

الصورة الإعلامية للاجئيات السوريات وعلاقتها بصورتها الذهنية لدى عينة من الجمهور المصري والسوري

د. سعاد محمد مصطفى *

د. حسن علي قاسم **

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة الحالية إلى الكشف عن العلاقة بين صورة اللاجئيات التي تقدمها الاخبار والبرامج التليفزيونية بصفحات الفيس بوك الرسمية للقنوات السورية والعربية عينة الدراسة، وبين صورتها الذهنية لدى عينة من الجمهور المصري والسوري، وتم تطبيق استمارة استبيان على عينة قوامها 100 مفردة من الجمهور المصري والسوري، أما عينة الدراسة التحليلية فقد تم تطبيق استمارة تحليل المضمون للبرامج التي تناولت اخبار وقضايا اللاجئيات السوريات بصفحات الفيس بوك الرسمية لأربع قنوات تهتم بالشأن السوري (قناة سورياTV، قناة اورينت TV، قناة سكاي نيوز عربية، قناة الجزيرة سوريا) خلال الفترة الزمنية من 15 يناير حتى 15 مارس، وجاءت أهم نتائج الدراسة أن 77% من عينة الدراسة من الجمهور المصري و64% من الجمهور السوري يرون ان طبيعة الصورة الإعلامية التي تقدمها الصفحات الرسمية للقنوات الفضائية عينة الدراسة تجمع بين الإيجابية والسلبية وفقاً لطبيعة اوضاعهن الحياتية بأماكن اللجوء.

الكلمات المفتاحية

الصورة الإعلامية للاجئيات السوريات – الصورة الذهنية للاجئيات السوريات – صفحات الفيس بوك الرسمية للقنوات الفضائية.

* مدرس علاقات عامة بمعهد الجزيرة العالي للإعلام
**مدرس إذاعة وتليفزيون بالمعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق

The media image of Syrian refugees and its relationship to their mental image

among a sample of the Egyptian and Syrian public

The current study aimed to reveal the relationship between the image of refugee women presented by news and television programs on the official Facebook pages of the Syrian and Arab channels of the study sample, and their mental image among a sample of the Egyptian and Syrian public. A questionnaire was applied to a sample of 100 individuals from the Egyptian and Syrian public. The sample of the analytical study, the content analysis form was applied to the programs that dealt with news and issues of Syrian refugees on the official Facebook pages of four channels concerned with Syrian affairs (Syria TV, Orient TV, Sky News Arabia, and Al Jazeera Syria) during the time period from January 15 to 15 In March, the most important results of the study were that 77% of the study sample of the Egyptian public and 64% of the Syrian public believe that the nature of the media image presented by the official pages of the satellite channels in the study sample combines positive and negative according to the nature of their living conditions in places of refuge.

key words: The media image of Syrian refugees - the mental image of Syrian refugees - the official Facebook pages of satellite channels.

مقدمة

أدت الحرب الأهلية السورية إلى نزوح جماعي للناس، حيث فر الغالبية العظمى من اللاجئين من الحرب إلى دول عدة، وأظهرت الدراسات أن النساء يعانين من الهجرة بشكل مختلف عن الرجال مما يجعل احتياجاتهن مختلفة نوعياً عن احتياجات الرجال (Eltokhy, 2020).

حيث واجهت المرأة السورية بعد أن لجأت إلى مجتمعات مختلفة تحديات عديدة، فواجهن صعوبات في السكن، وارتفاع تكاليف المعيشة، وعدم شرعية العمل، وندرة الموارد الاقتصادية، والفقير، وعدم القدرة على قبول أطفالهن في المدارس، وعداء السكان المحليين، فضلاً عن الاهتمام المفرط بالأحداث في سوريا وحالة أفراد الأسرة الذين تركوهم وراءهم، وأبلغت العديد من النساء عن تعرضهن للخسارة، وافتقارهن وطنهم واستقرارهن وهويتهم، بينما أعربت أخريات عن شوقهن للعودة إلى سوريا (Adi, 2019).

والصورة الإعلامية هي السمات والانطباعات التي تقدم لها وسائل الإعلام فئة ما أو مهنة معينة أو نظاماً ما أو شعباً ما، أو جنساً، أو مؤسسة، أو منظمة أو أي شيء آخر أي كان من خلال تصورات نخبة مثقفة هم الإعلاميون من خلال وسائل الإعلام المختلفة وباستخدام الأشكال الخاصة بكل وسيلة، حيث أن بيئة أو مجال الصورة يساهم في إنتاج أو صياغة المعنى، والتعاشي مع الصور المختلفة والأساليب المختلفة وتخيلات مرئية مختلفة من الممكن رؤيتها كمصدر للتصور.

بذلك فإن ما لدى الفرد من صور ذهنية يكونها غالباً من خلال ما تعرض له من صور إعلامية في مضامين مختلفة، وخاصة لو كانت هذه الصور الإعلامية تتناول موضوعات أو مجتمعات أو بيئات ليس لدى الفرد أي خبرة مسبقة عنها فإنه يكون صورة الذهنية عنها من خلال الصورة الإعلامية التي تعرض لها من خلال وسائل الإعلام.

