

دراسة بحثية للجمهور السوري

أيار ٢٠٢٣



الإختصارات:

المصحافة الحرة بلا حدود	FPU
مقابلات مع مزودي المعلومات	IDI
مقابلات مخبر رئيسي	KII
منظمة غير حكومية	NGO
وكالة التنمية الدولية السويدية	SIDA
قوات سوريا الديمقراطية	SDF
شمال سرق سوريا	NES
شمال غرب سوريا	NWS
جنوب ووسط سوريا	SCS

II	الاختصارات
III	قائمة المحتويات
١	١. ملخص تنفيذي
١	١.١. المنهجية
١	١.٢. النتائج الرئيسية
٣	١.٣. توصيات موجزة
٥	٢. خلفية عامة
٥	٢.١. خلفية المشروع
٨	٣. المنهجية وأخذ العينات
٨	٣.١. جمع البيانات
١٠	٣.١.١. مقابلات متعمقة عبر الانترنت (IDIs)
١٠	٣.١.٢. استبيانات الجمهور عبر الانترنت
١٠	٣.١.٣. أخذ العينات
١٢	٣.١.٤. مقابلات عميقة مع خبراء الاعلام
١٢	٤. القيود وخطط التخفيف
١٤	٥. النتائج
١٤	٥.١. السؤال البحثي الأول
١٤	٥.١.١. نتائج ما قبل الزلزال (٦ فبراير ٢٠٢٣)
١٨	٥.١.٢. نتائج ما بعد الزلزال (٦ فبراير ٢٠٢٣)

٢٣	٥,٢. السؤال البحثي الثاني.....
٢٣	٥,٢,١. مدى تلبية وسائل التواصل الاجتماعي للاحتياجات من المعلومات.....
٢٧	٥,٣. السؤال البحثي الثالث.....
٣١	٥,٤. السؤال البحثي الرابع.....
٣١	٥,٤,١. تمثيل الشباب.....
٣٤	٥,٤,٢. تمثيل المرأة.....
٤٠	٥,٥. السؤال البحثي الخامس.....
٤١	٥,٥,١. مستويات الثقة في وسائل الإعلام.....
٤٢	٥,٦. السؤال البحثي السادس.....
٤٤	٥,٧. السؤال البحثي السابع.....
٤٧	٥,٨. السؤال البحثي الثامن.....
٤٨	٦. التوصيات.....
٥١	٧. الاستنتاجات.....

١. ملخص تنفيذي

أجريت استطلاعات كمية على ١٢٠٠ مستجيب للاستفسار عن أنماط استهلاكهم ومشاركتهم للإعلام، واحتياجاتهم للأخبار، وتصوراتهم للإعلام المحلي والإقليمي والدولي، ومستويات الثقة وتصوراتهم لما هو الإعلام المستقل والأدوار التي يلعبها في حياتهم. وكان هناك تركيز أيضاً على الشباب السوري وكيف يرون تمثيلهم في الإعلام. بالإضافة إلى ذلك، قدمت المقابلات الأربعة فحصاً تفصيلياً لتصورات وسلوكيات المشاركين وتوقعاتهم للإعلام في سوريا. كما قدمت مقابلات مع المهنيين في الإعلام نظرة عن الوضع الإعلامي المتطور. تختلف منهجية هذا العام قليلاً عن الدراسة التي أجرتها Jouri في عام ٢٠٢٠، حيث جمعت أيضاً رؤى من اليوميات الإعلامية وعيادات المشاهدة (والمقصود بها جمع مشاهدين لاختبار محتوى اعلامي).

١,٢ . النتائج الرئيسية :

تشير النتائج الرئيسية إلى أن السوريين ما زالوا يعتمدون على وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات المراسلة الاجتماعية كقنوات رئيسية للوصول إلى الأخبار. يقدرون خصوصية تطبيقات المراسلة للتواصل مع الأصدقاء والعائلة، ويتحققون من مصداقية الأخبار مع الأصدقاء والعائلة ومصادر أخرى عبر هذه التطبيقات. في عام ٢٠٢٣، احتاج السوريون إلى محتوى أخبار حول القضايا المحلية والأخبار الاقتصادية وتحديثات حول الخدمات الأساسية، وكلها تختلف عن النتائج التي تم التوصل إليها في عام ٢٠٢٠.

أخبرنا المستجيبون أيضاً بأنهم يعطون الأولوية للأخبار العاجلة، ولديهم اعتمادات قليلة على الإذاعة أو الصحافة المطبوعة. وهم أيضاً بارعون في التعرف على

يهدف هذا التقرير البحثي حول الجمهور إلى تزويد «FPU» بأفكار عامة حول عادات استهلاك الإعلام لدى السوريين و احتياجاتهم للمعلومات و وجهات نظرهم ومواقفهم تجاهها. هذه الدراسة الثانية التي أكملتها «Jouri» بناءً على نتائج الدراسة التي أنجزتها في عام ٢٠٢٠. يفحص هذا التقرير الدور الذي يلعبه الإعلام المستقل في حياة السوريين اليومية، مع التركيز بشكل خاص على الشباب. تظهر البيانات وجهة نظر الشباب حول الإعلام الذي يتناولونه وكيف يرون تمثيلهم داخل المشهد الإعلامي السوري. وتهدف الدراسة بشكل خاص إلى فهم أفضل لتأثير الإعلام بجميع أشكاله - المحلي والوطني والدولي والحزبي والمستقل- على الجماهير السورية.

١,١ . المنهجية :

تم جمع البيانات في مارس ٢٠٢٣ في عشرة مواقع في شمال شرق سوريا NES، وشمال غرب سوريا NWS، وجنوب ووسط سوريا (SCS) للحصول على مجموعة متنوعة من وجهات النظر من مجموعات الجمهور السوري، مع التركيز على الأفراد ذوي الخلفيات الدينية والسياسية والعرقية والاجتماعية المختلفة، بالإضافة إلى الفروقات في العمر والجنس والتعليم. تم اختيار NES كمنطقة أولوية لهذه الدراسة، حيث تم إجراء نسبة أعلى من الاستبيانات والمقابلات المتعمقة والمقابلات مع المخبرين المحليين. تشمل مناطق التركيز مدن الحسكة والقامشلي ودير الزور. تم توصيل دراسة هذا العام بسياق زلزال بقوة ٧,٨ درجة في جنوب شرق تركيا وشمال سوريا والذي وقع في ٦ فبراير ٢٠٢٣.

حيث تعمل وسائل الإعلام لتحقيق أهدافها الخاصة أو تقديم وجهات نظر معينة. وهناك بعض الاهتمام بصحافة الحلول والصحافة المسؤولة والصحافة ذات النمط الطويل، ولكن هناك أيضًا بعض القلق بأن هذه النهج تتعارض مع الاهتمام الحالي بالأخبار السريعة. كما يوجد قلق بأن مثل هذه النهج يمكن أن تزيد التوترات لأن التحقيق في المسائل والأفعال الماضية يمكن أن يعيق المجتمعات عن التقدم إلى الأمام.

يعتبر الشباب أنفسهم غير ممثلين بشكل كافٍ في وسائل الإعلام السورية، ويقولون إنهم يشعرون بالتصنيف النمطي. وأفاد المقابلون بأنهم يرون الآن المزيد من النساء يمثلن في وسائل الإعلام السورية. ومع ذلك، لا يعتقد الشباب والإناث أن وسائل الإعلام التقليدية تغطي اهتماماتهم، في حين أن استخدامهم الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي يغطي اهتماماتهم بشكل أفضل من خلال هذه المنصات.

هناك بعض الأدلة على أن السوريين يمارسون "تجنب الأخبار" لأنهم منهكون من الأخبار السلبية والدعاية والأخبار الزائفة. وأضاف الزلزال في جنوب شرق تركيا وشمال سوريا إلى معاناة الناس الذين عانوا بالفعل من ١٢ عامًا من الحرب. استخدم السوريون وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات عن الزلزال، وقد قدروا التغطية الإخبارية التي لم تقسم البلد إلى مناطق متعارضة، وبدلاً من ذلك تركزت على القصة الإنسانية للأمم بأكملها. لاحظوا تفشي وسائل الإعلام الجديدة ووسائل التواصل الاجتماعي التي تغطي الزلزال، وفي الوقت نفسه لاحظوا أن العديد من هذه الوسائل الأحداث كانت أقل مصداقية. ومن المرجح أن يكون النقص في المصداقية المدركة مرتبط بارتفاع حجم التغطية

الإعلام المنحاز ويفضلون الأخبار من وسائل الإعلام المألوفة والموثوقة التي تخلو من التحيز السياسي. لديهم مستويات متوسطة من الثقة في معظم وسائل الإعلام المحلية والإقليمية والدولية، مع وجود فروقات قليلة بين الأكثر والأقل ثقة (فقط ١٠٪ من الفرق). يتمتع سكان الرقة بأحد أدنى مستويات الثقة بين مقدمي الإعلام. لدى السوريين مستويات متوسطة / مختلطة من الثقة في مجموعة واسعة من مصادر الأخبار والمعلومات عبر الإنترنت وخارجه، بما في ذلك الإعلام المستقل. وأفاد أكثر من ٧٤٪ من مستجبي الاستبيان بأنهم يثقون بالأخبار التي يتلقونها على وسائل التواصل الاجتماعي من الأصدقاء والعائلة. وهذه النتيجة متطابقة بالنسبة للذكور والإناث، مع وجود اتفاق عالي في الرأي.

أخبرنا مستجوبو الاستطلاع أنهم يرغبون أيضًا في أن يكون الإعلام المستقل خاليًا من تأثير الحكومة وأن يكون لديه القدرة على مناقشة أي موضوع يريدون. وعرف المقابلون الإعلام المستقل على أنه تلك الوسائل التي لا تميل إلى أي من أطراف الصراع، والتي تكون مستقلة ماليًا عن الأموال المسيّسة. وذلك الإعلام المرافق بالمصادر، والذي يُنشر بهدف الاستفادة منه في المجتمع، وليس لجذب الانتباه أو جمع المتابعين. إنه إعلام محايد يناقش المسائل من وجهات نظر مختلفة. وهو الإعلام المستقل الذي لا ينتمي لأي حزب سياسي أو ديني.

يعتقد السوريون أن الإعلام المستقل له دور هام يمكنه أن يلعبه في المجتمع ويمكن للإعلام أن يساعد في تجاوز الفروقات بين الأجيال. يُفهم الإعلام المستقل على نطاق واسع على أنه خالٍ من تأثير الحكومة وخالٍ من التحيز وحر في مناقشة أي موضوع. ومع ذلك، مازال يعتقد بعض الناس أنه لا يوجد شيء مثل الإعلام المستقل في سوريا،

١٣. توصيات موجزة:

• هناك العديد من التوصيات الناشئة استنادًا إلى بحث الجمهور لعام ٢٠٢٣. لقد انتقل السوريون إلى وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات المراسلة كقناة أساسية للوصول إلى المعلومات الإخبارية. كما أنهم يقدرّون الخصوصية التي يمكن أن توفرها لهم تطبيقات المراسلة. ومع ذلك، يعني هذا أنهم لا يذهبون مباشرة إلى أي مواقع أخبار وبالتالي قد لا يعرفون المصدر الفعلي لمحتوى الأخبار. يجب على وسائل الإعلام العمل على ضمان أن تكون قصصهم معروفة المصدر وتعود إلى وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بهم أو حساباتهم، وإنشاء محتوى يمكن مشاركته على أكثر منصات التواصل الاجتماعي والتطبيقات استخدامًا. يمكن لوسائل الإعلام الاستفادة من الميزات الفريدة لكل منصة من خلال تخصيص المحتوى لكل قناة. للاستفادة من الميزات الفريدة، قد تحتاج وسائل الإعلام إلى تطوير استراتيجيات المحتوى لكل منصة واستخدام تقويمات المحتوى لتقديم المحتوى في أفضل وقت لكل جمهور. في منطقة شمال شرق سوريا، ظهرت بعض التفضيلات للتلفزيون ومنصات الفيديو، مما يوحي بأن الوسائط البصرية يجب أن تشمل القصص.

• يجب على وسائل الإعلام التفكير في كيفية دمج التحقق من المصدقية في قصصهم والتفاعل مع الجمهور. يثق السوريون في المحتوى الذي يأتي من أصدقائهم وعائلاتهم. هناك فرص للتعليم الإعلامي والتفكير الناقد وتوصيات لما يمكن للجمهور القيام به للتحقق من المصدقية وتقليل انتشار الأخبار المضللة وعدم الدقة في شبكاتهم الاجتماعية.

• يجب على وسائل الإعلام التفكير في الطرق التي يمكن من خلالها تحقيق نفس الهدف النهائي للصحافة الطويلة

التي ينشئها المواطنون للزوال والتي لم تخضع للتحقق من مدى مصداقيتها. وهذا أدى إلى أن يفضل السوريون البقاء مخلصين لوسائل الإعلام المألوفة والموثوقة.

كان هناك اختلافات بين الأجناس والأعمار في استجابات الاستبيان والمقابلات، حيث يقول الشباب (تحت ٣٠ عامًا) إنهم لا يستهلكون تقريبًا أي أخبار تلفزيونية أو إذاعية أو على مواقع الإنترنت، مما يعكس انخفاض مشاركتهم في القنوات الإعلامية التقليدية. كما أفاد المقابلون بأن المشاركين الشباب يشعرون بأنهم يتم تصنيفهم بواسطة وسائل الإعلام، في حين يشعر المشاركون الإناث في كثير من الأحيان بالتجاهل. بالنسبة لمواضيع الأخبار، أفاد جميع المشاركين بأنهم يهتمون بأخبار الاقتصاد (أسعار الصرف) والتوظيف والهجرة. وأخبرنا المشاركون في الدراسة أنهم يختارون تطبيقات المراسلة لأنهم يعلمون أن العديد من أصدقائهم وعائلاتهم قد يكونون ذوي مستويات منخفضة من القراءة والكتابة، خصوصًا في العقد الأخير حيث غادر العديد من الناس المدرسة في وقت مبكر. يشعر الشباب بالإرهاق من الأخبار السيئة ولا يرغبون في قضاء وقت طويل في قراءة تحليلات مفصلة أو طويلة قد تركز على اللوم أو الصراع أو تزيد من التوترات بسبب الانقسامات السياسية العميقة بين المجتمعات.

تظهر الاستبيانات والمقابلات مع النساء اهتمامًا أكبر بالتلفزيون من الذكور، وأنهم يسعون إلى المزيد من التغطية الإعلامية للقضايا المهمة بالنسبة لهم. كما أنهم يستخدمون عدد أقل من منصات التواصل الاجتماعي وبشكل أقل بالمقارنة مع نظرائهم الذكور، ولكن العديد منهم يفيد باستخدام إنستغرام بشكل متكرر. إذا أرادت وسائل الإعلام الوصول إلى النساء، فعليها استخدام المنصات التي يفضلها النساء وتغطية المواضيع التي تهتم النساء.

• من المستحسن أن تكون الأبحاث المستقبلية أكثر تفصيلاً للطريقة التي يتفاعل بها السوريون مع منصات الوسائط الاجتماعية وتطبيقات المراسلة للحصول على الأخبار والمعلومات وإلى أي مدى يتم الثقة في المحتوى الذي يستهلكونه ويشاركونه من مصادر موثوقة. إذا تم تقييمها بأنها حساسة للسياق، فقد يتم اتباع تصميم إثنوغرافي (عربي-ثقافي) في هذا البحث، حيث يقضي الباحث وقتاً مع أعضاء الجمهور المختلفين لفهم كيفية تفاعلهم مع منصات الإعلام المختلفة، سواء الرقمية أو التقليدية، ولماذا يتفاعلون بهذه الطريقة.

• بشكل عام، نرى أن هناك تطوراً في مصالح السوريين وتعريفاتهم للإعلام المستقل. تُعتبر وسائل الإعلام المستقلة ذات قيمة عالية. هناك تقدير إيجابي متسق للإعلام المستقل ودعم لزيادة أهميته. سيكون من المهم التمييز بين منابر الإعلام المهتمة بمحتوى الأخبار المستقلة وبين الآخرين، وهناك فرص لمنابر الإعلام الذين لديهم اهتمام بخلق الانخراط والحوار وبناء السلام من خلال قنوات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم. جمع الزلزال السوريين معاً وتوقفوا عن التفكير في الثنائيات بين الحكومة والمعارضة. يمكن لأحداث أخرى أيضاً جمع السوريين معاً كشعب، وللإعلام دور في سرد القصة الوطنية التي تجمع الناس معاً مرة أخرى.

٢. خلفية عامة

رؤية FPU هي مساعدة تطوير المشهد الإعلامي المستقل من وجهة نظر شاملة وحسب الحاجة. تدعم FPU فكرة أن وسائل الإعلام والصحافة تلعب دوراً مهماً في توفير الأخبار والمعلومات الدقيقة والمستندة إلى

وصحافة الحلول من خلال عناصر الأخبار القصيرة ولكن على أساس أكثر تكراراً. قد تتطلب هذه الفرص تقديم قصص قصيرة بشكل منتظم تحدث بشكل متكرر والتي يمكن أن تضاف معاً لتكوين قصة طويلة تعتمد على حلول.

• يجب على وسائل الإعلام الاستمرار في التركيز على محتوى الأخبار عالي الجودة والموثوق والمحاييد الذي يعزز مستويات الثقة المبنية مسبقاً. تتمتع المنابر الإعلامية الأقدم بمزيد من الثقة من المنابر الجديدة.

• أفاد الشباب بأنهم يشعرون بالتهميش في المجتمع ولا يرون مصالحهم ممثلة في وسائل الإعلام التقليدية. يجب على وسائل الإعلام التفكير في الطرق التي يمكن من خلالها جذب الشباب وإشراكهم في القصص التي تلبى اهتماماتهم -الأخبار المحلية والأخبار الاقتصادية والتوظيف. كما استمعنا إلى أصوات النساء في المقابلات وردود الاستبيانات. يرغب أيضاً في المزيد من التمثيل في وسائل الإعلام والمعلومات التي تستجيب لاهتماماتهن في الترفيه والأزياء والثقافة.

• من حيث الدروس المنهجية المستفادة، لم تشمل بحوث هذا العام يوميات أو لوحات مشاهدة، ويجب على البحوث المستقبلية التفكير في طريقة أخرى لجمع تجارب السوريين العميقة في كيفية تفاعلهم مع وسائل الإعلام. واحدة من الطرق الممكنة هي إجراء مجموعات عرض سرية عبر الإنترنت حيث يتم عرض محتوى من مصدر مختلف على المشاركين ويتم مناقشة تفضيلاتهم وردود فعلهم. هذه الأنواع الإضافية من الأساليب تضيف دقة إلى النظرة المستمدة من سلوك الجماهير. استبدلت الاستبيانات عبر الإنترنت الاستبيانات والمقابلات الشخصية (وجهاً لوجه). وثبت أن هذه الطريقة عملية لجمع البيانات.

٢٠١. خلفية المشروع:

تعاقدت FPU مع شركة "جوري للأبحاث والاستشارات" لإجراء دراسة لجمهور مستهلكي وسائل الإعلام السوريين داخل سوريا. والهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو المساهمة في تلبية احتياجات السوريين للمعلومات من خلال تزويدهم بمعلومات دقيقة ومتوازنة وفي الوقت المناسب وذات صلة في إطار منظم وفعال ومهني للإعلام. ويتضمن ذلك تحديد أنماط استهلاك الإعلام واحتياجات المعلومات للجمهور السوري، لفهم الأثر الذي يحدثه الإعلام في جميع أشكاله على الجمهور السوري. تهدف الدراسة إلى تزويد FPU بتحليلات حول عادات استهلاك السوريين واحتياجاتهم للمعلومات وتصوراتهم ومواقفهم تجاه الإعلام الذي يستهلكونه. كما ستدرس الدراسة دور وسائل الإعلام المستقلة في حياة السوريين اليومية، مع التركيز بشكل خاص على الشباب. وستقيّم البيانات كيف ينظر الشباب إلى الإعلام الذي يستهلكونه وكيف يرون تمثيلهم داخل المشهد الإعلامي السوري. وعلى وجه الخصوص، تهدف الدراسة إلى فهم أفضل للأثر الذي يحدثه الإعلام في جميع أشكاله -المحلية والوطنية والدولية والحزبية والمستقلة -على الجمهور السوري.

يمكن لـ FPU وممثلي مانحيها وكذلك الجمعيات الإعلامية والمحرفين والصحفيين وآخرين من أصحاب المصالح ذات الصلة الاستفادة من هذه الدراسة من خلال الحصول على وجهات نظر حول تنوع مجموعات الجمهور في سوريا. ستساعد نتائج هذه الدراسة أيضًا في إبلاغ المنظمات الإعلامية المستقلة عن كيفية إدراك جمهورهم، والتي بدورها تتمكن FPU ومانحيها من تقييم نجاحها بشكل أفضل في دعم وتعزيز هذه المنابر الإعلامية المستقلة.

الحقائق للمتضررين من النزاع. وتقدم FPU الدعم المالي والمساعدة الفنية وأنواعاً أخرى من دعم تطوير الإعلام لمساعدة ودعم الصحفيين والمنابر الإعلامية والمؤسسات الإعلامية لتعزيز وتقديم الأخبار والمعلومات المستقلة.

يستند عمل FPU على مهمتها التي ترى أن جميع الأشخاص لديهم الحق في الحصول على معلومات غير متحيزة وموثوقة وفي الوقت المناسب. مما يتيح لهم تقييم ظروفهم المعيشية والتأثير عليها واتخاذ القرارات الصائبة. من خلال برنامجها "التماسك من خلال وسائل الإعلام المستقلة والشاملة" CIIM (٢٠٢١-٢٠٢٤)، تدعم FPU نهجاً شاملاً لمساعدة المنابر الإعلامية المستقلة والمؤسسات والمهنيين الفرديين والمنظمات المدنية والمبادرات المركزة على الشباب نحو المبادرات التي تركز على الحلول لتعزيز التماسك بين الجمهور السوري. سبق ذلك برنامج "الصحافة الأخلاقية لوسائل الإعلام السورية" EJSM الذي استمر لمدة خمس سنوات. يعمل CIIM مع الشركاء الاستراتيجيين لتشكيل هذه الشراكات تحت ثلاثة أهداف استراتيجية: تطوير آليات المساءلة الفعالة وتعزيز الصحافة الأخلاقية والعمل نحو حلول شاملة للمجتمع السوري.

تمثل وسائل الإعلام القوية والمستقلة في سياق الحرب وعدم الاستقرار، في معنى واحد، حصناً لا غنى عنه ضد الدعاية والمعلومات الخاطئة؛ وفي معنى آخر، تمثل جانباً من مظهر المجتمع الديمقراطي والسلمي. تعتبر هذه الدراسة البحثية الموجهة للجمهور مكوناً آخر من التزام FPU طويل الأمد بتطوير قطاع إعلامي مستقل وأخلاقي في سوريا، الذي يتيح بيئة تساعد على حرية التعبير وحرية الكلام، حيث تخدم وسائل الإعلام مصالح الجمهور وحيث يمكن للصحفيين وخبراء الإعلام العمل بشكل مهني وفعال دون خوف.

استندت الدراسة إلى الأسئلة البحثية التالية:

(١) تقييم أنماط استهلاك وتفضيلات الجمهور السوري لوسائل الإعلام (الوقت، الجهاز، التكرار، المكان، الشكل، المحتوى على الإنترنت وغيرها) ومع من يشاركون معلومات الأخبار قبل وبعد الزلزال في عام ٢٠٢٣، من أجل تتبع التغيرات في عادات الاستهلاك، والمنصات والقنوات التي يتم استخدامها، ومستويات التفاعل.

