

# الإعلام السوري..

خارطة الوسائل الفاعلة وتقييم الواقع  
المؤسساتي للناشئ منها بعد 2011



**SCM**

المركز السوري للإعلام وحرية التعبير  
Navenda Sûriyeyî ya Ragihandinê û Azadiya Derbirinê  
Syrian Center for Media and Freedom of Expression

## جدول المحتويات

01	أولاً: مقدمة
04	ثانياً: علة الدراسة
05	ثالثاً: أهداف الدراسة
07	رابعاً: أهمية الدراسة
07	خامساً: الدراسات السابقة
09	سادساً: مراحل الدراسة
09	1. المرحلة الأولى: (الخارطة)
12	2. المرحلة الثانية: (تقييم الواقع المؤسستي)
14	سابعاً: مصادر البيانات
14	ثامناً: أداة جمع المعلومات
16	تاسعاً: نتائج المرحلة الأولى (الخارطة)
49	عاشراً: نتائج المرحلة الثانية (تقييم الواقع المؤسستي والاحتياجات)
76	الحادي عشر: ملاحق الدراسة



## مُلخّص تنفيذي

بعد العام 2011، وفي ظل الانفجار الإعلامي الذي أعقب الاحتجاجات الشعبية وكسر هيمنة الإعلام الحكومي الموجّه، أخذ يتشكّل واقعٌ إعلاميٌّ سوريٌّ جديد، متأثراً بالمتغيرات السياسية والعسكرية المتسارعة في الملف السوري على عدة مستويات، والتي انعكست على خارطة الإعلام السوري بشكل جعلها خارطة قلق وغيرة مستقرة ومتغيّرة بشكل متسارع، فخلال سنوات الصراع السوري شهد الحقل الإعلامي تغييراً كبيراً، تمثّل بانطلاق عدد كبير من مبادرات ووسائل ومؤسسات إعلامية سورية، مقابل إغلاق أخرى وتوقفها عن العمل.

وبعد تسعة أعوام من هذا التمدد والانحسار وما بينهما من دراسات وبحوث سابقة واكبت تلك التحولات؛ أطلق المركز السوري للإعلام وحرية التعبير SCM دراسة مسحية لإعادة رسم خارطة وسائل ومؤسسات الإعلام السورية الفاعلة والمساهمة في صياغة المشهد الإعلامي الكليّ في سوريا وتشكيل الرأي العام وتوجيهه، حتى تاريخ إنجاز الدراسة، بما فيها الوسائل المؤسسة قبل الثورة السورية. حيث عمدت الدراسة إلى مسح وسائل ومؤسسات الإعلام السورية وتقسيمها منهجياً تبعاً لنمطها الإعلامي وانتشارها الجغرافي وطبيعة ملكيتها وتاريخ تأسيسها واللغات التي تستخدمها، وذلك كمرحلة أولى، حيث أفردت الدراسة المرحلة الثانية لإجراء تقييم عام للواقع المؤسّساتي لوسائل الإعلام الناشئة بعد العام 2011 واحتياجاتها، وفقاً لمتغيرات محددة، وذلك للوصول إلى معرفة دقيقة حول واقعها المؤسّساتي (إداري، تنظيمي، قانوني، مالي)، واحتياجاتها لتكون قادرة على خلق نمط إعلامي جديد في سوريا.

وقد تم في المرحلة الأولى ضبط عينة الدراسة بالعينة العمدية/الفرضية، من الوسائل والمؤسسات التي انطبقت عليها الشروط، والتي تم توضيحها عبر التعريفات الإجرائية الخاصة والمُحددة لمفهوم وسائل ومؤسسات الإعلام السورية الفاعلة محل المسح، إضافة إلى التعريف المقصود بالمؤسسة الإعلامية، في حين تم تحديد مجموعة استثناءات خارج إطار العينة، كما جرى تصميم استمارة مسح للراصدين خاصة بالمرحلة الأولى، وتم التعبير فيها عن متغيرات الدراسة بشكل يحقق أهداف البحث.

وبنتيجة المسح لوسائل ومؤسسات الإعلام السورية الفاعلة، والتي تندرج ضمن عينة الدراسة وشروطها، تم التوصل إلى أن خارطة الإعلام السوري تتكون من (162) مؤسسة ووسيلة إعلامية عاملة حتى تاريخ إعداد هذه الدراسة، تشرين الثاني/نوفمبر 2019، وقد لوحظ من خلال المسح لوسائل الإعلام السورية تناقص أعداد تلك الوسائل بشكل كبير قياساً بالدراسات السابقة، كما فضّلت الدراسة في متنها توزيع هذا العدد وفق النمط الإعلامي والتواجد الجغرافي ونوع الملكية وتاريخ التأسيس واللغة المستخدمة في الخطاب الإعلامي.

واتضح من خلال نتائج المرحلة الأولى؛ أن خارطة وسائل ومؤسسات الإعلام السورية الفاعلة لا تزال قلقة وغير ثابتة وقابلة للتغيير وفقاً للظروف السياسية والعسكرية التي حكمت الملف السوري، ومالها من انعكاسات غير متوقعة على الأرض،

وما بينهما سياسات المانحين التي عملت على الدعم الإعلامي قصير المدى أكثر من الدعم المستدام لعمل إعلامي مؤسساتي، إضافة إلى تحول سياسات التمويل في الملف السوري من حقل الإعلام إلى حقول وقطاعات أخرى.

بالمقابل، وبناءً على نتائج المرحلة الأولى من الدراسة (الخارطة) والتي مسحت (162) مؤسسة ووسيلة إعلامية، جرى تحديد وحصر عدد الوسائل الناشئة منها بعد العام 2011 بـ (119) وسيلة ومؤسسة إعلامية، حتى تاريخ إعداد هذه الدراسة، وعليه تم سحب عينة ميسرة منها، ونسبتها 20% (24 وسيلة)، ومن ثم تم تحديد عدة مؤشرات لقياس الواقع الإداري والمؤسساتي لتلك الوسائل إضافة لاحتياجاتها، وذلك عبر استمارة عكست تلك المؤشرات على عدة مستويات (إداري، تنظيمي، قانوني، مالي)، وتفرعت ضمن تلك المستويات لقياس عدة جوانب: (الهيكل التنظيمي والنظام الداخلي للمؤسسة، الرؤية والرسالة والأهداف، مجلس الإدارة وآلية إقرار السياسات التحريرية، آلية اختيار شاغلي المناصب الإدارية، الإجازة الجامعية في الصحافة والإعلام كشرط، الخبرة كشرط في ممارسة العمل الصحفي، عدد سنوات الخبرة، نسبة حاملي إجازة الصحافة والإعلام من العاملين، نسبة الإناث من إجمالي العاملين، وضع الترخيص القانوني للمؤسسة الإعلامية، العلاقة بين الوسيلة والجهات المسيطرة، طبيعة التمويل ومصادره، القدرة على خلق التمويل الذاتي، مصادر خلق التمويل الذاتي، نسبة مساهمة التمويل الذاتي، وجود آليات رسمية للرقابة المالية، المسؤول عن الرقابة المالية، العقوبات التي تواجه المؤسسات الإعلامية في تطورها).

وبمراجعة الاستثمارات الواردة وإجراء العمليات الإحصائية المناسبة، أظهرت نتائج المرحلة الثانية: أن النسبة الأكبر من وسائل ومؤسسات الإعلام السورية الناشئة بعد العام 2011، المشمولة بالعينة وعاملة حتى تاريخ إعداد هذه الدراسة، وبعد سنوات طويلة من الحرب؛ تسير أغلبها باتجاه بلورة رؤية مؤسساتية لعملها على المستوى الإداري والتنظيمي والقانوني، ولعل هذا السبب إضافة إلى استمرار الدعم والتمويل، يعد أهم عوامل صمودها واستمراريتها ضمن خارطة متغيرة شهدت نهاية وإغلاق للكثير من الوسائل والمشاريع والمبادرات الإعلامية، واستحداث لأخرى.

وعلى الرغم من الأشكال المؤسساتية التي بدأت تأخذها تلك الوسائل على اختلاف مناطق السيطرة والأنماط الإعلامية؛ إلا أنها وبالمقابل لا تزال تعاني من إشكاليات خطيرة قد تهدد وجودها بشكل عام، خاصة تلك المتعلقة بالتمويل وطبيعته وارتباطه بشكل كبير بجهات غير مستقرة وبظروف متغيرة، الأمر الذي يؤكد نتيجة المرحلة الأولى من هذه الدراسة؛ بأن خارطة الإعلام السوري لا تزال قلقة وقابلة للتغيير وفق عدة عوامل ومتغيرات، على رأسها التمويل وارتباطه بالظرف السياسي والعسكري المتغير للملف السوري، الأمر الذي يربط على وسائل ومؤسسات الإعلام السورية السعي لتنويع مصادر الدعم ومحاولة خلق مصادر بديلة مستدامة تضمن استمراريتها واستقلاليتها على المدى الطويل.

## أولاً: مقدمة

عانى الإعلام السوري على مرّ العقود الماضية من القبضة الأمنية المشددة والرقابة الصارمة، إضافة إلى هيمنة الإعلام الحكومي الموجّه، والذي مثل أداة بيد السلطة الحاكمة لترويج خطابها وتعبئة الجمهور السوري إيديولوجياً. الأمر الذي أدى تدريجياً لفقد هذا الإعلام مصداقيته لدى السوريين، والذين اعتمدوا لسنوات طويلة على الإعلام العربي والأجنبي كبديل عن الإعلام السوري الحكومي، وحتى عندما سُمح بوجود إعلام خاص في سوريا، تم منح التراخيص لأشخاص مقربين من النظام الحاكم، فتم استنساخ ذات خطاب السلطة، ولم تستطع وسائل الإعلام الخاصة إحداث أي خرق في جدار القمع المحيط بالإعلام. وفي إطار رسم الصورة والملاحم العامة لتجربة الإعلام السوري؛ يمكن الإضاءة سريعاً على التاريخ المعاصر لتطور هذا الإعلام والتشريعات الناظمة لعمله، حسب عهود الحكم المختلفة التي تعاقبت على سوريا، وفق الترتيب التالي:

**منذ الاستقلال إلى حكم البعث (1946-1963):** ويعتبر العهد الذهبي للصحافة السورية، حيث صدر في العام 1949 قانون المطبوعات رقم (35)، والذي رفع العديد من القيود المفروضة على حرية إصدار وتملك الصحف المستقلة والحزبية<sup>1</sup>، ومع هذا القانون صدرت أكثر من 150 مطبوعة بين صحيفة ومجلة انتشرت في غالبية المدن السورية، منها ما ترك بصمة في تاريخ الإعلام السوري، ومنها ما لم يدم إلا لفترة قصيرة.

ومع مطلع الخمسينات بدأت حرية الإعلام السوري تتراجع، حيث كان كل انقلاب عسكري يقضي كلياً أو جزئياً على عمل الصحف والمطبوعات ويقيدها عبر الرقابة، ثم شكّل عهد الوحدة مع مصر 1958 ضربة لحرية الصحافة اختارها السوريون طوعاً، حيث قيّق قانون المطبوعات في تلك الفترة الخناق على الصحف السورية وألغى تراخيص عدد كبير منها<sup>2</sup>.

وعقب الانفصال جرى في العام 1962 تعديل طفيف على قانون المطبوعات للعام 1949 لتجاوز إجراءات الإغلاق التي طالت المطبوعات السورية، ولكن بالمقابل لم يسمح بترخيص الصحف المعارضة للانفصال، وقد استمر العمل بهذا القانون حتى وصول حزب البعث إلى السلطة في 8 آذار 1963. وعموماً تعتبر تلك الفترة العصر الذهبي للحرية في سوريا، وبخاصة للإعلام السوري، والذي كان يضم إضافة للمطبوعات، إذاعة دمشق، والتي بدأت بثها التجريبي في العام 1939 وانتقلت إلى البث الدائم في العام 1947، والتلفزيون العربي السوري الذي بدأ بثه في عهد الوحدة عام 1960<sup>3</sup>.

1 : المركز السوري للإعلام وحرية التعبير، إعلام ضد المواطنة: حالة الإعلام والحريات الصحفية (سورية 2010-2011)، 3/5/2011، متوافر على الرابط: <https://bit.ly/2R08ygx>

2 : المرجع السابق.

3 : طالب قاضي أمين، الإعلام السوري (قانون الإعلام في سورية)، المعهد الوطني للإدارة العامة، 2014، متوافر على الرابط: <https://bit.ly/2R08ygx>

**عهد البعث:** ومع وصول حزب البعث إلى السلطة تم إيقاف العمل بقانون المطبوعات للعام 1949، وألغيت تراخيص جميع المطبوعات الصادرة وقتها وتمت مصادرتها، واكتفي فقط بالوسائل الحكومية حينها (إذاعة دمشق، التلفزيون السوري)، إضافة للصحف الناطقة باسم حزب البعث، وهي: صحيفة البعث التي تأسست في العام 1947، ثم صحيفة الثورة التي جرى تأسيسها في أيار/مايو 1963، إضافة إلى مطبوعات محلية في محافظات (حمص، حماه، حلب، اللاذقية). كما استمرت بالصدور مطبوعتان خاصتان فقط هما: مجلة الضاد في حلب، ومجلة الثقافة في دمشق. وفي هذا العهد جرى افتتاح المؤسسة العربية للإعلان في العام 1963 وحُصر بها العمل الإعلاني في سوريا، إضافة إلى تأسيس الوكالة العربية السورية للأنباء (سانا) في العام 1965.<sup>4</sup>

**عهد حافظ الأسد:** ازدادت شدة القبضة الأمنية في عهد الأسد الأب، وخصوصاً في مجال الحريات والإعلام، كما استمرت هيمنة الوسائل الحكومية على المشهد الإعلامي في سوريا<sup>5</sup>، والتي جرى ردها بوسائل جديدة، وهي: صحيفة تشرين في العام 1975، إذاعة صوت الشعب في العام 1978، القناة الثانية للتلفزيون السوري في العام 1986، الفضائية السورية في العام 1996.

**عهد بشار الأسد (العشرية الأولى):** مع وصول بشار الأسد إلى السلطة، وضمن سياسة الإصلاح الشكلي، تم إصدار القانون رقم (50) للعام 2001 الناظم لعمل وترخيص المطبوعات في سوريا، والذي يعتبر نسخة معدلة عن القانون (35) للعام 1949، فبالرغم من أن القانون أصدر تحت عنوان الإصلاح والانفتاح؛ إلا أنه أحكم سيطرة الدولة على وسائل الإعلام السورية، فمثلاً أعطى القانون الحق للحكومة بإلغاء ترخيص المطبوعة في حال صدر بحقها حكمان جزائيان خلال عام واحد، بينما كانت خمسة أحكام في القانون السابق، إضافة إلى منح صلاحيات واسعة لوزير الإعلام فيما يخص التراخيص والرقابة على وسائل الإعلام العاملة في سوريا<sup>6</sup>.

ومنذ صدور القانون في 2001 وحتى العام 2010 جرى ترخيص ما يفوق الـ 250 مطبوعة مختلفة، صدر منها 232 مطبوعة، منها 160 خاصة، و72 مطبوعة حكومية. كما صدر في العام 2002 قانون إحداث إذاعات التجارية الخاصة، والذي سمحَ بترخيص إذاعات خاصة تعمل على موجة FM على أن يقتصر بثها على البرامج الموسيقية والفنائية والإعلانات دون أي محتوى سياسي، أما في مجال الإعلام المرئي فقد تم إغلاق قناة "أورينت" الخاصة، ولم تستمر إلا قناة "الدنيا" والتي تغيّر اسمها إلى قناة "سما" لاحقاً. المملوكة لرامي مخلوف ابن خال الرئيس السوري، حيث اقتصرت تراخيص وسائل الإعلام الخاصة عموماً على رجال الأعمال المقربين من النظام، لتمثل امتداداً لذراع النظام المهيمنة على الخطاب الإعلامي السوري<sup>7</sup>.

4 : المرجع السابق.

5. Syria Media Map , Institute for war& peace reporting, August 2013 : 5

6 : طالب قاضي أمين، الإعلام السوري (قانون الإعلام في سورية)، مرجع سبق ذكره.

7 : المركز السوري للإعلام وحرية التعبير، إعلام ضد المواطنة: حالة الإعلام والحريات الصحفية (سورية 2010-2011)، مرجع سبق ذكره.





## ثانياً: علة الدراسة

مع اندلاع الثورة السورية في آذار/مارس 2011 تغيّر المشهد الإعلامي في سوريا كلياً، حيث تحولت الاحتجاجات إلى حرب إعلامية بين الإعلام الرسمي السوري، والذي حاول التغطية على الحراك في الشارع والترويج أنه مجرد مسرحيات من إعلام مفرض، وبين نشطاء الحراك المدني في سوريا الذين تحولوا بحكم الظرف إلى ما بات يعرف بالمواطن الصحفي<sup>8</sup>، في محاولة منهم لإيصال صوتهم وحقيقة القمع الذي كانوا يتعرضون له من أجهزة النظام الأمنية.

وشكّلت وسائل التواصل الاجتماعي المنفذ الوحيد للناشطين السوريين لكسر الطوق الإعلامي للنظام، والذي منع الوسائل الأجنبية من تغطية الأحداث في سوريا وحصر التغطية فقط بالإعلام الرسمي للسلطة السياسية وحلفائه، وبالرغم من الإمكانيات المتواضعة للناشطين، والتي تقتصر على كاميرات وهواتف محمولة؛ إلا أنهم استطاعوا أن يملؤوا الدنيا ويشغلوا الناس بالحدث السوري، والذي أصبح أكثر موضوع حاز تعليقات من قبل الإعلام عبر التاريخ، بحسب ما توصلت إليه دراسة في العام 2013<sup>9</sup>.

شكّل هذا الواقع الإعلامي الجديد ما سمي حينها بـ "الإعلام البديل"، والذي كسر الصورة النمطية للوسيلة الإعلامية وللصحفي بذاته، ثم ما لبث أن تطور هذا الإعلام السوري البديل إلى مؤسسات ووسائل إعلامية بحكم طول أمد الثورة السورية ووجود مناطق جغرافية خارجة عن سيطرة القوات الحكومية، إضافة إلى الدعم من منظمات إعلام دولية ومؤسسات إعلامية متخصصة بالتدريب والتمويل، فعلى جانب المعارضة السورية نشأت المئات من وسائل الإعلام (مواقع إلكترونية، صحف، إذاعات، محطات تلفزيونية)، والتي توزعت بين التيارات السياسية والمستقلة والناطقة باسم تنظيمات عسكرية وحتى التنظيمات الجهادية.

وكذلك الأمر بالنسبة للنظام السوري، والذي أجبرته الثورة السورية على إحداث تغييرات في بنيته الإعلامية، التي ثبت فشلها وانعدام مصداقيتها لدى الشارع، حيث أصدر الرئيس السوري المرسوم التشريعي رقم (108) للعام 2011 المتضمن قانون الإعلام، والذي منح في المادة (35) الحق لأي شخص في إصدار وسيلة إعلامية ضمن الشروط الواردة في القانون، كما أحدث بموجب المرسوم "المجلس الوطني للإعلام" المناط به تنظيم الإعلام ومنحه صلاحيات تجعله المسؤول الفعلي عن قطاع الإعلام في سوريا، الأمر الذي ساهم بزيادة عدد وسائل الإعلام العاملة في مناطق سيطرة النظام السوري، وإن كانت جميعها تلتزم بخطاب النظام وتروج له، ليتم لاحقاً إلغاء "المجلس الوطني للإعلام" عبر المرسوم التشريعي 23 للعام 2016.

8 : المرجع السابق.

9 Sean Aday, 2013, Blogs& Bullets: Syria's socially mediated civil war, United states institute of peac. Marc Lynch, Deen Freelon: 9 <https://bit.ly/2FjI0rq>

وقد بلغ عدد وسائل الإعلام السورية التي أُسست عقب اندلاع الثورة السورية 600 وسيلة إعلامية (-2011-2015)، توقف منها 200 وسيلة مع حلول العام 2016<sup>10</sup>، ويرجع هذا العدد الكبير للوسائل المتوقفة إلى كونها نشأت من مبادرات فردية لما يعرف بـ "المواطن الصحفي"، ثم تطورت إلى وسائل إعلامية منفصلة، من أي قيود، ليس فقط قيود الرقابة، وإنما بعضها من قيود المهنية والاحترافية في العمل الإعلامي، وعموماً كانت توجهات وسائل الإعلام السورية الناشئة وميولها وخطابها منقسماً وفقاً لانقسامات التيارات السياسية السورية<sup>11</sup>، ومتأثراً بالمتغيرات السياسية والعسكرية المتسارعة في الملف السوري على عدة مستويات، والتي انعكست على خارطة الإعلام السوري بشكل جعلها خارطة قلقة وغير مستقرة ومتغيرة بشكل متسارع.

ولأن الحديث عن الإصلاح الديمقراطي يجب أن يترافق مع تحرير الإعلام من سيطرة الدولة، إذ لا يمكن الفصل بين مفاهيم الديمقراطية والشفافية والتعددية وبين حرية الإعلام، لذلك فإنّ القيام بهذه الدراسة تتمحور في المرحلة الأولى منها؛ حول مسح عدد وسائل الإعلام السورية الفاعلة والعاملة حالياً، وإعادة رسم خارطة الإعلام السوري بمؤسساته الفاعلة والمساهمة في صياغة المشهد الإعلامي الكليّ في سوريا وتشكيل الرأي العام وتوجيهه، وتقييم أدائها وفق عدة مؤشرات، ومن ثم التركيز على الناشئ منها بعد العام 2011 لتقييم واقعه المؤسساتي واحتياجاته، والطرق الأمثل لدعمه ليشكل نواة حقيقية للإعلام سوري حرّ ومحترف بعد عقود من هيمنة الإعلام الحكومي الموجه في سوريا.

## ثالثاً: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة، عبر مرحلتين، إلى تحقيق ما يلي:

1. المرحلة الأولى: رسم خارطة شاملة للإعلام السوري تتضمن إحصاء كافة وسائل الإعلام السورية الفاعلة والعاملة حتى تاريخ إنجاز الدراسة، بما فيها الوسائل المؤسسة قبل الثورة السورية، وتقسيمها تبعاً لنوعها الإعلامي وانتشارها الجغرافي وطبيعة ملكيتها وتاريخ تأسيسها واللغات التي تستخدمها.
2. المرحلة الثانية: إجراء تقييم عام للواقع المؤسساتي لوسائل الإعلام الناشئة بعد العام 2011 واحتياجاتها، وفقاً للمتغيرات التي حددتها، وذلك للوصول إلى معرفة دقيقة حول واقعها المؤسساتي (إداري، تنظيمي، قانوني، مالي)، واحتياجاتها لتكون قادرة على خلق نمط إعلامي جديد في سوريا.
3. توثيق هذه المرحلة المهمة والخطيرة من تاريخ الإعلام السوري بشكل موضوعي ومنهجي بشكل مرجعاً تاريخياً للمهتمين والباحثين في هذا المجال.
4. خلق قاعدة بيانات شاملة وتفصيلية لوسائل الإعلام السورية الفاعلة، تساعد المنظمات الدولية الداعمة للإعلام على توجيه الدعم وفقاً للاحتياجات الحقيقية، كما تساعد وسائل الإعلام ذاتها على وضع برامج لتطوير أدائها وتنمية قدراتها التنافسية فيما بينها.

10: WEED00، 14 November 2016. قبض الزبد: جردة لحال الإذاعات والمواقع الجديدة في سوريا، فريق مؤسسة : 10

11: Syria Media Landscape from 2011 to Early 2016, Collaboration between the Syrian civil coalition (Tamas), Henta media organization and Madani org.







## رابعاً: أهمية الدراسة

لا تعتبر هذه الدراسة، بمرحلتها، هي الأولى من نوعها فيما يخص الإعلام السوري، ولكن قد تكمن أهميتها في كونها الأكثر حداثة، حتى تاريخ إعدادها، فأخر الدراسات الصادرة حول ذات الموضوع تناولت وسائل الإعلام السورية حتى العام 2016، ومن ناحية أخرى؛ كونها تجري تقييماً عاماً لواقع واحتياجات الإعلام الناشئ بعد العام 2011، إضافة لتشخيص مكان القوة والضعف فيه.

## خامساً: الدراسات السابقة

تم الاعتماد في رسم خطة هذا المشروع على النتائج التي توصلت إليها الدراسات والتقارير السابقة، التي أنجزتها منظمات ومؤسسات سورية وأجنبية حول وسائل الإعلام السورية، حيث ستركز هذه الدراسة على الانطلاق من النقطة التي توقفت عندها تلك الدراسات، وذلك لتحديث ما توصلت إليه من نتائج واستكمال ما اعترى بعضها من نقص والتركيز على متغيرات جديدة؛ بالاعتماد على الخبرة التخصصية الطويلة للمركز السوري للإعلام وحرية التعبير، والذي يعتبر أقدم منظمة سورية غير حكومية متخصصة بدراسات الإعلام وتقييمه. وفيما يلي أبرز الدراسات والتقارير التي قدمت مسحاً شاملاً للإعلام السوري بعد العام 2011، وهي:

- **Syria Media Map, 2013, Institute for War & Peace reporting**

قدم التقرير خارطة شاملة للمنافذ الإعلامية السورية متبعاً عدة معايير لتصنيفها منها، الجهة المالكة (حكومي، خاص) واختصاص الوسيلة (سياسية، اقتصادية، طبية، تكنولوجية، إلخ)، كما اعتمد التقرير تصنيف بحسب التوجه السياسي بعد العام 2011، حيث قسم الوسائل إلى (داعم للنظام، داعم للمعارضة، كردي).

- **Syria Audience research, 2016, Free press unlimited, Media cooperation and translation and Global forum for media development**

قدمت الدراسة سبراً لآراء الجمهور السوري في مناطق سيطرة المعارضة ومناطق سيطرة النظام حول أكثر المنافذ الإعلامية انتشاراً ومصداقية، وتوصلت إلى نتائج أبرزها: أ. في كلا المنطقتين يعتبر التلفاز هو الوسيلة الإعلامية الأكثر انتشاراً واعتمادية لدى الجمهور، يليه الإعلام الإلكتروني، ثم الصحافة المطبوعة ثم الإذاعة. ب. إعلام المعارضة هو الأكثر انتشاراً ومصداقية في مناطق سيطرة المعارضة، وإعلام النظام هو الأكثر مصداقية وانتشاراً في مناطق سيطرة النظام.

- **Syria Media Landscape from 2011 to Early 2016, Collaboration between the Syrian civil coalition (Tamas), Henta media organization and Madani organization**

قدم التقرير خريطة شاملة لوسائل الإعلام السورية معتمداً على مستويين للتقسيم، الأول: جغرافي (مناطق سيطرة القوات الحكومية، مناطق سيطرة المعارضة، مناطق سيطرة الجهاديين، مناطق الإدارة الذاتية الكردية)، الثاني: الاتجاه السياسي (موالية للنظام، معارضة للنظام، متطرفة). كما اعتمد التقرير معياراً لتمييز وسائل الإعلام المستقلة يعتمد على التمويل، حيث يعرف التقرير الوسيلة الإعلامية المستقلة: بأنها التي تتلقى الدعم التمويلي من عدة مصادر أو قادرة على توليد تمويلها ذاتياً من خلال منتجاتها الإعلامية والإعلانات.

- **قبض الزبد: جردة لحال الإذاعات والمواقع الجديدة في سوريا، فريق مؤسسة WEEDOO, 14 Novem-ber 2016**

اختصت هذه الدراسة بقياس قوة المنابر الإعلامية السورية المسموعة والمقروءة على الانترنت بالتحديد، ومدى وصولها، حيث تركزت إحصاءات هذه الدراسة على جانبي الأداء التقني ومستوى الوصول فيما يخص المواقع الإلكترونية والإذاعات، وتوصلت إلى:

1. 17 موقفاً سورياً لا أكثر من مجمل 405 موقع على الانترنت، هي من ينافس عشرات آلاف المواقع العالمية المفهرسة على Google News، من حيث أولوية الظهور لدى البحث بالكلمات المفتاحية الأكثر تداولاً في الإعلام حول الشأن السوري.
2. تبث 67 إذاعة في سوريا، نشأت 42 منها عقب الثورة السورية.
3. منذ بداية الثورة السورية عمل في الفضاء الإعلامي ما يزيد على 600 وسيلة إعلام، توقف منها 200 وسيلة، واستمرت 400 حتى تشرين الثاني 2016.

- **Syria's New Media landscape (Independent media born out of war), December 2016, Middle East Institute**

قدم التقرير مسحاً للوسائل الإعلامية غير الحكومية التي ولدت في سوريا بعد الحرب، وتم تقسيمها بحسب توجهها السياسي إلى (داعمة للنظام، داعمة للمعارضة، كردية، مستقلة). اعتمد التقرير تعريفاً للوسائل المستقلة لدى النظام والمعارضة بأنها: الوسائل التي تسعى بالحد الأدنى لاعتماد المعايير الاحترافية للصحافة، وتطبيق تلك المعايير على تعاطيها مع الثوار والنظام بشكل متماثل، واستخدام مصطلحات تدل على الحياد، أما بالنسبة لوسائل الإعلام الكردية المستقلة، فهي: التي تركز تغطيتها بشكل رئيسي على مشكلات الجزء الشمالي الشرقي من سوريا الخاضع لسيطرة "الجناح العسكري للإدارة الذاتية".

## سادساً: مراحل الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى رسم خارطة لمؤسسات ووسائل الإعلام السورية الفاعلة والعاملة حالياً، وتقييم الواقع المؤسساتي للناشئ منها بعد العام 2011 واحتياجاته على عدة مستويات، وعليه سيتم تقسيم الدراسة إلى مرحلتين، وهما:

### 1. المرحلة الأولى: (الخارطة)

وسيتم من خلالها رسم خارطة منهجية لمؤسسات ووسائل الإعلام السورية الفاعلة العاملة حتى تاريخ إنجاز هذه الدراسة، على اختلاف أنماطها الإعلامية ومناطق توزعها الجغرافي، وستعتمد الدراسة في هذه المرحلة المنهجية التالية:

#### أ. التعريفات الإجرائية

ستعتمد الدراسة، بما يتناسب ومتطلباتها، تعريفاً إجرائياً خاصاً ومحدداً لوسائل ومؤسسات الإعلام السورية الفاعلة محل المسح، إضافة إلى تعريف المقصود بالمؤسسة الإعلامية محل البحث:

- **وسائل ومؤسسات الإعلام السورية الفاعلة:** وهي كل وسيلة أو مؤسسة صحفية أو إعلامية سورية الهوية، لناحية المحتوى والجمهور المستهدف، تعمل داخل سوريا أو خارجها، تتفاعل إعلامياً مع الفضاء العام السوري وتساهم في صياغة وتشكيل الرأي العام السوري، سواء في المهجر أو داخل الأراضي السورية، لها موقع إلكتروني رسمي، ومقرّ عمل يقوم عليه كادر صحفي وإداري، وتنتج محتوى مستمر وغير متقطع، ويصف نشاطها الإعلامي ضمن أحد الأنماط الستة (إذاعة، تلفزيون، جريدة مطبوعة، موقع إلكتروني، وكالة أنباء، مجلة).
- **المؤسسة الإعلامية:** هي كل مؤسسة إعلامية سورية تمتلك أكثر من وسيلة ومنفذ إعلامي تحت اسم واحد، وسيتم احتساب كل منفذ على حدة، بحسب النمط الإعلامي الذي يندرج تحته.

#### ب. متغيرات الدراسة

المتغير الرئيسي لهذه الدراسة هو: مؤسسات ووسائل الإعلام السورية الفاعلة (مرئية، مسموعة، مقروءة)، ويقسم هذا المتغير إلى المتغيرات الفرعية التالية:

- نوع الوسيلة (تلفزيون، إذاعة، موقع إلكتروني، جريدة مطبوعة، وكالة أنباء، مجلة).
- تاريخ التأسيس.
- النطاق الجغرافي للعمل: (مناطق سيطرة الحكومة السورية، مناطق سيطرة المعارضة، مناطق الإدارة الذاتية، خارج سوريا).
- نوع الملكية: (خاص، حكومي، حزبي).
- اللغات المستخدمة في الخطاب الإعلامي (عربي، إنجليزي، كردي، إلخ).