وبذلك فإن الصور الإعلامية التي تعرضها الأخبار والبرامج التليفزيونية بالصفحات الرسمية للقنوات التليفزيونية السورية، التي تتناول أخبار وقضايا اللجان السورية لها دور كبير في بناء انطباعات وسمات اللجان السورية لدى الجمهور خاصة من لم يعيش مجتمعاتهم وواقع حياتهم، وبالتالي بناء صورهن الذهنية من خلال ما عرضته وسائل الإعلام من أخبارهن ومدى اختلافها عن حياتهن السابقة في الوطن.

مشكلة الدراسة:

فيما يطوى النزاع السوري عامه الحادي عشر مما سبب حدوث أزمة اللاجئين، لا يزال الوضع الإنساني للاجئين في مناطق اللجوء بالداخل والخارج وضعاً حرجاً ومأساوياً، وبشكل خاص ما يرتبط بمصير ملايين اللاجئين السوريين، التي كانت من أهم القضايا التي اولتها المنظمات الدولية اهتماماً كبيراً وسعت الجهود الدولية لوضع حلول لها، والتي كان من ضمنها برنامج "مساعدة وتمكين للاجئين من سوريا والنساء والفتيات المستضعفات في المجتمعات المضيفة في مصر والأردن ولبنان" الذي عملت على تنفيذه الإسكوا (لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغرب اسيا) بالتعاون مع المديرية العامة للتعاون من أجل

التنمية بوزارة الخارجية الإيطالية والوكالة الإيطالية للتعاون الإنمائي، وبرز أيضا دور وسائل الاعلام المهتمة بالشأن السوري بل وظهرت بعض القنوات الفضائية التي أنشأها بعض الكيانات السورية للتعبير قضايا ومعاناة الشعب السوري ونقلها للعالم، إلى جانب بعض القنوات العربية التي أولت اهتماما لمشاكل وقضايا الشأن السوري بشكل عام، وأوضاع ومعاناة اللاجئين بشكل خاص، وطرح تلك القنوات لصفحاتها الرسمية على الفيس بوك كأحد أكثر مواقع التواصل الاجتماعي الأعلى جماهيرية وانتشارا لضمان نقل محتوى برامجها لجميع انحاء العالم، إلى جانب تحقيق حرية وتكرار التعرض للمحتوى الذى اتاحته إمكانيات وخصائص وسائل الاعلام الجديد، مما يساهم في نقل صورة لواقع وقضايا اللاجئين السوريين بمناطق اللجوء الداخلية والخارجية على مستوى العالم. ومن ثم يمكن بلورة مشكلة الدراسة في السؤال التالي: ما الصورة الإعلامية للاجئات السوريات بالصفحات الفيس بوك الرسمية للقنوات الفضائية وعلاقتها بصورتهم الذهنية لدى الجمهور السوري والمصري؟

أهمية الدراسة:

- 1- تكتسب هذه الدراسة بعداً مجتمعياً حيث تتناول أوضاع ومعاناة اللاجئات السوريات بمناطق اللجوء الداخلية والخارجية وما يتعرضن له من ضغوط قانونية واقتصادية واجتماعية ومعيشية.
- 2- تتناول هذه الدراسة دور الصفحات الرسمية للقنوات الفضائية السورية والعربية المهتمة بالشأن السوري في تكوين الصورة الإعلامية للاجئات والتي ساعد في بلورتها البرامج والمواد المقدمة بها حول اللاجئات السوريات.
- 3- أن هذه الدراسة تبحث في مجال الصورة الذهنية للاجئات السوريات لدى عينة من الجمهور المصري والسوري، وبالتالي التوصل إلى مدى التشابه أو الاختلاف في ملامح تلك الصورة، واتوصل إلى مدى تأثير الخبرات السابقة في تكوين ملامحها.

أهداف الدراسة:

هذه الدراسة تسعى إلى:

