

# دراسة بحثية عن الجمهور السوري

كانون الثاني ٢٠٢١

FREE  
FREE  
FREE  
PRESS  
UNLIMITED

تمت كتابة هذا التقرير من قبل السيد ألكس فيشر و البروفيسور مورين تايلور بمساهمة  
لقيمة من شركة أبحاث سورية مفوضة من قبل منظمة الصحافة الحرة بلا حدود بتنفيذ  
العمل الميداني

## اختصارات

الصحافة الحرة بلا حدود	<b>FPU</b>
مقابلات مع مزودي المعلومات	<b>IDI</b>
روسيا اليوم	<b>RT</b>
منظمة غير حكومية	<b>NGO</b>
وكالة التنمية الدولية للسويدية	<b>SIDA</b>
قوات سوريا الديمقراطية	<b>SDF</b>
شمال شرق سوريا	<b>NES</b>
شمال غرب سوريا	<b>NWS</b>
جنوب ووسط سوريا	<b>SCS</b>

## فهرس

4	1. ملخص تنفيذي
4	1.1 نتائج رئيسية
4	<b>2. معلومات أساسية</b>
5	3. منهجية البحث واختيار العينة
9	4. قيود وتحديات
10	5. نتائج
24	6. توصيات ودروس مستفادة
24	6.1 دروس مستفادة لتوجيه الدراسات البحثية المستقبلية
25	7. خاتمة
26	8. ملحقات

# 1. ملخص تنفيذي

## 1.1 نتائج رئيسية

### الجمهور السوري

- لديه رغبة شديدة في متابعة أخبار خالية من التحزب والتدخل السياسي
- مفكر وقادر على اتخاذ قرارات واعية ومطلعة
- واسع الإطلاع ويريد الصورة الكاملة للأخبار والأحداث
- يقدر تنوع المصادر ولذا غالباً ما تجذبهم المنصات الرقمية التي تسهل الوصول إلى مجموعة متنوعة من الخيارات كوسيلة للتحقق من الأخبار و يقدر تعددية المصادر للأخبار
- مرن ومهتم بتغيير عادات الاستهلاك الخاصة بهم إذ بدأ بملاحظة الكثير من التحيز في وسائل الإعلام التي يتابعونها
- يشعرو أن غالبية المحتوى في المشهد الإعلامي السوري غير موضوعي أو موثوق بما يكفي
- يعتقد أن وسائل الإعلام المستقلة فعلاً تلعب دوراً مهماً كحارس وموحد للمجتمع
- يفضلون الأخبار العاجلة والدقيقة والحصريّة

### أفكار رئيسية أخرى

- يتجاوز استخدام الأدوات الرقمية للأخبار قوالب الأخبار التقليدية (وبالرغم تقدير البعض للإذاعة حتى اليوم لكن يجب رقمنتها للوصول إلى طيف أوسع من الجمهور)
- يوجد اهتمام كبير بالأخبار الإقليمية ولاسيما الأمنية والسياسية والإقتصادية منها (كما يفضل الكثيرون الأخبار الاقتصادية على التلفاز/ نشرة) وكذلك الثقافية والفنية.
- لا يهتمون فقط بموضوعات الأخبار بل بالمقاربة الإنسانية لما تغطيه. تحظى القصص الإنسانية بتقدير كبير، كما يقدرّون وسائل الإعلام التي تعزز المصالح المشتركة
- تتيح تطبيقات المراسلة المشفرة للنساء مساحةً آمنةً يشاركن من خلالها الأخبار ويناقشنها
- من المرجح أن يبحث السوريون الذين يستخدمون المنصات الرقمية بشكل متكرر عن معلومات إضافية ويتخذون قرارات واعية ومستنيرة بشأن المصادر التي يستخدمونها. من المهم العثور على مجموعة متنوعة من المصادر في بيئة تنخفض الثقة فيها للغاية
- عندما يكون التلفاز هو الوسيلة المفضلة، كان المشاركون في البحث أقل نقداً / و قل احتمال بحثهم عن المزيد من المعلومات
- ذكر المشاركون في البحث أنهم غيروا ما يفضلونه من الوسائل بناءً على تحيز وسائل الإعلام أو نشرها لخطاب الكراهية. هناك رغبة في وجود أخبار متوازنة

## 2. معلومات أساسية

تعاقدت الصحافة الحرة بلا حدود - FPU مع فريق من خبراء في مجال الأبحاث الدوليين والسوريين لتصميم وإجراء دراسة بحثية لجمهور من المستهلكين (المتابعين) لوسائل الإعلام في سوريا. كان الهدف من هذه الدراسة البحثية هو توفير بيانات وأفكار حول أنماط استهلاك وسائل الإعلام والاحتياجات المعلوماتية للجمهور السوري بالإضافة إلى تصوراتهم ومواقفهم تجاه وسائل الإعلام. حيث يمكن أن تساعد هذه النتائج منظمة الصحافة الحرة بلا حدود وشركائها على فهم أكبر لشوائح الجمهور في سوريا وبالتالي المساهمة في تحسين استراتيجياتهم البرمجية. كما ستقدم هذه الدراسة المعلومات للمؤسسات الإعلامية المستقلة لتعرف كيف يتم النظر إليها داخل سوريا وأفضل السبل لتلبية الاحتياجات المعلوماتية للسوريين كجزء من المشهد الإعلامي السوري الفعال والمنظم والمهني.

اعتمدت الدراسة على الأسئلة البحثية التالية:

- **س1:** تقييم أنماط استهلاك الإعلام للجمهور السوري (الوقت والوسيلة والمحتوى)
- **س2:** ما هي الأخبار والمعلومات التي يحتاجها الجمهور السوري؟
- **س3:** ما هو القالب والمحتوى الإعلامي المفضل للجمهور السوري؟
- **س4:** ما هي المصادر المتاحة من خلال الإعلام الإلكتروني و التقليدي، والتي يستخدمها الجمهور السوري لتلبية احتياجاته من الأخبار والمعلومات؟
- **س5:** ما مستوى ثقة الجمهور السوري في مجموعة الأخبار والمعلومات التي مصرها الإعلام الإلكتروني و التقليدي، بما في ذلك وسائل الإعلام المستقلة؟
- **س6:** كيف يرى أو يُعرّف الجمهور السوري الإعلام المستقل؟
- **س7:** ما هو موقف الجمهور السوري تجاه المحتوى الذي يعرض مواقف متحزبة / أحادية الجانب أو مقاربات أكثر تعددية/ وسطية للقضايا المطروحة؟
- **س8:** كيف يقيّم الجمهور السوري الإعلام المستقل وما هو دوره في حياتهم اليومية؟
- **س9:** كيف ساعد تطوير وسائل الإعلام على تعزيز قطاع الإعلام المستقل ودعم التماسك والحوار وبناء السلام بين الجماهير السورية؟
- **س10:** كيف ساهم الدعم الذي قدمته منظمة الصحافة الحرة بلا حدود في تعزيز قطاع الإعلام المستقل؟

يستهدف البحث من خلال هذه الدراسة شركاء منظمة الصحافة الحرة بلا حدود والمستفيدون منها، ومنهم الصحفيون والمحررون والجمعيات الإعلامية وأصحاب المصلحة الآخرون المعنيون مثل المنظمات غير الحكومية والجهات المانحة المتعاملة مع وسائل الإعلام والمجتمع المدني في سوريا، ومنظمة الصحافة الحرة بلا حدود نفسها والوكالة السويدية للتنمية الدولية.

تعترف منظمة الصحافة الحرة بلا حدود استخدام هذه الدراسة لدعم عمل المؤسسات الإعلامية السورية وتصميم البرامج المستقبلية و للاستفادة منها في مقترحات التمويل المستقبلية والتواصل مع المانحين وكذلك لتطوير أوراق السياسات العامة الخاصة بهم.

### 3. منهجية البحث واختيار العينة

تم جمع البيانات خلال شهري أيلول وتشرين أول من عام 2020 في سبعة مواقع جغرافية مختلفة داخل سوريا من أجل الحصول على مجموعة متنوعة من وجهات النظر من مختلف شرائح الجمهور السوري مع التركيز على أفراد من مختلف الخلفيات الدينية والسياسية والعرقية والاجتماعية وكذلك العمر والجنس والتعليم.

أتبع تصميم هذه الدراسة البحثية نهجاً مختلطاً، من خلال الجمع بين الأساليب النوعية والكمية لجمع البيانات، وأجرى ستة أنواع مختلفة من طرق جمع البيانات في سبعة مواقع جغرافية.

كانت المحاور المختارة على النحو التالي:

#### شمال شرق سوريا

يضم شمال شرق سوريا المنطقة التي كانت جزئياً تحت سيطرة الدولية الإسلامية في العراق والشام (داعش) سابقاً، والتي تشمل محافظات الرقة ودير الزور والحسكة. كانت معظم الكتلة البرية لمنطقة شمال شرق سوريا تحت سيطرة داعش حتى عام 2017. هذه المحافظات تخضع الآن لسيطرة قوات سوريا الديمقراطية الكردية (قسد)، مع وجود أجزاء صغيرة منها خاضعة لسيطرة الحكومة السورية والفصائل المدعومة من تركيا (فعلياً تحت السيطرة التركية).

#### شمال غرب سوريا

المناطق الشمالية من محافظة إدلب هي المنطقة الوحيدة المتبقية في سوريا التي لا تزال تحت سيطرة هيئة تحرير الشام، وهي جماعة المعارضة المهيمنة. تمثل الجماعات المسلحة في إدلب بقايا جماعات المعارضة المسلحة التي ثارت ضد حكم النظام السوري منذ عام 2011 وكذلك بعض الجماعات المتطرفة التي ظهرت أثناء النزاع. تقع هذه البقعة الجغرافية تحت سيطرة الحكومة التركية التي لديها سيطرة مباشرة على أجزاء من شمال سوريا يطلق عليها اسم منطقة درع الفرات، في إشارة إلى العملية العسكرية التركية التي بدأت عام 2016.

#### المناطق الوسطى والجنوبية من سوريا

تخضع المناطق الجنوبية والوسطى من سوريا بما في ذلك العاصمة دمشق والسويداء ومؤخراً درعا لسيطرة الحكومة السورية، باستثناء منطقة صغيرة في الجنوب الشرقي يسيطر عليها ثوار مناهضون للحكومة ومدعومون من الولايات المتحدة.

كانت مواقع البحث المحددة على النحو التالي:

• دمشق (وسط وجنوب)

• السويداء (وسط وجنوب)

• ريف حلب

• إدلب

• الرقة

• الحسكة

• القامشلي

## جمع البيانات

استخدم الفريق مجموعة متنوعة من المنهجيات لمعرفة المرآة:

المقابلات النوعية والكمية لاختيار المشاركين بالمرآة: مقابلات قصيرة مدتها 15 دقيقة لتحديد المستجيبين الأنسب للمشاركة في المشاهدات اليومية الشخصية وعرض وسائل الإعلام المختلفة والمقابلات مع مزودي المعلومات. كان الهدف من مقابلات الاختيار القصيرة هو تحديد الأشخاص المستهلكين لوسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي بشكل منتظم. تم اختيار المشاركين بناءً على متغيرات متداخلة محددة مسبقاً هي: العمر والنوع الاجتماعي والتعليم والموقع الجغرافي. تم إجراء 110 مقابلة اختيار (المخطط: 80).

يوميات شخصية نوعية وكمية عن استهلاك وسائل الإعلام: يوثق المشاركون من خلالها عادات استهلاكهم لوسائل الإعلام من خلال تسجيلها كيوميات مشاهدات لهم امتدت لسبعة أيام. شارك ما مجموعه 44 شخص في هذه اليوميات (المخطط: 40).

عرض وسائل الإعلام المختلفة النوعية والكمية: يقدم المشاركون ملاحظاتهم حول محتوى المنتجات الإعلامية المختلفة التي عُرضت لهم. شارك ما مجموعه 44 شخص في عرض وسائل الإعلام (المخطط: 40).

الاستبيان الكمي: استبيان يقيّم احتياجات الجمهور وتوقعاته وخبراته وتصوراته لوسائل الإعلام المحلية، الوطنية والإقليمية وذلك من خلال أداة جمع البيانات KOBO. تم إجراء 1063 استبيان (المخطط: 1000).

المقابلات النوعية مع مزودي المعلومات: ناقش المشاركون استهلاكهم لوسائل الإعلام والمعلومات. تم إجراء ما مجموعه 22 مقابلة (المخطط: 20).

