



مركز حرمون
للدراسات المعاصرة
Harmoon Center
For Contemporary Studies

تغطية حراك السويداء في الإعلام السوري في مناطق النظام السوري تقرير تحليلي لمضمون عينة من وسائل الإعلام السورية

ياقوت علي

تقرير



تغطية حراك السويداء في الإعلام السوري
في مناطق النظام السوري
تقرير تحليلي لمضمون عينة من وسائل الإعلام السورية

كانون الثاني /يناير 2024



المحتويات

1	ملخص التقرير
2	الفصل الأول: مقدمة منهجية
3	أولاً: مشكلة التقرير
3	ثانياً: تساؤلات التقرير
3	ثالثاً: أهمية التقرير
4	رابعاً: أهداف التقرير
4	خامساً: منهجية التقرير وأدواته
5	الفصل الثاني: الإطار النظري للخطاب الإعلامي
5	أولاً- الخطاب الإعلامي
7	ثانياً - أهم أدوات تحليل الخطاب
12	ثالثاً- إستراتيجيات الخطاب
14	رابعاً- الفرق بين تحليل الخطاب وتحليل المضمون
16	الفصل الثالث: النتائج التحليلية
16	أولاً- نتائج تحليل المضمون
13	ثانياً- الاستنتاجات:
32	ثالثاً- التوصيات
33	المراجع

ملخص التقرير

لم يكن حراك أهالي السويداء الذي بدأ بمطالبات معيشية، وتحوّل إلى مطالب سياسية، مجرد حدث عابر في مسار القضية السورية؛ ذلك بأن الحراك ما زال مستمرًا حتى اليوم في ساحات المدينة، وما زال سقف المطالب يرتفع، وقد بدا أن هناك انقسامًا في الشارع السوري واختلافًا في المواقف والنظرات إزاء الحراك وخلفياته وأهدافه ومآلاته. وهذا ما يجعل البحث في مختلف جوانب هذا الموضوع أمرًا مهمًا وملحًا. ومن هنا حاول هذا التقرير أن يدرس خطاب الإعلام السوري الرسمي والخاص، في مناطق سيطرة النظام، حيال حراك السويداء، معتمدًا على أساليب تحليل الخطاب، من حيث الشكل والمضمون، من خلال الإجابة عن سؤال رئيس: كيف تناولت وسائل الإعلام السورية العامة والخاصة في مناطق سيطرة النظام أخبار حراك السويداء؟

وتأتي أهمية هذا التقرير من جدة الموضوع، إضافة إلى إمكانية أن يكون مرجعًا ودراسة سابقة لمن يريد من الباحثين والباحثات إكمال هذا الموضوع أو توسيع نطاق البحث فيه.

اعتمد التقرير على أدوات البحث في المنهج الوصفي التحليلي، حيث أجرت الباحثة تحليلًا لمضمون بعض وسائل الإعلام الحكومية والخاصة في مناطق سيطرة النظام. ويشمل التحليل عينة من مواقع الإعلام الإلكتروني والإذاعة والتلفزيون، في مدة زمنية محددة، من 25 آب/ أغسطس 2023 حتى 29 أيلول/ سبتمبر 2023، وذلك من خلال إجراء «أسبوع صناعي»، حيث اختير يومٌ من كل أسبوع. وتوصّل التقرير إلى جملة من النتائج، أهمّها أن الإعلام الرسمي الحكومي لم يتطرق نهائيًا إلى موضوع حراك السويداء، وأن الإعلام الخاص تناول الموضوع بتسييس وتحيز، بحسب نتائج التقرير، وتعمّد الإعلام الخاص الذي تناول موضوع الحراك تغيير الشق القانوني عن التغطية، معتمدًا في سياق التحليل والعرض على السياسيين، كشريحة أولى في التصريحات.

كلمات مفتاحية: حراك السويداء - وسائل الإعلام السورية الرسمية - وسائل الإعلام الخاصة



الفصل الأول: مقدمة منهجية

المقدمة

وضعت انتفاضة السوريين عام 2011 الإعلام السوري الرسمي والخاص أمام تحدٍ كبير، تمثل في تغطية هذا الحراك، وكيفية التعاطي معه من حيث الأخبار، النشر، الحوارات، والسياسيات التحريرية عمومًا، حيث غيَّب صنّاع القرار الإعلامي، عن المشاهدين السوريين، كثيرًا من تفاصيل الاحتجاجات والتظاهرات، وسلّط الإعلام الرسمي الضوء على السلاح واستخدامه، وأخبار الوفيات من رجال الجيش السوري، الذين قضوا في الاشتباكات مع المتظاهرين، بعد أن تحوّلت الانتفاضة والاحتجاجات من السلمية إلى الأعمال المسلحة.

وما يزال الجمهور السوري يذكر «سقطات» العديد من الإعلاميين والإعلاميات، في أثناء التغطيات، بتقدير الموقف والتعليق غير السليم على حدث معين في التظاهرات، وخصوصًا أيام الجمعة في بداية الأحداث، حيث قدّم الإعلام السوري أجندة السلطة، وأغفل كل ما يتعلق بمطالب الأخر المختلف، سياسيًا وفكريًا.

استمرّ هذا المنهج في الإعلام السوري، حتى بعد انتهاء الصراع المسلّح في بعض مناطق سورية، واقتصار المشهد على ريف إدلب، ولم يحاول الإعلام السوري الرسمي والخاص أن يغيّر نهجه في التعاطي حتى مع تغيّر المعطيات السياسية في المنطقة، عام 2023 تحديدًا.

لم يكن تعاطي الإعلام السوري في مناطق سيطرة النظام، مع الحراك الأخير في مدينة السويداء منذ منتصف شهر آب/أغسطس عام 2023، حتى الآن، مختلفًا كثيرًا عن التعاطي مع الحراك عام 2011، على صعيد تصديره للجمهور، وعلى صعيد التعاطي معه كأولوية في نشرات الأخبار والحوارات والمواد المنشورة؛ حيث أثبت التعاطي مع حراك السويداء أنّ العقلية السلطوية التي تدير الإعلام السوري في مناطق سيطرة النظام تتخذ من المركزية طريقة لتقديم رسالتها الإعلامية، دون الاكتراث بأي نوع من أنواع السياسات التحريرية، وهذا هو جوهر المشكلة التي يسعى هذا التقرير للإجابة عنها، كما يسعى لتحقيق هدف رئيسي هو قياس نسبة التعاطي مع حراك السويداء ومطالب أهل السويداء، والأشكال الإعلامية التي سلكها هذا التعاطي، للوصول إلى نتائج قابلة للتعميم من خلال تحليل مضمون بعض وسائل الإعلام في مناطق سيطرة الحكومة، سواء الحكومي والخاص، بحيث يمكن لهذا التحليل الوصول إلى جملة من التوصيات والمقترحات البحثية.

أولاً: مشكلة التقرير

لم يستفد الإعلام الرسمي والخاص في مناطق سيطرة النظام، من تعاطيه مع الحراك في عام 2011، واستمر على الوتيرة نفسها حتى بعد انتهاء النزاع المسلح في بعض المناطق من البلاد، وتموضع النزاع والاشتباك المسلح في إدلب ومحيطها المجاور، وظهر ارتباك وسائل الإعلام الرسمية والخاصة، وضعف سياساتها التحريرية، وعدم وجود إستراتيجية إعلامية، يوم خروج المعارضة المسلحة من الغوطة الشرقية، وما زال الإعلام الرسمي والخاص في مناطق سيطرة النظام ينتهج السياسة التحريرية ذاتها والنهج الإعلامي المعتمد على الإقصاء تارةً، وعلى التخوين تارةً أخرى، من خلال استخدام مفردات معينة «كالانفصاليين»، التي استخدمها أحياناً في حراك أهل السويداء أخيراً.

لذلك تتمحور مشكلة التقرير لتجيب عن السؤال التالي: كيف تعاطى الإعلام السوري بمناطق سيطرة النظام مع الحراك الأخير في السويداء، في ظل مقارنة بين الإعلامين الرسمي والخاص؟

وذلك من خلال تحليل مضمون بعض وسائل الإعلام الرسمية والخاصة، لقياس زمن التغطية، وحجمها، والسياسة التحريرية المتبعة بها.

ثانياً: تساؤلات التقرير

يحاول هذا التقرير الإجابة عن جملة من التساؤلات، لتحقيق الأهداف:

1. ما المساحة الزمنية والتحريرية التي أفردتها الإعلام السوري الحكومي والخاص في مناطق سيطرة النظام السوري لحراك السويداء؟
2. ما أبرز مفردات الخطاب التي استخدمها الإعلام السوري الخاص في مناطق سيطرة الحكومة لتغطية حراك السويداء؟
3. هل تنوع الإعلام السوري الرسمي والخاص بالأراء حول حراك السويداء؟
4. هل اختلفت التغطية الإعلامية لحراك السويداء، بين الإعلامين الرسمي والخاص؟

ثالثاً: أهمية التقرير

تتجلى أهمية التقرير في الأمور التالية:

1. التوقيت الذي يجري فيه البحث والمتراق مع حراك السويداء.
2. جودة الموضوع الذي يدرس تعاطي الإعلام في مناطق سيطرة الحكومة مع الحراك في السويداء.

3. معرفة طريقة تعاطي الإعلام الرسمي الحكومي والخاص مع حراك السويداء.
4. يمكن أن يكون مرجعاً ودراسة سابقة لمن يودّ من الباحثين والباحثات، أن يتوسّع في الموضوع.

رابعاً: أهداف التقرير

يسعى هذا التقرير لتحقيق جملة من الأهداف:

1. قياس درجة تغطية الإعلام السوري الرسمي والخاص في مناطق حراك السويداء.
2. تحليل لغة الخطاب المستخدمة في وسائل الإعلام السورية الرسمية والخاصة في مناطق سيطرة الحكومة لحراك السويداء.
3. تحليل تغطية الحراك في وسائل الإعلام السورية الرسمية والخاصة، من خلال تقسيم التغطية إلى فئات تحليل، ووحدات تحليل «المساحة، النوع الصحفي، الضيوف، اللغة، المفردات».
4. مقارنة التغطية بين الإعلامين الرسمي والخاص لحراك السويداء، في مناطق سيطرة النظام السوري.