- 1- الكشف عن العلاقة بين صورة اللاجئات التي تقدمها الاخبار والبرامج التلفزيونية بصفحات الفيس بوك الرسمية للقنوات السورية والعربية عينة الدراسة، وبين صورتهم الذهنية لدى عينة من الجمهور المصري والسوري.
- 2- التعرف على ملامح الصورة الاعلامية للاجئات السوريات التي تقدمها الاخبار والبرامج التلفزيونية بالصفحات الرسمية للقنوات عينة الدراسة.
- 3- التعرف على ملامح الصورة الذهنية المتكونة لدى الجمهور المصري والسوري عينة الدراسة عن اللاجئات السوريات.
- 4- الكشف عن مدى الاختلاف أو التشابه في الصورة الذهنية للاجئات السوريات لدى عينة الدراسة من الجمهور المصري عنها لدى الجمهور السوري.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية الغرس الثقافي **Cultivation Theory** تناول فكرة نظرية الغرس لأول مرة من قبل جورج جربنر مع زملائه في مدرسة أنيبيرج للاتصالات، بنسلفانيا (1969). بناءً على الأبحاث السابقة حول المؤشرات الثقافية التي أجراها جربنر، ركز تحليل الغرس على تأثير الوسائط المتعددة على الحياة اليومية، من النتائج المهمة الأخرى من تحليل الغرس تصنيف جمهور التلفزيون إلى فئتين مختلفتين: المشاهدون الثقيلون والمشاهدون الخفيفون، ومن بين هذين النوعين، أصبح المشاهد الثقيل هو الشغل الشاغل لعلماء الاتصال، حيث أن مشاهدة المكثفة لسلوك التلفزيون بشكل دائم من شأنها أن تؤدي إلى اعتقاد عميق ومبالغ فيه تجاه الحقائق الرمزية كما يتم عرضها على الشاشة (Venus, 2007).

وتعتبر نظرية الغرس الثقافي تصوراً تطبيقياً للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى، وتشكيل الحقائق الاجتماعية والتعلم من خلال الملاحظة والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات، حيث تؤكد الفكرة العامة التي تجتمع حولها النظريات السابقة وهي قدرة وسائل الإعلام في التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعالم المحيطة بهم، خصوصاً بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون إلى هذه الوسائل بكثافة كبيرة (اسماعيل، 2003).

الأسس النظرية للغرس:

وضع جربنر ست اعتبارات رئيسية للغرس تتمثل في:-

- 1- التلفزيون وسيلة فريدة لتطبيق نظرية الغرس الثقافي مقارنة بوسائل الاتصال الجماهيري الأخرى.
- 2- تشكل رسائل التلفزيون نظاماً متماسكاً يعبر عن الاتجاه السائد في ثقافة المجتمع Mainstreaming.
- 3- تحليل رسائل التلفزيون يقدم دليلاً على عملية الغرس.
- 4- يركز تحليل الغرس على مساهمة التلفزيون في نقل الصور الذهنية على المدى البعيد.
- 5- يركز تحليل الغرس على مدى قدرة الرسائل التلفزيونية على تحقيق التجانس بين أفراد المجتمع.
- 6- تساعد المستحدثات التكنولوجية على زيادة قدرة الرسائل التلفزيونية.

فروض الغرس:

تعتمد النظرية على الفرض الرئيسي وهو أن التعرض الكثيف للتلفزيون يغرس اتجاهات أكثر اتساقاً مع النسخة المصورة للواقع في التلفزيون عن ماهية الواقع الفعلي ويرى جربنر Gerbner أن عالم التلفزيون " ليس نافذة على أو انعكاساً للعالم، ولكنه عالم في حد ذاته.

"Not a window on or reflection of the world " ، "but a world in itself"

تجذب هذه النسخة المبتكرة من العالم كثيفي المشاهدة لعمل افتراضات عن العنف، والناس، والأماكن، والأحداث الخيالية الأخرى التي لا تعد صادقة بالنسبة لأحداث الحياة الحقيقية (Greunk, 2003).

الصورة الذهنية:

الصورة الذهنية تلعب دوراً مهماً في تكوين الآراء وتشكيل الاتجاهات واتخاذ القرارات وتوجيه السلوك، حيث أكد بولدنج Bolding أن الكيفية التي يتصرف بها الفرد تعتمد كثيراً على ما لديه من صورة ذهنية، ويتضح ذلك من خلال أي تغيير يصيب الصورة يتبعه بالضرورة تغييراً في السلوك، وبالتالي فإن طبيعة هذه الصورة وكيفية تشكيلها وتغيرها، يعد من أهم الموضوعات التي يجب الاهتمام بها من قبل وسائل الإعلام التي تعتبر الأقوى تأثيراً في تكوين هذه الصورة (حسن، 2000)

مفهوم الصورة الذهنية وأنواعها:

Stereotype Image هي صورة تنطبق عادة عن الشخص أو المكان أو أي شيء آخر نتيجة موقف شخصي، أو بسبب تناقل الناس للأخبار والقصص والحوادث عن شخص معين أو مكان معين أو حدث معين، وسرعان ما تتداعى هذه الصورة المختزلة في العقل الباطن للإنسان مباشرة عند ذكر هذا الشخص أو المكان أو الحدث المعين (حسين، أبريل 2016)، أو هي نتاج نهائي لانطباعات ذاتية، تكونت عند الأفراد تجاه شخص، أو نظام أو شعب أو جنس أو أي شيء آخر له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون الانطباعات من التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم .

وبالتالي فالصورة الذهنية قد تكون جيدة (إيجابية) وقد تكون سيئة (سلبية)، اعتماداً على الموقف الشخصي أو على ما تطرق للفرد من أحاديث عن مكان ما أو حدث ما أو شخص معين.

أنواع الصورة الذهنية:

الصورة المرأة: التي يرى القائم بالاتصال من خلالها العمل الذي يقدمه أو المادة التي يقدمها للجمهور.

