

## تقييم انتشار وسائل الإعلام السوري التقليدية "المطبوعة والمسموعة" لدى الشباب السوري في مدينة غازي عنتاب



"دراسة استطلاعية مطبقة على عينة من الطلبة السوريين في جامعة غازي عنتاب"



مركز دراسات الجمهورية الديمقراطية

[www.drsc-sy.org](http://www.drsc-sy.org)



## دراسات ميدانية في أثر الصراع في سوريا على المجتمع

تقييم انتشار وسائل الإعلام السوري التقليدية

"المطبوعة والمسموعة"

لدى الشباب السوري في مدينة غازي عنتاب

مركز دراسات الجمهورية الديمقراطية

جميع الحقوق محفوظة لمركز دراسات الجمهورية الديمقراطية

الفهرس

م	عنوان المحتوى	الصفحة
	ملخص الدراسة	4
	مقدمة الدراسة	5
<b>الفصل الأول</b>		
<b>إطار الدراسة المنهجي</b>		
أولاً:	مشكلة الدراسة وأهميتها	8
ثانياً:	أهداف الدراسة	9
ثالثاً:	تساؤلات الدراسة	10
رابعاً:	منهج الدراسة وإجراءاته	11
خامساً:	مجالات الدراسة	12
سادساً:	مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية	15
سابعاً:	بعض الدراسات السابقة والتعليق عليها	16
<b>الفصل الثاني</b>		
<b>إطار الدراسة النظري</b>		
	مقدمة:	20
أولاً:	نشأة وسائل الإعلام.	20
ثانياً:	في تعريف الإعلام.	21
ثالثاً:	دور وسائل الإعلام.	21
رابعاً:	جدلية الإعلام التقليدي والإعلام الجديد.	24
<b>الفصل الثالث</b>		
<b>نتائج الدراسة</b>		
-	أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة	28
المراجع باللغة العربية والإنكليزية		
أولاً	المراجع باللغة العربية	48
<b>الملاحق</b>		
	الملحق رقم (1)	50

## ملخص الدراسة

### عنوان الدراسة:

تقييم انتشار وسائل الإعلام السوري التقليدية "المطبوعة والمسموعة" لدى الشباب السوري في مدينة غازي عنتاب "دراسة استطلاعية مطبقة على عينة من الطلبة السوريين في جامعة غازي عنتاب".

### مركز دراسات الجمهورية الديمقراطية.

**هدف الدراسة:** تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على واقع رواج وانتشار وسائل الإعلام السوري التقليدية من مطبوعاتٍ ومحطاتٍ إذاعيةٍ في أوساط الشباب الجامعي السوري في مدينة غازي عنتاب وذلك من أجل استقصاء مدى تأثيرها عن بعد، بحيث ستكون هذه الدراسة الاستطلاعية بمنزلة المرحلة الأولى لتحديد مشكلة الدراسة الخاصة بتقييم الأثر بين ما هو كائنٌ على أرض الواقع وبين ما هو متوقع منه أن يكون والحديث هنا عن الرسالة الإعلامية ومضامينها على اختلاف أنماطها.

## مقدمة الدراسة:

لا يستطيع أيُّ باحثٍ أن يدَّعي إضافة شيءٍ جديدٍ من خلال الدراسات الاستطلاعية، فقصارى الجهد الذي يبذله في هذا الإطار هو محاولة قراءة الواقع قراءةً واعيةً وموضوعيةً ما أمكن تمهيداً للبحث في المشكلة التي تكمن في طياته. وهذا بالتحديد ما تدَّعي هذه الدراسة القيام به من خلال تناولها لموضوع انتشار ورواج وسائل الإعلام السوري التقليدية، من صحفٍ ومجلاتٍ ومحطاتٍ إذاعية، التي تستهدف شريحة السوريين المقيمين في مدينة غازي عنتاب التركية، ممثلاً بشريحة من الطلاب السوري الجامعي في جامعة المدينة المذكورة. فمن اللافت للنظر بالنسبة للمتابعين في الشأن السوري كثرة الأسماء والعناوين التي باتت تطرح نفسها في الآونة الأخيرة كوسائل إعلامية تحمل على عاتقها مهام نقل الخبر ونشر التوعية ورفعها بين السوريين في الداخل، وفي بلاد اللجوء على حدٍ سواء. كما لم يعد خافياً على المتابعين لهذه الوسائل أنها مختلفة بالمضامين بشكل يعكس التوجهات المختلفة للقائمين عليها وهذا الاختلاف والتنوع صحيٌّ ومطلوب بالإطار الذي يأخذ بالحسبان المصلحة العليا لسورية وطناً ومجتمعاً. ومن هذا المنطلق يصبح من المشروع والمبرر البحث بعمق في ما تقدمه وسائل الإعلام تلك لجمهورها. ليس من باب الرقابة، ولكن من باب المعرفة والفهم التي هي من حقَّ المستهدفين بالرسالة الإعلامية أولاً وأخيراً، وهم هنا السوريون في الداخل وبلاد اللجوء. لكن قبل السؤال عن المضمون أليس من المشروع أن يُطرح هنا سؤال: هل استطاعت هذه الوسائل أن تحقق الرواج والوصول إلى الشريحة المستهدفة من الرسالة الإعلامية؟ هذا بالتحديد ما تحاول الدراسة الاستطلاعية التي بين أيدينا الإجابة عنه.

لقد جعلت هذه الدراسة في ثلاثة فصول هي على التوالي: **الفصل الأول: الإطار المنهجي** وتعرض فيه مشكلة البحث وتساؤلاته، ومنهجيته، وأهدافه، ومفاهيمه وتعريفاته الإجرائية والدراسات السابقة. **الفصل الثاني:** وفيه تمَّ تناول الإطار النظري للدراسة والذي يناقش أهمَّ النظريات الإعلامية في تفسيرها لتأثير وسائل الإعلام على الجمهور،

بالإضافة إلى مناقشة جدلية العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الحديث على أرضية الظروف الموضوعية لواقع الفضاء المفتوح والتواصل الاجتماعي عبر الإنترنت.

**وفي الفصل الثالث:** تمّ عرض النتائج التي توصلت إليها الدراسة الاستطلاعية التي اعتمدت أسلوب جمع المعطيات من المستفيدين عن طريق مقابلة مقننة تستخدم أداة الاستبانة لتسجيل المعطيات وتفريغها وتحليلها باستخدام عمليات حسابية بسيطة كالتكرارات والنسب المئوية لغرض الحصول على بيانات قابلة للقراءة. هذا باختصار الجهد المتواضع الذي حاولت من خلاله الدراسة تحقيق هدفها البحثي.

## الفصل الأول

### إطار الدراسة المنهجي

أولاً: مشكلة وأهمية الدراسة.

ثانياً: أهداف الدراسة.

ثالثاً: أسئلة الدراسة.

رابعاً: منهج الدراسة وإجراءاته.

خامساً: مجالات الدراسة.

سادساً: مصطلحات الدراسة والتعريفات الإجرائية.

سابعاً: بعض الدراسات السابقة والتعليق عليها.

## أولاً - مشكلة الدراسة وأهميتها:

منذ منتصف شهر آذار من العام 2011، تسارعت الأحداث على المجتمع السوري وفيه، بصورة أفضت إلى خلق واقع إنسانيٍّ مأساويٍّ، أقلُّ ما يمكن أن يقال عنه إنه حربٌ مفتوحةٌ في بيئاتٍ مدنيّةٍ لا تراعى فيها الحدود الدنيا من حقوق الإنسان والقوانين الدولية ذات الشأن في حالات الحروب.

لقد تجاوزت هذه الحرب مرحلة التهديد إلى مرحلة التأثير الفعلي على السلم الأهليِّ وعوامل التماسك الاجتماعيِّ في المجتمع السوري، متجاوزةً إياه إلى الدول الإقليمية المحيطة. فبحسب تقارير الأمم المتحدة تجاوز عدد المتضررين من هذه الحرب الـ 6.5 مليون نسمة، في حين تقدر الكتلة الديموغرافية المهجرة من مكان إقامتها الأصلي - بين نزوحٍ داخليٍّ ولجوءٍ خارجيٍّ - ونتيجةً للأعمال القتالية ما يزيد على الـ 4 ملايين نسمة. في حين تجاوز عدد القتلى والمفقودين بحسب بعض التقديرات الأولية أيضاً للأمم المتحدة الـ 300000 نسمة وهذه الأرقام ليست خافية على أحد وهي معروفة لدى الجميع.

قصارى القول، بات الإنسان السوريُّ اليوم أمام تدميرٍ شبه كليٍّ لأنساق المجتمع السوري اجتماعيَّة كانت أم اقتصاديَّة، كل ذلك يحصل والواقع المدنيُّ والسياسيُّ السوري لا يزال يعاني حالةً من التشظي على كل مستويات العمل "هذا في حال وجد".

منذ البداية أدّى الإعلام بشقيه التقليدي (ممثلاً بالصحف والمجلات والإذاعات ومحطات البث التلفزيوني..)، والجديد (وسائل التواصل الاجتماعي على الإنترنت)، دوراً هاماً ذا اتجاهين من حيث علاقته بالناس في الشارع السوري، بمعنى أنه كان فاعلاً من جهةٍ ومنفعلاً من جهةٍ أخرى، لذلك كان بيناً لدى الأطراف كلها أهمية حسم المعركة الإعلاميَّة ببلوغ الهدف الأساسيِّ من وسائل الإعلام، وهو التأثير في الوعي وإعادة صياغة الرأي العام كلُّ بحسب أجندته، وعليه بات السوريون أمام طفرةٍ إعلاميَّةٍ غير مسبوقةٍ تمثلت بعددٍ لا يُستهان به من الصحف والمجلات ومحطات البثِّ



الإذاعي والفضائيات ناهيك عن الأعداد الكبيرة من المدونات والمواقع الإلكترونية والصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي كُلهَا تستهدف جمهور السوريين سواء في الداخل السوري أو في بلدان اللجوء.

ويطرح المهتمون بالبحث العلمي والشأن الإعلامي تساؤلاتٍ عن مضمون هذه الوسائل وجدواها، وإلى أي حدّ هي ناجحةٌ في التواصل مع المجتمع السوري، وما هي اتجاهات السوريين حيالها.

وهذه الدراسة ترى أنه لا بدّ من التمهيد لتلك التساؤلات بدراسةٍ استطلاعيةٍ، كشفيةٍ، صياغيةٍ وعلميةٍ بالحدّ الممكن. غرضها تقييم انتشار هذه الوسائل بين جمهور السوريين، الطرف المستقبل المفترض في عملية الاتصال الإعلامي، ممثلاً عن قصد بشريةٍ منه يفترض أنها الأكثر اهتماماً بالشأن السياسي والاجتماعي والثقافي وهم الطلبة الجامعيون في مدينة غازي عنتاب.

### ثانياً - أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة بصفةٍ أساسيةٍ إلى ما يلي:

1. تقييم متابعة الشباب السوري الجامعي في جامعة غازي عنتاب لوسائل الإعلام السورية التقليدية (مطبوعات، محطات إذاعية) والتي تستهدف جمهور السوريين المقيم في مدينة غازي عنتاب بصورةٍ عامة.
2. تقييم تفضيلات الشباب السوري الجامعي ممثلاً بعينة الدراسة للصحف السورية الصادرة والموزعة في مدينة غازي عنتاب.
3. تقييم تفضيلات الشباب السوري الجامعي ممثلاً بعينة الدراسة للمجلات السورية الصادرة والموزعة في مدينة غازي عنتاب.
4. تقييم تفضيلات الشباب السوري الجامعي ممثلاً بعينة الدراسة للمحطات الإذاعية التي تُبثُّ من/إلى مدينة غازي عنتاب.

5. التعرف على مصادر الخبر والمعلومة الأكثر أهمية بالنسبة للشباب السوري الجامعي في مدينة غازي عنتاب.

### ثالثاً - تساؤلات الدراسة:

تحاول هذه الدراسة ومن خلال المشاهدات المبدئية لواقع وسائل الإعلام السوري التقليدية (مطبوعة ومسموعة) الإجابة عن التساؤلات التالية:

1. هل هناك متابعة من قبل الشباب الجامعي في جامعة غازي عنتاب، ممثلاً بعينة الاستطلاع، لوسائل الإعلام السوري التقليدية (المطبوعة والمسموعة) بصفة عامة؟
2. هل هناك متابعة من قبل الشباب الجامعي في جامعة غازي عنتاب، ممثلاً بعينة الاستطلاع، للصحف السورية الصادرة والموزعة في مدينة غازي عنتاب؟
3. في حال كانت هناك متابعة لهذه الصحف، ما هي الصحف الأكثر متابعة من قبل عينة الاستطلاع؟
4. هل هناك متابعة من قبل الشباب الجامعي في جامعة غازي عنتاب، ممثلاً بعينة الاستطلاع، للمجلات السورية الصادرة والموزعة في مدينة غازي عنتاب؟
5. في حال كانت هناك متابعة لهذه المجلات، ما هي المجلات الأكثر متابعة من قبل عينة الاستطلاع؟
6. هل هناك متابعة من قبل الشباب الجامعي في جامعة غازي عنتاب، ممثلاً بعينة الاستطلاع، للمحطات الإذاعية السورية التي تُبث في مدينة غازي عنتاب؟
7. في حال كانت هناك متابعة لهذه المحطات، ما هي المحطات الإذاعية الأكثر متابعة من قبل عينة الاستطلاع؟
8. مع تنوع وسائل الإعلام وانتشارها بين التقليدي والحديث، ما هي مصادر الخبر والمعلومة بالنسبة لعينة الاستطلاع؟

هذه بالمجمل التساؤلات التي تحاول الدراسة من خلالها، استطلاع واقع وسائل الإعلام السورية في مدينة غازي عنتاب والتي من المفترض أنها تستهدف جمهور السوريين في هذه المدينة.