مقابلات نوعية مع إعلاميين: يناقش المشاركون من الإعلاميين استهلاكهم للإعلام والمشهد الإعلامي الأوسع في سوريا. تم إجراء 20 مقابلة مع إعلاميين.

غطت العينة سبع مواقع جغرافية ومجموعات متنوعة من خلفيات مختلفة.

أدرك الفريق أن أخذ العينات عشوائياً هو أفضل نهج لضمان تعميم النتائج. لكن في سياق مثل سوريا من الصعب أخذ عينات عشوائية. استندت عينات عرض وسائل الإعلام المختلفة والمشاهدات اليومية الشخصية والمقابلات مع مزودي المعلومات إلى مجموعة متنوعة من طرق تحديد العينات. بينما تم انتقاء المشاركين في مقابلات الاختيار من خلال مزيج من طريقة عينات كرة الثلج مع عينات التخصيص (الكوتا) من أجل ضمان مستوى ما من تعميم النتائج. تم توجيه الفريق الميداني لاختيار عينة متنوعة بناءً على العينات المتفق عليها. اتخذ كل عضو في الفريق الميداني قراره بالمكان الذي سيبدأ منه وشارك السبب مع الكادر التقني. بدأ الكادر الميداني في اختيار مشاركين من جهات اتصال معروفة في كل موقع من المواقع الجغرافية السبعة. حددت جهات الاتصال المختلطة والمسماة بـ "البفرة" قائمة من 10 إلى 15 شخص من تركيبات سكانية مختلفة (تركز على النوع الاجتماعي والعمر ومستوى التعليم والحالة الاجتماعية والاقتصادية والإقامة في الريف أو المدينة) ووجهات نظر مختلفة وعادات استهلاك وسائل إعلام متباينة بشكل واضح. ثم اختار فريق البحث، حيث أمكن، عينة الحصص بشكل عشوائي من قائمة المرشحين المحتملين. ركزت العينة على تحقيق التوازن التالي بالنظر إلى الجمهور السوري المتنوع: 60٪ يعيشون في سوريا (مجتمع محلي)، و 20٪ نازحون يقيمون في الرقة وإدلب، و 20٪ سوريون يقيمون في تركيا (غازي عنتاب و/اسطنبول).

عينة مقابلات اختيار المشاركين

المنطقة	الإجمالي	ذكور	إناث	دون 30	فوق 30	تعليم عالي	تعليم متوسط إلى متدني
حلب	19	11	8	12	7	12	7
إدلب	9	4	5	4	5	5	4
الرقعة	10	5	5	6	4	8	2
دمشق	23	11	12	9	14	13	10
الحسكة و القامشلي	14	7	7	8	6	10	4
السويداء	8	4	4	6	2	4	4
تركيا	19	10	9	8	11	14	5
المجموع	102	52	50	53	49	66	36

عينة عامة للمقابلات مع مزودي المعلومات وعرض وسائل الإعلام المختلفة والمشاهدات اليومية الشخصية التي تم انتقاء المشاركين منها.

الموقع	ذكور		إناث	
	دون 30	40-31	50-41	+51
حلب	2 متعلم دون 30	2 متعلم دون 30	2 متعلمة دون 30	2 متعلمة دون 30
10	2 ذوي تعليم متدني دون 30	1 ذو تعليم عالي فوق 30	2 فوات تعليم متدني دون 30	1 متعلمة فوق 30
دمشق	2 متعلم دون 30	2 ذوي تعليم متدني دون 30	2 متعلمة دون 30	2 فوات تعليم متدني دون 30
10	1 متعلم فوق 30	1 ذات تعليم متدني فوق 30	1 ذات تعليم متدني فوق 30	1 متعلمة دون 30
الرقعة - نازحون	1 متعلم دون 30	1 متعلم فوق 30	1 متعلمة دون 30	1 متعلمة فوق 30
6	1 ذو تعليم متدني فوق 30	1 ذات تعليم متدني فوق 30	1 ذات تعليم متدني فوق 30	1 ذات تعليم متدني فوق 30
إدلب - نازحون	1 متعلم دون 30	1 ذو تعليم متدني فوق 30	1 متعلمة دون 30	1 متعلمة فوق 30
4	2 متعلم دون 30	1 ذات تعليم متدني فوق 30	1 ذات تعليم متدني فوق 30	1 ذات تعليم متدني فوق 30
السويداء	2 متعلم دون 30	1 ذات تعليم متدني فوق 30	1 ذات تعليم متدني فوق 30	1 ذات تعليم متدني فوق 30
3	1 متعلم دون 30	1 ذات تعليم متدني فوق 30	1 ذات تعليم متدني فوق 30	1 ذات تعليم متدني فوق 30
الحسكة والقامشلي	3	1 متعلم دون 30	1 ذات تعليم متدني فوق 30	1 ذات تعليم متدني فوق 30



1 متعلمة دون 30 1 متعلمة فوق 30 2 ذات تعليم متدني فوق 30	1 متعلم دون 30 1 متعلم فوق 30 2 ذوي تعليم متدني فوق 30	مهاجرون مقيمون في غازيغنتاب واسطنبول 8
8 متعلمة دون 30 5 فوات تعليم متدني دون 30 4 متعلمة فوق 30 5 فوات تعليم متدني فوق 30	10 متعلم دون 30 4 ذوي تعليم متدني دون 30 4 متعلم فوق 30 4 ذوي تعليم متدني فوق 30	المجموع 44
المجموع 22	المجموع 22	

#### عينة الاستبيان الكمي بحسب الموقع

استخدم الفريق استبيانات الجمهور لاستنباط الآراء حيال احتياجات الجمهور وتطلعاته وتجاربه و مواقفه من وسائل الإعلام المناطقية والإقليمية و الدولية. كانت الصيغة عبارة عن استبيان وجهاً لوجه وإدخال للبيانات في أداة KoBo عبر الإنترنت.

المنطقة	الإجمالي	ذكور	إناث	دون 34	فوق 34	تعليم عالي	تعليم متدني
حلب	154	83	70	97	57	58	96
إدلب	106	53	55	74	33	46	62
الرقية	100	50	50	70	30	64	36
دمشق	201	106	95	106	95	126	75
الحسكة والقامشلي	152	79	73	103	49	93	59
السويداء	148	77	71	99	49	103	45
تركيا	202	96	106	124	78	137	65
المجموع	1063	544	520	673	391	627	438

#### 4. القيود والتحديات

تم تسليط الضوء على عدد من القيود والتحديات ومعالجتها بالتشاور مع منسق المشروع. كانت التحديات الرئيسية على النحو التالي:

- بالنسبة إلى المقابلات مع مزودي المعلومات أشار القائمون بالمقابلات/ الباحثون إلى وجود بعض الصعوبة في إقناع الأفراد بالمشاركة. كما لم يمكن من السهل تحديد مواعيد للاجتماع مع العديد من المستجيبين بسبب الإلغاء والتأجيل المتكرر. ظهرت هذه المشكلة أيضاً خلال المقابلات مع الإعلاميين. كما هو ملحوظ لم يكن بالإمكان الوصول إلى العدد الإجمالي للمستجيبين لكن القائمين بالمقابلات أجروا لقاءاتهم مع أكبر عدد متوفر في الإطار الزمني المحدد. للتخفيف من ذلك خصصنا أوقاتاً معينة وكفلنا درجة من المرونة عند تحديد أوقات المقابلات.
- أفاد الباحثون أن الترام المشاركين بالإجابة على الاستبيانات والمسوحات الأخرى طوال فترة جمع البيانات تضاعف مع تقدم عملية الجمع. للتخفيف من استنزاف المشاركين قدمنا تعويضات لهم في عرض وسائل الإعلام المختلفة والمشاهدات اليومية الشخصية بالإضافة إلى الاتصال بهم بانتظام لضمان استجابات كاملة.
- لاحظ الأشخاص الذين تمت مقابلتهم أن هناك الكثير من الأسئلة عند عرض وسائل الإعلام المختلفة والاستبيانات، لذا فإن تعب المشاركين أثر على الأجوبة عموماً وعلى مشاركتهم.
- تحفظ بعض المشاركين في التعبير عن رأيهم في المناطق الخاضعة لسيطرة الحكومة السورية خلال مرحلة جمع الاستبيانات. ولضمان الشفافية أبلغناهم قبل إجراء المقابلة بأن كافة معلوماتهم الشخصية ستكون سرية وغير قابلة للنشر.
- أدت التهديدات والمخاطر الأمنية، ومنها انفجار حدث في منطقة الباب في حلب، إلى تأخير جمع البيانات من استبيانات عرض وسائل الإعلام المختلفة في حلب. لذا كان على الباحثين إعادة جدولة المقابلات لضمان سلامتهم وسلامة المستجيبين.

## 5. النتائج

### السؤال البحثي الأول: تقييم أنماط استهلاك الإعلام للجمهور السوري (الوقت والوسيلة والمحتوى)

"أستخدم الإنترنت اليوم للوصول إلى المعلومات الأمر الذي لم يكن متاحاً في السنوات الماضية بسبب عدم توفر خدمة الإنترنت كما هي اليوم، ولم أكن أعلم كيف أستخدمه. اليوم يوجد مواقع إنترنت ووسائل تواصل اجتماعي أكثر تنشر الأخبار بشكل رئيسي على خلاف ما مضى". - مقابلة مع مزود معلومات

جاءت البيانات للإجابة على سؤال البحث هذا من المقابلات مع مزودي المعلومات والاستبيانات ومن عرض الوسائل الإعلامية المختلفة والمشاهدات اليومية الشخصية. أتاح ظهور الهواتف الذكية سهولة الوصول إلى الوسائط الرقمية، وارتفع استخدام المنصات الرقمية من قبل السوريين لاستهلاك الأخبار بشكل كبير - حتى أن المنصات الرقمية طغت بسهولة على المنصات التلفزيونية والإذاعية لاستهلاك الأخبار. في تناقض مطلق مع هذه الأشكال التقليدية الحديثة، أدى الإنترنت كإبواب معلومات إلى ثقافة أكثر مرونة من عادات الاستهلاك حيث يتنقل السوريون بين مصادر مختلفة ويطلعون على مجموعة متنوعة من الأصوات والآراء.

تبين من خلال الاستبيانات الـ 1035 المجراة والقابلة للاستخدام أن ما يقرب من 67٪ (690) من المستجيبين يستخدمون تطبيقات المراسلة (الواتساب والتلغرام والفايبر والرسائل النصية القصيرة) أكثر من ثلاث مرات يومياً للحصول على الأخبار. لا تيسر هذه التطبيقات استهلاك الأخبار فحسب بل هي أيضاً الوسط الذي يتناقش فيه الأصدقاء وأفراد الأسرة في مختلف الموضوعات بأمان من خلال البرامج المشفرة. جاءت منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر في المرتبة الثانية فنسبة 51٪ (538) من المستجيبين يستخدمونها ثلاث مرات أو أكثر يومياً. جاءت منصات الفيديو مثل يوتيوب في المرتبة الثالثة من قبل المستجيبين الذين شملهم الاستطلاع، حيث يستخدم الأفراد منصات الفيديو بوتيرة أقل مع نسبة صغيرة فقط (16٪) من المستجيبين يستخدمونها ثلاث مرات أو أكثر يومياً.

رغم اختلاف المنصات كافة، في سياق عادات الاستهلاك، فهي مترابطة بشكل طبيعي. فغالباً ما تتم مشاركة القصص الموجودة على وسائل التواصل الاجتماعي ويوتيوب على الواتساب والتلغرام. يتم استهلاك

مقاطع فيديو اليوتيوب بانتظام على كل من فيسبوك وتويتر. بالنظر إلى هذه المعطيات تجدر مشاهدة عادات الاستهلاك السوري تحت مظلة أوسع من الأدوات الرقمية أو الإنترنت.

من بين 544 إدخال في المشاهدات اليومية الشخصية، تراوح الوقت المستغرق في المشاهدة من أقل من 20 دقيقة (15٪) يومياً إلى 5 ساعات (أقل من 1٪). انقسم زمن المشاهدة اليومي الأكثر تواتراً بين 40 دقيقة (30٪) وساعة واحدة (29٪). ما يقرب من 20٪ من فترات المشاهدة استغرقت 20 دقيقة.