الصورة الحالية: وهي التي يرى بها الآخرون العمل المقدم.

الصورة المتوقعة: وهي التي يود القائم بالاتصال الوصول بها إلى أذهان الجماهير وتستقر لديهم.

الصورة المثلى: وهي أمثل صورة يمكن أن تتحقق إذا أخذنا في الاعتبار وجود منافسة للمنشآت الأخرى، وجهودها في التأثير على الجماهير.

الصورة المتعددة: وتحدث عندما يتعرض الأفراد لانطباعات مختلفين عن موضوع ما.

ابعاد الصورة الذهنية

تتكون الصورة الذهنية لدى الإنسان تجاه شخص أو شيء ما معين، كما يرى سكوت من ثلاثة عناصر متميزة هي: -

- 1- مجموعة الصفات المعرفية التي يستطيع أن يدرك بها ذلك الشيء بطريقة عقلية
- 2- البعد العاطفي المنطلق بالميل لذلك الشيء أو النفور منه.
- 3- العنصر السلوكي المتمثل في مجموعة الاستجابات العملية تجاه ذلك الشيء (مصطفى، 2011).

أولاً: البعد المعرفي:

المعرفة تعد مدخلا للعملية الاتصالية، فلا يكفي بأن يعرف الإنسان موضوعا معيناً وإنما تشمل أبعاداً أخرى تتمثل في عمليات التحليل والتفسير للرموز التي قدمت المعلومات، ثم الاستجابة على نحو معين، فالأسلوب الذي تستوعب فيه برنامجاً معيناً نشاهده على شاشة التلفزيون يكون بناء على تفاعل مستمر بين مادة البرنامج والمعرفة الموجودة في عقولنا مسبقاً إذا فاستقبال معلومة أو فكرة أو مادة معينة من التلفزيون يبني على ما نعرفه مسبقاً عن هذه المعلومة أو الفكرة (المنصف الشناوي & محمد معوض وآخرون، 1995).

ثانياً: البعد الوجداني:

العواطف هي أحاسيس داخلية تشتمل على عنصرين: -

عنصر فسيولوجي: مثل دقات القلب عند الخوف والدموع عند الحزن وهذا يحدث بصورة لا إرادية ويشتمل أيضاً كراهية القيام بعمل شيء ما أو الميل لعمل شيء ما.

العنصر الذهني: - يشمل التفكير في أسباب وملايسات الإحساس العاطفي وتفسير للنفس.

فالسماة المدركة لا تأتي إلينا مصنفة ومسماه، ولكن يتعلم الفرد أن يبحث بعين انتقائية ويعطي معنى للأشياء، وليس هذا كل شيء حيث أن الفرد لا يصنف الأشياء فقط، بل يقوم بردود أفعال لها طابع وجداني، كما تشير معظم الدراسات على أن كل مدركاتنا تتضمن في واقع الأمر جوانب عاطفية وتؤثر هذه المشاعر بقوة على ما ندركه (شاهين، 2008).

ثالثاً: البعد السلوكي:

وهو حدوث استجابة معينة مرتبطة بنوعية الصورة المكونة وتعبير عنها وهو ما يسمى بالسلوك، الذي قد يكون عضلياً أو نفسياً، ويشير Richard إلي أن الناس يختلفون في طبيعة الصورة الذهنية التي يكونونها، فهم يختلفون في سلوكهم إزاء الناس والأشياء التي يحملونها (شاهين، 2008).

دور الصورة الإعلامية في تكوين الصورة الذهنية للاجنات السوريات:

الصورة الإعلامية هي مجموعة السمات والصفات التي تنسبها وسائل الإعلام لإحدى الدول أو الشعوب من خلال ما تقدمه من مضامين وبرامج حول هذه الدول والشعوب (القحطاني، 2012).

وعرفها أبو نقيرة بأنها "الإطار (الشكل والمضمون) الذي تقدم به وسائل الإعلام صياغة الواقع وتشكيل ملامحه (الدول، الشعوب، الأشخاص، القضايا، الأشياء، المهن، وغيرها) وفق تصورات تلك الوسائل أو القائمين بالاتصال، إسهاماً منها في تشكيل الصورة الذهنية للجمهور عن ذلك الواقع، بغض النظر عن مدى اقتراب تلك الصورة المصنعة أو ابتعادها عن حقيقة الواقع الذي تصوره.

وتختلف الصورة الإعلامية عن الصورة الذهنية بعدة سمات تميزها

1- تتشكل الصورة الإعلامية بوساطة القائم بالاتصال أو حارس البوابة في الوسيلة الإعلامية فقط، عكس الصورة الذهنية أو النمطية التي تتشكل عبر مجموعة من العوامل المختلفة من بينها وسائل الإعلام.