• ماهي التطبيقات المحمولة التي تم استخدامها لمشاركة الأخبار وما هي الطريقة المفضلة لمشاركة الأخبار حسب الفئة العمرية والجنس قبل الزلزال في عام ٢٠٢٣؟ وكيف تغير هذا بسبب الكارثة؟

• ما هي الشبكات التي يستخدمها الناس لمشاركة الأخبار وما هي وسيلة الإعلام المفضلة (أو غيرها من وسائل الاتصال غير الإلكترونية) للاستخدام أثناء مشاركة الأخبار حسب الفئة العمرية والجنس قبل الزلزال في عام ٢٠٢٣؟ وكيف تغير هذا بسبب الكارثة؟

• هل كان الناس أكثر تفاعلاً على وسائل التواصل الاجتماعي -أي مشاركة الأخبار والمعلومات- نتيجة للزلزال في عام ٢٠٢٣؟ هل من المرجح أن يستمر هذا أم أنهم سيعودون قريباً إلى الأنماط الاستهلاكية السابقة؟

(٢) ما هي احتياجات الجمهور السوري للأخبار والمعلومات؟

• ما هي الاحتياجات وأنماط الاستهلاك المحلية والإقليمية / الوطنية والدولية؟

• ما هي مصالح أحد أعضاء الجمهور الذي عادات استهلاكه للأخبار قليلة أو غير موجودة؟

• ما هي احتياجات الأخبار وأنماط الاستهلاك للشباب والنساء السوريين؟

• هل تغطي معلومات الأخبار التي تنقلها منصات التواصل الاجتماعي احتياجات الجمهور السوري للأخبار والمعلومات؟ وإلى أي مدى؟

(٣) كيف يفسر الجمهور السوري مصطلح «وسائل الإعلام المستقلة»؟

• هل يتعرف الجمهور السوري على المقالات المركزة على «الحلول» للمشكلات وهل يقدرونها ويأخذونها بعين الاعتبار، وهل يريدون تعلمها، ومشاركة هذا النوع من الإعلام؟

• هل حدث أي تغيير واضح هنا، نتيجة للزلزال في عام ٢٠٢٣؟

(٤) كيف يرون الشباب والنساء السوريون تمثيلهم في محتوى الأخبار الذي تنتجه وسائل الإعلام؟

(٥) ما هي مستويات الثقة التي يمتلكها الجمهور السوري في مجموعة متنوعة من مصادر الأخبار والمعلومات على الإنترنت وغيرها، بما في ذلك وسائل الإعلام المستقلة؟

• ما هي مواقف الجمهور السوري تجاه المحتوى الذي يعتبر منحازاً مقارنةً بالمحتوى الذي يعتبر أكثر توازناً؟

(٦) ما هو الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام المستقلة و / أو الحكومية في حياتهم اليومية، إن وجد؟

٧) كيف يرى الجمهور السوري أن «المحتوى الذي يعتمد على المساءلة» ساهم في مساعدتهم على التغلب على صعوبات حياتهم اليومية؟

٨) كيف ولأي مدى ساهمت وسائل الإعلام المستقلة في دعم التماسك والحوار وبناء السلام بين الجمهور السوري؟

سيكون المستخدمون المعنيين بالإجابات الخاصة بهذه الدراسة هم منظمات الإعلام ووسائل الإعلام بما في ذلك الصحفيين والمحررين وجمعيات الإعلام، وأصحاب المصالح الأخرى مثل المنظمات غير الحكومية والجهات المانحة التي تعمل مع وسائل الإعلام والمجتمع المدني في سوريا، و"FPU"، و"الوكالة السويدية للتنمية الدولية" (SIDA).

تعتزم الوحدة السويدية للعمل من أجل الحرية الإعلامية في المنطقة العربية استخدام هذه الدراسة لفهم الاتجاهات والظروف والاحتياجات، ودعم عمل منظمات الإعلام السورية، وتصميم برامج مستقبلية، وكذلك الاستفادة منها في الشراكة والتواصل مع المانحين وكتابة أوراق السياسات العامة.

٣. منهجية العمل وأخذ العينات

كان من المقرر إجراء بحث الجمهور في يناير وفبراير ٢٠٢٣ ولكنه تأجل حتى مارس ٢٠٢٣. وتم توسيع هذه الدراسة لتشمل تغطية وسائل الإعلام للكارثة التي حدثت في ٦ فبراير ٢٠٢٣، وهي الزلزال بقوة ٧,٨ درجة في جنوب شرق تركيا وشمال سوريا. وقد أدى ذلك إلى تعديل هذه

الدراسة لتشمل تجربة أعضاء الجمهور السوري لتغطية وسائل الإعلام للكارثة.

تم إجراء الدراسة في ١٠ مواقع مختلفة داخل سوريا للحصول على مجموعة متنوعة من وجهات النظر من مجموعات الجمهور السوري، مع التركيز على الأفراد ذوي الخلفيات الدينية والسياسية والعرقية والاجتماعية المختلفة، بالإضافة إلى الفروق في العمر والجنس والتعليم. وقد تم إجراء بعض التعديلات في مواقع البحث بسبب تأثير الزلزال.

من خلال دمج الأساليب الكمية والنوعية لجمع البيانات، تم تصميم هذه الدراسة باستخدام نهج الطريقة المختلطة وتم إجراء نوعين من جمع البيانات في ١٠ مواقع: المقابلات الرئيسية والاستبيانات. وقد أتاح النهج المختلط إمكانية التثليث (جمع الأدلة والاستنتاج منها).

من خلال جمع البيانات بين وجهات نظر وخبرات الخبراء في وسائل الإعلام وآراء أعضاء الجمهور الذين شاركوا في المقابلات، مع البيانات المجمعة من خلال الاستبيانات التي أجريت على الجمهور. بالإضافة إلى التثليث، قدمت المقابلات النوعية فهماً أعمق لسياق للإجابة على الأسئلة البحثية ذات الصلة، مثل فهم دور "المحتوى الذي يعتمد على المساءلة" في مساعدة السوريين على التغلب على صعوبات حياتهم اليومية.

الصراع المستمر قد قسم البلد إلى مناطق سيطرة محددة لعدة سنوات. وقد أدت الحدود الجغرافية الحالية إلى إنشاء واقع سياسي واقتصادي مختلف مع آثار على معايير العمل المهني لوسائل الإعلام وظروف العمل والسياسات (أو عدم وجودها) وحرية الصحافة والحريات المدنية

بشكل عام. وينقسم البلد إلى المناطق الجغرافية التالية من السيطرة:

شمال شرق سوريا

• تضم شمال شرق سوريا المنطقة التي كان يسيطر عليها سابقاً تنظيم داعش، وتشمل محافظات الرقة ودير الزور والحسكة. كان معظم الأراضي في شمال شرق سوريا تحت سيطرة تنظيم داعش حتى عام ٢٠١٧، وتسيطر قوات سوريا الديمقراطية الكردية (SDF) حالياً على هذه المحافظات، على الرغم من سيطرة قوات الحكومة السورية (GoS) والقوات المدعومة من تركيا (تحت السيطرة التركية بشكل فعال) على أجزاء أصغر منها. ويتم الوصول الإنساني الرئيسي إلى هذه المنطقة من خلال العمليات العابرة للحدود عبر أربيل في العراق.

• تبقى وجود تنظيم داعش في هذا الجزء من البلد، وفي ديسمبر ٢٠٢٢، قامت قوات سوريا الديمقراطية بإطلاق عملية "صاعقة الجزيرة" في ريف الحسكة والقامشلي عبر ٥٥ قرية ومزرعة للقضاء على خلايا نائمة لتنظيم داعش التي كانت تتشكل هناك.

شمال غرب سوريا

• يسيطر تحالف هيئة تحرير الشام (النصرة سابقاً) بشكل رئيسي على شمال غرب سوريا، بما في ذلك المناطق الشمالية من محافظة إدلب. ومن الجدير بالذكر أن إدلب هي واحدة من أصغر محافظات سوريا، والتي تم توسيعها بإضافة أراض جديدة من غرب حلب من قبل قوات المعارضة بعد أن تحولت الانتفاضة إلى نزاع.

وتتمتع المنطقة بموارد محدودة وتعاني من الإرهاق بسبب العدد الكبير من النازحين الداخليين.

وسط وجنوب سوريا

• مناطق وسط وجنوب سوريا، بما في ذلك دمشق والسويداء ودرعا، مازالو تحت سيطرة الحكومة حالياً باستثناء منطقة صغيرة في جنوب شرق البلاد التي يسيطر عليها مقاتلون معارضون بدعم من الولايات المتحدة ضد الحكومة.

• أدى تدفق النازحين الداخليين بشكل متكرر من المناطق المتضررة من النزاع إلى دمشق إلى تعرض بنية المدينة للإرهاق وزيادة حدة الاحتياجات الإنسانية.

٣,١. جمع البيانات

استخدم فريق البحث مجموعة متنوعة من الأساليب الكمية والنوعية للحصول على الرؤى.

٣,١,١. مقابلات عميقة

عبر الإنترنت (IDIs)

وفرت عينة إجمالية من ٤٠ مقابلة عميقة عبر الإنترنت دراسة تفصيلية لتصورات وسلوكيات المشاركين وتوقعاتهم حول وسائل الإعلام في سوريا. استخدمت طريقة الاختيار مقابلات توظيف قصيرة لضمان عينة تمثيلية.

٣,١,٢. استبيانات الجمهور على الإنترنت

أجرت جوري ١٢٠٠ استطلاعاً للجمهور في ١٠ مواقع. كانت طريقة الاستطلاع هو المقابلات شخصياً مع مدخل

جدول ١: ملخص تجميع الجنس والعمر لـ ٠٤ مقابلة عميقة

اناث					ذكور					الموقع
+٥١	٤٩-٤٠	٣٩-٣١	٣٠-٢١	٢٠-١٦	+٥١	٤٩-٤٠	٣٩-٣١	٣٠-٢١	٢٠-١٦	
1 تعليمهم متوسط أو أعلى وعمرهم أقل من ٢٥ سنة. 1 تعليمهم متوسط أو أعلى وعمرهم فوق ٢٥ سنة.					1 تعليمهم متوسط أو أعلى وعمرهم أقل من ٢٥ سنة. 1 تعليمهم أقل من المتوسط وعمرهم أقل من ٢٥ سنة.					حلب عدد المقابلات ٤
1 تعليمهم أقل من المتوسط وعمرهم أقل من ٢٥ سنة. 1 تعليمهم متوسط أو أعلى وعمرهم فوق ٢٥ سنة.					1 تعليمهم أقل من المتوسط وعمرهم أقل من ٢٥ سنة. 1 تعليمهم متوسط أو أعلى وعمرهم فوق ٢٥ سنة.					دمشق عدد المقابلات ٤
1 تعليمهم متوسط أو أعلى وعمرهم أقل من ٢٥ سنة. 1 تعليمهم متوسط أو أعلى وعمرهم فوق ٢٥ سنة.					1 تعليمهم متوسط أو أعلى وعمرهم أقل من ٢٥ سنة. 1 تعليمهم متوسط أو أعلى وعمرهم فوق ٢٥ سنة.					اللاذقية عدد المقابلات ٤
1 تعليمهم متوسط أو أعلى وعمرهم فوق ٢٥ سنة. 1 تعليمهم متوسط أو أعلى وعمرهم أقل من ٢٥ سنة.					1 تعليمهم متوسط أو أعلى وعمرهم فوق ٢٥ سنة. 1 تعليمهم أقل من المتوسط وعمرهم فوق ٢٥ سنة.					أدلب عدد المقابلات ٤
1 تعليمهم أقل من المتوسط وعمرهم أقل من ٢٥ سنة. 1 تعليمهم متوسط أو أعلى وعمرهم فوق ٢٥ سنة.					1 تعليمهم متوسط أو أعلى وعمرهم أقل من ٢٥ سنة. 1 تعليمهم متوسط أو أعلى وعمرهم فوق ٢٥ سنة.					السويداء عدد المقابلات ٤
1 تعليمهم متوسط أو أعلى وعمرهم أقل من ٢٥ سنة. 1 تعليمهم متوسط أو أعلى وعمرهم فوق ٢٥ سنة.					1 تعليمهم أقل من المتوسط وعمرهم فوق ٢٥ سنة. 1 تعليمهم متوسط أو أعلى وعمرهم أقل من ٢٥ سنة.					درعا عدد المقابلات ٤
1 تعليمهم متوسط أو أعلى وعمرهم أقل من ٢٥ سنة. 1 تعليمهم أقل من المتوسط وعمرهم أقل من ٢٥ سنة. 3 تعليمهم متوسط أو أعلى وعمرهم فوق ٢٥ سنة. ٣ تعليمهم أقل من المتوسط وعمرهم فوق ٢٥ سنة.					1 تعليمهم متوسط أو أعلى وعمرهم أقل من ٢٥ سنة. 1 تعليمهم أقل من المتوسط وعمرهم أقل من ٢٥ سنة. 5 تعليمهم متوسط أو أعلى وعمرهم أقل من ٢٥ سنة. 1 تعليمهم أقل من المتوسط وعمرهم فوق ٢٥ سنة.					شمال شرق سوريا منطقة التركيز عدد المقابلات ١٦
٢٠ =N					٢٠ =N					المجموع = ٤٠

البيانات الذي يدخل البيانات في أداة استطلاع الرأي الإلكترونية «كوبو». استهدف الاستطلاع الأشخاص في الفئات العمرية التالية: ١٦-٢٠، ٢١-٣٠، ٣١-٣٩، ٤٠-٤٩، ٥٠+، مع تقريباً ٤٠٪ من المستجيبين المستطلعين للرأي يتراوح أعمارهم بين (١٦-٢٤) عامًا.

٣,١,٣. أخذ العينات

تم الاعتماد على مجموعة متنوعة من أساليب أخذ العينات لإجراء المقابلات العميقة. تم اختيار مشاركي المقابلات العميقة من خلال مزيج من طريقتي عينة كرة الثلج بالإضافة إلى العينة المحصورة، لضمان مستوى من العمومية في النتائج. وتم توجيه فريق العمل الميداني لاختيار عينة متنوعة بناءً على العينة المتفق عليها، وقام كل عضو في فريق العمل الميداني باتخاذ قرار بشأن موقع البدء ومشاركة الأسس المنطقية مع الفريق الفني.

نظرًا لتأثير الزلزال الأخير ذي القوة ٧,٨ درجة في شمال غرب سوريا، تم إجراء بعض التعديلات على حجم العينات وكذلك مناطق التركيز في محافظتي إدلب وحلب. تم تخفيض حجم العينة لمنطقة شمال غرب سوريا بنسبة ٥٠٪، وتم تحويل المشاركين الإضافيين إلى مواقع أخرى كما هو موضح أدناه. علاوة على ذلك، تم تقييد المواقع المستهدفة داخل إدلب وحلب بالمناطق "الأكثر أمانًا" والتي لم تتأثر بشكل كبير بالزلزال، بما في ذلك وسط مدينة إدلب وعزاز وعفرين.

٣,١,٤. مقابلات عميقة

مع خبراء وسائل الإعلام

تم إجراء مقابلات مع المحترفين في وسائل الإعلام (MP)

تم اختيار نسبة من المحترفين في وسائل الإعلام MPs من قبل FPU)، وتم اختيار المحترفين في وسائل الإعلام بناءً على معرفتهم بقطاع الإعلام السوري، وتنوع خبراتهم وآرائهم، مع توزيع متساوٍ بين الذكور والإناث. وقد تم تجنيد خبراء من الشتات السوري باستخدام أسلوب عينة كرة الثلج (حيث كان بعضهم متاحًا ومستعدًا للمشاركة داخل المنطقة). تضمنت المقابلات عينة من المشاركين الذين شاركوا في الدراسة السابقة للجمهور. تم إجراء المقابلات نحو منتصف البحث، واستمرت المقابلات لمدة ساعة تقريبًا. ومن أصل ١٠ محترفين في وسائل الإعلام، تمت مقابلة ٥ بسبب الجدول الزمني والتوافر المحدود للخبراء في وسائل الإعلام المستهدفين. وتم اختيار المرشحين المؤهلين بشكل مسبق بالتنسيق مع الشركاء المحليين في إدلب.

شمل المتحدثون خبراء في وسائل الإعلام ممن لديهم خبرة مستمرة لا تقل عن ٧-١٠ سنوات في مجال الإعلام، وخمسة منهم على الأقل يعملون في سياق الإعلام السوري. وتضمن المتحدثون الصحفيين والمحررين والمعلقين و / أو المذيعين والذين يمتلكون معرفة متخصصة بمنابر الإعلام في المواقع المستهدفة، والذين نشروا بشكل واسع في الإعلام والسياق المحلي، و / أو ظهوروا على القنوات الإعلامية الدولية لمناقشة السياق السوري. وتم اختيار المشاركين من التوصيات التي قدمتها FPU.

٤. القيود وخطط التخفيف

واجهت الدراسة بعض القيود في الجدول الزمني لجمع البيانات. ولقد تغلبت جوري على هذه المسألة بزيادة عدد الموظفين في الميدان. ومع ذلك، واجهت الدراسة

جدول ٢: نسبة الذكور والإناث لكل مجموعة عمرية بالنسبة المئوية

Age					Gender	
من ١٦ إلى ٢٠ عاماً	من ٢١ إلى ٣٠ عاماً	من ٣١ إلى ٣٩ عاماً	من ٤٠ إلى ٤٩ عاماً	٥٠ عاماً وما فوق	ذكور	إناث
٣٤%	٢٧%	١٦%	١٢%	١١%	٥٣%	٤٧%

جدول ٣: مواقع الاستطلاع وأحجام العينات

الموقع	الجنس		المستوى التعليمي					العمر				
	المجموع	إناث	ذكور	مستويات تعليمية أعلى من الثانوية	الثانوية	مستويات تعليمية أقل من الثانوية	١٦-٢٠ عاماً	٢١-٣٠ عاماً	٣١-٣٩ عاماً	٤٠-٤٩ عاماً	٥٠ عاماً +	
حلب	١١٤	٦٢	٥٢	٧٦	٢٠	١٨	٣٠	٤٠	١٥	١٢	١٧	
الرقّة	١٤٠	٧٨	٦٢	٦٨	٣١	٤١	٤٩	٣٠	٢٥	٢٠	١٦	
دمشق	١٤٤	٦٢	٨٢	٢٣	٦٣	٥٨	٦٣	٣٥	١٥	١٩	١٢	
درعا	١١٤	٥٧	٥٧	٥٥	٤١	١٨	٤٢	٣٥	١٣	١٢	١٢	
دير الزور	٢١٩	٣٣	١٨٦	٧٩	٨٣	٥٧	٦٥	٤١	٦٥	٣٩	٩	
الحسكة	١٤٥	١٠٧	٣٨	٩٧	١٤	٣٤	٤٩	٤٩	١١	٢	٣٤	
إدلب	٦٢	٣٢	٣٠	٣٥	١٦	١١	١٨	١٦	١٢	١٠	٦	
اللاذقية	١١٨	٥٨	٦٠	٦٨	٣٨	١٢	٤٣	٢٨	١٦	١٤	١٧	
ريف دمشق	٢٦	١٩	٧	٦	١٣	٧	١٠	٥	٨	٣	٠	
السويداء	١١٨	٦٠	٥٨	٦٦	٤٥	٧	٤٢	٤٠	١٤	١٠	١٢	
المجموع	١٢٠٠	٥٦٨	٦٣٢	٥٧٣	٣٦٤	٢٦٣	٤١١	٣١٩	١٩٤	١٤١	١٣٥	

(خاصةً بين الفئات العمرية الأكبر) منخفضة بسبب الصعوبات المستمرة والسياق السياسي المتعلق بذلك. وقد ذكر فريق العمل التابع لجوري الغرض من البحث وأهمية مشاركتهم لضمان أن تكون النتائج والتوصيات مستندة إلى أصواتهم ومتناسبة مع السياق. وشارك جميع المستجيبين بشكل طوعي.

عدداً من القيود والتحديات وتم التعامل معها بالتشاور مع منسق المشروع. وهي كالتالي:

- أثرت اثنتا عشرة سنة من الحرب على غالبية المواطنين في جميع أنحاء البلاد وكانت مستويات الثقة في مشاريع البحث من قبل المشاركين الذين يعيشون في سوريا

عن طريق الحصول على ملاحظات عبر عرض النتائج الأولية للبحث في جلسة تعاونية عبر الإنترنت بحضور FPU وغيرها من الوسائط الإعلامية الرئيسية.

٥. النتائج

٥.١. السؤال البحثي الأول

السؤال البحثي الأول: تقييم أنماط وتفضيلات استهلاك وسائل الإعلام للجمهور السوري (الوقت، الجهاز، التكرار، الموقع، الشكل، المحتوى عبر الإنترنت وغيرها، وغيرها من المحتويات الغير متصلة بالإنترنت) ومع من يشاركون معلومات الأخبار، قبل وبعد زلزال عام ٢٠٢٣، من أجل تتبع التغييرات في عادات الاستهلاك، والمنصات والمخرجات المستخدمة، وكذلك مستويات التفاعل.»

٥.١.١. نتائج ما قبل الزلزال (٦ فبراير ٢٠٢٣)

تم استخدام البيانات المتعلقة بهذا السؤال البحثي من خلال إجراء مقابلات شخصية والاستبيانات. وقد أدى ازدياد امتلاك الهواتف الذكية واستخدامها خلال السنوات الأخيرة، إلى جانب عدم وجود مصدر ثابت للكهرباء، وعدم الثقة في وسائل الإعلام التقليدية الرسمية والحكومية (مثل التلفزيون)، إلى زيادة استخدام المنصات الرقمية من قبل السوريين للاطلاع على الأخبار. وبالفعل، يتفوق استخدام المنصات المحمولة للوصول إلى الأخبار على استخدام المنصات التلفزيونية والإذاعية. استخدام الإنترنت كمصدر للمعلومات، وبالتوازي مع وسائل التواصل الاجتماعي، أدى إلى ثقافة أكثر سلاسة

• تم تصميم المنهجية الأصلية قبل وقوع الزلزال، ولذلك فقد تم الحاجة إلى إجراء بعض التعديلات على العينة بحلول وقت جمع البيانات. تم تخفيض حجم العينة للمنطقة الأكثر تأثراً بالزلزال وهي شمال غرب سوريا بنسبة ٥٠٪، مع توجيه المشاركين الإضافيين إلى مواقع أخرى كما هو موضح في الجدول أعلاه. تم إجراء المقابلات والاستبيانات عبر الإنترنت نتيجة للزلزال.

• إجراء المقابلات الشخصية حول وسائل الإعلام المستقل حساس جداً في العديد من المناطق التي تم دراستها، ويمكن أن تضع الباحثين والمجيبين في خطر. تخفف المقابلات عبر الإنترنت من هذه المخاطر الأمنية على المجيبين، حيث تعتبر بديلاً أكثر أماناً لجمع البيانات. بالإضافة إلى ذلك، تأخذ المذكرات ووجهات نظر وآراء المقابليين وقتاً طويلاً ولا تعتبر ملائمة بشكل كامل لجمع البيانات في سياق يتسم بالتسييس والصراع. لذا اعتمد الفريق على المقابلات الشاملة التي توفر نفس النظرة والتحليل للبيانات.

• عدد من السوريين في المناطق المستهدفة هم عائدون أو يعيشون في مخيمات للأشخاص المشردين داخليا في سوريا في وقت جمع البيانات. وبسبب القدرات المحدودة للخدمات الأساسية مثل الكهرباء، لم يتمكن بعض المستجوبين من تقديم رؤى معلوماتية. تم التخفيف من هذه المشكلة عن طريق مضاعفة جهود توثيق البيانات على مستويات متعددة عبر الأساليب ومصادر البيانات.

• العدد المستهدف من المشاركين المتخصصين في وسائل الإعلام تم تحقيقه جزئياً. ويرجع ذلك بشكل كبير إلى توافر محدود للمتخصصين في وسائل الإعلام لإجراء المقابلات خلال فترة جمع البيانات. تم تخفيف هذا الأمر

الجدول ٤: كيف يحصل المشاركون على معلومات الأخبار من وسائل التواصل الاجتماعي

Row Labels	I check posts (videos/articles/audio) shared by friends on Facebook	I check news information written by friends in a publicly posted message on Facebook	I check posts of news outlets that I follow when they appear in my news feed on Facebook
16 to 20 years	44%	43%	35%
21 to 30 years	45%	29%	38%
31 to 39 years	35%	26%	34%
40 to 49 years	51%	34%	45%
50+ years	30%	35%	30%
Grand Total	42%	35%	36%
Female	34%	27%	34%
Male	49%	41%	38%
Grand Total	42%	35%	36%

يتعلق بكيفية الوصول إلى محتوى الأخبار عبر منصات التواصل الاجتماعي، فإن الطريقة الأكثر شيوعاً هي عن طريق التحقق من المحتوى (أي الفيديو والصوت والمقالات) كما يتم نشرها من قبل الأصدقاء على فيسبوك (٤٢٪)، تليها التحقق من منشورات وسائل الإعلام التي يتم متابعتها (٣٦٪) وتحقق من المعلومات الإخبارية التي كتبها الأصدقاء في رسائل عامة نشرت على فيسبوك (٣٥٪). ويتحقق الذكور (٤٩٪) بشكل أكبر من منشورات الأصدقاء المتعلقة بالأخبار على فيسبوك بالمقارنة بالإناث (٣٤٪)، في حين تتحقق الإناث (٤١٪) أكثر من الذكور (٢٧٪) من معلومات الأخبار التي تم نشرها من قبل الأصدقاء على فيسبوك بشكل عام.

في عادات الاستهلاك، حيث يتنقل السوريون بين مختلف المصادر ويستوعبون ويتفاعلون مع مجموعة متنوعة من الأصوات والآراء.