أفاد المشاركون في المشاهدات اليومية الشخصية أنهم كانوا يخططون لمشاركة المحتوى بنسبة 42٪ تقريباً من الزمن. لم يكن بعض المشاركين في المشاهدات اليومية الشخصية يخططون لمشاركة المحتوى (37٪) أو لم يكونوا متأكدين (20٪) إذا كانوا سيشاركونه. كان المحتوى الذي خططوا لمشاركته عبر تطبيقات المراسلة بشكل عام عبلة عن يوامج وأخبار اجتماعية وثقافية وترفيهية.

إنّ الهواتف المحمولة هي شريان الحياة الإخباري للسوريين في هذه المرحلة فبالنسبة لأحد المستجيبين في إردلب كان اللجوء إلى وسائل التواصل الاجتماعي على هواتفهم المحمولة أمراً ضرورياً بسبب وضعهم: "بسبب انقطاع التيار الكهربائي لا يمكننا مشاهدة التلفاز أو الاستماع إلى الراديو لذلك نستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لمواكبة التطورات، وقد بدأنا استخدامها بعد اندلاع الصراع، فقبل ذلك لم يكن لدينا مجموعات واتساب أو تلغرام ولم نكن نعرف عن المواقع الإلكترونية الإخبارية، فقد استخدمنا فقط الصحف والتلفاز والراديو. أما بعد تغيير الظروف فكنا بحاجة إلى إيجاد بديل".

لم تكن تطبيقات المراسلة هي الأكثر استخداماً فحسب بل كان متوسط الساعات التي تم قضاؤها على كل منصة دفعة واحدة أعلى بالنسبة للمنصات الرقمية حيث تراوحت من 1.3 ساعة إلى 2.9 ساعة، مع أعلى معدل لتطبيقات المراسلة (2.9 ساعة) يليه (2.7 ساعة) على وسائل التواصل الاجتماعي ثم (2.1 ساعة) على التلفاز.

#### الجدول الأول: يبيّن عدد الساعات التي يتم قضاؤها على كل منصة، بحسب الموقع الجغرافي

التلفاز	الراديو	الصحف والمجلات المطبوعة وغيرها	وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر وغيرها)	منصات الفيديو (يوتيوب وديلي موشن والتلغرام والفاببر والرسائل النصية القصيرة)	تطبيقات المراسلة (الواتساب والإخبارية الأخرى)	المواقع الإلكترونية الأخرى	المواقع الإلكترونية
1.9	1.2	0.9	2.4	1.9	2.1	1.3	1.0
2.3	1.5	1.3	2.7	1.9	3.1	1.3	1.2
2.1	1.4	1.4	2.6	1.9	3.6	1.2	1.2
2.1	2.2	2.1	2.9	2.2	2.6	1.6	1.8
2.1	1.8	1.7	2.7	2.0	2.9	1.4	1.3

يبيّن الجدول أعلاه اتساقاً من حيث الوقت المُستغرق على المنصات عبر "المحاور" المختلفة في سوريا. تُستخدم تطبيقات المراسلة لأطول فترة في شمال غرب سوريا، بينما يتم استهلاك الوسائل المطبوعة والراديو لفترات أطول في وسط وجنوب سوريا تبرز فكرة أخرى مستنبطة منوسط وجنوب سوريا بالإضافة إلى

محاور أخرى، وهي أن استهلاك المطبوعات يتم لفترة أطول من الزمن الذي يتم قضاؤه على المواقع الإخبارية. غالباً ما يكون "الوقت المنقضي" مقياساً بديلاً لقيمة الوسيلة الإعلامية كمصدر للمعلومات.

كدليل آخر على أن الأجهزة التقليدية أقل شعبيةً نسبياً هو الاحتمال الضعيف لمتابعة الراديو من قبل 84٪ (876) من المستجيبين، والاحتمال الضعيف أيضاً للاطلاع على المطبوعات (الصحف والمجلات، إلخ)<sup>1</sup> من قبل 89٪ (926) من المستجيبين حتى لمرة واحدة في اليوم. ذكر ما يقرب من نصف المستجيبين (748٪) أنهم لم يستخدموا التلفاز على الإطلاق بشكل يومي، ونسبة من تابعه لمرة واحدة يومياً هي (21٪).

وهذا ما تؤكد المشاهدات اليومية الشخصية (اليوميات) والمقابلات مع مزودي المعلومات. فيحسب المشاهدات اليومية الشخصية يستخدم 53٪ من المشاركين وسائل التواصل الاجتماعي، عبر هواتفهم بشكل رئيسي، بينما يستخدم 39٪ التلفاز كجهاز رئيسي. أجهزة الحاسوب نادرة الاستخدام والأجهزة اللوحية (التابلت) كذلك. في المقابلات مع مزودي المعلومات، يستخدم 16 من أصل 22 (73٪) من المستجيبين المنصات الرقمية - الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات المراسلة - كوسيلتهم المفضلة للحصول على الأخبار. ذكر 11 من أصل 22 (50٪) من المستجيبين أن وسائل التواصل الاجتماعي كانت على وجه التحديد الوسيلة المفضلة لديهم. صرح 5 فقط من أصل 22 (23٪) من المستجيبين في المقابلات مع مزودي المعلومات أن التلفاز هو الوسيلة المفضلة لديهم.

لفهم كيفية استهلاك الأخبار على وجه التحديد على تطبيقات المراسلة، بما في ذلك المنصات التي تربط بين المرسلين، عمد الفريق إلى بحث معمق للإجابة عن سبب هذه التوجهات.

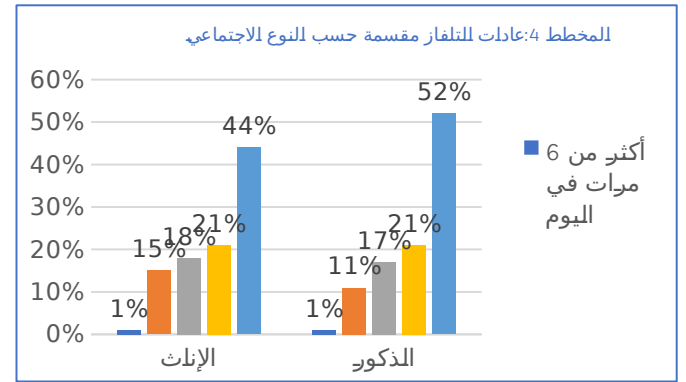
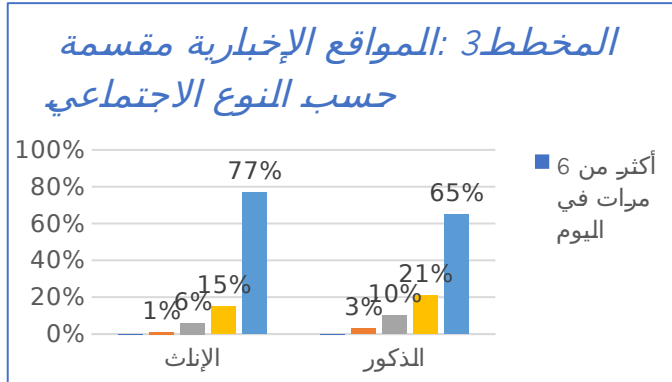
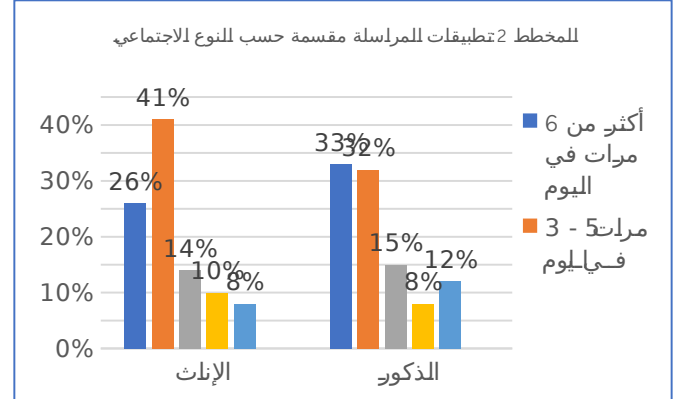
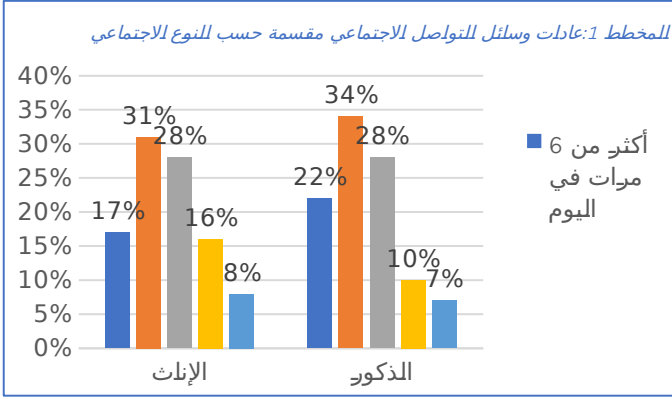
يقدم عنصر المشاهدات اليومية الشخصية على مدار سبعة أيام بعض الأفكار عن أنماط الاستهلاك اليومية لوسائل الإعلام. تم اختيار ما مجموعه 44 شخص لإكمال المشاهدات اليومية الشخصية لوسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي لمدة 7 أيام.

يدلنا الغوص العميق في حياة هؤلاء المستهلكين على النقاط التالية فيما يتعلق بأنماط استهلاك الوسائل:

- ذكر المشاركون في المشاهدات اليومية الشخصية أنهم شاهدوا أقل من برنامجين في اليوم.
- كان هناك اختلاف طفيف للغاية في أيام الأسبوع التي يشاهد فيها الناس التلفاز؛ يبدو أنهم يشاهدون التلفاز أكثر في يومي الإثنين والثلاثاء. رغم شيوع الإجابة بيوم الإثنين، كان متوسط عدد البرامج التي تمت مشاهدتها في هذا اليوم هو الأقل (بمتوسط 1.35 برنامجاً مقارنةً بمتوسط 1.86 في الأيام الأخرى).
- الساعات المكثفة لمشاهدة التلفاز هي 9 صباحاً و 10 صباحاً ومن 6 مساءً حتى الساعة 11 مساءً. كانت البرامج الإخبارية التي تُبث في الساعة 7 مساءً شائعة.
- معظم الناس يستهلكون المحتوى بمفردهم (52٪).
- أكثر من 37٪ يشاهدون المحتوى الإعلامي مع أفراد الأسرة وحوالي 10٪ يشاهدونه مع الأصدقاء.

كان هناك أيضاً واحد أو اثنين من القيم المتطرفة الملحوظة في المشاهدات اليومية الشخصية، فالمستجيب الوحيد الذي عمل في صناعة الإعلام ركز على المواقع الإخبارية متعددة القنوات لاستهلاكه الإعلامي، وكذلك متابعة التلفاز والراديو عن كثب؛ وكانت وسائل التواصل الاجتماعي ثالث أكثر المنصات شعبيةً. كما فضل واحد فقط ممن أجروا المشاهدات اليومية الشخصية، وهو دون 34 عاماً، التلفاز ووكالات الأنباء على وسائل التواصل الاجتماعي (رغم ذلك فقد فضلو مشاهدة البث المباشر عند استخدام قنوات التواصل الاجتماعي).

1 إن توافر الصحف محدود للغاية في كافة أنحاء سوريا لأسباب أمنية بشكل رئيسي وبالتالي قد يزداد استخدامها لكن إلى سقف معين بين المستجيبين الأكبر سناً في حال توفرت الوسائل المطبوعة على نطاق أوسع في المستقبل.



تنعكس النتائج الإجمالية باستمرار عبر النوع الاجتماعي والعمر والتعليم، ولكن هناك فوارق ملحوظة في المتغيرات المتداخلة. على سبيل المثال، في حين أن 41% من النساء اللاتي شملهن الاستطلاع يستخدمن تطبيقات المراسلة 3-5 مرات يومياً، فإن 7% فقط من النساء في المناطق الحضرية من دمشق لهن نفس العادات. لكن ارتفع معدل الاستخدام بشكل كبير حيث تستخدم 77% من النساء في المناطق الحضرية من دمشق هذه التطبيقات أكثر من ست مرات يومياً. وهذا يعني وجود حاجة أكبر للأمن الرقمي المشفر في مناطق وسط وجنوب سوريا، وهو أيضاً يدل على التوجه الواسع للنساء في سوريا لاستخدام الوتساب والتلغرام والفاير التي توفر مساحة آمنة لهن للتفاعل واستهلاك الأخبار بعيداً عن الإساءة التي غالباً ما توجد في المساحات عبر الإنترنت والمنتديات المجتمعية.