2- الصورة الذهنية أشمل وأعم من الصورة الإعلامية، حيث تعد الصورة الإعلامية إحدى مكونات الصورة الذهنية، وتعتبر الصورة متغيرة أو غير ثابتة، وقد تكون مشوشة وذلك إذا تعددت وسائل الاعلام واختلفت في توجهاتها نحو الظاهرة الواحدة.

3- الواقع الفعلي قد يختلف عما ترسمه الصورة الإعلامية في وسائل الإعلام، ويعود ذلك لمدى التزام القائم بالاتصال في الوسيلة الإعلامية بالموضوعة والمصادقية، ومدى دقة نقله للواقع الفعلي أو الحقيقي.

وحدد سليمان صالح عملية بناء الصورة الإعلامية من خلال ثلاث عمليات هي: التركيز، الحذف، التكرار.

التركيز: حيث تستغل وسائل الإعلام حاجة الناس إلى التصنيف وعدم قدرتهم على استيعاب الأحداث والمشكلات العالمية والاجتماعية المعقدة، وعدم قدرتهم على البحث عن معلومات أو تحليلها أو تفسيرها، للتركيز على زوايا معينة من الأحداث أو شخصيات معينة تدخل في عملية التصنيف، والذي يؤدي إلى تبسيط الأحداث، ولكن عملية التركيز تميل إلى التوافق مع الصورة النمطية الموجودة، أو تؤكد على سمات جديدة لهذه الصور.

التكرار: حيث تقوم وسائل الإعلام بتقوية الصور النمطية الموجودة في الثقافة وتدعيمها، عن طريق

تكرار السمات والصفات التي تتضمنها هذه الصور بوساطة الشخصيات، والتركيز على زوايا من الأحداث مع تكرار هذه الزوايا حتى تصبح هذه الصور جزءاً من الواقع

الحذف: تقوم وسائل الإعلام بحذف حقائق، أو بعض زوايا الأحداث التي تتناقض مع الصورة النمطية الموجودة في الثقافة العامة للناس. (صالح، 2005) وبالتالي يمكن تعريف

الصورة الإعلامية للاجئات السوريات بأنها" الشكل والمضمون الذي تقدم به صفحات الفيس بوك الرسمية للقنوات الفضائية صياغة واقع وملامح اللاجئات السوريات وفق تصورات القائمين على الاتصال بتلك القنوات إسهاماً منها في تشكيل الصورة الذهنية للجمهور عن ذلك الواقع، بغض النظر عن مدى اقتراب تلك الصورة المصنعة أو ابتعادها عن حقيقة أو واقع اللاجئات السوريات الذي تصوره. وبذلك فإن ما لدى الفرد من صور يكونها غالباً من خلال ما تعرض له من صور إعلامية في مضامين مختلفة، وخاصة لو كانت هذه الصور الإعلامية تتناول موضوعات أو مجتمعات أو بيئات ليس لدى الفرد أي خبرة مسبقة عنها فإنه يكون صورة الذهنية عنها من خلال الصورة الإعلامية التي تعرض لها من خلال وسائل الإعلام.

وسائل الاعلام التقليدية والجديدة وتكوين الصورة الذهنية:

لم تعد وسائل الاعلام تعكس فقط العالم الموجود بحقائقه الأساسية، بل انها تساعد أيضا في خلق عالم جديد بما تنشره وترويجه وتذيعه، وتصوره من كل مكان، فهي قادرة على أن تسقط وتغفل شخصيات هامة، وخلق نجوم وشخصيات جديدة من وقت لآخر إلا أن الصورة الإعلامية تتميز بأنها تصنع واقعا إعلامياً مختلفاً عن الحياة الواقعية، لأنه لولا وجود هذا الاختلاف لما كان هناك مبرر يدفع الجمهور لقراءة الصحف أو مشاهدته التلفزيون أو سماع الراديو، فالحياة الواقعية لا يمكن أن ترقى إلى مستوى البهاء والرونق الذي يقدم به العالم من خلال الواقعية الإعلامية المصنوعة (عواد، 2001).

وبانتشار وسائل الاعلام الجديد أصبح هناك انتشارا اوسع للصور الإعلامية التي ترسمها القنوات التلفزيونية وبمحتواها ومضمونها الذي يتناول واقع الافراد والشعوب بشكل عام واللاجئات السوريات بشكل خاص.

وتعدد وسائل الإعلام والاتصال الجديدة بتعدد أدواتها، وهي تزداد تنوعا ونموا وتداخل مع مرور الوقت وزيادة التطور الرقمي ويمكن تحديد هذه الوسائل في المحطات التلفزيونية التفاعلية، والكابل الرقمي، والصحافة الإلكترونية، ومنتديات الحوار والمدونات، والمواقع الشخصية والمؤسساتية والتجارية، ومواقع الشبكات الاجتماعية، ومقاطع الفيديو، والإذاعات الرقمية، وشبكات المجتمع الافتراضية، والمجموعات البريدية وغيرها، بالإضافة إلى الهواتف الجوال التي تنقل الإذاعات الرقمية، والبث التلفزيوني التفاعلي، ومواقع الأنترنت والموسيقى، ومقاطع الفيديو والمتاجرة بالأسهم، والأحوال الجوية وحركات الطيران، والخرائط الرقمية، ومجموعات الرسائل النصية والوسائط المتعددة..