خامساً: منهجية التقرير وأدواته

يعتمد التقرير على المنهج الوصفي التحليلي، حيث أجرت الباحثة تحليلاً لمضمون بعض وسائل الإعلام الحكومية والخاصة في مناطق سيطرة النظام، وتتنوع هذه الوسائل بين إلكتروني وإذاعة وتلفزيون، ليكون مجتمع البحث كما يلي: (وكالة سانا، داما بوست، إذاعة دمشق، إذاعة (شام إف إم)، تلفزيون السورية، تلفزيون سما)، في الفترة الزمنية الممتدة من 25 آب/ أغسطس 2023، حتى 29 أيلول/ سبتمبر 2023، من خلال إجراء «أسبوع صناعي»، حيث تم اختيار يوم من كل أسبوع، ابتداءً من 25 آب، لتكون أيام التحليل، موزعة على الشكل التالي (25 آب، 1 أيلول، 8 أيلول، 15 أيلول، 22 أيلول، 29 أيلول).

وتمثل مجتمع البحث بال نشرات الرئيسية المسائية، لإذاعي (شام إف إم) و(دمشق)، والنشرات الرئيسية لتلفزيوني (السورية) و(سما)، والواجهة الأولى لموقعي (سانا) و(داما بوست)، وصحيفتي (الوطن) السورية و(تشرين).

فكانت وسيلة الإعلام هي فئة التحليل، أما وحدات التحليل المختارة فتتضمن التالي: (المساحة، الزمن، الكلمة، الموضوع، الشخصية، النوع الإعلامي)

الفصل الثاني: الإطار النظري للخطاب الإعلامي

أولاً- الخطاب الإعلامي

إذا كانت المعرفة في ما مضى قد ركزت على السماع وثقافة الأذن، فإن عصرنا هذا قد أضاف إلى ذلك عنصرًا آخر يتكامل مع الأول ويُغنيه، وهو عالم الصورة وثقافة العين والبصر، وخصوصًا في ظل ما نشهده من تطورات تقنية وتكنولوجية في الميادين المختلفة، لا سيما في مجال الإعلام والاتصال.

ولم يكن الخطاب الإعلامي بمعزل عن هذا التطور النوعي الذي ميّز وسائل الاتصال الجماهيري والذي احتلت معه القناة البصرية في الإدراك والتواصل مقدّمة الاهتمامات، ووفّرت وسائل الطباعة والتصنيف والتصوير والنسخ جميع أسباب انتشار الخطاب المطبوع والمصوّر في شكل جيد، يوفر لقطبي التواصل إمكانات تنوع تعبيرية بمراعاة أبسط جزئيات العرض وتفاصيل القناة المعتمدة للعرض، سواء في مجال الطباعة والنشر أو في مجال الإعلام التجاري والفنون المستغلة للقنوات السمعية البصرية⁽¹⁾.

أ. الخطاب الإعلامي نسق تفاعلي:

يُعدّ الخطاب الإعلامي من بين الخطابات المتغلغلة في أعماق الحياة الاجتماعية المؤثرة فيها والمتأثرة بها، كما يُعدّ الخطاب الإعلامي صناعة ثقافية بآتم معنى الكلمة، تتكاثف على إنتاجها وسائط متعددة، يظهر ذلك في طبيعة الرسائل التي تندفق عبر هذا الخطاب وسرعتها وطرائق توزيعها وكيفيات تلقيها الأمر الذي جعل من الإعلام محورًا أساسيًا في منظومة المجتمع⁽²⁾.

إنه صناعة تجمع بين اللغة والمعلومة ومحتواها الثقافي والآليات التقنية، لتبليغها عبر الزمان والمكان، وقد عرفه أحمد العاقد بأنه هو مجموع الأنشطة الإعلامية التواصلية الجماهيرية من التقارير، الافتتاحيات، البرامج التلفزيونية، المواد الإذاعية وغيرها من الخطابات النوعية⁽³⁾.

ويعرف الخطاب الإعلامي: بأنه منتج لغوي إخباري متنوع في إطار بنية اجتماعية ثقافية محددة، وهو شكل من أشكال التواصل الفعالة في المجتمع، له قدرة على التأثير في المتلقي وإعادة تشكيل وعيه⁽⁴⁾، ورسم رؤاه المستقبلية، وبلورة رأيه، بحسب الوسائط التقنية التي يستعملها والمرتكزات المعرفية التي يصدر عنها⁽⁵⁾.

(1) بشير إبرير، الصورة في الخطاب الإعلامي دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية والإيقونية، مداخلة في إطار الملتقى الدولي الخامس حول السيميائية والنص الأدبي، (الجزائر، جامعة بسكرة، 2009)، ص 106.

(2) - محمود علي وعلي عوجة، التحليل النقدي للخطاب الإعلامي: المفهوم، الأسس، النظرية، ومداخل التحليل، (القاهرة، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، 2022). العدد 24، الجزء 3، ص 581.

(3) - أحمد العاقد، تحليل الخطاب الصحفي من اللغة إلى السلطة، (عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2002)، ص 110.

(4) - محمود علي وعلي عوجة، مرجع سابق، ص 581.

(5) - بشير إبرير، مرجع سابق، ص 111.

الخطاب الإعلامي نسقٌ تفاعليٌّ مركّب متشابك يجمع بين اللساني والأيقوني، تتلاقى فيه العلامات اللغوية وغير اللغوية، ويشارك في هذه الميزة مع خطابات أخرى، ويختلف عنها في الوقت ذاته، وذلك مثل: الخطاب الإشهاري والسياسي والدعائي، وكل ذلك يشغل عبر اللغة وعبر الصورة في آن واحد، بما يجعل الخطاب الإعلامي نسقًا سيميائيًا دالًّا قابلاً للقراءة والتأويل، عابراً للتخصصات ومعارف عديدة، موظفًا ومستثمرًا إياها حسب ما تقتضي الأوضاع⁽⁶⁾.

ب. مفهوم الخطاب الإعلامي

يُعدّ الخطاب في أي مجتمع ممارسةً اجتماعيةً، وهو مجمل القول والفعل، ويقوم الخطاب الإعلامي بنقل هذه الممارسة الاجتماعية إلى الجمهور عن طريق وسائل الإعلام، ومما لا شك فيه أن معظم الخطاب الإعلامي له تحيزاته، سواء كانت معلنة أو غير معلنة، لذلك فمن الأفضل تحليل عمليات الاتصال والإعلام، من حيث التكوين والملكية. ونظم العمل، وطبيعة الجمهور، والنظام السياسي، وما تنتجه من خطابات للتعرف إلى مدى قدرتها ودقتها في نقل الواقع، وما الذي تخفيه أو تظهره، ولمصلحة من تعمل، وما هي إستراتيجياتها⁽⁷⁾.

ت. بنية الخطاب وأدوات تحليله

يعتبر تحليل الخطاب تقنية منهجية متكاملة، حيث إنّ كل تقنية هدفها بصفة شكلية، عمومًا، توضيح العلاقة القائمة بين الوحدات اللسانية في الخطاب المكتوب أو الشفوي، في مستوى أعلى من الجملة، بهدف كشف الغطاء عن الأيديولوجيات الضمنية، ومن ثم ممارسة السلطة في النصوص⁽⁸⁾.

وبناء على ذلك، فإن كلمات اللغة التي يتشكل منها الخطاب وحدودها ليست مجرد وعاء للفكر، ولا مجرد وسائل محايدة لتوصيل فكرة أو مفهوم من ذهن المتكلم إلى ذهن المستمع، بل إنها الفكر ذاته متشكلاً فيما ينطق ويكتب ويتكلم به، أي في أنواع النصوص والخطابات⁽⁹⁾.

يُعدّ تحليل الخطاب مدخلاً منهجيًا متكاملًا، تندرج تحته العديد من الأدوات المنهجية من أساليب التحليل الكيفي، مثل تحليل حقول الدلالة، مسار البرهنة، تحليل القوى الفاعلة، تحليل الأطر المرجعية وغيرها.

(6)- أكرم الربيعي، الخطاب الإعلامي، (القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2017)، ص 123.

(7)- نجوى الصباغ، مفهوم الخطاب الإعلامي، موقع سؤال موسوعة الأسئلة العربية، تاريخ النشر: (2022/12/16)، تاريخ المشاهدة 2023/11/15، الرابط: <https://bit.ly/3HlghKY>

(8)- منية عبيدي، التحليل النقدي للخطاب: نماذج من الخطاب الإعلامي، (عمّان، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2016)، ص 32.

(9)- عبد السلام حيمر، سيوسولوجيا الخطاب: من سيوسولوجيا التمثلات إلى سيوسولوجيا الفعل، (بيروت، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، 2008)، ص 32.

يشترط عند استخدام تحليل الخطاب تو افر جملة من الأمور الأساسية:

1. المعرفة الكافية بمنهجية تحليل الخطاب.
2. الإلمام الكافي بالواقع المجتمعي الذي تنتج فيه المادة التي يراد تحليلها.
3. الواقع المجتمعي الذي تستقبل فيه هذه المادة (الخطابات)، خصوصاً الفترة الزمنية والشخصيات والقوى المختلفة والصراعات والمصالح السياسية والاقتصادية والثقافية، وغير ذلك من خصائص الواقع المجتمعي التي تشكل بيئة الخطاب.
4. تندرج تحت تحليل الخطاب مجموعة من المداخل التي تشكل أدوات بحثية منهجية، تتيح إمكانية الوصف والتفسير واستخلاص المؤشرات والدلالات المختلفة للمادة أو الرسالة التي يتم تحليلها، ويمكن للباحث استخدام أكثر من أداة للنفوذ إلى عمق الخطاب.