"توقفت عن مشاهدة بعض القنوات التلفزيونية لأنها لم تكن محايدة في نقل الأخبار وهي قنوات مسيئة تتبع نهج الدولة وسياستها". مقابلة مع مزود معلومات

تُظهر نتيجة مهمة أخرى أن عادات الاستهلاك يمكن أن تكون مرنة بناءً على رضى المستهلك عن الوسائل المتاحة. ففي المشاهدات اليومية الشخصية، ذكر أكثر من نصف المستجيبين (59%) أنهم غيروا ما يفضلون استهلاكه في الماضي بسبب ارتفاع التحيز أو خطاب الكراهية في وسائل الإعلام السورية. "أنا لا أتابع الإعلام صاحب المواقف السياسية الحادة، لكنني أتابع الإعلام البديل المهني وأحاول الحصول على نفس المعلومات من أكثر من مصدر وأقاطع المعلومات مع بعضها لاستخراج المنطق منها". هذه الملاحظة مدعومة أيضاً في الأسئلة المفتوحة المطروحة في العرض لوسائل الإعلام المختلفة والمشاهدات اليومية الشخصية. يريد السوريون أخباراً عن مجتمعهم. رغم تركيز معظم المقابلات مع مزودي المعلومات على تغيير أو رفض وسائل الإعلام السورية، كان هناك بعض الاستثناءات أيضاً لوسائل إعلام دولية (الجزيرة العربية).

سواء لمقرنة حسابات مختلفة من مصادر أخرى أو لمجرد البحث عن مزيد من الحقائق عبر الإنترنت، ذكر 18 من أصل 22 (82%) من المشاركين في المقابلات مع مزودي المعلومات أنهم إما سيبحثون عن مزيد من المعلومات بانتظام، أو أحياناً فقط، بعد استهلاك الوسائل، أو فقط إذا كان يتعلق بموضوع مهم للغاية.

رغم أن الغالبية ستبحث في غوغل ويوتيوب وفيسبوك، فإن البعض قد يتحقق أيضاً من المعلومات من خلال النقاش مع الأصدقاء. ويدعم عرض وسائل الإعلام المختلفة والمشاهدات اليومية الشخصية أيضاً هذا التوجه.

"من غير السهل البحث عن الحقيقة والأمر متعب ربما، لكنني أبحث على المواقع الإلكترونية أو أسأل الأصدقاء أو حتى أحصل عليها من خلال المحادثات اليومية". مقابلة مع مزود معلومات

## سميرة

- عزباء تبلغ من العمر 18 عاماً من مدينة دمشق - نازحة
- التعليم ابتدائي، دخل الأسرة من 40-60000 ولكن لا يوجد دخل شخصي
- 11 مشاهدة يومية شخصية خلال 7 أيام
- برنامجان في اليوم في معظم الأيام
- تشاهد معظم البرامج بمفردها على هاتفها ومعظمها عبارة عن برامج طبخ تنوي مشاركتها مع الآخرين
- شاهدت أخبار الجزيرة مع العائلة
- شاهدت برنامج بكسر التاء على الجزيرة
- ملخص: شابة غير مهتمة بالعالم الأوسع وليست مستهلكة كبيراً لوسائل الإعلام

### السؤال الثاني: ما هي الأخبار والمعلومات التي يحتاجها الجمهور السوري؟

يحتاج السوريون إلى معلومات مفيدة وذات صلة وإقليمية. كان من الطبيعي أن تُعتبر الأخبار التي سيكون لها تأثير فوري على الظروف المعيشية للمستجيبين على أنها الاحتياج المطلوب لهم. ذكر كافة المشاركين (100%) في المقابلات مع مزودي المعلومات على أنهم بحاجة إلى أخبار إقليمية أهمها الأخبار السياسية والأمنية (بما في ذلك الأخبار عن العمليات العسكرية) وكذلك الأخبار الاقتصادية وتلك المتعلقة بالاحتياجات الأساسية (الغذاء والماء والمأوى ، إلخ)<sup>2</sup>. كما أشار أحد المشاركين إلى هذه المواضيع باسم "أخبار واقع سوريا". في المشاهدات اليومية الشخصية كانت الأخبار السياسية والبرامج السياسية الساخرة والبرامج الإخبارية بشكل عام هي أكثر أنواع البرامج استهلاكاً بنسبة 45% من البرامج المذكورة.

2 قد تكون الحاجة إلى الأخبار الاقتصادية توجهاً بالنظر إلى المزيج الأخير من عقوبات قيصر والانهيار الاقتصادي في لبنان والزيادة اللاحقة في التضخم والتقلب في السوق السورية وأسعار صرف الليرة السورية المتدنية.

الجدول الثاني: يبين الموضوعات الأكثر حاجةً إضافةً إلى المنصات التي تستهلك فيها

تطبيقات المراسلة	المواقع الإخبارية	وسائل التواصل الاجتماعي	منصات الفيديو	الوسائط المطبوعة	الراديو	التلفاز	
2.5	2.0	3.6	2.1	1.3	1.4	2.2	الأخبار المحلية للبلد
2.2	2.2	3.5	2.2	1.3	1.5	2.3	الأخبار الإقليمية في الشرق الأوسط
2.0	2.1	3.3	2.2	1.2	1.3	2.2	الأخبار الدولية حول العالم
2.1	2.4	3.6	2.2	1.4	1.5	2.5	سياسة
2.4	2.0	4.0	2.3	0.9	1.1	2.5	صحة
2.6	2.0	4.1	2.8	1.3	1.1	2.3	تعليم
2.5	1.8	3.8	2.0	1.0	1.2	2.4	الاحتياجات الرئيسية: طعام، ماء، مأوى
2.3	1.7	3.7	1.8	1.0	1.1	2.4	الخدمات العامة
2.5	2.2	4.0	2.1	1.0	1.1	2.1	المجتمع
1.9	2.1	4.0	2.2	1.0	1.0	2.2	جريمة
2.0	1.6	3.9	2.7	1.0	1.1	2.4	أخبار ثقافية وفنية
2.3	2.1	3.9	1.9	1.0	1.1	2.4	الأخبار الاقتصادية للبلد
2.3	2.0	4.0	2.9	1.0	1.0	2.0	أخبار العلوم والتكنولوجيا
4.2	1.6	4.6	2.2	1.0	1.1	1.6	الأسرة

ملاحظة: تم تصنيف كل وسيلة إعلامية على مقياس من 5 نقاط حيث 1 يعني "لا أحتاجها على الإطلاق" و 5 تعني "أحتاجها كثيراً"، لذلك كلما انخفض المتوسط تقل الحاجة.

في الاستبيانات، ذكر المستجيبون أيضاً حاجتهم الكبيرة للأخبار الإقليمية إلى جانب المعلومات المتعلقة بالتعليم والصحة والجريمة. فضل المشاركون الذين شملهم الاستبيان أيضاً الحصول على الأخبار الاقتصادية على منصات التواصل الاجتماعي أكثر من غيرها، يليها التلفاز. هذه البيانات مدعومة أيضاً من خلال المشاهدات اليومية الشخصية. كما حدّد المشاركون في المشاهدات اليومية الشخصية الأخبار الإقليمية إلى جانب المعلومات المتعلقة بالتعليم والصحة والجريمة والاحتياجات الأساسية والخدمات العامة كأفضل خيارات لهم في الأخبار.

في مناطق مثل شمال شرق سوريا، حيث كانت الفترة الماضية فيها بدون أعمال عدائية، لا تزال الاحتياجات والرغبات مرتبطة بموضوعات مثل المساعدات الأساسية، ولكنها لا تزال مختلفة إلى حد ما عن تلك الموجودة في شمال غرب سوريا، ولا سيما بالنسبة لمزودي المعلومات المقيمين في مخيم للنزحين. في إدلب اعتُبرت الأخبار

المتعلقة بالتّوابع مهمة للغاية في هذه المقابلات مع مزودي المعلومات، نظراً للتأثير الفوري لها على وضعهم المعيشي غير الآمن. وبحسب ما بيّنه أحد الإعلاميين: "مع انخفاض التصعيد العسكري ازدادت الحاجة إلى الأخبار الخدمية والاقتصادية وازدادت الحاجة إلى المعلومات لمساعدة السوريين في ظروفهم الصعبة. حيث ازداد عدد متابعي صفحات التواصل الاجتماعي التي تتحدث عن الظروف المعيشية القاسية

للنازحين. بينما البرامج التي حازت على أكبر عدد من المتابعين فهي البرامج التاريخية والتعليمية والسياسية الساخرة والبرامج التي تغطي قصص النجاح بالإضافة إلى أخبار الحوادث العنصرية".

على الرغم من اعتبار الأخبار الصحية مهمة، في المقابلات مع مزودي المعلومات، فقد ذُكرت أخبار فيروس كورونا المستجد من قبل 5 فقط من أصل 22 مشارك كأخبار مهتمين بها أو يسعون للحصول على معلومات عنها. سعى أكثر من 70% من المشاركين في المشاهدات اليومية الشخصية للحصول على أخبار عن فيروس كورونا المستجد من مصادر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي.

كان المستجيبون من اللاجئين أكثر ميلاً إلى البحث عن معلومات تتعلق بوضع اللاجئين السوريين، فضلاً عن الأخبار حول سوريا داخل البلاد، وفي إحدى المقابلات، عن موقف المجتمع الدولي من سوريا.

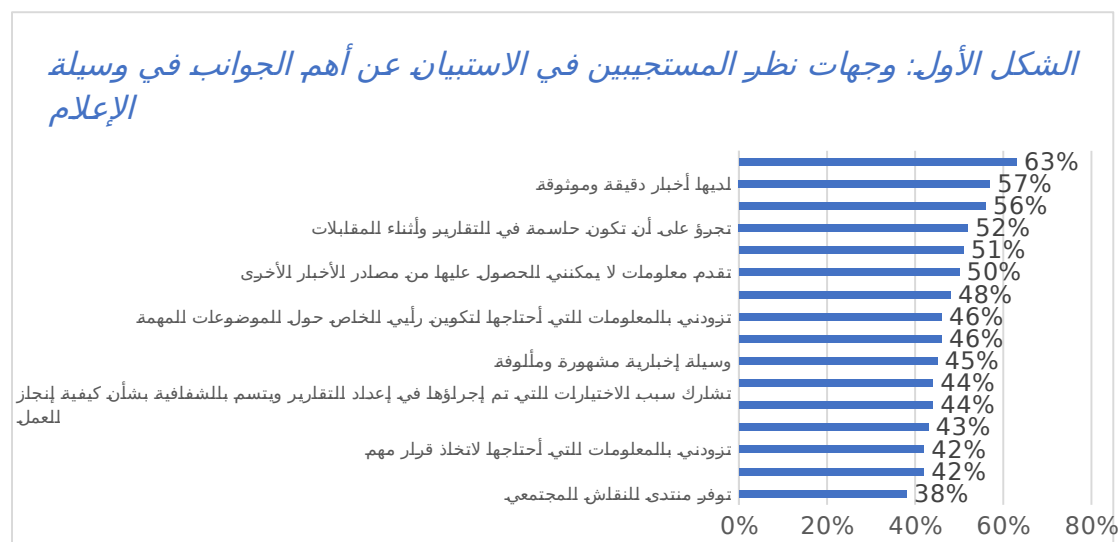
كما يتضح من الردود في الاستبيانات والمقابلات مع مزودي المعلومات بوجود رغبة متزايدة في أخبار الفن والثقافة إلى جانب العلم والتكنولوجيا (على مقياس من 1 إلى 5، تم تقييم الحصول على معلومات عن هذين الموضوعين على وسائل التواصل الاجتماعي بـ 3.9 و 4.0 من أصل 5 من حيث الاحتياجات). كما قال أحد الإعلاميين: "كان الناس مهتمين فقط بالأخبار السياسية ولكنهم الآن يريدون الاستماع إلى الموسيقى ومشاهدة المسلسلات أو متابعة الأخبار الاجتماعية أو أخبار الخدمات أو الأخبار الطبية لأنهم محبطون وهذا ما يسمى بـ "وسائل الإعلام الإنسانية".

كانت المنصة الأكثر استخداماً استناداً إلى تقييمات المشاركين (بيانات الاستبيان) لمواضيع الأخبار المختلفة هي وسائل التواصل الاجتماعي، بمتوسط تقييم 3.9 من أصل 5. بينما كانت الوسائل المطبوعة المنصة الأقل طلباً، بمتوسط 1.1<sup>3</sup>.