## ت. أسئلة الدراسة

تطرح الدراسة خلال هذه المرحلة السؤال الرئيس التالي: ما هو الشكل الحالي لخارطة وسائل ومؤسسات الإعلام السوري الفاعلة والعاملة حالياً؟ ويتفرع عنه الأسئلة التالية:

- كم عدد وسائل ومؤسسات الإعلام السورية الفاعلة؟
- ما هو توزيع وسائل ومؤسسات الإعلام السورية الفاعلة، حسب الأنماط الإعلامية؟
- ما هو توزيع وسائل ومؤسسات الإعلام السورية الفاعلة، بحسب مكان تواجدها الجغرافي؟
- متى تأسست كل وسيلة؟
- ما هو نمط ملكيتها؟
- ما هي اللغات المستخدمة في الخطاب الإعلامي لكل وسيلة؟

## ث. منهج البحث

سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما هي في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كمياً وكيفياً. فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيقدم لنا وصفاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى.

## ج. مجتمع الدراسة

وسائل ومؤسسات الإعلام السوري الفاعلة، بمختلف أنماطها الإعلامية، وأشكال ملكيتها، وأماكن تواجدها الجغرافي.

## د. عينة الدراسة

تعتبر هذه الدراسة مسحية تهدف لإحصاء كامل وسائل ومؤسسات الإعلام السورية الفاعلة، والعاملة حتى تاريخ إعدادها، ولذلك سيتم استخدام العينة العمدية/الفرضية، وهي من أنواع العينات غير الاحتمالية، حيث سيتم استبعاد ما يلي من العينة:

- صفحات ومجموعات التواصل الاجتماعي التي تنشر محتوى إعلامي.
- صفحات الناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي.
- الدوريات الصادرة عن منظمات ونقابات ومؤسسات غير إعلامية.
- وسائل الإعلام التخصصية (الطبية، العلمية، مجلات الأطفال، الفنية، الثقافية، الرياضية).
- المدونات الشخصية.
- المواقع الإلكترونية والمعرفات الرسمية للمؤسسات والوزارات والهيئات والأجهزة الحكومية.
- التنسيق والشبكات المحليّة التي تنشر محتوى خبري على مواقع التواصل الاجتماعي.
- منصات ومعرفات هيئات وكيانات الإدارة المحلية في المناطق الخارجة عن سيطرة النظام السوري.
- المكاتب والمنصات الإعلامية للفصائل والتجمعات العسكرية والقوات الحكومية.
- الوسائل الإعلامية المتوقفة عن العمل خلال فترة المسح، أو التي تنشر محتوى منقطع وغير مستمر، أو يتم تحديثه خلال فترات زمنية متباعدة.



## 2. المرحلة الثانية: (تقييم الواقع المؤسساتي)

بعد الحصول على خارطة لمؤسسات ووسائل الإعلام السورية الفاعلة في المرحلة الأولى، سيتم في المرحلة الثانية استبعاد المؤسسات الإعلامية الحكومية والخاصة المؤسسة قبل العام 2011، وذلك كون الإعلام الحكومي السوري يعتبر مؤسسات إعلامية كبرى تمتلك إمكانات ضخمة (دولة) وكوادر لديها خبرات متراكمة لعشرات السنين، مما يجعلها خارج التقييم بسبب صعوبة المقارنة بين إمكاناتها وإمكانات الإعلام الناشئ من جهة، ولعدم حاجتها للدعم خارج نطاق الدعم الحكومي من جهة ثانية، وكذلك الأمر بالنسبة لوسائل ومؤسسات الإعلام الخاصة المؤسسة قبل العام 2011، كونها أسست على يد رجال أعمال مقربين للنظام وتمتلك إمكانات كبرى وليست بحاجة دعم من جهات أو منظمات داعمة للإعلام. لذلك ستستهدف هذه الدراسة وسائل ومؤسسات الإعلام الناشئة بعد العام 2011، لتقييم واقعها المؤسساتي (إداري، تنظيمي، قانوني، مالي) واحتياجاتها، وستعتمد في هذه المرحلة المنهجية التالية:

### أ. التعريفات الإجرائية

ستعتمد الدراسة في هذه المرحلة تعريفاً إجرائياً للإعلام السوري الناشئ بعد العام 2011، وهو كل وسيلة أو مؤسسة إعلامية سورية فاعلة تأسست بعد العام 2011، على اختلاف مواقفها السياسي، ونطاق عملها الجغرافي (داخل/خارج)، وعلى اختلاف أنماطها الإعلامية (مقروء، مسموع، مرئي).

### ب. متغيرات الدراسة

يمثل المتغير الرئيسي لهذه الدراسة: واقع واحتياجات مؤسسات الإعلام السورية الناشئة بعد العام 2011، ويقسم إلى المتغيرات الفرعية التالية:

- الإدارة: ويقسم إلى المتغيرات التالية: (الهيكل التنظيمي، الموارد البشرية، الوضع القانوني)
- التمويل.
- الاحتياجات.

### ت. أسئلة الدراسة

- ما هو الواقع الإداري لوسائل ومؤسسات الإعلام السورية الناشئة بعد العام 2011، ويتفرع عنه الأسئلة التالية:
- هل يوجد لدى مؤسسات ووسائل الإعلام السورية الناشئة هيكل تنظيمي ونظام داخلي واضح، يحدد بدقة التراتبية الإدارية، والرؤية والرسالة والأهداف الخاصة بالمؤسسة؟
- هل تملك مؤسسات ووسائل الإعلام السورية الناشئة تراخيص قانونية رسمية لممارسة العمل الإعلامي في المناطق التي تتواجد بها؟
- ما هي طبيعة العلاقة مع الجهات الحاكمة والمسيطرة على المناطق التي تعمل بها الوسائل الموجودة داخل سوريا (مناطق سيطرة القوات الحكومية، مناطق سيطرة المعارضة، مناطق الإدارة الذاتية)؟



- ما هي آلية اختيار المناصب الإدارية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير) في وسائل الإعلام السورية (انتخاب، تعيين، مالك الوسيلة)، وهل يمتلك أصحاب تلك المناصب الخبرة الصحفية والإدارية اللازمة؟
- ما هي نسبة خريجي كلية الصحافة والإعلام من إجمالي العاملين في مؤسسات ووسائل الإعلام السورية الناشئة بصفة (محرر، معدّ، مذيغ، مراسل)؟
- كم هي نسبة الإناث من إجمالي عدد العاملين في المؤسسات الإعلامية السورية الناشئة؟
- ما هي مصادر التمويل الرئيسية لوسائل ومؤسسات الإعلام السوري الناشئة (حكومي، رجال أعمال، تيار سياسي، منظمات دولية داعمة، فصيل عسكري، تيار ديني)؟ ويتفرع منه الأسئلة التالية:
  - هل تمتلك مؤسسات ووسائل الإعلام السورية الناشئة القدرة على خلق تمويل ذاتي؟، وما هي نسبته إن وجد؟
  - هل يوجد أي شكل من أشكال الرقابة المالية على المؤسسة، سواء كانت داخلية أو خارجية؟
- ما هي أبرز الصعوبات التي تواجهها وسائل الإعلام السورية الناشئة، والتي تمثل عقبات رئيسية في وجه تطورها (تمويل، معدات وتجهيزات تقنية، مكاتب ومراكز، خبرات وكوادر متخصصة، تراخيص عمل رسمية، دورات تدريبية، مراسلون، كوادر إدارية)؟

## ث. منهج الدراسة

سيتم الاعتماد خلال هذه المرحلة أيضاً، على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما هي في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كمياً وكيفياً. فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيقدم لنا وصفاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى.

## ج. مجتمع الدراسة

المؤسسات والوسائل الإعلامية السورية الناشئة بعد العام 2011، على اختلاف أنماطها الإعلامية وتوجهاتها السياسية وأماكن تواجدها الجغرافي.

## د. عينة الدراسة

سيتم خلال هذه المرحلة، اعتماد العينة الميسرة/المتاحة في اختيار المؤسسات والوسائل الإعلامية الخاضعة للتقييم، حيث سيتم اختيار عينة مناسبة لتمثيل مجتمع البحث، وذلك بسبب صعوبة التواصل المباشر مع بعض المؤسسات الإعلامية العاملة في مناطق سيطرة الحكومة والإدارة الذاتية وبعض مناطق المعارضة الخاضعة، في أجزاء منها، لسيطرة التنظيمات الجهادية.

## سابعاً: مصادر البيانات

سيتم جمع البيانات المتعلقة بالدراسات عبر مجموعة من الراصدين المدربين على جمع البيانات من كوادر المركز السوري للإعلام وحرية التعبير، وذلك من خلال:

### 1. المصادر الأولية

- أ. المقابلات مع ممثلي المؤسسات الإعلامية السورية بشكل مباشر أو عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني.
- ب. نظراً للخطورة المترتبة على إجراء المقابلات مع بعض وسائل الإعلام السورية العاملة داخل سوريا، سيتم الاستعاضة عن المقابلات بالملاحظات المباشرة للراصدين، والمعلومات المنشورة عن المؤسسة على موقعها الرسمي.

### 2. المصادر الثانوية

- أ. المعلومات المتوافرة لدى المركز السوري للإعلام وحرية التعبير، إضافة إلى المعلومات المقدمة من المنظمات الشريكة العاملة في مجال دعم الإعلام السوري.
  - ب. المسح الإلكتروني للشبكة العنكبوتية حول مؤسسات الإعلام السوري.
  - ت. الدراسات السابقة المنشورة حول مؤسسات الإعلام السوري.
- سيتم تفرغ البيانات المجموعة من قبل الراصدين في منصة إلكترونية صُممت لخدمة أغراض المشروع، ثم سيجري تدقيقها وتنقيحها للتأكد من دقتها عبر مشرفين مختصين.

## ثامناً: أداة جمع المعلومات

جرى تصميم استمارة خاصة بكل مرحلة من مراحل الدراسة، حيث تم التعبير في كل استمارة عن متغيرات الدراسة بشكل أسئلة تقيس تلك المتغيرات وتحقق أهداف البحث.







## تاسعاً: نتائج المرحلة الأولى (الخارطة)

بنتيجة المسح لوسائل ومؤسسات الإعلام السورية، التي تندرج ضمن عينة الدراسة وشروطها، تم التوصل إلى النتائج التالية:

### 1. خارطة الإعلام السوري

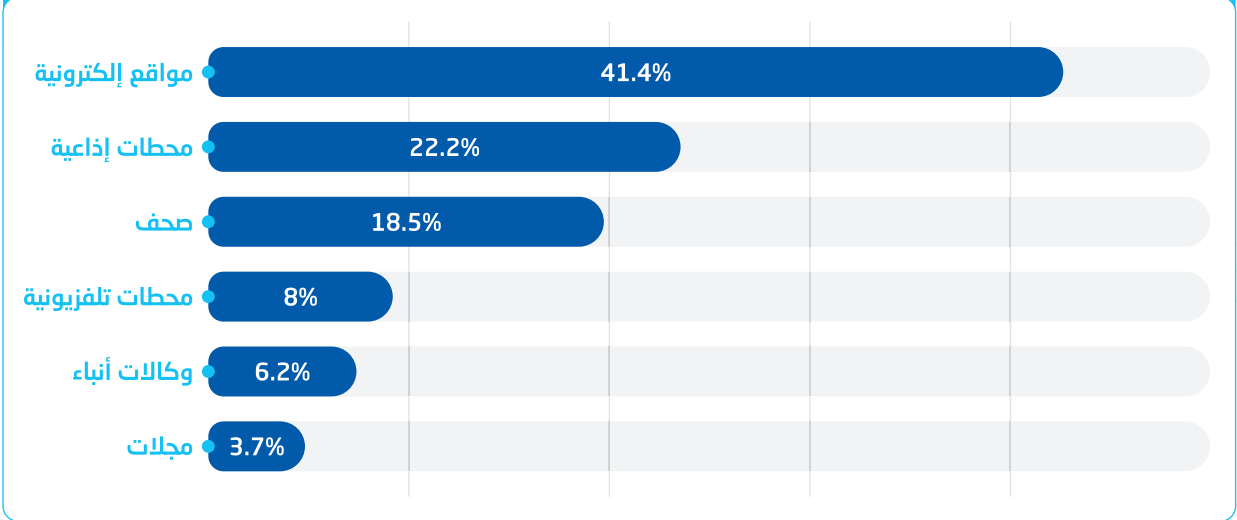
تتكون خارطة الإعلام السوري، بحسب ما توصل إليه المسح؛ من 162 مؤسسة ووسيلة إعلامية عاملة حتى تاريخ كتابة التقرير النهائي للدراسة تشرين الثاني/نوفمبر 2019، ويلاحظ من خلال المسح لوسائل الإعلام السورية تناقص أعداد تلك الوسائل بشكل كبير قياساً بالدراسات السابقة، ويُمكّن تفسير هذا التناقص المُطرّد؛ بأن اندلاع الثورة السورية في العام 2011 قد خلق طفرة إعلامية متمثلة بإنشاء عدد كبير من وسائل الإعلام التي غلب على معظمها طابع المبادرات الفردية وعدم التخصص واقتنار مصادر الدعم والتمويل المستقر، مما أدى إلى انتهاء عدد كبير منها سريعاً، لتبقى المبادرات الإعلامية التي توفرت لها الظروف المالية والتنظيمية والقانونية للاستمرار.

بالمقابل، فإن الواقع العسكري المُتغيّر على الأرض، شكّل أثراً هاماً في تراجع عدد وسائل الإعلام السورية، والذي تمثل في خسارة المعارضة السورية لمساحات كبيرة من الأرض، الأمر الذي أدى إغلاق عدد كبير من وسائل الإعلام الناشئة وتهجير الإعلاميين العاملين في تلك المناطق، واستمرار من تبقى منهم في ممارسة العمل الإعلامي في ظل سلطات الأمر الواقع وما فرضته من تضيق أدى بالنهاية إلى إغلاق ما تبقى منها، ناهيك عن استهداف الإعلاميين والناشطين في حقل الإعلام من قبل مختلف أطراف الصراع. كما أن تقدم القوات الحكومية على الأرض أدى إلى عودتها لممارسة التشديد الأمني وقمع حرية التعبير حتى في مناطق سيطرتها، إضافة إلى تراجع أهمية حربها الإعلامية، ما أدى أيضاً إلى غلق عدد من وسائل الإعلام العاملة ضمن نطاق سيطرة تلك القوات. وتتوزع مؤسسات ووسائل الإعلام السورية الفاعلة على مُتغيرات الدراسة، وفقاً للتالي:

#### • حسب النمط الإعلامي

تتوزع وسائل الإعلام السورية العاملة على الأنماط الإعلامية الستة التي حددتها الدراسة كما يلي: 13 محطة تلفزيونية وتشكل ما نسبته 8% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة، مقابل 36 محطة إذاعية وتشكل ما نسبته 22.2% من إجمالي وسائل الإعلام السورية، إلى جانب 30 صحيفة وتشكل ما نسبته 18.5% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة، إضافة إلى 67 موقع إلكتروني وتشكل ما نسبته 41.4% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة، إضافة إلى 6 مجلات وتشكل ما نسبته 3.7% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة، مقابل 10 وكالات وأخبار وتشكل ما نسبته 6.2% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة.

## نسب توزيع مؤسسات ووسائل الإعلام السورية الفاعلة بحسب النمط الإعلامي

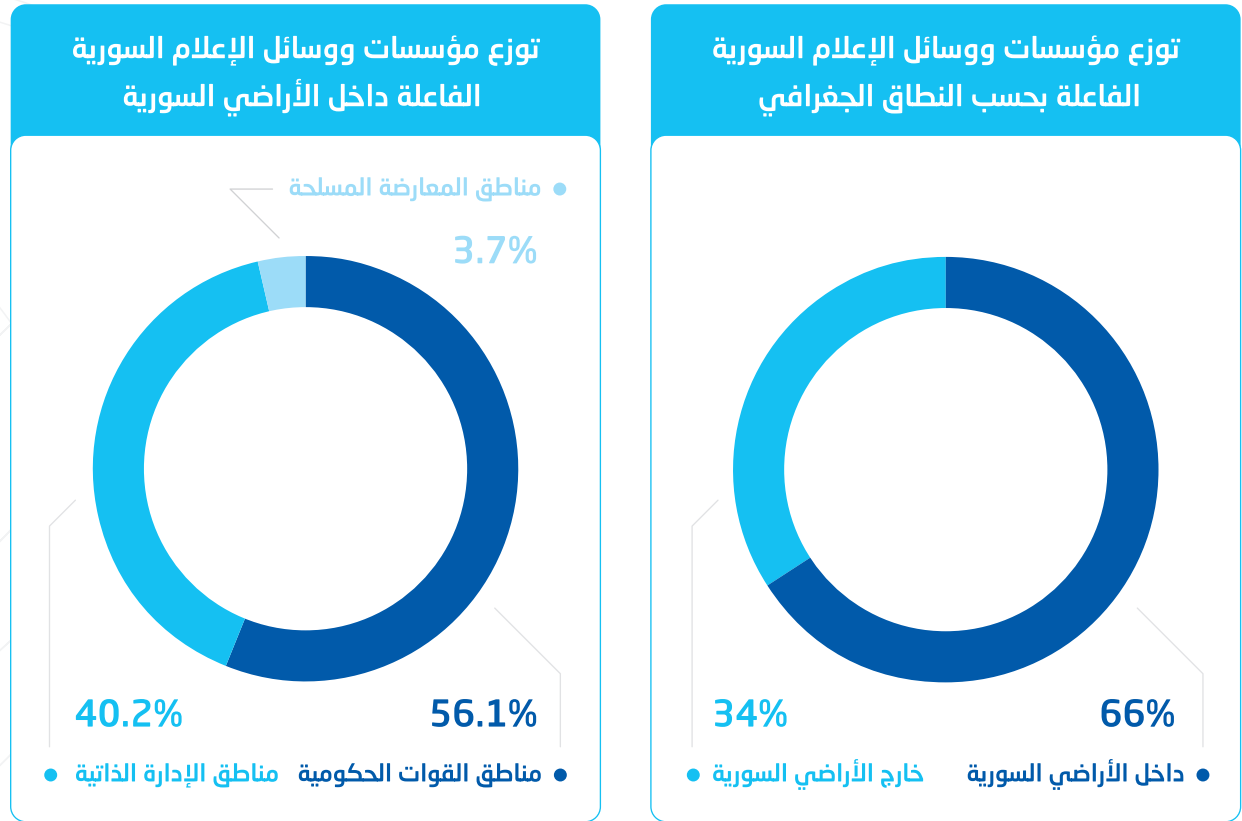


ويتبين من خلال توزيع وسائل الإعلام السورية على الأنماط الإعلامية؛ احتلال المواقع الإلكترونية للنسبة الأكبر من وسائل الإعلام السورية مقابل تراجع الإعلام المطبوع، وهو ما يمكن اعتباره ظاهرة عالمية وليست سورية فقط؛ تتعلق بالتطور التكنولوجي وازدياد اعتماد الجمهور على الإعلام الإلكتروني، مقابل ارتفاع تكلفة الطباعة التي أدت إلى تحول العديد من الصحف والمجلات المطبوعة عالمياً إلى مواقع إلكترونية، ويضاف إلى ذلك في الحالة السورية صعوبة الطباعة والتوزيع وما يرافقهما من خطورة أمنية داخل سورية نتيجة لتعدد جهات السيطرة وما تفرضه كل جهة من رقابة ومنع للتوزيع واستهداف للقائمين عليه، إضافة إلى ضعف الإمكانيات والتمويل لمعظم وسائل الإعلام الناشئة والتي تعجز عن إصدار أعداد مطبوعة ومستمرة في ظل غياب القدرة على خلق التمويل الذاتي. في حين شكلت المحطات الإذاعية ثاني أكبر نسبة ضمن أنماط وسائل الإعلام التي توزعت عليها العينة، وقد يفسر ذلك بكون المحطات الإذاعية شهدت انتعاشاً في سورية من قبل العام 2011، واستمرت بعد ذلك خلال الثورة السورية كنمط إعلامي عام تم دعمه وتشجيعه ضمن مختلف مناطق السيطرة، وذلك باعتبارها مشاريع إعلامية ذات تأثير محلي بأقل تكلفة تشغيلية مقارنة بالمحطات التلفزيونية التي شكلت 8% من إجمالي العينة.

### • حسب التوزيع الجغرافي

تعمل داخل الأراضي السورية 107 وسيلة إعلامية، أي ما نسبته 66% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة، وتتوزع تلك الوسائل بحسب مناطق السيطرة كما يلي: تعمل في مناطق سيطرة القوات الحكومية 60 وسيلة وتشكل ما نسبته 56.1% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة داخل سورية، بينما تعمل ضمن مناطق سيطرة الإدارة الذاتية (قوات قسد) 43 وسيلة إعلامية وتشكل ما نسبته 40.2% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة داخل سورية، في حين تعمل ضمن مناطق سيطرة قوات المعارضة المسلحة 4 وسائل وتشكل ما نسبته 3.7% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة داخل سورية.

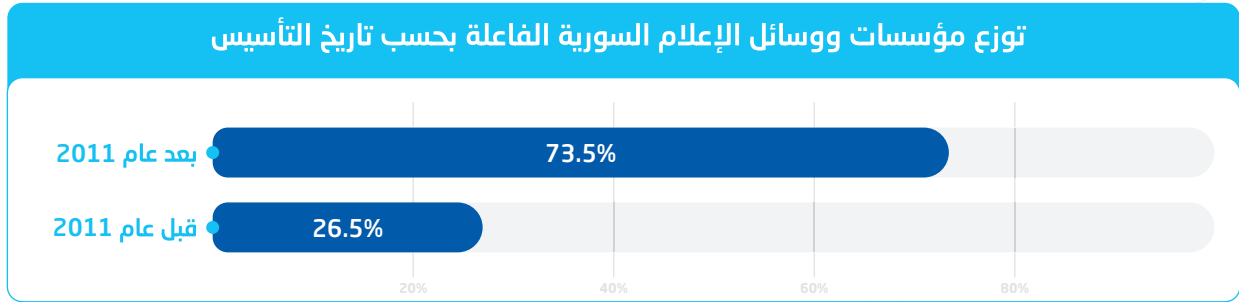
بالمقابل تعمل خارج الأراضي السورية 55 وسيلة إعلامية أي ما نسبته 34% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة، وتتركز وسائل الإعلام السورية العاملة خارج سورية في تركيا التي تعمل فيها 31 وسيلة إعلام سورية بنسبة 56.4% من وسائل الإعلام العاملة خارج سورية، تليها أوروبا والتي يعمل ضمنها 11 وسيلة إعلامية بمقراتها الرئيسية، أي ما نسبته 20% من وسائل الإعلام العاملة خارج سورية، وتتنوع باقي الوسائل بشكل رئيسي على الدول التالية (الإمارات، قطر، الأردن، العراق (أربيل)، أمريكا).



ويتضح من خلال النتائج؛ أن نسب توزع وسائل الإعلام السورية بين داخل سورية وخارجها تعكس الواقع العسكري على الأرض ومساحات السيطرة لكل طرف من أطراف الصراع، حيث انعكست سيطرة قوات القوات الحكومية على مساحات واسعة من مناطق المعارضة، وانحسار الأخيرة إلى جيب صغير في إدلب، على عدد وسائل الإعلام العاملة في مناطق المعارضة، والتي أصبحت شبه معدومة التواجد داخل سورية ومتركزة خارجها، خاصة في تركيا التي باتت مركزاً للنشاط السياسي والإعلامي المعارض. في حين لم تتأثر أعداد وسائل الإعلام العاملة في مناطق سيطرة القوات الحكومية والإدارة الذاتية بالظروف العسكرية الميدانية، وذلك بسبب الهدوء النسبي الذي شهدته مناطق عملها لسنوات. والذي بدأ مُهدداً في بعض المناطق، خاصة شمال شرق سورية حيث سيطرة قوات "قسد"، وتحديداً بعد التدخل العسكري التركي المباشر على الأراضي السورية والسيطرة على أجزاء منها ودخول قوات الحكومة السورية إلى أجزاء أخرى، الأمر الذي قد يؤثر مستقبلاً على أعداد وسائل الإعلام العاملة في تلك المناطق.

## • بحسب تاريخ التأسيس

تشكل وسائل الإعلام السورية المؤسسة قبل اندلاع الثورة السورية في العام 2011؛ ما نسبته 26.5% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة وبعدها 43 وسيلة إعلامية. في حين تأسس بعد العام 2011 ما نسبته 73.5% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة بعدد 119 وسيلة إعلامية.



وعلى الرغم من التراجع الحاد في أعداد وسائل الإعلام السورية المؤسسة بعد العام 2011؛ إلا أنها لا تزال تشكل طفرة إعلامية في تاريخ الإعلام السوري، حيث أدى اندلاع الثورة السورية إلى تزايد كبير جداً وغير مسبوق في أعداد الوسائل الإعلامية، حتى على مستوى الإعلام العامل في مناطق سيطرة القوات الحكومية، وذلك بحكم طبيعة الصراع في بدايته، والذي كان يمثل بحرب إعلامية لا تقل أهمية عن الحرب العسكرية وحاجة مختلف أطراف الصراع إلى حوامل إعلامية فيها.

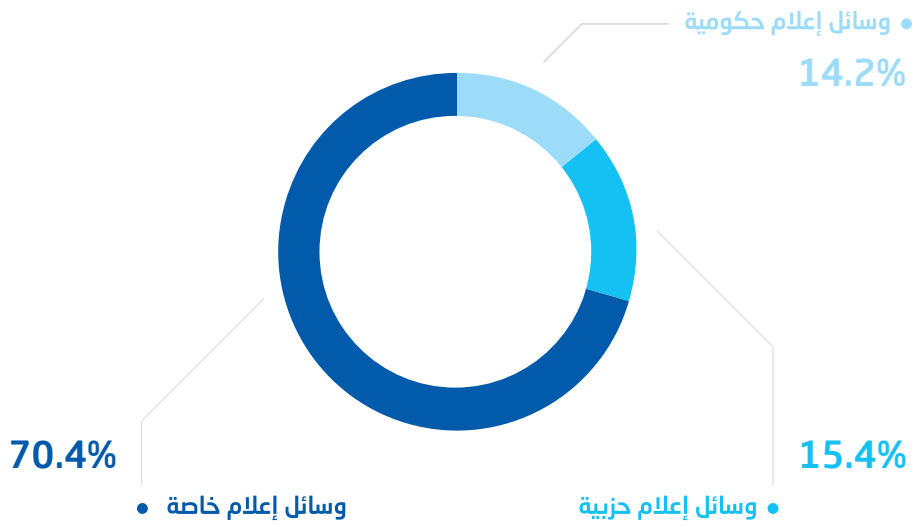
## • بحسب نوع الملكية

تتوزع وسائل الإعلام السورية العاملة، حتى تاريخ إعداد هذه الدراسة، على أنماط الملكية التالية: 23 وسيلة إعلام حكومية وتشكل ما نسبته 14.2% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة، وجميعها تعمل ضمن مناطق سيطرة القوات الحكومية. في حين شكّلت وسائل الإعلام الخاصة 114 وسيلة أي ما نسبته 70.4% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة. وتعمل داخل الأراضي السورية 61 وسيلة إعلام خاصة وتشكل ما نسبته 53.5% من إجمالي وسائل الإعلام السورية الخاصة، وتتوزع بحسب مناطق السيطرة، كالتالي:

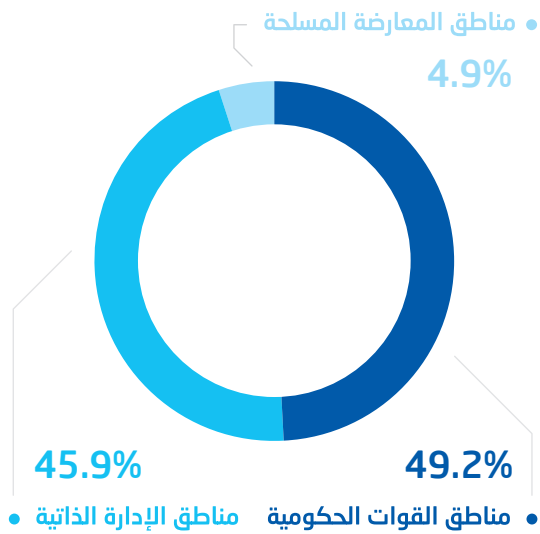
30 وسيلة إعلام خاصة في مناطق سيطرة القوات الحكومية وتشكل ما نسبته 49.2% من إجمالي وسائل الإعلام الخاصة العاملة داخل سورية، في حين تعمل 28 وسيلة إعلام خاصة في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية (قوات قسد) وتشكل ما نسبته 45.9% من إجمالي وسائل الإعلام الخاصة العاملة داخل سورية، أما في مناطق سيطرة المعارضة المسلحة فتعمل 3 وسائل إعلام خاصة وتشكل ما نسبته 4.9% من إجمالي وسائل الإعلام الخاصة العاملة داخل سورية، أما خارج الأراضي السورية؛ فتعمل 53 وسيلة إعلام خاصة وتشكل ما نسبته 46.5% من إجمالي وسائل الإعلام الخاصة.

في المقابل، تشكل 25 وسيلة إعلام حزبية ما نسبته 15.4% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة، وتتوزع وسائل الإعلام الحزبية بحسب مناطق السيطرة على الشكل التالي: 15 وسيلة إعلام حزبية تعمل في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية (قوات قسد) وتشكل ما نسبته 60% من إجمالي وسائل الإعلام الحزبية، مقابل 7 وسائل إعلام حزبية تعمل في مناطق سيطرة القوات الحكومية وتشكل ما نسبته 28% من إجمالي وسائل الإعلام الحزبية، بينما تعمل وسيلة إعلام حزبية واحدة في مناطق سيطرة المعارضة المسلحة وتشكل ما نسبته 4% من إجمالي وسائل الإعلام الحزبية، في حين تعمل وسيلتين إعلاميتين حزبيتين خارج الأراضي السورية وتشكل ما نسبته 8% من إجمالي وسائل الإعلام الحزبية.