#### رابعاً - منهج الدراسة وإجراءاتها:

تُصنّف هذه الدراسة ضمن الدراسات الاستطلاعية، وهو نوعٌ من الأبحاث يلجأ إليه الباحث عادةً عندما تكون معرفته بالموضوع المدروس لا تؤهله لتصميم دراسةٍ وصفيّةٍ تحليليّةٍ والغرض منها: بلورة مشكلة الدراسة بشكل أكثر وضوحاً، ضبط المفاهيم والفروض تمهيداً لإجراء دراسة أكثر عمقاً تتناول المشكلة، وهي هنا واقع وسائل الإعلام التقليديّة في مدينة غازي عنتاب.

ومن أجل بلوغ هذا الهدف كان لا بد من تبني منهجية الدراسات المسحية وذلك بإجراء مسحٍ أوليٍّ باستخدام استبانة مسح أوليّة تقيّد في الإجابة عن تساؤلات الدراسة المذكورة أعلاه، تمّ تصميمها واختبارها تجريبياً قبل أن تطبّق بصورة نهائية على عينة الدراسة. ولا بدّ من الإشارة هنا إلى أن الاستبيان يعتمد تسلسلاً منطقيّاً في الانتقال من سؤالٍ إلى آخر، فقد اعتمد في تصميمه على مقارنةٍ تنتقل بالأسئلة من العام إلى الخاص إلى العام كما يلي:

**1.** إن الإجابة عن السؤال الأول من الاستبيان "هل أنت من متابعي وسائل الإعلام السوري التقليدي المطبوع والمسموع " جرايد"، مجلات، محطات راديو" والتي تخاطب السوريين المقيمين في مدينة غازي عنتاب؟" بـ لا فهذا يعني أنه على المبحوث أن ينتقل إلى السؤال التاسع الخاص بتحديد مصادر المعلومات لديه وإنهاء المقابلة بعد ذلك. أما إذا أجاب بـ (نعم أتابع بانتظام أو أتابع أحياناً) فإن ذلك يتيح للمبحوث الانتقال إلى القسم الثاني من الاستبيان الخاص بتفضيلات الصحف والمجلات والمحطات الإذاعية.

2. الانتقال إلى السؤال الثالث "سأذكر لك أسماء بعض الصحف" الجرائد "السورية الصادرة والموزعة في مدينة غازي عنتاب" وأريد أن تحدّد فيما إذا كنت سمعت بها أم لم تسمع بها، وفي حال كنت سمعت بها ما هو مدى متابعتك لها" تقتضي الإجابة عن السؤال الثاني "هل أنت من متابعي الصحف" الجرائد "السورية الصادرة/الموزعة في مدينة غازي عنتاب؟" ب (نعم أتابعها بانتظام أو أتابعها أحياناً) فقط. أما الإجابة ب لا فتقتضي الانتقال إلى القسم الخاص بالمجلات السورية وبالأسلوب نفسه يتمّ التعامل مع الأسئلة الخاصة بهذا القسم وكذلك الأمر بالنسبة إلى القسم الخاص بالمحطات الإذاعية.
3. السؤال التاسع من الاستبيان الخاص بمصادر الخبر والمعلومة لدى المبحوث يقتضي الإجابة عنه من كلّ أفراد العينة المستهدفة بالاستطلاع.<sup>(1)</sup>

#### خامساً - مجالات الدراسة:

تتقسم مجالات الدراسة إلى ثلاثة مجالات هي على التوالي:

**المجال المكاني:** حيث أجريت الدراسة في جامعة غازي عنتاب - بناء التومر لتعليم اللغة التركية - والواقعة جنوب غرب مدينة غازي عنتاب بنحو 8 كم. ومن مبررات اختيار هذه المدينة أنها تتصدّر المدن التركية من حيث استقطاب السوريين - لاجئين كانوا أم غير ذلك - حيث يقدر عدد السوريين المسجلين كلاجئين بنحو 315000 لاجئ وذلك بحسب التقرير الصادر عن مجلس مدينة غازي عنتاب بتاريخ 2015/1/14 (<https://www.alsouria.net>). ويضاف إلى ما سبق تصدّرها لقائمة المدن السورية والتركية على حدّ سواء من حيث عدد المكاتب الإعلامية التي تعمل على نشر وتوزيع المطبوعات من صحفٍ ومجلات بالإضافة إلى محطات البثّ الإذاعيّ، فالحديث هنا عن (6) صحفٍ و(10) مجلاتٍ على الأقلّ بالإضافة إلى (5) محطات إذاعية. تحاول كلها أن تؤدي الرسالة الإعلامية المطلوبة منها من خلال

<sup>1</sup> انظر الملحق رقم (1)

استهداف السوريين الموجودين في شمال سوريا وجنوب تركيا ولاسيما مدينة غازي عنتاب.

**المجال الزمني:** تطبيق الدراسة خلال الفترة الممتدة من 27 أيار حتى 14 حزيران من العام 2015.

**المجال البشري:** يتمثل المجال البشري الذي تحاول الدراسة مشاركته في الحصول على أجوبةٍ للتساؤلات التي تطرحها حول تقييم رواج وسائل الإعلام السورية التقليدية، بعينة عشوائية من الطلبة السوريين في جامعة غازي عنتاب/معهد التومر لتعليم اللغة التركية يبلغ حجمها 100 طالبٍ من أصل 550 طالباً (<http://all4syria.info/Archive/192574>) يشكلون مجتمع الدراسة. بنسبة تعادل الـ (18.19)% من مجتمع الدراسة الأصلي. وفي ما يلي تعريف بعينة البحث بحسب متغيرات البيانات الشخصية التي تم الحصول عليها أثناء الاستطلاع:

**a. عينة الدراسة بحسب الجنس:** تتوزع عينة الدراسة بحسب الجنس على النحو الذي يوضحه الجدول رقم (1):

توزع عينة البحث بحسب الجنس		
الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	72	72%
أنثى	28	28%
<b>المجموع</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
الجدول رقم (1)		

**b. عينة الدراسة بحسب متغير الانتظام الدراسي:** تتوزع الدراسة بحسب متغير الانتظام الدراسي وفق حالتين أساسيتين المتابعة دون انقطاع أو المعاودة بعد انقطاع على النحو الذي يوضحه الجدول رقم (2):

توزع العينة بحسب الانتظام الدراسي		
النسبة المئوية	التكرار	الانتظام الدراسي
48%	48	متابعة دون انقطاع
52%	52	عودة بعد انقطاع
100%	100	المجموع
الجدول رقم (2)		

c. عينة الدراسة بحسب خلفية الاختصاص: ويقصد بذلك نوع الشهادة الثانوية التي حصل عليه الطالب قبل دخوله الجامعة، علمية أم أدبية أم تجارية أم صناعية... ويوضح الجدول رقم (3) التالي توزع العينة بحسب متغير خلفية الاختصاص:

خلفية الاختصاص		
النسبة المئوية	التكرار	خلفية الاختصاص
56%	56	علمي
40%	40	أدبي
2%	2	صناعي
1%	1	تجاري
1%	1	حاسوب
	0	شرعي
	0	أخرى تكرر
	100	المجموع
الجدول رقم (3)		

d. عينة الدراسة بحسب الفئة العمرية: تتوزع عينة الدراسة بحسب الفئة العمرية على النحو الذي يوضحه الجدول رقم (4):

التوزع بحسب الفئة العمرية		
النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية
38%	38	(18-22)
30%	30	(23-27)
27%	27	(24-28)
5%	5	30+
100%	100	المجموع

e. عينة الدراسة بحسب الحالة الوظيفية: تتوزع عينة الدراسة بحسب الحالة الوظيفية على النحو الذي يوضحه الجدول رقم (5).

الحالة الوظيفية		
النسبة المئوية	التكرار	الحالة الوظيفية
54%	54	متفرغ للدراسة
15%	15	أعمل بدوام جزئي
19%	19	أعمل بدوام كامل
12%	12	عاطل عن العمل
100%	100	المجموع
الجدول رقم (5)		

سادساً - تعريفات الدراسة الإجرائية:

a. الإعلام التقليدي:

1. اصطلاحياً: هو ذلك النمط من الإعلام الذي يعتمد على وسائل الاتصال التقليديّة التي كانت موجودة قبل ظهور الإعلام الجديد عبر الإنترنت. (محطات الإذاعة، والمطبوعات الدورية من صحفٍ ومجلاتٍ، ومحطات البثّ التلفزيوني).
  2. إجرائياً: يقصد به هنا وسائل الإعلام السوريّة التي تتم متابعتها من قبل الطلاب السوريين في مدينة غازي عنتاب، معتمدةً على الأسلوب التقليديّ في مخاطبة جمهور السوريين في مدينة غازي عنتاب.
- b. المطبوعات: يقصد بها الصحف والمجلات السورية التي تتم متابعتها من قبل الطلاب في مدينة غازي عنتاب حيث ستستطلع الدراسة:

1. مدى انتشار (5) صحفٍ رئيسية هي:

((عنب بلدي، تمدن، كلنا سوريون، صدى الشام، سوريثنا)).

## 2. مدى انتشار (10) مجلاتٍ رئيسيةٍ هي:

((سيدة سوريا، ضوضاء، صور، حنطة، ياسمين سوريا، الحرمل، الغريال، كش ملك، زنانة، مرآة)).

c. الإعلام التقليدي المسموع: يقصد به الإعلام الذي يعتمد على محطات البث الإذاعي "الراديو" لمخاطبة السوريين المقيمين في مدينة غازي عنتاب وهي هنا مجموعة من الإذاعات التي بدأ بثها في مدينة عنتاب منذ سنة 2012، حيث تستطلع الدراسة هنا مدى انتشار (7) محطات إذاعية رئيسية هي:

((روزنة، هوا سمارت، حارة أف أم، أنا، ألوان، نسائم سوريا، فجر)).

سابعاً - بعض الدراسات السابقة والتعليق عليها:

الدراسة الأولى:

استطلاع رأي المواطنين حول برامج الإذاعة والتلفزيون. مركز استطلاع الرأي العام في القاهرة عام 2005م.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى متابعة المواطنين لبرامج الإذاعة والتلفزيون وتفضيلاتهم لتلك البرامج بالإضافة إلى التعرف على آرائهم بالنسبة لمدى إمكانية نجاح وسائل الإعلام في طرح قضايا المجتمع المصري والعمل على حلها.

منهجية الدراسة: تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي كدراسة استطلاعية بالإضافة إلى اعتماد عمليات حسابية وإحصائية بسيطة مثل النسب المئوية والتكرارات لتوضيح نتائج الدراسة.

نتائج الدراسة: لقد أسفرت الدراسة عن أن غالبية الباحثين يحرصون على متابعة التلفاز وأن نحو ثلاثة أرباع الباحثين يرون أن التلفاز هو أكثر وسيلة إعلامية قادرة على عرض مشكلات المجتمع المصري والمساهمة في حلها.



## الدراسة الثانية:

بعنوان: اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي "دراسة استطلاعية" إعداد: الدكتور عبد المجيد عزام والدكتورة هاديا خزنة كاتبتي عام 2010م.

استهدفت هذه الدراسة الاستطلاعية الكشف عن اتجاهات الأردنيين نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية تجاه عددٍ من الموضوعات والقضايا الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والأمنية والكشف عن العلاقة بين هذه الاتجاهات والخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الجمهور العام.

منهج الدراسة: باعتبار الدراسة استطلاعية استخدم المنهج الوصفي التحليلي وبعض الأدوات الإحصائية والعمليات الحسابية البسيطة مثل النسب المئوية والتكرارات والجداول المتقاطعة ومتوسط الاتجاهات والتباين الأحادي.

## نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى مجموعةٍ من النتائج أهمها:

- كان الرضا العام لأفراد العينة عن أداء وسائل الإعلام سلبياً على الرغم من وجود اتجاهاتٍ إيجابيةٍ نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية بخصوص عددٍ من الموضوعات.
- ضعف الدور الرقابي وغيابه أحياناً لوسائل الإعلام على أعمال الحكومة والبرلمان. وهيمنة الحكومة على وسائل الإعلام الأردنية وفرضها بعض القيود على حرية وسائل الإعلام في ممارسة نشاطاتها المختلفة.
- كان التزام وسائل الإعلام بالمصادقية بنشر الأخبار وتناولها للأحداث بدرجةٍ متوسطة.

### الدراسة الثالثة:

بعنوان: اتجاهات الشباب العربي نحو الصحافة الإلكترونية" طلبة الجامعات في بغداد، عمان، دمشق، نموذجاً دراسة ميدانية إعداد طلال ناصر العزاوي عام 2011م.