### السؤال الثالث: ما هو القالب والمحتوى المفضل للجمهور السوري؟

كما ورد في السؤال الأول، من الواضح أن ظاهرة وسائل التواصل الاجتماعي - كجزء من الاستخدام الأوسع للمنصات الرقمية - هي قوة محركة مهمة في الطريقة التي يستهلك بها السوريون الأخبار. نسب المستجيبون عموماً هذا إلى إمكانية الوصول إلى المعلومات وتنوع المصادر المتاحة على منصات مثل فيسبوك؛ يريد السوريون أيضاً العثور على معلومات إضافية بسبب شكهم العميق بما تقدمه لهم وسائل الإعلام عبر المشهد الإعلامي السوري. لاحظ العديد من المستجيبين في عرض وسائل الإعلام المختلفة والمشاهدات اليومية الشخصية أنهم اتخذوا خيارات لضمان "مصداقية عالية لأخبارنا" من خلال استشارة وسائل موثوقة متعددة (مشارك في المشاهدات اليومية الشخصية).

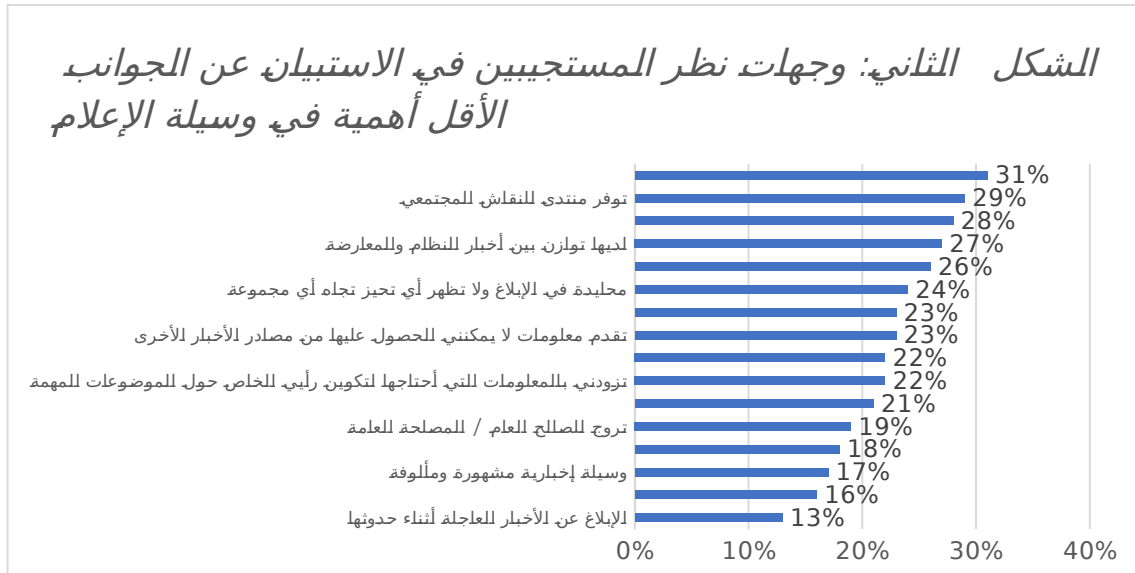
تبيّن عند تحليل المنصات الرقمية المختلفة أن تواتر استخدام المواقع الإخبارية هو الأقل شيوعاً لاستهلاك الأخبار على الإنترنت. ربما يكون هذا مؤشراً واضحاً على إحجام السوريين عن تخصيص الكثير من وقتهم وطاقاتهم للتعامل مع مصادر فردية عند البحث عن صورة أكمل للمعلومات.



3 وهي على مقياس من 1 إلى 5 حيث 5 يعني "نحتاجها كثيراً" و 1 تعني "لا حاجة لها على الإطلاق".



كما يتضح من الشكل الأول أعلاه، فقد أفاد 63٪ (651) من المشاركين في الاستبيان أن العامل الأكثر أهمية في اختيار وسيلة إعلامية ما في سوريا هو نقلها للأخبار العاجلة فور حدوثها. كما ذكر أكثر من 57٪ من المشاركين في الاستبيان أنهم يريدون أخباراً دقيقة وموثوقة (587). أما الشيء الثالث في الأهمية في وسائل الإعلام السورية فهو وجود قوالب متنوعة (أخبار، تحليل، رأي، إلخ) 56٪ (577). تعتبر "الأخبار العاجلة" و "الأخبار الدقيقة وذات المصدقية" احتياجات متداخلة حصرياً تعكس الحاجة الأوسع إلى معلومات محدثة في ظروف معيشية متقلبة وغير متوقعة.



كانت الجوانب الثلاثة الأقل أهمية في وسيلة الإعلام بالنسبة للمشاركين كما يلي:

- وسيلة توفر المعلومات التي يحتاجها المشاركون لاتخاذ قرارات مهمة (31% ، 230)
- منتدى للمناقشة (المجتمعية) (29% ، 300)
- ثالث أقل الأشياء أهمية في الوسيلة هو أن يكون لديها انتماءات سياسية أو دينية (28% ، 287)

رغم اعتبار السوريين للمناقشات المجتمعية للقصص الإخبارية بشكل عام أمراً هاماً، لكن حقيقة أن تطبيقات المراسلة وقنوات التواصل الاجتماعي تلبي بالفعل هذه الاحتياجات قد تكون دليلاً على عدم أهميتها في هذه الحالة، إلى جانب احتمال عدم الرغبة في مشاركة الأفكار الشفافة على منصة وسيلة إعلامية تديرها الدولة أو تابعة لحزب ما. مع تطور الأوضاع في سوريا سيكون من المفيد معرفة إن ازداد الاهتمام بالمنتديات العامة، خاصة في المناطق شمال غرب وشمال جنوب سوريا.

## أم أمينة

- عمرها خمسون سنة، متزوجة، ربة منزل، تحمل شهادة تعليم ثانوي، دخل الأسرة 85000، من القامشلي
- تستخدم التلفاز مع وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات، 13 برنامج
- اهتمامات متنوعة للغاية في الاقتصاد والسياسة والمجتمع والجريمة والخدمات العامة
- ١٢ ساعة في اليوم من استهلاك وسائل الإعلام والكثير من أخبار قناة روداو مع العائلة
- مخلص "لأن العديد من وسائل الإعلام منحازة لمجموعات معينة وتهاجم مجموعات أخرى لذلك نحاول إيجاد وسائل بديلة تنقل الأخبار بكل مصداقية" إنها تبحث عن أخبار موثوقة.

**السؤال الرابع: ما هي المصادر المتاحة على الإنترنت وخارجه التي يستخدمها الجمهور السوري لتلبية احتياجاته من الأخبار والمعلومات؟**

"الجمهور السوري مرن للغاية، يمكنه قبول الكثير من الأشياء، بالطبع ما دامت التكنولوجيا تسمح بذلك. لقد اندهشت من كيفية توصلهم [السوريون] إلى حلول للوصول إلى الإنترنت في أصعب الأوقات. لا يمكنهم العيش بدون الإنترنت وسيجدون أي طريقة للعثور على الكهرباء وحتى إن لم توجد لديهم في المنزل فيجب أن يتواجد الإنترنت بطريقة ما". - إعلامي

تم إعطاء المستجيبين قائمة بوسائل الإعلام وطلب منهم تحديد الخمسة الأوائل التي يستخدمونها كل أسبوع. عندما سُئلوا عن أفضل 5 قنوات تلفزيونية سورية وإقليمية ودولية يستخدمها المشاركون في الاستبيان لاستهلاك الأخبار أسبوعياً، اختيرت قناة الجزيرة من قبل 26٪ (273) من المشاركين، تليها الحدث بنسبة 25٪ (263)، ثم العربية بنسبة 25٪ (262)، ثم بي بي سي العربية بنسبة 17٪ (177)، وأخيراً فرانس 24 العربية بنسبة 16٪ (171) من المشاركين. لكن عند تقسيمها حسب العمر كانت الحدث هي الأكثر شعبية بين من هم دون الرابعة والثلاثين (125)، في حين تظل قناة الجزيرة الأكثر شعبية لمن يتجاوز الرابعة والثلاثين (167).

عندما سُئلوا عن أفضل 5 وسائل إعلام سورية وإقليمية ودولية على الإنترنت يستخدمها المشاركون في استهلاكهم الإخباري الأسبوعي، حصل فيسبوك على تأييد 87٪ (907) من المشاركين، يليه موقع يوتيوب بنسبة 61٪ (631)، وعنب بلدي ثالثاً بنسبة 15٪ (151)، الجزيرة 14٪ (146)، وأخيراً اللجنة السورية لحقوق الإنسان بنسبة 12٪ (125) من المشاركين.

هذه الأنماط مدعومة أيضاً في المشاهدات اليومية الشخصية. عندما يتعلق الأمر بالأخبار لا توجد قناة معينة تبرز على أنها الأكثر شعبية عبر المواقع الجغرافية للمشاهدات اليومية الشخصية. برزت الجزيرة كقناة مفضلة في 10٪ من اختيارات البرامج. بينمت شكل تلفزيون سوريا (مقره تركيا) والعربية والجديد وسما وتلفزيون لنا والحدث 4٪ من القنوات المختارة. شاهد المشاركون في المشاهدات اليومية الشخصية مجموعة متنوعة من القنوات

الإخبارية. شكلت MBC ومقرها دبي والقنوات التابعة لها ما يقرب من 30٪ من البرامج التي تمت مشاهدتها. تضمنت معظم البرامج التي تمت مشاهدتها خلال المشاهدات اليومية الشخصية على مدار سبعة أيام الرياضة والكوميديا وأفلام الحركة (الأكشن) والمواضيع الاجتماعية / الثقافية.

بين أحد الخبراء الإعلاميين أن أحد أفضل أنواع المصادر عبر الإنترنت اليوم ليس تابعاً لشبكة أو وسيلة إعلامية ما، بل هي محونات الأفراد "الملفات الشخصية للشباب على وسائل التواصل الاجتماعي الذين يقومون بهذه المهمة بدلاً من وسائل الإعلام حيث أن واجبهم الأول هو تسليط الضوء على معاناة سوريا، لكن الإعلام لم ينتبه لها."

فيما يتعلق بأفضل 5 محطات إذاعية سورية وإقليمية ودولية يستخدمها المشاركون لمتابعة الأخبار أسبوعياً فقد حازت شام إف إم على صوت 10٪ (103) من المشاركين، تلتها آرتا إف إم بنسبة 7٪ (74)، والمدينة إف إم بنسبة 6٪ (151)، ثم صوت الشباب 5٪ (55) وأخيراً الكرمه إف إم 5٪ (52). على المستوى المحلي تعد آرتا إف إم المحطة الأكثر شعبية في شمال شرق سوريا بحصولها على صوت 73 من المشاركين مقارنة بشام إف إم التي جاءت في المرتبة الثانية بـ 34 صوت. أما في مناطق وسط وجنوب سوريا، فقد جاءت شام إف إم (59) و المدينة إف إم (50) بالمرتبة الأولى والثانية كأفضل محطتين إذاعيتين.

**السؤال الخامس: ما مستوى ثقة الجمهور السوري في مجموعة الأخبار والمعلومات التي مصدرها الإعلام الإلكتروني و التقليدي، بما في ذلك وسائل الإعلام المستقلة؟**

يلعب الإعلام دور السلطة الرابعة، لكن في منطقتنا يقول ما يريده الممولون، لكن [إذا] لعب دور المراقب فإنه يؤثر على الكثير من الناس ويمكنه إحداث تغيير من خلال تسليط الضوء على قضية

معينة حتى يتمكن الناس من التجمع واتخاذ الخطوات بشأنها". - مقابلة مع مزود معلومات

إنّ انعدام الثقة الواسع في وسائل الإعلام السورية والمحتوى الذي تنتجه هو مرادف لعدم رضا السوريين الواضح عن الخيارات المعروضة داخل البلاد. إنّ رغبة السوريين في تعدد مصادر الأخبار هو، إلى حد كبير، مؤشر واضح على شكّهم بالمشهد الإعلامي السوري. على الرغم من أنّ المستجيبين الأكبر سناً في المقابلات مع مزودي المعلومات كانوا أكثر رضا إلى حد ما من المستجيبين دون سن 34، لكنهم كانوا أقل ميلاً ربما للبحث عن مزيد من المعلومات بعد استهلاك منتج إخباري ما. كما أنهم كانوا أكثر ميلاً لاستهلاك أخبارهم من خلال التلفاز ودرجة أقل من الراديو.