ثانياً - أهم أدوات تحليل الخطاب

أ. تحليل الأطروحات

الأطروحة هي فكرة أو معنى معينٌ يريد منتج الخطاب إيصاله إلى المتلقي، بحيث يُفهم الخطاب على النحو الذي يريده منتج الخطاب. ومن أهم مداخل تحليل الخطاب مدخل تحليل الأطروحة في النص أو الخطاب المراد تحليله، باعتبار أن الأطروحة بنية موحدة يقدمها منتج الخطاب بهدف معين أو أهداف معينة، بحيث يتفق الخطاب مع هذا الهدف/ الأهداف⁽¹⁰⁾.

يستخدم تحليل الأطروحات في بعض الأحيان بمعنى تحليل بنية الموضوع، والمقصود هنا هو البنية الفكرية (وليس البنية اللغوية)، على أساس أن الخطاب يحتوي على أفكار بناء استدلال⁽¹¹⁾، يضيف المنطقية والبرهنة على مقولة أو مقولات أساسية يريد مصدر الخطاب أن يقنع بها الآخرين⁽¹²⁾.

وتشمل الأطروحات الفكرية:

- البنية الكبرى للنص (Macrostructure)، وهي تلك البنية التي تعبر عن الموضوعات التي يتم تناولها على المستوى الكلي للنص أو الخطاب بأكمله، هذه البنية (الكبرى) تتكون من عناصر أو وحدات أصغر هي:
- البنى الصغرى (Microstructure)، وهي تتمثل في الأفكار الفرعية التي تعبر عنها الفقرات التي تشكل بدورها الأطروحات الفكرية للموضوع الذي يتناوله الخطاب بأكمله، وقد يقتصر تحليل الخطاب على

(10)- طه نجم، مناهج البحث الإعلامي، (الإسكندرية، دار كلمة للنشر والتوزيع، 2015)، ص 264.

(11)- محمد شومان، تحليل الخطاب الإعلامي: أطر نظرية ونماذج تطبيقية، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2007)، ص 124.

(12)- عبد العزيز بركات، مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية ومهارات التطبيق، (القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2012)، ص 304-305.

الشرح الكيفي المعمق للأطروحات الواردة في الخطاب، وقد ينحو إلى التوضيح الكمي المفصل.

ب. تحليل المعنى الكامن على خلاف تحليل المضمون، يولي تحليل الخطاب أهمية فائقة للمعاني الضمنية في الخطاب.

إن رصد المعنى الكامن وتحليله يكون من خلال طرح أسئلة تتطلب الإجابة عنها ثقافة واسعة عن ظروف الخطاب، ومعرفة عميقة ومنهجية عن موضوع الخطاب، أسئلة من قبيل:

- ماذا يعني أن هذا الكلام جاء على لسان هذا الشخص بالذات؟
- لماذا جاء هذا الخطاب في هذا التوقيت؟
- لماذا استخدم الخطاب مصطلحات معينة أو مسميات معينة، ولم يستخدم غيرها؟

إن الاهتمام بالمعنى الكامن ضمن تحليل الخطاب يقوم على فرضية، خلاصتها أن تشكيل مدركات الجمهور المستهدف لا يتم فقط من خلال المعلومات الظاهرة في الخطاب، وإنما قد يتم أيضاً من خلال الأفكار الكامنة والموضوعات والعلاقات الضمنية التي يعكسها الخطاب، ويتم إنتاج الخطاب وصياغته بطريقة معينة، بحيث يوجّه فهم المتلقي نحو الوجهة التي يريدنا منتجو الخطاب، وبحيث يركز المتلقي ذهنياً على الأفكار الضمنية والظاهرة على حد سواء، وبناء على ذلك، فإن رصد المعاني الضمنية يمكن من معرفة الأجندة الحقيقية لمنتهي الخطاب⁽¹³⁾.

ت. تحليل الناقص (غير المتضمن)، ويقصد به رصد الموضوعات التي لم يتضمنها الخطاب، وكان يجب أن يتضمنها، فكثيراً ما يتم تحليل الخطاب بالرصد المتزامن/ المقارن لثلاثة مستويات من الموضوعات:

المستوى الأول: الموضوعات التي وردت صراحة في النص/ الخطاب.

المستوى الثاني: الموضوعات التي وردت في النص بصورة ضمنية.

المستوى الثالث: الموضوعات التي لم ترد في النص، وكان من المفروض أن تكون موجودة.

وتعتبر هذه الوجهة التحليلية مهمة، لأن الأفكار التي لم ترد في الخطاب يمكن أن تغير معناه تماماً، وهناك بالفعل كثير من الأشياء التي يتعمد بعض منتجي الخطاب عدم ذكرها، بل إنه من الأساليب الدعائية المعروفة (أسلوب التجاهل) المتعمد، ومن خلال تحليل الناقص وغير المتضمن في الخطاب، يمكن بلورة رؤية نقدية سليمة للخطاب.

ث. تحليل حقول الدلالة

يعتبر تحليل حقول الدلالة (Semantic Fields) أحد أهم أدوات التحليل المتكامل للمفاهيم والتصورات،

(13)- حسين خليفة، آليات الخطاب الإعلامي للصحف الإلكترونية المصرية في معالجة أزمة تيران وصنابير بين مصر والسعودية: دراسة كيفية نقدية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 55، الجزء 6، (القاهرة، جامعة الأزهر، 2020) ص 3345.

ويقوم هذا المنهج على قاعدة بديهية، هي أن المفهوم يكتسب معناه من خلال علاقاته بالمفردات أو الكلمات المحيطة به، وعليه تتم دراسة مفاهيم معينة وردت في الخطاب من خلال:

1. حصر المفهوم أو المفاهيم المطلوب دراستها.

2. استخراج شبكة علاقات كل مفهوم، وتمثل هذه الشبكة في الأبعاد التالية:

1.2. شبكة المشاركات: يقصد بها المفردات (الكلمات) و (المفاهيم) التي تجاور المفهوم المدروس، بحيث تكون تلك المفردات ترتبط بالمفهوم بعلاقة إيجابية، أو على الأقل لا تتناقض معه من ناحية المعنى، ويدخل في عداد ذلك كل الكلمات المعطوفة على المفهوم المدروس، وكذلك الكلمات التي تجاوره مباشرة في النص.

2.2. شبكة المناقضات: يقصد بها المفردات الكلمات والمفاهيم التي تجاور المفهوم المدروس، بحيث ترتبط به بعلاقة سلبية أو تتناقض معه من حيث المعنى، أيًا كانت الجملة.

3.2. شبكة المواصفات: يقصد بها كل ما يصف المفهوم المدروس، سواء كان هذا الوصف في صورة كلمات أو جمل، بما في ذلك الجمل الموصولة والمضاد والخبر، وغيرها من الوظائف النحوية التي تصف المفهوم المدروس بصفات معينة.

4.2. شبكة الأفعال: وتشمل الأفعال التي يقوم بها المفهوم المدروس، عندما يكون هذا المفهوم في موقع الفاعل، كما تشمل الأفعال التي تمارس على هذا المفهوم عندما يكون في موقع المفعول به.

5.2. شبكة المعادلات: وهي المفردات التي لها علاقات المفهوم المدروس نفسها، بمعنى أن لها نفس المفردات المشاركة ونفس المفردات المناقضة.

على العموم، يقود التوظيف الجيد لتحليل حقول الدلالة إلى نتائج تتصف بدرجة عالية من الدقة والثراء، إذا تم تطبيقه بطريقة صحيحة، كما تتيح إمكانية المقارنة بين المفاهيم في سياقات زمنية ومكانية وموضوعية، ومن ثم يكون رصد أوجه التشابه والاختلاف ومظاهر التغير والثبات في المفاهيم المدروسة.

ج. تحليل مسار البرهنة

يقصد بتحليل مسار البرهنة رصد وتفسير الحجج والبراهين التي يستخدمها منتج الخطاب لإثبات مقولات أو أفكار واضحة وصريحة في الخطاب، أو للنفي أو التشكيك في مقولات، أو أفكار أو آراء أو معلومات أو وقائع⁽¹⁴⁾. إن التعرف إلى هذه الحجج والأدلة والبراهين وإبراز دلالتها مسألة ضرورية لفهم النصّ ولتفسير أهداف منتج الخطاب واتجاهاته وموقفه واتجاهاته الأيديولوجية، وتقييم ذلك وفق معايير موضوعية⁽¹⁵⁾.

(14)- محمد عبد الحميد، البحث الإعلامي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة، عالم الكتب، 2012) ص 302.

(15)- لمياء جاد، المعالجة الصحفية للشؤون الخارجية في الطبعة الدولية لصحيفة الجيروزايم بوست الإسرائيلية، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2007) ص 56.

1. فالخطيب قد يستعمل مثلاً:
2. الاستشهاد بوقائع تاريخية أو معاصرة
3. مواقف سياسية أو نصوص قانونية
4. معادلات رياضية
5. حجج وبراهين دينية
6. أبيات شعرية
7. أقوال مأثورة أو أمثال شعبية
8. تجارب تاريخية

ويكون على المحلل رصد الحجج والبراهين الخاصة بكل أطروحة من الأطروحات الواردة في الخطاب. ومن الطبيعي أن الحجج والبراهين تختلف قوتها ومنطقيتها في الإثبات أو النفي لموضوع معين، وكذلك في مدى ملاءمتها للسياق.

ح. تحليل الأطر المرجعية

يستخدم تحليل الأطر كأداة في تحليل الخطاب عند دراسة المفاهيم والقضايا الواردة فيه. ويقصد بالإطار المرجعي referential frame الحقل المرجعي للمفهوم المدروس، ويتكون هذا الحقل من كل المراجع والاستشهادات والإحالات الموجودة في النص، التي وردت في سياق تناول مفهوم أو قضية معينة في الخطاب.