حيث حاولت الدراسة التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي نحو الصحافة الإلكترونية في استخدامهم للمواقع الصحفية على شبكة الإنترنت ولاسيما أن ثقة الأفراد بتكنولوجيا المعلومات في طور التنامي المستمر.

### منهجية البحث:

يعتمد البحث على منهج المسح الاجتماعي بالعينة من خلال بيانات كمية حول مجموعة من التساؤلات يتم الإجابة عنها من خلال استمارة استبيان أعدت لهذا الغرض ووزعت على عينة البحث.

### نتائج البحث:

- لا يمكن الجزم بأن الصحافة الإلكترونية هي المصدر الرئيسي للمعلومات لدى الأفراد.
- إن ظهور الصحافة الإلكترونية لم يؤدّ إلى إلغاء نظيرتها الورقية لكنها قلّصت من عدد جمهور الصحافة الورقية.
- تتمتع الصحافة الإلكترونية بمزايا منفردة تجعلها تتفوق على الصحافة الورقية وغيرها من وسائل الإعلام الأخرى.

لقد حاولت هذه الدراسات بالمجمل استطلاع واقع الإعلام كخطوة أساسية لا بدّ منها لبلورة تصوّر واضح وجليّ عن واقع الإعلام ومضامين البرامج التي تبثّ من خلالها هذه الوسائل.

## الفصل الثاني

### (الإطار النظري)

#### مقدمة.

أولاً - نشأة وسائل الإعلام.

ثانياً - في تعريف الإعلام.

ثالثاً - دور وسائل الإعلام.

رابعاً - جدلية الإعلام التقليدي والإعلام الجديد.

## مقدمة:

منذ أن وُجد الإنسان وهو في عملية اتصالٍ مستمرّةٍ مع غيره من البشر ومع البيئة المحيطة، فليس الإعلام حديث النشأة بل هو عمليةٌ قديمةٌ قدم الإنسان الذي حاول تبادل الأخبار والمعلومات عبر التجمّعات البسيطة كدور العبادة، ذلك أن الإنسان اجتماعيٌّ بطبعه ولكن في نطاقٍ تفرضه باستمرار الظروف الاجتماعية والجغرافية (انظر: إبراهيم، 1975، طبعة أولى).

## أولاً-نشأة وسائل الإعلام:

لقد قاس بعض الباحثين تطوّر المجتمعات من خلال تطوّر وسائل الإعلام فيها بالرجوع إلى التفسير الإعلامي للتاريخ في إطار عمليات التحوّل التي شهدتها المجتمعات الإنسانية.

تعكس دراسة تاريخ العصور القديمة مدى استخدام الرموز والإشارات في التفاهم بين المجتمعات والأفراد، فقد استخدم المصريون القدماء الرموز والإشارات ليتبعها بعد ذلك شعوب الحضارات الشرقية. وظهرت الكتابة فيما بعد لتعبّر عن تطوّر كبيرٍ في عملية الاتصال الاجتماعيّ. بدأ التحوّل الكبير في القرن الخامس عشر حيث ظهرت الطباعة لتصبح فيما بعد أهمّ وسيلة اتصال عرفها الإنسان، فقد أحدثت تطوّرًا هائلًا في حياة المجتمعات وفي الإعلام والاتّصال ووسائله عبر انتشار الكتب المطبوعة.

في القرن الثامن عشر شهدت وسائل الإعلام والطباعة تطوّرًا كبيرًا واتّصفت هذه الفترة بسيطرة مفهوم الرأي العام حسب "مونتسكيو"، ومن هنا أخذت وسائل الإعلام صورةً جديدةً، تبع ذلك اختراع السينما، التلفزيون، الفيديو والإذاعة والصحف... الخ. وقد تعددت تعريفات الإعلام بسبب اختلاف آراء الباحثين حولها. (انظر: حنان، 2014).

## ثانياً - في تعريف الإعلام:

الإعلام لغةً: كلمة إعلام في اللغة آتية من مصدر أعلم يُعلم، وأخبر يخبر، وأعلمه بالأمر أي أخبره به وعرفه إياه، وفلانٌ أخبر بخبرٍ معين أي أعلمنا بما حدث. وتداول الناس للأخبار والأحداث اليومية فيما بينهم يندرج تحت هذا المفهوم اللغوي لكلمة الإعلام، فتناقلهم للأخبار يسمّى إعلاماً في اصطلاحات اللغة العربية. (ابن سيده، معجم المعاني، د ت ن).

**مفهوم الإعلام:** الإعلام كظاهرة اجتماعية كلمة اتسع مدلولها بدرجة أصبح من الصعب تعريفها، بسبب التفاوت الاجتماعي الاقتصادي والسياسي بين المجتمعات وأثر هذه العوامل في شكل ودور الوسيلة الإعلامية. وقد تعددت التعريفات للإعلام، ويمكن أن نذكر منها:

- تزويد الجماهير بأكبر قدرٍ من المعلومات الصحيحة أو الحقائق الثابتة والواضحة.
- نشر المعلومات بعد جمعها وانتقائها.
- التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها في الوقت نفسه.

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن القول إن الإعلام: (بمثابة الاتصال بين المرسل "الإعلامي" والمستقبل "الجمهور" عن طريق وسيلة إعلامية تنقل بواسطتها الرسالة الإعلامية من طرف لآخر). (انظر: رफी، 1980).

## ثالثاً - دور وسائل الإعلام:

إن العلاقة بين وسائل الإعلام والقيم الاجتماعية - الأخلاقية في أي مجتمع هي علاقة تفاعلية، حيث إن وسائل الإعلام أحد أهم النواقل للمعارف والأفكار الاجتماعية المساهمة بالشراكة مع الموروث الاجتماعي في تشكيل القيم. ومن ناحية أخرى تحدد

القيم الاجتماعية مدى تقبل الرسالة الإعلامية وأثرها الاجتماعي بما يوافق القيم ويسايرها.

تؤدي وسائل الإعلام دوراً بارزاً في تغيير المفاهيم الاجتماعية، وتشكيل الرأي العام تجاه القضايا الكبرى كالحروب، حيث نجد دور الدعاية الإعلامية واضحاً في الحروب من خلال رفع معنويات المقاتلين وإضفاء الشرعية على الوسائل المتبعة ومهاجمة الطرف الخصم والتشكيك بانتصاراته، ومن أشهر أمثلة التاريخ الحديث الدعاية الألمانية في الحرب العالمية الثانية ممثلة بوزير الدعاية الألماني غوبلز Paul Joseph Goebbels، 1897 - 1945.

خلال القرن الماضي أدت وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة دوراً كبيراً في إحداث تغييرات اجتماعية، ومنها العالم العربي، ولدينا أمثلة كثيرة نذكر منها: دور الصحف العربية الصادرة منذ بداية عصر النهضة في نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين في مصر وتونس وبلاد الشام في تشكيل الوعي للهوية الوطنية والقومية كمجلة العروة الوثقى. وكذلك يمكن الحديث عن دور الإذاعات العربية في إنكار حالة الهزيمة في حرب حزيران 1967 وتحويل الهزيمة إلى نصر إعلامي افتراضي.

مع التطور الكبير الذي شهدته وسائل الاتصال في نهاية القرن الماضي ظهرت وسائل إعلام جديدة كمواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الاتصال الحديث، وقد مارست دوراً كبيراً في توجيه الرأي العام نحو الكثير من القضايا العالمية التي حصلت خلال السنوات الأخيرة كالحراك السياسي في أوكرانيا 2004 - 2005 وتسريبات موقع ويكيليكس 2010 وصولاً إلى الحراك الاجتماعي السياسي في العالم العربي 2011.

بالنسبة لأثر وسائل الإعلام الجديد في العالم العربي، فقد ظهرت خلال الحراك الاجتماعي السياسي الحاد في هذه الدول ومنها سورية مفاهيم جديدة في العمل الصحفي كان لها أثر كبير في تشكيل الرأي العام تجاه الحراك الاجتماعي وحتى انقسامه نحو الحراك بين مؤيد ومعارض له. ومن هذه المفاهيم ظهر مفهوم المواطن الصحفي الذي أدى دوراً في توثيق الأحداث ونقلها إلى العالم من خلال وسائل بسيطة

ومتوافرة بين يدي معظم الناس (كاميرات الهاتف - مواقع التواصل الاجتماعي). وتميزت هذه الوسائل بسهولة نقل الخبر وسرعة الانتشار بين الناس مما لفت الانتباه إليها كوسائل أكثر تأثيراً مما هي عليه وسائل الإعلام التقليدي. والسؤال: هل بقي دور وسائل الإعلام التقليديّة في نقل الخبر، والتأثير في الرأي العام، وما هو مدى إقبال الجمهور نحو متابعة هذه الوسائل؟

لقد تمّ تناول موضوع العلاقة بين الرسالة الإعلامية والجمهور المستقبل وشكل التأثير من قبل العديد من النظريات في الإعلام، وبحسب تساؤلات البحث تبدو نظرية القائم بالاتصال ونظرية حارس البوابة الأكثر ارتباطاً بموضوع استطلاعنا.

يرجع الفضل في تطوير نظرية حارس البوابة إلى "كيرت ليون" في عام ١٩٧٧، وترى هذه النظرية أن الأداة الإعلامية تمرّ بعدة نقاط في رحلتها وهذه النقاط تسمى بوابات يتمّ فيها اتخاذ القرارات المدخلات والمخرجات، وكلّما طالت المراحل التي تمرّ بها الأخبار يصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات.

هذه المراحل التي تمرّ بها الرسالة الإعلامية تشبه السلسلة المكوّنة من عدة حلقات وأبسط هذه الحلقات هي سلسلة الاتّصال المواجهي، أحياناً يكون حجم المعلومات التي تخرج من بعض الحلقات أكثر ممّا يدخل وهذا ما يطلق عليه "أجهزة التقوية". وفي كلّ حلقة ضمن السلسلة يوجد فردٌ يتمتع بالحقّ في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سيمرّها كما هي أم سيزيد عليها أم سيحذف منها.

### العوامل التي تؤثر على حارس البوابة الإعلامية:

- معايير المجتمع وقيمه وتقاليد: كتدعيم القيم والتقاليد وحماية الأنماط الثقافية واحترام الشخصيات الاجتماعية.
- المعايير الذاتية للقائم بالاتّصال: كالنوع، العمر، الدخل والطبقة الاجتماعية.
- المعايير المهنية للقائم بالاتّصال: سياسة المؤسسة الإعلامية ومصادر الأخبار وعلاقات العمل وضغوطه.
- معايير الجمهور: توقّعات عن ردود فعل الجمهور. (صلوي، 1432هـ، ص7).

## رابعاً - جدلية الإعلام التقليدي والإعلام الجديد:

يُجمع الكثير من خبراء الإعلام على ضرورة التعامل مع الإعلام الجديد على أنه أداة من أدوات الإعلام التقليدي ولا يجب أن يكون بديلاً منه، فالطفرة الإعلامية في وسائل الاتصال الاجتماعي "فيس بوك، تويتر، والصفحات والمواقع الإلكترونية" وعلى الرغم مما تمتلكه من جاذبية وسهولة وصولها لأكثر قدر ممكن من المتابعين إلا أنها تفتقد إلى المصداقية والتحليل الموضوعي، وهذا ما يجب أن تتلقفه وسائل الإعلام التقليدي من أجل تحديد المواضيع التي يمكن طرحها والنظر في أصولها والتأكد من صدقيتها من خلال مراسلين ميدانيين حقيقيين تتقاطع لديهم الأخبار فيصبح الخبر جاهزاً للتصريح به وليس معتمداً على أهواء الأشخاص كما هو الحال في وسائل الإعلام الجديد.

إن جوهر الإعلام التقليدي هو نقصي الحقائق وتوسيع هامش الحريات فتحلّ المعلومة مكان الإشاعة التي كثيراً ما تنصّر الإعلام الجديد بأغلب وسائله، وهذا النقصي هو ما يؤدي إلى ممارسة جهدٍ من أجل نقد المعلومة والذي يؤدي بدوره إلى التمايز والاختلاف، فالإعلام التقليدي يعتمد على العمق لا على السرعة وعلى التحليل الموضوعي لا على الإثارة المشهوية.

ولأن الإعلام ظاهرة اجتماعية وهو يتطور بتطور المجتمعات سنجد أنه ومع تطور وسائل الإعلام الجديد بدأ حيز الإعلام التقليدي يتسع في الدول الأوروبية ليبقى في الواجهة، فعلى سبيل المثال أثبتت دراسة بريطانية أنه ومنذ إدخال نسخ الإلكترونية للصحف الورقية ازدادت نسبة جمهور قراء هذه الصحف ورقياً وإلكترونياً بنسب متفاوتة، (الغارديان 119%، الديلي تلغراف 97.5%، الاندبندنت 70.2%) وفي الدراسة ذاتها أثبت المسح أن 38% من فئة الشباب (15 - 34) هم أكثر الفئات المنغمسة في قراءة الصحف.