فيما يتعلق بما اعتبر "موثقاً" من وسائل الإعلام الدولية، احتلت الجزيرة المرتبة الأولى بين المستجيبين في المقابلات مع مزودي المعلومات، إلى جانب بي بي سي و سكاي نيوز وفرنس أربعة وعشرون. لكن كان 17 مستجيب من أصل 22 (77%) غير راض عن المشهد الإعلامي في سوريا، ومعظمهم إلى حد كبير، حيث أشار عدد منهم إلى ما يعتبرونه تقارير مدفوعة بأجندة تعدّها وسائل إعلام تابعة لمموليها وأحزابها السياسية في مناطقهم.

بينما عبّر 5 (23%) فقط من المستجيبين، في المقابلات مع مزودي المعلومات، عن رضاهم عن وسائل الإعلام في سوريا، ثلاثة منهم عبّروا عن رضاهم بحذر شديد إمّا بالقول أنّهم راضون "إلى حد ما" حيث أنها لبّنت 80% من احتياجاتهم، أو أنهم لزالوا يشعرون أنها ليست محايدة بما يكفي. على الرغم من تقديرهم غالباً بسهولة الوصول إلى المعلومات إلا أنّ بعض المستجيبين كانوا مكرّين أيضاً لقضايا المصداقية في الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي، فكمثال على ذلك اقتبس أحد المستجيبين أخباراً مزيفة على فيسبوك.

في الاستبيانات، بعد ترتيب أفضل خمس قنوات تلفزيونية يتم استهلاكها إسبوعياً، طلب من المشاركين تقييم ثقتهم بها على مقياس من 1 إلى 5. وكانت ردودهم كما هو موضح في الجدول أدناه. حيث برزت قناة الحدث الأكثر ثقة تليها سكاي نيوز عربية ثم العربية ثم الميادين ثم الجزيرة. كانت أكثر وسائل الإعلام الموثوقة على الإنترنت هي فيسبوك يليها يوتيوب و روسيا اليوم العربية واللجنة السورية لحقوق الإنسان ثم عنب بلدي. وكانت أرتا إف إم هي المحطة الإذاعية الأكثر موثوقية، تليها مونتي كارلو الدولية و شام إف إم ثم الكرمة إف إم.

"إذا كنا نتحدث عن الأخبار السورية والدولية على مواقع التواصل الاجتماعي للقنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية فكلها لا تتمتع بأي مصداقية على الإطلاق، وهم يحاولون فقط كسب المزيد من المتابعين مهما كان الخبر الذي ينشرونه، سواء كان صحيحاً أم لا. لكن مجموعات الوتساب والتلغرام تعطينا أخبار صادقة بنسبة 80%، وتعطينا صورة جيدة عما يحدث في سوريا وأحياناً دولياً." - مقابلة مع مزود معلومات

صنّف المشاركون في عرض وسائل الإعلام المختلفة قصص عنب بلدي وحلب اليوم وفرنس أربعة وعشرون العربية وسوريا سنك على أنها محايدة وشفافة. حدد أكثر من 46% من المستجيبين في عرض وسائل الإعلام المختلفة أنّ المحتوى الذي تقدمه عنب بلدي هو المفضل لديهم بينما اعتبره 14% أقل تفضيلاً بالنسبة لهم. كما ذكر أكثر من 28% من المشاركين في عرض وسائل الإعلام المختلفة أنّ حلب اليوم هي الوسيلة المفضلة لديهم بينما ذكر 10% أنهم يفضلونها بصورة أقل.

روسيا اليوم كانت الأقل تفضيلاً من أي وسيلة أخرى حيث قال أكثر من 35% أنهم لا يحبون محتواها. كما أنّ التلفزيون الحكومي غير مرغوب أيضاً حيث صرح 21% أنّ محتواه لم يعجبهم خلال عرض وسائل الإعلام المختلفة.

## السؤال السادس: كيف يرى أو يُعرّف الجمهور السوري الإعلام المستقل؟

"الإعلام المستقل هو الحقيقة المعروضة بشكل صحيح ومن دون كذب." – مقابلة مع مزود معلومات

### عمر

- حلب، ذكر، 28 سنة، متزوج، إدارة متوسطة، نازح، 40-60000 ل.س، متخرج
- يستهلك الإعلام وحده، على جهاز لوحي، كوميديا سياسية (جو شو)، أخبار
- سياسية واقتصادية، وأفلام إم بي سي أكشن
- برنامج واحد في اليوم، معظمه محتوى سياسي واجتماعي
- يريد القصص الجيدة عن الناس وكيف تؤثر الأحداث عليهم
- وسائل التواصل الاجتماعي 6 مرات في اليوم لمدة 6 ساعات في اليوم
- تطبيقات المراسلة أكثر من 6 مرات في اليوم، 5 ساعات في اليوم
- ملخص: مستخدم وظيفي لوسائل الإعلام، منصات متنوعة يحتفظ بالخصوصية

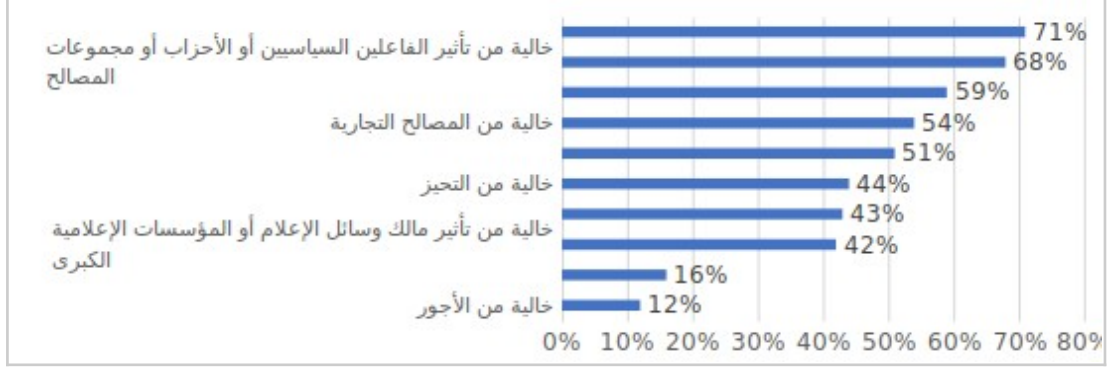
إن الكلمة الوحيدة التي تربط تعريفات معظم المستجيبين لوسائل الإعلام المستقلة هي كلمة "الحر"، أي أن الاستقلالية عن القوى داخل وخارج المؤسسة هو أمر أساسي هنا، مثل التمتع بالاستقلالية لإنتاج مجموعة واسعة من المحتوى غير الخاضع للرقابة وبعين ناقدة.

أكثر من 71٪ (735) من المشاركين في الاستبيان يعرّفون الإعلام المستقل بأنه لا يخضع لتأثير الحكومة، بينما يعرّفه 68٪ (705) من المشاركين بأنه لا يخضع لتأثير الأطراف السياسية أو الأحزاب أو المصالح. عرّف أكثر من 59٪ (609) من المستجيبين الإعلام الحر بالقرة على مناقشة أي موضوع بغض النظر عن محتواه، بينما عرّفه 54٪ (556) بأنه خال من المصالح التجارية. أضاف أحد الإعلاميين أيضاً أن وسائل الإعلام المستقلة يجب أن تكون مكتفية مالياً بشكل ذاتي وليست مؤطرة سياسياً ولا يسيطر عليها الفكر المتطرف.

ذكر ما يقرب من 51٪ (525) من المستجيبين أن التقارير النقدية أو الناقدة تجعل وسيلة الإعلام حرة، بينما يرى أقل من 45٪ من المشاركين أن وسائل الإعلام تعتبر مستقلة إذا كانت خالية من التحيز (458 مشارك) وكانت مستقلة مالياً (441 مشارك) وكانت حرة من تأثير مالك الوسيلة الإعلامية أو المؤسسات الإعلامية الكبرى (436 مشارك). كما قال 16٪ (170) و 12٪ (129) من المشاركين أنها يجب أن تكون خالية من الإعلانات وخالية من أنظمة حظر الاشتراك غير المدفوع.

قدم كل من تصنيف العمر والنوع الاجتماعي نتائج مماثلة إلى حد كبير لتلك المبينة في الجدول أعلاه. يعتبر أهم تعريفين لوسائل الإعلام المستقلة هما أول تعريفين عبر كافة التركيبة السكانية المذكورة هنا (العمر والنوع الاجتماعي والموقع الجغرافي والتعليم). حتى في نطاق التعليم والموقع الجغرافي (الريفي والحضري واللجائين) كان تعريف "التحرر من تأثير الحكومة" و "الأطراف السياسية أو الأحزاب أو المصالح" متصفاً باستمرار، بينما كان تعريف "الخلو من التحيز" والقرة على "الطرح النقدي". في المرتبة التالية بالنسبة للبيئات الريفية والحضرية واللجائين، بالإضافة إلى نطاق المستويات التعليمية المختلفة (خريج، دراسات عليا، جامعي ولكن بدون شهادة جامعية).

## الشكل الثالث: يبين نطاق تعريف الإعلام المستقل من قبل السوريين



قدم المشاركون في المشاهدات اليومية الشخصية وعرض وسائل الإعلام المختلفة رؤى عميقة لما تعنيه وسائل إعلام مستقلة. لاحظ المشاركون في المشاهدات اليومية الشخصية أن الإعلام المستقل "يلعب دوراً مهماً للغاية وهو المصدر الرئيسي لمعظم المعلومات" وأن "الإعلام هو السلطة الرابعة ويلعب دوراً واضحاً في توفير المعلومات وإيصالها".

### أحمد

- ذكر، 31 عام، متزوج، لا يعمل، أنهى الصف التاسع، يسكن في الرقة
- مستخدم كبير لوسائل التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار المحلية والإقليمية والدولية.
- التلفاز = 3 ساعات من الأفلام على MBC ، المراسلة = 3 ساعات ، منصات الفيديو = ساعتان ، التطبيقات = 3 ساعات
- تشمل الاهتمامات السياسة والأمن والصحة والاحتياجات الأساسية والخدمات العامة والجريمة والاقتصاد والمجتمع
- الملخص: الإعلام أداة تثقيفية ويساعدني على معرفة ما يجري. يبذل جهداً واعياً لمعرفة الحقيقة.

السؤال السابع: ما هو موقف الجمهور السوري تجاه المحتوى الذي يقدم مواقف متحيزة / أحادية الجانب أو مقاربات أكثر تعددية / وسطية للقضايا المطروحة؟

يحرص السوريون كثيراً على أن تكون المعلومات غير المتحيزة والدقيقة جزءاً من استهلاكهم الإعلامي اليومي وقد سئموا من المحتوى المتحيز أو أحادي الجانب. حيث يعتقدون أن المحتوى المتحيز يبقي البلاد في نوع من الانحلال السياسي والطائفي مما يؤدي إلى تفاقم الانقسامات بين المستهلكين في مناطق مختلفة من البلاد، عبر الترويج لروايات كاذبة ومعصمة عن شرائح مختلفة من المجتمع.

شاهد المشاركون في عرض وسائل الإعلام المختلفة ثمانية أخبار مختلفة أنتجتها وسائل إعلام سورية ودولية مختلفة. طرح الميسرون عليهم أسئلة تتعلق بكل قطعة إخبارية لتكوين فكرة عن مصداقية الخبر وفائدته. تضمنت المواد الإخبارية مقالات مكتوبة وقصص إخبارية تم نشرها على يوتيوب ومقاطع فيديو وقصص إذاعية. صنّف المشاركون في عرض وسائل الإعلام المختلفة ممن يعيشون في مناطق شمال غرب سوريا قصص عنبل بلدي وحلب اليوم وفرانس أربعة وعشرون و العربية وسوريا سناك على أنها محايدة وشفافة. أكثر من 46٪ من المشاركين في عرض وسائل الإعلام المختلفة قالوا أن المحتوى الذي تقدمه عنبل بلدي هو المفضل لديهم. كانت قناة روسيا اليوم الأسدية هي الأقل تفضيلاً من أي وسيلة إعلامية أخرى حيث قال أكثر من 35٪ من المشاركين أنهم لا يحبون محتواها. التلفزيون الحكومي لم يكن محط إعجاباً أيضاً حيث صرح 21٪ من المشاركين أنهم لم يحبوا المحتوى المعروض خلال عرض وسائل الإعلام المختلفة.