ونحن الان نعيش في عالم رقمي، حيث أصبح الأنترنت المصدر الأساسي للمعلومات، وأصبحت وسائل التواصل الاجتماعي الآن أداة الاتصال الرئيسية خاصة بين البلدان الناطقة باللغة العربية، حيث يتم استخدامها كوسيلة أساسية للتعبير عن الآراء ومشاركة الأخبار والمعلومات، وعلى الرغم من جميع عيوب هذه الحياة الافتراضية، إلا أن وسائل التواصل الاجتماعي خلقت مساحة من الحرية لرؤية ومعرفة وممارسة الجديد في عالم الاتصال.

وتتميز وسائل الاعلام والاتصال الجديدة بعدة سمات منها:

1-التفاعلية: تتيح للقائم بالاتصال والمتلقي تبادل الأدوار، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه أي تبادلية أي أن هناك حوار بين طرفي عملية الاتصال.

2- التزامنية: حيث إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد، سواء كان مستقبلاً أو مرسلًا.

3-المشاركة والانتشار: توفر وسائل الإعلام والاتصال الجديد لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشراً للمحتوى بإرسال رسالته إلى الآخرين.

4- الحركة والمرونة: إمكانية نقل هذه الوسائل الجديدة حيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسب المتنقل، وحاسب الأنترنت والهاتف الجوال، والهواتف الذكية، بالاستفادة من الشبكات

اللاسلكية.

5-الكونية: أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.

6-اندماج الوسائط: حيث يتم استخدام كل وسائل الاتصال، مثل النصوص والصوت والصورة الثابتة والصور المتحركة، والرسوم التوضيحية ثنائية وثلاثية الأبعاد.

7-التخزين والحفظ: حيث تسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها، كجزء من قدرات الوسيلة بذاتها. (علال، 2019).

وتعد عملية إنتاج الصور الذهنية في مقدمة وظائف وسائل الإعلام وهي ثلاث وظائف أساسية:

- تتمثل في كونها أداة أساسية يتم من خلالها إنتاج المعرفة الاجتماعية واستهلاكها، وهي بذلك تكون مسؤولة عن تجهيز القاعدة التي تبنى عليها الجماعات والطبقات (صورة ذهنية) لمعاني وممارسات وقيم الجماعات والطبقات الأخرى، وتزويد الصور والأفكار التي يحث المجتمع، أي أن الوظيفة الثقافية الأولى لوسائل الإعلام المعاصرة هي التوفير والبناء الانتقائي للمعرفة الاجتماعية.

- تعكس وتسهم في تحقيق التعددية التي يتصف بها المجتمع المعاصر، وهنا ترتب وتنظم الأنواع المختلفة من المعرفة الاجتماعية تبعاً لسياقاتها المرجعية ضمن خرائط الواقع الاجتماعي المفضلة مما يوضح انتقائية وسائل الإعلام التي تقوم على قواعد معيارية.

- تنظم وتقود وتجمع معاً ما قامت بتمثيله انتقائياً، وما صنفته انتقائياً، وهنا ينبغي أن تبدأ ببناء بعض الوحدة أو الانسجام الخيالي أو درجة من الاتساق والترابط بين هذه المواد المجزأة والمتعددة، ويتضح هنا مدى الدور الذي تلعبه الأيديولوجيا في هذه الوظيفة وفي الوظائف الثلاث عموماً (ندا، 2004).

الدراسات السابقة:

تنقسم الدراسات السابقة إلى محورين رئيسيين هما

1- دراسات تناولت الصورة الإعلامية والصورة الذهنية

2- دراسات تناولت اللاجئيين السوريين

المحور الأول: دراسات الصورة الإعلامية والصورة الذهنية:

تناولت دراسة (همال، 2022) إدارة الصورة الذهنية للمؤسسات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعية"، وذلك بتحليل مضمون منشورات صفحات مؤسسة شبكة الجزيرة الإعلامية على شبكات التواصل الاجتماعي، بأسلوب الحصر الشامل لكل منشورات صفحة "هنا الجزيرة" على الفيسبوك-كصفحة رسمية لقسم العلاقات العامة بشبكة الجزيرة والتي بلغت (111) منشورا، وأوضحت نتائج الدراسة أن إدارة الصورة الذهنية لمؤسسة شبكة الجزيرة الإعلامية ضمن مرحلتين (مرحلة اصلاح الصورة، واستعادة وترميم الصورة)، حيث اعتمدت في اصلاح صورتها على تفعيل القيم والأهداف والهوية المؤسسية والبصرية كمكونات أساسية لتقديم صورتها المرغوبة، وتعزيز هويتها الرقمية ومواكبتها للتكنولوجيا، تعتمد شبكة الجزيرة الإعلامية على استراتيجيات اتصالية للمرحلتين في إدارة صورتها الإعلامية والمعلوماتية عادة، وفي حالة الأزمات: العدا، الاجراءات التصحيحية والصمت، في حين أكدت مواكبتها لمتطلبات بيئة الرقمنة وشبكات التواصل الاجتماعي باعتماد آليات لإدارة صورتها كالتفاعل الوظيفي واعتماد الوسائط المتعددة وتنوع أساليب الخطاب ضمن منشورات صفحتها.