<http://archive.aawsat.com/details.asp?section=37&article=69503>

ssueno=12343#.VYH6b\_mqqko)2&i



بالنسبة للحالة السورية: الشرح الواسع الحاصل في الحالة الإعلامية السورية مازال يثبت العكس بالنسبة لواقع الإعلام التقليدي، والذي يفتح الأسئلة حول مدى أهمية هذه الطفرة الإعلامية غير المسبوقة إلا في الحالة العراقية التي وصل فيها عدد المحررين إلى نحو مئتي محرر، والحالة السورية لا تختلف كثيراً، فوسائل الإعلام التقليدية الممولة من قبل ما يسمى "NGOs" - وهي منظمات غير حكومية تابعة لشركات احتكارية في الأعم الأغلب والتي لا يعرف مصدر تمويلها الأساسي - هذه الوسائل تجاوزت المنطق من حيث انتشارها الانشطاري، والذي يفتح السؤال حول أهمية وجدوى هذه الطفرة في توسع المشاريع الإعلامية أمام مشاريع أكثر إلحاحاً تخصّ وضع اللاجئين السوري في تركيا عموماً وفي مدينة غازي عنتاب خصوصاً.

وكما في أيّ مجتمعٍ تعرّض لحربٍ قاسية ومن ثمّ إلى تهجيرٍ فإن اللاجئين السوريين في مدينة غازي عنتاب التركية ليسوا متضمنين ضمن أولويات كالألقوى المتواجدة في غازي عنتاب، والتي يجب أن تكون فاعلةً سواء كانت هذه القوى منشآت حكومية أو منشآت خاصة أو حتى على مستوى الأفراد، وبما أن استطلاعنا يشمل مدى رواج وسائل الإعلام، فكان لا بدّ لنا من الربط عضويّاً بين ما ينشر من قبل وسائل الإعلام التقليدية وما تتلقفه الشريحة التي تعتبر الأكثر قدرةً على التعامل مع هذه الوسائل، والتي هي مجموعة الطلاب الجامعيين السوريين في مدينة غازي عنتاب.

وبعين الملاحظة للباحث الاجتماعي تبدو لنا الصورة معكوسة، فالإعلام الجديد هو من يسيطر على الإعلام التقليدي ويجعله أداةً من أدواته وهذه ليست مشكلة المتلقي بقدر ما هي مشكلة المرسل من حيث العجز عن وضع خطط لتطوير وسائل الإعلام التقليدي وتقنيته كي لا يشعر المتلقي بحالة اللاجدوى المرافقة للوفرة الكبيرة بهذه الوسائل.

إن تأثير الحراك السياسي الجديد الذي شهدته سوريا أوجد معه مناخاً يصعب معه عزل المشاعر عن الخبر، حيث بات الناشط صحفياً ومعارضاً وسياسياً ومغرداً وبطلاً ثورياً في زمن السباق إلى الشهرة، وفي كثير من وسائل الإعلام التقليدية ولاسيما الإذاعات يتم الاعتماد على مشاهير الفيس بوك لاستقطابهم ضمن مؤسساتها بحيث يصبح

مجموع عدد اللايكات يتناسب طردياً مع أهمية السيرة الذاتية لمن سيحملون على عاتقهم التأثير في رأي الجمهور، بينما سيجد المراقب العام أن المحسوبيات مازالت منتشرة في التوظيف وهذا يشمل جميع المؤسسات بما فيها مؤسسات الصحف والمجلات، وهذا بدوره أثر على آلية الإعلام التقليدي من حيث فقد قدرته على التحليل الموضوعي والأساليب المهنية في نقل الخبر وجعله تابعاً للإعلام الجديد.

## الفصل الثالث

### نتائج البحث

**تمهيد:**

تحاول الدراسة في هذا الفصل الإجابة عن تساؤلات الدراسة على ضوء المعطيات التي تمّ الحصول عليها باستخدام استبيان مصمّم خصوصاً لهذا الغرض ومن ثمّ القيام بعد ذلك بتحليل إحصائيّ بسيطٍ لهذه المعطيات يعتمد بالدرجة الأولى على النسب المئوية والتكرارات العددية والتصنيفات التفاضلية تنازلياً من القيم الأكبر إلى القيم الأصغر، بالإضافة إلى استخدام وسائل الإيضاح الإحصائية من جداول ومخططات بيانية من أجل المزيد من تيسير قراءة نتائج هذه الدراسة. وفيما يلي عرضٌ للنتائج التي تدّعي الدراسة أنها تجيب عن التساؤلات التي طُرحت في مشكلة الدراسة سابقاً ضمن الإطار المنهجيّ لها.

**التساؤل الأول: هل هناك متابعةً من قبل الشباب الجامعيّ في جامعة غازي عنتاب – ممثلاً بعينة الاستطلاع – لوسائل الإعلام السوريّ التقليديّة (المطبوعة والمسموعة) بصفةٍ عامة؟**

وفقاً للنتائج التي تكشّفت بعد تفريغ وتحليل المعطيات نجد ما يلي:

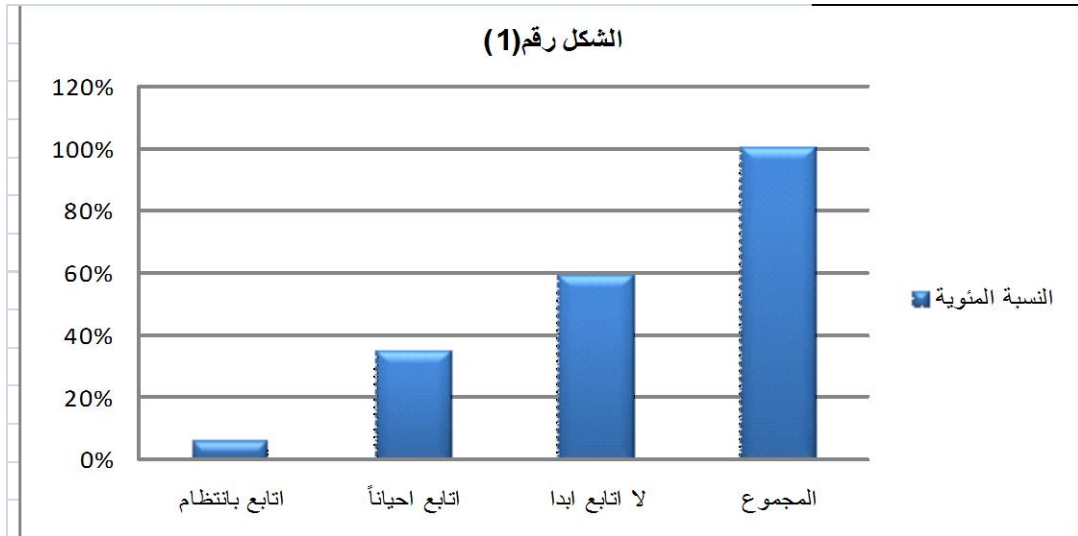
1. إن عدد الذين أجابوا عن السؤال المقابل لهذا التساؤل في الاستبيان هو 100 مبحوثٍ من أصل 550 من المجتمع الأصلي. أي إن جميع أفراد العينة العشوائية أجابت عن هذا السؤال.
2. تكرار المتابعين بانتظام لوسائل الإعلام السوريّ التقليديّ (مطبوع، مسموع) هو (6) مبحوثين من أصل (100) مبحوثٍ يمثلون حجم العينة الفعلي.
3. تكرار من يتابعون الإعلام السوريّ التقليديّ في مدينة غازي عنتاب، أحياناً بلغ على وجه التحديد (35) مبحوثاً من أصل العينة.
4. تكرار من لا يتابعون الإعلام السوريّ التقليديّ المطبوع والمسموع في مدينة غازي عنتاب والذي يستهدف جمهور السوريين فيها بلغ تحديداً (59) مبحوثاً من أصل عينة الدراسة والبالغة (100) مبحوثٍ مستهدفين من الدراسة. ويوضح الجدول رقم (6) تلك التكرارات مع النسب المئوية:

### الجدول رقم (6)

يوضح متابعة عينة البحث لوسائل الإعلام بحسب التساؤل الأول:

متابعة وسائل الاعلام التقليدي من قبل عينة البحث	التكرار	النسبة المئوية
اتابع بانتظام	6	6%
اتابع احياناً	35	35%
لا اتابع ابدا	59	59%
المجموع	100	100%

كما يوضح الشكل رقم (1) توزع العينة بيانياً بحسب متابعتها لوسائل الإعلام التقليديّ المطبوع "الصحف، المجلات"، والمسموع "محطات الراديو"، وذلك في مدينة غازي عنتاب والتي تخاطب السوريين المقيمين فيها.



متابعة الصحف (الجرائد) السورية الصادرة والموزعة في مدينة غازي عنتاب:

ساعد هذا القسم من استبيان الدراسة في الإجابة عن التساؤلين الثاني والثالث من تساؤلات الدراسة حيث تضمن هذا القسم سؤالين مرتبطين ببعضهما ويرتبطان بالسؤال الأول من ناحية التسلسل المنطقي للاستبيان كما سبق وتمت الإشارة إلى ذلك في منهجية البحث.

**التساؤل الثاني: هل هناك متابعة من قبل الشباب الجامعي في جامعة غازي عنتاب، ممثلاً بعينة الاستطلاع، للصحف السورية الصادرة والموزعة في مدينة غازي عنتاب؟**

كانت نتائج الإجابة عن هذا التساؤل بحسب الاستبيان المعتمد في الدراسة كما يلي:

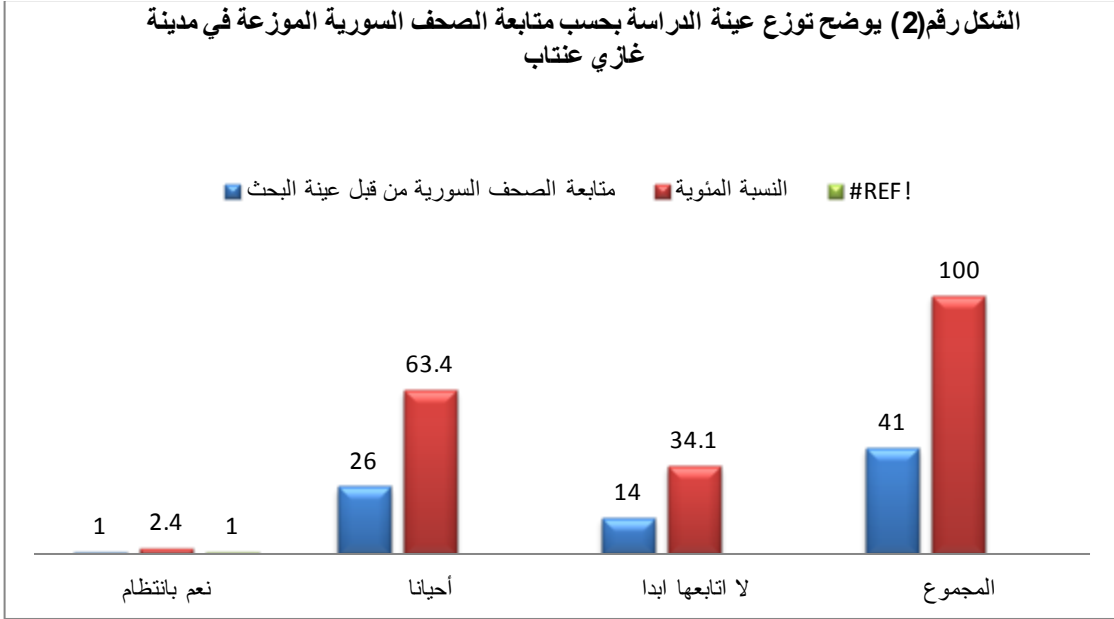
1. بلغ عدد الذين أجابوا عن سؤال الاستبيان المقابل لهذا التساؤل (41) مبحثاً أي ما نسبته 41% من حجم العينة المستهدفة بالدراسة. حيث أعفي كل من أجاب بـ لا عن السؤال الأول والخاص بمتابعة وسائل الإعلام التقليدي (المطبوع من صحف ومجلات والمسموع من محطات إذاعية).
2. إن تكرار المتابعين بانتظام للصحف السورية الموزعة والصادرة في مدينة غازي عنتاب بلغ مبحثاً واحداً من أصل 41 مبحثاً أجابوا عن هذا السؤال.
3. إن تكرار المتابعين أحياناً للصحف السورية الصادرة والموزعة في مدينة غازي عنتاب بلغ 26 مبحثاً من أصل 41 مبحثاً أجابوا عن السؤال.
4. إن تكرار من أجابوا بلا عن سؤال متابعة الصحف السورية الصادرة والموزعة في مدينة غازي عنتاب بلغ 14 مبحثاً من أصل 41 مبحثاً أجابوا عن هذا السؤال.

ويوضح الجدول رقم (7) التكرارات والنسب المئوية لنتائج السؤال الثاني بالنسبة إلى مجموع الذين أجابوا عن هذا السؤال والبالغ عددهم 41 مبحثاً.