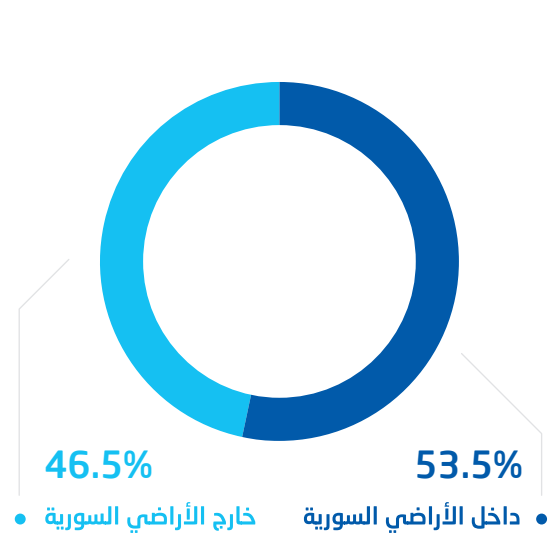
### توزع مؤسسات ووسائل الإعلام السورية الفاعلة بحسب أنماط الملكية



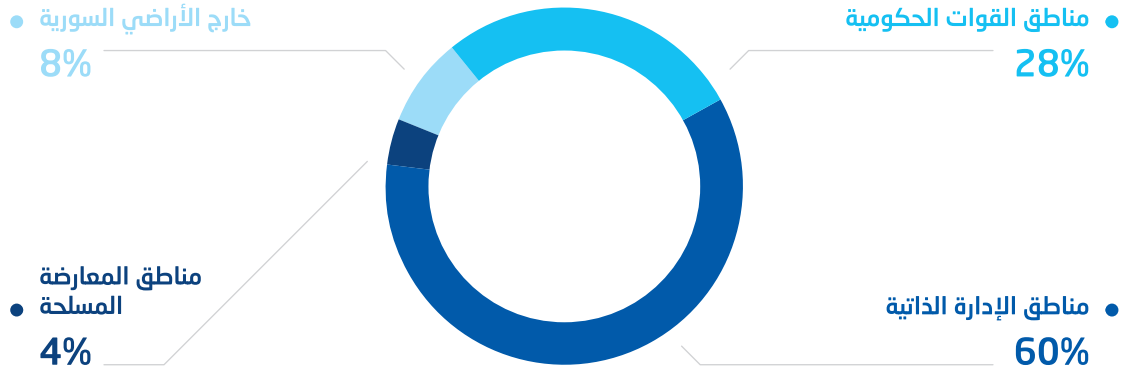
### توزع وسائل الإعلام السورية الخاصة داخل سورية



### توزع وسائل الإعلام السورية الخاصة بحسب النطاق الجغرافي



## توزع وسائل الإعلام السورية الحزبية



يلاحظ من خلال نسب توزع وسائل الإعلام السورية بحسب نمط الملكية، بأن الإعلام الحكومي لم يشهد زيادة عددية قياساً بوسائل الإعلام الخاصة، بل على العكس، فقد شهد تراجعاً تمثل بإيقاف بث بعض المحطات التلفزيونية وأقدمها في ذاكرة السوريين (القناة الأولى والثانية)، مقابل إيقاف بث بعض المحطات الإذاعية ودمج بعضها الآخر ببعض (صوت الشعب، إذاعة دمشق)<sup>12</sup>، إضافة إلى تخفيض نسب طباعة بعض الصحف والمجلات، وهو ما يمكن تفسيره من جهة بتبعات الأزمات الاقتصادية التي منعت الإعلام الحكومي من التطور في ظل الحرب ودفعته إلى تقليص النفقات عبر إغلاق بعض الوسائل، ومن جهة أخرى بفقدان هذا الإعلام لمصداقيته أمام الجمهور السوري قبل اندلاع الثورة السورية وبعدها، الأمر الذي دفع النظام للاعتماد على وسائل إعلام خاصة ممولة من قبل رجال أعمال مقربين منه، إضافة إلى دعم الإعلام غير السوري سواء كان لبناني أو عراقي أو إيراني. كما يتضح أن الإعلام الخاص شهد طفرة في أعداد الوسائل، في انعكاس لحالة التعطش للإعلام الخاص بعد سنوات من سيطرة الإعلام الحكومي والقمع والتضييق الطويل من قبل النظام السوري على الحريات بالنسبة للإعلام المعارض. فكان أن ساعدت الظروف ما بعد 2011 لظهور عشرات وسائل الإعلام الخاصة، سواء في مناطق سيطرة القوات الحكومية، والتي سرعان ما أغلق بعضها كقناة (تلاقي)، أو المعارض منها ضمن المناطق الخارجة عن سيطرة الحكومة، أو خارج البلاد، خاصة وأن كل طرف من أطراف الصراع كان لديه سرديّة خاصة للصراع، فاحتاج لحوامل إعلامية عدة.

كما يظهر من خلال النتائج ضعف وجود الإعلام الحزبي لدى المعارضة السورية سواء داخل سورية أو خارجها، الأمر الذي يعكس حالة ضعف للعمل الحزبي التنظيمي عموماً في المعارضة السورية، في حين حافظت الأحزاب التقليدية العاملة في مناطق سيطرة النظام على وجودها الإعلامي بالحد الأدنى، خاصة بعد قرار الحكومة السورية بوقف الدعم عن مطبوعات أحزاب "الجبهة الوطنية التقدمية"، ما دفع بعض صحف تلك الأحزاب إلى الإغلاق أو التحول إلى الشكل الإلكتروني<sup>13</sup>. بالمقابل لوحظ أن مناطق سيطرة "الإدارة الذاتية" تشهد النسبة الأكبر من عدد وسائل الإعلام الحزبية، وهو أمر يمكن رده إلى كثافة أعداد الأحزاب الكردية في تلك المنطقة قبل الثورة السورية، ووجود نشاط حزبي سرّي وعلنيّ مرتبط بتاريخية القضية الكردية في سورية، لتنتعش الحركة الحزبية بشكل أكبر بعد العام 2011 بخروج تلك المناطق عن سيطرة الحكومة السورية وإعلان تشكيل الإدارة الذاتية في العام 2014، والتي تمثلت بنيتها السياسية باتتلاف عدة أحزاب على رأسها الاتحاد الديمقراطي (PYD)، ما أدى إلى انتعاش حالة الإعلام الحزبي<sup>14</sup>.

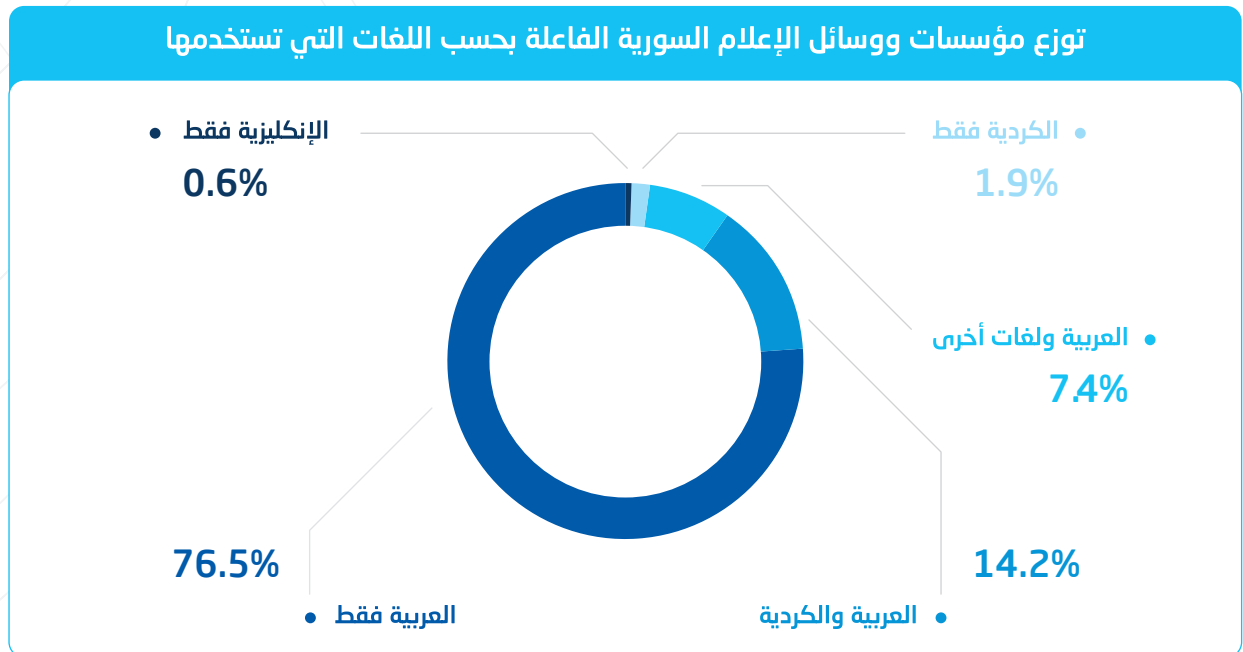
12 : الحكومة السورية توقف بث "القناة الأولى"، الموقع الإلكتروني لجريدة المدن، 5/1/2017، متوافر على الرابط التالي: <https://cutt.us/0GkQl>

13 : الحرب تلتهم الصحف السورية في طريقها، الموقع الإلكتروني لصحيفة العرب، 1/9/2016، متوافر على الرابط التالي: <https://cutt.us/Skyaw>

14 : للاطلاع أكثر على الأحزاب السياسية المكونة للإدارة الذاتية، راجع: كتاب ساشا العلوي: "الائتلافات السياسية خلال الثورة السورية: الاتجاهات والأوزان والمآلات"، دار ميسلون للطباعة والنشر، ط1، نيسان/أبريل 2018، ص 270-265.

## • بحسب اللغة المستخدمة

تستخدم 124 وسيلة من وسائل الإعلام السورية العاملة اللغة العربية فقط في المحتوى الذي تقدمه وتشكل ما نسبته 76.5% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة، وتستخدم وسيلتان اللغة الكردية فقط في المحتوى الذي تقدمه، إضافة إلى وسيلة واحدة تستخدم اللغة الكردية والآشورية معاً وتشكل ما نسبته 1.9% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة، في حين تستخدم 23 وسيلة اللغة الكردية كلفة ثانية إضافة إلى العربية وتشكل ما نسبته 14.2% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة، كما تستخدم وسيلة واحدة اللغة الإنكليزية فقط في المحتوى الذي تقدمه وتشكل ما نسبته 0.6% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة، وتستخدم 12 وسيلة اللغة العربية ولفغات أخرى (الإنكليزية، التركية، الفرنسية) وتشكل ما نسبته 7.4% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة.



ويظهر من خلال اللغات المستخدمة في وسائل الإعلام السوري، تركيز تلك الوسائل على اختلاف توجهاتها السياسية على مخاطبة الجمهور المحلي السوري والعربي وإهمال الجمهور غير العربي، فعلى الرغم من العدد الكبير نسبياً لوسائل الإعلام السورية تغييب وسائل الإعلام الناطقة باللغات الأجنبية، رغم أن الحرب في سورية صُنفت كأكثر حدث حاز تعليقات إعلامية في التاريخ. بالمقابل يُلاحظ تطور واضح في استخدام اللغة الكردية ولفغات محلية كالآشورية ضمن وسائل الإعلام، ولا يقتصر هذا الاستخدام على وسائل الإعلام المحلية العاملة في مناطق شمال شرق سورية، وإنما تجاوزه لوسائل إعلام أخرى باتت تدرج اللغة الكردية إلى جانب العربية، حتى وإن كان-إلى الآن- بشكل غير واسع النطاق.

15: Marc Lynch, Deen Freelon, Deen Freelon, Blogs& Bullets: Syria's socially mediated civil war, op. cit.



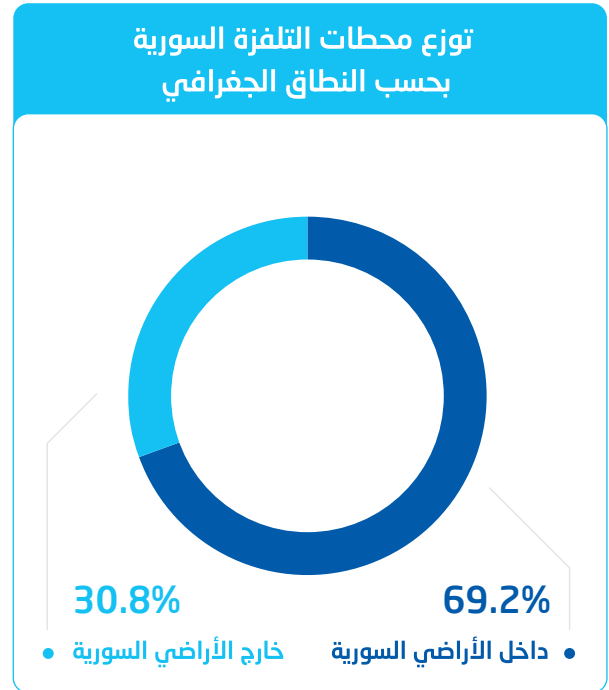
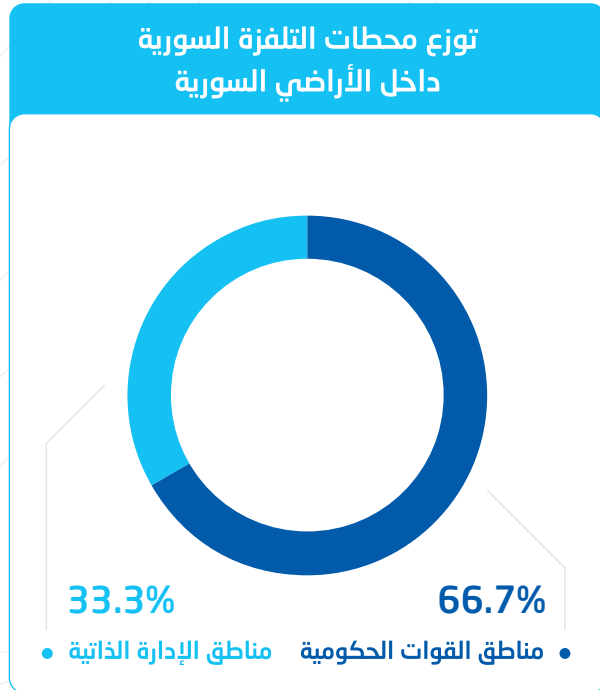


## 2. المحطات التلفزيونية

يبلغ عدد محطات التلفزيون السورية العاملة 13 محطة تلفزيونية، وتشكل ما نسبته 8% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة، ويمكن رسم خارطتها بالنقاط التالية:

### • حسب التوزيع الجغرافي

تعمل 9 محطات تلفزيونية داخل الأراضي السورية وتشكل ما نسبته 69.2% من إجمالي محطات التلفزة السورية العاملة، وتتوزع بحسب مناطق السيطرة كما يلي؛ 6 محطات تلفزة تعمل في مناطق سيطرة القوات الحكومية وتشكل ما نسبته 66.7% من إجمالي محطات التلفزة السورية العاملة داخل سورية، بينما تعمل 3 محطات تلفزة في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية (قوات قسد) وتشكل ما نسبته 33.3% من إجمالي محطات التلفزة السورية العاملة داخل سورية. في المقابل تعمل خارج الأراضي السورية 4 محطات تلفزة وتشكل ما نسبته 30.8% من إجمالي محطات التلفزة السورية العاملة، وتتركز مناطق تواجدها في تركيا وتعمل فيها محطتان، ولبنان والإمارات العربية المتحدة بمعدل محطة واحدة لكل منهما.



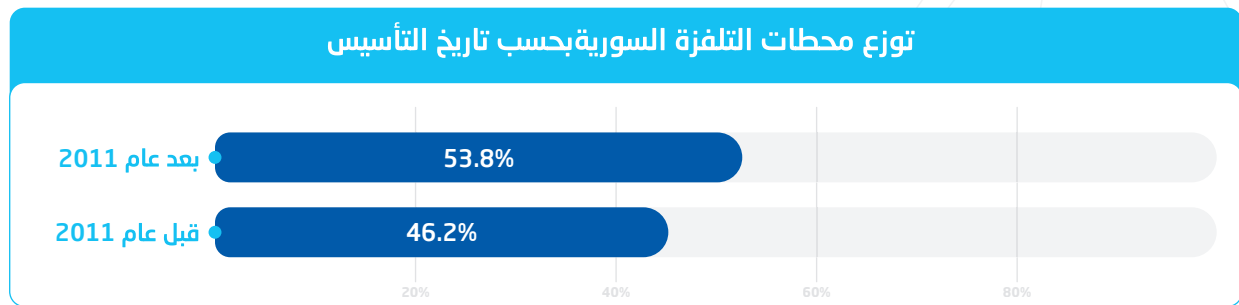
ويلاحظ من خلال النتائج، تركز محطات التلفزة ضمن مناطق سيطرة النظام والإدارة الذاتية، حيث حافظت بعض التلفزيونات في مناطق النظام على وجودها مع زيادة في أعداد المحطات الخاصة، في حين ساعدت حالة الاستقرار الأمني النسبي في الإدارة الذاتية على إنشاء محطات تلفزة، خاصة ضمن محاولات الإدارة الذاتية لخلق نموذج "حوكمي" خاص يتضمن نموذج إعلامي بديل عن إعلام المعارضة والنظام لمخاطبة جمهورهم، بما فيه التلفزيونات.



بالمقابل فإن الوضع الأمني المتردي في مناطق سيطرة المعارضة، سواء المتعلق منه بالقصف المستمر أو بتشديد الجماعات المتطرفة؛ يعكس غياب أدنى شروط الاستقرار التي تسمح بإنشاء محطات تلفزيونية كمنشآت إعلامية ضخمة تتطلب استقرار مالي وأمني، فكان أن اعتمدت تلك المناطق بشكل رئيسي على المراسلين المحليين للمحطات التلفزيونية الداعمة للمعارضة، أو غيرهم من المراسلين الأجانب الذين يدخلون الأراضي السورية بشكل متقطع.

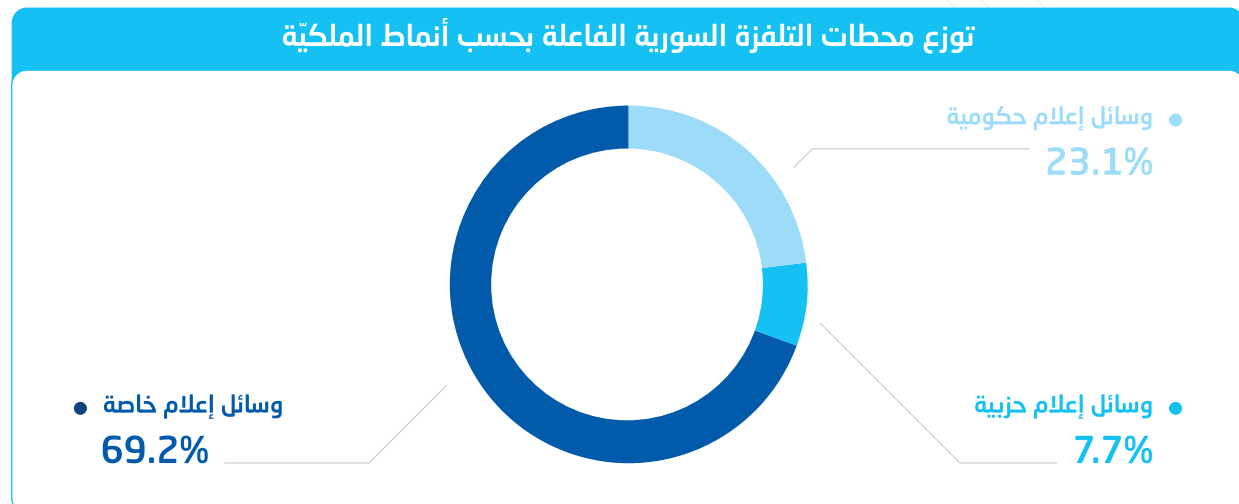
### • حسب تاريخ التأسيس

تعمل في سورية ست محطات تلفزيونية قبل اندلاع الثورة السورية في العام 2011 وتشكل ما نسبته 46.2% من إجمالي محطات التلفزيون العاملة في سورية، في حين تأسست بعد العام 2011 سبع محطات تلفزيونية وتشكل ما نسبته 53.8% من إجمالي محطات التلفزيون العاملة.



### • حسب نوع الملكية

تشكل نسبة محطات التلفزيون الحكومية ما نسبته 23.1%، بعدد 3 محطات تلفزيونية، جميعها تعمل داخل سورية ضمن مناطق سيطرة القوات الحكومية، في حين تشكل محطات التلفزيون الخاصة ما نسبته 69.2% من إجمالي محطات التلفزيون العاملة في سورية وبعدد 9 محطات تلفزيونية، تعمل 4 منها خارج الأراضي السورية، كما تشكل محطات التلفزيون السورية الحزبية ما نسبته 7.7%، بعدد 1 محطة تلفزيونية، تعمل في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية (قوات قسد).

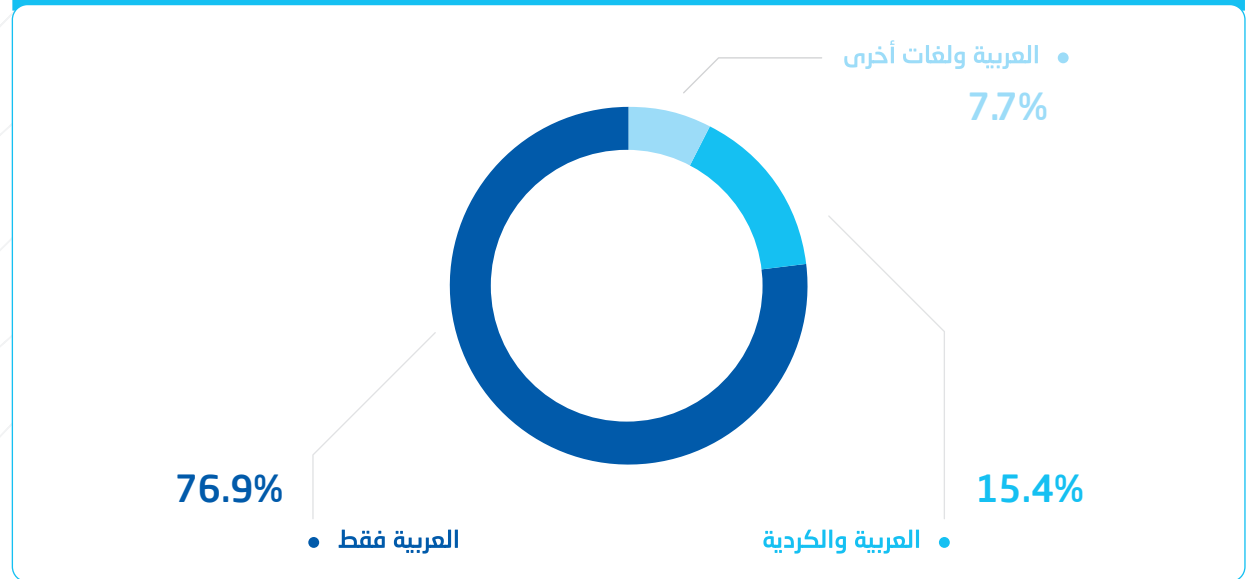


ويتضح من خلال النتائج، أن النسبة الأكبر من محطات التلفزة تتركز ضمن مناطق سيطرة الحكومة السورية (حكومي، خاص)، فقد حافظت محطات التلفزة الحكومية على الحد الأدنى من وجودها نتيجة توافر إمكانيات دولة والحاجة الدائمة لحامل إعلامي حكومي، إضافة إلى أن أغلبها موجود قبل العام 2011 ضمن حالة احتكار حكومي للبث التلفزيوني. في حين يُلاحظ من خلال النتائج كسر حالة الاحتكار تلك عبر تطور واضح للتلفزيونات في القطاع الخاص، بالاعتماد على دعم رجال أعمال أو دول منخرطة في الصراع السوري، لذلك كانت النسبة الأقل للأحزاب والتي اعتمد أغلبها على المطبوعات والمواقع الإلكترونية كحوامل إعلامية ذات تكلفة أقل.

#### • حسب اللغة المستخدمة

تستخدم 10 محطات تلفزة سورية اللغة العربية فقط في محتواها الإعلامي وتشكل ما نسبته 76.9% من إجمالي محطات التلفزة السورية، وتستخدم 2 محطة اللغة الكردية إضافة إلى العربية في محتواها وتشكل ما نسبته 15.4% من إجمالي محطات التلفزة السورية، في حين تستخدم محطة واحدة اللغة العربية ولفات أخرى (الإنكليزية والكردية) في محتواها وتشكل ما نسبته 7.7% من إجمالي محطات التلفزة السورية.

#### توزع محطات التلفزة السورية بحسب اللغات التي تستخدمها





### 3. المحطات الإذاعية

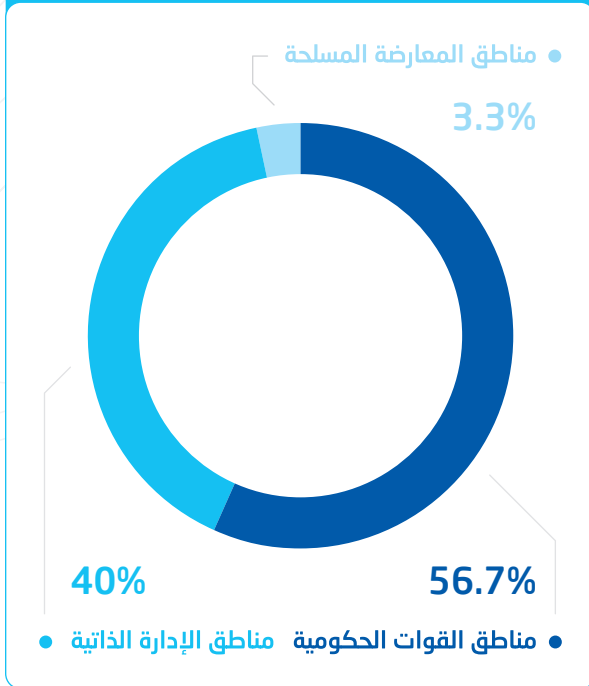
يبلغ عدد محطات الإذاعة السورية العاملة 36 محطة إذاعية، وتشكل ما نسبته 22.2% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة، ويمكن رسم خارطتها بالنقاط التالية:

#### • حسب التوزيع الجغرافي

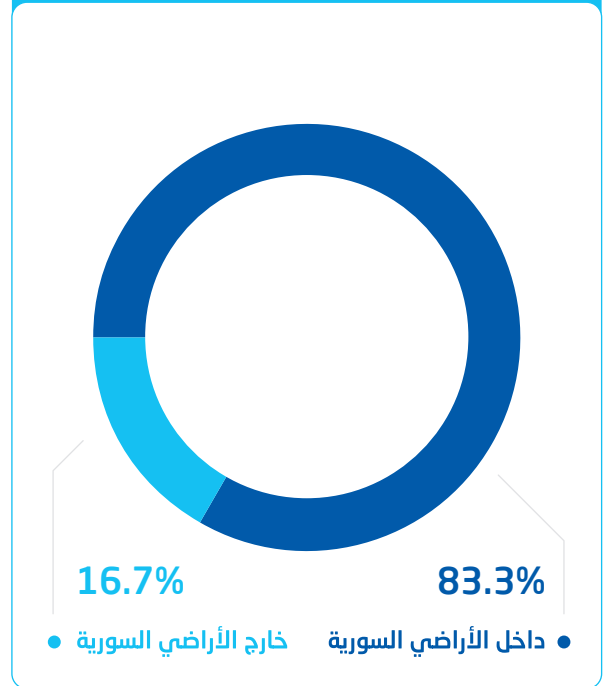
تعمل 30 محطة إذاعية داخل الأراضي السورية وتشكل ما نسبته 83.3% من إجمالي الإذاعات السورية العاملة، وتتوزع بحسب مناطق السيطرة كما يلي: 17 محطة إذاعية تعمل في مناطق سيطرة القوات الحكومية وتشكل ما نسبته 56.7% من إجمالي الإذاعات السورية العاملة في الداخل السوري، بينما تعمل 12 محطة إذاعية في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية (قوات قسد) وتشكل ما نسبته 40% من إجمالي الإذاعات العاملة في الداخل السوري، مقابل إذاعة واحدة تعمل ضمن مناطق سيطرة المعارضة المسلحة وتشكل ما نسبته 3.3% من إجمالي الإذاعات العاملة في الداخل السوري.

أما خارج سوريا فتعمل 6 محطات إذاعية وتشكل ما نسبته 16.7% من إجمالي الإذاعات السورية العاملة، حيث تتواجد خمس إذاعات منها في تركيا وتشكل نسبة 83.3% من إجمالي الإذاعات العاملة خارج سورية، في حين تعمل إذاعة واحدة في أوروبا وتمثل نسبة 16.7% من إجمالي الإذاعات العاملة خارج سورية.

#### توزيع محطات الإذاعة السورية داخل الأراضي السورية



#### توزيع محطات الإذاعة السورية بحسب النطاق الجغرافي



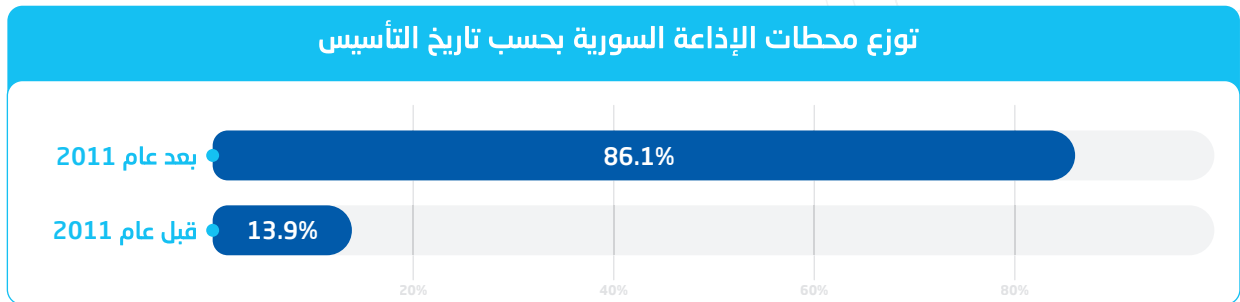


ويلاحظ من خلال النتائج، أن النسبة الأكبر من المحطات الإذاعية تتركز في الداخل السوري، وقد يُردُّ تفسير ذلك إلى أن البث الإذاعي يحتاج لنطاق جغرافي محدد يعتمد على الموجات القصيرة FM، وهذا مالا يتوافر في الخارج، حيث تقتصر أغلب الإذاعات السورية على البث عبر الإنترنت، نتيجة لعدة أسباب أبرزها عرقلة القوانين خارج سورية وما يتعلق فيها من إمكانية حجز ترددات، إضافة إلى اختلاف طبيعة وظروف استخدام الإذاعة بين السوريين في الداخل والخارج.

أما على مستوى توزيع الإذاعات في الداخل السوري وفقاً لمناطق السيطرة، فيلاحظ أن التركيز الأكبر كان ضمن مناطق سيطرة القوات الحكومية، والتي شهدت أساساً قبل 2011 طفرة إذاعات كان أغلبها فنيّة، وأخذت بالتزايد بعد 2011 باختصاصات مختلفة، بينما تركزت ثاني أكبر نسبة للإذاعات ضمن مناطق سيطرة الإدارة الذاتية، حيث ساعدت حالة الاستقرار الأمني النسبي على انطلاق عدد كبير من الإذاعات خاصة المحليّة منها والمرتبطة ببث على مستوى القرى والبلدات، مقابل انخفاض تكلفة التشغيل مقارنة بالتلفزيونات، في حين شكل سوء الوضع الأمني ضمن مناطق سيطرة المعارضة عاملاً حال دون استمرار المحطات الإذاعية المعارضة، سواء ما يتعلق منه بالقصف المستمر أو القيود التي تفرضها بعض الجماعات العسكرية المسيطرة، ما أدى إلى إغلاق عدد كبير من الإذاعات أو انتقال بعضها للخارج، أو استمرار البعض في العمل ضمن ظروف صعبة.

#### • حسب تاريخ التأسيس

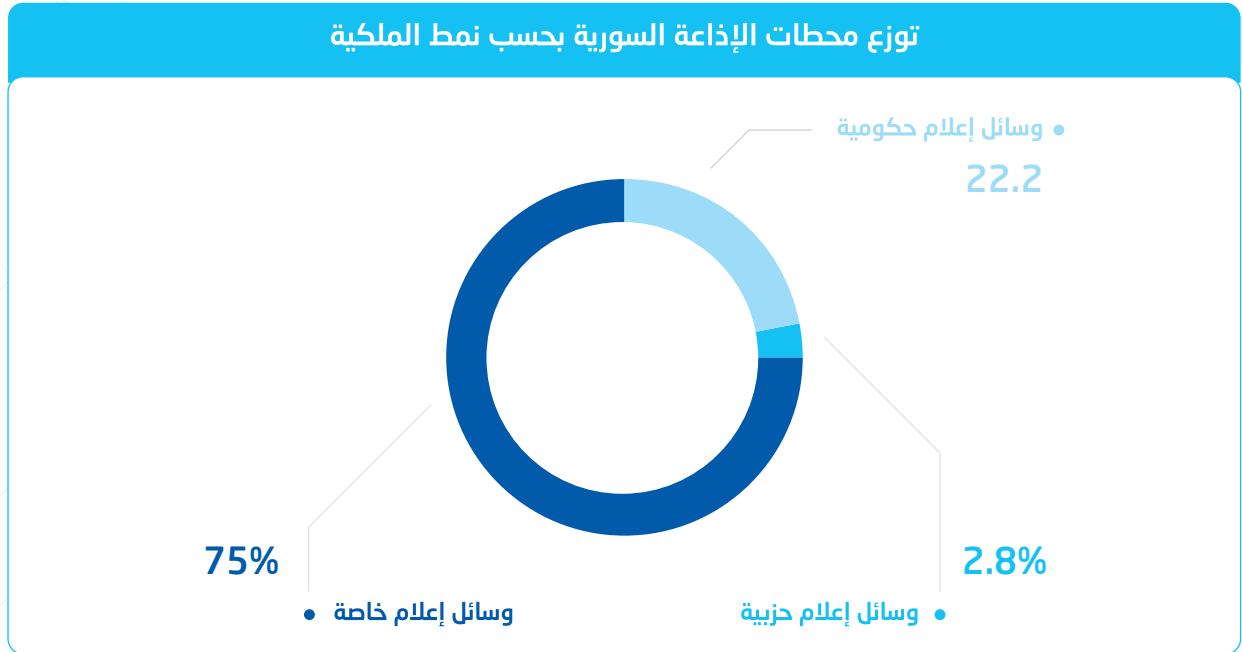
13.9% من محطات الإذاعة السورية تعمل قبل اندلاع الثورة السورية في العام 2011 وعددها 5 إذاعات، في حين 86.1% من الإذاعات السورية تأسست بعد العام 2011 وعددها 31 إذاعة.