دراسة (Vollbracht, 2021) تناولت الصورة الإعلامية للإدماج المهني للأشخاص ذوي الإعاقة واعتمدت على تحليل المحتوى الإعلامي واجراء المقابلات مع الصحفيين بشأن القيم الإخبارية والصور النمطية والأطر الثقافية حول الإدماج المهني لهم، وتم تحليل نتائج المقابلات والدراسات الأدبية حول القيمة الإخبارية والدراسات الثقافية، وتقييمات الإحصاءات والمسوحات الرسمية، وتوصلت إلى الدراسة إلى أن وضع الأشخاص ذوي الإعاقة بألمانيا وخارجها في وسائل الاعلام الشعبية منخفض نوعا ما، وفي ألمانيا يتم مناقشة أوضاع ذوي الإعاقة بشكل أقل توترا في الأخبار التلفزيونية المسائية مقارنة بالدول الأخرى.

ودراسة (Valko, 2019) حول بنية وآليات تكوين الصورة النمطية لسببيريا من وجهة نظر النهج المعرفي الذي يميز بين ثلاثة مستويات: (الإطار ، والأطر الفرعية ، والفتحات المتعلقة بالكيان الذي تم استكشافه) واستندت الدراسة إلى بيانات المجموعة الوطنية للغة الروسية ، والتي تم تحليلها بمساعدة تحليل المحتوى وتحليل الإطار، تستغل صورة منطقة سببيريا بنشاط إطارات "طبيعة وجغرافيا سببيريا" ، "تاريخ سببيريا" ، "اقتصاد سببيريا"، وتوصلت النتائج إلى أن الصورة النمطية لسببيريا ديناميكية، حيث تعكس وسائل الإعلام الصور النمطية الموجودة تقليديا في أذهان عدد كبير من الناس من سكان المناطق الروسية الأخرى والأجانب، وكانت الصورة النمطية لسببيريا المعروضة في وسائل الإعلام

متناقضة، فبعض الصور النمطية الموجودة لها طابع سلبي واضح هي انها منطقة (بعيدة ، باردة، مهجورة، بها الذئاب والدببة، والمعسكرات والسجون، وتسبب مشاعر القلق)، في الوقت نفسه بدأت وسائل الإعلام الروسية في تشكيل صورة نمطية جديدة لسبيرييا أو إيجابية هي انها (منطقة كبيرة، مليئة بالثروة الطبيعية، آفاق التنمية") وتسبب تلك الصورة اهتمامًا بالمنطقة، وخاصة لدى المستثمرين المحتملين.

ودراسة (الأمين، 2018) التي سعت لفهم الدور الفعلي للتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الوطنية للصحافة لدى جمهورها الداخلي والخارجي، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت أسلوب الملاحظة واستمارة الاستبيان كأدوات لجمع البيانات، تم تطبيقها على 25 موظف من العاملين بالمؤسسة الوطنية للصحافة كجمهور داخلي، و 50 مفردة من المستخدمين للتكنولوجيات الجديدة للإعلام في التواصل مع المؤسسة الوطنية كجمهور خارجي، وجاءت أهم نتائج الدراسة أن جميع التطبيقات التكنولوجية الحديثة للإعلام والاتصال تقدم برامج تساعد على تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الوطنية للصحافة (النصر) كما أن المؤسسة تهتم بجميع وسائل الاتصال التي من شأنها تلميع صورتها لدى الجمهور.

وهدفت دراسة (حسين، ابريل 2016) إلى معرفة الصورة الذهنية المكونة لدى المجتمعات الغربية عن المهاجرين والتعرف على المؤثرات السياسية والاجتماعية على تكوين الصورة الذهنية للمهاجرين، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الملاحظة والمقابلة والكتب والانترنت لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى وجود صورة سلبية للمهاجرين بالمجتمعات الغربية، وغياب التوعية الإعلامية والقانونية للمهاجرين والتي كانت من الأسباب الرئيسية وراء تكريس الصورة السلبية لهم، وقلة الدراسات المتعلقة بالصورة الذهنية للمهاجرين إلى المجتمعات الأوروبية بالمراكز البحثية والأكاديمية وخاصة العربية.