#### الجدول رقم (7)

متابعة الصحف السورية من قبل عينة البحث	التكرار	النسبة المئوية
نعم بانتظام	1	2.4
أحيانا	26	63.4
لا اتابعها ابدا	14	34.1
المجموع	41	100

الشكل رقم (2) يوضح توزيع عينة الدراسة بحسب متابعة الصحف السورية الموزعة في مدينة غازي عنتاب



### التساؤل الثالث: في حال كانت هناك متابعة لهذه الصحف، ما هي الصحف الأكثر متابعة من قبل عينة الاستطلاع؟

للإجابة عن هذا التساؤل تمّ تصميم سؤال خاصّ في استبيان الاستطلاع تمّ فيه ذكر أسماء الصحف الموزعة والصادرة في مدينة غازي عنتاب (عنب بلدي، تمدن، كنا سوريون، صدى الشام، سورتنا، أخرى تذكر.....) وطلب من المبحوث أن يجيب عن السؤال من خلال شقين: الشق الأول: هل سمعت بهذه الصحيفة (الجريدة) من قبل وعليه أن يختار بين إجابتين (نعم سمعت، لا لم أسمع بها من قبل). وفي حال كانت الإجابة عن الشق الأول إيجابيةً (نعم سمعت) ننتقل إلى الشق الثاني الخاصّ بمتابعة ومطالعة هذه الصحيفة (الجريدة) وعلى المبحوث

أن يختار بين ثلاثة خيارات رئيسة هي: سمعت بها و(أتابعها بانتظام، أتابعها أحياناً، لا أتابعها). وبناء على ما سبق كانت النتائج كما يلي:

1. كانت نسبة الذين أجابوا عن هذا السؤال من عينة البحث هي 27% وفق التسلسل المنطقي للاستبيان ممن اختاروا (نعم أتابع بانتظام، ونعم أتابع أحياناً) على السؤال الثاني.

2. كانت الإجابات الخاصة بالشق الأول من السؤال الثاني على النحو الذي يوضحه الجدول رقم(8).

**الجدول رقم(8)**

اسم الصحيفة	التكرار		النسبة المئوية	
	سمعت بها	لم اسمع بها	سمعت بها	لم اسمع بها
عنب بلدي	17	10	62.9	37
تمدن	11	16	40.7	59.2
كلنا سوريون	15	12	55.5	44.4
صدى الشام	11	16	40.7	95.2
سوريتنا	15	12	55.5	44.4

فبحسب الجدول ذاته تصدّرت صحيفة عنب بلدي قائمة الصحف المسموع بها بنسبة 62.9% من أصل 27 شخصاً أجابوا عن هذا السؤال. وعند حساب النسب المئوية بالنسبة إلى العينة ككل والبالغة 100 مبحوث تكون النتائج كما يوضحها الجدول رقم(9).

**الجدول رقم(9)**

اسم الصحيفة	التكرار		النسبة المئوية	
	سمعت بها	لم اسمع بها	سمعت بها	لم اسمع بها
عنب بلدي	17	10	17.00	10.00
تمدن	11	16	11.00	16.00
كلنا سوريون	15	12	15.00	12.00
صدى الشام	11	16	11.00	16.00
سوريتنا	15	12	15.00	12.00





3. نلاحظ من الرسم البياني أن ترتيب الصحف من حيث معرفة المبحوثين بها كما يلي:

(1) عنب بلدي بنسبة 17% من حجم العينة ككل. ونسبة 62.9% ممن يحق لهم الإجابة عن السؤال الثالث منهم 22.2% سمعوا بها لكن لا يتابعونها. 25.9% يتابعونها أحياناً. و 14.8% يتابعونها بانتظام.

(2) كلنا سوريون وسوريتنا بنسبة 15% من حجم العينة ككل. ونسبة 55.5% ممن يحق لهم الإجابة عن السؤال الثالث منهم 11.1% لا يتابعونها. 40.7% يتابعونها أحياناً. و 3.7% يتابعونها بانتظام.

(3) صدى الشام وتمدن بنسبة 11% من حجم العينة ككل. ونسبة 40.7% ممن يحق لهم الإجابة عن السؤال الثالث. منهم 18.5% لا يتابعونها. 22.2% يتابعونها أحياناً. ولم تسجل أي حالة متابعة بانتظام لهاتين الصحيفتين.

4. ترتيب الصحف من حيث عدم معرفة المبحوثين، البالغ عددهم (27)، بها كان كما يلي:

(1) تمدن لم يسمع بها على الإطلاق 59.2% ممن يحق لهم الإجابة عن السؤال الثالث والبالغ عددهم 27 مبحوثاً.

- (2) صدى الشام لم يسمع بها على الإطلاق 59.2% ممن يحق لهم الإجابة عن السؤال الثالث والبالغ عددهم 27 مبحوثاً.
- (3) كلنا سوريون لم يسمع بها على الإطلاق 44.4% ممن يحق لهم الإجابة عن السؤال الثالث من الاستبيان.
- (4) عنب بلدي لم يسمع بها على الإطلاق 37% ممن يحق لهم الإجابة عن السؤال الثالث من الاستبيان.

التساؤل الرابع: هل هناك متابعة من قبل الشباب الجامعي في جامعة غازي عنتاب، ممثلاً بعينة الاستطلاع، للمجلات السورية الصادرة والموزعة في مدينة غازي عنتاب؟

كانت نتائج الإجابة عن هذا التساؤل بحسب الاستبيان المعتمد في الدراسة كما يلي:

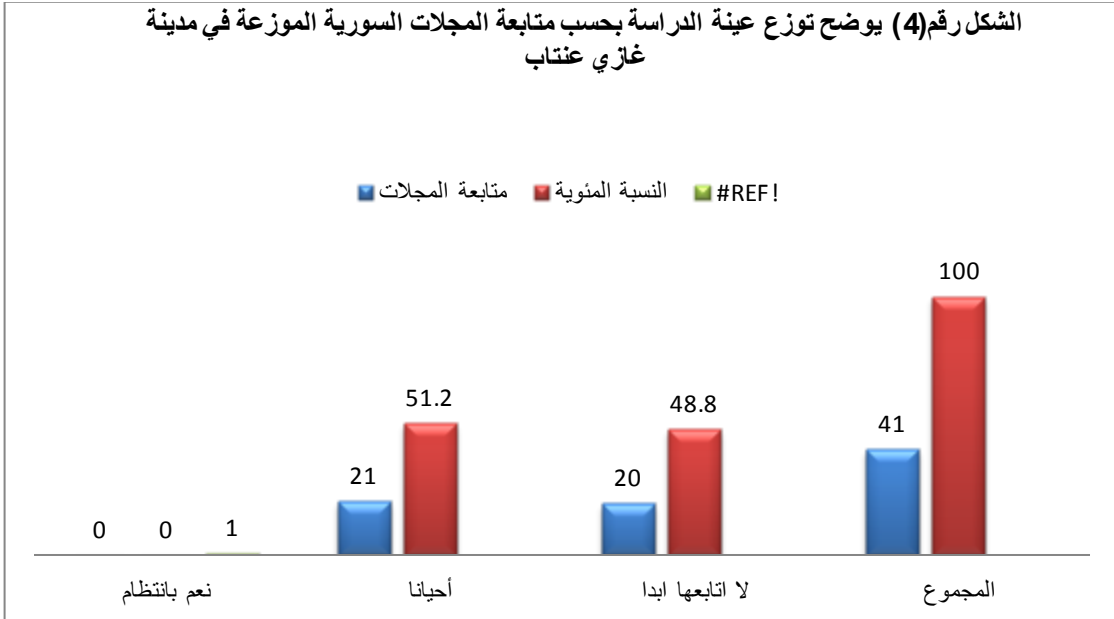
1. بلغ عدد الذين أجابوا عن سؤال الاستبيان المقابل لهذا التساؤل (41) مبحوثاً أي ما نسبته 41% من حجم العينة المستهدفة بالدراسة. حيث أعفي كل من أجاب بـ لا عن السؤال الأول والخاص بمتابعة وسائل الإعلام التقليدي (المطبوع من صحف ومجلات والمسموع من محطات إذاعية).
2. لم تسجل أي حالة متابعة بانتظام للمجلات الصادرة والموزعة في مدينة غازي عنتاب لدى عينة البحث.
3. تكرر المتابعين أحياناً للمجلات السورية الصادرة والموزعة في مدينة غازي عنتاب بلغ 21 مبحوثاً من أصل 41 مبحوثاً أجابوا عن السؤال الأول من الاستبانة.
4. تكرر من أجابوا بـ "لا" عن سؤال متابعة الصحف السورية الصادرة والموزعة في مدينة غازي عنتاب بلغ 20 مبحوثاً من أصل 41 مبحوثاً أجابوا عن هذا السؤال.

ويوضح الجدول رقم (10) التكرارات والنسب المئوية لنتائج السؤال الثاني بالنسبة إلى مجموع الذين أجابوا عن هذا السؤال والبالغ عددهم 41 مبحوثاً.

### الجدول رقم (10)

متابعة المجلات السورية من قبل عينة البحث	التكرار	النسبة المئوية
نعم بانتظام	0	-
أحياناً	21	51.2
لا أتابعها أبداً	20	48.8
المجموع	41	100

الشكل رقم (4) يوضح توزيع عينة الدراسة بحسب متابعة المجلات السورية الموزعة في مدينة غازي عنتاب



**التساؤل الخامس: في حال كانت هناك متابعة لهذه المجلات، ما هي المجلات**

**الأكثر متابعة من قبل عينة الاستطلاع؟**

للإجابة عن هذا التساؤل تمّ تصميم سؤالٍ خاصّ في استبيان الاستطلاع تمّ فيه ذكر أسماء المجلات الموزعة والصادرة في مدينة غازي عنتاب (**سيدة سوريا**، **ضوضاء**، **صور**، **حنطة**، **ياسمين سوريا**، **الحرمل**، **الغريال**، **كش ملك**، **زنزانة**، **مرآة**، **أخرى تذكر....**) وطلب من المبحوث أن يجيب عن السؤال من خلال شقين: الشقّ الأول: هل سمعت بهذه المجلة من قبل وعليه أن يختار بين إجابتين (نعم سمعت، لا لم أسمع بها من قبل). وفي حال كانت الإجابة عن الشقّ الأول

إيجابيةً (نعم سمعت) ننتقل إلى الشق الثاني الخاصّ بمتابعة ومطالعة هذه المجالات وعلى المبحوث هنا أن يختار بين ثلاثة خيارات رئيسة هي: سمعت بها و(أتابعها بانتظام، أتابعها أحياناً، لا أتابعها). وبناء على ما سبق كانت النتائج كما يلي:

1. كانت نسبة الذين أجابوا عن هذا السؤال من عينة البحث هي 21% وفق التسلسل المنطقي للاستبيان ممن اختاروا (نعم أتابع بانتظام، ونعم أتابع أحياناً) على السؤال الثاني.
2. كانت الإجابات الخاصة بالشق الأول من السؤال الثاني على النحو الذي يوضحه الجدول رقم (11).

### الجدول (11)

اسم المجلة	التكرار	
	سمعت بها	لم اسمع بها
حنطة	9	12
صور	9	12
كش ملك	9	12
الحرمل	8	13
الغريبال	8	13
زترانة	8	13
ضوضاء	7	14
مرآة	7	14
ياسمين سوريا	6	15
سيده سوريا	4	17

أعلى تكرار حصلت عليه المجالات من حيث معرفة المتابعين (بانتظام أو أحياناً) للإعلام السوري التقليدي كان 9 من أصل 21 مبحوثاً أجابوا عن هذا السؤال حيث كان من نصيب المجالات التالية (حنطة، صور، كش ملك)

3. كما نلاحظ من الجدول رقم (11) أيضاً ارتفاع نسبة المبحوثين الذين لم يسمعو قط بأسماء هذه المجالات مع أن إجابتهم عن السؤال الرابع تؤكد أنهم ممن يتابعون أحياناً المجالات السورية الصادرة والموزعة في مدينة غازي عنتاب:

(1) سيدة سوريا حصلت على أعلى تكرار من حيث عدم السماع باسمها من قبل نحو 17 مبحوثاً من أصل 21 مبحوثاً أي ما نسبته 80.9% ممن يحق لهم الإجابة عن هذا السؤال.

(2) أنت ياسمين سوريا بالمرتبة الثانية من حيث عدم سماع المبحوثين بها من قبل بتكرار قدره 15 مبحوثاً من أصل 21 مبحوثاً يتابعون أحياناً المجلات السورية.

(3) في حين تقاربت التكرارات بالنسبة لباقي المجلات ويمكن مراجعة الجدول رقم (11) بهذا الخصوص.

التساؤل السادس: هل هناك متابعة من قبل الشباب الجامعي في جامعة غازي عنتاب، ممثلاً بعينة الاستطلاع، للمحطات الإذاعية (الراديو) السورية التي تبث من/إلى مدينة غازي عنتاب؟

كانت نتائج الإجابة عن هذا التساؤل بحسب الاستبيان المعتمد في الدراسة كما يلي:

1. بلغ عدد الذين أجابوا عن سؤال الاستبيان المقابل لهذا التساؤل (41) مبحوثاً أي ما نسبته 41% من حجم العينة المستهدفة بالدراسة. حيث أعفي كل من أجاب بـ لا عن السؤال الأول والخاص بمتابعة وسائل الإعلام التقليدي (المطبوع من صحف ومجلات والمسموع من محطات إذاعية).

2. تكرار المتابعين بانتظام للمحطات الإذاعية السورية التي تبث إلى/من مدينة غازي عنتاب بلغ 3 مبحوثين من أصل 41 مبحوثاً أجابوا عن هذا السؤال.