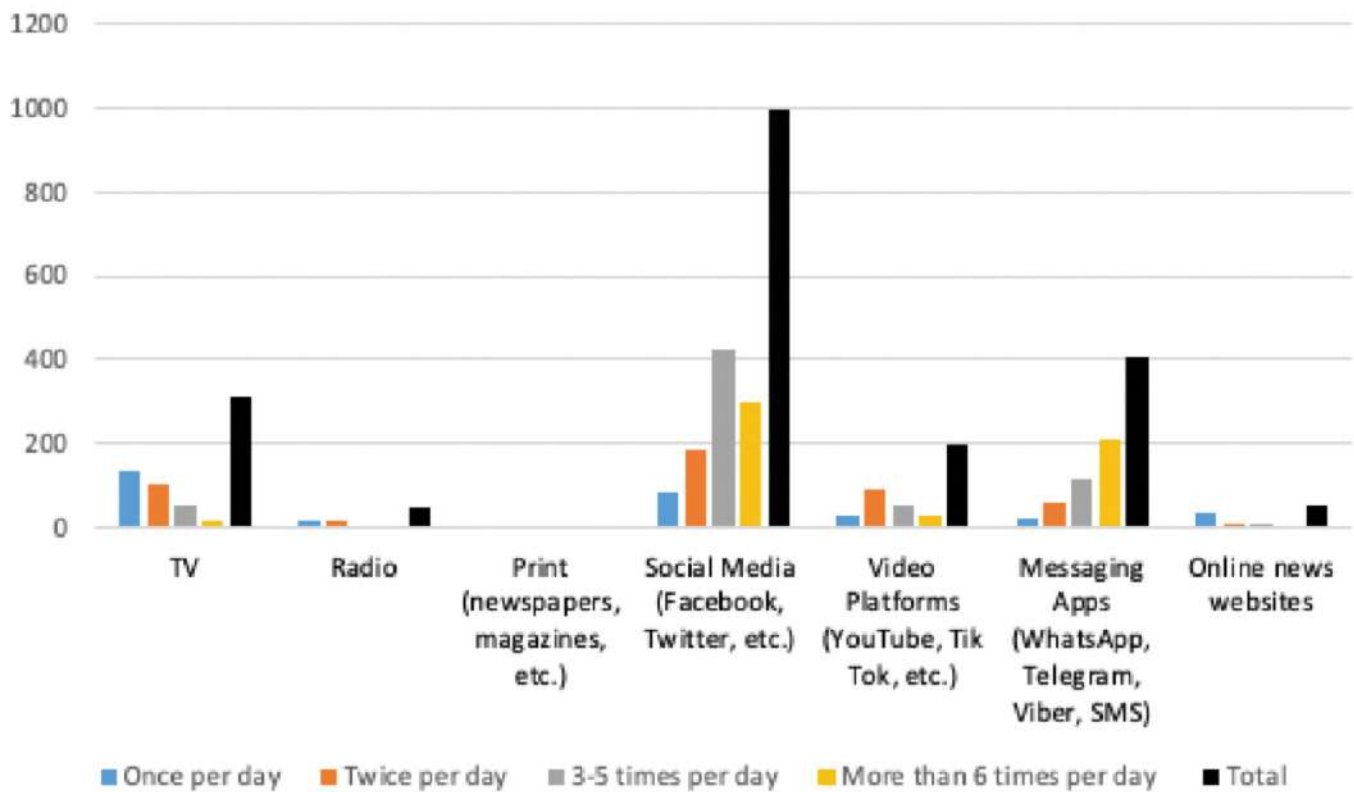
في الاستبيانات التي أجريت بعدها ١٢٠٠ استبيان، يستخدم الغالبية العظمى (٦٠٪) من المستجيبين منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك و تويتتر، أكثر من ثلاث مرات في اليوم للاطلاع على الأخبار. ويفضل الوصول إلى عناصر الأخبار عبر منصات التواصل الاجتماعي بسبب الاستخدام اليومي العرفي لهذه المنصات وبالتالي سهولة الوصول إلى الأخبار وكيفية مشاركة القصص مع العائلة والأصدقاء. وفيما

حيث يفضل غالبية واضحة من الرجال الحصول على الأخبار عبر تطبيقات المراسلة (٤٨٪ للرجال مقابل ١٩٪ للنساء)، ويفضلون بشكل أقل الوصول إلى الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي (٨٧٪ للرجال مقابل ٧٨٪ للنساء). وقدمت إجابات المقابلات الشخصية تأكيداً لهذه النتائج. أخبرنا المستجيبون أنهم يستخدمون هذه التطبيقات للتواصل بسهولة وأمان. وقال أحد الرجال من الرقة: "أفضل تطبيقات واتساب وفيسبوك لأنها تستخدم بشكل أكبر بين الجميع، وخاصة واتساب، حيث يمكنني التواصل مع الأشخاص الذين لا يستطيعون القراءة والكتابة، من خلال تسجيلات الصوت".

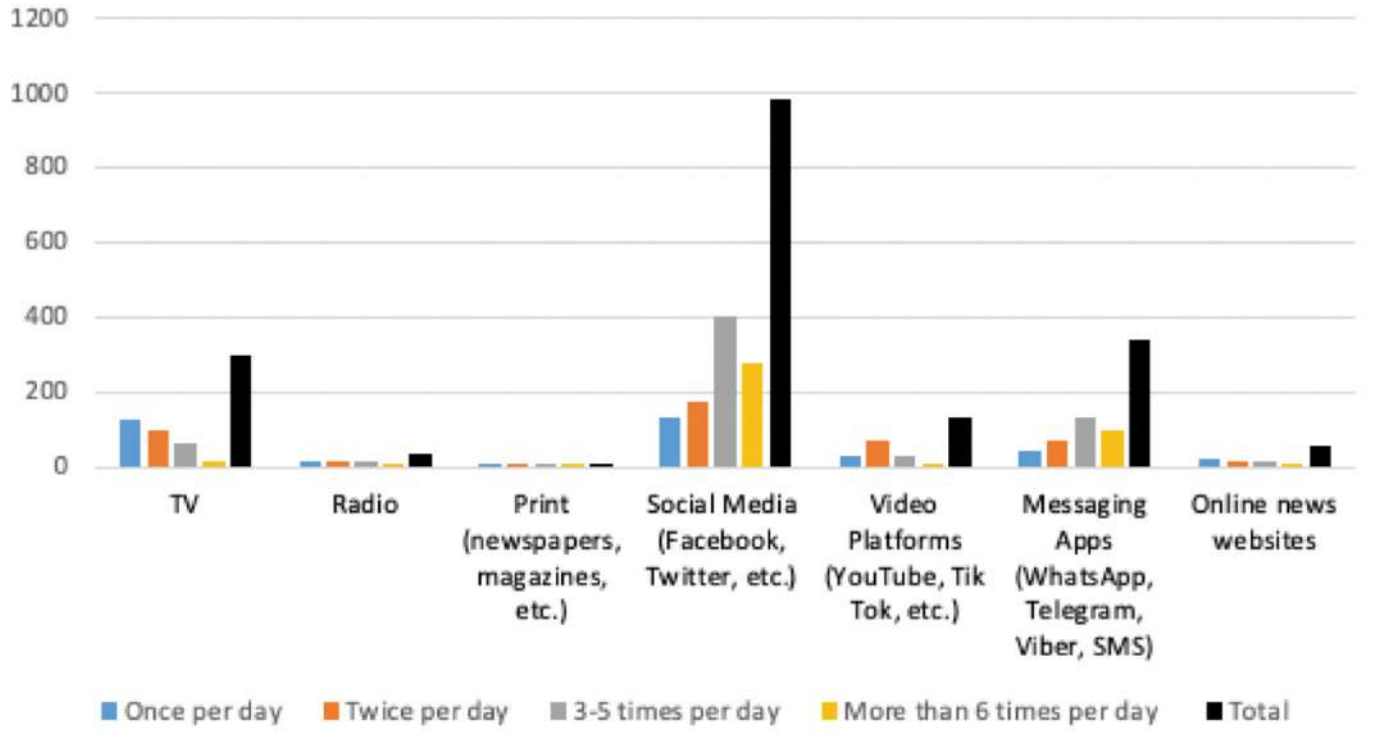
تم استخدام تطبيقات المراسلة مثل واتساب وتيليجرام وفاير والرسائل النصية كثاني أكثر استخداماً بنسبة ٢٧٪ من المستجيبين، وهي نسبة أعلى بين الشباب (٣٦٪) الذين يشاركون في الاستخدام ثلاث مرات أو أكثر في اليوم. ويمثل هذا تغييراً عن البحث الذي أجري عام ٢٠٢٠، حيث كانت تطبيقات المراسلة الأكثر استخداماً (٦٧٪) ووسائل التواصل الاجتماعي الثانية في الاستخدام (٥١٪). وتعمل كل من منصات التواصل الاجتماعي وتطبيقات المراسلة ليس فقط كوسيط للاستهلاك الإخباري، بل هي أيضاً وسيلة لمناقشة القصص الإخبارية بين الأصدقاء والعائلة. كما يوجد بعد جنسي في كلتا الوسيلتين،

الشكل ١. تكرار الوصول إلى محتوى الأخبار قبل (يسار) وبعده (يمين) الزلزال (N = ١٢٠٠).

Frequency of accessing news content (pre-earthquake)



Frequency of accessing news content (post-earthquake)



الحرسة (٦٣٪)، والاستخدام الأقل في إدلب (٢٪) والريف الدمشقي (٤٪) ودمشق (٨٪).

• أعلى استخدام لمنصات الفيديو للوصول إلى الأخبار في الحرسة (٤٣٪)، بفارق كبير.

منصات الفيديو مثل يوتيوب كانت ثالث أكثر المنصات استخدامًا بين المستخدمين المستطلعين، ولكن تستخدم الجماهير منصات الفيديو بشكل أقل بكثير، حيث يستخدم فقط نسبة قليلة (٧٪) من المستخدمين المنصة ثلاث مرات أو أكثر في اليوم. بشكل عام، يستخدم غالبية المستخدمين مزيجًا من المنصات والمصادر للوصول إلى الأخبار، حيث يوصل غالبية المستخدمين محتوى الأخبار عبر الهواتف الذكية بسبب معدلات

جغرافيًا، هناك بعض الأنماط المتميزة في الاستخدام الأعلى والأقل للمنصات في المناطق والمناطق التي تم استطلاعها:

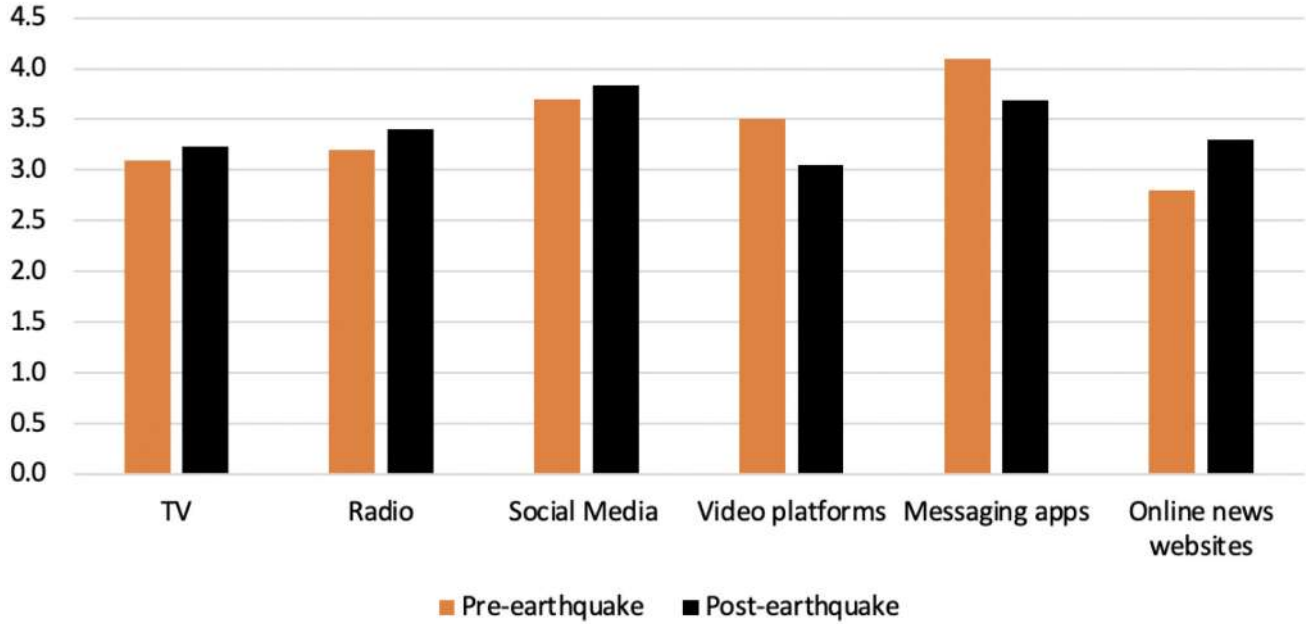
• أعلى استخدام لتطبيقات المراسلة للوصول إلى الأخبار في دير الزور (٦٨٪)، إدلب (٤٥٪) والرقعة (٤١٪)، بينما يعد الاستخدام الأقل في الريف الدمشقي (٠٪)، دمشق (٣٪) والحرسة (٩٪).

• أعلى استخدام لمنصات التواصل الاجتماعي للوصول إلى الأخبار في دمشق (٩٩٪)، الريف الدمشقي (٨٦٪) واللاذقية (٩٦٪)، بينما يعد الاستخدام الأقل في الحرسة (٥٣٪)، الرقعة (٧٤٪) ودير الزور (٧٨٪).

• أعلى استخدام للتلفزيون للوصول إلى الأخبار في

الشكل ٢: مستوى الحاجة المدركة للوصول إلى عناصر الأخبار عبر قنوات وسائل الإعلام المختلفة - قبل وبعد الزلزال. مفتاح التصنيف: مستوى عالٍ من الحاجة = ٥، مستوى منخفض من الحاجة = ٠. (N = ١٢٠٠).

Rating of level of need for news in daily life, across media channels - pre and post earthquake



بينما يتم تقدير محتوى الأخبار الذي يتم الوصول إليه عبر تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي لسرعته، إلا أن ذلك يأتي بجانب وعي بأن تعليقات المستخدمين الآخرين ستمثل مجموعة من الآراء والآراء التي قد لا تتطابق مع وجهة نظرهم الخاصة.

فيما يتعلق بتفضيلات الوصول إلى الأخبار "من المصدر" بدلاً من تزويدها عبر قنوات وسائل التواصل الاجتماعي، يفضل غالبية المستجيبين المستطلعين تلقي الأخبار من المصدر نفسه، حيث يعتبرون ذلك أقل تحريفاً (أي أقل تحيزاً)، وبالتالي أكثر مصداقية ودقة وحدثة. يفضل المستجيبون في دير الزور الحصول على الأخبار من المصدر لأنهم يعتقدون أن مزودي الأخبار الرسميين

ملكية الأجهزة العالية وسهولة الوصول إليها، وعدم الاعتماد على إمدادات الطاقة الكهربائية المستمرة (على عكس الأجهزة الأخرى مثل شاشات التلفزيون). يبدو أن أخبار التلفزيون أصبحت أقل شعبية، حيث يتم التحكم فيها بشكل كبير من قبل الحكومة وبالتالي يعتبرونها متحيزة بطبيعتها. بينما يتم فهم التحيز أيضاً في المحتوى الإخباري على وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أن هناك حذر يتعلق بأخبار التلفزيون بوصفها متحيزة ومبالغ فيها، مع وجود اتجاه لتضخيم القصص الإخبارية لجذب الانتباه. وقالت إحدى النساء من الحسكة إنها تفضل "تطبيقات الأخبار على الهاتف لأن الظروف الصعبة في البلاد جعلت التلفزيون جهازاً ثانوياً".

وقنوات وسائل التواصل الاجتماعي أكثر عرضة لتشويه الخبر ليعكس أجندتهم السياسية.

٢,١,٥. نتائج ما بعد الزلزال (٦ فبراير ٢٠٢٣)

لا يزال الاتجاه العام للوصول إلى الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي يهيمن، حيث ينظر إليه على أنه أكثر ثقلاً وأكثر احتمالاً لتوفير التحديثات الفورية، والتي يعتبرها مهمة في حالة وقوع زلزال كبير (أخبار الهزات الارتدادية، والاستجابة الطارئة وما إلى ذلك).

يتضح أن السوريين يعيشون ويتواصلون من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات المراسلة، في حين لم تعد وسائل الإعلام التقليدية مثل المطبوعات والراديو والتلفزيون هي السائدة. مع هذا الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات المراسلة، يتمكن السوريون من الوصول إلى الأخبار العاجلة من مصادر متعددة. تتراوح مصداقية هذه المصادر من تلك التي تتضمن تضليلاً متعمداً وتشويشاً، إلى الأخبار المحلية والوطنية والإقليمية والدولية. قليلون جداً من الأشخاص من الذين يتصفحون مباشرة مواقع الأخبار، وبدلاً من ذلك يتم الوصول إلى محتوى الأخبار عن طريق المحتوى المشارك على فيسبوك و إنستجرام و واتساب.

بينما تهيمن وسائل التواصل الاجتماعي على استهلاك الإعلام من قبل السوريين، فإن هناك مجموعة من الاختلافات في الاستخدام تتراوح بين ٧٤٪ في مدينة الرقة إلى ٩٩٪ في دمشق. يعتبر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أعلى قليلاً بين الذكور ($M = 0/3,9$) منه بين الإناث ($M = 0/3,0$). في جميع الفئات العمرية، يعتبر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أعلى مع الأشخاص دون سن العشرين، ولكنه يتساوى بشكلٍ نسبي عبر الفئات العمرية الأخرى الأربعة.

تعتبر تطبيقات المراسلة أيضاً وسيلة شائعة للسوريين للوصول إلى محتوى الإعلام، حيث تم تصنيفها بمعدل

بشكل عام، لا تظهر النتائج أي تغييرات كبيرة في الأجهزة وقنوات الإعلام التي يستخدمها المستجيبون في الفترة التي سبقت الزلزال المدمر في ٦ فبراير ٢٠٢٣ وبعده، مع استمرار عمومي لنفس الأنماط الموصوفة بالفعل (الشكل ١).

هناك أيضاً انخفاض طفيف ولكن ملموس في مستوى الحاجة المدركة للوصول إلى محتوى الأخبار عبر مختلف منصات الفيديو وتطبيقات المراسلة، للجماهير في جمع البيانات قبل وبعد الزلزال (الشكل ٢)، وزيادة في الحاجة للأخبار عبر القنوات الإعلامية التقليدية (الطبعة، التلفزيون، الراديو). هناك أيضاً زيادة في الحاجة المدركة للأخبار المحصلة عبر الإنترنت من خلال مواقع الأخبار، ربما يرتبط ذلك بالسوريين الذين يبحثون عن محتوى موثوق وحديث يمكن الوصول إليه بسهولة عندما يحتاجون إليه، سواء في النهار أو في الليل. وقال لنا المشاركون في المقابلات الشخصية: "تحمل مواقع الأخبار المزيد من المصداقية، وفي بعض الأحيان تكون أسرع في تقديم الأخبار".

فيما يتعلق بعادات استهلاك الأخبار قبل وبعد الزلزال، هناك توازن مماثل (مثلما كانت قبل الزلزال) بين أولئك الذين يفضلون الوصول إلى الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي بسبب انطباع السرعة في التقارير، وأولئك الذين يختارون التغطية التلفزيونية التقليدية.

الجدول ٥: استخدام وسائل الإعلام للوصول إلى محتوى الأخبار، حسب الموقع (N = ١,٢٠٠).

الموقع	التلفزيون	الراديو	الوسائل المطبوعة	وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، الخ)	منصات الفيديو (يوتيوب، تيك توك، الخ)	تطبيقات المراسلة (واتساب، تيليجرام، فايبر، الرسائل القصيرة)	مواقع إخبارية على الانترنت
حلب	٣٣٪	٣٪	٠٪	٩٢٪	١١٪	٢٧٪	٢٪
الرقية	٣٢٪	٠٪	١٪	٧٤٪	١١٪	٤١٪	٢٪
دمشق	٨٪	٩٪	٠٪	٩٩٪	٥٪	٣٪	٣٪
درعا	٢١٪	٣٪	٠٪	٨٠٪	١١٪	٥٢٪	٩٪
دير الزور	٢٢٪	٢٪	١٪	٧٨٪	٤٣٪	٦٨٪	٤٪
الحسكة	٦٣٪	١٪	٠٪	٥٣٪	٨٪	٩٪	٢٪
إدلب	٢٪	٢٪	٠٪	٩٥٪	٨٪	٤٥٪	٠٪
اللاذقية	١٦٪	٥٪	٠٪	٩٦٪	١٩٪	٢٢٪	٢٪
ريف دمشق	٤٪	١٢٪	٠٪	٩٦٪	٠٪	٠٪	٠٪
السويداء	٢٦٪	١٠٪	٢٪	٩٣٪	١٦٪	٣٦٪	١٩٪
متوسط	٢٦٪	٤٪	٠٪	٨٣٪	١٧٪	٣٤٪	٥٪

والسويداء. أفاد أكثر من ٧٧٪ من المشاركين في الدراسة بأنهم يشاهدون أخبار التلفزيون مرة أو مرتين في اليوم، وعمومًا يكون الجمهور الذي يشاهد التلفزيون أكبر سنًا (+٤٠). يتمتع الراديو بجمهور أصغر، حيث إن الغالبية العظمى من المستمعين يتراوح أعمارهم بين ٤٠ عامًا وأكثر. يستمع حوالي ٨٢٪ من العينة إلى الراديو مرة أو مرتين في اليوم، ربما عند القيادة. لم يتم تحديد الراديو كمنصة إعلامية 'مطلوبة'، وعندما كان الراديو منصة 'مطلوبة'، فإن المستجيبين كانوا عمومًا من الذكور وبعمر +٤٠.

لا يتم استهلاك وسائل الإعلام المطبوعة بانتظام وعندما يحدث ذلك، يكون الجمهور المستهدف عادة من الذكور وبعمر ٤٠ عامًا. وهي أقل وسيلة إعلامية مطلوبة.

أعلى كحاجة من وسائل التواصل الاجتماعي. تحظى دير الزور بارتفاع استخدام تطبيقات المراسلة (٦٨٪). يشير الأشخاص في الفئة العمرية بين ٣١ و ٣٩ عامًا إلى أنهم يحتاجون إلى تطبيقات المراسلة بشكل أكبر، في حين يشير الأشخاص الذين تزيد أعمارهم عن ٥٠ عامًا إلى الاعتماد الأقل على تطبيقات المراسلة.

ظهرت منصات الفيديو كأدوات مفيدة لاستهلاك الإعلام بالنسبة للأشخاص دون سن العشرين، ولكنها لم تتغلغل حقًا في الفئات العمرية الأخرى. تحظى دير الزور بارتفاع استخدام منصات الفيديو (٤٢٪).

التلفزيون هو مصدر شائع لاستهلاك الإعلام في الحسكة

الجدول ٦: تكرار استخدام وسائل الإعلام للوصول إلى محتوى الأخبار، حسب منصة الإعلام (n = ١,٢٠٠).

التكرار	التلفزيون	الراديو	الوسائل المطبوعة	وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، الخ)	منصات الفيديو (يوتيوب، تيك توك، الخ)	تطبيقات المراسلة (واتساب، تيلغرام، فايبر، رسائل نصية قصيرة)	مواقع إخبارية على الانترنت
مرة في اليوم	١٣٤	١٩	٤	٨٥	٢٩	٢٤	٣٤
مرتين في اليوم	١٠٥	١٩	١	١٨٨	٨٩	٦٠	٨
٣-٥ مرات في اليوم	٥٦	٥		٤٢٣	٥٤	١١٤	١٢
أكثر من ٦ مرات في اليوم	١٥	٣		٣٠١	٢٩	٢١١	٢
المجموع	٣١٠	٤٦	٥	٩٩٧	٢٠١	٤٠٩	٥٦

٦٣٪ يعتمدون على التلفزيون، ويستخدم فقط ٨٪ منهم منصات الفيديو و ٩٪ يستخدمون تطبيقات المراسلة للحصول على الأخبار. لا يوجد تقريباً استخدام للصحف والمجلات المطبوعة. يتم استخدام الراديو في الغالب في المناطق الريفية في دمشق ودمشق ولكن المستويات لا تزال منخفضة إلى حد كبير.

يتشاور المشاركون في الدراسة مختلف القنوات طوال اليوم. يوفر الجدول (٦) أدناه نظرة على تكرار استخدام وسائل الإعلام.

حوالي ٦٠٪ من العينة تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاث مرات في اليوم (مقارنة بنسبة ٥١٪ في الدراسة في عام ٢٠٢٠). يستخدم الشباب والأشخاص دون سن الثلاثين وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أكبر. أخبرنا المقابلات الشخصية أن أخبار التواصل الاجتماعي «سريعة» و«يمكن مشاركتها بسرعة» ويمكن «التحقق» منها.

تقريباً ١٧٪ يقولون إنهم يستخدمون منصات الفيديو

نادراً ما يستخدم السوريون المواقع الإخبارية الخاصة على الإنترنت، حيث يزورها فقط نوعين من الجمهور بشكل متكرر: الشباب دون سن العشرين والأشخاص الذين تزيد أعمارهم عن ٥٠ عاماً. تعتبر مواقع الأخبار على الإنترنت القناة الإعلامية الثانية الأقل أهمية بعد الوسائل المطبوعة.

بشكل عام، تشير البيانات إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي والتنسيق الرقمي هي الأشكال السائدة لاستهلاك الإعلام في سوريا، خاصة بين الأجيال الأصغر الذين يميلون إلى أن يكونوا أكثر تقنية.

بعد زلزال عام ٢٠٢٣، أصبح من الأهمية بمكان بالنسبة للسوريين الحصول على معلومات موثوقة. يعرض الجدول أدناه نوع الوسائط التي يستخدمها السوريون للحصول على الأخبار والمعلومات (الجدول ٥).

حوالي ٢٦٪ من العينة ما زالوا يحصلون على معلوماتهم من التلفزيون، حيث أفاد المشاركون من الحسكة لنا بأن

الجدول ٧: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى محتوى الأخبار، حسب الموقع (n = ١,٢٠٠).