في المناطق التي يسيطر عليها النظام تباين ما يفضله المشاركون من وسائل الإعلام أثناء عرض الوسائل الإعلامية المختلفة. شارك في عرض وسائل الإعلام المختلفة 13 شخص من تلك المناطق. تم تصنيف قصص عنبل بلدي وحلب اليوم وفرانس أربعة وعشرين العربية وسوريا سناك على أنها قصص شفافة وغير متحيزة من قبل المشاركين في عرض وسائل الإعلام المختلفة. حدد أكثر من 30٪ من المشاركين في هذا العرض محتوى "أنا قصة إنسان" على أنه المحتوى المفضل لديهم ولم يقل عنه أحد آخر من المشاركين في عرض وسائل الإعلام المختلفة أنه غير مفضل كثيراً بالنسبة لهم.

انقسم المشاركون في عرض وسائل الإعلام المختلفة حول تقييمهم لروسيا اليوم والميادين، حيث ذكر البعض أن هذه الوسائل منحزة والبعض الآخر ذكر وجود محتوى محايد لديهم. حصل تلفزيون سانا على أكثر التصريحات إيجابية فيما يتعلق بالمصداقية، وهو أيضاً الأكثر ثقة. كما تلقت سوريا سناك تعليقات إيجابية عن قصصها عن الفساد.

كان المشاركون مهتمون بالمحتوى المتضمن لقصص عن الحياة في سوريا. تشير إجاباتهم إلى رغبتهم بأخبار أقرب إلى الوطن. يمكن للناس في مناطق المعارضة الإشارة إلى المصادر الموالية للنظام وأيضاً تحديد متى تكون وسائل الإعلام مؤيدة للمعارضة. رغم معرفة المشاركين أن قناة حلب اليوم تعمل من مناطق شمال غرب سوريا لكنهم لم يقولوا عنها أنها منحزة أو مناهضة للنظام. كما يعمل راديو روزنا في مناطق شمال غرب سوريا وقد اعتبره كثير من المشاركين مؤيداً للمعارضة لكن لم يُنظر إليه على أنه منحاز للغاية.

اعتبر الكثيرون أن قناة الميادين تدعم النظام وحصلت على نتائج ضعيفة في معظم الأسئلة المتعلقة بالفائدة والتوازن والأجندات. تم تحديد سانا على أنها تمثل النظام وحصلت على واحدة من أعلى الدرجات في السؤال المتعلق بمعرفة أجندة هذه الوسيلة الإعلامية.

كان للمشاركين في عرض وسائل الإعلام المختلفة في جنوب وسط سوريا وجهات نظر مختلفة جداً عن الوسائل الإعلامية الدولية. تم تصنيف فرانس أربعة وعشرون العربية كأفضل وسيلة إعلامية في عرض وسائل الإعلام المختلفة في مناطق شمال غرب سوريا. أراد الناس استهلاك المزيد من محتواها واعتقدوا أنها متوازنة وجديرة بالثقة. من ناحية أخرى رأى الكثيرون أن روسيا اليوم تتبع أجندة معينة و لديها محتوى تحزبي /متحيز.

أشار أحد المستجيبين في المقابلات مع مزودي المعلومات إلى مجموعة من موضوعات النزاعات التي نشأت من التغطية الإعلامية السورية باعتبارها قضية رئيسية بالنسبة لهم: "سواء كانت مشاكل طائفية أو مغالطات تتعلق بالحلول السياسية والتحريض المستمر من قبل الطرفين، برأيي يبدأ نشر الوعي وبناء السلام من نفس النقطة، وهو التوعية المتعلقة بالمشاكل الطائفية والمعتقدات والأفكار السياسية للأفراد بطريقة حضارية تبدأ من وسائل الإعلام. الدول المتحضرة والمتقدمة اقتصادياً وعلمياً لديها تعهدية فكرية وطاقفية ودينية وسياسية، لكن هذا الوعي موجود منذ الطفولة وتعززه وسائل الإعلام بشكل دائم ومستمر". لذا بالنسبة لهذا المشارك فإن التوجهات التعددية المستدامة من قبل وسائل الإعلام ستمثل بوابة نحو النمو الديمقراطي.

يصف إعلامي آخر التغطية المذكورة أعلاه على أنها "أمراض اجتماعية" يجب معالجتها من قبل وسائل إعلام أكثر قوة واستقلالية يرون أنها "جسر وخط وصل بين الناس".



بشكل عام، فإن الموقف تجاه النهج الوسطي في المساحة المحدودة التي يمكن الوصول إليها هو إيجابي للغاية، فأحد الأسباب التي تجعل الوسائل الإعلامية الدولية مثل قناة الجزيرة مصراً مفضلاً للمستجيبين هو سمعتها باعتبارها ذات مصداقية وحقيقة أنها تعمل بحرية خارج سوريا.

كما لا يريد السوريون مقاربات تعددية للتغطية الإخبارية فحسب بل أيضاً مقاربات إنسانية. تحدث أحد الإعلاميين عن "أنا قصة إنسان" لوسيلة إعلامية مقرها فرنسا نجحت في مقاربتها من خلال تأطير محتواها من خلال القصص الفردية لمن هم في قلب القضايا السورية اليومية. وقد ذكر الجمهور السوري الشاب، على وجه التحديد، هذا على أنه حاجة لم يتم تلبيتها، وهو فراغ تستطيع الوسائل المستقلة ملؤه.

"كافة المصادر الإعلامية مهمة بالنسبة لي إن كان لديها قصة خاصة أو مقطع فيديو أو عرض حول الوضع الإنساني للتوعية المتعلقة بالحقوق والواجبات تجاه البشر أينما كانوا، وأتابعهم في منطقتي لمعرفة الحالات ومعرفة الأنشطة الموجودة أيضاً." - مقابلة مع مزود معلومات

### السؤال الثامن: كيف يقيم الجمهور السوري الإعلام المستقل وما هو دوره في حياتهم اليومية؟

للإعلام دور في إخراج السوريين من تحزباتهم من خلال التركيز على ما هو مشترك و الذي يجمعهم سوياً." - مقابلة مع مزود معلومات

يركز السوريون بشكل كبير على أهمية وقيمة الإعلام المستقل ويتجسد هذا في محاولتهم للتحقق من مصادر متعددة وعدم أخذ قصة واحدة من مصدر واحد بالقيمة الإسمية. لكن رغم الدور الكبير الذي يلعبه الإعلام في حياة الناس اليومية والمتضخ من الاستبيانات والمشاهدات اليومية الشخصية والمقابلات مع مزودي المعلومات، يدل الافتقار الواسع للثقة لدى الأغلبية على غياب التغطية المستقلة عن المشهد الإعلامي.

لاحظ المشاركون في المشاهدات اليومية الشخصية أن وسائل الإعلام المستقلة لديها القدرة على لعب دور مهم في حياتهم. إنها "المحرك لكل شيء" وهي مصدر مهم للمعلومات. لها "دور تثقيفي" ويمكنها "جمع شرائح المجتمع مع بعضها مرة أخرى".

يعتقد معظم المشاركين في المقابلات مع مزودي المعلومات، رغم قلقهم من المشهد الإعلامي في سوريا، أن وسائل الإعلام المستقلة كانت لتلعب دوراً أكثر أهمية في حياتهم اليومية لو وجدت مساحة سياسية تزدهر فيها. ذكر أحد المشاركين في المقابلات مع مزودي المعلومات أن وسائل الإعلام لها تأثير كبير جداً على المجتمع وبالتالي في بناء السلام لكنه زاد رؤية المزيد من المحاولات لتعزيز الحوار من خلال جمع "صناع القرار" مثل القادة السياسيين معاً في المنتديات، فضلاً عن إنشاء "تحالف من البرامج" هدفه الجمع بين مختلف الأطراف المتصارعة في الدولة" والبحث عن القواسم المشتركة بين الاختلافات ليطم استخدامها بفعالية كنقطة انطلاق نحو مشاركة أكثر إنتاجية.

لا يعتقد غالبية السوريين أن الإعلام مهم فقط للحفاظ على التوازن في المجتمع والتوعية بالأحداث الرئيسية بل يمكنه أيضاً إحلال السلام والمساعدة في توحيد الشعب السوري عبر خطوط فاصلة متعددة. أكد المشاركون في عرض وسائل الإعلام المختلفة هذه النتيجة.

يكمل هذا الرأي أحد الإعلاميين السوريين، حيث يعتقد أنه في نهاية المطاف، ورغم أن الوضع السياسي له التأثير الأكبر على تفكك الهوية السورية، أنه إن عملت وسائل الإعلام والسياسة معاً فسيحدث تغيير كبير باتجاه دعم التغيير السلمي: "الإعلام له التأثير الأكبر على الرأي العام وبمساعدة المؤسسات الداعمة ستتمكن وسائل الإعلام الحرة من تجاوز كافة العقبات وسنرى نتيجة أفضل".

"تعد وسائل الإعلام من أقوى الأدوات في التأثير على الجمهور وتلعب دوراً كبيراً في المجتمع، لذلك [إن كنت مسؤولاً عن وسيلة إعلامية] فسيكون الموظفون مؤهلين تأهيلاً عالياً ومدربين جيداً. وسيكون المحتوى واضحاً وذو مصداقية عالية، وسيلبي احتياجات المجتمع مع مراعاة المعايير الدولية لحقوق الإنسان، ستكون الرسائل ذات مغزى وتساعد في بناء السلام في المجتمع والوقوف ضد العادات الاجتماعية الخاطئة وتسلط الضوء على القضايا المهمة." - مقابلة مع مزود معلومات

**السؤال التاسع: كيف ساعد تطوير وسائل الإعلام في تعزيز قطاع الإعلام المستقل ودعم التماسك والحوار وبناء السلام بين الجماهير السورية؟**

"يجب أن تقف [وسائل الإعلام المستقلة] ضد الأخبار الكاذبة وخطاب الكراهية والانقسام الاجتماعي. حيث أدى انعدام الفرص للتعبير عن خلافاتنا وحلها إلى العنف. التحدث بالطريقة الصحيحة واختيار الكلمات المناسبة بعناية يحدث فرقاً". - إعلامي

رغم اتفاق الإعلاميين على أن التمويل والتدريب من قبل مؤسسات التطوير الإعلامي كان مفيداً لتقوية وسائل الإعلام المستقلة، فقد أوضح أحد المشاركين أن هذه التدخلات لا تزال حديثة العهد ولا يزال أمامها طريق طويل لتقطعه.

ذكر أحد المستجيبين أنهم لاحظوا وجود عروض على وسائل التواصل الاجتماعي تتعلق ببناء السلام على شكل تبادل ثقافي بين المجتمعات المختلفة، وشعر أن هناك حاجة لبذل المزيد من أجل أن يفهم السوريون بشكل أفضل التقاليد والثقافات في المناطق المعروفة بصورة أقل. لكن شعر معظم الأشخاص الذين تمت مقابلتهم أن هناك فجوة كبيرة في المشهد الإعلامي يجب ملؤها بتغطية دقيقة وموثوقة للأحداث وبمقصد يمكن أن تُلَقِّن التعايش السلمي بين المجموعات المتنوعة.

يعتقد أحد الإعلاميين أن هناك فرصة كبيرة لوسائل الإعلام للتعاون بشكل أفضل وإنتاج محتوى يتعلق بالأفراد العاديين في مجتمعاتهم لأن الكثير من المكونات اللازمة لتحسين التماسك الاجتماعي والحوار موجودة أصلاً: "أذكر حضوري لتدريب عن بعد لمجموعة من النساء العربيات عن حل النزاعات ولاحظت أن المشاركات السوريات على الرغم من كونهن أمهات عاملات لكنهن عبرن عن رغبتهم في تحسين معرفتهن بالحكومة وحل النزاعات حتى يتمكن من تعليم أطفالهن وبناء جيل قوي. كانت نقاشاتهم مميزة للغاية وتبين من خلال الدورة التدريبية أنهم كنساء سوريات كن يعرفن عن الحكومة وحل النزاعات من قبل وبالطرفة ويستخدمن ذلك في حياتهن اليومية".