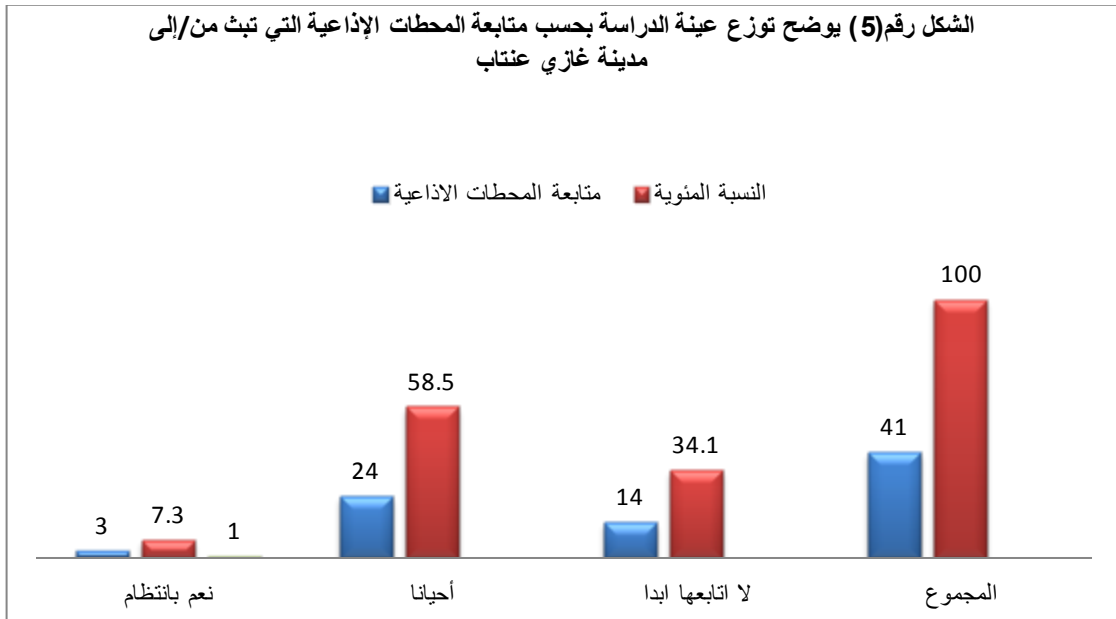
3. تكرار المتابعين أحياناً للمحطات الإذاعية السورية التي تبث إلى/من مدينة غازي عنتاب بلغ 24 مبحوثاً من أصل 41 مبحوثاً أجابوا عن السؤال.

4. تكرار من أجابوا بلا عن سؤال المحطات الإذاعية السورية التي تُبثّ إلى/من مدينة غازي عنتاب بلغ 14 مبحوثاً من أصل 41 مبحوثاً أجابوا عن هذا السؤال.

ويوضح الجدول رقم (12) التكرارات والنسب المئوية لنتائج السؤال الثاني بالنسبة إلى مجموع الذين أجابوا عن هذا السؤال والبالغ عددهم 41 مبحوثاً.

### الجدول رقم (12)

متابعة المحطات الإذاعية من قبل عينة البحث	التكرار	النسبة المئوية
نعم بانتظام	3	7.3
أحيانا	24	58.5
لا اتابعها ابدا	14	34.1
المجموع	41	100



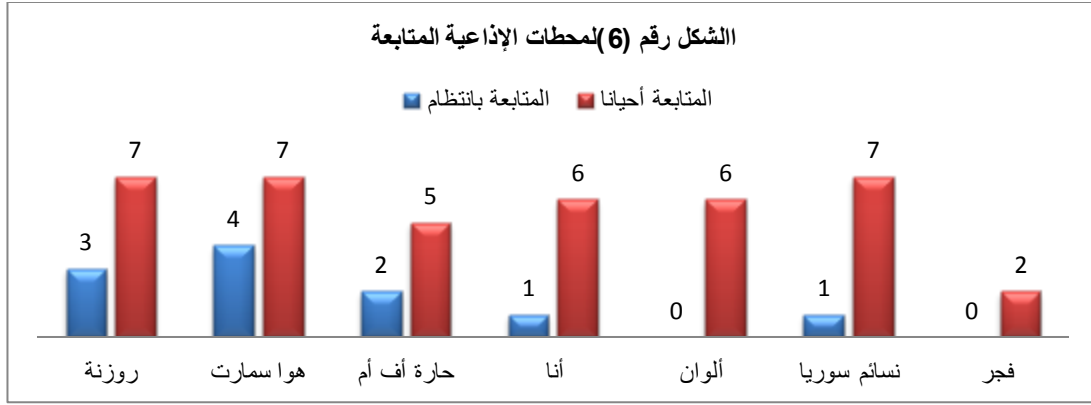
5. ويتضح من الجدول رقم (12) أن (27) مبحوثاً فقط من أفراد مجتمع البحث تتراوح متابعتهم للمحطات الإذاعية عموماً ما بين المتابعة بانتظام البالغة 3% بالنسبة إلى العينة ككل و7.3% بالنسبة للمعنيين بهذا السؤال ممن يحقّ لهم متابعة الإجابة عن أسئلة الاستبيان كما سبق وتمت الإشارة إلى

ذلك في منهجية الدراسة. وهذا يمهد للإجابة عن التساؤل السابع من تساؤلات الدراسة.

### التساؤل السابع: في حال كانت هناك متابعة للمحطات الإذاعية، ما هي المحطات الإذاعية الأكثر متابعة من قبل عينة الاستطلاع؟

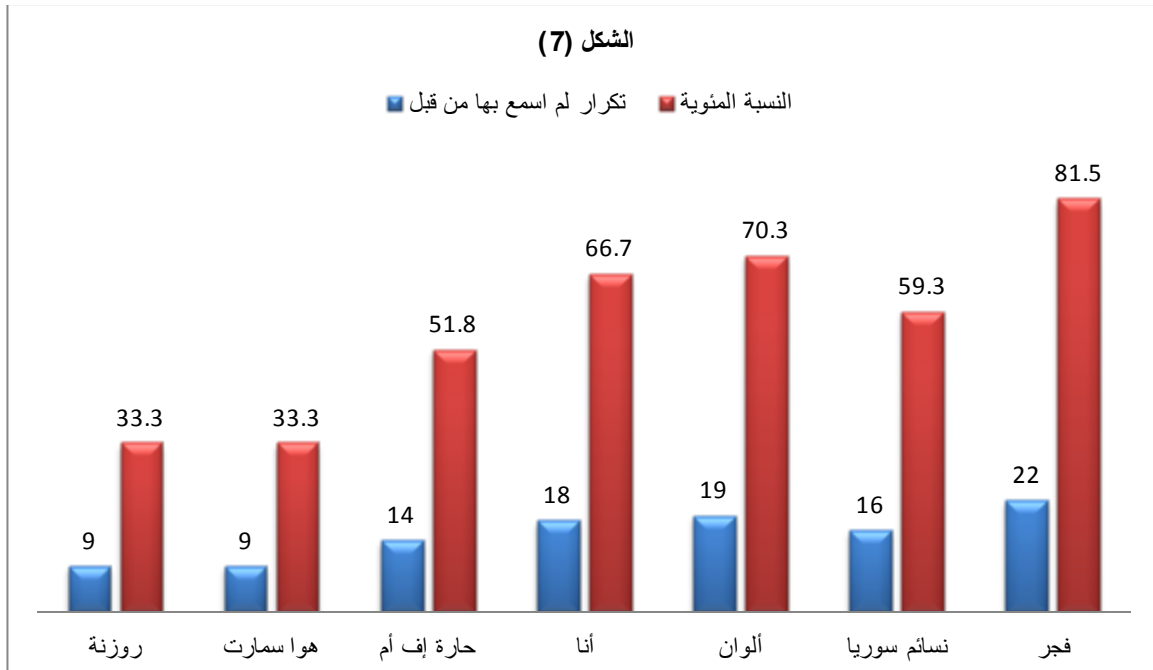
للإجابة عن هذا التساؤل تمّ تصميم سؤالٍ خاصٍّ في استبيان الاستطلاع تمّ فيه ذكر أسماء المحطات الإذاعية التي تبثُّ من/إلى مدينة غازي عنتاب (روزنة، هول سمارات، حارة إف أم، أنا، ألوان، نسائم سوريا، فجر، أخرى تذكر....) وطلب من المبحوث أن يجيب عن السؤال من خلال شقين: الشقّ الأول: هل سمعت بهذه المحطة من قبل وعليه أن يختار بين إجابتين ((نعم سمعت، لا لم أسمع بها من قبل)). وفي حال كانت الإجابة عن الشقّ الأول إيجابيةً (نعم سمعت) ننقل إلى الشقّ الثاني الخاصّ بمتابعة هذه المحطات وعلى المبحوث هنا أن يختار بين ثلاثة خياراتٍ رئيسة هي: سمعت بها و(أتابعها بانتظام، أتابعها أحياناً، لا أتابعها). وبناء على ما سبق كانت النتائج كما يلي:

4. كانت نسبة الذين أجابوا عن هذا السؤال من عينة البحث هي 27% بالنسبة إلى المجموع الكلي لعينة الدراسة هذا ينسجم مع التسلسل المنطقي للاستبيان ممّن اختاروا (نعم أتابع بانتظام، ونعم أتابع أحياناً) على السؤال الثاني.
5. ويوضح الشكل رقم (6) المحطات الإذاعية الأكثر متابعةً بالنسبة إلى المبحوثين الـ 27 الذين سبق وتمّت الإشارة إليهم سابقاً.



أعلى تكرار حصلت عليه المحطات الإذاعية من حيث المتابعة بانتظام من قبل المبحوثين الذين أجابوا عن هذا السؤال كان 4 فقط من أصل 27 مبحوثاً من نصيب محطة هوا سمارت.

6. ويوضح الشكل (7) تكرارات ونسب الذين لم يسمعوا على الإطلاق بالمحطات الإذاعية بين المبحوثين الذين يفترض فيهم أنهم يتابعون المحطات الإذاعية بانتظام أو أحياناً.



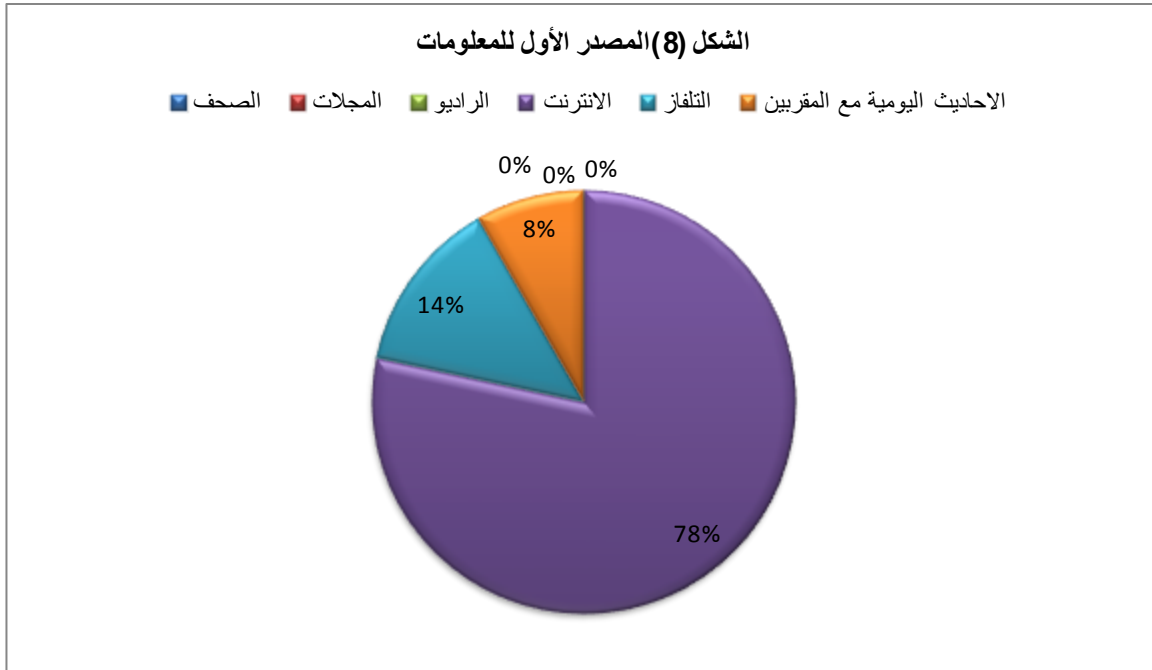


حيث بلغت نسبة الذين لم يسمعوا على الإطلاق بمحطة مثل فجر بالنسبة إلى من يتابعون المحطات الإذاعية بانتظامٍ أو أحياناً، وهي أعلى نسبة تليها محطة ألوان ثم محطة أنا...