ويلاحظ من النتائج أن عدد كبير من المحطات الإذاعية انطلقت بعد العام 2011، وفي هذا الإطار تجدر الإشارة إلى أن أعداد الإذاعات قبل العام 2011 كان في تصاعد، ولكن أغلبها تمثل بمحطات إذاعية فنيّة خاصة، وهذا ما لم يحسب ضمن عينة هذه الدراسة، والتي استثنيت وسائل الإعلام التخصصية، وركزت على عينة وسائل الإعلام التي تحمل محتوى إخباري أو برامجي يتفاعل مع الشأن السوري العام.

## • حسب نوع الملكية

تشكل محطات الإذاعة الحكومية ما نسبته 22.2% وبعدها 8 إذاعات، جميعها تعمل داخل سورية في مناطق سيطرة القوات الحكومية، في حين تشكل محطات الإذاعة الخاصة ما نسبته 75% من إجمالي محطات الإذاعة العاملة في سورية وبعدها 27 إذاعة، تعمل 6 منها خارج الأراضي السورية، كما تشكل محطات الإذاعة الحزبية ما نسبته 2.8% تعمل في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية (قوات قسد).



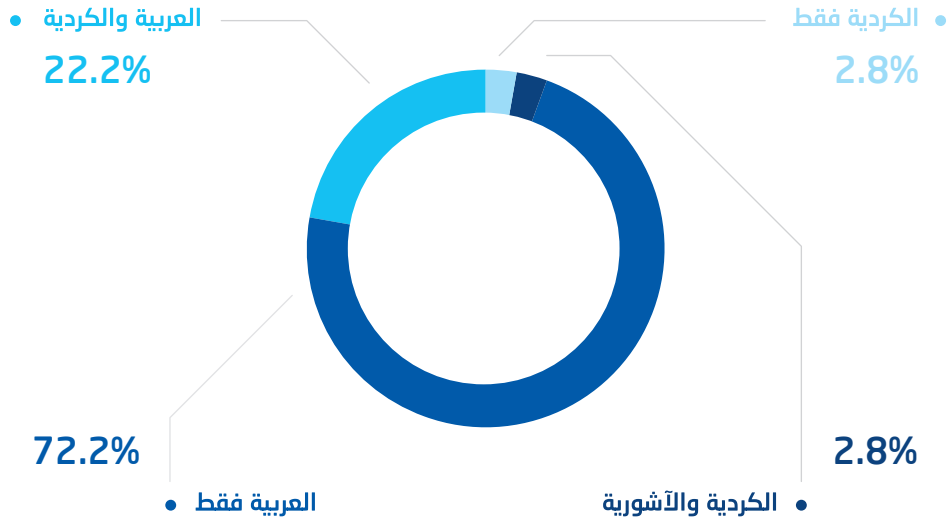
ويلحظ من النتائج، أن الإذاعات الخاصة تشكل النسبة الطاغية من توزع المحطات الإذاعية بحسب نمط الملكية، حيث انطلق أغلبها بعد العام 2011 وفق ظروف وأسباب تم تفسيرها آنفاً، في حين شهدت المحطات الإذاعية الحكومية حالة استقرار أقرب للتراجع، بينما كانت النسبة الأقل للمحطات الإذاعية الحزبية في مؤشر أن الأحزاب تعتمد بشكل قليل على الإذاعات، وبشكل أكبر على أنماط إعلامية أخرى.

## • حسب اللغة المستخدمة

تستخدم 26 محطة إذاعية سورية اللغة العربية كلفة وحيدة في محتواها الذي تقدمه وتشكل ما نسبته 72.2% من إجمالي الإذاعات السورية، في حين تستخدم 8 محطات إذاعة سورية اللغة العربية والكردية في المحتوى الذي تقدمه وتشكل ما نسبته 22.2% من إجمالي الإذاعات السورية، كما تستخدم محطة إذاعية واحدة اللغة الكردية فقط في المحتوى الذي تقدمه وتشكل ما نسبته 2.8% من إجمالي الإذاعات السورية، إضافة إلى محطة إذاعية واحدة تستخدم اللغة الكردية والآشورية في المحتوى الذي تقدمه وتشكل ما نسبته 2.8% من إجمالي الإذاعات السورية.



## اللغات التي تستخدمها محطات الإذاعة السورية



ويلحظ من نتائج توزيع المحطات الإذاعية السورية بحسب اللغة، أنه وعلى الرغم من تركيز اللغة العربية كلفة رئيسة في الإذاعات السورية؛ إلا أن انتشار المحطات الإذاعية المحليّة على مستوى مدن وبلدات ساهم في بروز، وإن كان محدوداً، لبعض اللغات التي كانت مغيبة تماماً عن وسائل الإعلام في سورية.



## SERVIZI

### SERVIZI ▾

Sviluppo Web

Assistenza Tecnica

Grafica

Social Care



#### Assistenza tecnica

Installazioni e configurazioni sono all'ordine del giorno nelle aziende. Lo staff di CyberRabbit offre un servizio tecnico a 360 gradi.

SCOPRI



#### Design e grafica

L'illustrazione e la grafica sono al centro delle nostre idee innovative. Il nostro team è in grado di combinare il design con le funzionalità.

SCOPRI



#### Social Care

CyberRabbit aiuta le aziende nella realizzazione degli obiettivi di comunicazione con i loro clienti utilizzando al meglio i social network come strumento efficace.

SCOPRI

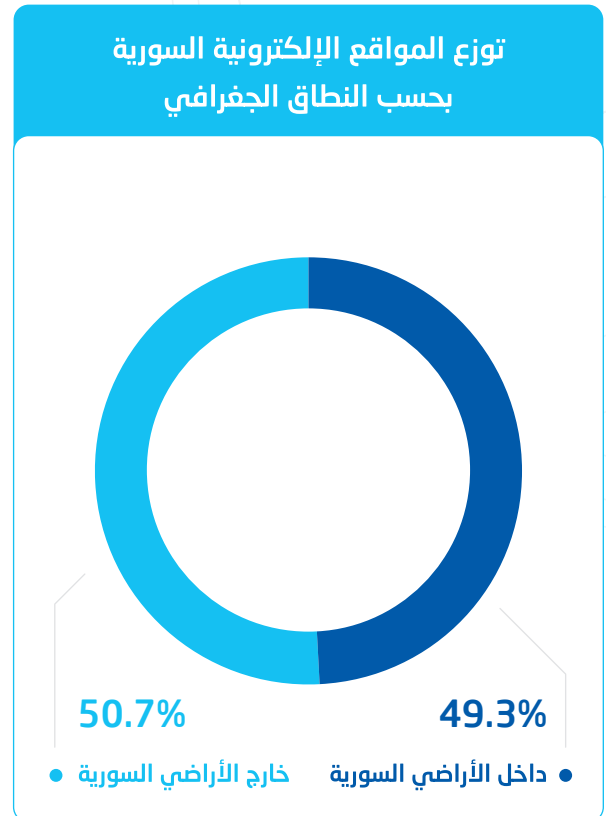
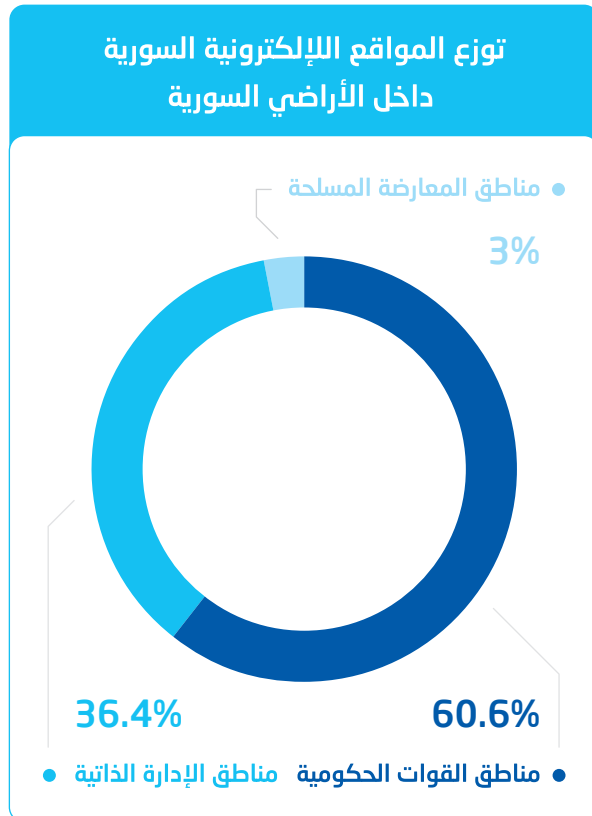
MacBook Air

## 4. المواقع الإلكترونية

يبلغ عدد المواقع الإلكترونية السورية العاملة 67 موقعاً إلكترونياً، وتشكل ما نسبته 41.4% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة، ويمكن رسم خارطتها بالنقاط التالية:

### • حسب التوزيع الجغرافي

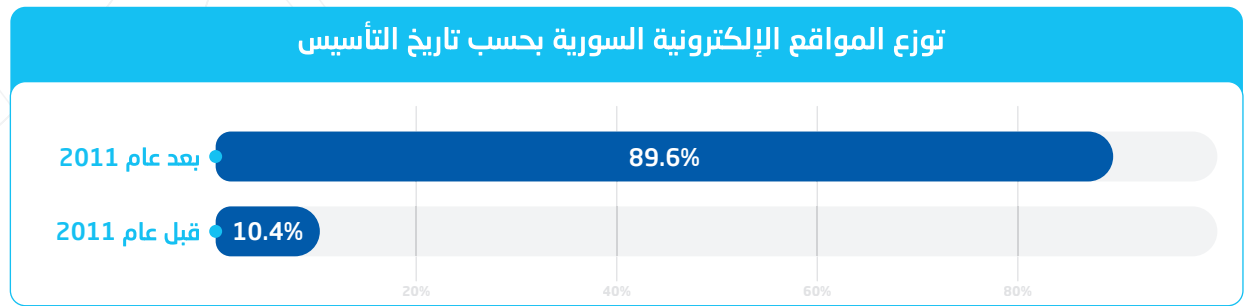
يعمل 33 موقعاً إلكترونياً داخل الأراضي السورية وتشكل ما نسبته 49.3% من إجمالي المواقع الإلكترونية السورية العاملة، وتتوزع بحسب مناطق السيطرة كما يلي؛ 20 موقعاً إلكترونياً تعمل في مناطق سيطرة القوات الحكومية وتشكل ما نسبته 60.6% من إجمالي المواقع الإلكترونية السورية العاملة في الداخل السوري، بينما تعمل 12 موقعاً إلكترونياً في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية (قوات قسد) وتشكل ما نسبته 36.4% من إجمالي المواقع الإلكترونية العاملة في الداخل السوري، في حين يعمل موقع إلكتروني واحد ضمن مناطق سيطرة المعارضة المسلحة ويشكل ما نسبته 3% من إجمالي المواقع الإلكترونية العاملة في الداخل السوري. أما خارج سورية فيعمل 34 موقعاً إلكترونياً وتشكل ما نسبته 50.7% من إجمالي المواقع الإلكترونية السورية العاملة، تتواجد النسبة الأكبر منها في تركيا بعدد 16 موقعاً إلكترونياً وهو ما تشكل نسبته 47.1% من إجمالي المواقع الإلكترونية العاملة خارج سورية، تليها أوروبا التي يعمل فيها 7 مواقع إلكترونية وتشكل ما نسبته 20.6% من إجمالي المواقع الإلكترونية العاملة خارج سوريا، ويتوزع باقي المواقع على (الأردن، الإمارات، أمريكا).



يلاحظ من النتائج توزيع المواقع الإلكترونية السورية بين الداخل والخارج بشكل شبه متساوي، وذلك قد يرد لتركز أغلب المعارضة السورية في الخارج، إضافة لسهولة وقلة تكلفة إنشاء المواقع الإلكترونية وعدم ارتباطها بالنطاق الجغرافي، في حين أن توزيعها داخل الأراضي السورية ينطبق عليه ما انطبق على الأنماط الإعلامية السابقة.

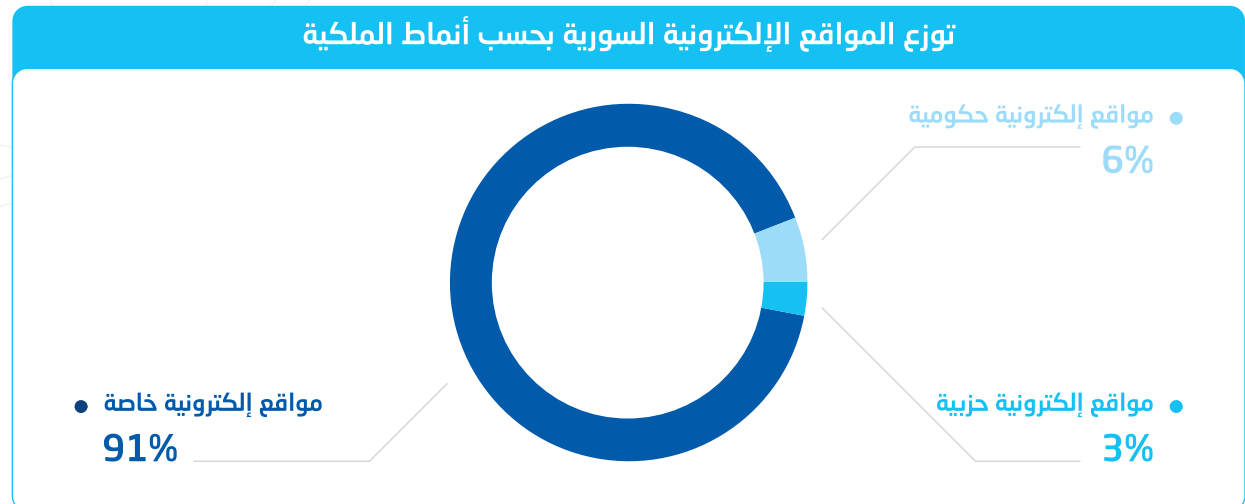
#### • حسب تاريخ التأسيس

تعمل 10.4% من المواقع الإلكترونية السورية قبل اندلاع الثورة السورية في العام 2011 وعددها 7 مواقع إلكترونية، في حين 89.6% من المواقع الإلكترونية تأسست بعد العام 2011 وعددها 60 موقع إلكتروني



#### • حسب نوع الملكية

تشكل المواقع الإلكترونية الحكومية ما نسبته 6% وبعدها 4 مواقع إلكترونية جميعها تعمل داخل سورية ضمن مناطق سيطرة القوات الحكومية، في حين تشكل المواقع الإلكترونية الخاصة ما نسبته 91% من إجمالي المواقع الإلكترونية وبعدها 61 موقع؛ تعمل 33 منها خارج الأراضي السورية، كما تشكل المواقع الإلكترونية الحزبية ما نسبته 3% وبعدها 2 موقع إلكتروني تعمل في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية (قوات قسد).

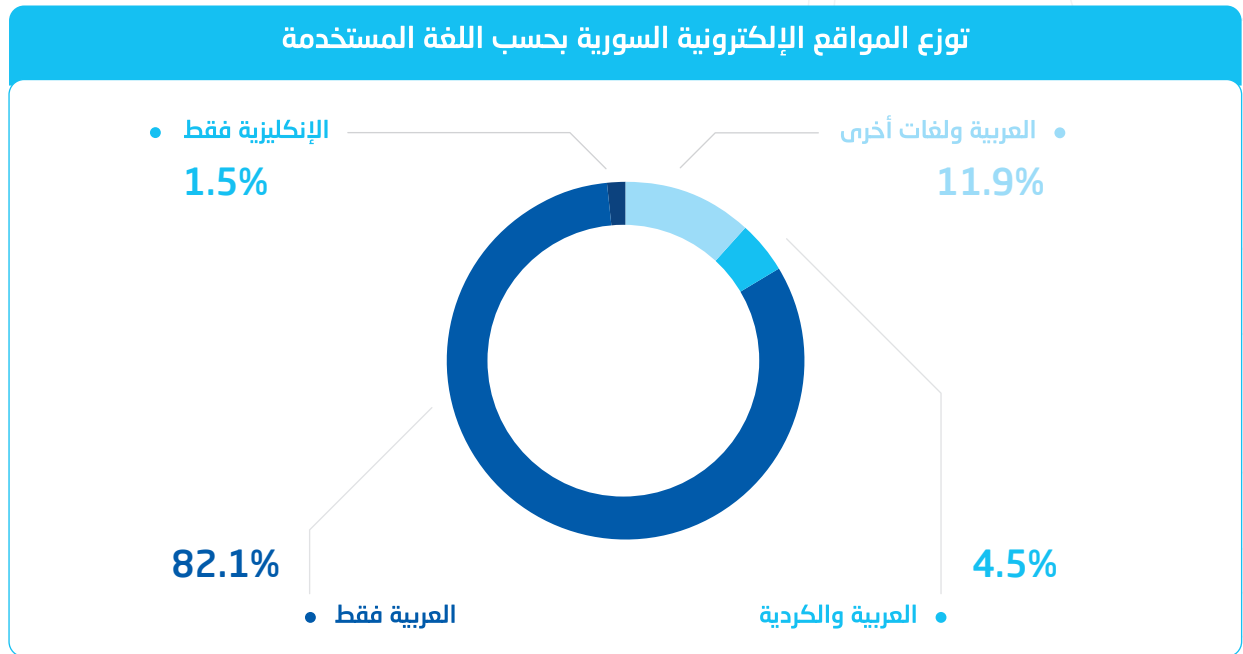




ويتضح من خلال النتائج، تصدّر نسبة المواقع الإلكترونية الخاصة بشكل كبير، وذلك لعدة أسباب تتعلق بقلّة تكلفتها قياساً ببعض الأنماط الإعلامية الأخرى، إضافة إلى فعاليتها وقدرتها على الوصول، في حين تمثلت المواقع الإلكترونية الحكومية بنسبة قليلة، وربما يمكن تفسير ذلك بكون الحالة الإعلامية الحكومية تعتمد غالباً على معرّفات الرسمية، والتي لا تشملها العينة، أكثر من المواقع الإخبارية. الأمر ذاته ينطبق على بعض الأحزاب التي غالباً ما تعتمد على معرّفات الرسمية أكثر من المواقع الإخبارية، ناهيك عن أن بعض المواقع الإلكترونية لا تعلن بشكل رسمي وصریح عن تبعيتها لأحزاب معينة.

#### • حسب اللغة المستخدمة

يستخدم 55 موقعاً إلكترونياً من المواقع السورية العاملة اللغة العربية فقط في المحتوى الذي يقدمه وتشكل ما نسبته 82.1% من إجمالي المواقع الإلكترونية السورية العاملة، ويستخدم موقع إلكتروني واحد فقط اللغة الإنجليزية كلفة وحيدة في المحتوى الذي يقدمه ويشكل ما نسبته 1.5% من إجمالي المواقع الإلكترونية السورية، وتستخدم 3 مواقع إلكترونية اللغة الكردية إضافة للعربية في المحتوى الذي تقدمه وتشكل ما نسبته 4.5% من إجمالي المواقع السورية، كما تستخدم 8 مواقع إلكترونية اللغة العربية ولفات أخرى (الإنجليزية، التركية، الكردية) في المحتوى الذي تقدمه وتشكل ما نسبته 11.9% من إجمالي المواقع الإلكترونية السورية.



ويلاحظ من خلال النتائج، زيادة نسبة استخدام اللغات الأجنبية، خاصة الإنجليزية، في المواقع الإلكترونية السورية أكثر من باقي الأنماط الإعلامية، وقد يفسر ذلك بسهولة الوصول والتوجه إلى الجمهور الغربي عبر الترجمات المكتوبة، حيث توفر بعض المواقع الإلكترونية جزء من موادها أو أغلبها بلغات أجنبية، على رأسها الإنجليزية.





Arvind Kejriwal  
supporters  
the Delhi chief minister calls  
united Umesh Singh in which  
been in regular con-  
fact, sources said,

Ravi dead in his flat

between the Centre and  
Naga leadership.

who quit the B.J.P. is also pa-

NEW  
CORRESPONDENT  
11 MARCH 14

BJP hit

justice, peace and dignity  
the Dimapur rape

Quote

with the nation's integrity,  
cancelled the  
seven months  
Sangh head-

- Packed fruits
- Solar water hea

KBK

Rahul will be  
price had been cut by  
source said. They said the  
informed him about

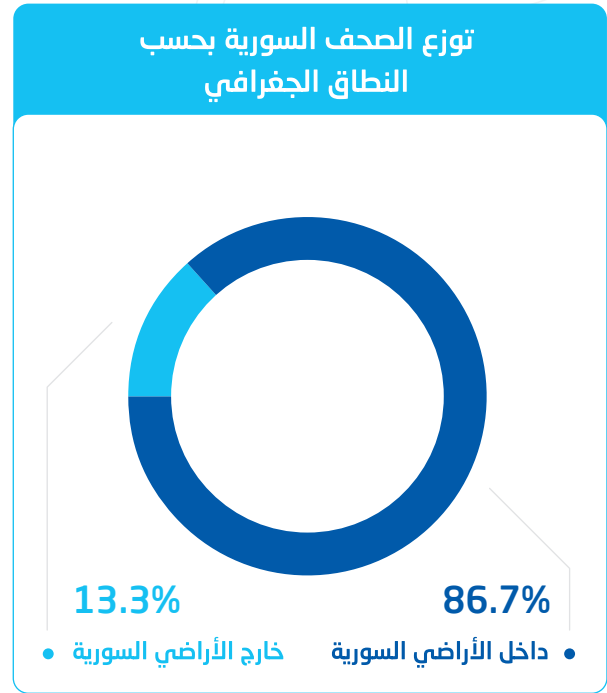
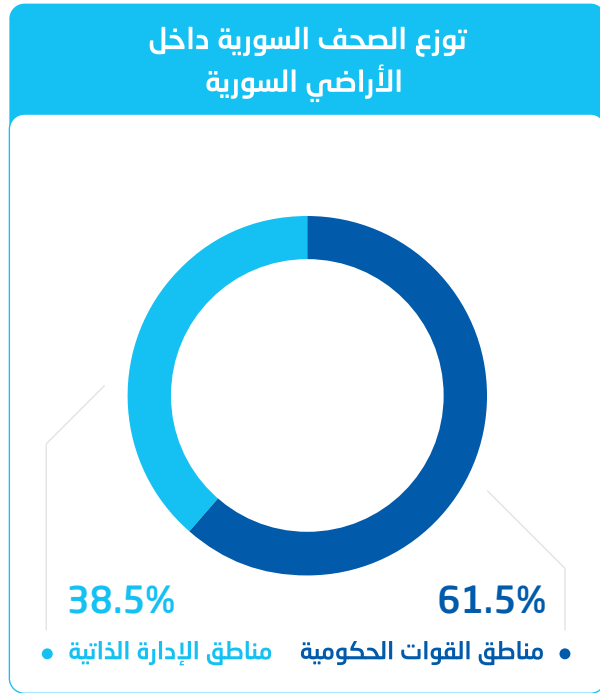


## 5. الصحف

يبلغ عدد الصحف السورية العاملة 30 صحيفة، وتشكل ما نسبته 18.5% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة، ويمكن رسم خارتها بالنقاط التالية:

### • حسب التوزع الجغرافي

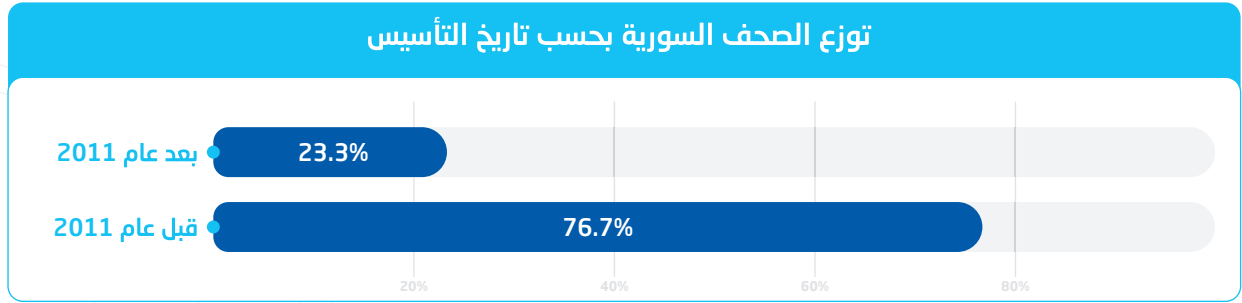
تعمل 26 صحيفة داخل الأراضي السورية وتشكل ما نسبته 86.7% من إجمالي الصحف السورية العاملة، وتتوزع بحسب مناطق السيطرة كما يلي؛ 16 صحيفة تعمل في مناطق سيطرة القوات الحكومية وتشكل ما نسبته 61.5% من إجمالي الصحف السورية العاملة في الداخل السوري، بينما تعمل 10 صحف في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية (قوات قسد) وتشكل ما نسبته 38.5% من إجمالي المواقع الإلكترونية العاملة في الداخل السوري. أما خارج سورية فتعمل 4 صحف وتشكل ما نسبته 13.3% من إجمالي الصحف السورية العاملة، تتواجد النسبة الأكبر منها في تركيا بعدد 3 صحف وهو ما تشكل نسبته 75% من إجمالي الصحف العاملة خارج سورية.



بالنظر إلى زيادة نسبة تركيز الصحف داخل الأراضي السورية بشكل أكبر من الخارج، تبدو النتيجة طبيعية بحكم وضوح النطاق الجغرافي للتوزيع وطبيعة الجمهور المستهدف ضمنه، واختلاف ذلك عن الخارج، وتتركز النسبة الأكبر في الداخل ضمن مناطق سيطرة القوات الحكومية، ويمكن تفسير ذلك بوجود عدد كبير من الصحف الناجزة قبل 2011، إضافة إلى تركيز حركة الطباعة والنشر ضمن مناطق السيطرة الحكومية، فيما تبدو النسبة مرتفعة أيضاً في مناطق الإدارة الذاتية، ويمكن تفسير ذلك بانطلاق صحف كثيرة بعد العام 2011، إضافة إلى تعدد الأحزاب التي يعتمد أغلبها على الصحف كحوامل إعلامية.

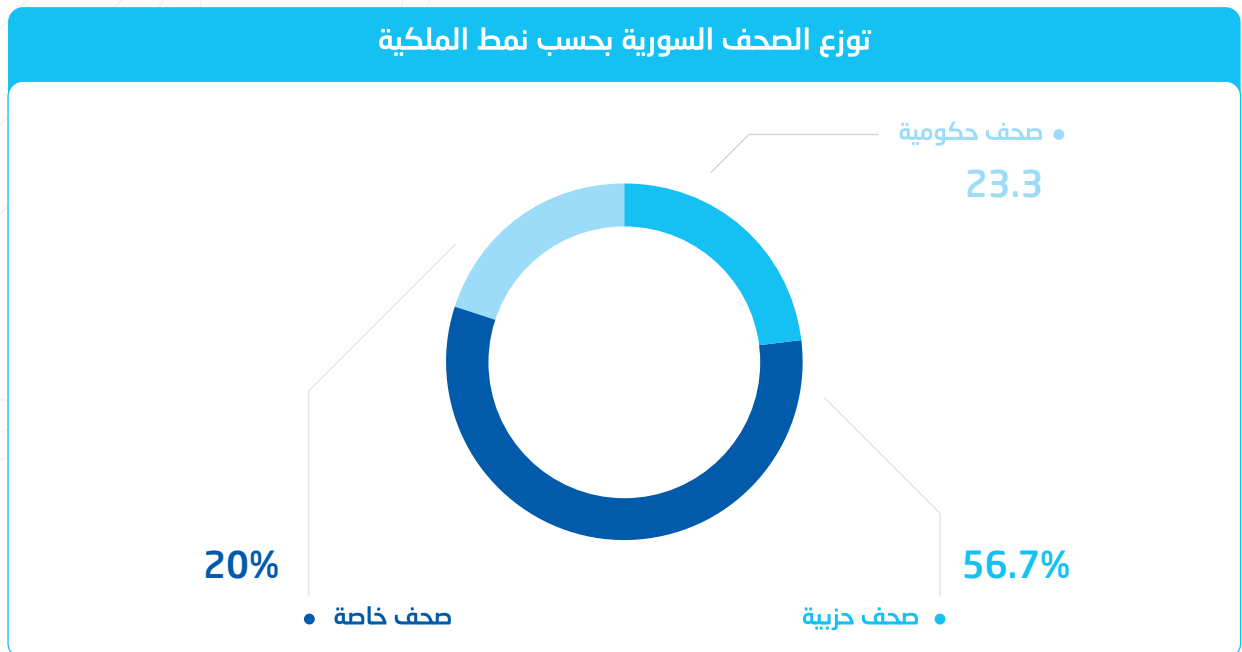
## • حسب تاريخ التأسيس

76.7% من الصحف السورية تعمل قبل اندلاع الثورة السورية في العام 2011 وعددها 23 صحيفة، في حين 23.3% من الصحف السورية تأسست بعد العام 2011 وعددها 7 صحف.



## • حسب الملكية

تشكل الصحف الحكومية ما نسبته 23.3% وبعدها 7 صحف جميعها تعمل داخل سورية في مناطق سيطرة القوات الحكومية، في حين تشكل الصحف الخاصة ما نسبته 20% من إجمالي الصحف السورية العاملة وبعدها 6 صحف تعمل 4 منها خارج الأراضي السورية، كما تشكل الصحف الحزبية ما نسبته 56.7% وبعدها 17 صحيفة تعمل 10 منها في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية (قوات قسد)، وتعمل 7 منها في مناطق سيطرة القوات الحكومية السورية.

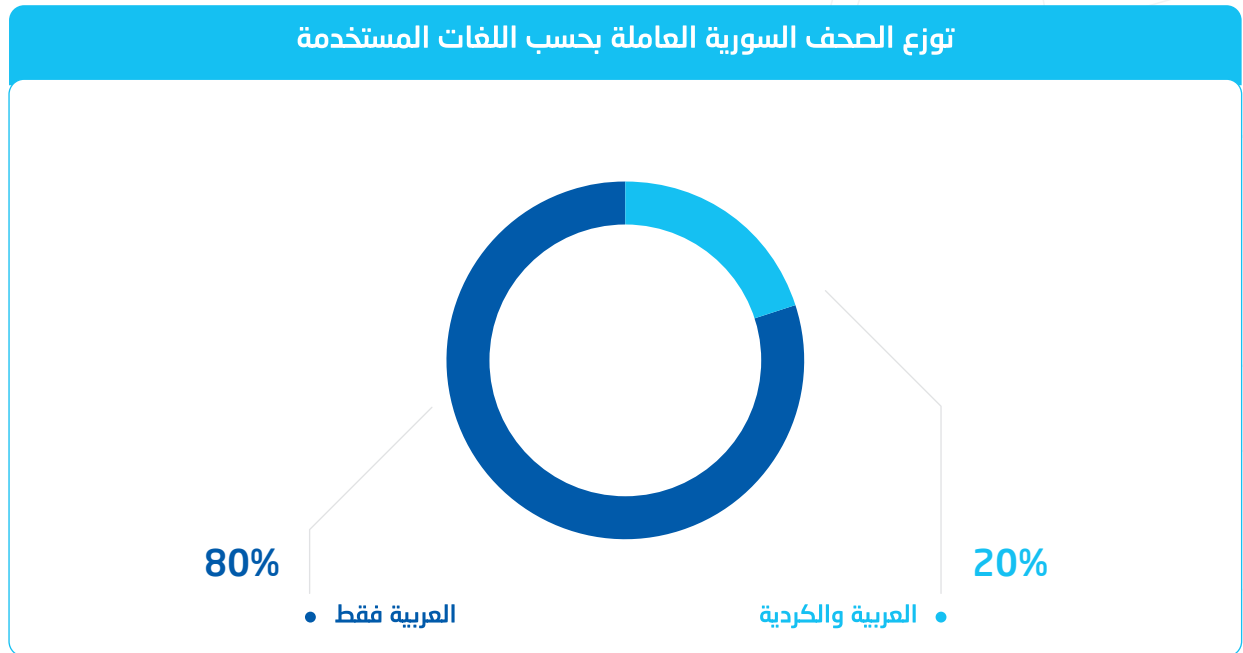


ويلاحظ من النتائج انخفاض نسبة الصحف الخاصة مقارنة بالحكومية والحزبية، وهو ما يمكن تفسيره بأعباء الطباعة وتكاليفها، إضافة لصعوبة التوزيع بين مناطق السيطرة المختلفة. بينما تحتل الصحف الحكومية نسبة أكبر بحكم وجود عدد من الصحف الناجزة قبل العام 2011، سواء الصحف الرسمية العامة التي توزع بشكل مركزي أو الصحف الرسمية الخاصة بالمحافظات. في حين تحتل الصحف الحزبية النسبة الأكبر، خاصة ضمن مناطق "الإدارة الذاتية"، وهذا ما يفسر بوجود عدد كبير من الأحزاب التي تعتمد غالباً ضمن هيكلتها على وجود دوريات مطبوعة، في حين لاتزال الصحف التابعة لحزب البعث تعمل ضمن مناطق سيطرة الحكومة، إضافة إلى ما تبقى من صحف أحزاب الجبهة الوطنية التقدمية.