تتمثل المراجع في:

- أسماء الأشخاص.
- أسماء مؤسسات.
- أسماء مدن ومناطق جغرافية.
- أسماء وثائق ومواد مكتوبة.
- أسماء اتفاقيات ومعاهدات.
- أسماء حقب وفترات زمنية، بطريقة لها دلالة للمفهوم المدروس.

ويجب عدم الخلط بين المراجع الواردة في الخطاب وبين القوى الفاعلة؛ فالمراجع -سواء كانت أشخاصاً أو مؤسسات أو غيرها- إنما وردت في الخطاب على سبيل الاستشهاد بها، من أجل التوضيح، فهي لا تحرك الأحداث الحالية التي يعبر عنها الخطاب المدروس، أما القوى الفاعلة، فهي تقوم بهذا الدور بمعنى أنها تحرك

الأحداث الحالية وتؤثر فيها.

خ. تحليل القوى الفاعلة

يقصد بالقوى الفاعلة الأشخاص والمؤسسات والحكومات والدول والمنظمات التي تقوم بأفعال أو تتبنى سياسات وتوجهات معينة⁽¹⁶⁾.

يتم تحليل القوى الفاعلة في الخطاب، من خلال رصد القوى الواردة فيه، وتصنيف تلك القوى إلى مجموعات معينة حسب المعايير المناسبة للدراسة⁽¹⁷⁾.

قد يكون التصنيف:

- قوى مؤيدة/ قوى معارضة.
- قوى رسمية/ قوى شعبية.
- قوى داخلية/ قوى خارجية.

مع إمكانية إحداث تصنيفات فرعية للقوى الفاعلة داخل كل تقسيم أساسي.

ثم يتم رصد موقف كل قوة وأساليبها وأدواتها وردود أفعالها والأدوار التي تقوم بها، وغير ذلك من الجوانب المراد دراستها.

يشجع استخدام تحليل القوى الفاعلة في الخطاب ضمن البحوث التي تستهدف تفسير التحولات السياسية في المجتمعات المختلفة بفعل قوى معينة.

د. تحليل السياق

يستخدم مفهوم السياق في تحليل الخطاب بالمعنى المجتمعي؛ فالسياق يعني الفترة الزمنية والمجال المكاني بما فيه من ظروف مجتمعية بمختلف أبعادها، كالواقع الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والثقافي والفرص والتحديات والصراعات والمصالح المتفقة والمعارضة، وكذلك القوى الاجتماعية وأفكارها وأهدافها وأدوارها وأدواتها ووسائلها... فهذه العوامل وغيرها هي التي تشكل بيئة الخطاب التي تعرف بالسياق، وكثيراً ما يعرف هذا المدخل بالتحليل الثقافي.

يرتكز تحليل السياق على الفهم الكامل للخطاب، في إطار الزمان والمكان اللذين أنتج فيهما، وإذا كان فهم الخطاب يعني استيعاب موضوعه وأساليبه ولغته، فإن فهم الزمان والمكان يعني فهم واقع المجتمع الذي يقصده الخطاب في أثناء الفترة الزمنية التي عاصرها هذا الواقع.

(16)- طه نجم، مرجع سابق، ص 266.

(17)- فتومة بن مكي، محاضرات في تحليل الخطاب، (الجزائر، جامعة الجزائر، كلية الإعلام والاتصال، 2019) ص 76.



ثالثاً- إستراتيجيات الخطاب

يُحيل مفهوم الإستراتيجية في تحليل الخطاب إلى الخيارات المتاحة أمام الخطيب في وضعية اتصال، فالمرسل لا ينتج خطابه غفلاً من اعتبار السياق، فلا خطاب بدون انخراطه في سياق معين، كما لا يتجلى الخطاب دون استعمال العلامات المناسبة.

معايير تصنيف إستراتيجيات الخطاب

يختار المرسل أو الخطيب إستراتيجية خطابه وفقاً لدواعي السياق التي تصبح معايير لتصنيف إستراتيجيات الخطاب، باعتبار هذا الأخير يجري بين ذاتين، وأنه يعبر به المرسل عن قصده، وأنه يحقق هدفاً. من هنا لا بدّ للمرسل من الأخذ في الحسبان جملة من المعايير، نجملها في العناصر التالية⁽¹⁸⁾:

أ. معيار اجتماعي يتمثل في معيار العلاقة التخاطبية بين طرفي الخطاب، وتتصف العلاقة بأسبقيتها على إنتاج الخطاب ذاته لذلك، فهي من عناصر السياق المؤثرة، وإن لم تكن العلاقة بينها موجودة سلفاً، فإن المرسل يسعى إلى إيجادها بخطابه، وتستقر العلاقة المسبقة بين طرفي الخطاب على محورين هما:

الأول: محور العلاقة الأفقية، كخصائص الدين (مسلم، مسيحي)، وخصائص الجنس (ذكورة وأنوثة)، وخصائص السن (صغار، كبار، شيوخ)، وخصائص المهنة (أساتذة، طلاب، ضباط)، وخصائص عرقية (عرب- غرب)، وخصيصة الجنسية والحالة الاجتماعية وغيرها.

الثاني: محور العلاقة العمودية، وهي تلك التي تتبلور في مراتب تصاعدية للناس داخل بنيان المجتمع، مما يجعلهم ينتمون إلى سّلم تراتبي يقع كل طرف من أطراف الخطاب في إحدى درجاته، بمعنى علاقة السلطة.

ب. المعيار اللغوي: وهو معيار شكل الخطاب من حيث دلالته على قصد المرسل، سواء بالدلالة المباشرة أو بالتلميح.

ت. معيار القصدية أو الهدف من الخطاب

يقضي تحليل السياق، باعتباره مجموعة من الظروف التي تحف حدوث فعل التلفظ، عناصر مختلفة يمكن إجمالها في ما يلي:

1. المرسل: أو محور إنتاج الخطاب، لأنه المتلفظ به من أجل التعبير عن مقاصد معينة، وبغرض تحقيق هدف فيه، ويجسد ذاته من خلال بناء خطابه باعتماد إستراتيجية خطابية تمتد من مرحلة تحليل السياق ذهنياً والاستعداد له⁽¹⁹⁾.

(18)- عبد الهادي الشهري، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، ط 2، (عمان، دار كنوز المعرفة للنشر، 2015) ص 94-120.

(19)- فطومة بن مكي، مرجع سابق، ص 68.

2. المرسل إليه أو المتلقي: وهو عنصر مهم في بناء الخطاب، وتداوله مرهون إلى حد بعيد بمعرفة حاله أو افتراض ذلك.

3. العناصر المشتركة أو إطار العلاقة التي تجمع بين طرفي الخطاب.

أنواع الإستراتيجيات الخطابية:

1. الإستراتيجية التضامنية: هي تلك الإستراتيجية التي يجسد من خلالها المرسل علاقته بالمدعي ونوعها، من خلال التعبير عن مدى احترامه لها ورغبته في المحافظة عليها أو تطويرها بإزالة معالم الفروق بينها. بالمجمل هي محاولة التقريب من المرسل إليه⁽²⁰⁾.

2. الإستراتيجية التوجيهية: على نقيض سابقتها، تعدّ الإستراتيجية التوجيهية ضاغطة ومتداخلة، ولو بدرجات متفاوتة، على المرسل إليه وتوجيهه لفعل مستقبلي معين، وهذه الإستراتيجيات لا تناسبها الخطابات المرنة، كما هو الأمر بالنسبة إلى الإستراتيجيات التضامنية.

3. الإستراتيجية التلميحية: هي تلك الإستراتيجية التي يستخدم فيها الخطاب بصورة تلميحية وغير مباشرة، ويلجأ الخطيب إلى مثل هذه الإستراتيجية استجابة لدواعي سياقية تجعله يعدل عن استعمال الخطاب المباشر بدافع من عوامل معينة كالسلطة أو مراعاة التأدّب⁽²¹⁾.

4. إستراتيجية الإقناع: إذ يسعى المرسل إلى إقناع المتلقي بما يراه، معتمداً في ذلك على الحجج والبراهين العقلية⁽²²⁾.

وحسب د. شارودو «D. Charaudeau، يتشكل هذا الفضاء من الخيار من ثلاثة أنواع من الإستراتيجيات: إستراتيجية الشرعنة، إستراتيجية المصادقية، إستراتيجية الإغراء.

5. إستراتيجيات الشرعنة *Strategies de légitimation*: تهدف هذه الإستراتيجيات إلى بناء موضع سلطة يتحرك من خلاله الخطاب، سواء كانت السلطة مؤسسية أو شخصية، في سعي المتكلم (الخطيب) للاحتفاظ بالحق في الكلام وطرح الخطاب.

6. إستراتيجيات المصادقية *Strategies de crédibilité*: تهدف هذه الإستراتيجيات إلى بناء موضع صدق يمنح الخطاب طابع المصادقية (في الحقيقة، بالتأكيد...).

3. إستراتيجيات الإغراء *Stratégies de captation*: تتمثل هذه الإستراتيجيات في الاعتماد على المشاعر والأحاسيس، والهدف منها حمل المستمع على الانخراط في أفكار الخطيب بجعله يعتقد بأنه جزء من قضية أو مجموعة معينة.

(20)- بسام عبد الرحمن المشاقبة، مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، (عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014)، ص 136.

(21)- عبد العزيز عبد العزيز، التصريح والتلميح في الخطاب السياسي المصري المعاصر دراسة تداولية، (المنيا/ مصر، مجلة الدراسات العربية 2018)، ص 4053.

(22)- بسام عبد الرحمن المشاقبة، مرجع سابق، ص 136.