### التساؤل الثامن والأخير من تساؤلات البحث: مع تنوع وسائل الإعلام وانتشارها بين التقليديّ والجديد، ما هي مصادر الخبر والمعلومة بالنسبة لعينة الاستطلاع؟

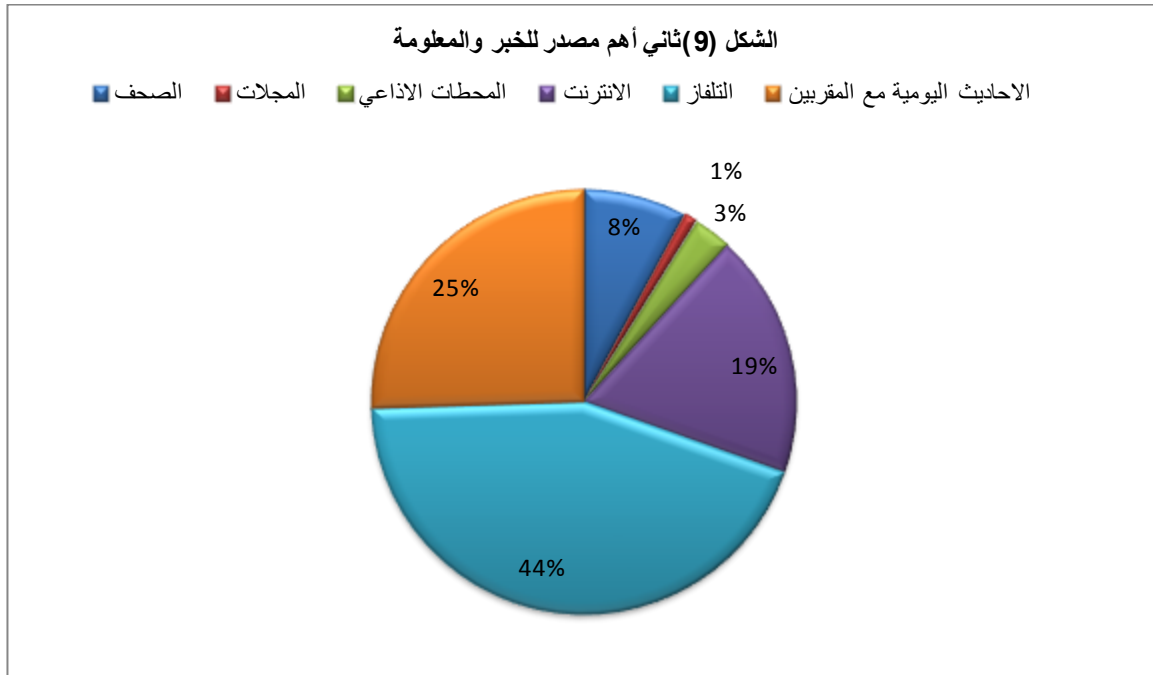
في محاولة الدراسة الإجابة عن هذا التساؤل تمّ التوجّه إلى عينة الدراسة بضرورة تحديد أهم ثلاثة مصادر للمعلومات والخبر بالنسبة إليهم حيث طلب من كلّ واحدٍ منهم ترتيب ثلاثة من الخيارات التالية (الصحف، المجالات، المحطات الإذاعية، التلفزيون، الإنترنت، الأحاديث اليومية مع المقربين، أخرى تذكر في حال وجد) بحسب أهميتها لديه كمصدرٍ للمعلومات. والإجابات عن هذا السؤال كانت كما يلي:

1) يوضح الشكل (8) ترتيب وسائل الإعلام من صحف ومجلات ومحطات إذاعية وتلفزيون وإنترنت وأحاديث يومية مع المقربين فيما يخصّ كونها مصدراً أول للمعلومات والخبر لدى أفراد العينة.



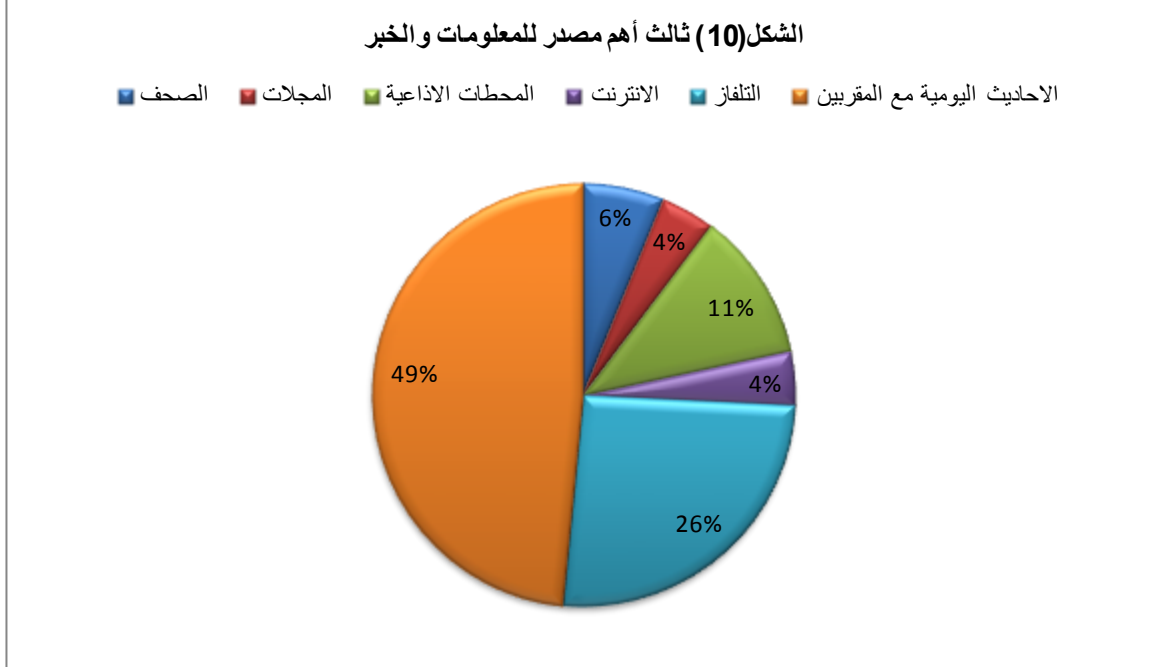
يتضح من الشكل السابق تصدر الإنترنت كمصدر أول للخبر والمعلومة لدى عينة الدراسة بنسبة 78%، يليه مباشرة التلفاز بنسبة 14% ومن ثمّ الأحاديث اليومية مع المقربين بنسبة 8%. في حين أن كلاً من الصحف والمجلات والإذاعية حصلت على قيم 0 من حيث كونها مصدراً أول للمعلومات والأخبار لدى عينة الدراسة.

(2) يوضح الشكل (9) ترتيب وسائل الإعلام من صحفٍ ومجلاتٍ ومحطات إذاعيةٍ وتلفزيون وإنترنت وأحاديث يومية مع المقربين فيما يخصّ كونها ثاني أهم مصدرٍ للمعلومات والخبر لدى أفراد العينة.



يتضح من الشكل (9) ما يلي: تصدر التلفاز كمصدرٍ ثانٍ للخبر والمعلومة بنسبة 44% من عينة الدراسة يليه مباشرة الأحاديث اليومية مع المقربين بنسبة 25% ثم الإنترنت بنسبة 19% ثم الصحف بنسبة 8% ثم المحطات الإذاعية بنسبة 3% وأخيراً المجلات بنسبة 1%.

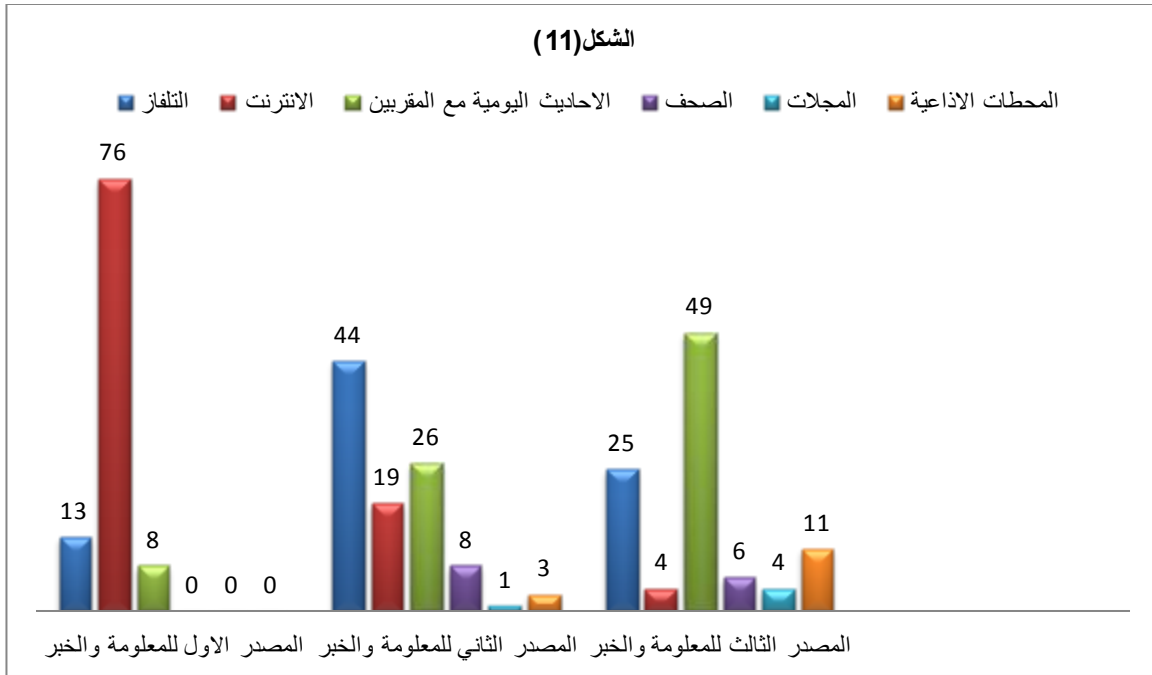
3) يوضح الشكل (10) ترتيب وسائل الإعلام من صحف ومجلات ومحطات إذاعية وتلفزيون وإنترنت وأحاديث يومية مع المقربين فيما يخص كونها ثالث أهم مصدر للمعلومات والخبر لدى أفراد العينة.



حيث يتضح من هذا الرسم البياني ما يلي: تصدر الأحاديث اليومية كتالث أهم مصدر للمعلومات بنسبة 49% يليها التلفاز بنسبة 26% ثم المحطات الإذاعية بنسبة 11% ثم الصحف بنسبة 6% ثم الإنترنت والمجلات بنسبة 4%.

وبناء على النتائج التي تم سردها سابقاً فيما يخص التساؤل الثامن يتضح ما يلي:

- تصدر الإنترنت كأهم مصدر للمعلومات والخبر لدى أفراد العينة بنسبة 76%.
- تصدر التلفاز كثاني أهم مصدر للمعلومات والخبر لدى أفراد العينة بنسبة 44%.
- تصدر الأحاديث اليومية مع المقربين كتالث أهم مصدر لدى أفراد العينة بنسبة 49%.
- لم تحصل أي من وسائل الإعلام المستهدفة بالدراسة على قيمة ذات اعتبار ضمن التصنيف السابق. كما يوضح ذلك الشكل (11):



## التقرير النهائي:

إن إعطاء حكم قيمة على ما يتم نشره وبثه ضمن وسائل الإعلام التقليديّة التي تتم متابعتها في مدينة غازي عنتاب يحتاج إلى بحثٍ مقارن يتم استخدام منهج تحليل المضمون فيه، ولكن ضمن بحثنا التمهيديّ والذي هو استطلاع عامّ حول مدى رواج وسائل الإعلام التقليديّة عند عينةٍ هي فئة الطلاب السوريين في جامعة عنتاب تبين لنا نحن فريق البحث من خلال المقابلات الشخصية مع المبحوثين أنه:

- ليس هناك ما يدعو للتفاؤل فيما يخصّ تطوّر العملية الإعلامية بشكل عامّ والإعلام التقليديّ بشكل خاصّ، بل وعلى العكس أظهرت نتائج الدراسة أن هنالك مسافةً كبيرةً بين الطالب وبين وسائل الإعلام التقليديّة والتي من المفترض أن مهمتها التأثير والتعبير الموضوعيّ عن رأي الجمهور.
- يلاحظ من نتائج البحث، عدم متابعةٍ لوسائل الإعلام المتواجدة في غازي عنتاب، والتي من المفترض أنها تمثل السوريين المعارضين، والمحسوبة على المعارضة كردّ على وسائل الإعلام التقليديّة التابعة للنظام. ففي الإجابة عن سؤالٍ أساسيٍّ شمل جميع أفراد عينة البحث، وهو: هل هناك متابعة من قبل الشباب الجامعيّ في جامعة غازي عنتاب - ممثلاً بعينة الاستطلاع - لوسائل الإعلام السوريّ التقليديّة (المطبوعة والمسموعة) بصفة عامّة؟ كانت أغلب إجابات الطلاب أنهم غير متابعين لهذه الوسائل التقليديّة حيث بلغت نسبتهم 59% من مجموع العينة الكلية، أي إن 59% لم يسمعوا شيئاً عن هذه الوسائل التي تمّ اختيار عشر مجلاتٍ رئيسيةٍ منها وخمس صحفٍ وست إذاعاتٍ، أما فيما يتعلق بمن أجاب عن استمارة البحث (أتابعها بانتظام أو أحياناً) فقد تجاوزت نسب الطلاب وعددهم 41 طالباً الذين لم يسمعوا بهذه الوسائل أكثر من النصف ويمكن مراجعة الجداول لمعرفة توزيع الإجابات بالنسبة لكل وسيلة. وهو ما يمثل مؤشراً خطيراً على عدم قدرة هذه الوسائل على كسب ثقة الشباب فيها. وكذلك على عدم قدرتها على تمثيل الهموم

والمشكلات المتعلقة بهم في بيئة لجوئهم الجديدة المليئة بالمشكلات والمصاعب.