"يتمتع الإعلام في مناطق شمال شرق سوريا بأفضل العلاقات مع جمهوره بسبب كمية الأخبار المتعلقة بالخدمات. إذا نظرت على سبيل المثال إلى آرتا إف إم، فهم يقومون بعمل رائع في تغطية القصص المتعلقة بالخدمات كل يوم وأصبحوا مصراً للحياة اليومية مثل شريان الحياة للأشخاص الذين يعيشون في المناطق تلك لأنه بدون الاستماع أو قراءة ماتقوم به آرتا، سينفصل الناس عن الواقع". - إعلامي

**السؤال العاشر: كيف ساهم الدعم الذي قدمته منظمة الصحافة الحرة بلا حدود في تعزيز قطاع الإعلام المستقل؟**

"في الآونة الأخيرة كان هناك انقطاع للتيار الكهربائي في الحسكة لمدة شهر أو نحو ذلك مما أدى إلى نقص المياه أيضاً لأن بعض محطات ضخ المياه تعمل بالكهرباء فقط. لذلك عاش سكان الحسكة ثلاثة أسابيع بدون كهرباء وبلا ماء. الواقع الذي وجدته فقط في تغطية عنب بلدي - لقد صنعوا قصة استقصائية ضخمة ومقاطع صوتية باللغة الكردية ومقاطع صوتية مع أشخاص يعملون في مناطق المعارضة في إدلب". - إعلامي

إن أوضح مؤشر على مساهمة الصحافة الحرة بلا حدود في قطاع الإعلام المستقل هو شعبية وجوده محتوى شركائها في المشهد الإعلامي السوري ولا سيما محتوى عنب بلدي وروزنا وآرتا إف إم. كما لمدونة السلوك التي تعمل بها منظمة الصحافة الحرة بلا حدود كشريك هي بنفس القدر من الأهمية. كما علق أحد الإعلاميين أن الصحافة الحرة بلا حدود لا تتدخل في الإطار التحريري لشركائها بل تسمح لهم ببناء المحتوى الخاص بهم دون أي تأثير خارجي.



وأشار إعلامي آخر إلى أن ضمان الصحافة الحرة بلا حدود للتمويل السنوي يؤثر إيجاباً لأنه يتيح لشركائهم مزيداً من الأمان والوقت لبناء وسائلهم الإعلامية، وهو على خلاف ما تقوم به هيئات تطوير وسائل الإعلام الأخرى التي غالباً ما تمنح شركاءها ثلاثة إلى ستة أشهر من التمويل في أفضل الأحوال.

إن هذه الآراء من الإعلاميين السوريين مدعومة ببيانات من استبيانات المسح. اعتبرت آرتا إف إم وعنب بلدي من الأكثر متابعة. كما اعتبرت آرتا إف إم واحدة من أكثر المحطات الإذاعية موثوقية من قبل المشاركين الذين شملهم الاستطلاع. وهما وسيلتان إعلاميتان ذاتا شراكة طويلة الأمد مع الصحافة الحرة بلا حدود. إن الثقة مفهوم غير ملموس ولا سيما في البيئات المتأثرة بصراع ما حيث يكون النسيج الاجتماعي مدمراً، وفي هذه الحالة يمكن أن تضيع بسهولة شديدة إذا سقطت المعايير. إن أمكن الحفاظ على الثقة بين المستهلك والوسيلة الإعلامية على المدى الطويل فسيكون ذلك مؤشراً إيجابياً إضافياً على أهمية دعم الصحافة الحرة بلا حدود، ليس فقط في تقوية وسائل الإعلام المستقلة ولكن في تسهيل وجود آليات أكثر صحة وأقوى مدعومة بمحتوى عالي الجودة بين الجماهير السورية والمؤسسات الإعلامية.

## 6. توصيات و دروس مستفادة

- يُنصح شركاء الصحافة الحرة بلا حدود الاستمرار في إعداد محتوى خالٍ من التحيز السياسي والتدخل
- يُنصح الشركاء بابتكار منتجات إخبارية تقدم الصورة الكاملة للأخبار والأحداث في سوريا
- يُنصح الشركاء بالاستفادة من تفضيل استخدام المنصات الرقمية وإعداد محتوى يمكن مشاركته بسهولة عبر المنصات
- يُنصح أن يستفيد الشركاء من الاستخدام الهائل والمتزايد لتطبيقات الرسائل لتجربة استراتيجيات توزيع محتوى إضافية (جديدة)
- تتغير عادات الاستهلاك السوري إذ بدأ السوريون بملاحظة الكثير من التحيز في الوسائل الإعلامية
- تشجيع المزيد من الإنتاج المشترك طويل الأمد بين الشركاء والذي يركز على القصص غير السياسية بما فيها على سبيل المثال لا الحصر القصص التي تشير إلى أمثلة تاريخية للتعايش والتعددية
- إن المحتوى الذي يركز على الإنسان في القضايا الأقرب إلى الوطن يساعد كثيراً لإثارة الاهتمام. يسمح هذا المحتوى للسوريين بتأكيد تجاربهم الحياتية من خلال الآخرين في أجزاء مختلفة من البلاد مما يقلل من الشعور "بالاختلاف" ويدعم بناء الهوية بين السوريين
- إن تقليص بعض المهام الإدارية على الشركاء سيمكنهم من تخصيص المزيد من الوقت لإنتاج المحتوى
- زيادة رقمنة المحطات الإذاعية ووجود وسائل التواصل الاجتماعي من شأنه تحسين وصول آرتا إف إم إلى نطاق أوسع من شمال شرق سوريا

" إن دور الإعلام اليوم مهم للغاية لتذكير السوريين بأنهم لا ينتمون إلى ثقافة واحدة بل إلى ثقافات متعددة. وأن الثقافة السورية متنوعة بطبيعتها ". - إعلامي

### 6.1 دروس مستفادة لتوجيه الدراسات البحثية المستقبلية

- يحتاج البحث إلى التعمق بدلاً من التوسع. أدى نشر بضع عشرات من المشاهدات اليومية الشخصية وعرض وسائل الإعلام المختلفة والمقابلات مع مزودي المعلومات في سبعة مواقع جغرافية إلى جعل القصة على تحديد التوجهات والاختلافات عبر المناطق أكثر صعوبة، حيث كانت أعداد المشاركين في كل منطقة صغيرة جداً. نوصي في المستقبل بالتركيز على محتوى

عميق حول موقع جغرافي محدد أو "محور"، من أجل استخراج بيانات أكثر إقناعاً لها تركيز محلي واضح

- قد يعطي أخذ العينات بشكل هادف وعشوائي محتوى أكثر غنى
- ربما كان سيساعد الحصول على تقارير الشركاء الإعلاميين وبيانات الجمهور وغير ذلك، من أجل عملية مراجعة البيانات الموجودة مسبقاً ، في تكوين فهم أفضل لمدى وصولهم الحالي والتقدم الذي أحرزوه، وبالتالي لأمكن مقاطعته مع نتائج أبحاثنا لمزيد من الوضوح
- رغم أهمية انتقاد وسائل الإعلام للسلطات المحلية في شمال شرق سوريا لكن يمكن خلق مساحة أكبر بإعطاء الممثلين المحليين الفرصة ليشاركوا في الحوار
- أشار أحد الإعلاميين إلى ضرورة تقسيم الاهتمام والميزانية للتدريب بالتساوي بين التدريب الفني والتدريب الإنتاجي والتدريب الأخلاقي والتحريري لأنه بدون التدريب الأخلاقي والتحريري لا يمكنك الوصول إلى أي مكان.

## 7. خاتمة

برزت العديد من النتائج المهمة من هذه الدراسة البحثية عن الجمهور السوري ويمكن أن تتبناها الصحافة الحرة بلا حدود وشركاؤها لتكون جزءاً من عملية ابتكار محتوى إعلامي مستقبلي.

1. هناك سلسلة فكرية متشابهة بين السوريين من الإعلاميين إلى الجمهور من مختلف التركيبة السكانية عندما يتعلق الأمر بكيفية رؤيتهم لوسائل الإعلام المستقلة. يعد التحرر من التحزب السياسي والتدخل أمراً بالغ الأهمية هنا. فيما يتعلق بالمحتوى الفعلي فإن التركيز على التجربة الإنسانية التي تصحبها مجموعة متنوعة من الآراء والأصوات سيساعد شركاء الصحافة الحرة بلا حدود على تنمية المصداقية بين جمهورهم.
2. رغم أن المؤشرات من هذه الدراسة البحثية واعدة لمستقبل الإعلام المستقل لكن يجب فعل الكثير لإقناع الجمهور المتشكك أن نوع التغطية المتسقة التي يرغبون بها موجود أصلاً في المشهد الإعلامي السوري. سيكون الاختبار النهائي لمدى قوة الإعلام المستقل في سوريا هو المشاركة الإيجابية وردود الفعل من المستهلكين الواعين والمطلعين والمتحمسين للحصول على أخبار موثوقة. كلما توسعت القاعدة المستدامة والمخلصة من المستمعين والقراء والمشاهدين للوسائل الإعلامية الشريكة للصحافة الحرة بلا حدود عبر المحاور المختلفة، كلما كان ذلك إثباتاً على أن دعمها أكثر فعاليةً.
3. بأخذ عنب بلدي كمثال، أشار أحد الإعلاميين إلى أنهم قدموا نظرة متوازنة للدور التركي في سوريا بالرغم من وجود مقرهم في اسطنبول. يجب أن تسعى الوسائل الإعلامية الأخرى إلى القيام بتغطية مماثلة لتغطية عنب بلدي. رغم تعرض المحررين بشكل واضح للتأثير الخارجي فقد تبين أنه بإمكانهم غالباً المجازفة بقيامهم بمحاولات لمساءلة السلطات. يمكن لوضع الجمهور في صورة ما تقوم به السلطات أن يؤدي إلى تغطية أكثر جرأة واتساع.
4. هناك نسيج عميق وغني من المحتوى التاريخي من المنطقة في انتظار استخدامه في الإنتاج الإعلامي، من الأفلام الوثائقية إلى البودكاست. من خلال السرد المقصود لقصة التعايش التاريخي والتعاون بين المجموعات المختلفة سيكون المستهلكون مجهزين بشكل أفضل لرفض المحتوى المثير للانقسامات والمعلومات المضللة عند تقديمها لهم. على المحتوى المصمم للمساعدة في تعزيز المصالحة والتعايش السلمي تفهم تعقيد عملية صناعة الهوية في المنطقة وعلى معدّي المحتوى التأكيد على التجارب المشتركة وعناصر الهوية المشتركة في برامجهم. في نهاية المطاف يمكن إعادة تشكيل هوية سورية أكثر تجانساً وتعترف بتعددية الثقافات في سوريا إلى حد كبير من خلال الطريقة التي تؤرخ بها وسائل الإعلام المستقلة تعقيدات المنطقة.
5. إن الرغبة في خيارات إخبارية متعددة عبر الإنترنت تعني أن استخدام الأدوات الرقمية سيستمر في تجاوز الأساليب التقليدية. لكن هذا يرجع إلى حد كبير إلى عدم ثقة السوريين العميق في الأخبار

السورية. لذا كلما ارتفعت مستويات الثقة بالوسيلة الإعلامية كلما قل احتمال قيام المستهلكين بالبحث عن أصوات أخرى لرؤية الصورة الكاملة. كلما زاد عدد وجهات النظر في البرنامج الواحد كلما زادت متابعته من قبل المستهلكين. تخلق الأخبار الدقيقة والمطلعة جمهوراً سورياً واعياً ومطلعاً أيضاً.

6. هناك اهتمام كبير بالأخبار السورية لا سيما الأخبار الأمنية والسياسية والاقتصادية وكذلك الثقافية والفنية. لكن لا يقتصر الأمر على الموضوعات التي يهتمون بها فقط بل بالنهج الأكثر توازناً وإنسانيةً لكيفية إيصال الأخبار. ومن هنا يبدو أن المدونات، المقروءة والمرئية، للأفراد المعروفين مثل "أنا قصة إنسان" تتمتع حالياً بميزات تبرزها عن وسائل الإعلام الأخرى. يمكن تغيير هذه المعادلة بجهود أكثر تضافراً للتركيز على مجالات مثل هذه حيث يحقق منتجوا المحتوى الأفراد نجاحاً مع جماهيرهم.

تم اجراء هذه الدراسة بواسطة فري بريس انليميتد من خلال تعيين أليكس فيشر و البروفيسور مورين تايلور مع مساهمات كبيرة من شركة أبحاث سورية التي تم تكليفها من المنظمة للقيام بالمهمة ميدانياً. تم دعم المنشور من وكالة سيدا

جميع الحقوق محفوظة ٢٠٢١

[researchsyria@freepressunlimited.org](mailto:researchsyria@freepressunlimited.org)

**FREE  
PRESS  
UNLIMITED**

People deserve to know



**FREE  
PRESS  
UNLIMITED**

People deserve to know