#### • حسب اللغة المستخدمة

تستخدم 24 صحيفة سورية اللغة العربية كلفة وحيدة في المحتوى الذي تقدمه وتشكل ما نسبته 80% من إجمالي الصحف السورية العاملة، في حين تستخدم 6 صحف سورية اللغة الكردية إضافة للعربية في المحتوى الذي تقدمه وتشكل ما نسبته 20% من إجمالي الصحف السورية العاملة.

#### توزع الصحف السورية العاملة بحسب اللغات المستخدمة



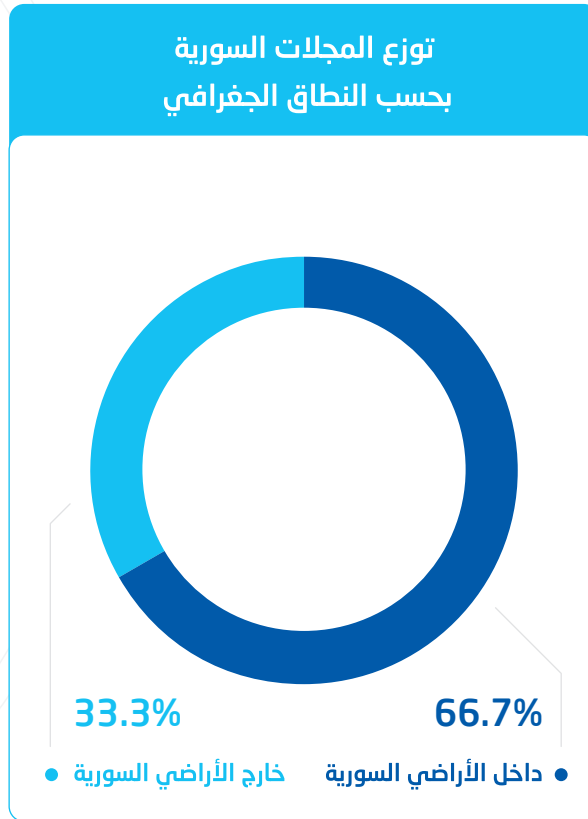
ويلاحظ من النتائج، غياب اللغات الأجنبية، خاصة الإنجليزية من المطبوعات، في حين تركزت في المواقع الإلكترونية كما تبين آنفاً، مقابل بروز أكبر للغة الكردية إلى جانب العربية خاصة في الصحف الصادرة ضمن مناطق سيطرة الإدارة الذاتية.

## 6. المجلات

يبلغ عدد المجلات السورية العاملة 6 مجلات، وتشكل ما نسبته 3.7% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة، ويمكن رسم خارتها بالنقاط التالية:

### • حسب التوزيع الجغرافي

تعمل 4 مجلات داخل الأراضي السورية وتشكل ما نسبته 66.7% من إجمالي المجلات السورية العاملة، وتعمل جميعها في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية (قوات قسد). أما خارج سورية فتعمل مجلتان وتشكل ما نسبته 33.3% من إجمالي المجلات السورية العاملة، تتواجد إحداها في تركيا وتعمل الأخرى من أوروبا.

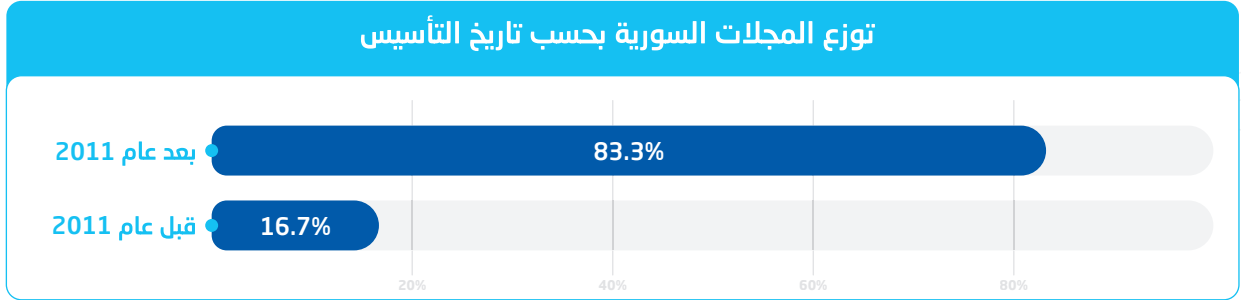


ويلاحظ من خلال النتائج تركيز نسب توزيع المجلات في الداخل السوري، خاصة في مناطق الإدارة الذاتية، كما يلاحظ غياب كامل للمجلات في مناطق سيطرة الحكومة السورية، وذلك لا يعني عدم وجود مجلات؛ إلا أن جميعها يصنف خارج إطار عينة هذه الدراسة، إذ يعمل في مناطق الحكومة السورية عدد من المجلات قبل العام 2011، ولكن طابعها تخصصي (دوريات حومية، مجلات أطفال، مجلات فنية، مجلات علمية). وإجمالاً قد يفسر انخفاض نسبة عدد المجلات كنمط إعلامي مقارنة بغيرها من الأنماط الإعلامية، بطبيعة المجلة ودورية صدورها التي لا تساعد غالباً في تفاعلها الآني مع الأحداث المتسارعة، إضافة إلى تكاليف الطباعة وأعبائها المادية.



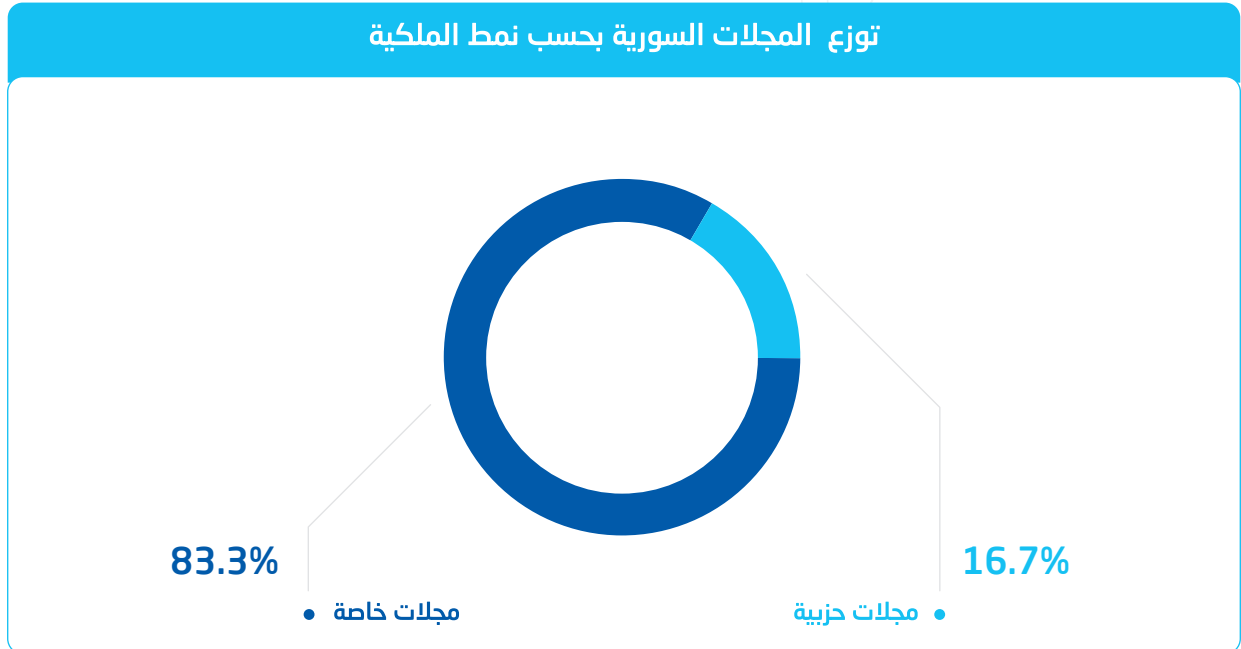
## • حسب تاريخ التأسيس

16.7% من المجلات السورية العاملة تعمل قبل اندلاع الثورة السورية في العام 2011 وعددها مجلة واحدة، في حين 83.3% من المجلات السورية العاملة تأسست بعد العام 2011 وعددها 5 مجلات.



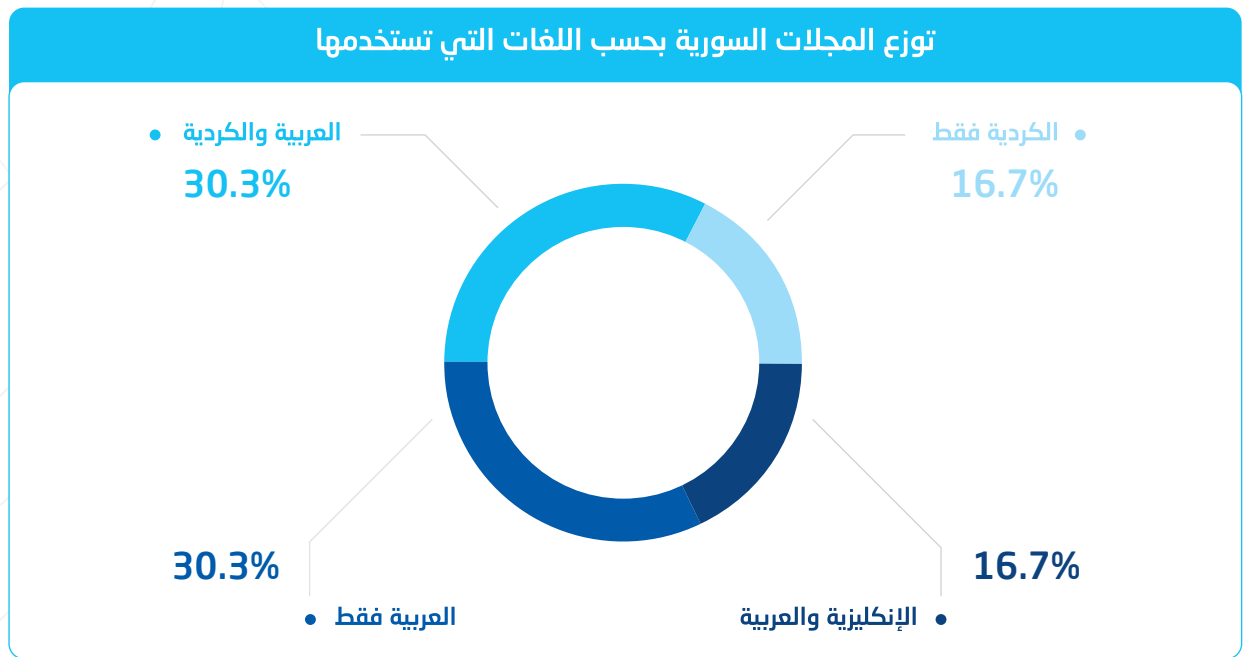
## • حسب نوع الملكية

تشكل نسبة المجلات الخاصة ما نسبته 83.3% وبعدها 5 مجلات تعمل 2 منها خارج الأراضي السورية، وتعمل 3 في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية (قوات قسد)، كما تشكل المجلات الحزبية ما نسبته 16.7% وبعدها مجلة واحدة تعمل في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية (قوات قسد).



## • حسب اللغة المستخدمة

تستخدم مجلتان اللغة العربية كلفة وحيدة في المحتوى الذي تقدمه وتشكل ما نسبته 30.3% من إجمالي المجلات السورية العاملة، في حين تستخدم مجلة واحدة الكردية كلفة وحيدة للمحتوى الذي تقدمه وتشكل ما نسبته 16.7% من إجمالي المجلات السورية العاملة، وتستخدم مجلة واحدة الإنكليزية إضافة للعربية في المحتوى الذي تقدمه وتشكل ما نسبته 16.7% من إجمالي المجلات السورية العاملة، في حين تستخدم مجلتان العربية والكردية في المحتوى الذي تقدمه وتشكل ما نسبته 30.3% من إجمالي المجلات السورية العاملة.



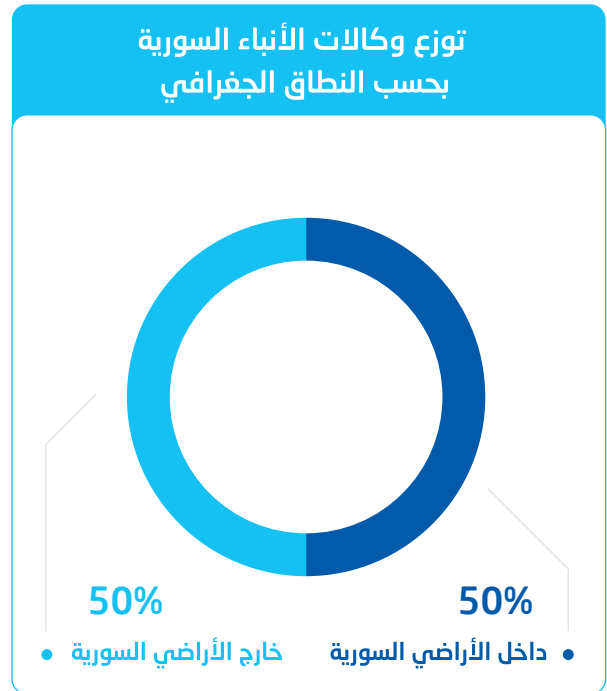
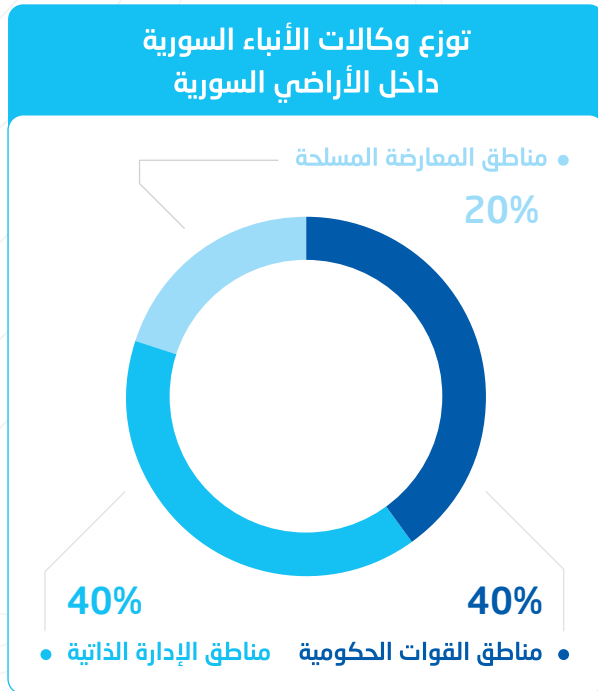


## 7. وكالات الأنباء

يبلغ عدد وكالات الأنباء السورية العاملة 10 وكالات، وتشكل ما نسبته 6.2% من إجمالي وسائل الإعلام السورية العاملة، ويمكن رسم خارطتها بالنقاط التالية:

### • حسب التوزيع الجغرافي

تعمل 5 وكالات أنباء داخل الأراضي السورية وتشكل ما نسبته 50% من إجمالي الوكالات السورية العاملة، وتتوزع بحسب مناطق السيطرة كما يلي؛ وكالة أنباء واحدة في مناطق سيطرة القوات الحكومية وتشكل ما نسبته 20% من إجمالي الوكالات السورية العاملة في الداخل السوري، مقابل وكالتي أنباء تعمل في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية (قوات قسد) وتشكل ما نسبته 40% من إجمالي الوكالات العاملة في الداخل السوري، في حين تعمل وكالتا أنباء في مناطق سيطرة المعارضة المسلحة وتشكل ما نسبته 40% من إجمالي الوكالات العاملة داخل سوريا. أما خارج سوريا فتعمل 5 وكالات أنباء وتشكل ما نسبته 50% من إجمالي الوكالات السورية العاملة، تتواجد النسبة الأكبر منها في تركيا بعدد 4 وكالات وهو ما تشكل نسبته 80% من إجمالي الوكالات العاملة خارج سورية.

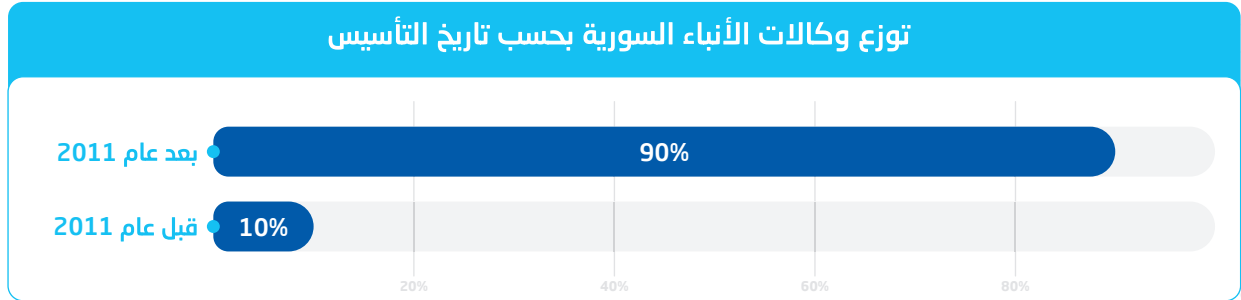


ويلاحظ من النتائج، زيادة عدد وكالات الأنباء السورية بشكل عام، وعلى الرغم من تركيزها بشكل أكبر في مناطق الإدارة الذاتية والمعارضة المسلحة، مقابل مناطق سيطرة الحكومة التي تعمل ضمنها وكالة (سانا) فقط؛ إلا أنه ومن خلال المسح يتضح أن أغلب تلك "الوكالات" تقوم بعمل أقرب للمواقع الإلكترونية الإخبارية منه لعمل وكالات الأنباء الرسمية؛ إلا أنها تطلق على نفسها اسم وكالات أنباء.



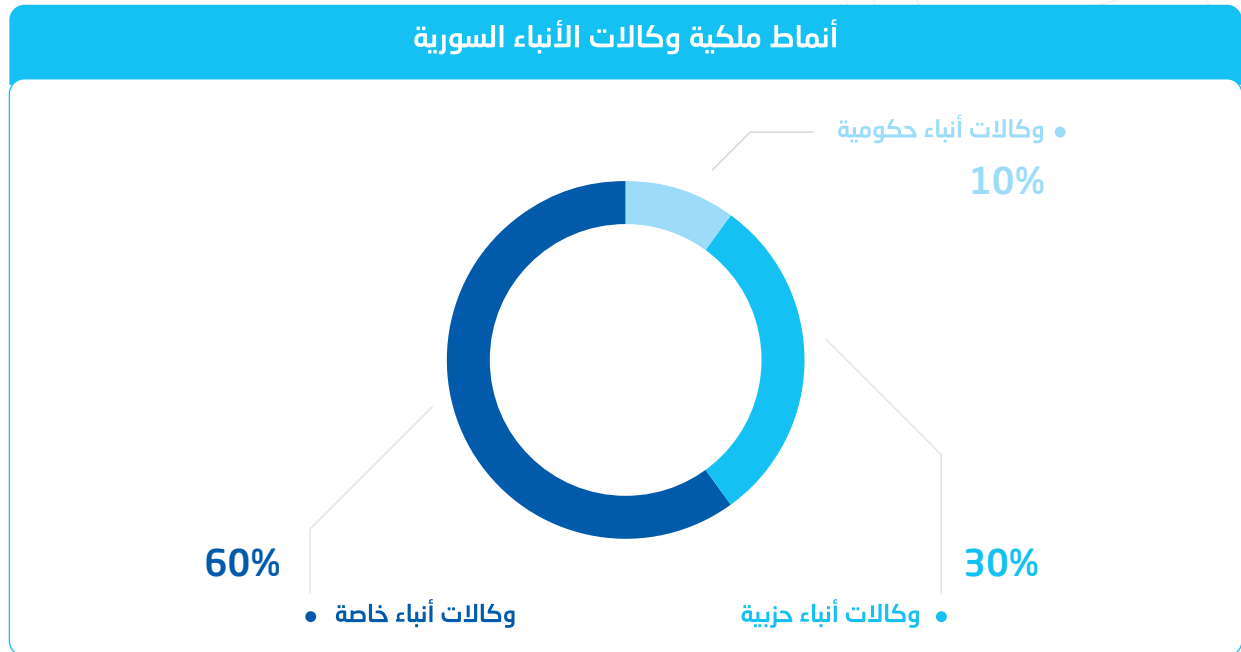
## • حسب تاريخ التأسيس

10% من وكالات الأنباء السورية تعمل قبل اندلاع الثورة السورية في العام 2011 وعددها وكالة واحدة، في حين 90 % من وكالات الأنباء السورية العاملة تأسست بعد العام 2011 وعددها 9 وكالات أنباء.



## • حسب نوع الملكية

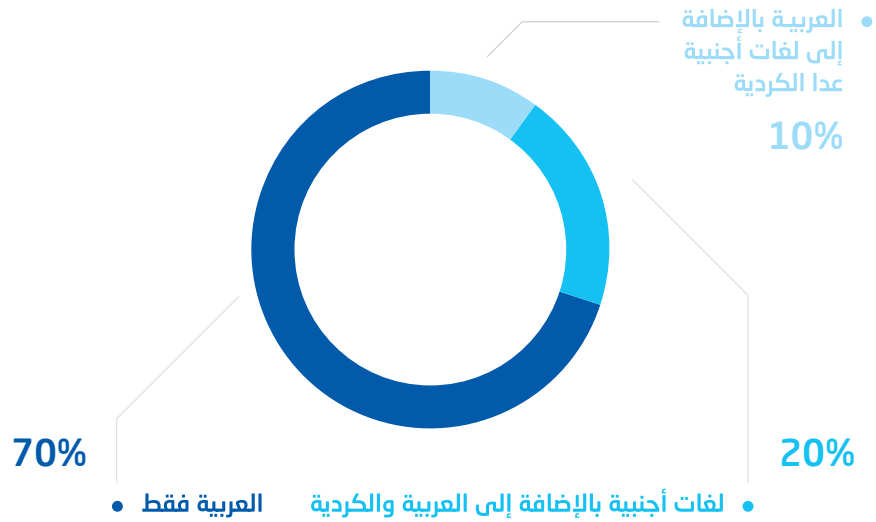
تشكل وكالات الأنباء الحكومية ما نسبته 10% وبعدها وكالة أنباء واحدة تعمل داخل سورية في مناطق سيطرة القوات الحكومية، في حين تشكل وكالات الأنباء السورية الخاصة ما نسبته 60% من إجمالي وكالات الأنباء السورية العاملة وبعدها 6 وكالات تعمل 4 منها خارج الأراضي السورية، كما تشكل وكالات الأنباء الحزبية ما نسبته 30% وبعدها 3 وكالات تعمل واحدة منها في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية (قوات قسد)، وتعمل واحدة منها في مناطق سيطرة قوات المعارضة المسلحة، والأخيرة تعمل خارج سورية.



## • حسب اللغة المستخدمة

تستخدم سبع وكالات أنباء سورية العربية كلفة وحيدة للمحتوى الذي تقدمه وتشكل ما نسبته 70% من إجمالي الوكالات السورية، وتستخدم وكالة أنباء واحدة (سانا) العربية إضافة إلى مجموعة من اللغات عدا الكردية (الإنكليزية، الفرنسية، الإسبانية، التركية، الفارسية، الروسية) وتشكل ما نسبته 10% من إجمالي وكالات الأنباء السورية العاملة، في حين تستخدم وكالتا أنباء سورية مجموعة من اللغات (الإنكليزية، الفرنسية، الإسبانية، التركية، الفارسية، الروسية)، إضافة إلى العربية والكردية في المحتوى الذي تقدمه وتشكل ما نسبته 20% من إجمالي وكالات الأنباء السورية العاملة.

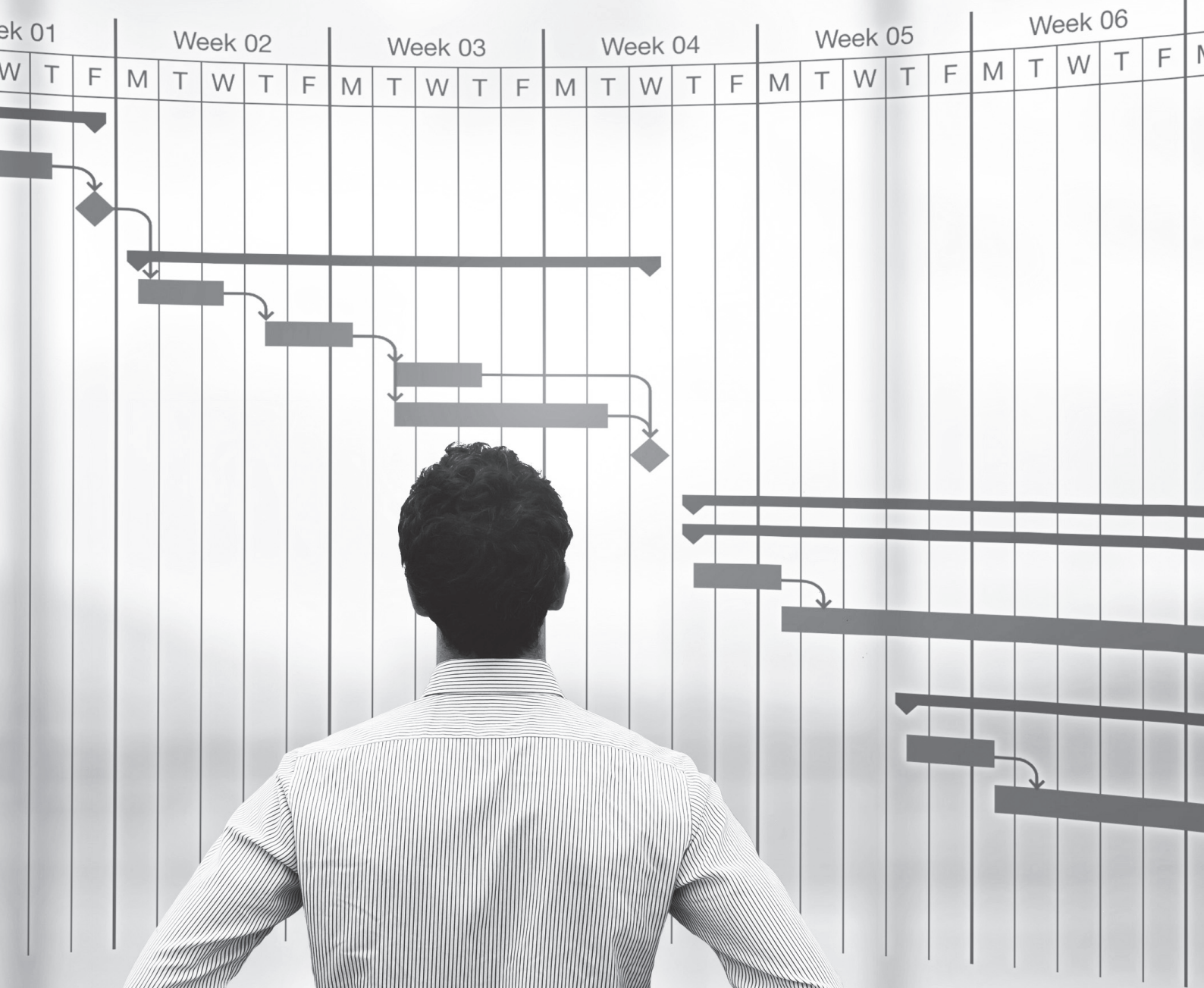
### توزع وكالات الأنباء السورية بحسب اللغات المستخدمة



## خلاصات عامة

- تُعدُّ خارطة وسائل الإعلام السورية إلى الآن، خارطة قلقة غير ثابتة وقابلة للتغيير وفقاً للظروف السياسية والعسكرية التي حكمت الملف السوري، ومالها من انعكاسات غير متوقعة على الأرض، وما بينهما سياسات المانحين التي عملت على الدعم الإعلامي قصير المدى أكثر من الدعم المستدام لعمل إعلامي مؤسساتي، إضافة إلى تحول سياسات التمويل في الملف السوري من حقل الإعلام إلى حقول وقطاعات أخرى. لذلك تحتاج هذه الخارطة إلى دراسات لاحقة تحديثة كسلسلة من الدراسات التي تناولت الحقل الإعلامي السوري بعد العام 2011.
- على الرغم من الخارطة القلقة لوسائل الإعلام السورية؛ إلا أنها تعطي مؤشرات على عدة مستويات، تلك المستويات التي تمثل حقول بحثية مختلفة يوصي المركز السوري للإعلام وحرية التعبير بالتركيز عليها في الدراسات اللاحقة ضمن حقل الإعلام السوري، سواء ما يتعلق منها بتشكيل حالة إعلام المهجر ومستقبلها، أو تصاعد حالة الإعلام الحزبي، وتموضع الإعلامي الحكومي بينهما، أو التركيز على أحد الأنماط الإعلامية ودراسته بشكل خاص ومنفرد، مقابل دراسة أثر سياسات المانحين على وسائل الإعلام ومستقبلها، أو غيرها من المؤشرات الكثيرة الواردة في متن الدراسة.
- لا يُعدُّ اقتصار هذه الدراسة على مسح مؤسسات ووسائل الإعلام السورية الفاعلة وفق شروط العينة نقصاً، بقدر ما هو تحديد للوسائل التي تتفاعل مع الحدث السوري الاستثنائي وترسم ملامحه للجمهور، إضافة إلى كونها تفتح الباب واسعاً أمام دراسة باقي وسائل الإعلام السورية خارج حدود هذه العينة، خاصة ما يتعلق منها بوسائل وصفحات التواصل الاجتماعي والشبكات الإعلامية المحليّة، والتي باتت محل اعتماد واسع من قبل الجمهور السوري، أو غيرها من وسائل الإعلام التخصصية.

View





## عاشرًا: نتائج المرحلة الثانية (تقييم الواقع المؤسسي والاحتياجات)

بناءً على نتائج المرحلة الأولى من الدراسة (الخارطة) والتي مسحت 162 مؤسسة ووسيلة إعلامية، جرى تحديد وحصر عدد الوسائل الناشئة منها بعد العام 2011 بـ 119 وسيلة ومؤسسة إعلامية إلى تاريخ إعداد هذه الدراسة، وعليه تم سحب عينة ميسرة منها، بحسب إمكانية الوصول، ونسبتها 20% (24 وسيلة)، وهي كافية لمصداقية النتائج وقابليتها للتعميم في مثل هذه الدراسات، حيث تم توزيع الاستثمارات المخصصة للدراسة على وسائل الإعلام محل الدراسة مع محاولة مراعاة تطابق نسب الاستثمارات الموزعة مع نسب توزيع وسائل الإعلام السورية على الأنماط الإعلامية والنطاق الجغرافي، ولكن لم تتحقق ذات النسب لتوزع العينة مع نسب توزيع وسائل الإعلام على الأنماط الإعلامية والنطاق الجغرافي، وذلك بسبب عدم تجاوب العديد من وسائل الإعلام مع الاستثمار، خاصة بالنسبة للعامل في مناطق سيطرة القوات الحكومية، وعليه تم استبدال الوسائل التي لم تستجب للاستثمار بأخرى بحسب القدرة على الوصول، وبغض النظر عن توزيعها على النمط الإعلامي والنطاق الجغرافي، حيث تم توزيع 24 استثماراً وتم استعادة واعتماد 20 استثماراً، موزعة على الشكل التالي:

- **حسب النمط الإعلامي:** 7 إذاعات، صحيفة مطبوعة، 7 مواقع إلكترونية، 3 وكالات أنباء، 2 تلفزيون.
- **حسب التوزيع الجغرافي:** 7 وسائل إعلامية خارج سوريا، 13 وسيلة إعلامية داخل سوريا موزعة على مناطق السيطرة التالية: 4 وسائل إعلامية عاملة في مناطق سيطرة المعارضة المسلحة، 7 وسائل إعلامية عاملة في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية، 2 وسيلة إعلامية عاملة في مناطق سيطرة القوات الحكومية، وبمراجعة الاستثمارات الواردة وإجراء العمليات الإحصائية المناسبة، كانت النتائج التالية:

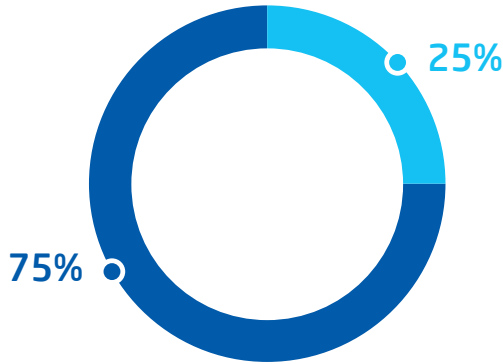
### 1. على مستوى الإدارة

تم تقييم الجانب الإداري للمؤسسات الإعلامية بـ 11 سؤال تقيس واقع المؤسسة لناحية هيكلها التنظيمي ووضعها القانوني في منطقة عملها ومواردها البشرية، وفيما يلي إجابات العينة لكل سؤال:

#### • الهيكل التنظيمي والنظام الداخلي للمؤسسة:

تمتلك 15 وسيلة من وسائل العينة هيكلًا تنظيميًا ونظاماً داخلياً يحدد بدقة التراتبية الإدارية والصلاحيات المتعلقة بكل منصب إداري، وتشكل ما نسبته 75% من العينة، في حين اعتبرت 25% من الوسائل المشمولة بالعينة وعددها 5 وسائل أنها تمتلك، إلى حد ما، الهيكل التنظيمي والنظام الإداري.

## تقييم الجانب الإداري للمؤسسات الإعلامية - الهيكل التنظيمي والنظام الداخلي للمؤسسة



- تمتلك هيكلًا تنظيميًا ونظامًا داخليًا إلى حد ما
- تمتلك هيكلًا تنظيميًا ونظامًا داخليًا يحدد بدقة التراتبية الإدارية والصلاحيات المتعلقة بكل منصب إداري

وتتوزع إجابات العينة على الأنماط الإعلامية والنطاق الجغرافي كما يلي:

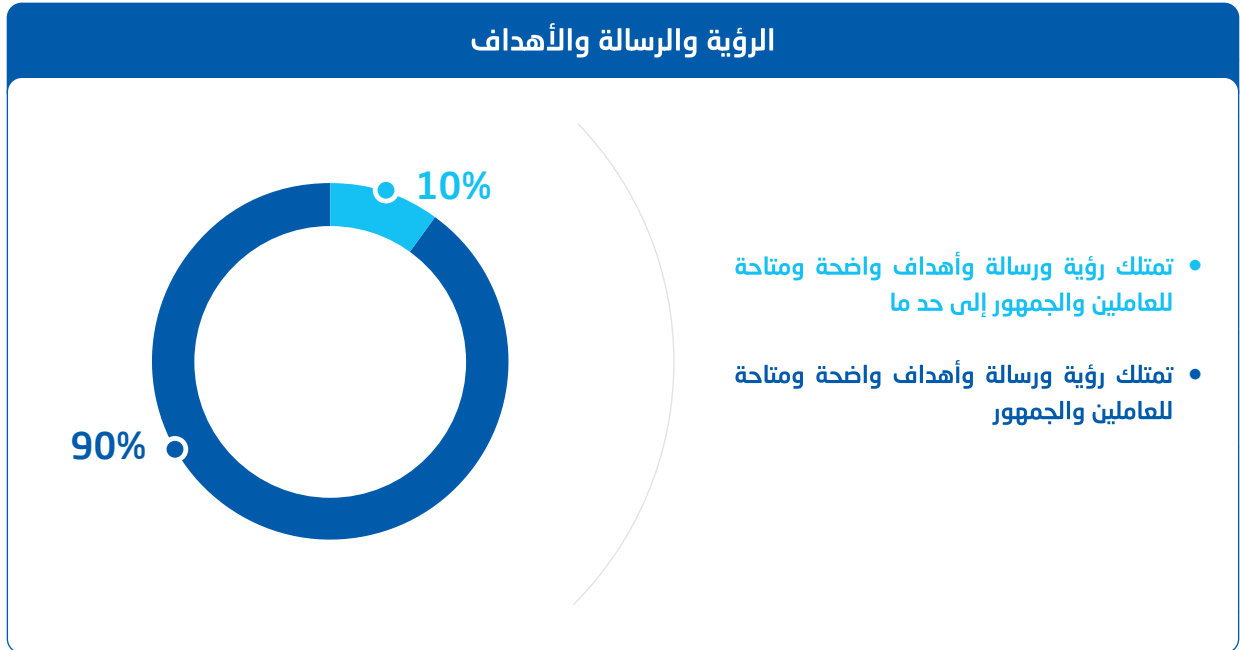
57.1% من الإذاعات لديها هيكل تنظيمي ونظام داخلي يحدد بدقة التراتبية الإدارية والصلاحيات المتعلقة بكل منصب إداري، في حين أن 42.9% من الإذاعات كانت إجاباتها، إلى حد ما. وبالنسبة للمواقع الإلكترونية المشمولة بالعينة فإن 71.4% من المواقع تمتلك هيكلًا تنظيميًا ونظامًا داخليًا يحدد بدقة التراتبية الإدارية والصلاحيات المتعلقة بكل منصب إداري، في حين 28.6% من المواقع كانت إجاباتها، إلى حد ما. وفيما يخص وكالات الأنباء والتلفزيونات المشمولة في العينة فكانت بنسبة 100% تمتلك هيكلًا تنظيميًا ونظامًا داخليًا يحدد بدقة التراتبية الإدارية والصلاحيات المتعلقة بكل منصب إداري.

أما بالنسبة للتوزيع الجغرافي فإن: 71.4% من وسائل الإعلام المشمولة في العينة والعاملة خارج سوريا تمتلك نظامًا داخليًا وهيكلًا تنظيميًا يحدد بدقة التراتبية الإدارية والصلاحيات المتعلقة بكل منصب إداري، في حين 28.6% منها كانت إجاباتها، إلى حد ما. بالمقابل فإن 76.9% من وسائل الإعلام المشمولة بالعينة والعاملة داخل سوريا تمتلك هيكلًا تنظيميًا ونظامًا داخليًا، بينما 23.1% من العينة كانت إجاباتها، إلى حد ما.

وكان توزع إجابات العينة بحسب مناطق السيطرة داخل سوريا كما يلي: 60% من الوسائل العاملة ضمن مناطق سيطرة المعارضة المسلحة كانت إجاباتها نعم، في حين كانت إجابات 40% من الوسائل، إلى حد ما. وبالنسبة لمناطق سيطرة القوات الحكومية فإن 100% من الوسائل المشمولة بالعينة كانت إجاباتها نعم. أما مناطق سيطرة الإدارة الذاتية فإن 83.3% من الوسائل المشمولة بالعينة كانت إجاباتها نعم في حين 16.7% كانت إجاباتها، إلى حد ما.

## • الرؤية والرسالة والأهداف:

تمتلك 90% من وسائل الإعلام المشمولة بالعيينة رؤية ورسالة وأهداف واضحة ومتاحة للعاملين والجمهور، في حين كانت إجابات 10% من العينة، إلى حد ما.



وتتوزع إجابات العينة على النمط الإعلامي والنطاق الجغرافي كما يلي:

71.4% من الإذاعات المشمولة بالعيينة تمتلك رؤية ورسالة وأهداف واضحة ومتاحة للعاملين والجمهور، في حين كانت إجابات 28.6% من الإذاعات، إلى حد ما. أما بالنسبة للمواقع الإلكترونية المشمولة بالعيينة فتمتلك بنسبة 100% رؤية ورسالة وأهداف واضحة ومتاحة للعاملين والجمهور، وكذلك الأمر بالنسبة لمحطات التلفزة المشمولة بالعيينة.

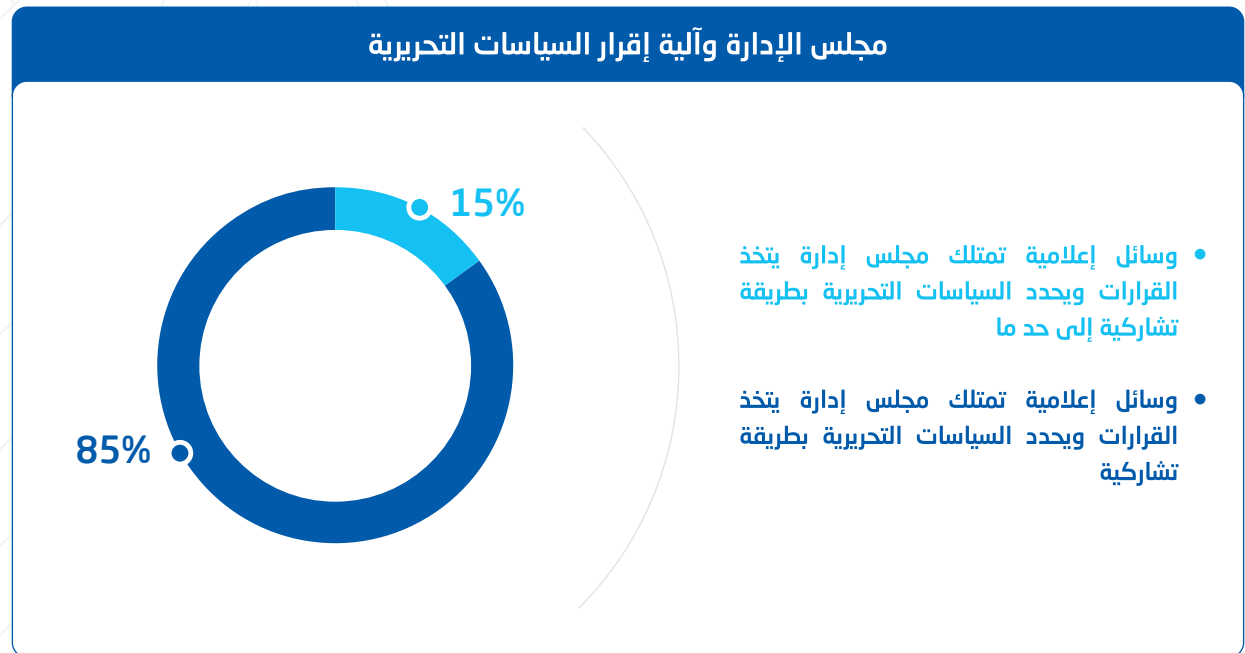
وبالنسبة للتوزيع الجغرافي فإن: 85.7% من وسائل الإعلام المشمولة بالعيينة والعاملة خارج سوريا (تركيا) تمتلك رؤية ورسالة وأهداف واضحة ومتاحة للعاملين والجمهور، في حين 14.3% من الوسائل المشمولة بالعيينة كانت إجاباتها، إلى حد ما. وتتوزع إجابات العينة بحسب مناطق السيطرة داخل سوريا كما يلي:

تمتلك 80% من وسائل الإعلام العاملة في مناطق سيطرة المعارضة المسلحة رؤية ورسالة وأهداف واضحة ومتاحة للعاملين والجمهور، في حين 20% من تلك الوسائل كانت إجاباتها، إلى حد ما. 100% من وسائل الإعلام المشمولة بالعيينة والعاملة في مناطق سيطرة القوات الحكومية ومناطق سيطرة الإدارة الذاتية تمتلك رؤية ورسالة وأهداف واضحة ومتاحة للعاملين والجمهور.

وبالنظر إلى النتيجة، يتضح ارتفاع نسبة العينة من وسائل ومؤسسات الإعلام السورية الناشئة بعد العام 2011، ممن تمتلك رؤية ورسالة وأهداف واضحة ومتاحة للعاملين والجمهور، كما يتضح من خلال النتيجة التي سبقتها؛ أن النسبة الأكبر من تلك الوسائل، تمتلك أيضاً هيكلاً تنظيمياً ونظاماً داخلياً يحدد بدقة التراتبية الإدارية والسلطات المتعلقة بكل منصب إداري، وبقدر ما يعتبر ذلك خطوات إيجابية باتجاه البنية المؤسساتية، ومؤشراً على وضوح الرؤية الإدارية التنظيمية بالنسبة للمؤسسة والعاملين فيها؛ إلا أنه ليس عاملاً حاسماً في الحكم على أدائها الإداري. باعتبارها خطوات تأسيسية نظرية لأي وسيلة أو مؤسسة إعلامية.

#### • مجلس الإدارة وآلية إقرار السياسات التحريرية:

85% من الوسائل المشمولة بالعينة تمتلك مجلس إدارة يتخذ القرارات ويحدد السياسات التحريرية بطريقة تشاركية، في حين كانت إجابات 15% من الوسائل المشمولة بالعينة؛ إلى حد ما.



وتتوزع إجابات العينة على الأنماط الإعلامية والنطاق الجغرافي كما يلي:

71.4% من الإذاعات المشمولة بالعينة تمتلك مجلس إدارة يتخذ القرارات ويحدد السياسات التحريرية بطريقة تشاركية، في حين كانت إجابات 28.6%، إلى حد ما. أما بالنسبة للمواقع الإلكترونية المشمولة بالعينة فإن 71.4% منها تمتلك مجلس إدارة يتخذ القرارات ويحدد السياسات التحريرية بطريقة تشاركية، في حين 28.6% من المواقع الإلكترونية كانت إجاباتها، إلى حد ما. وفيما يخص وكالات الأنباء ومحطات التلفزة المشمولة بالعينة فنسبة 100% تمتلك مجلس إدارة يتخذ القرارات ويحدد السياسات التحريرية بطريقة تشاركية.



وبالنسبة للتوزيع الجغرافي فإن: 85.7% من وسائل الإعلام المشمولة بالعينة والعاملة خارج سوريا تمتلك مجلس إدارة يتخذ القرارات ويحدد السياسات التحريرية بطريقة تشاركية، في حين كانت إجابات 14.3% منها، إلى حد ما. وبالنسبة لوسائل الإعلام المشمولة بالعينة والعاملة داخل سوريا، فبنسبة 84.6% تمتلك مجلس إدارة يتخذ القرارات ويحدد السياسات التحريرية بطريقة تشاركية، في حين 15.4% كانت إجاباتها، إلى حد ما.

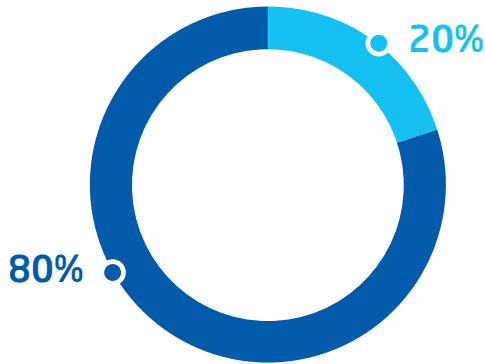
وتتوزع إجابات العينة بحسب مناطق السيطرة داخل سوريا كما يلي: 75% من وسائل الإعلام المشمولة بالعينة والعاملة في مناطق سيطرة المعارضة المسلحة تمتلك مجلس إدارة يتخذ القرارات ويحدد السياسات التحريرية بطريقة تشاركية، في حين 25% كانت إجاباتها، إلى حد ما. أما بالنسبة لوسائل الإعلام المشمولة بالعينة والعاملة في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية فبنسبة 83.3% تمتلك مجلس إدارة يتخذ القرارات ويحدد السياسات التحريرية بطريقة تشاركية، في حين 16.7% كانت إجاباتها، إلى حد ما. وفيما يخص وسائل الإعلام المشمولة بالعينة والعاملة في مناطق سيطرة القوات الحكومية فبنسبة 50% تمتلك مجلس إدارة يتخذ القرارات ويحدد السياسات التحريرية بطريقة تشاركية، في حين 50% كانت إجاباتها إلى حد ما.

ويتضح من النتائج أن نسبة الأكبر 85% من وسائل ومؤسسات الإعلام السورية الناشئة بعد العام 2011 والمشمولة بالعينة، تمتلك مجلس إدارة يتخذ القرارات ويحدد السياسات التحريرية بطريقة تشاركية، وعلى الرغم من الفروقات الظاهرة بين نسب الأنماط الإعلامية، والتي يمكن ردها إلى اختلاف طبيعة المهام التنفيذية المناطة بكل نمط إعلامي وما تتطلبه من حجم فريق وتنظيم إداري، مقابل الفروقات بين مناطق السيطرة؛ إلا أن النسبة المرتفعة، تعطي مؤشراً إيجابياً لاتجاه أغلب تلك المؤسسات نحو بلورة عمل مؤسساتي جماعي يتجاوز العقلية الفردية على المستوى الإداري التنظيمي.

#### • اختيار شاغلي المناصب الإدارية:

80% من وسائل الإعلام المشمولة في العينة يجري فيها اختيار شاغلي المناصب الإدارية التالية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير) عبر مجلس الإدارة بالانتخاب، في حين تختار 20% من وسائل الإعلام المشمولة بالعينة شاغلي تلك المناصب عبر التعيين من قبل مالك الوسيلة.

#### اختيار شاغلي المناصب الإدارية



• وسائل الإعلام التي يجري فيها اختيار شاغلي المناصب الإدارية التالية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير) عبر التعيين من قبل مالك الوسيلة

• وسائل الإعلام التي يجري فيها اختيار شاغلي المناصب الإدارية التالية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير) عبر مجلس الإدارة بالانتخاب

وتتوزع إجابات العينة على النمط الإعلامي والنطاق الجغرافي كما يلي:

100% من الإذاعات المشمولة بالعينة تختار شاغلي المناصب الإدارية التالية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير) عبر مجلس الإدارة بالانتخاب. أما بالنسبة للمواقع الإلكترونية المشمولة بالعينة، فتختار 42.9% منها شاغلي المناصب الإدارية التالية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير) عبر التعيين من قبل مالك الوسيلة، في حين تختار 57.1% منها شاغلي تلك المناصب الإدارية عبر مجلس الإدارة بالانتخاب. أما وكالات الأنباء المشمولة بالعينة فتختار بنسبة 100% شاغلي المناصب الإدارية التالية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير) عبر مجلس الإدارة بالانتخاب. وبالنسبة لمحطات التلفزة المشمولة بالعينة فكانت تختار شاغلي المناصب الإدارية عبر التعيين من قبل المالك بنسبة 50% ومثلها عبر مجلس الإدارة بالانتخاب.

وبالنسبة للتوزع الجغرافي فإن: 28.6% من وسائل الإعلام المشمولة بالعينة والعاملة خارج سوريا يتم فيها اختيار شاغلي المناصب الإدارية التالية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير) عبر التعيين من قبل مالك الوسيلة، في حين تختار 71.4% من تلك الوسائل شاغلي المناصب الإدارية عبر مجلس الإدارة بالانتخاب. أما بالنسبة للوسائل المشمولة بالعينة والعاملة في داخل سوريا؛ فتختار 15.4% منها شاغلي المناصب الإدارية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير) عبر التعيين من قبل مالك الوسيلة، و84.6% منها عبر مجلس الإدارة بالانتخاب. وتتوزع إجابات العينة بحسب مناطق السيطرة داخل سوريا كما يلي: 75% من وسائل الإعلام المشمولة بالعينة والعاملة في مناطق سيطرة المعارضة المسلحة تختار شاغلي المناصب الإدارية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير) عبر مجلس الإدارة بالانتخاب، في حين 25% منها عبر التعيين. أما بالنسبة للوسائل المشمولة بالعينة والعاملة في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية فإن، 16.7% منها تختار شاغلي المناصب الإدارية عبر التعيين من قبل المالك وتختار 83.3% منها شاغلي المناصب الإدارية عبر مجلس الإدارة بالانتخاب. وبالنسبة للوسائل العاملة في مناطق سيطرة القوات الحكومية؛ فتختار الوسائل المشمولة بالعينة شاغلي المناصب الإدارية عبر التعيين من قبل المالك بنسبة 50% وعبر مجلس الإدارة بالانتخاب بذات النسبة.

وبالنظر إلى النتائج، نجد أن نسبة مرتفعة من وسائل الإعلام السورية الناشئة بعد العام 2011، 80%، يتم فيها اختيار شاغلي المناصب الإدارية التالية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير) عبر مجلس الإدارة بالانتخاب، في حين أن النسبة الأقل 20% اختارت التعيين من قبل مالك الوسيلة، ويمكن ربط هذه النتيجة بمتغير طبيعة دعم المؤسسة وأثره على بنيتها الإدارية وآليات التعيين فيها، فالنسبة الأقل كانت في غالبيتها من الوسائل المملوكة أو المدعومة من قبل رجال أعمال، في حين أن النسبة المرتفعة كان أغلبها من الوسائل المدعومة من قبل منظمات دولية داعمة للإعلام، الأخيرة التي غالباً ما تطل شروط دعمها شكل البنية الإدارية وآليات التعيين فيها، ولعل هذا ما يفسر الفروقات بين ارتفاع نسبة الأنماط الإعلامية الأكثر دعماً من قبل المنظمات واختيارها لأسلوب الانتخاب (الإذاعات)، مقابل تلك الأقل اعتماداً على المنظمات (التلفزيونات). وبالرغم من الفروقات بين تفاوت النسب حسب الأنماط الإعلامية وحسب مناطق السيطرة؛ إلا النسبة الإجمالية والمرتفعة تعطي بالعموم مؤشراً إيجابياً حول فعالية مجلس الإدارة في أغلب المؤسسات والوسائل الإعلامية الناشئة وآليات اختيار المناصب الإدارية الرئيسية ضمنها. إضافة إلى تطور العقلية الإدارية نحو بنية أكثر مؤسساتية.



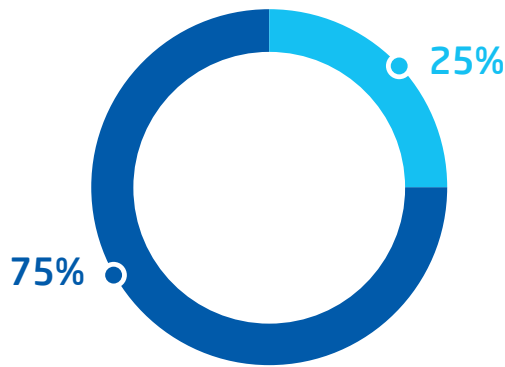


# 1. على مستوى الموارد البشرية

## • الإجازة الجامعية في الصحافة والإعلام كشرط:

25% فقط من وسائل الإعلام المشمولة بالعينة تعتبر الإجازة الجامعية في الإعلام والصحافة شرطاً أساسياً لاختيار شاغلي المناصب الإدارية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير)، في حين 75% من الوسائل لا تعتبر الإجازة الجامعية في الصحافة والإعلام شرطاً في اختيار شاغلي تلك المناصب.

### على مستوى الموارد البشرية - الإجازة الجامعية في الصحافة والإعلام كشرط



• الوسائل الإعلامية المشمولة بالعينة التي تعتبر الإجازة الجامعية في الإعلام والصحافة شرطاً أساسياً لاختيار شاغلي المناصب الإدارية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير)

• الوسائل الإعلامية المشمولة بالعينة التي لا تعتبر الإجازة الجامعية في الإعلام والصحافة شرطاً أساسياً لاختيار شاغلي المناصب الإدارية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير)

وتتوزع إجابات العينة على النمط الإعلامي والنطاق الجغرافي كما يلي:

28.6% من الإذاعات المشمولة بالعينة تعتبر الإجازة الجامعية في الإعلام والصحافة شرطاً أساسياً لاختيار شاغلي المناصب الإدارية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير)، في حين 71.4% منها لا تعتبرها شرطاً في اختيار شاغلي تلك المناصب. أما بالنسبة للمواقع الإلكترونية المشمولة بالعينة فإن 28.6% تعتبر الإجازة الجامعية في الإعلام والصحافة شرطاً أساسياً لاختيار شاغلي تلك المناصب الإدارية، في حين 71.4% منها لا تعتبرها شرطاً في اختيار شاغلي تلك المناصب. وبالنسبة لوكالات الأنباء المشمولة بالعينة فتعتبر 33.3% منها الإجازة الجامعية في الإعلام والصحافة شرطاً أساسياً لاختيار شاغلي المناصب الإدارية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير)، في حين 66.7% منها لا تعتبرها شرطاً لذلك، بالمقابل فإن 100% من محطات التلفزة المشمولة بالعينة لا تعتبر الإجازة الجامعية في الصحافة والإعلام شرطاً في اختيار شاغلي تلك المناصب الإدارية.



وبالنسبة للتوزيع الجغرافي: 33.3% من وسائل الإعلام المشمولة بالعينة والعاملة خارج سوريا تعتبر الإجازة الجامعية في الإعلام والصحافة شرطاً أساسياً لاختيار شاغلي المناصب الإدارية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير)، في حين 66.7% منها لا تعتبرها شرطاً. أما بالنسبة للوسائل المشمولة بالعينة والعاملة في داخل سوريا؛ فتعتبر 23.1% منها الإجازة الجامعية في الإعلام والصحافة شرطاً أساسياً لاختيار شاغلي تلك المناصب الإدارية، في حين 76.9% من الوسائل لا تعتبرها شرطاً.

وتتوزع إجابات العينة بحسب مناطق السيطرة داخل سوريا كما يلي: 100% من وسائل الإعلام المشمولة بالعينة والعاملة في مناطق سيطرة المعارضة المسلحة لا تعتبر الإجازة الجامعية في الصحافة والإعلام شرطاً في اختيار شاغلي المناصب الإدارية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير).

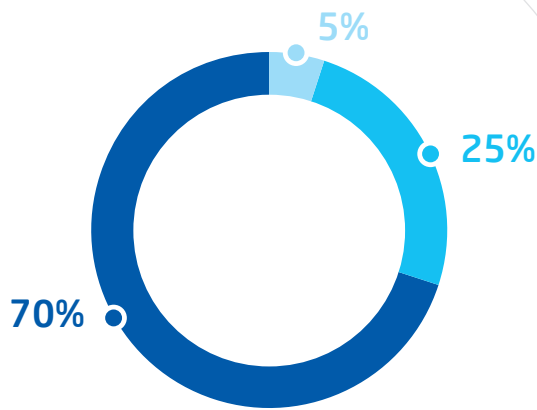
أما بالنسبة للوسائل المشمولة بالعينة والعاملة في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية فإن 16.7% منها تعتبر الإجازة الجامعية في الإعلام والصحافة شرطاً أساسياً لاختيار شاغلي تلك المناصب الإدارية، في حين 83.3% منها لا تعتبرها شرطاً. بالمقابل فإن 50% من الوسائل المشمولة بالعينة والعاملة في مناطق سيطرة القوات الحكومية تعتبر الإجازة الجامعية في الإعلام والصحافة شرطاً أساسياً لاختيار شاغلي تلك المناصب الإدارية، في حين 50% منها لا تعتبرها شرطاً في اختيار شاغلي تلك المناصب.

ومن خلال النتائج، يتضح أن النسبة الأكبر 75% من وسائل ومؤسسات الإعلام السوري الناشئة تعتبر الإجازة في الصحافة والإعلام ليست شرطاً أساسياً لاختيار شاغلي المناصب الإدارية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير)، وبقدر ما تعكس هذه النسبة رؤية تلك الوسائل بالعموم لحقل الصحافة والإعلام على أنه فضاء واسع يستوعب خلفيات أكاديمية مختلفة من الآداب والعلوم الإنسانية وغيرها، وأن تلك المناصب تعتمد على تراكم الخبرة أكثر من اعتمادها على طبيعة التخصص العلمي؛ إلا أنها وبالوقت نفسه تعطي مؤشراً حول تراجع أولوية وقيمة الاختصاص، خاصة بالنسبة لمناصب إدارية مفصلية في بنى المؤسسات الإعلامية، أما بالنسبة للفروقات بين مناطق السيطرة، فيمكن ربطها بتراجع التعليم العالي إجمالاً في أغلب تلك المناطق نتيجة ظروف الحرب، خاصة تلك الخارجة عن سيطرة القوات الحكومية، وعدم توفر كليات أو جامعات لاختصاصات محددة، وبالتالي الاعتماد على تراكم الخبرة في العمل الإعلامي على مدى سنوات الحرب، أو ما توفر من اختصاصات جامعية.

#### • الخبرة كشرط في ممارسة العمل الصحفي:

70% من وسائل الإعلام المشمولة في العينة تعتبر الخبرة في ممارسة العمل الصحفي شرطاً أساسياً لاختيار شاغلي المناصب الإدارية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير)، بينما تعتبر 25% من الوسائل الخبرة في ممارسة العمل الصحفي، إلى حد ما، شرطاً أساسياً، في حين 5% من الوسائل لا تعتبر الخبرة في ممارسة العمل الصحفي شرطاً أساسياً في اختيار شاغلي تلك المناصب.

## الخبرة كشرط في ممارسة العمل الصحفي



• وسائل الإعلام المشمولة بالعينة التي لا تعتبر الخبرة في ممارسة العمل الصحفي شرطاً أساسياً لاختيار شاغلي المناصب الإدارية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير)

• وسائل الإعلام المشمولة بالعينة التي تعتبر الخبرة في ممارسة العمل الصحفي شرطاً أساسياً إلى حد ما لاختيار شاغلي المناصب الإدارية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير)

• وسائل الإعلام المشمولة بالعينة التي تعتبر الخبرة في ممارسة العمل الصحفي شرطاً أساسياً لاختيار شاغلي المناصب الإدارية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير)

وتتوزع إجابات العينة على النمط الإعلامي والنطاق الجغرافي كما يلي:

28.6% من الإذاعات المشمولة بالعينة تعتبر الخبرة في ممارسة العمل الصحفي شرطاً أساسياً لاختيار شاغلي المناصب الإدارية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير)، في حين 71.4% من الإذاعات تعتبر الخبرة في ممارسة العمل الصحفي، إلى حد ما، شرطاً في اختيار شاغلي تلك المناصب. بينما 85.7% من المواقع الإلكترونية المشمولة بالعينة تعتبر الخبرة في ممارسة العمل الصحفي شرطاً أساسياً لاختيار شاغلي تلك المناصب الإدارية، في حين 14.3% من المواقع الإلكترونية لا تعتبر الخبرة شرطاً في اختيار شاغلي تلك المناصب. بالمقابل فإن 66.7% من وكالات الأنباء المشمولة بالعينة تعتبر الخبرة في ممارسة العمل الصحفي شرطاً أساسياً لاختيار شاغلي تلك المناصب الإدارية، في حين 33.3% منها تعتبر الخبرة في العمل الصحفي، إلى حد ما، شرطاً في اختيار شاغلي تلك المناصب. بينما 100% من محطات التلفزة المشمولة بالعينة تعتبر الخبرة في ممارسة العمل الصحفي شرطاً في اختيار شاغلي المناصب الإدارية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير).

وبالنسبة للتوزع الجغرافي: 42.9% من وسائل الإعلام المشمولة بالعينة والعاملة خارج سوريا تعتبر الخبرة في ممارسة العمل الصحفي شرطاً أساسياً لاختيار شاغلي المناصب الإدارية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير)، في حين 57.1% من تلك الوسائل لا تعتبر الخبرة شرطاً في اختيار شاغلي تلك المناصب.

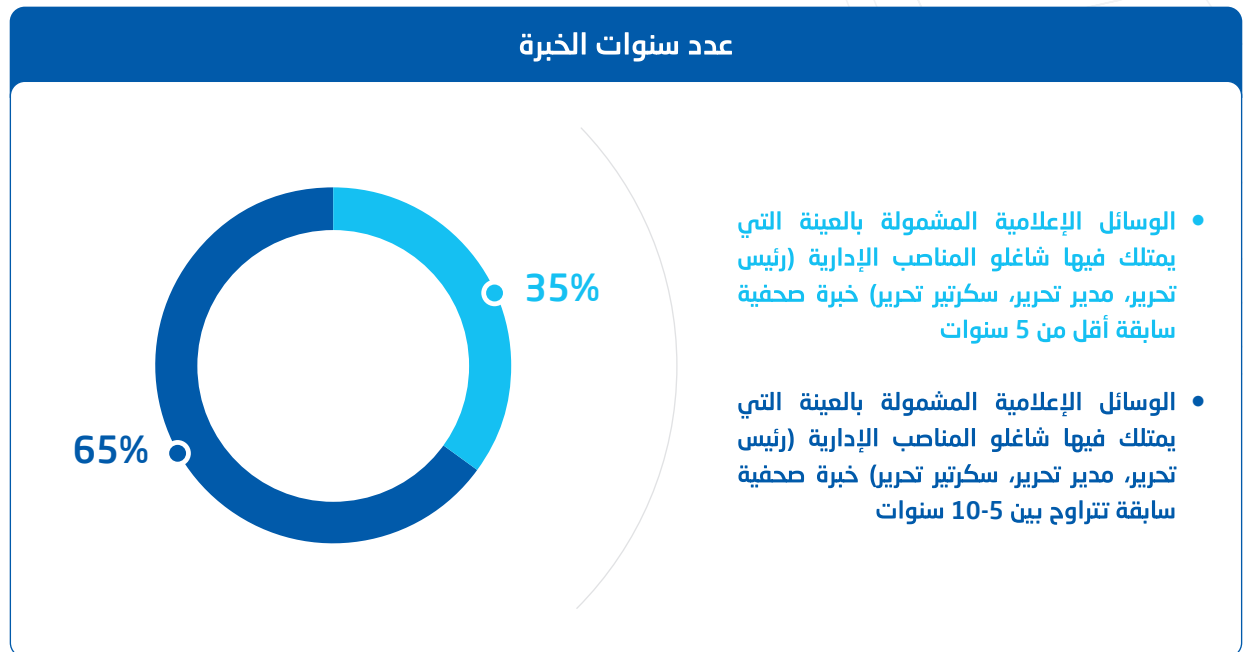
أما بالنسبة للوسائل المشمولة بالعينة والعاملة في داخل سوريا؛ فتعتبر 76.9% منها الخبرة في ممارسة العمل الصحفي شرطاً أساسياً لاختيار شاغلي المناصب الإدارية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير)، في حين 23.1% من تلك الوسائل تعتبر الخبرة، إلى حد ما، شرطاً في اختيار شاغلي تلك المناصب.

وتتوزع إجابات العينة بحسب مناطق السيطرة داخل سوريا كما يلي: 100% من وسائل الإعلام المشمولة بالعينة والعاملة في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية تعتبر الخبرة في العمل الصحفي شرطاً في اختيار شاغلي المناصب الإدارية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير). أما بالنسبة للوسائل المشمولة بالعينة والعاملة في مناطق سيطرة المعارضة المسلحة فإن 60% منها تعتبر الخبرة في العمل الصحفي شرطاً أساسياً لاختيار شاغلي تلك المناصب الإدارية، في حين 40% من تلك الوسائل تعتبر الخبرة، إلى حد ما، شرطاً لتلك المناصب. بالمقابل فإن 50% من الوسائل المشمولة بالعينة والعاملة في مناطق سيطرة القوات الحكومية تعتبر الخبرة في العمل الإعلامي شرطاً أساسياً لاختيار شاغلي تلك المناصب الإدارية، في حين 50% من الوسائل تعتبر الخبرة، إلى حد ما، شرطاً في اختيار شاغلي تلك المناصب.

ويتضح من النتائج أن النسبة الأكبر من وسائل ومؤسسات الإعلام السورية الناشئة بعد العام 2011، تعتبر أن الخبرة في العمل الصحفي شرطاً أساسياً لاختيار شاغلي المناصب الإدارية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير)، وتعكس هذه النتيجة رؤية وسائل الإعلام الناشئة لأولوية الخبرة في اختيار تلك المناصب، وهو ما يعطي مؤشراً إدارياً إيجابياً حول آليات التعيين والترقي الوظيفي، خاصة وأن النتيجة مُنسجمة مع النتائج التي سبقتها حول آلية اختيار تلك المناصب (عبر مجلس الإدارة بالانتخاب)، إضافة إلى أن الأغلبية من الوسائل لا تعتبر الإجازة في الصحافة والإعلام شرطاً لتلك المناصب، وتقديمها الخبرة كأولوية.

#### • عدد سنوات الخبرة:

35% من الوسائل المشمولة بالعينة يمتلك فيها شاغلو المناصب الإدارية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير) خبرة صحفية سابقة أقل من 5 سنوات، بينما 65% من الوسائل يمتلك فيها شاغلو تلك المناصب الإدارية خبرة صحفية سابقة تتراوح بين 5-10 سنوات.



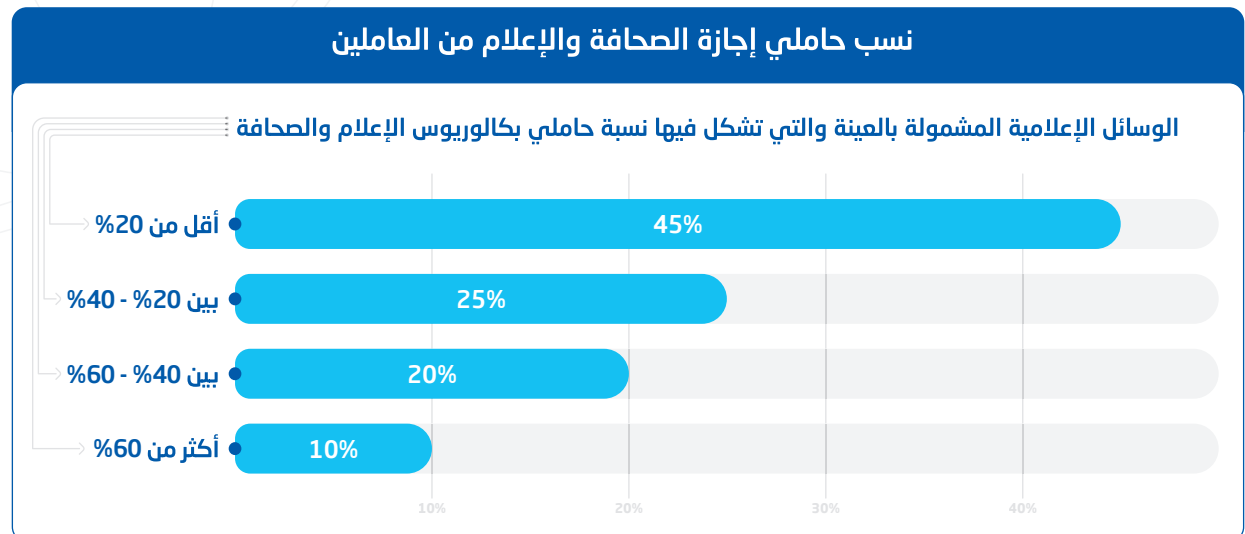
وتتوزع إجابات العينة على النمط الإعلامي والنطاق الجغرافي كما يلي:

100% من الإذاعات المشمولة بالعينة يمتلك فيها شاغلو تلك المناصب الإدارية خبرة صحفية سابقة تتراوح بين 5 إلى 10 سنوات. أما المواقع الإلكترونية فإن 57.1% الخبرة أقل من 5 سنوات، بينما 42.9% تتراوح بين 5 إلى 10 سنوات. وبالنسبة لوكالات الأنباء فإن 66.7% يمتلك فيها شاغلو تلك المناصب الإدارية خبرة صحفية سابقة أقل من 5 سنوات، في حين 33.3% تتراوح فيها الخبرة بين 5 إلى 10 سنوات. بالمقابل فإن 100% من محطات التلفزة تتراوح الخبرة الصحفية السابقة بين 5 إلى 10 سنوات.

بالنسبة للتوزيع الجغرافي: 42.9% من وسائل الإعلام المشمولة بالعينة والعاملة خارج سوريا يمتلك فيها شاغلو المناصب الإدارية (رئيس تحرير، مدير تحرير، سكرتير تحرير) خبرة صحفية سابقة أقل من 5 سنوات، بينما 57.1% منها تتراوح الخبرة بين 5 إلى 10 سنوات. بالمقابل فإن 23.1% من الوسائل المشمولة بالعينة والعاملة داخل سوريا يمتلك فيها شاغلو المناصب تلك المناصب الإدارية خبرة صحفية سابقة أقل من 5 سنوات، و76.9% منها تتراوح الخبرة فيها بين 5 إلى 10 سنوات. وتتوزع إجابات العينة بحسب مناطق السيطرة داخل سوريا كما يلي: مناطق سيطرة المعارضة المسلحة؛ 60% أقل من 5 سنوات، بينما 40% تتراوح بين 5 إلى 10 سنوات. مناطق سيطرة الإدارة الذاتية؛ 66.7% أقل من 5 سنوات، في حين 33.3% تتراوح بين 5 إلى 10 سنوات. أما مناطق سيطرة القوات الحكومية: 100% تتراوح بين 5 إلى 10 سنوات.

#### • نسبة حاملي إجازة الصحافة والإعلام من العاملين:

بسؤال العينة حول نسبة حاملي بكالوريوس الإعلام والصحافة من العاملين في المؤسسة بصفة (مُحرر، مُعد، مُذيع، مُراسل) كانت إجابات العينة كالتالي: 45% من الوسائل المشمولة بالعينة تُشكل فيها نسبة حاملي بكالوريوس الإعلام والصحافة أقل من 20%، بينما 25% من الوسائل تتراوح فيها النسبة بين 20 إلى 40%، في حين 20% من الوسائل تتراوح فيها النسبة بين 40 إلى 60%، مقابل 10% من الوسائل تُشكل النسبة لديها أكثر من 60%.





وتتوزع إجابات العينة على الأنماط الإعلامية والنطاق الجغرافي كما يلي:

بالنسبة للإذاعات، فإن: 57.1% تُشكل فيها نسبة حاملي بكالوريوس الإعلام والصحافة أقل من 20%، بينما 28.6% تتراوح فيها النسبة بين 20 إلى 40%، في حين 14.3% منها تتراوح فيها النسبة بين 40 إلى 60%. أما المواقع الإلكترونية فإن 42.9% تُشكل فيها نسبة حاملي بكالوريوس الإعلام والصحافة أقل من 20%، بينما 14.3% تتراوح فيها النسبة ما بين 20 إلى 40%، في حين 28.5% منها تتراوح فيها النسبة بين 40 إلى 60%، و14.3% كانت النسبة فيها أكثر من 60%. أما عن وكالات الأنباء فإن 33.4% منها تتراوح فيها النسبة بين 20 إلى 40%، في حين 33.3% منها تتراوح فيها النسبة بين 40 إلى 60%، و33.3% كانت النسبة فيها أكثر من 60%. وبالنسبة لمحطات التلفزة فكانت 100% منها تتراوح فيها نسبة حاملي بكالوريوس الإعلام والصحافة بين 20 إلى 40%.

وبالنسبة للتوزيع الجغرافي، فقد أظهرت النتائج أن: 42.9% من وسائل الإعلام المشمولة بالعينة والعاملة خارج سوريا تُشكل فيها نسبة حاملي بكالوريوس الإعلام والصحافة أقل من 20%، بينما 28.6% تتراوح فيها النسبة بين 20 إلى 40%، في حين 14.2% منها تتراوح فيها النسبة بين 40 إلى 60%، مقابل 14.3% كانت النسبة فيها أكثر من 60%.

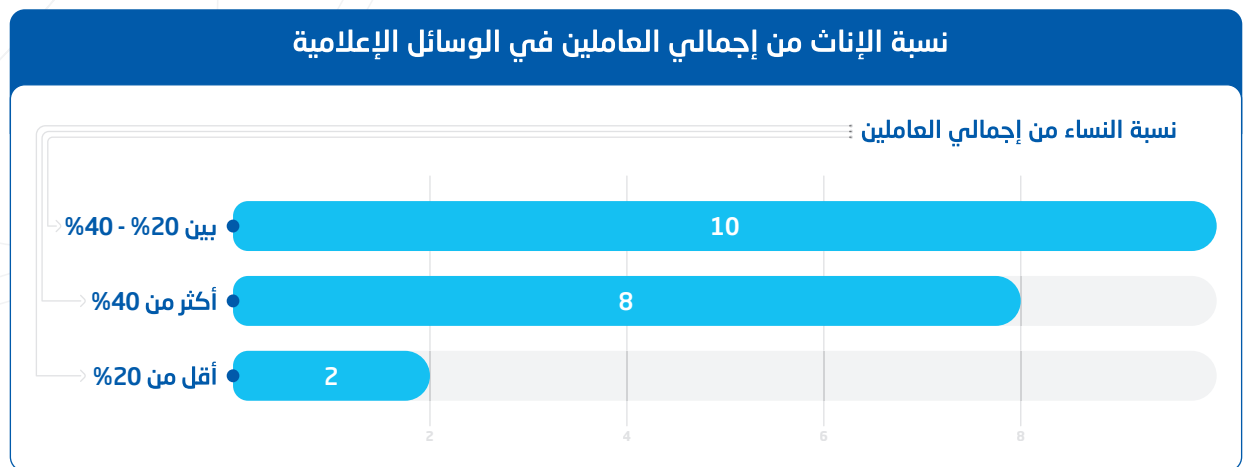
أما بالنسبة للوسائل العاملة داخل سوريا، فقد أظهرت النتائج أن: 46.1% من وسائل الإعلام المشمولة بالعينة والعاملة خارج سوريا تُشكل فيها نسبة حاملي بكالوريوس الإعلام والصحافة أقل من 20%، بينما 23.1% تتراوح فيها النسبة بين 20 إلى 40%، في حين 23.1% منها تتراوح فيها النسبة بين 40 إلى 60%، مقابل 7.7% كانت النسبة فيها أكثر من 60%.

وتتوزع إجابات العينة بحسب مناطق السيطرة داخل سوريا كما يلي: 100% من الوسائل المشمولة بالعينة والعاملة ضمن مناطق سيطرة المعارضة المسلحة تتراوح فيها نسبة حاملي بكالوريوس الإعلام والصحافة من العاملين في المؤسسة بصفة (محرر، مُعد، مذياع، مُراسل) أقل من 20%. أما بالنسبة للوسائل العاملة في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية فإن 16.7% تعتبر النسبة فيها أقل من 20%، و50% تتراوح فيها النسبة بين 20 إلى 40%، في حين 16.6% منها تتراوح فيها النسبة بين 40 إلى 60%، بينما 16.7% كانت النسبة فيها أكثر من 60%. بالمقابل فإن 100% من الوسائل العاملة في مناطق سيطرة القوات الحكومية: تتراوح فيها النسبة بين 40 إلى 60%.

وبالنظر إلى النتائج، نجد أن ما يقارب نصف وسائل ومؤسسات الإعلام السورية المشمولة في العينة، تشكل فيها نسبة حاملي كالتوريوس الإعلام والصحافة من العاملين في المؤسسة بصفة (محرر، مُعد، مُذيع، مُراسل) ما هو أقل من 20%، لتختلف وتتعاقد تلك النسب بحسب النمط الإعلامي وطبيعة المؤسسة إضافة إلى اختلاف مناطق السيطرة، وبقدر ما تبدو النسبة قليلة؛ إلا أنها تبدو مقبولة وواقعية قياساً بعدد الخريجين إجمالاً، نتيجة لقلّة كليات الصحافة والإعلام عموماً في سوريا، مقابل حاجة السوق بعد الانفجار الإعلامي في العام 2011، إضافة لطبيعة الحرب العسكرية وما فرضته من تراجع في التعليم العالي ضمن المناطق الخارجة عن سيطرة القوات الحكومية، إذ لا يوجد سوى كلية واحدة في مناطق سيطرة الحكومة السورية لتدريس الصحافة والإعلام، بينما افتتحت أكثر من كلية ومعهد في مناطق سيطرة المعارضة؛ إلا أنها لاتزال تعاني إشكاليات وعقبات عدة على مستوى الاعتراف والمناهج ونقص الكوادر، كما أنها لم تخرّج سوى دفعات قليلة من الطلاب، وفي المقابل كانت نسبة تواجد وسائل الإعلام العاملة في تلك المناطق، بحسب خارطة المرحلة الأولى، هي الأقل مقارنة بكثافة وسائل الإعلام في مناطق سيطرة الحكومة والإدارة الذاتية، وذلك نتيجة الوضع الأمني المتدهور. وبالرغم من الفروقات بحسب مناطق السيطرة؛ إلا أن النتيجة في العموم تعطي مؤشراً حول تراجع قيمة الاختصاص بالنسبة لتلك الوسائل، خاصة فيما يتعلق بالعاملين في المؤسسة ضمن اختصاصات حيوية.

#### • نسبة الإناث من إجمالي العاملين:

بسؤال العينة حول نسبة الإناث من إجمالي العاملين في المؤسسة، كانت إجابات العينة كالتالي: 10% من وسائل الإعلام المشمولة بالعينة تُشكل نسبة الإناث من إجمالي العاملين فيها أقل من 20%، في حين 50% من تلك الوسائل تتراوح فيها نسبة الإناث بين 20 إلى 40%. بينما 40% من الوسائل تُشكل فيها نسبة الإناث أكثر من 40%.



وتتوزع إجابات العينة على الأنماط الإعلامية والنطاق الجغرافي كما يلي:

بالنسبة للإذاعات فإن: 14.3% من الإذاعات المشمولة بالعينة تُشكل فيها نسبة الإناث أقل من 20%، في حين 57.1% منها تتراوح فيها النسبة بين 20 إلى 40%، بينما 28.6% تُشكل فيها نسبة الإناث أكثر من 40%. أما المواقع الإلكترونية فإن: 14.3% من المواقع الإلكترونية المشمولة بالعينة تُشكل فيها نسبة الإناث أقل من 20%، بينما 42.9% منها تتراوح فيها النسبة بين 20 إلى 40%، في حين 42.9% تُشكل فيها نسبة الإناث أكثر من 40%. وبالنسبة لوكالات الأنباء، فإن 66.7% من الوكالات المشمولة بالعينة تتراوح فيها نسبة الإناث بين 20 إلى 40%، بينما 33.3% تُشكل فيها نسبة الإناث أكثر من 40%. بالمقابل كانت محطات التلفزة ونسبة: 100% من المحطات المشمولة بالعينة، تُشكل فيها نسبة الإناث أكثر من 40%.

بالنسبة للتوزيع الجغرافي، فإن 28.6% من وسائل الإعلام المشمولة بالعينة والعاملة خارج سوريا تُشكل فيها نسبة الإناث أقل من 20%، بينما 57.1% منها تتراوح فيها النسبة بين 20 إلى 40%، في حين 14.3% منها تُشكل فيها نسبة الإناث أكثر من 40%.

أما بالنسبة للداخل السوري، فإن: 38.5% من الوسائل المشمولة بالعينة والعاملة داخل سوريا تتراوح فيها نسبة الإناث بين 20 إلى 40%، مقابل 61.5% منها تُشكل فيها نسبة الإناث أكثر من 40%. وتتوزع إجابات العينة بحسب مناطق السيطرة داخل سوريا كما يلي: مناطق سيطرة المعارضة المسلحة: 100% منها تتراوح فيها نسبة الإناث بين 20 إلى 40%. بينما مناطق سيطرة الإدارة الذاتية: 100% منها تُشكل فيها نسبة الإناث أكثر من 40%. وكذلك مناطق سيطرة القوات الحكومية، فإن: 100% منها تُشكل فيها نسبة الإناث أكثر من 40%.

وبالنظر إلى النتائج، نلاحظ أن النسبة الأكبر 50% من مؤسسات ووسائل الإعلام السورية الناشئة بعد العام 2011، تشكل فيها نسبة الإناث ما بين 20% إلى 40%، بينما 40% من تلك الوسائل كانت النسبة فيها أكثر من 40%، وتبدو النسبة مرتفعة ولافتة، ويمكن ردها وتفسيرها إلى زيادة نسبة النساء المؤهلات في العمل الإعلامي والصحفي بعد العام 2011 نتيجة العديد من الورش والتدريبات التي أمتتها المنظمات الدولية أو المحليّة ضمن مختلف مناطق السيطرة وعلى اختلاف الأنماط الإعلامية، مقابل تراكم الخبرة الإعلامية للكثيرات من الناشطات خلال سنوات الحرب الطويلة، إضافة إلى أن المنظمات الدولية الداعمة لوسائل الإعلام غالباً ما يكون دعمها مشروطاً بنسبة معينة من العاملين للإناث، وبالعموم يمكن اعتبار النتيجة مؤشراً إيجابياً على زيادة حضور المرأة في الحقل الصحفي والإعلامي السوري.



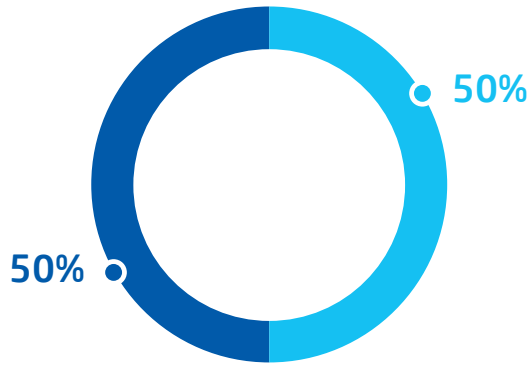


### 3. على المستوى القانوني

#### • وضع التراخيص القانوني للمؤسسة الإعلامية:

50% من وسائل الإعلام المشمولة بالعينة تعمل دون تراخيص رسمية في الدولة أو المنطقة التي تعمل فيها، و50% منها مُرخّصة. وتنقسم تراخيصها إلى نوعين: 60% من العينة مُرخّصة كوسائل إعلام، في حين 40% منها مُرخّصة كمنظمات مجتمع مدني.

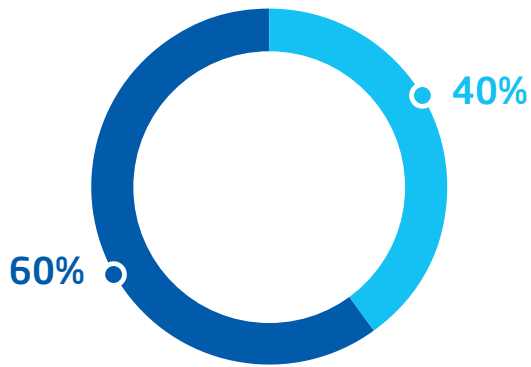
#### وضع التراخيص القانوني للمؤسسة الإعلامية



• وسائل الإعلام المشمولة بالعينة التي تعمل دون تراخيص رسمية في الدولة أو المنطقة التي تعمل فيها

• وسائل الإعلام المشمولة بالعينة المرخصة

#### المؤسسات الإعلامية المرخصة



• المؤسسات الإعلامية المرخصة كمنظمات مجتمع مدني

• المؤسسات الإعلامية المرخصة كوسائل إعلام

وبالنسبة للتوزيع الجغرافي، فإن 100% من الوسائل العاملة في مناطق سيطرة المعارضة المسلحة تعمل دون تراخيص قانونية. في حين 83.3% من الوسائل العاملة في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية مُرخصة، 80% منها مُرخصة كوسيلة إعلامية، و20% مُرخصة كمنظمة مجتمع مدني. بالمقابل فإن 100% من الوسائل المشمولة بالعيونة والعاملة في مناطق سيطرة القوات الحكومية غير مُرخصة.

ويتضح من النتائج أن، نصف وسائل الإعلام السورية الناشئة بعد العام 2011 والمشمولة بالعيونة تعمل دون تراخيص قانونية، وأن النسبة الأكبر من الوسائل التي تمتلك ترخيص، تعمل قانونياً كمنظمات مجتمع مدني وليس كوسائل إعلامية، خاصة الوسائل العاملة خارج سوريا، والتي تواجه عراقيل كبيرة على المستوى القانوني، لذلك تلجأ إلى الترخيص كمنظمات مجتمع مدني، نتيجة لسهولة تحصيل تلك التراخيص وشروطها، قياساً برخصة وسيلة الإعلام وما يترتب عليها من تبعات مالية ضريبية وإجراءات قانونية ورقابية كبيرة،

أما بالنسبة لمناطق السيطرة، فأظهرت النتائج أن وسائل الإعلام العاملة في مناطق سيطرة المعارضة المسلحة وبنسبة 100% لا تمتلك تراخيص قانونية وهي نسبة منطقية نتيجة عدم وجود نظام حوكمي عام وجهة مركزية مخولة بإصدار تلك التراخيص، وإنما موافقات شفوية أو تصريحات بالعمل، بحسب نفوذ الفصائل، في حين كانت النسبة مرتفعة لوسائل الإعلام المرخصة والعاملة ضمن مناطق الإدارة الذاتية، وذلك لوجود جهة مركزية مشرفة على تنظيم العمل الإعلامي ومخولة بإصدار تلك التصريحات أو سحبها، بين ما بدت النسبة لافتة في مناطق سيطرة القوات الحكومية، بالنسبة لوسائل الإعلام الناشئة الخاصة التي لا تمتلك تراخيص قانونية، ويمكن رد ذلك لصعوبة التراخيص التي تفترض شروطاً إدارية تنظيمية عالية، لا تستطيع أغلب الوسائل الناشئة تحقيقها، لذلك فإن أغلبها يعمل وسط غض طرف قانوني من الحكومة، والذي يرتبط بدوره بطبيعة المحتوى الذي تقدمه تلك الوسائل ومدى قربها من الخط الحكومي.

#### • العلاقة بين الوسيلة والجهات المسيطرة:

بالنسبة للعلاقة بين الوسائل الإعلامية والجهات الحاكمة والمسيطرة على المناطق التي تعمل بها، كانت إجابات العينة كما يلي: 71.4% من الوسائل العاملة خارج سوريا (تركيا) تعتبر ليس هناك علاقة مع السلطات التركية، 14.3% من تلك الوسائل تعتبر العلاقة جيدة (دعم، تسهيلات)، كما اعتبر 14.3% من الوسائل العلاقة سيئة (رقابة، تضيق، إغلاق، اعتقالات).

وبالنسبة للداخل السوري، فإن 100% من الوسائل العاملة في مناطق سيطرة المعارضة المسلحة تعتبر العلاقة مع الجهات المسيطرة سيئة (رقابة، تضيق، إغلاق، اعتقالات). بينما 66.7% من الوسائل العاملة في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية تعتبر العلاقة معها جيدة (دعم، تسهيلات)، في حين تعتبر 33.3% من تلك الوسائل ليس هناك علاقة مع الإدارة الذاتية. بالمقابل فإن 100% من الوسائل المشمولة بالعينة والعاملة في مناطق سيطرة القوات الحكومية اعتبرت العلاقة سيئة (رقابة، تضيق، إغلاق، اعتقالات).

ويتضح من النتائج أن النسبة الأكبر من وسائل الإعلام العاملة خارج سوريا، تعتبر أنه ليس هناك علاقة مع الجهات أو السلطات القائمة ضمن الدول التي تعمل فيها، وربما يعود ذلك إلى اعتبار أن أغلب تلك الوسائل تعمل كمنظمات مجتمع مدني وليس وسائل إعلام، وبالتالي فإن العلاقة تنحصر بالجانب القانوني لمنظمات المجتمع المدني، وليس بطبيعة المحتوى الإعلامي الذي تقدمه تلك الوسائل، في حين اعتبرت النسبة الأقل من الوسائل أن العلاقة تتراوح بين الدعم والتسهيل والرقابة والتضييق، وهذا ما يحدده، على الأغلب، طبيعة المحتوى الإعلامي وقربه أو بعده من الخط العام للسلطات القائمة.

بالمقابل نجد أن النسبة مرتفعة لوسائل الإعلام العاملة في الداخل السوري، والتي اعتبرت أن العلاقة مع الجهات المسيطرة، علاقة سيئة (رقابة، تضيق، إغلاق، اعتقالات)، خاصة في مناطق سيطرة المعارضة المسلحة حيث كانت النسبة 100% العلاقة سيئة، ويبدو ذلك طبيعياً في ظل انتشار عدد كبير من الفصائل المتشددة والمؤدلجة، والتي لا تتحكم بتنظيم العمل الإعلامي فحسب، وإنما بمختلف مرافق الحياة، في حين بدت النسبة لافتة لدى العينة العاملة في مناطق سيطرة القوات الحكومية والتي اعتبرت أيضاً بنسبة 100% أن العلاقة سيئة مع الجهات المسيطرة (رقابة، تضيق، إغلاق، اعتقالات)، وبقدر ما تعتبر النسبة لافتة؛ إلا أنها تبدو طبيعية، خاصة بعد تقدم القوات الحكومية إلى مساحات واسعة من سيطرة المعارضة، ما أدى إلى تراجع أهمية حربها الإعلامية، وبالتالي تخفيف الاعتماد على بعض الوسائل وإعادة فرض الرقابة الأمنية عليها، الأمر الذي يعكسه سلوك القوات الحكومية التي لجأت مؤخراً إلى إغلاق عدد من الوسائل واعتقال بعض القائمين عليها (هاشتاغ سوريا، دمشق الآن)<sup>16</sup>، بالمقابل اعتبرت نسبة مرتفعة من وسائل الإعلام المشمولة في العينة والعاملة ضمن سيطرة الإدارة الذاتية، أن طبيعة العلاقة جيدة مع السلطات القائمة (دعم، تسهيل).

16 : للاطلاع على المزيد حول وضع وسائل الإعلام الناشئة بعد العام 2011 في ظل سلطات النظام السوري، راجع: وهم الحرية مؤقت...الإعلام الموالي تحت "سلطة الخوف"، ملف صحفي صادر عن صحيفة عنق بلدي، 2/6/2019، متوافر على الرابط التالي: <https://cutt.us/IMYLF>

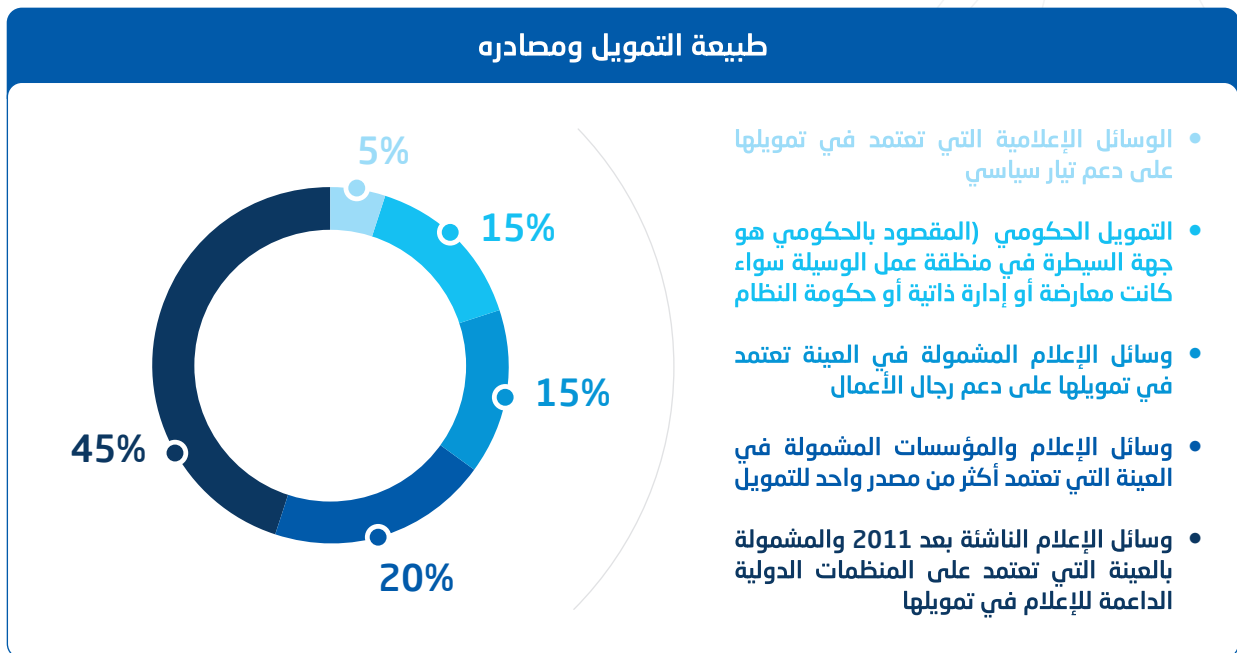




## 4. على المستوى المالي

### • طبيعة التمويل ومصادره:

أظهرت النتائج أن، 45% من وسائل الإعلام الناشئة بعد العام 2011 والمشمولة بالعيينة، تعتمد على المنظمات الدولية الداعمة للإعلام في تمويلها. في حين 20% من الوسائل والمؤسسات المشمولة في العينة تعتمد أكثر من مصدر واحد للتمويل. بينما 15% منها تعتمد على التمويل الحكومي (المقصود بالحكومي هو جهة السيطرة في منطقة عمل الوسيلة سواء كانت معارضة أو إدارة ذاتية أو حكومة النظام السوري). و5% تعتمد في تمويلها على دعم تيار سياسي، مقابل 15% من وسائل الإعلام المشمولة في العينة تعتمد في تمويلها على دعم رجال الأعمال.



وبالنسبة للتوزيع الجغرافي، فقد أظهرت النتائج أن، 42.9% من الوسائل المشمولة بالعيينة والعاملة خارج سوريا تعتمد في تمويلها على دعم رجال الأعمال، بينما 28.6% منها تعتمد في تمويلها على دعم المنظمات الدولية، في حين تعتمد 28.5% منها على أكثر من مصدر للتمويل.

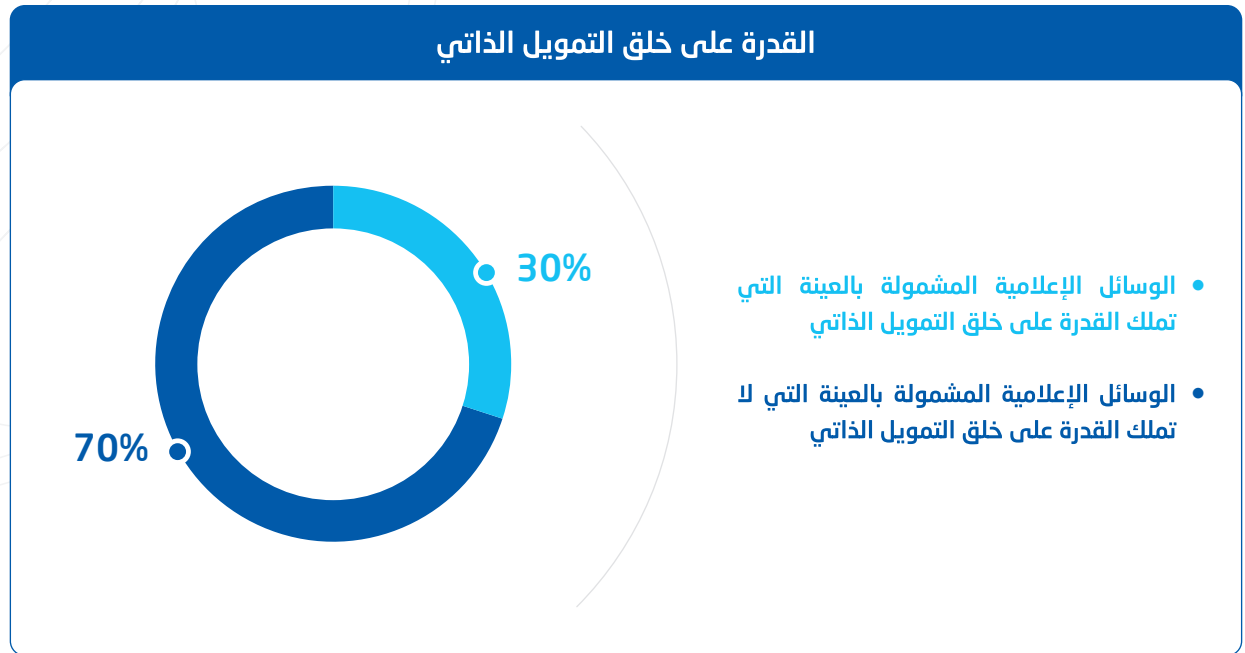
وعن الداخل السوري، توزعت الإجابات بحسب مناطق السيطرة كما يلي: مناطق سيطرة المعارضة المسلحة: 60% من الوسائل المشمولة بالعيينة تعتمد في تمويلها على دعم المنظمات الدولية، بينما 40% منها تعتمد في تمويلها على الدعم من جهات حكومية غير محددة. أما في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية فإن، 50% من الوسائل المشمولة بالعيينة والعاملة ضمنها تعتمد في تمويلها على دعم المنظمات الدولية، في حين 16.6% تعتمد في تمويلها على أكثر من مصدر، بينما 16.7% تعتمد في تمويلها على دعم تيار سياسي. و16.7% منها تعتمد في تمويلها على الدعم الحكومي (الإدارة الذاتية). في المقابل توزعت النسب في مناطق سيطرة القوات الحكومية بالتساوي: 50% من الوسائل المشمولة بالعيينة تعتمد في تمويلها على دعم المنظمات الدولية، و50% منها تعتمد على أكثر من مصدر في تمويلها.

وبالنظر إلى النتائج، يلاحظ أن أغلب وسائل الإعلام السورية الناشئة بعد العام 2011، والتي تقارب نصف الوسائل المشمولة في العينة، تعتمد في تمويلها على المنظمات الدولية الداعمة للإعلام، والتي بدأ نشاطها بعد العام 2011 من خارج سوريا إلى الداخل على اختلاف مناطق السيطرة، مقابل نسبة أقل من الوسائل التي تعتمد على رجال أعمال أو أكثر من مصدر واحد للتمويل.

وتشير النتائج إلى مدى تأثير المنظمات الدولية في تشكيل حالة الإعلام السوري بعد العام 2011، ومدى اعتمادية الأخير عليها. وبقدر ما ساهمت تلك المنظمات وتمويلها بمساعدة مبادرات إعلامية في التحول إلى شكل مؤسساتي عبر دعمها في عدة الجوانب (مالية، تنظيمية، تقنية، لوجستية، تدريبية)، إلا أنها لا تشكل عامل ضمان لاستمراريتها، نتيجة لاحتمالية توقف الدعم أو توجيهه لحقول أخرى بحسب أولويات وسياسات تلك المنظمات، الأمر الذي قد يعطي مؤشراً خطيراً على مستقبل تلك الوسائل. وهذا ما أكدت عليه نتائج المرحلة الأولى من الدراسة (الخارطة)، والتي أظهرت العدد الكبير من وسائل الإعلام السورية التي استحدثت وأغلقت خلال الفترة ما بين عامي 2011-2019، نتيجة لتوقف دعم المنظمات الدولية وفق تغير الخارطة السياسية والعسكرية على مر سنوات الحرب.

#### • القدرة على خلق التمويل الذاتي:

30% من الوسائل الإعلامية المشمولة بالعينة تملك القدرة على خلق التمويل الذاتي، في حين 70% من تلك الوسائل غير قادرة على خلق التمويل الذاتي.



وتتوزع إجابات العينة بحسب الأنماط الإعلامية ومناطق السيطرة كما يلي:

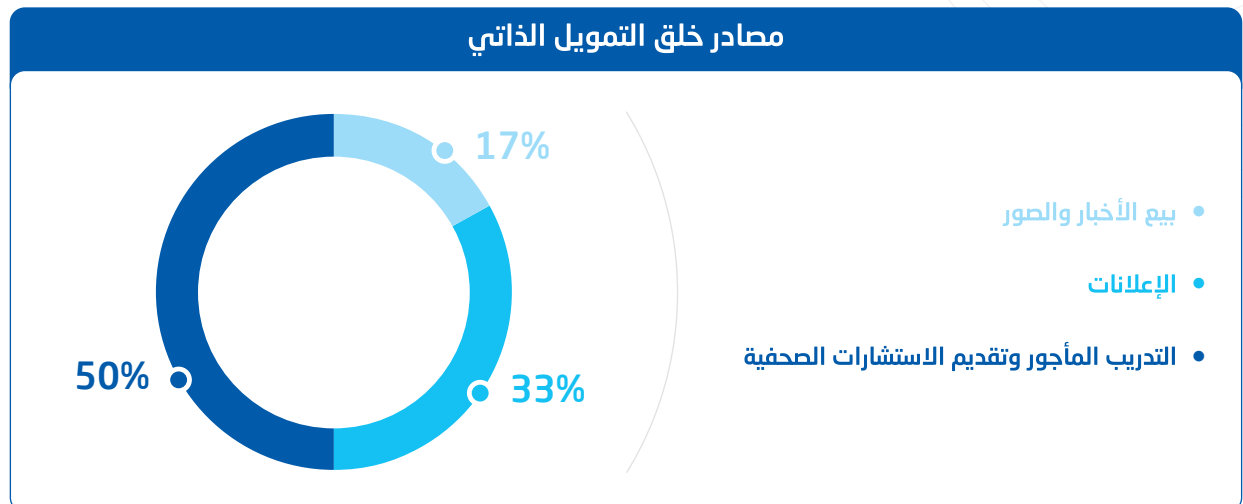
57.1% من الإذاعات المشمولة بالعينة تملك القدرة على خلق التمويل الذاتي. في حين 42.9% من المواقع الإلكترونية المشمولة بالعينة تملك القدرة على خلق التمويل الذاتي. بينما 33.3% من وكالات الأنباء المشمولة بالعينة تملك القدرة على خلق التمويل الذاتي. مقابل 100% من محطات التلفزة المشمولة بالعينة لا تملك القدرة على خلق التمويل الذاتي.

وبحسب التوزيع الجغرافي فإن، 42.9% من الوسائل المشمولة بالعينة، والعاملة خارج سوريا، تملك القدرة على خلق التمويل الذاتي. في حين 23.1% من الوسائل المشمولة بالعينة، والعاملة داخل سوريا، تملك القدرة على خلق التمويل الذاتي. وتتوزع نسبة الداخل وفق مناطق السيطرة على الشكل التالي: 100% من وسائل الإعلام المشمولة بالعينة، والعاملة في مناطق سيطرة المعارضة المسلحة، لا تملك القدرة على خلق التمويل الذاتي. أما مناطق سيطرة الإدارة الذاتية فإن، 16.7% فقط من الوسائل المشمولة بالعينة لديها القدرة على خلق التمويل الذاتي. وبالنسبة لمناطق سيطرة القوات الحكومية فإن 100% من الوسائل المشمولة بالعينة لديها القدرة على خلق التمويل الذاتي.

ويتضح من النتائج، أن النسبة الأكبر 70% من وسائل الإعلام السورية الناشئة بعد العام 2011 والمشمولة في العينة، لا تملك القدرة على خلق التمويل الذاتي، مقابل النسبة الأقل التي تعتقد أنها قادرة على ذلك، وتنسجم هذه النتيجة مع سابقتها حول درجة اعتمادية الوسائل الإعلامية في تمويلها على المنظمات الدولية أو مصادر التمويل الأخرى، ما يدعم مؤشر الخطورة على مستقبل تلك الوسائل واستمراريتها. خاصة وأن مصادر وفرص خلق التمويل الذاتي، التي عبرت عنها بعض الوسائل، لا تبدو مستقرة كما لا تبدو نسبة مساهمتها كبيرة في إجمالي تمويل الوسيلة، وهذا ما تظهره النتائج اللاحقة:

#### • مصادر خلق التمويل الذاتي:

أهم مصادر خلق التمويل الذاتي لدى وسائل الإعلام المشمولة بالعينة: 50% من الإعلانات، 33.3% من التدريب المأجور وتقديم الاستشارات الصحفية، 16.7% من بيع الأخبار والصور.



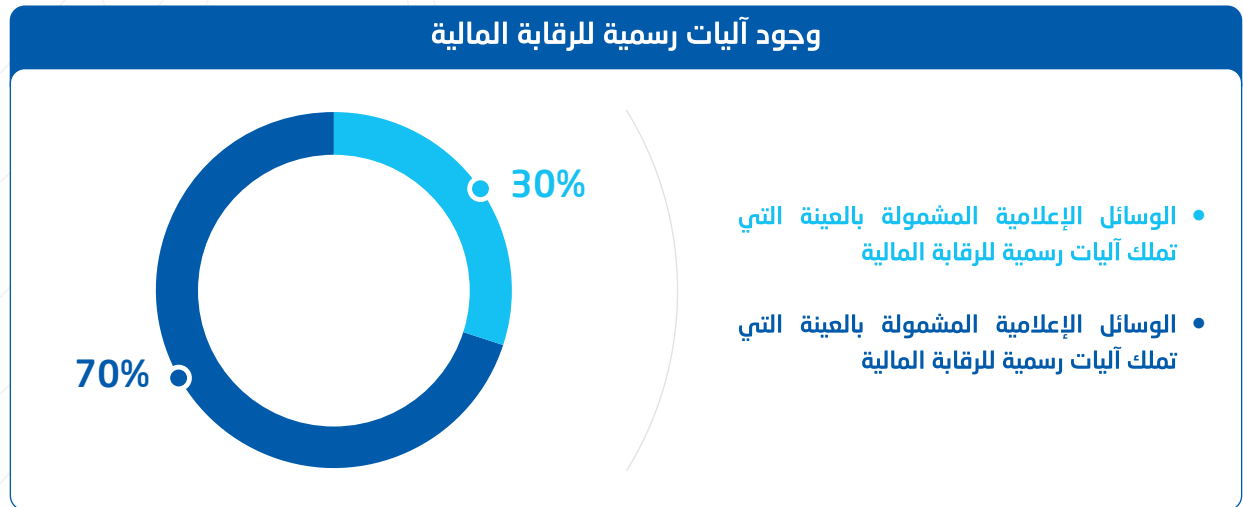
## • نسبة مساهمة التمويل الذاتي:

بينت النتائج أن نسبة مساهمة التمويل الذاتي من إجمالي تمويل الوسائل الإعلامية المشمولة بالعينة يتوزع على الشكل التالي: 33.3% من الوسائل المشمولة بالعينة يُساهم التمويل الذاتي من إجمالي تمويلها بنسبة 20%. في حين 33.3% من الوسائل المشمولة بالعينة يُساهم التمويل الذاتي من إجمالي تمويلها بنسبة تتراوح بين 20 إلى 40%. بينما يساهم التمويل الذاتي في 16.7% من الوسائل بنسبة تتراوح بين 40 إلى 60%. مقابل 16.7% من الوسائل يساهم التمويل الذاتي من إجمالي تمويلها بنسبة أكثر من 60%. وهي غالباً المدعومة من رجال أعمال.

## 5. على مستوى الرقابة

### • وجود آليات رسمية للرقابة المالية:

70% من الوسائل المشمولة بالعينة تملك آليات رسمية للرقابة المالية، في حين 30% منها لا تملك تلك الآليات.



وتتوزع إجابات العينة بحسب النطاق الجغرافي للعمل والجهات المسيطرة كما يلي:

85.7% من الوسائل المشمولة بالعينة والعاملة خارج سوريا لديها آليات رسمية للرقابة المالية، في حين 14.3% منها ليس لديها تلك الآليات. أما عن الداخل السوري فإن، 61.5% من الوسائل المشمولة بالعينة والعاملة في الداخل السوري لديها آليات رسمية للرقابة المالية، بينما 38.5% منها ليس لديها تلك الآليات.

وتتوزع إجابات العينة بحسب مناطق السيطرة كما يلي: 80% من الوسائل المشمولة بالعينة والعاملة في مناطق سيطرة المعارضة المسلحة ليس لديها آليات للرقابة المالية، في حين 20% منها لديها آليات للرقابة المالية.

في المقابل فإن 100% من الوسائل المشمولة بالعيونة والعاملة في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية لديها آليات للرقابة المالية. في حين توزعت النسبة بالتساوي في مناطق سيطرة القوات الحكومية: 50% من الوسائل المشمولة بالعيونة والعاملة في مناطق سيطرة القوات الحكومية لديها آليات للرقابة المالية، في حين 50% من تلك الوسائل ليس لديها تلك الآليات.

#### • المسؤول عن الرقابة المالية:

95% من الوسائل المشمولة بالعيونة تتولى الجهة الداعمة لها عملية الرقابة المالية، في 5% فقط لا تمارس الجهات الداعمة لها الرقابة المالية. وتتوزع إجابات العينة بحسب النطاق الجغرافي كما يلي: 100% من الوسائل المشمولة بالعيونة والعاملة خارج سوريا تمارس عليها الجهات الداعمة عملية الرقابة المالية. مقابل 92.3% من الوسائل المشمولة بالعيونة والعاملة داخل سوريا تمارس عليها الجهات الداعمة عملية الرقابة المالية.

ويلحظ من النتائج المتعلقة بالرقابة المالية، أن النسبة الأكبر من وسائل الإعلام السورية الناشئة بعد العام 2011، والمشمولة بالعيونة، تمتلك آليات رسمية للرقابة المالية، وهذا قد يبدو مؤشراً إيجابياً للاحية الضبط المالي والعمل المؤسساتي وتقليص أي هامش محتمل للفساد، إلا أنه بالمقابل يؤكد أيضاً على ارتباط شديد بين المؤسسة الإعلامية وجهة الدعم، خصوصاً أن النتائج أظهرت أن 95% من تلك الوسائل تتولى الجهة الداعمة عملية الرقابة المالية عليها، الأمر الذي قد يؤدي إلى التحكم بشكل مباشر في السياسات المالية، وبالتالي زيادة احتمالية التأثير على استقلالية المؤسسة أو الوسيلة وتوجهاتها وترتيب أولوياتها.

## 6. العقبات التي تواجه المؤسسات الإعلامية

تضمنت الاستمارة، التي وزعت للعينة محل الدراسة، مجموعة من الخيارات تمثل احتياجات قد تكون عقبات أمام تطور وسائل الإعلام السورية الناشئة، وقد طلب من الوسائل المشمولة بالعيونة اختيار ما يمثل عقبة أمامها وترتيب احتياجاتها بحسب الأولوية، فكانت إجابات العينة كما يلي:

60% من الوسائل المشمولة بالعيونة اعتبرت التمويل أهم العقبات التي تواجه تطورها، في حين توزعت باقي الإجابات بشكل متقارب على باقي الخيارات، حيث اختارت 35% من الوسائل المشمولة بالعيونة الحاجة إلى المعدات والتجهيزات التقنية في المرتبة الثانية بين العقبات التي تواجه تطورها، كما اختار 25% من الوسائل الحاجة إلى الخبرات والكوادر المتخصصة أيضاً في المرتبة الثانية من العقبات التي تواجه تطورها.



بالمقابل فإن، 25% من الوسائل المشمولة بالعينة اختارت الحاجة إلى الدورات التدريبية في المرتبة الثالثة بين العقبات التي تواجه تطورها، كما اعتبر 15% من الوسائل المشمولة بالعينة الحاجة إلى تراخيص عمل رسمية في المرتبة الثالثة من العقبات التي تواجه تطورها. ولم يلاحظ وجود فروقات ذات دلالة بين إجابات الوسائل المشمولة بالعينة تبعاً للنمط الإعلامي أو التوزيع الجغرافي.

وبالنظر إلى العقبات التي تواجه وسائل الإعلام في عملها وتطورها نجد، أن النسب الأعلى صنفت التمويل كأهم العقبات، وهذا ما يشير إلى إدراك تلك الوسائل لخطورة الجانب المالي وأثره على تطورها واستمراريتها، فعلى الرغم من أهمية التراخيص القانونية؛ إلا أن النسبة الأقل من الوسائل اعتبرته أولوية لتطورها.

## خلاصة عامة

بالنظر إلى عموم ما أظهرته المرحلة الثانية لهذه الدراسة من نتائج، نجد أن النسبة الأكبر من وسائل ومؤسسات الإعلام السورية الناشئة بعد العام 2011، المشمولة بالعينة وعاملة حتى تاريخ إعداد هذا التقرير، وبعد سنوات طويلة من الحرب؛ تسير أغلبها باتجاه بلورة رؤية مؤسساتية لعملها على المستوى الإداري والتنظيمي والقانوني، ولعل هذا السبب إضافة إلى استمرار التمويل، يعد أهم عوامل صمودها واستمراريتها ضمن خارطة متغيرة شهدت نهاية وإغلاق للكثير من الوسائل والمشاريع والمبادرات الإعلامية، واستحداث لأخرى.

وعلى الرغم من الأشكال المؤسسية التي بدأت تأخذها تلك الوسائل على اختلاف مناطق السيطرة والأنماط الإعلامية؛ إلا أنها وبالمقابل لاتزال تعاني من إشكاليات خطيرة قد تهدد وجودها بشكل عام، خاصة تلك المتعلقة بالتمويل وطبيعته وارتباطه بشكل كبير بجهات غير مستقرة وبظروف متغيرة، الأمر الذي يؤكد نتيجة المرحلة الأولى من هذه الدراسة (الخارطة)، بأن خارطة الإعلام السوري لاتزال قلقة وقابلة للتغيير وفق عدة عوامل ومتغيرات، على رأسها التمويل وارتباطه بالظرف السياسي والعسكري المتغير للملف السوري، الأمر الذي يربط على وسائل ومؤسسات الإعلام السورية السعي لتتويع مصادر الدعم ومحاولة خلق مصادر بديلة مستدامة تضمن استمراريتها واستقلاليتها على المدى الطويل.







## الحادي عشر: ملاحق الدراسة

### 1. الملحق رقم 1

أ. مؤسسات ووسائل الإعلام العاملة في مناطق سيطرة القوات الحكوميّة

الإذاعات		
نوع الملكية	تاريخ التأسيس	اسم الوسيلة
حكومي	بعد 2011	السنابل
خاص	بعد 2011	FM صدى
حكومي	بعد 2011	FM إذاعة الكرامة
خاص	بعد 2011	FM راديو الريان
خاص	قبل 2011	FM شام
خاص	بعد 2011	دام برس
خاص	قبل 2011	FM المدينة
خاص	بعد 2011	FM ميلودي
خاص	قبل 2011	FM فرح
حكومي	قبل 2011	صوت الشباب
حكومي	بعد 2011	FM سوريانا
خاص	قبل 2011	FM نينار
حكومي	قبل 2011	إذاعة دمشق
خاص	بعد 2011	راديو سوريات
حكومي	بعد 2011	FM زنوبيا
حكومي	بعد 2011	إذاعة أمواج
حكومي	بعد 2011	FM طرطوس

الصحف		
نوع الملكية	تاريخ التأسيس	اسم الوسيلة
خاص	قبل 2011	الوطن
حكومي	قبل 2011	الوحدة
خاص	قبل 2011	الدبور
حزبي	قبل 2011	قاسيون
حزبي	قبل 2011	النور
حزبي	قبل 2011	البعث
حكومي	قبل 2011	الثورة
حكومي	قبل 2011	تشرين
حزبي	قبل 2011	صوت الشعب
حزبي	قبل 2011	آفاق
حزبي	قبل 2011	البناء
حزبي	قبل 2011	الفجر
حكومي	قبل 2011	الجماهير
حكومي	قبل 2011	الفداء
حكومي	قبل 2011	الفرات
حكومي	قبل 2011	العروبة

وكالات أنباء		
نوع الملكية	تاريخ التأسيس	اسم الوسيلة
حكومي	قبل 2011	سانا

مواقع إلكترونية		
نوع الملكية	تاريخ التأسيس	اسم الوسيلة
حكومي	قبل 2011	سيريا تايمز
خاص	بعد 2011	وكالة أوقات الشام الاخبارية
خاص	بعد 2011	شبكة السويداء 24
خاص	بعد 2011	S.N.N شبكة اخبار السويداء
خاص	بعد 2011	hour-25
حكومي	بعد 2011	البوصلة
حكومي	بعد 2011	الثورة اون لاين
خاص	بعد 2011	الخبر
خاص	بعد 2011	سيربان تلفراف
خاص	بعد 2011	سناك سوري
خاص	بعد 2011	هاشتاغ سوريا
خاص	بعد 2011	سورية اليوم
خاص	بعد 2011	يوميات قذيفة هاون
خاص	بعد 2011	شباك سوري
خاص	بعد 2011	دام برس
خاص	بعد 2011	أثر برس
خاص	بعد 2011	صاحبة الجلالة
خاص	قبل 2011	الوطن أونلاين
حكومي	قبل 2011	Syria E مدونة وطن
خاص	قبل 2011	سورية الآن



تلفزيونات		
اسم الوسيلة	تاريخ التأسيس	نوع الملكية
شام اف ام	قبل 2011	خاص
تلفزيون الخبر	قبل 2011	خاص
قناة سما الفضائية	قبل 2011	خاص
الفضائية السورية	قبل 2011	حكومي
الإخبارية السورية	قبل 2011	حكومي
أوغاريت	بعد 2011	حكومي

ب. مؤسسات ووسائل الإعلام العاملة في مناطق سيطرة الإدارة الذاتية (قسد)

مجلات		
اسم الوسيلة	تاريخ التأسيس	نوع الملكية
ولات	بعد 2011	خاص
روجأفا	بعد 2011	خاص
الكاتب	بعد 2011	خاص
صوت شبيبة روج آفا	بعد 2011	حزبي

وكالات أنباء		
اسم الوسيلة	تاريخ التأسيس	نوع الملكية
نورث بريس	بعد 2011	خاص
هاوار نيوز	بعد 2011	حزبي

الإذاعات		
نوع الملكية	تاريخ التأسيس	اسم الوسيلة
خاص	بعد 2011	FM آرتا
خاص	بعد 2011	FM ولات
خاص	بعد 2011	FM فون
خاص	بعد 2011	FM ون
خاص	بعد 2011	صوت جودي
خاص	بعد 2011	صوت الحياة
خاص	بعد 2011	واشوكاني
خاص	بعد 2011	الخابور
خاص	بعد 2011	صوت الرقة
خاص	بعد 2011	إذاعة بيسان
خاص	بعد 2011	شوفي ما في
حزبي	بعد 2011	FM أوركيش

تلفزيونات		
نوع الملكية	تاريخ التأسيس	اسم الوسيلة
حزبي	بعد 2011	روناهي
خاص	بعد 2011	اليوم
خاص	بعد 2011	روجآفا

الصحف		
نوع الملكية	تاريخ التأسيس	اسم الوسيلة
حزبي	بعد 2011	السلام
حزبي	قبل 2011	الديمقراطي
حزبي	قبل 2011	الوحدة
حزبي	قبل 2011	PYD الاتحاد الديمقراطي
حزبي	قبل 2011	الليبرالي
حزبي	قبل 2011	كردستان
حزبي	قبل 2011	المساواة
حزبي	بعد 2011	نداء الإصلاح
حزبي	قبل 2011	الوفاق
حزبي	بعد 2011	روناهي

مواقع إلكترونية		
نوع الملكية	تاريخ التأسيس	اسم الوسيلة
خاص	بعد 2011	بوير
خاص	بعد 2011	آرتا
خاص	بعد 2011	شبكة آسو الإخبارية
خاص	بعد 2011	ولاتي نيوز
خاص	بعد 2011	صدى الواقع السوري
خاص	بعد 2011	شار
خاص	بعد 2011	جرف نيوز
خاص	بعد 2011	آدار برس
خاص	بعد 2011	إذاعة بيسان
خاص	بعد 2011	صوت الرقة
حزبي	قبل 2011	الديمقراطي
خاص	بعد 2011	برجاف

## ت. مؤسسات ووسائل الإعلام العاملة في مناطق سيطرة قوات المعارضة المسلحة

النمط الإعلامي	اسم الوسيلة	تاريخ التأسيس	نوع الملكية
وكالة أنباء	SY24	بعد 2011	خاص
موقع إلكتروني	المركز الاعلامي العام	بعد 2011	خاص
إذاعة	راديو فرش	بعد 2011	خاص
وكالة أنباء	إباء	بعد 2011	حزبي

## ث. وسائل الإعلام العاملة خارج نطاق الأراضي السورية

الإذاعات		
اسم الوسيلة	تاريخ التأسيس	نوع الملكية
أورينت	بعد 2011	خاص
راديو الكل	بعد 2011	خاص
روزنة	بعد 2011	خاص
نسائم سوريا	بعد 2011	خاص
FM وطن	بعد 2011	خاص
راديو ألوان	بعد 2011	خاص

الصحف		
اسم الوسيلة	تاريخ التأسيس	نوع الملكية
صحيفة جسر	بعد 2011	خاص
الأيام السورية	بعد 2011	خاص
عنب بلدي	بعد 2011	خاص
زيتون	بعد 2011	خاص
ليفانت	بعد 2011	خاص

## مواقع إلكترونية

نوع الملكية	تاريخ التأسيس	اسم الوسيلة
خاص	بعد 2011	الحل السوري
حزبي	بعد 2011	يكتي ميديا
خاص	بعد 2011	الشرق نيوز
خاص	قبل 2011	أورينت
خاص	بعد 2011	عفرين بوست
خاص	بعد 2011	خبر24
خاص	بعد 2011	الجسر الفضائية
خاص	بعد 2011	شبكة بلدي
خاص	بعد 2011	حرية برس
خاص	بعد 2011	زيتون
خاص	بعد 2011	عيني عينك
خاص	بعد 2011	عنب بلدي
خاص	بعد 2011	بروكار
خاص	بعد 2011	سوريا على طول
خاص	بعد 2011	أنا إنسان
خاص	بعد 2011	تلفزيون سوريا
خاص	قبل 2011	زمان الوصل
خاص	قبل 2011	عكس السير
خاص	بعد 2011	اقتصاد
خاص	بعد 2011	شبكة شام
خاص	بعد 2011	شبكة المرأة السورية
خاص	بعد 2011	صوت العاصمة



خاص	بعد 2011	الرقعة بوست
خاص	قبل 2011	سيريا نيوز
خاص	بعد 2011	سوريا برس
خاص	بعد 2011	فوكس حلب
خاص	بعد 2011	فرات بوست
خاص	بعد 2011	دبر الزور 24
خاص	بعد 2011	الشرقية 24
خاص	بعد 2011	الاتحاد برس
خاص	بعد 2011	روزنة
خاص	بعد 2011	حبر
خاص	بعد 2011	السورية نت

### التلفزيونات

اسم الوسيلة	تاريخ التأسيس	نوع الملكية
تلفزيون سوريا	بعد 2011	خاص
حلب اليوم	بعد 2011	خاص
قناة لنا	بعد 2011	خاص

### مجلات

اسم الوسيلة	تاريخ التأسيس	نوع الملكية
الجمهورية نت	بعد 2011	خاص
عين المدينة	بعد 2011	خاص

وكالات الأنباء		
اسم الوسيلة	تاريخ التأسيس	نوع الملكية
ANF	بعد 2011	حزبي
خطوة	بعد 2011	خاص
قاسيون	بعد 2011	خاص
العديّة	بعد 2011	خاص
أنا برس	بعد 2011	خاص
سمارت نيوز	بعد 2011	خاص

## 2. الملحق رقم 2

الرابط الإلكتروني لنموذج الاستمارة التي وُزعت، خلال المرحلة الثانية من الدراسة، على عينة من وسائل ومؤسسات الإعلام السورية الناشئة بعد العام 2011، لقياس وتقييم واقعها المؤسساتي واحتياجاتها:

[https://docs.google.com/forms/d/104xvkA0hHg\\_YvMwixw\\_03niQWlFaYV5jvx71qSyEbY](https://docs.google.com/forms/d/104xvkA0hHg_YvMwixw_03niQWlFaYV5jvx71qSyEbY)



**SCM**

المركز السوري للإعلام وحرية التعبير  
Navenda Sûriyeyî ya Raghandinê û Azadiya Derbirinê  
Syrian Center for Media and Freedom of Expression

---

[www.scm.bz](http://www.scm.bz)