- تقدم لنا نتائج البحث مؤشراً آخر خطيراً جداً على صعيد أهمية هذه الوسائل الإعلامية على كسب الثقة، واحتلالها مكاناً في تقديم المعلومة الموثوقة والتي تحفز على متابعتها، من خلال اعتبار خيار الأحاديث اليومية مصدراً أول للمعلومة من حيث الأهمية. فمن خلال الإجابة عن تساؤلٍ شمل جميع أفراد العينة وهو: مع تنوع وسائل الإعلام وانتشارها بين التقليدي والجديد، ما هي مصادر الخبر والمعلومة بالنسبة لعينة الاستطلاع؟ تبين أن خيار الأحاديث اليومية بين المقربين أخذ نسبة 8% من حيث كونه أول أهم مصدر للمعلومات و25% من حيث كونه ثاني أهم مصدر للمعلومات و49% من حيث كونه ثالث أهم مصدر للمعلومات، أي إن هذا الخيار تفوق على خيار الإعلام التقليدي من حيث كونه مصدراً للمعلومة بينما سجل الإعلام التقليدي نسبة 0% من حيث كونه أول مصدر للمعلومة ونسباً لا تؤخذ بعين الاعتبار من حيث كونه ثاني أو ثالث أهم مصدر.

- على الرغم من أن أغلب هذه الوسائل الإعلامية تقدّم بشكلٍ مجانيٍّ إلا أنه لا تتم متابعتها لأهميتها في تقديم الخبر ومواكبته، حيث إن 59% من العينة لم تسمع بهذه الوسائل، ولا تتابعها، بينما من سمع بها لم يتابعها بانتظام باستثناء نسبةٍ محدودة.

- نتمنى أن تكون نتائج هذا البحث الاستطلاعيّ حافزاً لدى وسائل الإعلام التقليديّة هذه لتكون مواكبةً لمشكلات السوريين، ومن ثمة تستعيد لياقتها كمصدر ثقةٍ في تقديم الأخبار وطرح المشكلات، والمساهمة في حلّها.

- يجب ألا ننسى أن وسائل الإعلام هذه قدّمت نفسها بديلاً من وسائل الإعلام التابعة للنظام السوريّ الذي يُعتبر غير محل ثقة بالنسبة للسوريين؛ لذا تقع عليها مسؤولياتٌ كبيرةٌ من حيث الثقة بها، ومن حيث تميّزها عن وسائل الإعلام التقليديّة التابعة للنظام السوريّ وهو ما تستطيع تحقيقه لحدّ الآن.

### ملاحظات حول استفسارات الطلاب:

ضمن أسئلة البيانات الشخصية مُنح الطالب فرصة إبداء ملاحظاته واستفساراته، وقد تبين لنا أن بعض الإجابات التي تخصُّ الوسائل المطبوعة كانت مفاجئةً من هذا العدد الهائل من المطبوعات، وأن أغلب من اختار جواب "أحياناً" في متابعة هذه الصحف والمجلات فسّر متابعته لها أنه كان يحصل على هذه المجلات والصحف من البقاليات بغية استخدامها من أجل مدّها تحت الطعام أو للتنظيف بينما يتساءل آخرون لماذا كل هذه الوسائل الإعلامية التي حتى لو قرر الطالب أن يتابعها فسوف يسأم منها لكثرتها والذي بدوره سيصعب المهمة عليه في اختيار الوسيلة التي تحاكي اتجاهاته، ويرى آخرون أن هذه المجلات والصحف والإذاعات ليست إلا حلقةً من حلقات الاستنزاق على كتف الثورة وأنها مشاريع وهميةٌ لا تشكل أي تأثير، إن كان على المستوى الآني ولا على المستوى الإستراتيجي. فيما يرى طلاب آخرون من العينة ذاتها أن هناك مشاريع حقيقية وملحةٌ يحتاجها السوريون أكثر من تأسيس إذاعةٍ هنا وافتتاح مجلةٍ هناك ولو كانت هذه الوسائل تعنى حقيقةً بشؤون السوريين لتّم حلُّ الكثير من المشكلات التي يعاني منها الطالب في جامعة غازي عنتاب والتي لا يعلم عنها أحدٌ لا حكومة مؤقتة ولا ائتلاف ولا منظمات مجتمعٍ مدنيٍّ ولا أي جهةٍ تدّعي أنها الناطق الرسميُّ باسم السوريين إن كان هنا أو في الداخل السوري، وقد توزّعت استفسارات طلابٍ آخرين بنسبة 2% من عدد الاستمارات حول آلية توزيع هذه المجلات والصحف وكيفية الحصول عليها.

## خاتمة:

مع تعدّد مصادر التمويل تعدّدت مصادر الخبر وتعدّدت الاتجاهات التي تحكم آلية تفكير العمل الإعلامي وأصبح السؤال ملحاً من أجل فهم مصلحة مصادر التمويل في هذه الملايين من الدولارات التي تدفع سنوياً من أجل صحفٍ ومجلاتٍ يخبرنا الواقع الميدانيّ المدروس بأنها بالكاد تنتشر بين الشريحة المثقفة القريبة من مصادر طباعتها وتوزيعها، وكذلك الإذاعات التي لا يبدو أن عدد مستمعيها يتجاوز عدد موظفيها لذلك فهذه الدراسة المسحية البسيطة ترى أنه لا بدّ من القيام بتوسيع عينة البحث من أجل الوصول إلى نتائجٍ شاملةٍ وأكثر دقة لفهم آلية عمل هذه الوسائل ومراقبة ما تنشره من موادّ إعلاميةٍ وما توجهه من رسائل، ولاسيّما أن هذا التراجع لوسائل الإعلام التقليدية هو لإعلامٍ متحرّرٍ من الرقابة الحكوميّة التي كانت مفروضةً من قبل النظام السوريّ على الإعلام التقليديّ، لذا لا بد من معرفة ما هي الهوامش الجديدة المفروضة على هذا الإعلام الممولّ من قبل المنظمات غير الحكوميّة، وغاية هذا كلّه الوقوف على الأسباب الحقيقية التي أدت إلى تراجع الإعلام التقليديّ وسيطرة الإعلام الجديد على مصادر المعلومات بالنسبة للمواطن السوريّ، ومن ثمّ تحديد توصيات واقتراحات قد تخدم الإعلام السوريّ التقليديّ للوصول إلى حلولٍ أنجع من أجل تحقيق الانتشار الإعلاميّ التقليديّ المطلوب بما يتناسب واتجاهات الرأي العام للشعب السوري ومن ثمة القدرة على التأثير الموضوعيّ والذي هو الرسالة الحقيقية للإعلام الحرّ المتحرّر من الأهواء والغايات الشخصية.





## الملحق رقم (1)

Num ( ) / / /

استمارة استطلاع رأي حول إقبال الطلبة السوريين في جامعة غازي عنتاب على وسائل الإعلام السوري التقليديّ المطبوع والمسموع.

"صحف، مجلات، محطات إذاعية"

والتي تتم متابعتها في مدينة غازي عنتاب

2015

عزيزي الطالب / عزيزتي الطالبة

تحية طيبة وبعد

أنا الباحث الميداني:..... أعمل في مركز دراسات الجمهورية الديمقراطية ونقوم بإجراء استطلاع رأي حول رواج وسائل الإعلام السوري التقليديّ " المطبوع والمسموع" لدى الشباب السوري الجامعيّ في مدينة غازي عنتاب. والمعلومات التي ستفضل بها / ستفضلين بها خلال هذه المقابلة ستستخدم لأغراض البحث العلميّ فقط وستراعى فيها أقصى درجات الخصوصية ولك ألا تجيب على الشقّ الخاصّ بالبيانات الشخصية.

شاكرين تعاونكم

ر.س	السؤال	الجواب		ملاحظات
1.	هل أنت من متابعي وسائل الإعلام السوريّ التقليديّ المطبوع والمسموع " جرايد، مجلات، محطات راديو" والتي تخاطب السوريين المقيمين في مدينة غازي عنتاب؟	نعم بانتظام	أحياناً لا	عند الإجابة ب (لا) ننتقل إلى السؤال 9 ومن ثمّ البيانات الشخصية ونهني المقابلة.

## متابعة الصحف " الجرايد":

2.	هل أنت من متابعي الصحف " الجرايد" السورية الصادرة الموزعة في مدينة غازي عنتاب؟	نعم بانتظام	أحياناً لا	عند الإجابة ب (لا) ننتقل إلى سؤال المجلات ويتم تجاهل سؤال التفضيل الخاص بالصحف " الجرايد"
----	--------------------------------------------------------------------------------	-------------	------------	-------------------------------------------------------------------------------------------

3.	سأذكر لك أسماء بعض الصحف " الجرايد" السورية الصادرة والموزعة في مدينة غازي عنتاب. وأودُّ أن أعرف ما يلي:			
ت.ص	اسم الصحيفة	سمعت بها و:		رتب الصحف " الجرايد" التي تتابعها بانتظام (( الخيار الأول)) من الأكثر أهمية قبل
		أتابعها بانتظام	أتابعها أحياناً لا أتابعها	



					ياسمين سوريا	5
					الحرمل	6
					الغريال	7
					كش ملك	8
					زنزانة (فشل سابقاً)	9
					مرآة	10
					أخرى تذكر	11

		6. كيف تحصل على هذه الصحف " الجرايد " والمجلات؟
	أ. بناءً على توصية منك	
	ب. تذهب إلى أماكن تعلم توافر هذه المطبوعات فيها	
	ت. بالمصادفة	
	ث. الإنترنت	
	ج. أخرى تذكر	

متابعة المحطات الإذاعية:

7.	هل أنت من متابعي المحطات الإذاعية (الراديو) التي تبث في مدينة غازي عنتاب	نعم بانتظام	أحياناً	لا	عند الإجابة ب (لا) ننتقل إلى البيانات الشخصية ونهي الاستبيان
----	--------------------------------------------------------------------------	-------------	---------	----	--------------------------------------------------------------

8.	سأذكر لك أسماء بعض المحطات الإذاعية السورية "الراديو" التي تبث في مدينة غازي عنتاب. وأود أن أعرف ما يلي:				
ت.م	اسم المحطة الإذاعية	سمعت بها و:			رتب المحطات الإذاعية التي تتابعها بانتظام ((الخيار الأول)) من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية بالنسبة لك
		أتابعها بانتظام	أتابعها أحياناً	لا أتابعها	
1	روزنة				
2	هوا سمارت				
3	حارة إف إم				
4	أنا				
5	ألوان				
6	أخرى تذكر				

9.	من فضلك رتب ثلاثة من مصادر المعلومات التالية: (1. الصحف " الجرايد" - 2. المجلات - 3. المحطات الإذاعية - 4. التلفاز - 5. الإنترنت - 6. الأحاديث اليومية مع المقربين - 7. أخرى تذكر:.....) في هذا الجدول من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية بالنسبة لك.
	المصدر الأول من حيث الأهمية.
	المصدر الثاني من حيث الأهمية.
	المصدر الثالث من حيث الأهمية.

## البيانات الشخصية:

10.	الجنس	أ. ذكر <input type="checkbox"/> ب. أنثى <input type="checkbox"/>
11.	الفئة العمرية	أ. (18-22) <input type="checkbox"/> ب. (23-27) <input type="checkbox"/> ت. (28-32) <input type="checkbox"/> ث. 33+ <input type="checkbox"/>
12.	الحالة الاجتماعية	أ. أعزب <input type="checkbox"/> ب. متزوج <input type="checkbox"/> ت. مطلق <input type="checkbox"/> ث. أرمل <input type="checkbox"/> ج. منفصل <input type="checkbox"/>
13.	الانتظام الدراسي	أ. متابع بانتظام دون انقطاع <input type="checkbox"/> ب. عودة بعد انقطاع <input type="checkbox"/> ج. أخرى تذكر <input type="checkbox"/> ..... في حال الانقطاع يرجى ذكر مدة الانقطاع وسببه:.....
14.	التخصص الدراسي العام	أ. علمي <input type="checkbox"/> ب. أدبي <input type="checkbox"/>

15.	الاختصاص.	
16.	السنة الدراسية	أ. سنة أولى <input type="checkbox"/> . ب. سنة ثانية <input type="checkbox"/> . ت. سنة ثالثة <input type="checkbox"/> . ث. سنة رابعة <input type="checkbox"/> . ج. سنة خامسة <input type="checkbox"/> . خ. دراسات عليا <input type="checkbox"/> . ح. سنة سادسة <input type="checkbox"/> .
17.	الحالة الوظيفية	أ. متفرغ للدراسة <input type="checkbox"/> . ب. عاطل عن العمل <input type="checkbox"/> . ت. أعمل بدوام جزئي <input type="checkbox"/> . ث. أعمل بدوام كامل <input type="checkbox"/> . ج. أخرى <input type="checkbox"/> . تذكر <input type="checkbox"/> .
18.	هل هناك أي استفسارات أخرى	أ. نعم. ما هي؟ ب. لا.
19.	درجة تعاون المبحوث. " يقدره الباحث "	أ. متعاون جداً <input type="checkbox"/> . ب. متعاون نوعاً ما <input type="checkbox"/> . ت. غير متعاون <input type="checkbox"/> .

اسم الباحث الميداني: