشر ملاحظاتها حول خطاب وسائل الإعلام المركزية أو مناقشة مشكلات أخلاقية.</p> <hr/>
<p>One of the most popular examples is probably BILD-Blog – a watchblog which reveals false news coverage of major German print and online news publications.</p> <hr/>	<p>وربما تكون مدونة BILD-Blog من أبرز الأمثلة، حيث تقوم بالكشف عن أخطاء في التغطية الإخبارية لأهم الصحف والمواقع الألمانية.</p> <hr/>
<p>But aside from a few watchblogs there hasn't developed a huge blogosphere in Germany yet.</p>	<p>ولكن عدا عن بعض هذه المدونات، فإن مجال التدوين لم يتطور كثيرا في ألمانيا حتى الآن.</p>



Chapter 10: Social Media	الإعلام الاجتماعي
<p>_____</p> <p>Q: What kind of social media do you use?</p> <p>_____</p> <p>A1: I don't use a lot of social media. I use Facebook.</p> <p>_____</p> <p>A2: As a typical one like Facebook. And I guess that's it. Because I do not use Twitter or something like that.</p>	<p>_____</p> <p>ما هي وسائل الإعلام الاجتماعي التي تستخدمها؟</p> <p>_____</p> <p>لا أستخدم كثيرا وسائل التواصل الاجتماعي. أستخدم فيسبوك.</p> <p>_____</p> <p>أستخدم فيسبوك وهذا هو.</p> <p>لا أستخدم تويتر أو وسائل مشابهة.</p>

<p>In terms of using social media, Germans are not as enthusiastic as other societies.</p> <hr/>	<p>بالنسبة لوسائل التواصل الاجتماعي، يختلف الألمان عن مجتمعات أخرى بحيث لا يبدون حماسة لاستخدامها.</p> <hr/>
<p>The by far biggest network used is Facebook, over 50% of the internet users use also actively Facebook.</p> <hr/>	<p>ويعتبر الفيسبوك، الشبكة الأكثر استخداما بين الألمان، حيث يستخدمه أكثر من ٥٠٪ من مستخدمي الانترنت.</p> <hr/>
<p>Compared with other European countries, this is below average.</p> <hr/>	<p>لكن بالنسبة لمجتمعات أوروبية أخرى، يعتبر هذا الرقم منخفضا.</p> <hr/>
<p>The main motivation for using social media is to stay in touch with friends rather than for getting information.</p> <hr/>	<p>والسبب الرئيسي في استخدام الفيسبوك، هو للتواصل مع الأصدقاء والعائلة، أكثر منه للحصول على المعلومات.</p> <hr/>
<p>Twitter plays also only a minor role and is not widely used.</p>	<p>والتويتر أيضا، لا يتم استخدامه بشكل كبير، ولا يلعب دورا هاما.</p>

<p>_____</p> <p>Q: What is an aspect of social media that bothers you?</p> <p>_____</p> <p>A1: That Facebook is collecting so much data from us. And that's quite hard.</p> <p>_____</p> <p>A2: That people don't talk so much anymore. They just chat and chat instead of getting together.</p> <p>_____</p> <p>A3: How your personal information is in the Internet and anyone can see it and it will stay there forever and you don't know what will happen.</p>	<p>_____</p> <p>ما الذي يزعجك في وسائل التواصل الاجتماعي؟</p> <p>_____</p> <p>أن فيسبوك تقوم بجمع الكثير من المعلومات عنا. وهذا مقلق.</p> <p>_____</p> <p>أن الناس لم تعد تتحدث مع بعضها كثيرا.</p> <p>_____</p> <p>يتراسلون عبر الرسائل القصيرة بدل أن يلتقوا</p> <p>_____</p> <p>أن المعلومات الشخصية موجودة على الانترنت، ويمكن لأي شخص أن يطلع عليها وأنها ستبقى هناك إلى الأبد ولا تعلم ما الذي سيحصل</p>
---	--

<p>What is special in Germany is a general skepticism towards social media.</p> <hr/> <p>According to a poll, 58 % of the Germans don't trust social media. Reasons are data security and concerns about the protection of privacy.</p> <hr/> <p>Not only Facebook's notoriously data-hungry policies, but also the fear that private information can be leaked and has negative effects on their career or private life, concerns people.</p> <hr/> <p>In fact, the biggest reason according to a study from 2013 is a general conservatism in their media usage: 74% of the people not using Facebook don't see any sense in using it.</p>	<p>إن ما يميز ألمانيا، هو التشكيك في وسائل التواصل الاجتماعي.</p> <hr/> <p>وفق استطلاع للرأي، ٥٨٪ من الألمان لا يثقون بوسائل التواصل الاجتماعي. وتعود الأسباب إلى الأمان الرقمي والقلق من انتهاك الخصوصية.</p> <hr/> <p>ما يقلق الناس، ليس فقط سياسة فيسبوك في جمع أكبر كم من المعلومات عن المستخدمين، ولكن أيضا التخوف من تسريب معلومات خاصة يمكنها أن تمس بعملهم أو حياتهم الشخصية.</p> <hr/> <p>وتدل دراسة أجريت عام ٢٠١٣، أن هناك تحفظ عام من استخدام هذه المواقع، حيث لا يرى ٧٤٪ من الألمان الذين لا يستخدمون الفيسبوك، أي حاجة لاستخدامه.</p>
<p>A1: I do not use actually any Social Media because I think that's time waste. And also probably that I am not sure what or who is there behind the Facebook side in my computer.</p>	<p>لا استخدم أي من وسائل التواصل الاجتماعي لأنني أرى أنها إضاعة للوقت وأيضاً لأنني لست واثقة من هو الذي يراقب حاسوبي من قبل فيسبوك</p>
<p><b>Chapter 11: Outro</b></p>	

<p>We hope that our film helped you to learn more about the German media system.</p> <hr/>	<p>نأمل أن يكون هذا الفيلم قد ساعدكم على فهم النظام الإعلامي في ألمانيا.</p> <hr/>
<p>Of course, there is lots more to explore and to learn about. You are invited to check the literature references which are provided to you on our digital platform to deepen your knowledge.</p> <hr/>	<p>وطبعاً، هناك المزيد من القضايا التي يمكن الحديث عنها. ندعوكم للاطلاع على المراجعيات الأدبية التي نوفرها لكم على موقعنا الإلكتروني.</p> <hr/>
<p>And you may want to test your knowledge in one of the quizzes provided.</p> <hr/>	<p>وربما ترغبون في اختبار معلوماتكم من خلال الاختبارات القصيرة على موقعنا.</p> <hr/>
<p>We also suggest to take a look at the other units about media systems in Iraq or Lebanon or the other countries featured on our digital learning platform to get a comparative perspective on the world's media systems.</p> <hr/>	<p>كما ونقترح عليكم مشاهدة الافلام الأخرى عن النظام الإعلامي في العراق أو لبنان أو غيرها، والتي تمكنكم من المقارنة بين النظم المختلفة.</p> <hr/>
<p>We are also interested in your feedback and open to suggestions. So do not hesitate to contact us!</p> <hr/>	<p>يهمنا كذلك سماع ملاحظاتكم ومقترحاتكم. فلا تترددوا في التواصل معنا!</p> <hr/>
<p>Good bye, ma al-Salama und Auf Wiedersehen!</p>	<p>مع السلامة وإلى اللقاء.</p>