من أهم الطرق المستعملة في هذا النمط من الإستراتيجيات:

1. نسج رواية من الخيال fabulation وتقديم الخطاب المتخيل كأنه واقع معيش.
2. البحث عن المؤامرة من أجل إنشاء روابط عاطفية أو جماعية مشتركة مع المستمع.
3. الأسطورة (من الأسطورة) mytification، بمعنى التماهي وربط الخطاب بوجوه تاريخية.

رابعاً- الفرق بين تحليل الخطاب وتحليل المضمون

يُعدّ تحليل المحتوى من أهمّ الأدوات التحليلية التي كثيراً ما تتداخل مع تحليل الخطاب، مع التأكيد الأولي أن تحليل الخطاب هو مقارنة نظرية قبل أن يكون منهجاً بحثياً، وأن تحليل المحتوى هو تقنية بحث للوصف الموضوعي والكثي للمحتوى الظاهر للاتصالات بهدف تفسيرها.

أهم الاختلافات: (23)

1. أن تحليل المحتوى هو أداة نشأت ضمن العلوم الاجتماعية، في حين أن تحليل الخطاب نشأ ضمن اللسانيات (اللغوية تحديداً).
2. يفترض تحليل المحتوى شفافية الخطاب، بالنسبة إلى الواقع، أي اعتبار أن النصوص والخطابات هي انعكاس شفاف للواقع، أما تحليل الخطاب، فهو توجّه يفترض غموض خطاب قائم بذاته، بالنسبة إلى الواقع.
3. معايير التحليل في تحليل المضمون محددة سلفاً من طرف الباحث، فهي دخيلة على الخطاب محل البحث، أما في تحليل الخطاب، فمعايير التحليل منبثقة من داخل الخطاب، وتنشأ من قراءة النص المدرس (الطريقة الاستقرائية)، بالرغم من أن التراكم المعرفي والمنهجي يسمح اليوم بتحديد بعض معايير التحليل بشكل مسبق.
4. يفترض تفكيك الخطاب والنصوص، بحسب تحليل المضمون (Atomiser)، توزيع عناصر النص على فئات، حيث يتم العمل على وحدات معزولة. أما تحليل الخطاب، فيقوم على احترام البنية العامة للنص وتعدّ أمراً ضرورياً لفهم معنى النص.
5. تحليل المضمون هو مقارنة كمية تعتمد بالدرجة الأولى والأخيرة على العد والتكرار والمعجلات وغيرها من المؤشرات الكمية التي تعتبر هدفاً للتحليل. أما تحليل الخطاب، فهو يندرج ضمن المقاربات الكمية بما تحمله من صعوبات وانتقادات.

(23) Marlene Coulomb-Gully, (2002). Proposition pour une methode d'analyse du discours televisuel. In Mots Les langages de la politique, N° 70. P: 109..



ينطلق تحليل المضمون من التمثيلات الإحصائية للنصوص، ليصل إلى تفسيرات لا تخرج عن تلك التمثيلات، في حين يفضل تحليل الخطاب التركيز على شروط إنتاج الخطابات، تداولها وظروف تلقمها والتفاعل معها.

6. يمنح تحليل المضمون الأولوية للتحليل الإحصائي الموضوعاتي. أما تحليل الخطاب فيعطي أفضلية للنشاط الكلامي اللفظي والتعبيري في علاقته بمكان الخطاب ونوعه وشكله.

7. يشترط في العينة في تحليل المضمون الشمولية والتجانس، وهما شرطان ينتفیان في تحليل الخطاب مع التأكيد أن هذه النقطة من بين أهم الانتقادات الموجهة إلى المناهج الكيفية عمومًا، وإلى تحليل الخطاب على وجه التحديد.

8. يتيح تحليل المضمون إمكانية إعادة الطريقة، لأن معايير التحليل من فئات ووحدات خارجة وسابقة عن النصوص، كما أشرنا آنفًا، أما في تحليل الخطاب، فإمكانية إعادة الاستنساخ المنهجي مستحيلة، حيث إن كل خطاب يولد معايير تحليله، وإن سمحت المعرفة التراكمية بنوع من الإعادة في المعايير.



الفصل الثالث: النتائج التحليلية

أولاً- نتائج تحليل المضمون

أ. هل غطى الإعلام الرسمي الحكومي والخاص حراك السويداء؟

حاول التقرير الإجابة عن تساؤلات رئيسية عدة، بغية الوصول إلى نتائج تكون قابلة للتعميم، حيث عملت الباحثة، في أول خطوة، على معرفة حال تناول وسائل الإعلام السورية العامة والخاصة موضوع حراك السويداء، في أجندها الإعلامية، فأنت النتائج موضحة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (1) عدد المواد المتعلقة بموضوع الحراك

الترتيب	النسبة	التكرار	عدد المواد المتعلقة بالموضوع
	0	0	صحيفة تشرين
2	30.8	8	صحيفة الوطن
	0	0	التلفزيون السوري
	0	0	تلفزيون سما
	0	0	إذاعة دمشق
3	15.4	4	إذاعة شام إف إم
	0	0	موقع سانا
1	53.8	14	موقع (داما بوست)
	100	26	المجموع

توضح نتائج الجدول السابق أن الإعلام الرسمي السوري امتنع نهائيًا عن ذكر أي معلومة تخص الحراك في السويداء، ومطالب الناس فيها، ونهجت قناة (سما) ذلك النهج بتغيب المعلومات كجزء من سياستها التحريرية في التعاطي مع الحراك، في حين تناولت وسائل الإعلام الخاصة الأخرى موضوع الحراك بنسب متفاوتة، ليحوز موقع (داما بوست) المرتبة الأولى، حيث عمل على 14 مادة صحفية تتعلق بالحراك خلال الأسبوع، يليه صحيفة (الوطن) الخاصة أو شبه الرسمية (المقربة من النظام)، بمعدل 8 مواد خلال

أسبوع، وتلهم إذاعة (شام إف إم)، بمعدل 4 مواد خلال أسبوع.

وترى الباحثة أن هذا الأمر غير مستغرب على إعلام الحكومة، كونه يعمل وفق مركزية قرار يأخذها من وزارة الإعلام التي تتلقى أوامرها مباشرة من القصر الجمهوري، ولذلك عمل بطريقة أسوأ ممّا تصرف به خلال الحراك الأول بسورية، هو تغييب الحدث بالكامل، وهو بذلك يخالف أهمّ مبدأ من مبادئ الإعلام، وهو حق الجمهور في الحصول على المعلومة. وتبعت النهج قناة (سما)، كونها مقربة من النظام، وتُعدّ وسائل الإعلام الخاصة وسائل لتمرير رسائل النظام في سورية، وخصوصًا (شام إف إم) التي عاد جزء من ملكيتها للقصر الجمهوري، بعد أخذ حصة رامي مخلوف منها، والأمر ذاته ينطبق على جريدة (الوطن)، وموقع (داما بوست) الإيراني.

ب. الأنواع الصحفية المستخدمة في التغطية

تشير النظريات والقواعد الإعلامية إلى أن تراتبية الأنواع التحريرية المستخدمة في تغطية أي معلومة تدلّ على اهتمام وعمق تناول الموضوع، ليأتي الخبر في المرحلة الأولى، أي إخبار الناس بما جرى، يليها التقرير، لتكون التغطية أوسع، وبعدها التحقيقات، وتتبعها مواد الرأي. أشارت نتائج هذه الورقة البحثية التي حللت 6 أيام، في 6 وسائل إعلامية عامة وخاصة، في مناطق سيطرة النظام السوري، إلى ما يوضحه الجدول التالي:



الجدول رقم (2) أنواع الفنون التحريرية

المجموع		مواد رأي		تقارير		الأخبار		أنواع الفنون التحريرية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0	0	0	0	0	0	0	0	صحيفة تشرين
100	8	12.5	1	78.5	7	0	0	صحيفة الوطن
0	0	0	0	0	0	0	0	التلفزيون السوري
0	0	0	0	0	0	0	0	تلفزيون سما
0	0	0	0	0	0	0	0	إذاعة دمشق
100	4	0	0	25	1	75	3	إذاعة (شام إف إم)
0	0	0	0	0	0	0	0	موقع سانا
100	14	21.4	3	78.6	11	0	0	موقع (داما بوست)
100	26	15.4	4	73.1	19	11.5	3	المجموع العام

توضح النتائج أن إذاعة (شام إف إم) فقط هي التي اعتمدت على الخبر كوسيلة لإخبار الجمهور ما يحدث من وجهة نظرها، وحسب خطها التحريري، بمعدل 11.5% من كل أخبارها، وتابعت بالتقرير كنوع صحفي إضافي يشرح ما يجري بشكل مفصل أكثر، بمفردات تحريرية تتناسب مع الخط التحريري الخاص بها، وكذلك الأمر بالنسبة إلى موقع (داما بوست) ذي التمويل الإيراني، الذي كان له الحصة الأكبر في إنتاج التقارير حول حراك السويداء، كما أظهرت النتائج، بنسبة 78.6% من نسبة موادها التقريرية، و21.4% نسبة مواد الرأي من إجمالي موادها. وتعتقد الباحثة أن السلطات السورية تستطيع قياس ردود فعل الجمهور من خلال ما تنشره المواقع الخاصة، سواء التي تسميها الصديقة كالإيرانية، أو الخاصة الخاضعة لتوجيهات السلطة السورية أصلاً، وترى الباحثة أن هذه السلوكيات التحريرية المتكررة لوسائل الإعلام السورية من 13 سنة لليوم في مختلف أنواع الحراك، تعمق البعد بين الجمهور والوسيلة الإعلامية، ولو كان جزء من الجمهور من الحاضنة الشعبية للسلطة.