الموقع	فيس بوك	تويتر	أنستغرام	تلغرام	واتس أب	تيك توك
حلب	٦٨%	٣%	٢١%	١٢%	٥٧%	٢%
الرقّة	٦٩%	١%	١١%	٩%	٥٥%	٣%
دمشق	٩٧%	٣%	٣٢%	٣%	٧%	٠%
درعا	٦٩%	٣%	١٢%	١٨%	٧١%	٢%
دير الزرو	٧١%	٢%	٧%	١٨%	٦٦%	١٤%
حسكة	٧٧%	١%	٢٧%	٣%	٧١%	١%
أدلب	٧٧%	٠%	٥%	٥%	٢٩%	٠%
اللاذقية	٧٨%	٠%	٢١%	٨%	٢٦%	٠%
ريف دمشق	٩٦%	٠%	٢٣%	٤%	٤%	٠%
سويدا	٨٩%	٠%	٣٦%	١٢%	٤١%	٥%
المجموع	٧٨%	٢%	١٩%	١١%	٤٨%	٤%

وسائل التواصل الاجتماعي، وتشير نسب استخدام الفيسبوك إلى تشابه تام: الذكور ٧٧٪، الإناث ٧٨٪. تشمل الفروقات الصغيرة (١) يستخدم النساء إنستغرام أكثر من الرجال. (٢) يبدو أن تويتر يستخدم بشكل رئيسي من قبل الرجال. (٣) يحظى تيليغرام و واتساب باستخدام قليلاً أكثر من الرجال. يتم استخدام تيك توك قليلاً أكثر من قبل الرجال من النساء.

سألنا المشاركين في الدراسة عن نمط استهلاكهم خلال وبعد الزلزال. لتغطية أخبار الزلزال، تحول المستجيبون إلى وسائل التواصل الاجتماعي (٨١٪) وتطبيقات المراسلة (٢٨٪) والتلفزيون (٢٥٪). استخدم أكثر من ٨٠٪ من الشباب دون سن العشرين وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات عن الزلزال، وأفاد ٩٠٪ من

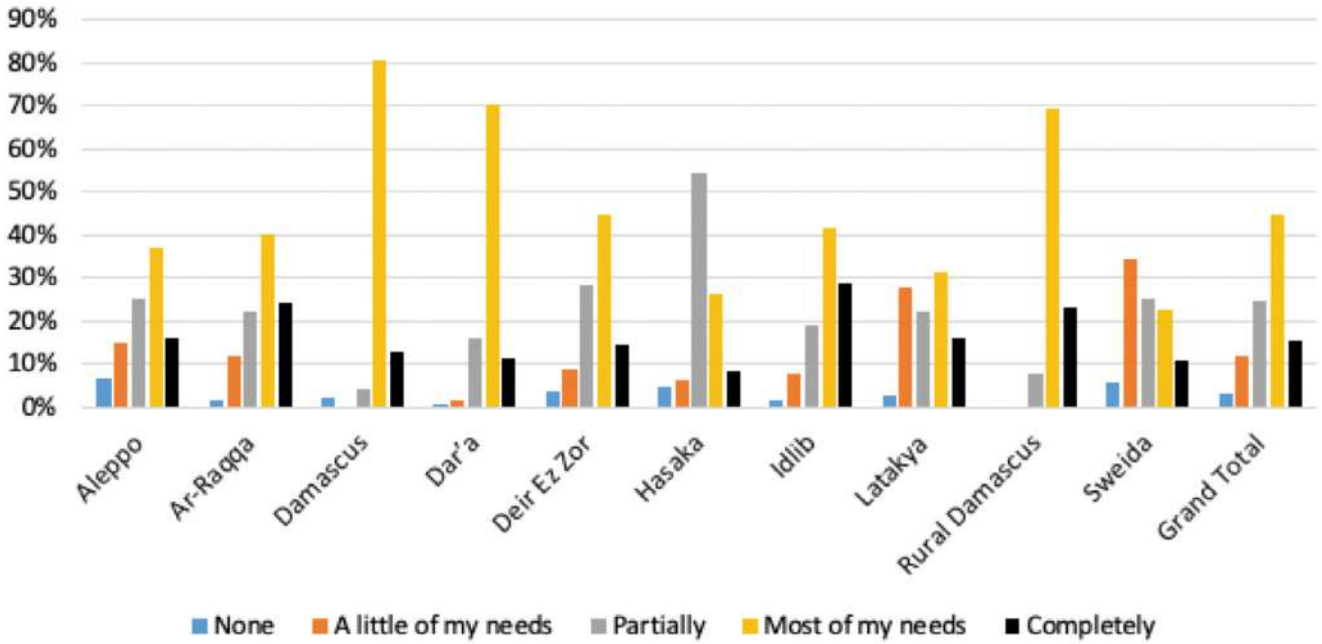
للحصول على الأخبار، وهو عددٌ تقريبيٌّ مثل الدراسة السابقة في عام ٢٠٢٠ (نسبة ١٦٪). لا يتم الوصول إلى مواقع الأخبار على الإنترنت والصحف والراديو كثيراً خلال اليوم، ويتم الوصول إلى التلفزيون مرة أو مرتين في اليوم بشكل عام.

أصبحت منصات التواصل الاجتماعي أكثر انتشاراً في سوريا خلال السنتين الماضيتين، حيث يواصل ٧٨٪ من المستجيبين استخدام فيسبوك. يستخدم أكثر من ٤٨٪ الآن تطبيق المراسلة واتساب للاتصال، في حين يتم استخدام تويتر و تيك توك بشكل أقل بكثير.

للحصول على مزيدٍ من الرؤى، قمنا بتفكيك البيانات حسب الجنس. يفضل الذكور والإناث نفس تفضيلات

الشكل رقم ٣. مخطط يوضح مدى تلبية الأخبار التي يتم الوصول إليها عبر منصات وسائل التواصل الاجتماعي لاحتياجات الجمهور (حسب الموقع؛ n=١,٢٠٠).

The extent to which news accessed via social media meets audience needs (by location)



متعددة. تتراوح مصداقية هذه المصادر من التضليل المتعمد والمعلومات الخاطئة إلى الأخبار المحلية والوطنية والإقليمية والدولية. يقل القليل جداً من الناس الذين يذهبون مباشرةً إلى موقع الأخبار وبدلاً من ذلك يصلون لأخبارهم من خلال الفيسبوك و إنستاغرام و واتساب.

٥,٢. السؤال البحثي الثاني

ما هي احتياجات الجمهور السوري من الأخبار والمعلومات؟

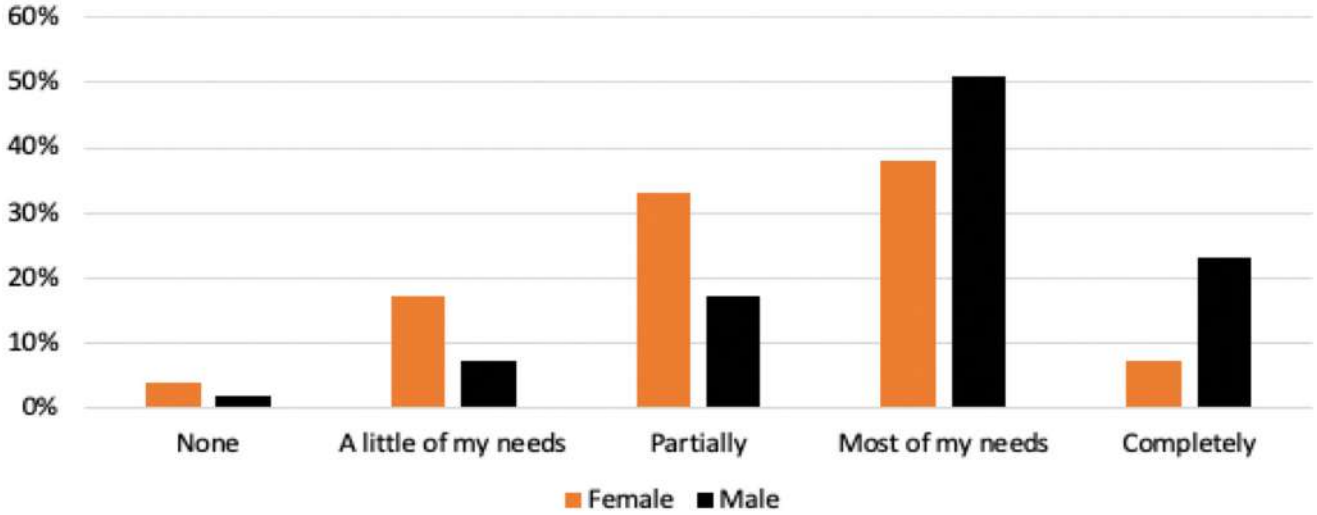
يشارك الجمهور السوري بنشاط في تبادل الأخبار ومناقشتها مع الآخرين، وهو عادة ما بين جميع المجموعات الديموغرافية (العمر والجنس والموقع).

الأشخاص دون سن الثلاثين بأنهم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على أخبار الزلزال. أخبرنا المقابلات الشخصية أنهم استخدموا العديد من المصادر المختلفة للحصول على أخبار الزلزال وأفضلوا الحصول على معلومات عن الأحداث من الأشخاص الذين كانوا في المنطقة. وأشار بعضهم إلى أن تغطية الزلزال جلبت «هواة» و «أخبار مزيفة».

في الخلاصة، من الواضح أن السوريين يعيشون ويتواصلون على وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات المراسلة. وسائل الإعلام التقليدية مثل الوسائل المطبوعة والراديو والتلفزيون لم تعد هي الأكثر اهتماماً. ومع هذا الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات المراسلة، يقوم السوريون بالوصول إلى الأخبار العاجلة من مصادر

الشكل رقم ٤. مخطط يوضح مدى تلبية الأخبار التي يتم الوصول إليها عبر منصات وسائل التواصل الاجتماعي لاحتياجات الجمهور (حسب الجنس؛ n=١,٢٠٠).

The extent to which news accessed via social media meets audience needs (by gender)



يميل غالبية المستجيبين في الاستطلاع إلى البحث عن مزيد من المعلومات المتعلقة بخبر قرأوه للتو، وعادةً ما يقومون بذلك عن طريق تصفح التعليقات التي يتم نشرها من قبل القراء الآخرين على منصات وسائل التواصل الاجتماعي، والبحث في المتصفح غوغل (حيث يتجه الرجال إلى ذلك بنسبة أكبر من النساء)، ومن خلال المحادثات مع الأصدقاء والعائلة. فيما يتعلق بالمواضيع التي من المرجح أن تحفز البحث عن معلومات إضافية، فإنها تميل إلى تطابق تلك المواضيع المذكورة أعلاه (الأحداث السياسية والأخبار الاقتصادية والكوارث الطبيعية) وكذلك القصص المتعلقة بالثقافة والترفيه والموضة (حيث تميل النساء إلى البحث عن المعلومات في الأخيرتين). الدافع الرئيسي للبحث عن هذا النوع من المعلومات هو أن هذه القصص تثير اهتمامهم بشكل طبيعي (على سبيل المثال، ناجي الزلزال)، وأنها قابلة

تشمل الأخبار التي يتم تبادلها ومناقشتها مع الآخرين أحداثاً سياسية كبرى واتجاهات اقتصادية وكوارث طبيعية (مثل زلزال عام ٢٠٢٣ والفيضانات)، وخصص الإنسانية التي أنتجها زلزال عام ٢٠٢٣ بشكل كبير. بينما يتمتع الرجال والنساء بالاهتمام بتلك الأخبار، يبدو أن الرجال أكثر اهتماماً بالأخبار الاقتصادية، ولا سيما فيما يتعلق بالوضع الاقتصادي الصعب في سوريا (مثل تقلب أسعار الصرف). بالنسبة لزلزال عام ٢٠٢٣، كانت الإجابة البطيئة والمحدودة على السكان المتضررين في شمال غرب سوريا من الموضوعات الأكثر مناقشة (لا سيما في المقارنة مع استجابة الطوارئ الأقوى في تركيا). كما هو الحال مع الأخبار ذات الاهتمام العام، تتم مشاركة ومناقشة القصص المتعلقة بزلزال عام ٢٠٢٣ عادةً عبر تطبيقات المراسلة (واتساب) ومنصات وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك).

يتعلق بتوازن الآراء. ولا يوجد فرق ملحوظ في التصنيفات بين الذكور والإناث عبر هذه المقاييس.

بشكل عام، يشعر غالبية الجمهور المستجيب في الاستطلاع (٦٠٪) بأن الأخبار التي يتم الوصول إليها عبر وسائل التواصل الاجتماعي تلبى احتياجاتهم، بسبب سرعة وسهولة الوصول، ومزيج من المحتوى الإخباري الجاد وغير الجاد (على سبيل المثال، الثقافة والترفيه) الذي يقدمه. ويتمثل مستوى تلبية الاحتياجات الإخبارية بشكل أكبر في دمشق وريف دمشق وإدلب.

أفاد الذكور بمستويات أعلى من الاتفاق على أن الأخبار التي يتم الوصول إليها عبر وسائل التواصل الاجتماعي تلبى احتياجاتهم (الشكل رقم ٤ أدناه).

بالإضافة إلى ذلك، يتمتع محتوى الأخبار الذي يتم الوصول إليه عبر وسائل التواصل الاجتماعي بسهولة التفاعل والمقارنة بين المنصات المختلفة (مثل فيسبوك وتويتر)، والذي يعتبر مفيداً في حالات الأخبار العاجلة. ويرافق ذلك الشعور بأن تقارير الأخبار التلفزيونية التقليدية قد تكون مبالغ فيها وتؤدي إلى الذعر والقلق.

وفيما يتعلق بالانتقال من مصادر الأخبار التقليدية (التلفزيون والراديو والصحف) إلى القنوات الحديثة الرقمية (وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات المراسلة والمواقع الإلكترونية)، لا يوجد شعور واضح بين المستجيبين حول الإطار الزمني المحدد لهذا التغيير وكيفية حدوثه، بل هناك مجرد قبول عام بأن الأخبار الرقمية أسرع وأسهل في الوصول إليها. وقد استبدلت شعبيتها إلى حد كبير القنوات التقليدية التي كانت تهيمن على تغطية الأخبار، ولكنها الآن تُعتبر أبطأ وأكثر عرضة للانحياز.

للاستيعاب بالنسبة لهم، وفي بعض الحالات قد تؤثر عليهم (على سبيل المثال، أسعار الصرف). وأشار بعض المشاركين في المقابلات الشخصية إلى قيمة القصص الإنسانية الإيجابية، خصوصاً في ظل الأخبار الصعبة والسلبية.

تشير بيانات الاستطلاع إلى أن أكبر اهتمام للجمهور يتعلق بالموضوعات الإخبارية المتعلقة بالوطن السوري وتلبية الاحتياجات الأساسية (الغذاء والماء والمأوى) والتعليم، حيث يتم تصنيف الأخيرين بالمرتبة الأولى في دمشق وإدلب. وأقل اهتماماً بالمحتوى الإخباري يتعلق بقضايا النوع الاجتماعي والبيئة والجريمة. وفي هذا الصدد، تتمثل أكبر اهتمامات المستجيبات الإناث في الصحة والتعليم، وأقل اهتماماً بأخبار الجريمة، في حين يتمثل أكبر اهتمامات المستجيبين الذكور في الأخبار المحلية في البلاد، وأقل اهتماماً بقضايا النوع الاجتماعي. وعبر جميع هذه المقاييس، فإن مزودي وسائل الإعلام الأكثر تفضيلاً هو وسائل التواصل الاجتماعي (٧٢٪)، تليها التلفزيون (١٠٪)، وتتميز المساهمة الخمسة الأخرى بمستويات منخفضة جداً.

وفيما يتعلق بالأخبار التي يشعر الجمهور بأنها يجب أن يتم إبقاؤهم على اطلاع بها، فإنها تميل مرة أخرى إلى الكوارث الطبيعية والوضع الأمني في سوريا والأحداث التي تؤثر عليهم والقصص الإنسانية. وفيما يتعلق بكيفية قيمة الجمهور لبعض جوانب تغطية الأخبار، فإن بيانات الاستطلاع (عبر ١٦ إجابة محتملة) تظهر أن تغطية الأخبار العاجلة (أي التقارير السريعة) وتصديق ودقة الأخبار هي العناصر الأكثر تقديراً، في حين أن توفير توازن بين آراء موالية للحكومة وموالية للمعارضة وتوفير منتدى لمناقشة المجتمع هما العناصر الأقل تقديراً (لا سيما في حلب وإدلب) فيما

عام ٢٠٢٠ عتبة الحاجة في أي موقع أو مجموعة. أفاد عدد قليل جدًا من الجمهور بحاجتهم الكبيرة للأخبار والمعلومات السياسية. يحتاج الشباب بشكل أساسي إلى الأخبار حول القضايا المحلية والاقتصاد، وأفادت الإناث بالحاجة إلى الأخبار حول الفن والثقافة والصحة والتعليم والاحتياجات الأساسية. وقد حددت مجموعة من المستجيبين في إدلب ودمشق والريف الدمشقي فقط، العلوم والتكنولوجيا كحاجة قوية. وبشكل عام، أفاد الذكور بأنهم يحتاجون إلى الأخبار المحلية بشكل أكبر.

وبالنظر إلى المناطق المختلفة، يبدو أن الريف الدمشقي لديه أكثر الاحتياجات المتنوعة والأقوى لجميع الموضوعات باستثناء الموضوعات الإقليمية والدولية والسياسية. حصل الموضوع الجنائي على تقييم منخفض جدًا (٥,٠/٢,٢) كموضوع مطلوب في جميع المواقع، وهو مختلف عن استطلاع الرأي لعام ٢٠٢٠. وأفادت إدلب بأنها تعاني من أدنى الاحتياجات للمعلومات، وخاصة في مجال الصحة والتعليم والاحتياجات الأساسية والعلوم والتكنولوجيا. في حلب، يبدو أن المستجيبين يتجنبون الأخبار، حيث لم يلبى أي موضوع جديد عتبة التقييم ٣,٥، وهذا يعني أن سكان حلب لم يفصحوا عن احتياجات معلوماتية محددة. ولم يحصل أي موضوع على متوسط مرتفع يتجاوز ٢,٧ (وهو يعادل بشكل أساسي درجة عدم الاتفاق). في المقابلات الفردية، أفاد سكان حلب للباحثين في جوري أن "الأخبار زادت توترنا بسبب الضغوط النفسية" و"لا أبحث عن الأخبار كثيرًا" [ذكر، ٢٢ عامًا، حلب].

تشير بيانات هذا العام إلى أن السوريين قد تعبوا من السياسة الإقليمية والدولية ويتركزون بدلاً من ذلك على

بعد ١٢ عامًا من الصراع والأزمة، لدى السوريين احتياجات معلوماتية وإخبارية كبيرة، وتتطور هذه الاحتياجات. في استطلاع الجمهور لعام ٢٠٢٠، كانت أكثر المواضيع المطلوبة هي الأخبار السياسية والأمنية (كما في ذلك العمليات العسكرية)، بالإضافة إلى الأخبار الاقتصادية والتي تتعلق بالاحتياجات الأساسية (الغذاء والماء والمأوى). وفي نتائج عام ٢٠٢٠، شملت رغبات المستجيبين في الأخبار أيضًا الحاجة الكبيرة إلى الأخبار الإقليمية، بالإضافة إلى المعلومات المتعلقة بالتعليم والصحة والجريمة. كما أفاد المشاركون في الاستطلاع بأنهم يفضلون الحصول على الأخبار الاقتصادية على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أكبر، تليها التلفزيون.

بحلول عام ٢٠٢٣، كانت موضوعات الأخبار المحلية والصحة والتعليم والخدمات الأساسية والمجتمع والاقتصاد هي الأساسية فيما يتعلق بالاحتياجات الإخبارية. وتجاوزت هذه المواضيع عتبة ٣,٥ على مقياس من ٥ نقاط. وأفاد كل فئة عمرية بأنها ترغب في الأخبار المحلية، وكانت الرغبة فيها على نفس المستوى بين الفئات العمرية المختلفة (٥,٠/٣,٧-٣,٦).

في عام ٢٠٢٠، أخبرنا السوريون أنهم يريدون المزيد من محتوى الفن والثقافة، بالإضافة إلى العلوم والتكنولوجيا (على مقياس من ١-٥، تم تقييم الوصول إلى هذين الموضوعين على وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة ٥/٣,٩ و ٥/٤,٠ على التوالي). ومع ذلك، في عام ٢٠٢٣، لم تكن هذه المواضيع من بين الأولويات العالية في قائمة احتياجات المعلومات.

بشكل مثير للاهتمام، في نتائج هذا العام، لم تلبى المواضيع السياسة التي كانت واحدة من أكثر المواضيع اللازمة في

القضايا المحلية التي تؤثر على حياتهم اليومية. هذا مهم بالنسبة لوسائل الإعلام التابعة للجهات المانحة للتفكير فيه عند تطوير الأخبار.

٥,٢,١. مدى تلبية وسائل التواصل الاجتماعي لاحتياجات المعلومات

في عام ٢٠٢٠، كانت وسائل التواصل الاجتماعي هي المنصة الأكثر استخدامًا وفقًا لإجابات مشاركي الاستبيان، بينما تم تحديد وسائل الإعلام المطبوعة كأقل الوسائل اللازمة. وفي عام ٢٠٢٣، تلبى وسائل التواصل الاجتماعي الاحتياجات المعلوماتية للسوريين بشكل كبير. في حين أن الأسئلة الأخرى حددت تطبيقات المراسلة على أنها مهمة، تم تحديد وسائل التواصل الاجتماعي كمنصة التي يلبي من خلالها الناس احتياجاتهم المعلوماتية بين ٦٥-٧٥٪.



من الوقت. وكان التلفزيون بعيدًا خلفه بنسبة ٦-١٧٪. وكما في عام ٢٠٢٠، كانت وسائل الإعلام المطبوعة هي الأقل استخدامًا، إذ لم يذكر سوى ١٪ من المستجيبين أنهم يحتاجون إلى التلفزيون لتلبية احتياجاتهم المعلوماتية.

تشير المقابلات العميقة إلى أن تطبيقات الواتساب والفيسبوك هي أكثر منصات التواصل الاجتماعي استخدامًا.

لقد تغيرت احتياجات السوريين للأخبار، وتظهر الجداول في الملحق B مستويات الاحتياجات الإخبارية لعام ٢٠٢٣، مع تسليط الضوء على النسب المتجاوزة ٥٠٪. وتم تسليط الضوء أيضًا على متوسطات الاحتياجات التي تزيد عن ٣,٥ على مقياس يتكون من خمس نقاط، مما يظهر اتجاهًا نحو التصورات بشأن الأهمية باللون الأصفر.

والصورة التي تظهرها الجداول في الملحق B هي لمستهلكي وسائل الإعلام السوريين الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي (جميع الفئات العمرية) للوصول إلى الأخبار المحلية والصحية والتعليمية والاحتياجات الأساسية والأخبار الاقتصادية. وليس لدى حلب ودرعا تفضيلات قوية لمواضيع الأخبار.

٥,٣. السؤال البحثي الثالث

كيف يفسر الجمهور السوري مصطلح «وسائل مستقلة»؟

هل يتعرف الجمهور السوري على المقالات التي تركز على «الحلول» للمشاكل وهل يقدرونها ويتحركون للنظر والتعلم ومشاركة هذا النوع من الإعلام؟ هل حدث أي تغيير واضح هنا نتيجة للزلزال الذي وقع في عام ٢٠٢٣؟

جدول رقم ٨: موافقة الجمهور على سمات الإعلام المستقل - حسب الموقع / الجنس (n = ١,٢٠٠).

الموقع	خالي من التأثير الحكومي	خالي من تأثير الممثلين السياسيين، الأحزاب أو مجموعات المصالح	خالي من المصالح التجارية	خالي من تأثير مالي وسائل الاعلام أو الشركات الإعلامية الكبرى	الاستقلال المالي	حرية التقرير الناقد	خالي من التحيز	حرية النقاش حول أي موضوع	خالي من الاعلانات الدفعية	خالي من
حلب	٣٢%	١٣%	١٨%	٨%	٢٥%	١٨%	٤٧%	٣٣%	١١%	٢%
الرقه	٤٥%	٣١%	٢١%	٣٤%	٢٢%	٣١%	٤٢%	٤٤%	٩%	١٦%
دمشق	٨٦%	٢٧%	٢٤%	١٦%	٨%	٣١%	٩٧%	٨٩%	٣%	٩%
درعا	٥٤%	٥٣%	٤٨%	٤٣%	٤٢%	٣٢%	٤٧%	٣٩%	٣٦%	٢٦%
دير الزور	٣٥%	٢٩%	١٨%	٢٩%	٢٩%	٢٦%	٤٣%	٤٠%	٩%	٨%
الحسكة	٣٧%	١٠%	٩%	٧%	٣٠%	١٤%	٢٣%	١٠%	٨%	٩%
ادلب	٨٩%	٨%	٥٨%	٥%	٦٩%	٦%	٧٧%	٨٤%	١٥%	٥%
اللاذقية	٣٥%	٤٩%	٦٣%	٤٢%	٢٠%	٣٥%	٨٥%	٥٩%	٠%	٢٥%
ريف دمشق	١٩%	٨%	١٩%	١٢%	١٩%	٠%	٨١%	١٩%	٣٨%	٠%
السويداء	٢٩%	١٨%	٣٤%	٢٠%	٢١%	١٤%	٦٥%	٢٥%	٨%	٣%
المجموع	٤٦%	٢٧%	٢٩%	٢٤%	٢٧%	٢٤%	٥٧%	٤٤%	١١%	١١%
اناث	٣٥%	١٧%	٣٢%	١٤%	٢٢%	٢٠%	٦١%	٣٨%	١٠%	٩%
ذكور	٥٦%	٣٥%	٢٦%	٣٢%	٣٢%	٢٧%	٥٣%	٥٠%	١١%	١٣%

أو شروط محفوفة بالمال أو التمويل - أي يجب أن يقدم رسالة متوازنة، ولكن ليس سياسية.

ومع ذلك، قد يكون مفهوم الإعلام المستقل قد أصبح غامضاً لأن العديد من الناس يعتبرون وسائل الإعلام المعارضة ووسائل إعلام مستقلة. ولاحظ أحد المحررين

طرح هذا البحث على المهنيين في وسائل الإعلام موضوع الإعلام المستقل والدور المهم الذي يلعبونه في حياة المواطنين. وبينما يعتقد المهنيون السوريون أنه يوجد دور مهم للإعلام المستقل في سوريا المعاصرة، فإن المهنيين في وسائل الإعلام يؤكدون أن الإعلام المستقل يجب أن يكون إعلاماً مهنيّاً غير خاضع لشروط حزبية أو حكومية،

أنه في حين كان الإعلام الرسمي (المسيطر عليه من قبل الدولة) طرفاً في الصراع، فإن وسائل الإعلام المعارضة لعبت أيضاً دوراً في الصراع: "كانت المعارضة متحمسة، وكانت هناك مبالغة، وكان هناك مشكلة كبيرة، وهي أن وسائل الإعلام لم تعبر عن الحقيقة، بل تمثلت في المجموعات الممثلة، وكان مهمتها تعزيز الانقسام في الصراع. نحن بحاجة إلى تعزيز أهمية وجود وسائل إعلام مستقلة".

هناك اتفاق عام بين المهنيين في وسائل الإعلام بأن الإعلام المستقل قد ساهم في توفير معلومات أكثر دقة، ولكن يجب تعزيز هذا الدور.

في دراسة جمهور FPU الأولية لعام ٢٠١٨، تم سؤال السوريين عن تعريف "الإعلام المستقل". وتضمنت المصطلحات الرئيسية المشار إليها: الحيادية، والنقد، والنزاهة، والعدالة، وعدم الانحياز للمؤسسات العسكرية أو السياسية أو الدينية، والشفافية. وفي عام ٢٠٢٠، طُرح سؤال في استطلاع للرأي على السوريين مرة أخرى لتعريف الإعلام المستقل، وقد قام أكثر من ٧١٪ من المستجيبين بتعريفه بأنه "شيء مستقل عن تأثير الحكومة"، بينما قام ٦٨٪ منهم بتعريفه بأنه "مستقل عن تأثير الجهات السياسية أو الحزبية أو المصالح". وأكثر من ٥٩٪ من المستجيبين قاموا بتعريف الإعلام المستقل عن طريق القدرة على "مناقشة أي موضوع بغض النظر عن مضمونه"، بينما قام ٥٤٪ منهم بتعريفه بأنه "مستقل عن المصالح التجارية".

تشير بيانات استطلاع الرأي لعام ٢٠٢٣ إلى وجود ثلاثة مكونات رئيسية لتفسير السوريين لمصطلح "الإعلام المستقل": يجدر بالذكر أنه في استطلاع جمهور عام

٢٠٢٠، قام ٧١٪ من المستجيبين بتعريف الإعلام المستقل على أنه خالٍ من تأثير الحكومة، في حين قام ٦٨٪ منهم بتعريفه بأنه خالٍ من تأثير الجهات السياسية أو الحزبية أو المصالح. تشير بيانات استطلاع الرأي لعام ٢٠٢٣ إلى تطور في النظرة للإعلام المستقل، وتخفيف التركيز على الحرية من التأثير الحكومي والسياسي، والتي قد تعكس التغييرات في توافر المحتوى الغير محايد.

(١) خالي من تأثير الحكومة (٤٦٪ اختاروا هذا الجواب).

(٢) خالٍ من التحيز (٥٧٪ اختاروا هذا الجواب).

(٣) حرية مناقشة أي موضوع (التي تشبه حرية التعبير) (٤٤٪ اختاروا هذا الجواب).

تقدم الجدول رقم ٨ أدناه نتائج العام ٢٠٢٣ بشكل أكثر تفصيلاً.

وجد أن للمشاركين من الذكور والإناث وجهات نظر مختلفة بعض الشيء حول الإعلام المستقل. حيث كانت الإجابات مختلفة بنسبة ١٠ نقاط أو أكثر، كانت الإناث أكثر ميلاً إلى تعريف الاستقلالية كونه خالياً من التحيز ولكنهم أقل عرضة لتعريف الإعلام المستقل على أنه خالٍ من تأثير الحكومة، الجهات السياسية، مالي وسائل الإعلام، أو كونه مالياً مستقلاً. وتقريباً ٩٠٪ من العينة لم يروا الاستقلالية على أنها خالية من الحواجز الإعلانية أو السدود الدفعية) الدفع للحصول على المعلومات). وهذا يعتبر مشجعاً بما أن السوريين يدركون أن الإعلام يحتاج إلى شكل من أشكال الدعم الاقتصادي وأن الإعلانات أو السدود الدفعية لا تقلل من استقلالية المنصة.

الجدول ٩: ردود الجمهور على عبارة «من المهم بالنسبة لي استهلاك الأخبار التي تقدم نهجًا حلوليًا» - حسب الموقع (عدد المشاركين = ١٢٠٠).

الموقع	موافق	غير موافق	حيادي الرأي	موافق بشدة	غير موافق بشدة
حلب	٥٠%	١١%	٣٢%	٦%	٢%
الرقّة	٤٠%	٦%	٢٦%	٢٨%	١%
دمشق	٦٩%	٠%	٢%	٢٩%	٠%
درعا	٦٣%	٦%	٢٢%	٩%	٠%
دير الزور	٥٤%	٥%	٢٥%	١٦%	٠%
الحسكة	٣٠%	٢%	٥٤%	١٤%	٠%
إدلب	٥٦%	٣%	١٩%	٢١%	٠%
اللاذقية	٥٠%	٢%	٤%	٤٣%	١%
ريف دمشق	٦٥%	٠%	١٢%	٢٣%	٠%
السويداء	٧٢%	٢%	٩%	١٧%	٠%
المجموع	٥٣%	٤%	٢٢%	٢٠%	٠%

إعلامية لديها أهداف محددة“. وكان التفسير الشائع لهذه النظرة هو أن “معظمهم متحيزون أو ينتمون لحزب (سياسي)“.

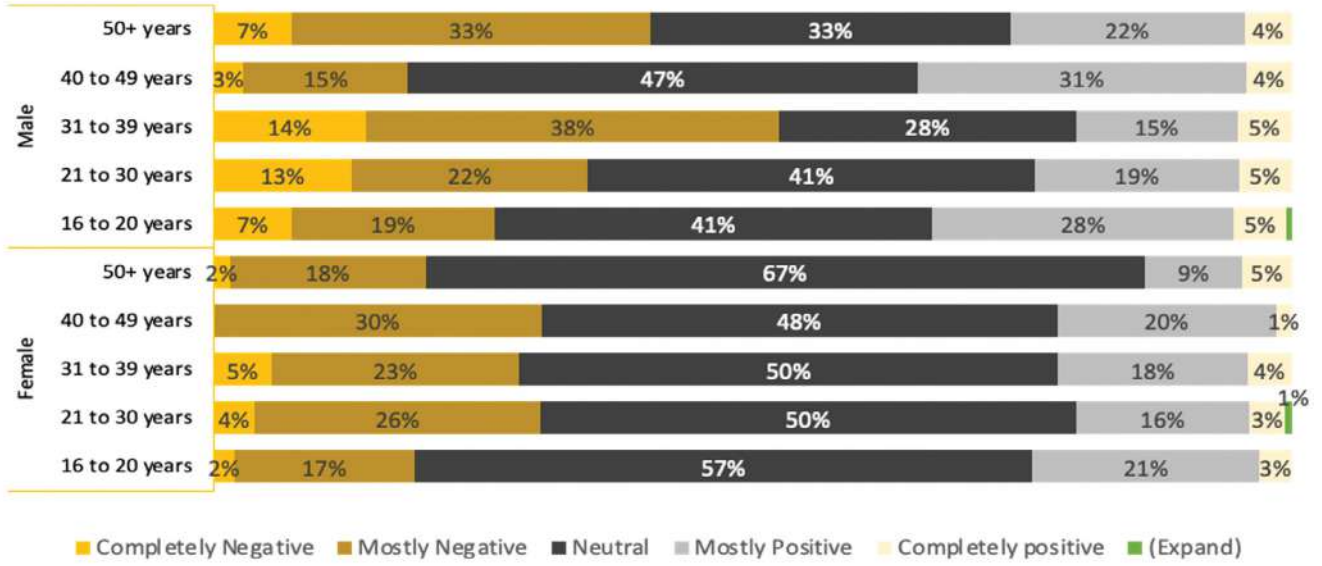
يبدو أن هناك اتجاهًا في مجتمع تطوير الإعلام للاهتمام بالدور القياسي للصحافة الموجهة نحو الحلول. قدمت Aitamurto و Varma (٢٠١٨) وآخرون “صحافة الحلول“ كطريقة جديدة للنظر في كيفية يمكن للإعلام مساعدة الناس على العيش بحياة أفضل. تعتبر صحافة الحلول نهجًا لتغطية الأخبار يركز على استجابات الجمهور للقضايا الاجتماعية بالإضافة إلى المشكلات نفسها. تركز قصة الحلول على الأدلة لشرح كيفية ولماذا تعمل أو لا تعمل الاستجابات للقضايا الاجتماعية. يتحول هذا النهج في الصحافة من التركيز على تسليط الضوء على المشاكل الاجتماعية فقط، إلى تقديم حلول محتملة لهذه المشاكل.

في المقابلات النوعية مع السوريين، كانت هناك إجابات مختلفة حول تفسير مصطلح “الإعلام المستقل“. حيث تعرف الغالبية “الإعلام المستقل“ على أنه غير متحيز لأي من الأطراف المتحاربة، وأنه ماليًا مستقلًا ومحايدًا وغير متحيز للأشخاص والأطراف المتحاربة، كما أنه خالٍ من النصوص التجارية وشفاف وغير متحيز، ويتميز بالمصادر، وينشر بهدف الفائدة، وليس للشهرة أو جلب المتابعين. إنه إعلام محايد يناقش القضايا من وجهات نظر مختلفة، ويتميز الإعلام المستقل بعدم الانتماء لأي حزب سياسي أو ديني.

ومع ذلك، كان بعضهم ساخرين بشأن الإعلام المستقل، حيث قالوا للمقابلين إنهم يتميزون “لأن الأغلبية منهم يميلون للترفيه“. ولاحظ العديد منهم أنه “للأسف، لا يوجد شيء مثل الإعلام المستقل اليوم“ لأن “كل منصة

الشكل رقم ٥. كيف ينظر الجمهور إلى تمثيل الشباب في وسائل الإعلام حسب الفئة العمرية (n=١,٢٠٠).

Q25: How do you see youth represented in the media?



حلول“ (الجدول رقم ٩). أظهرت دمشق والسويداء وريف دمشق أعلى مستويات الاتفاق على البيان، بينما كانت حلب هي المدينة التي أظهرت أعلى مستويات الاختلاف، حيث اختلف ١٣٪ من المشاركين أو اختلفوا بشدة.

Aitamurto, T., & Varma, A. (٢٠١٨) الدور البنّاء للصحافة: نقاش مثير للجدل حول الصحافة البنّاءة وصحافة الحلول. ”ممارسات الصحافة“، المجلد ١٢، العدد ٦، ٦٩٥-٧١٣.

ومع ذلك، قد تكون صحافة الحلول صعبة البيع للجماهير التي اعتادت على الأخبار السريعة. فصحافة الحلول تحتاج إلى وقت أطول للتطوير، وقال العديد من المقابليين: ”أفضل (تلقي) الأخبار فور حدوثها“. ويبرز هذا التوتر المثير للاهتمام بين مجموعة من الأشخاص الذين يتمتعون بخبرة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

يقول الصحفيون الموجهون نحو الحلول ”إنهم يتعدون عن الدعوة إلى الخير الاجتماعي ويدعون تغطية الحلول بشكل موضوعي دون تأييد“.

عندما سئل المشاركون السوريون في هذه الدراسة عن صحافة الحلول، قال معظمهم إنهم يفضلون الأخبار التي تركز على الحلول للمشاكل التي يواجهونها. يرون أن الغرض من الإعلام ليس فقط لتحقيق الإعلامية، ولكن أيضاً للإصلاح. بعبارة أخرى، يمكن للإعلام مساعدة في حل المشكلات. وقال أحد المقابليين ”عموماً، أعتقد أن معظمنا يفضل الأخبار التي تركز على الحلول للمشاكل التي نواجهها، لأنه من المحبط ويثير المشاعر السلبية تقديم حدث أو مشكلة دون تقديم حلول لها“ (IDI II٢).

ووافق أكثر من ٧٣٪ من المشاركين أو وافقوا بشدة على البيان ”من المهم بالنسبة لي تناول الأخبار التي تقدم نهج

والذين أصبحوا يتوقعون الحصول على الأخبار السريعة، والتي تم تبادلها بواسطة الأصدقاء والتي تمنحهم شعوراً بـ "الوجود هناك"، مقارنة بالصحافة الفكرية والطويلة التي تتطلب الوقت وإجراء العديد من الحقائق والمقابلات والتحليل. هناك اعتراف بقيمة صحافة الحلول، ولكنها تتنافس على انتباه الأشخاص الذين يرغبون في الحصول على الأخبار السريعة والحصريّة.

٥,٤. السؤال البحثي الرابع

كيف يرون الشباب والنساء السوريون تمثيلهم في محتوى الأخبار الذي ينتجه وسائل الإعلام؟

٥,٤,١. تمثيل الشباب

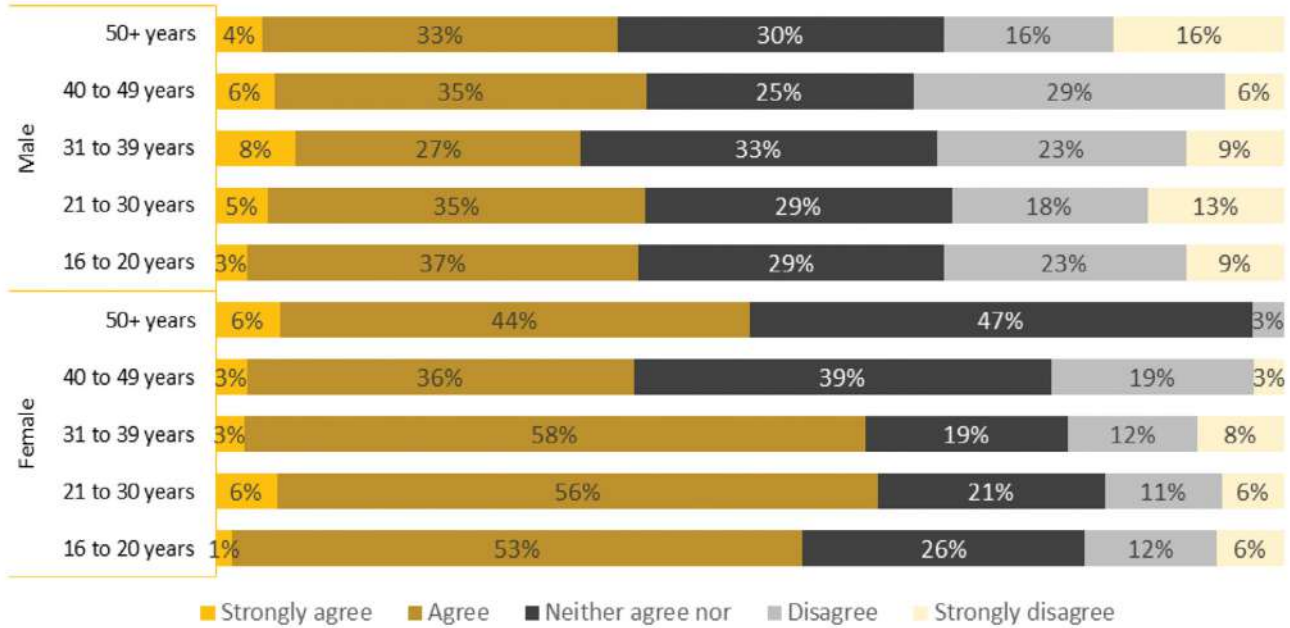
عندما سئلوا عن تمثيل الشباب في وسائل الإعلام، أفاد غالبية المستجيبين بأن الشباب السوري والقضايا المتعلقة بهم يتم تمثيلهم بطريقة محايدة، وذلك بنسبة ٤٦٪، في حين اعتقد ٢٣٪ منهم أن الشباب يتم تمثيلهم بطريقة سلبية بشكل غالب، وأفاد ٢٠٪ منهم أن التمثيل كان إيجابياً بشكل مسيطر، واعتقد ٦٪ منهم أن التمثيل كان تماماً سلبياً، ولا يعتقد سوى ٤٪ منهم أن التمثيل كان إيجابياً بشكل مسيطر. وكانت هناك نتائج مثيرة للاهتمام تتعلق بالفروق الجنسية، حيث أفادت نسبة أكبر من الإناث (٥٤٪) بأن الشباب يتم تمثيلهم «بشكل محايد»، مقارنة بنسبة ٣٨٪ فقط من الذكور. ولاحظ أنه لم تكن هناك فروق كبيرة عند تجميع الاستجابات حسب العمر، حيث أفاد غالبية المستجيبين بأن الشباب يتم تمثيلهم بشكل محايد، على الرغم من أن فئة الأعمار من ٣١ إلى ٣٩ عاماً أفادت بنسبة أعلى من المستجيبين الذين أفادوا بأن تمثيل الشباب (٣٢٪) كان سلبياً بشكل مسيطر (رقم ٥ في الشكل المرفق).

ومع ذلك، لا تزال هناك فروق كبيرة عند تجميع الإجابات حسب الموقع، ولا يوجد علاقة واضحة بين موقع المستجيبين ورؤيتهم لتمثيل الشباب. في شمال شرق سوريا، رأى غالبية المستجيبين في الحسكة (٧٠٪) ودير الزور (٤٢٪) أن تمثيل الشباب كان محايداً بشكل أساسي، في حين اعتقد النسبة الأكبر من المستجيبين في الرقة (٣٢٪) أن تمثيل الشباب كان "سلبياً بشكل مسيطر". كما توجد اختلافات بين المستجيبين في المناطق التي يسيطر عليها الحكومة. في حين أن اللاذقية (٣٩٪) والسويداء (٣٧٪) تظهران تمثيل الشباب على أنه "سلبياً بشكل أساسي"، يعتبر أعلى نسبة من المستجيبين في درعا أن تمثيل الشباب "إيجابي بشكل أساسي" (٤٨٪). وفي شمال غرب سوريا لا تزال هذه الاختلافات موجودة، حيث يعتقد غالبية السكان في إدلب (٧٤٪) وريف دمشق (٧٨٪) أن تمثيل الشباب كان محايداً بشكل كبير (٧٨٪)، بينما يعتبر غالبية سكان المدينة أن تمثيل الشباب كان "محايداً"، في حين يعتبر سكان ريف دمشق (٥٠٪) أن تمثيل الشباب كان "إيجابياً بشكل أساسي".

في حين يعتقد غالبية المقابليين المستجيبين والخبراء في وسائل الإعلام أن الشباب لم يتم تمثيلهم بشكل كاف، يعتقد المستجيبين في جميع المواقع أن المحتوى الذي يتم تقديمه عبر وسائل الإعلام التقليدية مثل التلفزيون والراديو يميل إلى تصوير الشباب بطريقة "مطية"، حيث أفاد أحد المستجوبين الذكور بأن الشباب يتم تصويرهم على وسائل الإعلام التقليدية بأنهم "سطحيون ويتبعون الاتجاهات الغير منطقية باستمرار" (مما يتماشى مع المفاهيم العالمية المغلوطة حول جيل "زد"). بالإضافة إلى ذلك، أفادت سيدة واحدة في الأربعينات من العمر في الرقة بقصة إخبارية محددة تتعلق بالشباب، والتي كانت سلبية في أنها تركز على استهلاك الشباب لـ Tik

الشكل رقم ٦. ادراك الجمهور لدقة تمثيل وسائل الإعلام لمخاوف وقضايا الشباب - حسب الفئة العمرية (n=١,٢٠٠).

Q23: (For those who are under 25) – How much do you agree with this statement: I feel as though the media I am currently consuming accurately represents youth concerns and issues



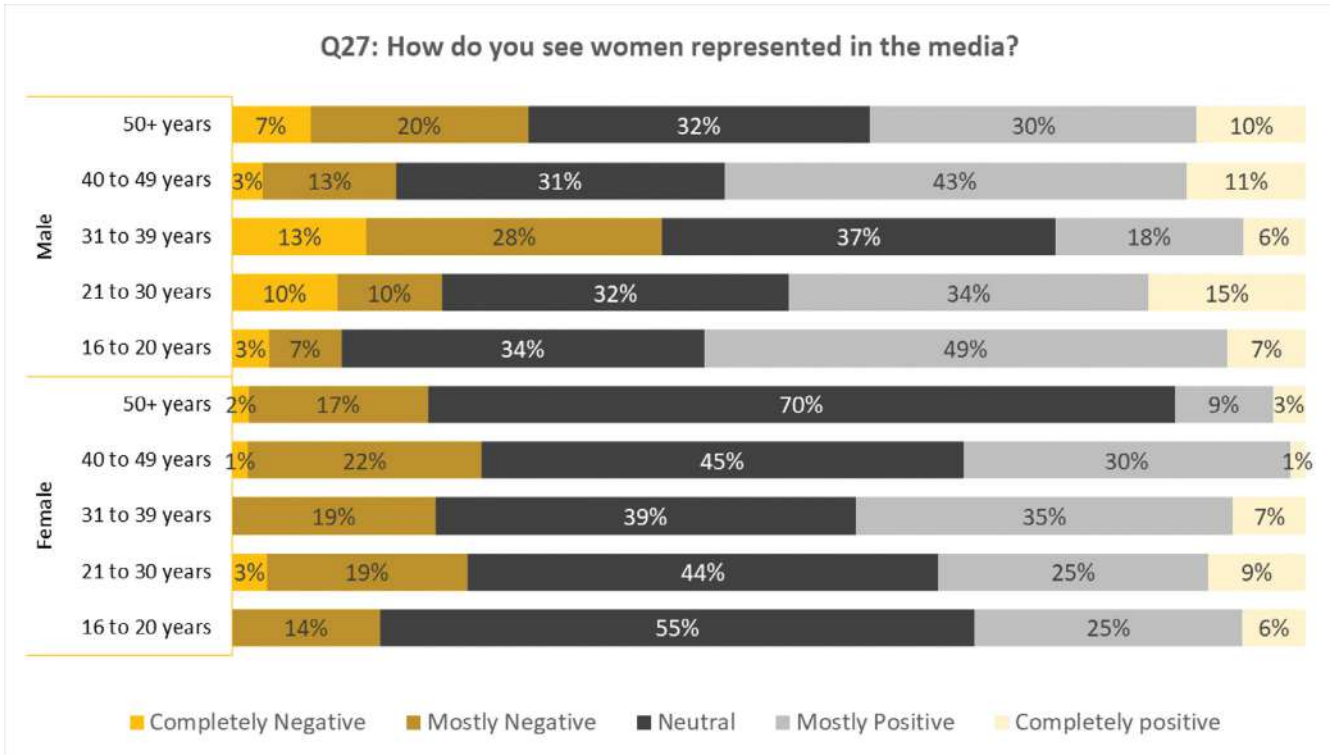
الرفقة ودمشق، حيث أفاد المستجيبين الشباب بأنهم كانوا يتمتعون بتمثيل جيد، وكذلك في السويداء حيث أوضح أحد المستجيبين الذكور في الـ ٢٤ من عمره أنه على الرغم من أن صوت الشباب كان مهمشاً في وسائل الإعلام التقليدية، إلا أن وجود وسائل التواصل الاجتماعي أتاح للشباب "الانتشار بشكل أكبر والحصول على الأدوات للتعبير عن آرائهم".

يعد استبعاد الشباب من وسائل الإعلام التقليدية نقطة مهمة حيث لها تأثير كبير على نوعية الأخبار التي يستهلكونها، حيث يفيد خبير وسائل الإعلام أنه فيما يتعلق بـ "الأخبار الصعبة" - "لا يهتمون ولا يشعرون بالاهتمام سوى بقضاياهم الخاصة ولا يتابعون الأخبار التي لا تؤثر عليهم". ومع ذلك، لا يتمثل الوضع

Tok بشكل زائد والمحتوى غير المناسب الذي يتم الوصول إليه من قبل الأطفال دون إرشادات الوالدين.

ومع ذلك، تكشف المقابلات الشخصية العميقة أن طريقة ادراك الأشخاص لتمثيل الشباب تعتمد على الوسط الذي يتم مناقشته، حيث يفصح المستجوبون في جميع المواقع عن أن الشباب يرون أنفسهم ممثلين بشكل أفضل في وسائل التواصل الاجتماعي ويعتبرون أنفسهم تحت التمثيل في وسائل الإعلام التقليدية. ويعتقد المستجيبين الأكبر سناً أن الإعلام التقليدي ليس لديه منصة محددة تجذب الشباب، أو تناقش قضايا الشباب، وهو الأمر الذي أكدته كافة خبراء وسائل الإعلام. وأفاد المستجيبين الشباب الذين أفادوا بأن تمثيلهم كان إيجابياً، بأن ذلك كان بسبب وسائل التواصل الاجتماعي، مثلما حدث في

الشكل رقم ٧. ادراك الجمهور لكيفية تمثيل المرأة في وسائل الإعلام - حسب فئات العمر (عدد العينات = ١٢٠٠)



في دمشق والسويداء، اعتبر موضوع هجرة الشباب إلى بلدان أخرى أكثر المشاكل العاجلة التي يواجهها الشباب السوريين اليوم. ومن المثير للاهتمام أن المستجيبين الشباب في دير الزور أشاروا إلى الحاجة إلى "الدعم النفسي للشباب"، وهو موضوع تم ذكره أيضًا باعتباره أكثر الاحتياجات في وسائل الإعلام في اللاذقية وإدلب، حيث أفاد أحد المستجيبين الشباب بالحاجة إلى أدوات صحية نفسية للتغلب على "سنوات الحرب". ولم يذكر سوى مستجيب واحد من كبار السن (امرأة في الثلاثينات من العمر في السويداء) احتياجات الصحة النفسية للشباب كمشكلة رئيسية لا يتم تغطيتها حاليًا في وسائل الإعلام. وبالإضافة إلى ذلك، أفادت شابة في إدلب بأن الإعلام يفتقر إلى محتوى تعليمي كاف، وترغب في المزيد من الموضوعات المتعلقة بـ "الندوات العلمية، والأبحاث العلمية، والبعثات العلمية الخارجية". ومن

بالضرورة في هذا الحال، حيث يفيد عدد من المستجيبين الشباب بالمشاركة في الأخبار السياسية على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يشعرون بالرغبة من الأخبار التي يتم تقديمها على وسائل الإعلام التقليدية، حيث أفاد المستجوبون الشباب في المقابلات في إدلب ودير الزور والحسكة بأنهم كانوا يتمثلون بشكل سلبي أو يتم استبعادهم في وسائل الإعلام التقليدية، حيث أنها "لا تتناول احتياجات ومخاوف الشباب".

علاوة على ذلك، كجزء من تثليث البيانات، نؤكد أن جميع المقابلات الشخصية العميقة والمستجيبين وخبراء وسائل الإعلام أكدوا أن مسألة البطالة كانت موضوعًا رئيسيًا يشغل الشباب والذي تجاهلته الإعلام بشكل كبير، وذكر هذا الموضوع من قبل المستجيبين في الحسكة والرقبة ودير الزور وحلب ودرعا كموضوع أساسي للقلق.

المثير للاهتمام أنه في حين أفاد خبراء وسائل الإعلام بأن موضوع الهوية المنقسمة للشباب السوري بسبب طبيعة سوريا المنقسمة هو الموضوع الرئيسي للقلق، إلا أنه لم يتم ذكره كاحتياج رئيسي من قبل أي مستجيب في أي موقع.

٢,٤,٥. تمثيل المرأة

كما كان الحال في تمثيل الشباب، أفاد غالبية المستجيبين أن النساء كانوا يتمثلون بشكل «محايد» (٤٢%) في وسائل الإعلام. وأفاد حوالي ٣١% من المستجيبين بأن التمثيل كان «إيجابياً بشكل أساسي»، تليها ١٥% من المستجيبين الذين أفادوا بأن التمثيل كان «سلبياً بشكل أساسي»، وأفاد ٨% بأن التمثيل كان «إيجابياً تماماً» وأفاد ٤% بأنه «سلبياً تماماً» (الشكل ٧). وهناك تباينات أخرى عند تجميع هذه الإجابات حسب الجنس، حيث أفادت الإناث بشكل كبير بأن تمثيل النساء كان محايداً (٥١%)، في حين أفاد الذكور بأن تمثيل النساء كان «إيجابياً بشكل أساسي». وتم التأكيد على هذا في المناقشات الشخصية المعمقة، حيث أفادت الإناث بأن تمثيل النساء في وسائل الإعلام كان أكثر سلبية بكثير بالمقارنة مع التمثيل الذي كان يتمتع به الرجال.

اعتقد الذكور والإناث من جميع المناطق أن المرأة تمثل بصورة إيجابية، حيث لاحظوا وجود متزايد للمزيد من النساء في المشهد الإعلامي. وأفادت الإناث في حلب بأن هناك فرصاً وفيرة للنساء على التلفزيون والراديو وعلى وسائل التواصل الاجتماعي مما جعلهم متمثلات بشكل كبير، وزعمت المستجيبات الإناث في دمشق أيضاً أن هناك توعية أكبر بقضايا المرأة. وأشارت إحدى المستجيبات الإناث في دمشق إلى حملة إعلامية حديثة

«لوقف العنف» التي رفعت الوعي بارتفاع أعداد النساء اللاتي يتعرضن للعنف من الرجال، والدعم الواسع الذي حصلت عليه كدليل على تمثيل المرأة الإيجابي.

بشكل مثير للاهتمام، أظهرت المقابلات مع الذكور من جميع فئات العمر الذين يرون تمثيل المرأة بشكل إيجابي في وسائل الإعلام في حلب ودمشق وإدلب بعض الاستياء من ذلك، حيث يعتقدون أن تمثيل المرأة الإيجابي جاء على حساب الرجال، حيث قال أحد المستجيبين الذكور في حلب: «الفرص للنساء في وسائل الإعلام أكثر من الفرص المتاحة للرجال»، واعتبر ذلك مركزاً على البرامج «المركزة على المرأة» مثل الجمال والموضة والطبخ التي تخصصت للنساء وزادت رؤيتهن بشكل حصري، بالإضافة إلى ميول وسائل الإعلام لتسليط الضوء على إنجازات النساء، حيث أفاد أحد المستجيبين الذكور في إدلب بأنه «في اليوم العالمي للمرأة... الأخبار التي رأيته كانت أكثر من مائة مرة». وأفادت امرأة في الثلاثينات من العمر في إدلب أيضاً بأنه على الرغم من وجود تمثيل إيجابي للمرأة في وسائل الإعلام، إلا أن ذلك يحدث «على حساب الفئات الأخرى في المجتمع التي يجب أن تتميز»، وأشارت هذه المستجيبية إلى المسنين كفئة من الناس الذين يتم تمثيلهم بشكل ضعيف للغاية. واعتقد أحد الشباب في السويداء أن النساء يتم تمثيلهن بشكل زائد على منصات الإعلام التقليدية مثل التلفزيون والراديو، وأنه لم ير توازناً أكثر إنصافاً إلا على وسائل التواصل الاجتماعي.

بالإضافة إلى ذلك، أفاد الرجال بمشكلات في الطريقة التي يتم بها تقديم النساء عبر وسائل الإعلام، حيث يعتقدون أن المرأة غالباً ما يتم تمثيلها بسلوك غير أخلاقي وبطريقة تخالف التقاليد والمعايير المجتمعية المقبولة، وهو شكوى ترددت في جميع فئات العمر (على سبيل المثال، أفاد

أحد الرجال في أواخر العشرينات من عمره بأن النساء يتم عرضهن "بطريقة حديثة وشبه عارية". وتكررت هذه الشكوى في مقابلة مع أحد الخبراء الإعلاميين، الذي أفاد بأن التقارير الإخبارية حول النساء غالباً ما تتبنى إطاراً يشكك في شخصيتهن الأخلاقية، بدلاً من استكشاف القضايا التي تمت مناقشتها. وكما أفاد أحد الخبراء، فإن هناك "تغطية إعلامية ضحلة" للمرأة، والتي "تستبعدها من القصة". واستند هذا إلى خبير إعلامي آخر قدم مثالاً على قصة إخبارية شائعة عن نساء سوريات يسافرن إلى أوروبا ويطلقن أزواجهن. ومع ذلك، وفي حين قدمت وسائل الإعلام القصة بطريقة تصوّر النساء على أنهن "غير صالحات" أو "يتخلون عن قيمهن"، إلا أنها لم تستجلب السبب وراء رغبة هؤلاء النساء في الطلاق أو ظروف زواجهن، أو حتى تجري مقابلات معهن لإعطاء وجهات نظرهن.

على الجانب المقابل، أفادت امرأة واحدة فقط في السويداء بأن المرأة يتم تمثيلها بطريقة نمطية بأنها "خجولة وأقل من الرجال"، في حين أن معظم المستجيبين الذكور والإناث الذين أفادوا بأن وسائل الإعلام تصوّر المرأة بشكل سلبي (في الرقة واللادقية ودير الزور وإدلب) فعلوا ذلك بشكل كبير لأنهم يعتقدون أن المرأة تعاني من التهميش في وسائل الإعلام، وهو ما يتوافق مع آراء معظم خبراء الإعلام المستجيبين. ويعزى هذا التهميش للنساء إلى الحرب والوضع السياسي والاقتصادي غير المستقر في سوريا، مما يعني أن هناك "اهتماماً ضئيلاً بقضايا المرأة". وبالإضافة إلى ذلك، يرجع بعض المستجيبين الذكور والإناث هذا التمثيل السلبي إلى المعايير الاجتماعية التي تضيق بالمرأة. ولدى وسائل الإعلام فرص لتعزيز قضايا الشباب والنوع الاجتماعي من خلال نشر أخبار عالية الجودة.

جدول ١٠: استجابات الجمهور للعبارة «أستطيع التعرف على تحيز وسائل الإعلام» - حسب الموقع (n = ١,٢٠٠)

الموقع	موافق	غير موافق	حيادي الرأي	موافق بشدة	غير موافق بشدة
حلب	١٧%	٢٥%	٤٦%	١١%	٢%
الرقة	٥٠%	٧%	٣١%	١١%	١%
دمشق	٨٦%	٣%	٤%	٦%	١%
درعا	٦٦%	٦%	٢٠%	٦%	٢%
دير الزور	٦٠%	٤%	٣٢%	٤%	٠%
الحسكة	٣٩%	٣%	٥١%	٦%	١%
إدلب	٣٥%	٨%	٢٧%	١٥%	١٥%
اللادقية	٢٠%	٢٧%	٢٣%	٢٩%	١%
ريف دمشق	٨٥%	٠%	٠%	١٥%	٠%
السويداء	٢٥%	٤١%	١٤%	٢٠%	٠%
المجموع	٤٨%	١٢%	٢٨%	١١%	١%

جدول ١١: استجابات الجمهور للعبارة «من المهم بالنسبة لي استهلاك وسائل الإعلام الإخبارية التي توفر رؤية أكثر توازناً للأحداث» - حسب الموقع (n = ١,٢٠٠)

الموقع	موافق	غير موافق	حيادي الرأي	موافق بشدة	غير موافق بشدة
حلب	٥٦%	١٠%	٢٨%	٥%	١%
الرقّة	٥٧%	٣%	٢١%	١٩%	٠%
دمشق	٧٤%	٠%	١%	٢٥%	٠%
درعا	٧٦%	١%	١٣%	١٠%	٠%
دير الزور	٦٨%	١٠%	١٦%	٦%	٠%
الحسكة	٤١%	٣%	٤٥%	١١%	٠%
إدلب	٥٣%	٣%	٢٤%	١٩%	٠%
اللاذقية	٦٣%	٠%	١%	٣٦%	٠%
ريف دمشق	٨١%	٠%	٠%	١٩%	٠%
السويداء	٧٥%	١%	٣%	٢١%	٠%
المجموع	٦٣%	٤%	١٦%	١٦%	٠%

٥.٥. السؤال البحثي الخامس

العينة بأنهم يثقون في الأخبار التي يتلقونها على وسائل التواصل الاجتماعي من الأصدقاء والعائلة. وهذا النتيجة هو نفسه بالنسبة للذكور والإناث.

ويبدو أن السوريين يمتلكون قدرًا جيدًا في التعرف على مدى تحيز وسيلة الإعلام، حيث وافق ٥٩% منهم على أنهم يستطيعون معرفة ما إذا كانت وسيلة الإعلام تتبنى موقفًا سياسيًا معينًا. ولم يختلف سوى ١٣% منهم على أنهم يستطيعون معرفة ما إذا كانت وسيلة الإعلام تفضل موقفًا سياسيًا معينًا. وبالفعل، يرى السوريون أن معظم وسائل الإعلام لديها دوافع سياسية وأجندة خاصة بها.

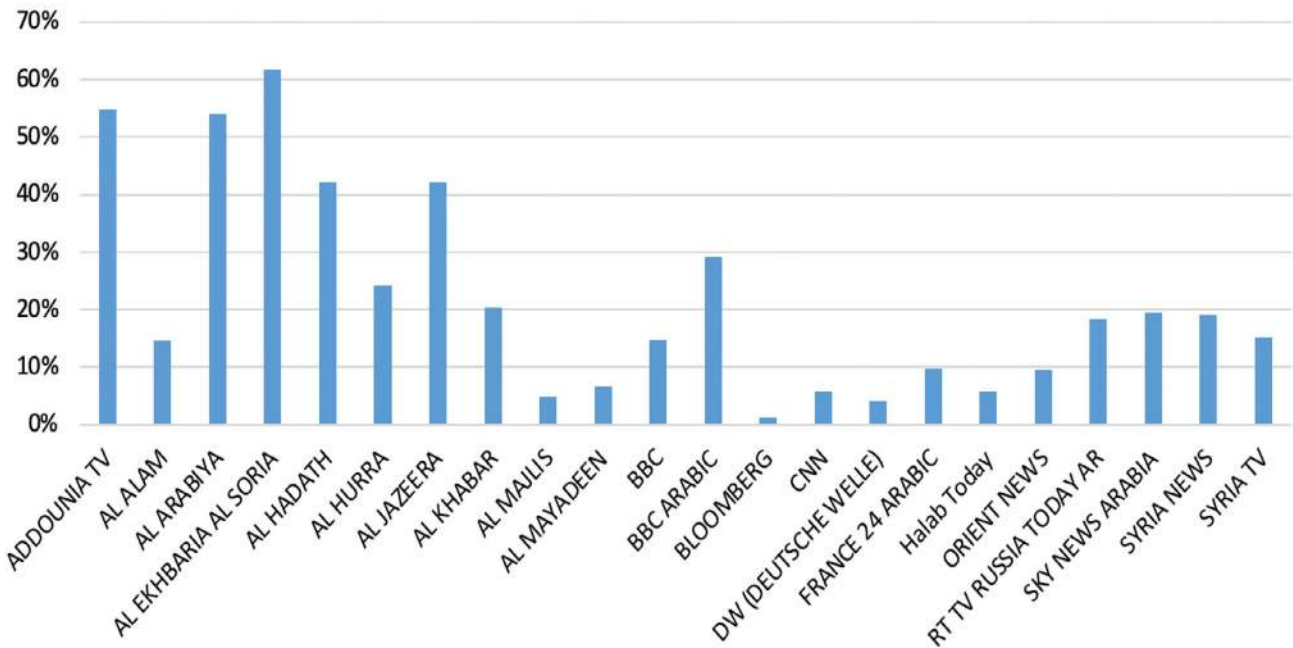
يعتقد بعض المستجيبين من بعض المناطق أنهم يمتلكون

ما هو مستوى الثقة لدى جمهور السوريين في مجموعة متنوعة من مصادر الأخبار والمعلومات على الإنترنت وخارجها، بما في ذلك وسائل الإعلام المستقلة؟

يبدو أن جمهور السوريين يمتلكون مستويات متوسطة من الثقة في مجموعة واسعة من مصادر الأخبار والمعلومات على الإنترنت وخارجها، بما في ذلك وسائل الإعلام المستقلة. ويبدو أنهم يثقون إلى حد كبير في وسائل الإعلام بشكل عام والأخبار التي يصلون إليها عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وأفاد أكثر من ٧٤% من

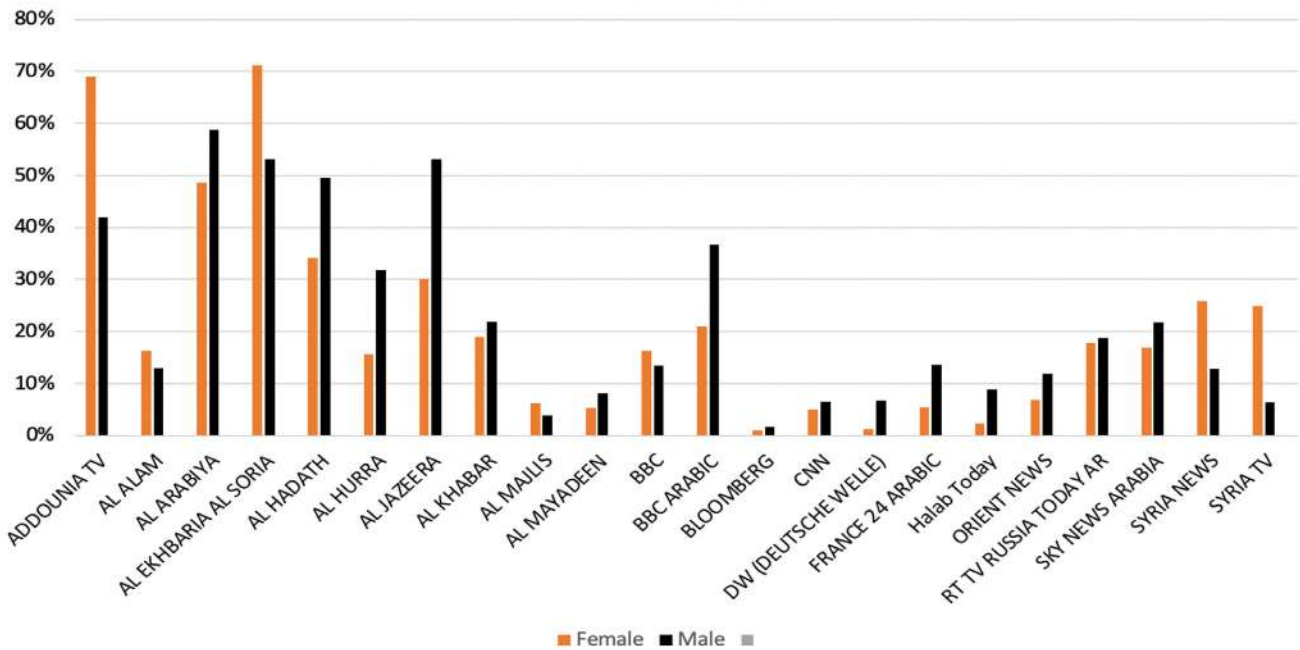
الشكل ٨. رسم بياني يوضح ترتيب القنوات التلفزيونية وفقاً للثقة التي يوليها الجمهور ومتابعتهم للأخبار بشكل منتظم على أساس أسبوعي (n = ١,٢٠٠).

Most trusted and preferred local, pan regional and international TV channels for news consumption



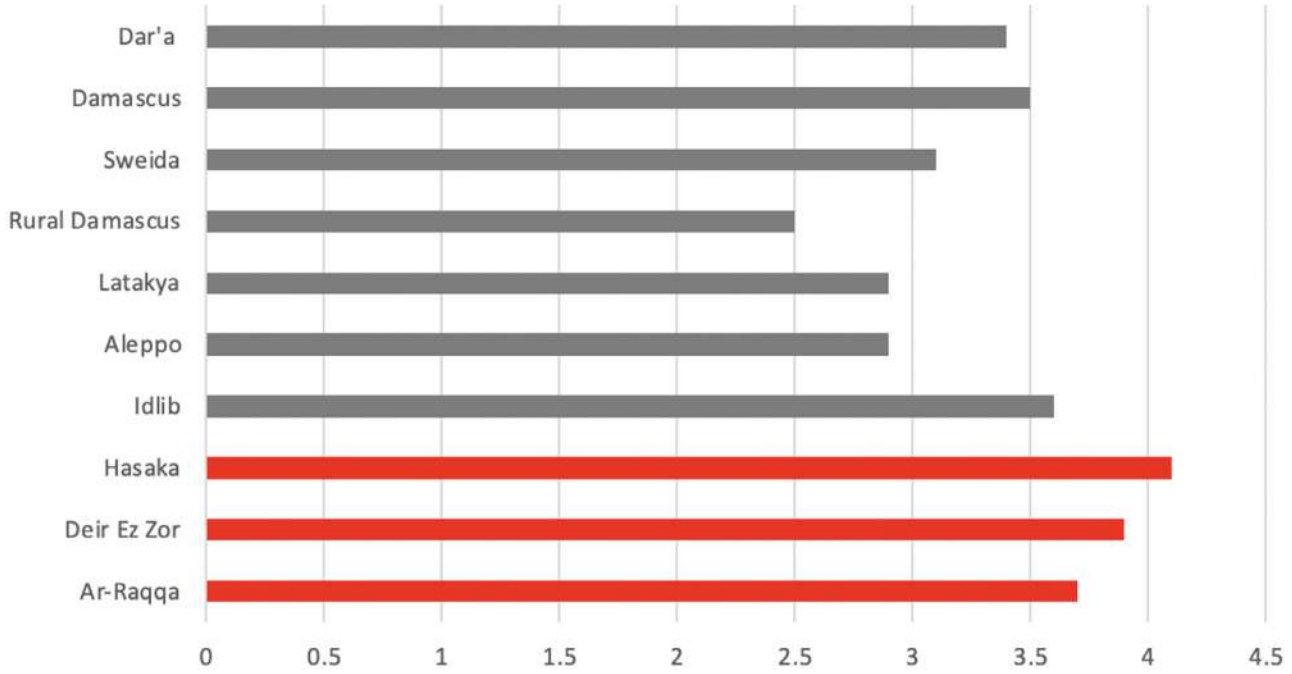
الشكل ٩. رسم بياني يوضح ترتيب القنوات التلفزيونية وفقاً للثقة التي يوليها الجمهور ومتابعتهم للأخبار بشكل منتظم على أساس أسبوعي - حسب الجنس (n=١).

Most trusted and preferred local, pan regional and international TV channels for news consumption (by gender)



الشكل ١٠. رسم بياني يوضح مستويات الثقة المتوسطة في محتوى الأخبار للقنوات التلفزيونية - حسب الموقع الجغرافي. اللون الأحمر يشير إلى مناطق شمال شرق سوريا المكبّرة.

Overall/Average levels of trust in 22 regional and international TV channels for news consumption (by location)



أن سكان دمشق (٩٩٪) وريف دمشق (١٠٠٪) كانوا أكثر مستوى اتفاقاً على حاجتهم لاستهلاك وسائل إعلام توفر التوازن. ومن خلال تغطية متوازنة للأحداث يتم تحقيق الثقة، ويعتقد المقابلون المحترفون في وسائل الإعلام أن الثقة هي مسألة تتعلق بجميع أنواع وسائل الإعلام.

١,٥,٥. مستويات الثقة

في وسائل الإعلام

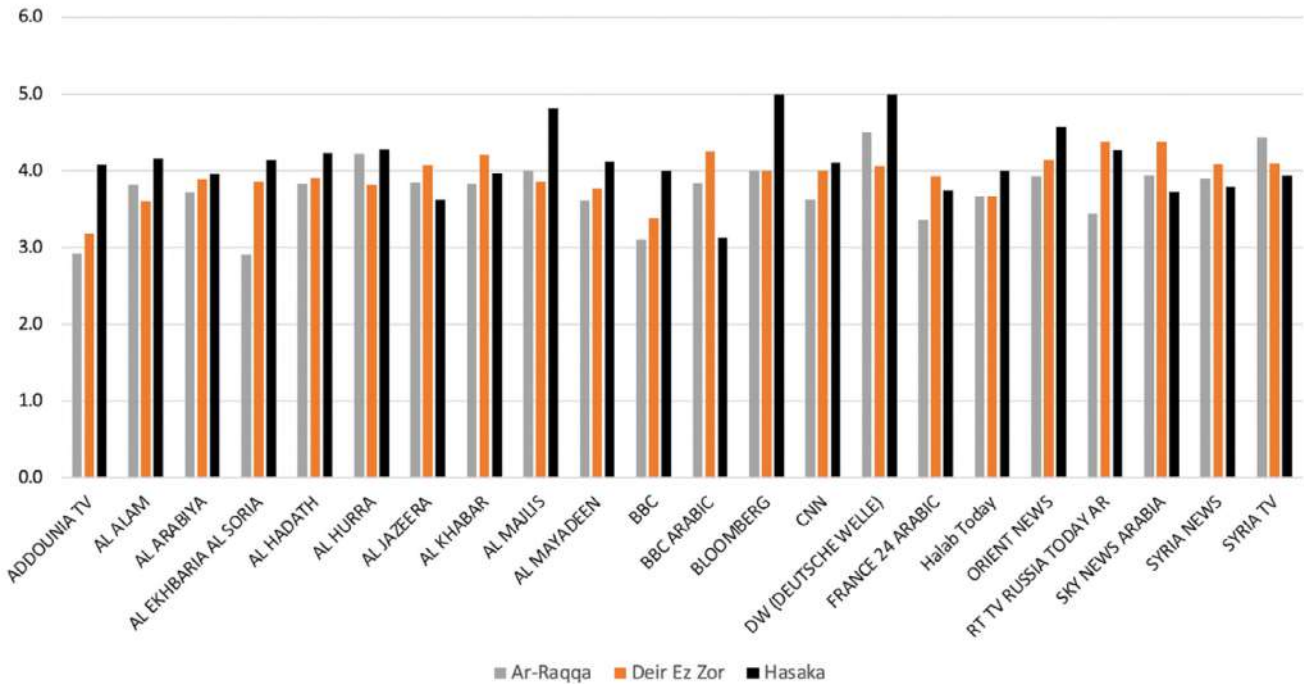
على الرغم من أن التلفزيون أقل شعبية بكثير من وسائل التواصل الاجتماعي في الوصول إلى الأخبار، إلا أنه يوجد تفضيلات بين الجمهور في القنوات التلفزيونية

قدرة خاصة على التعرف على ميول الوسائط الإعلامية السياسية. على سبيل المثال، أفاد المستجيبون في ريف دمشق بأنهم يمتلكون القدرة بنسبة ١٠٠٪ على تحديد أجندة وسيلة إعلامية، ويعتقد ٩٢٪ من المستجيبين في دمشق أنهم يمكنهم التعرف على تحيز وسائل الإعلام (الجدول ١٠ و ١١). وتشير النتائج إلى أن حلب لديها أقل نسبة من السكان الذين يعتقدون أنهم يمكنهم التعرف على التحيز السياسي (٢٨٪)، وكذلك المستجيبون في السويداء والحسكة لديهم مستويات أقل من الاتفاق حول هذا السؤال (٤٥٪).

من المهم بالنسبة للسوريين استهلاك وسائل إعلام إخبارية توفر رؤية أكثر توازناً للأحداث. وأظهرت النتائج

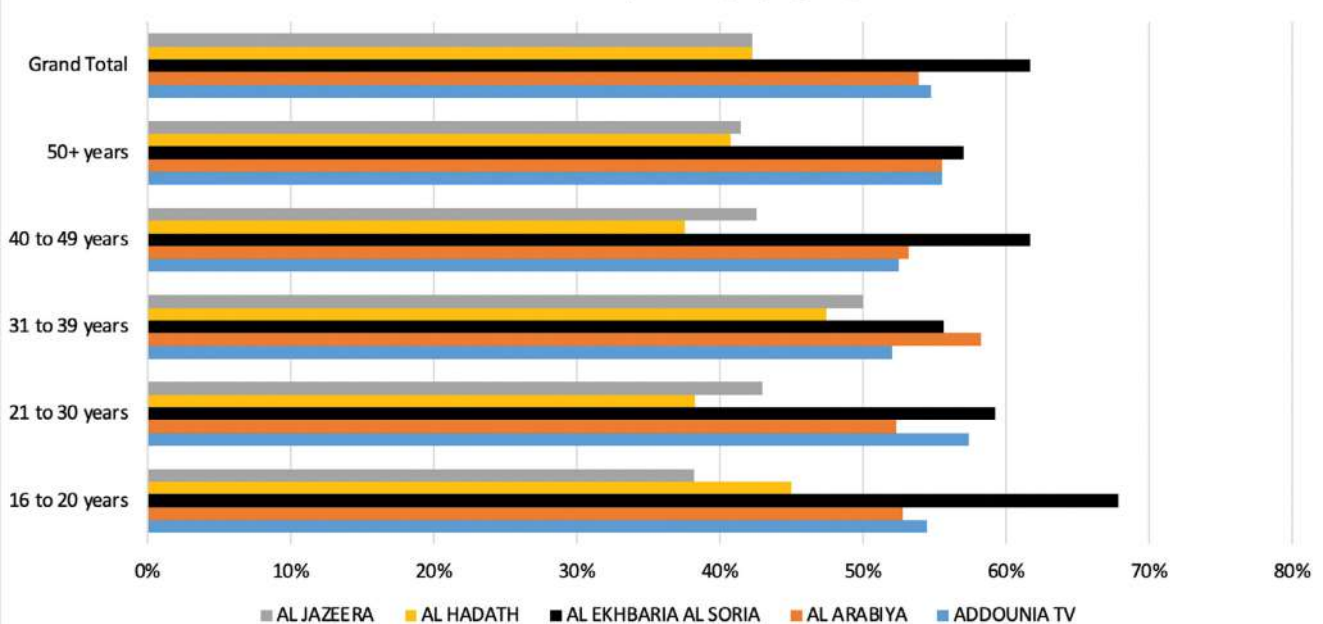
الشكل ١١. رسم بياني يوضح أعلى مستويات الثقة لمحتوى الأخبار للقنوات التلفزيونية داخل الشمال الشرقي السوري - حسب الموقع الجغرافي.

Most trusted and preferred local, pan regional and international TV channels for news consumption (by location in NES)



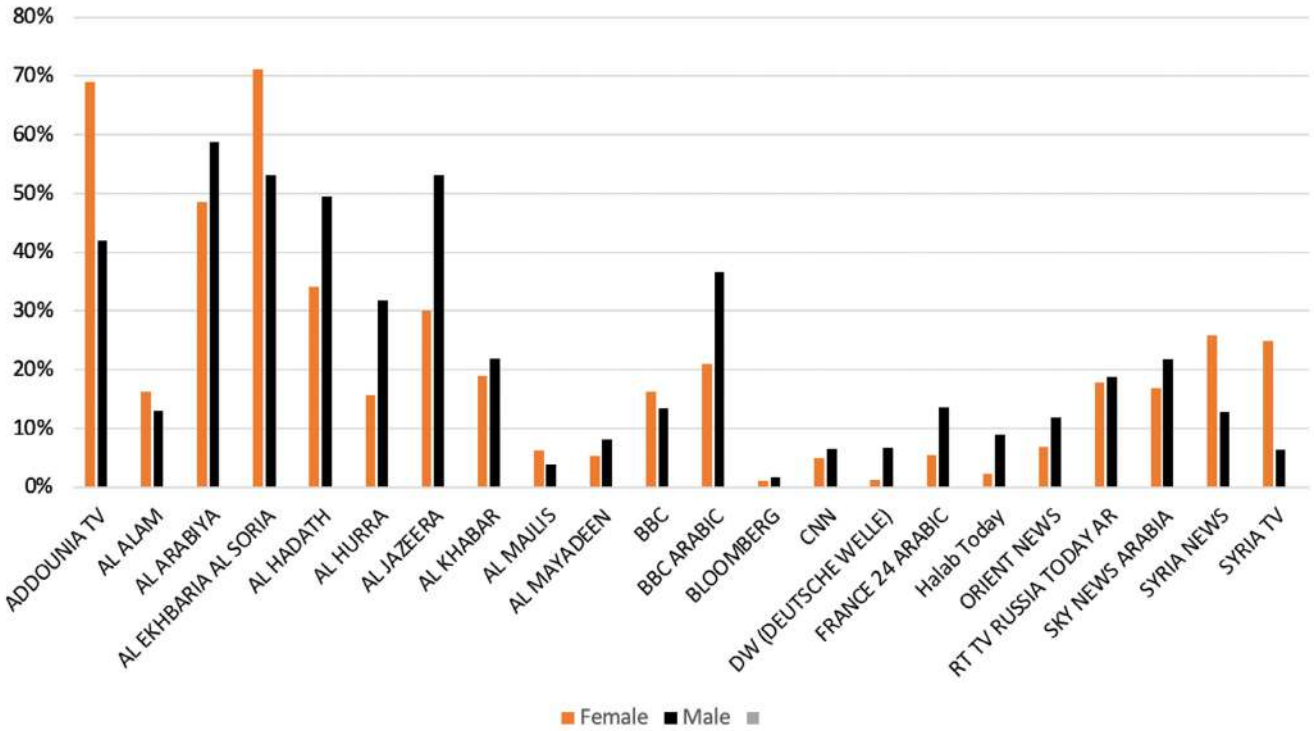
الشكل ١٢. رسم بياني يوضح القنوات التلفزيونية الخمس الأكثر ثقة وتفضيلاً للوصول إلى الأخبار - حسب الفئة العمرية.

Five most trusted and preferred local, pan regional and international TV channels for news consumption - by age-group



الشكل ١٣. رسم بياني يوضح تصنيف القنوات التلفزيونية حسب الثقة والمشاهدة المستمرة للأخبار على أساس أسبوعي حسب الجنس (n = ١,٢٠٠).

Most trusted and preferred local, pan regional and international TV channels for news consumption (by gender)



تشير نتائج الاستطلاع إلى أن الإخبارية السورية هي الأكثر ثقة عبر جميع الفئات العمرية، باستثناء الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين ٣١ و ٣٩ عامًا، حيث تعتبر العربية هي الأكثر ثقة بالنسبة لهم. وفيما يتعلق بأنماط التفضيلات، فإن نتائج الشريحة العمرية ١٦-٢٠ عامًا مشابهة لفئات الأعمار الأخرى، ولكن مع تفضيل أكثر وضوحًا للإخبارية السورية.

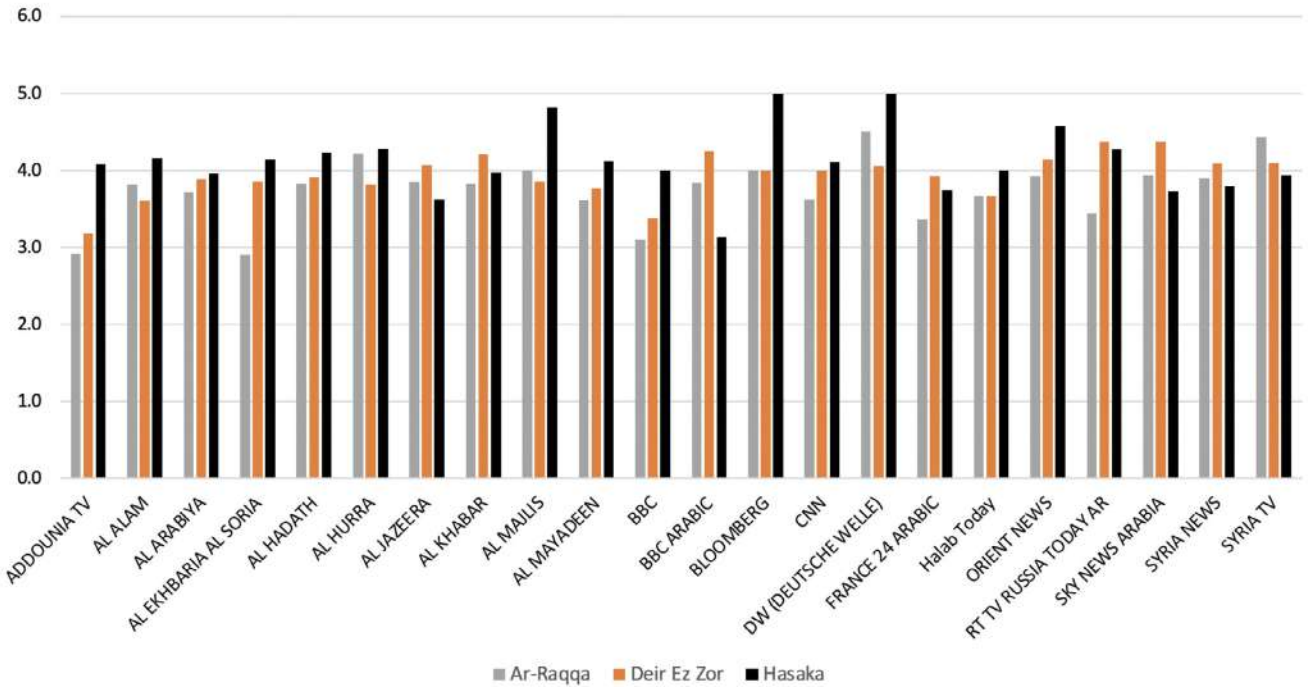
ومن الجدير بالذكر أن منطقة شمال شرق سوريا لديها مستويات أعلى من الثقة العامة في ٢٢ قناة تلفزيونية من المناطق الأخرى (الشكل ١٠). وتتمثل أعلى مستويات الثقة في الحسكة، تليها دير الزور والرقعة، حيث تتجاوز نتائج الثقة المجتمعة متوسط ٣,٥ / ٥,٠.

التي يتفوقون بها ويشاهدونها بشكل أسبوعي. ومن بين ٢٢ مزودًا مدرجًا للتلفزيون، فإن الثلاثة الأكثر تفضيلًا هم قنوات الإخبارية السورية، وقناة الدنيا، والعربية (الشكل ٨). وتشمل أقل القنوات التي يثق بها الأشخاص ويشاهدونها بشكل أقل Bloomberg, Deutsche Welle and Al Majlis.

في هذا التصنيف لمحتوى الأخبار من قبل مزودي التلفزيون، هناك بعض الاختلافات اللافتة للنظر حسب الجنس، حيث تظهر الإناث تفضيلات متميزة لقناة الدنيا والإخبارية السورية (بالمقارنة مع الذكور)، بينما يفضل الذكور الجزيرة والعربية وي بي سي العربية.

الشكل ١٤. رسم بياني يوضح المستويات المجتمعة والعامّة للثقة في القنوات التلفزيونية عبر المناطق - حسب الموقع الجغرافي.

Most trusted and preferred local, pan regional and international TV channels for news consumption (by location in NES)



لكل فئة عمرية. عندما يتم تقييم الخمس قنوات التلفزيونية الأكثر شعبية بشكل أدق، يمكن ملاحظة أن الملف العام للتفضيلات متشابه عبر جميع فئات الأعمار الخمس، باستثناء الفئة العمرية ١٦-٢٠ عامًا، حيث تعتبر الإخبارية السورية هي الأكثر ثقة / تفضيلاً مقارنة بفئات الأعمار الأخرى، والجزيرة هي الأقل ثقة / تفضيلاً مقارنة بفئات الأعمار الأخرى (الشكل ١٢).

بالنسبة لمستويات الثقة في محتوى الأخبار التلفزيونية المفصلة حسب الجنس، يظهر أن المشاركات الإناث تعرض مستويات ثقة أعلى قليلاً (٣,٩) من نظرائهم الذكور (٣,٧) بشكل عام. وفيما يتعلق بتصورات الجمهور حول ما يجعل تغطية الأخبار ذات جودة عالية، يحدد المشاركون الصدق والتقرير المباشر من المصدر وعدم التحيز كمؤشرات عامة

داخل شمال شرق سوريا، تكون مستويات الثقة الأعلى لـ Al Majlis و Deutsche Welle و Bloomberg وجميعها في الحسكة (الشكل ١١). وإلا، تكون مستويات الثقة في كل من القنوات متسقة بشكل عام، مع أدنى مستويات في الرقة بشكل عام. ومع ذلك، يتم تقييم حتى وسائل الإعلام ذات الأدنى درجات بمعدل ٣,٠ أو أعلى، معظمها يتم تقييمها باتجاه أو يفوق المعدل العام لـ ٤,٠ (متفق على الثقة). وهذا يعد نتيجة مثيرة للاهتمام بما أنه يبدو أن هناك حدًا أدنى للثقة الممنوحة لوسائل الإعلام بشكل عام.

فيما يتعلق بمستويات ثقة الجمهور في محتوى الأخبار التلفزيونية حسب الفئة العمرية، فإن التقييم المتوسط المعطى لجميع القنوات التلفزيونية الـ ٢٢ متسق جدًا

٥٦٥. السؤال البحثي السادس

ما هو الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام المستقلة و / أو الحكومية في حياتهم اليومية، إن وجد؟

هناك إجابة معقدة على هذا السؤال وتعكس التصورات المتباينة لوسائل الإعلام في البلد وتاريخها.

نوه الذين أفادوا بأن الإعلام المستقل يلعب دوراً في حياتهم اليومية بأنه يساهم في "رفع الوعي" حول المواضيع المهمة من خلال تقديم قصص الأخبار دون تحيز معين مما يسمح للجماهير بالتفكير بشكل ناقد أكثر وتزويدهم بمعلومات إضافية قد لا يكون لديهم الوصول إليها بشكل ضروري، كما ذكر أحد المستجيبين في الرقة: "كلما تابعت الأخبار الموثوقة، كلما كانت لدينا تصورات أفضل لما ينتظرنا والتحديات التي ستواجهنا". كما أفاد المستجيبون بأن هذه الأخبار تجعلهم أكثر قبولاً لـ "الثقافات الأخرى والاختلافات بين الناس" ويمكن أن تساعد في تقليل الانقسامات بين المجتمعات.

بشكل مثير للاهتمام، أفاد بعض المستجيبين بأن الحصول على معرفة أعمق من خلال الإعلام المستقل ساعد في تشكيل آرائهم السياسية، ولكن غالبية المستجيبين (حتى أولئك الذين يعتقدون أن الإعلام المستقل يلعب دوراً فعالاً في حياتهم اليومية) يعتقدون أن الإعلام المستقل لا يؤثر على آرائهم السياسية لأن "رأيهم السياسي واضح ومحدد، ومبني على أسس من الصعب اختراقها بأي وسيلة إعلامية" حيث يشير معظم المستجيبين إلى أن لديهم تحيزات قوية فيما يتعلق ببعض الموضوعات السياسية. على سبيل المثال، أشار أحد الرجال في الثلاثينات من عمره في درعا إلى التطبيع بين إسرائيل

للجودة والمصداقية. تظهر الصورة النهائية أن السوريين لديهم مستويات متوسطة من الثقة في معظم وسائل الإعلام المحلية والوطنية والإقليمية والدولية. وتعد الرقة من بين المدن التي تشهد أدنى مستويات الثقة عبر وسائل الإعلام، والتي تعكس على الأرجح تاريخها الحديث واستخدام وسائل الإعلام كأداة حزبية.

بخصوص القنوات التلفزيونية الأكثر ثقة حسب الفئة العمرية، تظهر نتائج الاستبيان أن الإخبارية السورية هي الأكثر ثقة عبر جميع فئات الأعمار، باستثناء الفئة العمرية ٣١-٣٩ عاماً، حيث تعتبر قناة العربية هي الأكثر ثقة. وفيما يتعلق بأنماط التفضيل، تشير النتائج لفئة الأعمار ١٦-٢٠ سنة إلى تشابهها مع فئات الأعمار الأخرى، على الرغم من وجود تفضيل أكثر وضوحاً للإخبارية السورية.

من اللافت للانتباه ملاحظة أن مناطق شمال شرق سوريا تحصل على درجات أعلى من المناطق الأخرى فيما يتعلق بمستويات الثقة المجتمعة والعامّة عبر ٢٢ قناة تلفزيونية (الشكل ١٤). وتكون مستويات الثقة الأعلى في الحسكة، تليها دير الزور والرقة.

بالنسبة لمستويات ثقة الجمهور في محتوى الأخبار التلفزيونية حسب الفئة العمرية، يعد التقييم المتوسط الممنوح لجميع القنوات تلفزيونية ال ٢٢ متسقاً جداً. ومع ذلك، عندما يتم تقييم القنوات التلفزيونية الخمسة الأكثر شعبية بشكل أكثر دقة، يمكن ملاحظة أن الملف العام للتفضيلات متشابه عموماً عبر جميع فئات الأعمار الخمسة، باستثناء الفئة العمرية من ١٦ إلى ٢٠ عاماً، حيث تعتبر الإخبارية السورية هي الأكثر ثقة / تفضيلاً مقارنة بفئات الأعمار الأخرى، والجزيرة هي الأقل ثقة / تفضيلاً مقارنة بفئات الأعمار الأخرى.

والإمارات كموضوع لن يغير رأيه فيه أبداً، بغض النظر عن كمية المعرفة التي يحصل عليها حول هذا الموضوع. بالنسبة للمستجيبين مثله، فإن القدرة على رفع الوعي بموضوع لا تعني فرض تغييرات معنوية في آراء الناس، ولكنها بدلاً من ذلك تساعد في تثقيفهم حول المواضيع التي لديهم معرفة محدودة بها.

بالنسبة لأولئك الذين أفادوا بأن الإعلام المستقل لا يلعب دوراً في حياتهم اليومية، يعود ذلك إلى الاعتقاد بأن «لا يوجد وسائل إعلام مستقلة، حيث إن معظمها متحيز أو مرتبط بحزب سياسي». كانت فكرة أن المؤسسات الإعلامية المستقلة تخدم تقدم بعض الآراء والأجندات السياسية سائدة خلال مقابلات الأطراف الرئيسية، حيث يعتقد المستجيبين أنهم «لا ينبغي أن يثقوا فقط بالمعلومات من وسائل الإعلام ولكن ينبغي لهم أيضاً أن يستمدوا المعرفة من مصادر أخرى». بشكل مثير للاهتمام، رفض بعض المستجيبين منابر الأخبار المستقلة والحكومية كونها متحيزة، بدلاً من ذلك يعتقدون أن الأخبار المحلية هي أكثر مصداقية وصلة بحياتهم، حيث ذكرت إحدى النساء في الرقة أنها تتابع «مقاطع الأخبار التي تقول أن الوضع داخل سوريا جيد ويتحسن» من مصدر إعلامي مستقل ولكنها لا تعتقد أن هذا هو الواقع.

لا يزال هناك اختلاف في الآراء حول وسائل الإعلام المستقلة. فبعض المستجيبين لا يرغبون في وجود وسائل إعلام مستقلة في حياتهم، حيث يعتقدون أن هذا النوع من الأخبار «يؤثر سلباً عليهم» ويزيد من قلقهم وشعورهم بالإحباط «لأنه ينقل الواقع السيء للمنطقة». ويمكن أن يكون هذا بسبب تجنب الأخبار أو الشعور بأن الأخبار سلبية.

وعند استجوابهم أصبح واضحاً أن المستجيبين ليس لديهم فهم موحد لما هي وسائل الإعلام المستقلة وكيف ترتبط بحياتهم اليومية، حيث يشير الكثيرون إلى أنها «مصدر لقضاء الوقت» أو «ترفيه»، ويقدرن قيمتها في تقديم أخبار الطقس ومعلومات عن أسعار الصرف. كما كانت هناك بعض الارتباطات بين الشباب والطريقة التي يعرفون بها وسائل الإعلام المستقلة وارتباطها بوسائل التواصل الاجتماعي، حيث يراها أحد المستجيبين الشباب في السويداء ودرعا وحلب كأداة لـ «التواصل مع الأصدقاء بشكل أفضل» ويرى قيمتها في توفير «معلومات الأخبار بسرعة». وتعكس هذه الإجابات اختلاف المحتوى الذي يتضمنه الإعلام المستقل عن الإعلام الذي يسيطر عليه الحكومة والمواضيع التي يغطيها.

٥٧. السؤال البحثي السابع

كيف يرى الجمهور السوري أن «المحتوى المدفوع بالمسألة» قد ساهم في مساعدتهم على التعامل مع صراعات حياتهم اليومية؟

على الرغم من أن معظم المستجيبين الذين شملهم الاستطلاع (٥٥%) أفادوا بأنه من المهم جداً استهلاك وسائل إعلامية تتميز بالتحقيق والعمق، إلا أنه خلال المقابلات أصبح واضحاً أنه على الرغم من أن المستجيبين يرون القيمة في هذا النوع من وسائل الإعلام، إلا أنه لا يوجد رغبة (حتى الآن) في المحتوى الأبطأ والأكثر عمقاً في جميع أنحاء البلاد ومناطق النازحين الداخليين. كما وجدت اختلافات كبيرة عند تجميع البيانات حسب المنطقة، حيث أفاد غالبية المستجيبين في دير الزور (٦٩%) بأنه من المهم استهلاك «المحتوى المدفوع بالمسألة»، بينما وافق فقط ٢٩% من المستجيبين في

المستجيبون يعتقدون أيضًا أن هذا النوع من وسائل الإعلام يمكن أن يعمل كإجراء وقائي و "تحذير" للناس للتنبؤ بالمشكلات المجتمعية والتعامل معها في وقت سابق. وأشاد المستجيبون بشكل واسع بالجانب "المهتم بالحلول" لهذا النوع من وسائل الإعلام، حيث يعتقدون أنه من خلال التحليل الدقيق للمواضيع ومناقشة المسائل المعقدة، سيؤدي ذلك، على حد قول أحد المستجيبين في دير الزور، إلى "حلول منطقية" يمكن تنفيذها وتؤدي إلى تغيير المجتمع.