ت. اتجاهات التغطية:

يحدد اتجاه التغطية، سواء كان إيجابيًا أم سلبيًا، بحسب مفردات السياسة التحريرية، توجه السلطة السياسية في سورية نحو الحراك ورأيها فيه، وتم الوصول إلى اتجاهات التغطية من خلال تحليل، «المفردات المستخدمة، ومدى توازن المادة الصحفية المكتوبة، المسموعة والمشاهدة»، لتشير النتائج إلى الجدول التالي:

الجدول رقم (3) اتجاهات المواد الصحفية نحو الحراك

المجموع		سلبي		محايد		إيجابي		اتجاه مضمون المواد الصحفية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0	0	0	0	0	0	0	0	صحيفة تشرين
100	8	12.5	1	25	2	62.5	5	صحيفة الوطن
0	0	0	0	0	0	0	0	التلفزيون السوري
0	0	0	0	0	0	0	0	تلفزيون سما
0	0	0	0	0	0	0	0	إذاعة دمشق
100	4	25	1	25	1	50	2	إذاعة (شام إف إم)
0	0	0	0	0	0	0	0	موقع سانا
100	14		5		4		5	موقع (داما بوست)
100	26	26.9	7	26.9	7	46.2	12	المجموع العام

يوضح التحليل السابق أن عينات البحث، من مواقع وإذاعات تناولت حراك السويداء، اعتمدت على الاتجاه الإيجابي لموادها، بنسبة بلغت (46.2%)، ليأتي الاتجاه المحايد والسلبي بالنسبة نفسها (26.9%)، ليظهر من هذه النتيجة استفسار. وترى الباحثة أن هدف السلطة، من توجيه هذه المواقع والإذاعات إلى التناول بهذه الطريقة الإيجابية، هو رصد الرأي العام والحاضنة الشعبية حول الحراك.

ت. حجم التغطية الإعلامية:

يعتبر المنظرون الإعلامييون أن حجم المادة الإعلامية، أي مساحتها ضمن الأخبار، تشير إلى مدى أهميتها على أولويات الأجندة الإعلامية العامة، كجزء من الرأي العام. درست الباحثة مكان المواد ونسبة تكررها، سواء كان في مقدمة النشرات الإخبارية، أم على الواجهات الرئيسية للمواقع أو على الصفحات الداخلية، ووفقاً لنظرية ترتيب الأولويات الإعلامية، يشير مكان المادة الصحفية إلى أهميتها، حيث تكون الأهمية الأولى للأخبار الأولى، على الصفحات الأولى.

الجدول رقم (4) موقع المواد الخاصة بالحراك في الوسائل الإعلامية

المجموع		منتصف النشرة (صفحات داخلية/ ضمن صفحات الموقع)		أول النشرة (الصفحة الأولى/ رئيسية)		موقع المادة في الوسيلة
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0	0	0	0	0	0	صحيفة تشرين
100	8	62.5	5	37.5	3	صحيفة الوطن
0	0	0	0	0	0	التلفزيون السوري
0	0	0	0	0	0	تلفزيون سما
0	0	0	0	0	0	إذاعة دمشق
100	4	75	3	25	1	إذاعة (شام إف إم)
0	0	0	0	0	0	موقع سانا
100	14	14.3	2	85.7	12	موقع (داما بوست)
100	26	38.5	10	61.5	16	المجموع العام



تشير نتائج الجدول السابق إلى أنّ حراك السويداء كان من أولويات موقع (داما بوست) التابع لإيران، حيث بلغت النسبة الأكبر للمواد الصحفية الخبرية والتقريبية التي تحدّثت عن حراك السويداء 85.7%، على صفحة الموقع الأولى، في حين أن أخبار الحراك كانت بالأولويات الثانية، في كلّ من صحيفة الوطن، وإذاعة (شام إف إم) المقريّتين من السلطة. وتعتقد الباحثة أن هذه النتيجة يمكن ربطها مع نظرية ترتيب الأولويات لوسائل الإعلام، التي تشير إلى أن الوسائل توجّه الجمهور من خلال تناولها موضوعًا معينًا في أجندتها؛ حيث حاولت كل من صحيفة الوطن و(شام إف إم) أن تقولاً للجمهور إنهما تهتمّان بالحدث لكنه ليس من أولوياتها، لوجود أمور أكثر أهميّة.



ج. الألفاظ المستخدمة للتعبير عن القضية المطروحة:

تشير الألفاظ المستخدمة في أي خطاب إعلامي إلى توجه وسائل الإعلام عمومًا من أي قضية، وإلى طريقة تعاملها معها لتوجيه الرأي العام المتابع لها، وتقدم النظريات الإعلامية جملة من المفردات التي على أساسها يتم قياس تحليل الخطاب وتوجه الوسائل الإعلامية. يشير الجدول رقم (5) إلى الألفاظ التي استخدمتها وسائل الإعلام السورية الخاصة التي تحدثت عن حراك السويداء.

جدول رقم (5) الألفاظ المستخدمة للتعبير عن الحراك

المجموع العام	موقع (داما بوست)		صحيفة الوطن		إذاعة شام		الألفاظ المستخدمة للتعبير عن القضية	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
24	18	9.75	4	50	12	20	2	احتجاجات
1.3	1	0	0	0	0	10	1	تجمعات
12	9	9.75	4	20.8	5	0	0	فوضى
1.3	1	0	0	0	0	10	1	اضطرابات
5.3	4	4.9	2	4.2	1	10	1	أحداث
5.3	4	7.3	3	4.2	1	0	0	مظاهرة
42.7	32	61	25	8.3	2	50	5	حراك
8	6	7.3	3	12.5	3	0	0	مطالبات
100	75	100	41	100	24	100	10	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن وسائل الإعلام السورية الخاصة التي تحدثت عن أحداث السويداء استخدمت مصطلح «الحراك»، في مرات كثيرة، بنسبة كبيرة بلغت (42.7%)، في حين بلغت نسبة استخدام مفردتي «اضطرابات وتجمعات» (1.3%) بالتساوي. وتعتقد الباحثة أن استخدام مفردة الحراك من مبدأ استقطاب لمتابعة الجمهور المؤيد للحراك، ومحاولة بسيطة لإفهام الناس أن الدولة السورية غير رافضة لمطالب أهل السويداء، ولم يسلم الحراك في السويداء من محاولة شيطنته أحياناً، بتسليط الضوء واستخدام مفردات مثل «الفوضى»، كونها -بحسب مدارس تحليل الخطاب الإعلامي- تقلل من أهمية أي حراك.

ح. الألفاظ المستخدمة للتعبير عن الأشخاص المشاركين بالحراك

يتجزأ تحليل الخطاب الإعلامي، حسب السياق الذي يتم تحليله، ففي تحليل الحراك والتظاهرات، يتم تحليل الصوت، الصورة، الألفاظ، المساحة المستخدمة للتغطية، الضيوف، والرأي وغيرها، إلا أن تحليل الألفاظ يتم بجزأين: الأول كيف سميت التظاهرات؟ والثاني كيف سُمي المتظاهرون؟ وحسب الأدبيات التي تتناول تفاصيل تحليل الخطاب الإعلامي، حددت جملة من الكلمات التي يمكن وصف المتظاهرين بها حسب سياسة الوسائل والهدف من الخطاب، واستخدمت وسائل الإعلام في مناطق سيطرة النظام السوري المفردات التي يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (6) الألفاظ المستخدمة للتعبير عن المشاركين بالحراك

المجموع العام		موقع (داما بوست)		صحيفة الوطن		إذاعة شام		الألفاظ المستخدمة للتعبير عن الأشخاص المشاركين بالحراك
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
11.1	5	21.4	3	3.7	1	25	1	متظاهرون
2.2	1	0	0	3.7	1	0	0	قطاع طرق
8.9	4	21.4	3	0	0	25	1	مسلحون
17.8	8	21.4	3	18.5	5	0	0	الفصائل
33.3	15	0	0	48.2	13	50	2	محتجون
17.8	8	35.7	5	11.1	3	0	0	مجموعات
8.9	4	0	0	14.8	4	0	0	مدسوسون
100	45	100	14	100	27	100	4	المجموع

تُظهر نتائج الجدول السابق أن وسائل الإعلام السورية الخاصة، رغم محاولتها تناول الحراك بطريقة مركزية موجّهة، حاولت الابتعاد، نوعاً ما، عن بعض المفردات التي استخدمتها الوسائل بالحرب، مثل «المندسين»، على أن جريدة الوطن استخدمتها بنسبة (14.85%). أما النسبة الأعلى في خطاب الوسائل الإعلامية التي تحدثت عن الحراك، في مناطق سيطرة النظام السوري، فكانت لكلمة «المحتجين»، بنسبة (33.3%). وتعتقد الباحثة أن استخدام وسائل الإعلام السورية في مناطق سيطرة الحكومة



لكلمة «المحتجين»، بهذه النسبة الكبيرة، يتقاطع مع تفسير الجدول السابق، وأن الهدف من استخدامها استقطاب الجمهور.

خ. أنواع الخطاب الذي تناول قضية الحراك:

تحدد الأدبيات التي تتناول دراسة الخطاب في وسائل الإعلام جملة من المصطلحات التي على أساسها يتم تفسير رؤية وسائل الإعلام حيال قضية معينة. ويوضح الجدول التالي أبرز أنواع الخطاب الإعلامي، التي تناولتها وسائل الإعلام السورية في مناطق سيطرة النظام السوري حيال حراك السويداء.

جدول رقم (7) أنواع الخطاب المعبر عن الحراك

المجموع العام		موقع (داما بوست)		صحيفة الوطن		إذاعة شام		أنواع الخطاب
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
9.2	15	9.3	8	8.6	5	10.5	2	تفسيري ودفاعي
8.6	14	10.5	9	3.5	2	15.8	3	انتقادي وهجومي
9.8	16	9.3	8	10.3	6	10.5	2	تقييمي
9.2	15	7	6	12.1	7	10.5	2	تبريري
12.9	21	12.8	11	12.1	7	15.8	3	توجيهي وإصلاحي
8.6	14	8.1	7	8.6	5	10.5	2	عاطفي
14.1	23	14	12	13.8	8	15.8	3	تحذيري
10.4	17	11.6	10	12.1	7	0	0	تأمري
1.8	3	2.3	2	1.7	1	0	0	ساخر
8	13	9.3	8	6.9	4	5.3	1	تشاؤمي
7.4	12	5.8	5	10.3	6	5.3	1	حواري
100	163	100	86	100	58	100	19	المجموع

توضح نتائج الجدول السابق أن وسائل الإعلام السورية، في مناطق سيطرة النظام، استخدمت الخطاب التحذيري بنسبة أعلى بلغت (14.1%)، وترى الباحثة أن هذه النتيجة تعكس توجه النظام السوري من

حراك السويداء، حيث حاولت من خلال وسائل الإعلام أن تُحدّر من فكرة الانقياد للشارع والتعبير عن الرأي.

د. إستراتيجيات الخطاب بالوسائل التي تناولت قضية الحراك:

ترتبط إستراتيجيات الخطاب الإعلامي، التي تستخدمها وسائل الإعلام، بالسياسات التحريرية، وبأنواع الخطاب التي تستخدمها لتقدّم وجهة نظرها عن قضية معينة، ويوجد ما يقارب 12 إستراتيجية من الإستراتيجيات التي تستخدمها وسائل الإعلام، ويُظهر الجدول التالي أهم الإستراتيجيات التي استخدمتها وسائل الإعلام السورية في مناطق سيطرة الحكومة في سياق تناول موضوع حراك السويداء.

جدول رقم (8) إستراتيجيات الخطاب المعبر عن الحراك

المجموع العام		موقع (داما بوست)		صحيفة الوطن		إذاعة شام		إستراتيجيات الخطاب
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
4.8	10	5.7	6	4.1	3	3.9	1	طرح المشكلة
6.8	14	8.5	9	5.4	4	3.9	1	الهجومية
7.3	15	4.7	5	9.5	7	11.5	3	الإشادة
1.5	3	1.9	2	1.3	1	0	0	السخرية والتهكم
10.7	22	10.4	11	10.8	8	11.5	3	الوعظ والإرشاد
11.2	23	11.3	12	10.8	8	11.5	3	التقييم العام للقضية
9.7	20	8.5	9	10.8	8	11.5	3	تحليل الأحداث وطرح الأسباب
8.7	18	8.5	9	9.5	7	7.7	2	طرح النتائج والحلول
8.2	17	9.4	10	6.7	5	7.7	2	دفاعية
9.7	20	8.5	9	10.8	8	11.5	3	التفنيد
10.2	21	11.3	12	9.5	7	7.7	2	بث الشعور بالخطر
11.2	23	11.3	12	10.8	8	11.5	3	تشخيص الوضع الراهن
100	206	100	106	100	74	100	26	المجموع



تُظهر نتائج الجدول السابق أن الإستراتيجية التي تتحدث عن التقييم القائم للقضية وتشخيص الوضع الراهن احتلت أعلى النسب، من بين إستراتيجيات الخطاب التي تتبعها وسائل الإعلام السورية الخاصة في مناطق سيطرة النظام السوري، بنسبة بلغت (11.2%)، تلاها إستراتيجيات الوعظ والإرشاد وبتّ الشعور بالخطر بنسب متقاربة، للأولى (10.7%)، وللثانية (10.2%)، في حين إن إستراتيجية طرح المشكلة لم تبلغ المستوى المطلوب، واحتلت نسبة (4.8%). وترى الباحثة أن وسائل الإعلام تحاول أن تفرغ الحراك من مضمونه، من خلال تغييب الإستراتيجية المتعلقة بتحليل المشكلة بنسبة جيدة.

ذ. أطروحات الخطاب بالوسائل الإعلامية نحو قضية الحراك:

تشير الأدبيات التي تتحدث عن تحليل الخطاب الإعلامي إلى أن طريقة التعاطي مع أطروحات الخطاب ترتبط بإستراتيجيات الخطاب وأهدافه، لتشكيل رأي عام عربي ودولي ومحلي حول أي قضية، وتظهر نتائج الجدول التالي أبرز أطروحات الخطاب التي استخدمتها وسائل الإعلام التي تناولت موضوع حراك السويداء في الإعلام السوري الخاص، ضمن مناطق سيطرة الحكومة.

جدول رقم (9) أطروحات الخطاب

المجموع العام		موقع (داما)		صحيفة الوطن		إذاعة شام		أطروحات الخطاب
		النسبة	التكرار			النسبة	التكرار	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
12.4	13	8.9	5	16.7	6	15.4	2	ردود الفعل المحلية
12.4	13	16.1	9	11.1	4	0	0	ردود الفعل العربية
5.7	6	8.9	5	0	0	7.6	1	ردود الفعل الدولية
6.7	7	5.4	3	5.6	2	15.4	2	الدعم المشروط
4.8	5	701	4	2.8	1	0	0	التعريف بالمدينة
19	20	16.1	9	22.2	8	23.1	3	أطروحات الأسباب
17.1	18	16.1	9	19.4	7	15.4	2	أطروحات النتائج
21.9	23	21.4	12	22.2	8	23.1	3	التحذير من التظاهرات
100	105	100	56	100	36	100	13	المجموع

تُظهر نتائج الجدول السابق أن أبرز ما حاولت وسائل الإعلام أن تقدّمه إلى العالم هو التحذير مجدداً من التظاهرات، بنسبة بلغت (21.9%). وترى الباحثة أن النظام السوري حاول أن يقدم رسالته ووجهة نظره من خلال الإعلام الخاص، بامتناعها عن تغطية حراك السويداء.

ر. تحليل السياق لخطاب الوسائل الإعلامية نحو قضية الحراك:

لتحليل خطاب وسائل الإعلام تجاه أي قضية معينة، لا بد من تحليل السياق العام للخطاب، وهذا التحليل يكون من خلال معرفة كيفية إحالة السياق ومعاني الخطاب الضمنية، والافتراضات التي يعمل بها السياق، والاستنتاجات التي يتناولها، وهذه البنود الأربعة يظهرها الجدول التالي:

جدول رقم (10) تحليل سياق الخطاب

المجموع العام		موقع (داما بوست)		صحيفة الوطن		إذاعة شام		تحليل السياق للخطاب
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
26.9	21	26.2	11	28	7	27.3	3	الإحالة
21.8	17	19	8	24	6	27.3	3	المعاني الضمنية
26.9	21	26.2	11	24	6	36.3	4	الافتراض
24.4	19	28.6	12	24	6	9.1	1	الاستنتاج
100	78	100	42	100	25	100	11	المجموع

تظهر نتائج الجدول السابق أن وسائل الإعلام السورية الخاصة التي تناولت موضوع حراك السويداء، ضمن مناطق سيطرة النظام السوري، اعتمدت على الإحالة والافتراض كسياقات للخطاب، بنسبة بلغت (26.9%). وترى الباحثة أن تناولها بهذا الشكل منطقي، تبعاً لهدفها الرئيسي وهو تفرغ الحراك من مضمونه، وإظهاره بأنه حالات شغب لا نتيجة منها.

س. مسارات البرهنة المنطقية وغير المنطقية بخطاب الوسائل الإعلامية نحو قضية الحراك:

لتكتمل أهداف الخطاب الإعلامي في كل وسائل الإعلام، ولترسم الوسائل سياساتها التحريرية تجاه القضايا، تعتمد على جملة من مسارات البرهنة في الخطاب تصدر من خلالها وجهة نظرها، وتستخدم لتوضيح وجهة النظر مسارات منطقية وأخرى غير منطقية، حددها الأدبيات الإعلامية في بضعة مفردات وتصرفات، وأتت النتائج موضحة في الجدول التالي:



جدول رقم (11) مسارات البرهنة المنطقية

المجموع العام		موقع (داما بوست)		صحيفة الوطن		إذاعة شام		مسارات البرهنة المنطقية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
16.8	22	18.7	14	15	6	12.5	2	حقائق وأرقام
8.4	11	8	6	12.5	5	0	0	براهين أدبية
9.2	12	8	6	7.5	3	18.75	3	عرض جانبي الموضوع
9.2	12	8	6	10	4	12.5	2	قرارات
8.4	11	9.3	7	7.5	3	6.25	1	براهين دينية
9.2	12	10.7	8	10	4	0	0	براهين تاريخية
16.8	22	14.7	11	17.5	7	25	4	تصريحات
8.4	11	9.3	7	5	2	12.5	2	استشهادات علمية
13.7	18	13.3	10	15	6	12.5	2	طرح أمثلة
100	131	100	75	100	40	100	16	المجموع

جدول رقم (12) مسارات البرهنة غير المنطقية

المجموع العام		موقع (داما بوست)		صحيفة الوطن		إذاعة شام		مسارات البرهنة غير المنطقية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
10.4	11	10.5	6	6.7	2	15.8	3	اقتراح الحلول والبدائل
6.6	7	5.3	3	6.7	2	10.5	2	عرض جانب واحد فقط للقضية
9.4	10	7	4	16.7	5	5.3	1	التشهير والتشويه
12.3	13	14	8	10	3	10.5	2	التحيز
6.6	7	8.8	5	3.2	1	5.3	1	أدلة غير مؤكدة
17.9	19	14	8	16.7	5	31.6	6	تقديم معلومات على أنها حقائق
6.6	7	5.3	3	10	3	5.3	1	تزييف حقائق وأدلة خاطئة
17.9	19	21.1	12	20	6	5.3	1	استنتاجات
12.3	13	14	8	10	3	10.5	2	استخدام البلاغة والوصف
100	106	100	57	100	30	100	19	المجموع

توضح نتائج الجدولين السابقين أن أبرز مسارات البرهنة المنطقية، التي استخدمتها وسائل الإعلام السورية الخاصة التي تناولت موضوع حراك السويداء، تمثلت بالتصريحات بنسبة (16.8%)، في حين كانت الاستنتاجات والتحيز كمسارات برهنية غير منطقية متصدرة المشهد الإعلامي السوري في التعاطي مع حراك السويداء، حيث بلغت نسبة الاستنتاجات (17.9%) والتحيز (12.3%). وترى الباحثة أن الاعتماد على التصريحات، كوسيلة منطقية ومسار منطقي للخطاب، هو دافع لتقديم استنتاجات تناسب سياسة الوسائل التي تناولت الحراك في مناطق سيطرة النظام السوري.



ش. الأطر المرجعية التي استند إليها خطاب الوسائل الإعلامية:

لتصل الرسالة الإعلامية، ويكون الخطاب ضمن سياقها الذي تريد وسائل الإعلام إيصاله للجمهور، لا بد من أن تعتمد -بحسب الأدبيات الإعلامية- على أطر مرجعية تبرر سياقات الخطاب في الوسائل الإعلامية. وتظهر نتائج الجدول التالي أهم الأطر المرجعية التي اعتمدت عليها وسائل الإعلام الخاصة في مناطق سيطرة الحكومة.

جدول رقم (13) الأطر المرجعية

المجموع العام		موقع (داما بوست)		صحيفة الوطن		إذاعة شام		الأطر المرجعية
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
12.5	9	9.3	4	20	4	11.1	1	دينية
22.2	16	18.6	8	25	5	33.4	3	سياسية
6.9	5	4.7	2	10	2	11.1	1	قانونية
15.3	11	18.6	8	15	3	0	0	تاريخية
22.2	16	25.6	11	15	3	22.2	2	أحداث وشواهد من الواقع
20.9	15	23.2	10	15	3	22.2	2	شعبية
100	72	100	43	100	20	100	9	المجموع

يوضح الجدول أن وسائل الإعلام السورية الخاصة في مناطق سيطرة الحكومة ابتعدت بمعظمها عن الإطار القانوني، كسياق وإطار يتم من خلاله معالجة الخطاب الإعلامي، بنسبة وصلت إلى (6.9%)، في حين عملت على تسييس الموضوع وتناوله من الإطار السياسي، بنسبة بلغت (22.2%). وترى الباحثة أن ابتعادها عن الإطار القانوني يعني توجيه الموضوع ليكون بعيداً عن المطالب المحقة في الاحتجاجات.

ص. القوى الفاعلة التي استند إليها خطاب الوسائل الإعلامية

تشير النظريات المتعلقة بتناول الخطاب الإعلامي إلى أن دراسة الأطر التي يعتمد عليها الخطاب، ودراسة نهج الوسائل الإعلامية وتعاطيها مع أي قضية، يوجبان معرفة من هي القوى الفعالة، أي الشخصيات التي استضافتها هذه الوسائل للتحدث عن الحدث. وأظهر الجدول السابق أن وسائل الإعلام السورية الخاصة التي تناولت موضوع حراك السويداء ابتعدت عن الشق القانوني، وحاولت تسييس القضية، لذلك تظهر نتائج الجدول التالي أهم القوى الفاعلة التي استضافتها وسائل الإعلام.

جدول رقم (14) القوى الفاعلة في الحراك

المجموع العام		موقع (داما بوست)		صحيفة الوطن		إذاعة شام		القوى الفاعلة
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
13.8	9	10.3	4	20	4	16.7	1	شخصيات دينية
13.8	9	15.4	6	15	3	0	0	شخصيات حزبية
24.6	16	20.5	8	25	5	50	3	شخصيات سياسية
23.2	15	25.6	10	15	3	33.3	2	شخصيات شعبية
20	13	23.1	9	20	4	0	0	شخصيات عربية
4.6	3	5.1	2	5	1	0	0	كاتب المادة
100	65	100	39	100	20	100	6	المجموع

تصدر القوى الفاعلة السياسية النسبة الأكبر بين الضيوف الذين اعتمد على آرائهم، بما يتعلق بحراك السويداء، بنسبة بلغت (24.6%). وترى الباحثة أن هذه النتيجة تتطابق مع فكرة تسييس القضية وحرفها عن مسارها الصحيح.



ثانياً- الاستنتاجات:

1. توصل التقرير إلى مجموعة من الاستنتاجات العامة، تجيب عن تساؤلات التقرير:
2. لم يتطرق الإعلام الرسمي في مناطق سيطرة النظام إلى حراك السويداء مطلقاً.
3. تناول الإعلام الخاص موضوع حراك السويداء، بألويات مختلفة، حيث كانت القضية على أولويات موقع (داما بوست) الإيراني.
4. سيطرت الاتجاهات المحايدة على الوسائل التي غطت أخبار الحراك.
5. دلت النتائج على أن التغطية اختلفت بين الإعلامين العام والخاص، باستثناء تلفزيون سما.
6. أثبت التحليل أن التغطية لم تكن كافية بالقدر الكافي مع الحراك ومتطلباته.
7. اعتمدت وسائل الإعلام التي غطت الحراك على تسييس الموضوع.
8. عملت على التحيز أثناء التغطية بشكل واضح، وبنسب مئوية وضحا التحليل.
9. غابت القانون عن التعاطي كإطار مرجعي مهم يعتمد في تغطية التظاهرات السلمية.

ثالثاً- التوصيات

لن تتوجه التوصيات إلى عيّنة البحث، لأن الإعلام الرسمي والخاص يعتمد على مركزية القرار التابعة للسلطة السياسية، لذلك ستكون التوصيات بحثية وموجهة إلى الباحثين.

1. ضرورة إجراء دراسات عن تعاطي الرأي العام بمناطق سيطرة النظام السوري مع تعاطي الإعلام السوري الحكومي مع حراك السويداء.
2. ضرورة إجراء دراسات عن دور المواقع الإيرانية التي تعمل ضمن دمشق، بتصدير حراك السويداء للرأي العام، وكيفية تصديره.
3. ضرورة دراسة درجة ثقة الجمهور في مناطق سيطرة النظام بالخطاب الإعلامي، سواء الرسمي والخاص.



المراجع

1. إبرير، بشير. الصورة في الخطاب الإعلامي دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية والأيقونية، مداخلة في إطار الملتقى الدولي الخامس حول السيمياء والنص الأدبي، الجزائر، جامعة بسكرة، 2009.
2. الربيعي، أكرم. الخطاب الإعلامي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2017.
3. الشهري، عبد الهادي. إستراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، ط 2، عمان، دار كنوز المعرفة للنشر، 2015.
4. الصباغ، نجوى. مفهوم الخطاب الإعلامي، موقع سؤال موسوعة الأسئلة العربية، تاريخ النشر 2022/12/16، شوهد في 2023/11/15، الرابط: <https://bit.ly/3HlghKY>
5. العاقد، أحمد. تحليل الخطاب الصحفي من اللغة إلى السلطة، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2002.
6. المشاقبة، بسام عبد الرحمن. مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014.
7. بركات، عبد العزيز. مناهج البحث الإعلامي: الأصول النظرية ومهارات التطبيق، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2012.
8. بن مكي، فطومة. محاضرات في تحليل الخطاب، الجزائر، جامعة الجزائر 3، كلية الإعلام والاتصال، 2019.
9. جاد، لمياء. المعالجة الصحفية للشؤون الخارجية في الطبعة الدولية لصحيفة الجيروزاليم بوست الإسرائيلية، رسالة ماجستير، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2007.
10. حيمر، عبد السلام. سيديولوجيا الخطاب: من سوسيولوجيا التمثلات إلى سوسيولوجيا الفعل، بيروت، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، 2008.
11. خليفة، حسين. آليات الخطاب الإعلامي للصحف الإلكترونية المصرية في معالجة أزمة تيران وصنافير بين مصر والسعودية: دراسة كيفية نقدية. مجلة البحوث الإعلامية، العدد 55، الجزء 6، القاهرة، جامعة الأزهر، 2020.
12. شومان، محمد. تحليل الخطاب الإعلامي: أطر نظرية ونماذج تطبيقية، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2007.



13. عبد الحميد، محمد. البحث الإعلامي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 2012.
14. عبد العزيز، عبد العزيز. التصريح والتلميح في الخطاب السياسي المصري المعاصر دراسة تداولية، مجلة الدراسات العربية، المنيا، مصر، 2018.
15. عبيدي، منية. التحليل النقدي للخطاب، نماذج من الخطاب الإعلامي، عمان، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2016.
16. علي، محمود. وعجوة، علي. التحليل النقدي للخطاب الإعلامي: المفهوم، الأسس، النظرية، ومداخل التحليل، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان. العدد 24. الجزء 3. القاهرة، 2022.
17. نجم، طه. مناهج البحث الإعلامي، الإسكندرية، دار كلمة للنشر والتوزيع، 2015.
18. Marlene Coulomb-Gully, (2002).Proposition pour une methode d'analyse du discours televisuel. In Mots Les langages du politique , N° 70..

مركز حرمون للدراسات المعاصرة

مؤسسة بحثية علمية مستقلة غير ربحية، تدعم الابتكار النظري المؤسس على اشتقاق المعرفة من الواقع. وتهتم بقضايا الإنسان السوري الراهنة وبمستقبله، وبالصراع الدائر في سورية وآفاقه، وبسبل الانتقال إلى الدولة الوطنية الحديثة.

تنتج المؤسسة دراسات وأبحاثا سياسية واقتصادية واجتماعية وفكرية، وتنفذ مشاريع، وتقوم بنشاطات وتجري حوارات، وتطلق مبادرات، وتعمل لأن تكون ساحة للنقاش العمومي، مستندة إلى القيم المعاصرة للعقلانية والحرية والديمقراطية والعدالة، وحقوق الإنسان، وقيم المواطنة.

Harmoon Center for Contemporary Studies

Doha, Qatar:

Tel. (+974) 44 885 996

Istanbul, Turkey:

Tel. +90 (212) 813 32 17

Tel. +90 (212) 542 04 05 PO.Box: 34055