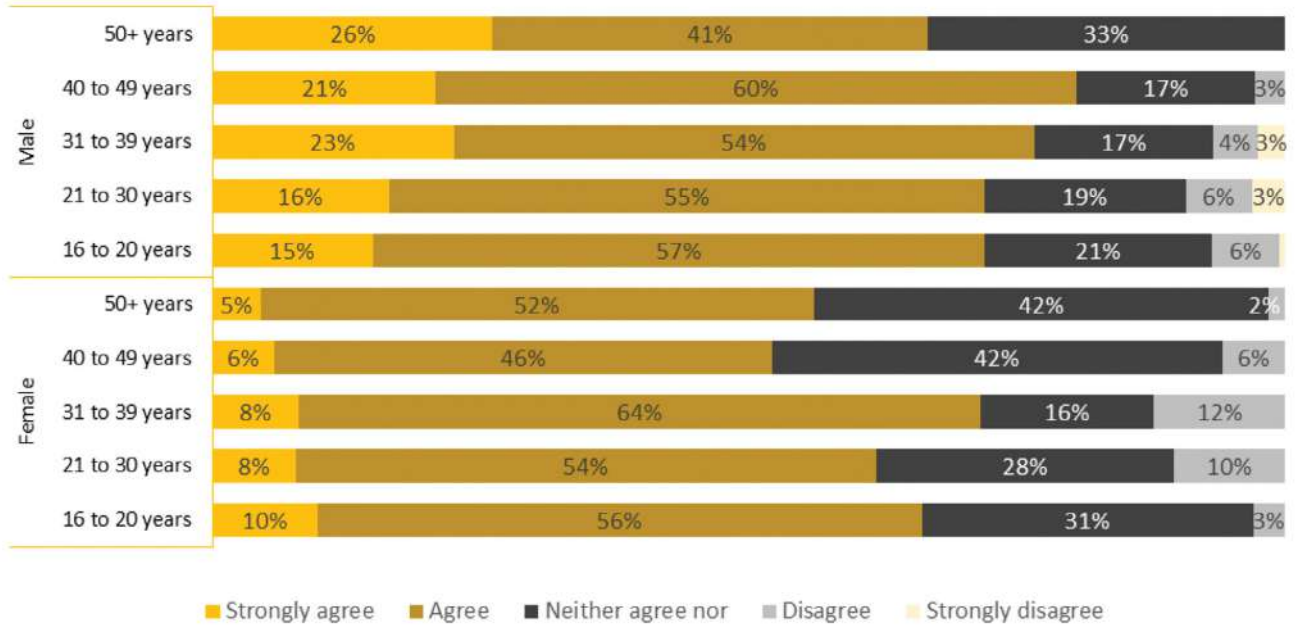
من اللافت للانتباه أن المستجيبين المشمولين في الرقة (٣٩%) أفادوا بأنهم لا يهتمون كثيرًا بوسائل الإعلام التي تدفعها المسائلة، ولكن خلال المقابلات الرئيسية كان نصف المستجيبين إيجابيين للغاية تجاه هذا النوع من الإعلام. واعتقد أحد المستجيبين الذكور أن هذا النوع من وسائل الإعلام يمثل جوهر الصحافة الحقيقية: "الدور الأساسي للإعلام هو إلقاء الضوء على القضايا المثيرة للجدل لأن المشكلات البسيطة يمكن أن يتم تقديمها وتحليلها من قبل أي شخص". وفي ظل وسائل التواصل الاجتماعي وارتفاع "الصحافة المواطنية" حيث يمكن نشر الأخبار بدون مراقبة تقريبًا، فإن فكرة أن يكون المرء متعلمًا ومطلعًا بشكل كبير لتقديم التقارير كانت جذابة للعديد من المستجيبين في بيئة إعلامية مليئة بـ "الأخبار الزائفة". كما أفاد المستجيبون في الرقة الذين يعجبون بهذا النوع من المحتوى بأنهم يعتقدون أن وسائل الإعلام التي تدفعها المسائلة تكون أكثر دقة من أي نوع آخر. ومن الأهمية بمكان، فإن المخاطر المرتبطة بهذا النوع من التقارير تضيء مصداقية على دقتها في نظر المستجيبين في الرقة. وأفادت إحدى المشاركات بإعجابها بالأشخاص الذين ينتجون هذا النوع من وسائل الإعلام، حيث يواجهون تهديدات الاعتقال "فقط لتقديم أخبار صادقة ودقيقة".

الحسكة و ٣٩% من المستجيبين في الرقة. وفي الحسكة على وجه الخصوص، كانت غالبية هؤلاء المستجيبين لا مبالين تجاه هذه الوسائل الإعلامية (٥٤%). وكانت هذه الحالة أيضًا في شمال غرب سوريا حيث أفاد غالبية المستجيبين في إدلب (٥٦%) وحلب (٥١%) بأنهم لا يهتمون بشكل كبير بهذا النوع من وسائل الإعلام. ومن المثير للاهتمام أن المستجيبين المشمولين في المناطق التي تخضع للحكم الحكومي يفيدون بمشاعر أكثر إيجابية تجاه هذا النوع من وسائل الإعلام، حيث وافق غالبية المستجيبين في دمشق (٦٦%) وريف دمشق (٧٣%) ودرعا (٨٢%) واللاذقية (٦٢%) والسويداء (٧٠%) بشكل رئيسي على الرأي بأن «المحتوى الذي يدفعه المساءلة مهم بالنسبة لهم». ونظرًا لأن معظم المستجيبين في الاستطلاع يمكنهم التعرف بوضوح على المحتوى المتحيز والمتحرك سياسيًا، فهناك حاجة إلى تقارير دقيقة وتحقيقية في هذه المناطق. ولم يكن هناك فرق يذكر عند تجميع الإجابات حسب الجنس أو فئات العمر.

أفاد المستجيبون الذين تم استطلاعهم والذين أفادوا بأن هذا النوع من الأخبار التحقيقية مهم بشكل كبير بأنه يخلق وعيًا أكبر بالقضايا وله القدرة على خلق تغييرات إيجابية داخل المجتمع. وذلك لأنه يوفر سياقًا أكبر للمشكلات التي يواجهها المجتمع، وكما ذكرت إحدى المشاركات "يؤدي إلى زيادة المساءلة" حيث يصبح الناس أكثر تعليمًا حول المواضيع وأكثر وعيًا بكيفية مواجهة هذه المشكلات والجهات المسؤولة عنها. كما اعتقد المستجيبين أيضًا أن هذا النوع من الصحافة سيوجه انتباه الجمهور إلى المواضيع التي تهتمه، وأن هذا النوع من الصحافة أقل احتمالًا لتشتيت انتباه الجمهور بالموضوعات "السطحية" التي تحظى بتغطية أكبر من قبل المنظمات الراعية للدولة، بل يعلم المشاهدين. وكان

الشكل رقم ١٥. رسم بياني يوضح مستويات الاتفاق على البيان «من المهم بالنسبة لي استهلاك وسائل الإعلام الإخبارية التحقيقية والأكثر عمقاً» - حسب المواقع في شمال شرق سوريا.

Q22: How much do you agree with this statement: It is important for me to consume news media that is investigative and more in-depth



المستجيبون من جميع المناطق التي تم استطلاعها بأنهم يتجنبون هذا النوع من المحتوى لأنهم يرونه «مملًا». كما أشار المستجيبون في حلب إلى أنه نظرًا للالتزامات الاقتصادية والاجتماعية الثقيلة التي تواجه مجتمعهم، فإنهم لا يعتقدون أن معظم الناس سيكون لديهم الوقت لمتابعة المحتوى الطويل.

في جميع فئات الأعمار والأجناس، أفاد المتحدثون خلال المقابلات بأن سرعة وسهولة الوصول إلى وسائل التواصل الاجتماعي هي أكبر ما يجذبهم. كما أشار خبير إعلامي تم استجوابه إلى أن جعل المحتوى جذابًا لأولئك الذين يمتلكون مستويات منخفضة من الثقافة الإعلامية يتعلق

ومع ذلك، حتى في المناطق التي تسيطر عليها الحكومة وحيث أفاد المستجيبون في الاستبيان بتقديرهم لهذا المحتوى، فإن معظم المستجيبين الذين تم استطلاعهم في المناطق المختلفة بسوريا أفادوا خلال المقابلات الرئيسية بأنهم ببساطة لا يستهلكون هذا النوع من الإعلام، حتى لو كانوا يعجبون به. وكانت الأسباب واضحة في جميع أنحاء سوريا، حتى بالنسبة للفئات العمرية الأصغر مثل الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين ١٦-٢٠ عامًا (٥٧%) و ٢١-٣٠ عامًا (٥٥%) الذين أفادوا بأن الإعلام التحقيقي مهم للاستهلاك، ولكنهم كانوا متفقين على أن هذا النوع من الإعلام غير ضروري، كما قال أحد الشباب في دمشق: «معظم العالم لا يرغب في متابعة محتوى طويل». وأفاد

على الرغم من أن الغالبية العظمى من المستجيبين كانوا إيجابيين إلى حد ما تجاه هذا النوع من محتوى الإعلام، إلا أن بعض المستجيبين في الرقة ودرعا أبدوا بعض التردد تجاهه، حيث يعتقدون أنه «يشجع على الصراع والمشاكل المستمرة» من خلال تسليط الضوء على القضايا الاجتماعية والسياسية التي ربما لا يكون الجمهور على دراية بها، والتي ستؤدي إلى زيادة التوترات داخل البلاد.

٥٨. السؤال البحثي الثامن

كيف ولأي مدى ساهمت وسائل الإعلام المستقلة في دعم الانسجام والحوار وبناء السلام بين الجماهير السورية؟

تشير الردود العامة من المستجيبين إلى أن وسائل الإعلام المستقلة يُنظر إليها على نحو خاص كما أنها مفيدة للغاية في تعزيز الجسور بين الأشخاص المنحدرين من خلفيات سياسية واجتماعية ودينية مختلفة، فضلاً عن مساعدتها في تقليل الفجوة الجنسية. ومع ذلك، كان وسائل التواصل الاجتماعي هي الأكثر استشهاداً بسبب قدرتها الكبيرة على توطيد العلاقات بين الأجيال المختلفة. ولم يتم ذكر وسائل إعلامية أخرى بشكل متكرر في المقابلات الشخصية. تم ذكر واحدة فقط، "من الممكن دمج جهود المنصات التقليدية مثل التلفزيون والإذاعة التي يتابعها الجيل الأكبر مع منصات التواصل الاجتماعي التي يتابعها الأجيال الأصغر سناً". ومن الجدير بالذكر أن ما خرج من المقابلات هو أن الأشخاص الذين يديرون المنصات المختلفة لديهم دور في تعزيز الجسور بين الناس. ولاحظ الكثيرون أن وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام

بشكل أكبر بالتنسيق الخاص بالمحتوى بدلاً من المحتوى نفسه، حيث يتجنب حتى أولئك الذين يهتمون بالأخبار السياسية والاقتصادية هذا النوع من الإعلام. وبالتالي، قال الخبير إنه قد يكون هناك حاجة إلى تكييف أساليب التقارير الحالية مع واقع العقد الأخير (مستويات منخفضة من الثقافة الإعلامية، النازحين الداخليين إلخ).

إن أحد العوامل الرئيسية التي تمنع استهلاك هذا النوع من المحتوى بشكل خاص بين جمهور الشباب وأولئك ذوي المستويات التعليمية المنخفضة هو أن الإعلام التحقيقي أو المدفوع بالمسائلة ببساطة غير متاح بشكل كافٍ لجذب الجماهير. وفي كلمات المستجيبين من الشباب في الحسكة، الذين أفادوا بأنهم يثقون في هذا النوع من الإعلام أكثر، ويعتقدون أنه يمكن أن يؤدي إلى المسائلة داخل مجتمعاتهم، لا يزالون يشعرون بأنهم لن يستهلكوا هذا النوع من الإعلام لأنه يتم توجيهه "للمتعلمين جداً والمهنيين فقط". وهذا صحيح أيضاً في الرقة، حيث أفادت إحدى المستجيبات الإناث بأن الأخبار يجب أن تركز على جوهر القصة ولا تكون مفصلة جداً، حيث يمكن أن تكون محيرة ومشتتة للمشاهد العادي. وقد تم استنتاج هذا الاعتقاد من قبل المستجيبين في درعا وحلب والسويداء، حيث كانت فوائد هذا النوع من المحتوى واضحة لديهم، ولكنهم أيضاً حددوا مشكلة في الوصول إلى الجمهور. وكان من المثير للاهتمام أيضاً أنه بين المستجيبين من الشباب، كان هناك اعتقاد بأن الصحافة التحقيقية مقتصرة على المسائل السياسية وليس على أي موضوع آخر، وقد تحتاج هناك حاجة إلى تثقيف مستهلكي الإعلام بأن الصحافة التي تدفعها المساءلة يمكن أن تغطي العديد من الموضوعات الاجتماعية.

هي "قنوات محايدة"، ولكنهم اعتبروا أن الأشخاص الذين يسيطرون عليها هم من يشكلون الأخبار.

يرى الغالبية العظمى من المستجيبين أن وسائل الإعلام المستقلة لديها القدرة على "تعزيز الجسور بين الأشخاص عن طريق رفع الوعي ونشر ثقافة السلام" من خلال استيعاب أولئك الذين يمتلكون وجهات نظر متعددة، وتوفير مساحة محايدة تمكن من مناقشة القضايا الجدلية بحساسية. وقد اتفق خبراء الإعلام على أن هذا هو الحال بالنسبة للقصاص الإخبارية التي يتم وضعها بطريقة تسليط الضوء على التشابهات بين الناس بدلاً من الاختلافات. واستشهد خبير وسائل الإعلام بالزلال كمثال على ذلك، حيث بذلت منظمات الأخبار المستقلة جهوداً في إظهار "المشكلة الإنسانية وليس المشكلة السياسية" من خلال التأكيد على أن جميع الأشخاص تأثروا بنفس الطريقة، وهذا يساعد على بناء السلام. ومن اللافت للنظر أن "خطاب الكراهية" الذي وافق عليه خبراء وسائل الإعلام بشكل موحد على أنه مساهم كبير في الصراع، لم يتم ذكره من قبل أي مستجيب في جميع المواقع. وفي الكثير من أنحاء العالم، يتم إلقاء اللوم على وسائل التواصل الاجتماعي لتقليل التماسك وزيادة الانقسامات السياسية. ومع ذلك، يتم اعتبار وسائل الإعلام في سوريا بشكل كبير من قبل المستجيبين وخبراء الإعلام على أنها أداة إيجابية لتعزيز المساواة بين الجنسين، حيث يمكن استخدامها لتسليط الضوء على قضايا المرأة ومحاربة قيود المعايير بين الجنسين التي تضيق دائرة حرية المرأة في المجتمع. واعتبر المستجيبون التي تمت مقابلتهم بشكل كبير أنه من الأفضل مكافحتها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، حيث إنها تمثل مساحة أكثر حيادية وأقل جدلية من وسائل الإعلام التقليدية التي يوجد فيها تواصل أكثر مفتوحاً بين الجنسين.

من المثير للاهتمام أن وسائل التواصل الاجتماعي قد شاع استخدامها كالمُنصة الرئيسية التي يمكنها تعزيز جسور بين الأجيال المختلفة، على عكس النقاش بين الجنسين، حيث أفاد معظم المستجيبين الشباب بأنهم لا يعتقدون أن وسائل الإعلام المستقلة مفيدة في تعزيز فجوة ما بين الأجيال. ويرجع ذلك بشكل كبير إلى الاستهلاك المنخفض لمنصات الإعلام التقليدية من قبل الشباب، وعدم وجود برامج تلفزيونية مخصصة خصيصاً لهم. وأفاد أحد المستجيبين الرجال الأكبر سناً بأنه لكي يتم توطيد الجسر الذي ما بين الأجيال، فإن الوسائط التقليدية ليست بحاجة فقط إلى بث القضايا الشبابية بنشاط وزيادة تمثيلهم، ولكنها تحتاج أيضاً إلى الاتصال بالقضايا التي يواجهها كبار السن لتعزيز الوعي لدى الشباب وتعزيز فهمهم لجيلهم. ومع ذلك، وافق بعض المستجيبين الأكبر سناً على أن وسائل التواصل الاجتماعي حيوية في تعزيز جسور ما بين الأجيال، لكنهم لا يعتقدون بالضرورة أن هذا يتطلب استبعاد وسائل الإعلام التقليدية، بل يحتاج إلى "دمج جهود المنصات التقليدية مثل التلفزيون والإذاعة التي يتابعها الجيل الأكبر مع منصات التواصل الاجتماعي التي يتابعها الأجيال الأصغر سناً" لتوطيد هذا الفجوة بنجاح.

٦. التوصيات

هذا العام، توفرت البيانات المتعلقة بالسوريين بوصفها مصدراً قيماً لفهم احتياجاتهم للمعلومات. نحن الآن نفهم بشكل أفضل عادات استهلاكهم الإعلامي المتغيرة، واحتياجاتهم للمعلومات، وتصوراتهم ومواقفهم تجاه وسائل الإعلام التي يستهلكونها. هناك العديد من التوصيات والدروس المستفادة من البحث المتعلق بالجمهور لعام ٢٠٢٣.

١. انتقل السوريون إلى وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات المراسلة كقناة رئيسية للوصول إلى معلومات الأخبار. يقدرّون الخصوصية التي يمكن أن توفرها لهم تطبيقات المراسلة. ومع ذلك، يعني هذا أنهم أقل عرضة للذهاب مباشرة إلى مواقع الأخبار، وبالتالي قد لا يعرفون المصدر الفعلي للأخبار. يجب على وسائل الإعلام العمل على ضمان تمييز قصصهم، وربطها بوسومهم أو حساباتهم على وسائل التواصل الاجتماعي، وإنشاء محتوى قابل للمشاركة على أشهر منصات وتطبيقات التواصل الاجتماعي المستخدمة. تختلف ميزات المنصات الاجتماعية المختلفة وتطبيقات المراسلة قليلاً، لذلك يحتاج وسائل الإعلام إلى استغلال الميزات الفريدة لكل منصة من خلال تصميم المحتوى المناسب لكل قناة. ولكي تستفيد من هذه الميزات الفريدة، قد يحتاج وسائل الإعلام إلى وضع أو تحسين استراتيجيات المحتوى العامة لكل قناة واستخدام تقويمات المحتوى لتقديم المحتوى في أفضل وقت للجمهور.

٢. تغيرت احتياجات جمهور السوريين للأخبار والمعلومات بمرور الوقت وتطور الوضع على الأرض. وعلى عكس عام ٢٠٢٠، هناك القليل جداً من الرغبة في مواضيع الأخبار الإقليمية والدولية، حيث يعتبر ذلك أمراً غير مهم بالنسبة لحياة السوريين اليومية. بدلاً من ذلك، فإن الأخبار المحلية والصحفيين المحليين قد تصدروا الصدارة، حيث يرغب الجمهور في فهم وتعلم ما يحدث في بيئاتهم المحلية. ونتيجة لذلك، يجب على وسائل الإعلام النظر في الدور المهم الذي يلعبه الصحفيون المواطنون المحليون، والنظر في تقديم فقرات أخبار حصرية تستهدف قصص الأخبار المحلية لزيادة انجذاب الجمهور. كما أنه من المهم أن تنظر وحدة الإنتاج الإعلامي ووسائل الإعلام ذات الصلة في وضع

طرق لتطوير شبكات أوسع وأعمق على المستوى المحلي مع الأشخاص الذين يمكنهم تزويد الناس بأخبار موثوقة وسريعة حول ما يحدث في مناطقهم. كما أنه من المهم أيضاً أن يأخذ الشركاء المعنيون في الإعلام بعين الاعتبار أن معظم المستجيبين المُستجَوِّين أفادوا بأن العنصر البصري في وسائل الإعلام هو الأكثر أهمية بالنسبة لهم، حيث يساعدهم على "الحضور" عند حدوث الأخبار، لذا يجب على الصحفيين والشركاء أيضاً التركيز على السماح للصور بـ "رواية القصة". كما أنه من المهم أيضاً تسليط الضوء على أن إنشاء المزيد من المحتوى الصوتي والمرئي سيساعد أولئك الذين يعانون من مستويات منخفضة من القراءة والكتابة على متابعة الأخبار.

٣. في جميع المواقع، يريد السوريون الحصول على الأخبار السريعة والحصرية في قصص أخبار سهلة الفهم. يعلم جمهور السوريين أن هناك الكثير من المعلومات المتحيزة بشدة، لا سيما في وسائل الإعلام التقليدية. وأفاد غالبية المستجيبين بأنهم يعتمدون على الأصدقاء والعائلة للتحقق من المصادقية، وأنهم يقرأون بانتظام أحدث المنشورات التي ينشرونها أصدقاؤهم على فيسبوك. تظل الإشارة كما كانت في الدراسة السابقة حول الجمهور، حيث يقع الجمهور في "فقاعات" أو فضاءات التردد حيث يستهلكون نفس المعلومات التي يستهلكها أصدقاؤهم، وبالتالي يشاركون نفس الفهم للأحداث والقضايا. ومن المهم الإشارة إلى أن الشبكات الاجتماعية الضيقة قد تعني أن يمكن للمعلومات المضللة أن تنتشر في جميع أنحاء الشبكة، وقد يؤمن بها المستجيبون بشكل أكبر. يجب على وسائل الإعلام النظر في كيفية دمج التحقق من الحقائق في قصصهم، حيث توجد فرص لتحسين الوعي الإعلامي وتوصيات بما يمكن للجمهور القيام به في التحقق من الحقائق لوقف انتشار المعلومات الخاطئة.

الزلال. يجب على وسائل الإعلام الاستمرار في التركيز على محتوى محايد وموثوق به عالي الجودة الذي يعزز مستويات الثقة الحالية. يمكن لوسائل الإعلام تذكير القراء بتاريخها في المجتمع ودورها في نشر الأخبار غير المحايدة في قصصها التي تركز على المستوى المحلي.

٧. نظرًا لأن غالبية المستجيبين من الشباب أفادوا بأنهم يشعرون بالتهميش من قبل وسائل الإعلام والمجتمع، فمن المهم أن تنشئ وسائل الإعلام محتوى مصمم خصيصًا لهم، حيث يعتقدون حاليًا أن المحتوى الوحيد الذي يتناسب معهم موجود حصريًا على وسائل التواصل الاجتماعي، ولا يرغبون في أن يتم تصويرهم باعتبارهم مجموعة موحدة في تغطية الأخبار. يجب على وسائل الإعلام النظر في طرق لجذب الشباب في القصص وبطرق تعكس مصالحهم بشكل أفضل - الأخبار المحلية، والأخبار الاقتصادية، والتوظيف.

٨. يجب على FPU ووسائل الإعلام المعنية أيضًا الاستماع إلى أصوات النساء في المقابلات، حيث إنهن يرغبن أيضًا في المزيد من التمثيل والمعلومات التي تلبي احتياجاتهن في وسائل الإعلام التقليدية.

٧. الاستنتاجات

هناك عدة نتائج مهمة من دراسة أبحاث الجمهور هذه يمكن مراعاتها من قبل FPU ووسائل الإعلام كجزء من خلق محتوى إعلامي مستقبلي.

وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات المراسلة هي القنوات السائدة التي يلجأ إليها السوريون للبحث عن

٤. يميز غالبية المستجيبين "صحافة الحلول" و"صحافة طويلة الأجل" على أنهم ذو قيمة لتوفير وجهات نظر حول القضايا والأحداث. ومع ذلك، تشير المقابلات الشخصية إلى أن الكثير من الناس لا يزالون يرغبون في قصص أخبار أقصر. يجب على وسائل الإعلام النظر في طرق لتحقيق نفس الهدف لصحافة الحلول أو الصحافة طويلة الأجل من خلال قصص أخبار أقصر ولكن أكثر تكرارًا (لا يمكن إهمال الجانب المرئي والسمعي). وقد توجد فرص لترتيب قصص قصيرة تحدث بانتظام والتي عندما يتم الجمع بينها تصبح قصة تعتمد على الحلول حول موضوع واحد. يجب على "صحافة الحلول والصحافة طويلة الأجل والمحتوى الذي يدفع للمساءلة" أن يتجاوزوا القصص السياسية وأن يتناولوا القضايا الاجتماعية التي تهم الشباب والنساء. قد يكون هناك حاجة إلى تثقيف المستهلكين للإعلام بأن صحافة الحلول الموجهة للمساءلة يمكن أن تغطي العديد من الموضوعات الاجتماعية.

٥. في منطقة شمال شرق سوريا، ظهرت بعض التفضيلات للتلفزيون ومنصات الفيديو، مما يشير إلى أن وسائل الإعلام التي ترغب في خدمة هذه الجماهير يجب أن تتضمن مكونات بصرية للقصص. ويمكن أن يكون ذلك بسبب مستويات أقل من القراءة والكتابة أو الاعتماد المتزايد على المعلومات البصرية. وبالنسبة لفرص التدريب، يمكن لـ FPU أن تستمر في دعم السرد البصري.

٦. يبدو أن الجمهور السوري يتمتع بقدرة على التعرف على وسائل الإعلام التي يكون محتواها متحيزًا، حيث يرغبون في الحصول على أخبار محايدة وموضوعية ودقيقة. كما يثق الجمهور السوري في المصادر المألوفة ويدرك أن المصادر الجديدة (خاصة في ظل الزلال) ليست دائمًا موثوقة. بدأت هذه المصادر في الانتشار بعد

التعرف على المحتوى الإعلامي المتحيز أو الطرقي. كما هو موضح في هذه الدراسة، هناك تقدير إيجابي مستمر للإعلام المستقل والدعم له يتزايد.

أخيراً، هناك فرص لوسائل الإعلام لخلق التواصل والحوار وبناء السلام من خلال قنوات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم. جمع الزلزال السوريين معاً وتوقفوا على الأقل لفترة قصيرة عن التفكير في مناطق موالية للحكومة وموالية للمعارضة، ويمكن أن يجلب أحداث مستقبلية السوريين معاً وستلعب وسائل الإعلام دوراً كبيراً في سرد القصة الوطنية.

الأخبار والمعلومات ومشاركتها. ويُنظر إليها على أنها توفر الوصول السريع إلى المعلومات التي يمكن مشاركتها والتأكد من صحتها مع الأصدقاء والعائلة. وعلى الرغم من أن الصحافة البناءة تحظى بالتقدير، إلا أنها غالباً ما تُنظر إليها على أنها طويلة ومملة وبالتالي لها جاذبية محدودة، لا سيما بالنسبة للجماهير الشابة. وهذا يشير إلى وجود فرصة للابتكار في الطريقة التي يتم بها إنتاج هذا المحتوى مع وجود إمكانية أن تكون شرائح الفيديو والصوت ذات الشكل القصير أكثر جاذبية للجمهور. بالإضافة إلى ذلك، هناك اهتمامات وتعريفات متطورة للإعلام المستقل وقيمته. يعتقد السوريون أنهم يمكنهم