وسعت دراسة (محمود، 2016) إلى التعرف على طبيعة الصورة الإعلامية التي تعكسها عدة مواقع إلكترونية إخبارية عن مصر، وتحليل سمات واتجاهات التغطية الصحفية للمواقع الإخبارية، باستخدام منهج المسح، وتم تحليل مضمون (1706) خبر بسبع مواقع إخبارية أجنبية، وجاءت نتائج الدراسة توضح تفوق قالب الخبر الصحفي على القوالب الأخرى بنسبة 55% ، وتفوقت الموضوعات السياسية على باق الموضوعات بنحو 56.6%، وجاءت الصور في مقدمة المواد المدعمة للمادة الصحفية بنسبة 43.4% ، جاء المتخصصون والخبراء قائمة المصادر بنسبة 40.3% ، وجاءت أهم السمات الإيجابية خلال فترة طنطاوي: نشاط وكفاءة الوزراء والمسؤولين، قوة دور مصر في حفظ السلام بالمنطقة والدعوة إليه، وأهم السمات الإيجابية فترة مرسى: نشاط وكفاءة الرئيس والقائم مقامه، قوة دور مصر في حفظ السلام بالمنطقة والدعوة إليه، وأهم السمات السلبية خلال فترة طنطاوي: عدم كفاءة الرئيس وسوء قراراته والقائم مقامه، تقصير وقمع وتخاذه الأجهزة الأمنية، أهم السمات السلبية خلال فترة مرسى: زيادة الحوادث وارتفاع معدلات الجريمة والعنف، عدم كفاءة الرئيس وسوء قراراته أو القائم مقامه.

وهدفت دراسة (عياش، 2014) إلى التعرف على الصورة الإعلامية التي ترسمها الصحف المصرية عن حركة المقاومة الإسلامية حماس بعد ثورة يناير 2011 خلال الفترة من 2012/1/25 حتى 2013/1/25، واعتمدت الدراسة على منهج المسح والمقارن والمنهج التاريخي، وتم جمع البيانات من خلال استمارة تحليل المضمون، تم تطبيقها على عينة قوامها 3 صحف مصرية، هي: الأهرام، والمصري اليوم، والحربة والعدالة، وتوصلت إلى عدة نتائج أهمها أن صورة حماس في صحيفة الحرية والعدالة كانت إيجابية، بينما كانت صورتها في صحيفتي الأهرام والمصري اليوم سلبية.

المحور الثاني: دراسات تناولت اللاجئات السوريات:

دراسة (Chalmiers, 2021) أجريت خلال 14 شهرًا من العمل الميداني الاثنوجرافي مع لاجئات سوريات في المدن الأردنية (عمان - إربد - الرمثا)، تم تجنيد المشاركين من اللاجئين في الأردن عن طريق أخذ عينات بطريقة كرة الثلج، ومن خلال شبكة من الاتصالات الأولية التي تعرف عليها الباحث من قبل الأصدقاء والأقارب، وأوضحت النتائج أن الشعور المتجدد بالضيق الذي تصفه اللاجئات والأطفال لا يشير إلى المحيط المادي والتحديات العملية للحياة بل إنه يثير إحساسًا بالضيق والتضييق بالنسبة للمستقبل المتخيل وتجارب العزلة والوحدة التي نتجت جزئيًا عن الحجم والتحديات المعمارية لشققهم.

وهدفت دراسة (Shereen Hamadneh, 2021) للتعرف على مواقف الأمهات اللاجئات السوريات بمحافظة إربد خلال Covid-19، وتم تطبيق استبانة على عينة قوامها 389 من الأمهات اللاجئات السوريات الحوامل أو اللاتي لديهن أطفال، وتم توزيع رابط الاستبيان في أبريل 2020، عبر خدمتي المراسلة على Facebook و WhatsApp، تم الحصول على معلومات الاتصال من مراكز المجتمع المحلي والمنظمات غير الحكومية في مدينة إربد، شمال الأردن، وأظهرت النتائج أن 66% من مصادر معلومات الأم حول Covid-19 عبر فيسبوك 87%، وواتس أب 69%، والتلفزيون 53%، بينما أشار 21% من العينة ان مصادر معلوماتهم كانت من خلال قواعد بيانات احترافية أو مواقع حكومية، وكانت الأمهات اللاجئات السوريات مطلعات على طرق انتقال فيروس Covid-19 والوقاية منه، ومع ذلك فقد اقتنوا إلى المعرفة الكافية حول انتقال Covid-19 بين الأم والطفل، ومخاطر التدخين المرتبطة ب Covid-19، وأوضحت النتائج وجود فجوات في معرفة ومواقف الأمهات السوريات اللاجئات في محافظة إربد فيما يتعلق بوباء Covid-19.

وجاءت دراسة (Eltokhy, 2020) حول مفهوم الانتماء لدى اللاجئات السوريات بميلانو، حيث هدفت الدراسة للكشف عن تأثير الاستقرار والظروف المعيشية للاجئات السوريات، خلال المراحل الأولى من اللجوء في ميلانو، على عملية تنمية الشعور بالانتماء إلى المنزل، يعتمد البحث على أسلوب المقابلة المتعمقة مع سبع سوريات، تم خلالها فحص مفهوم الانتماء كمسألة فردية وجماعية، وتوصلت النتائج عن مركزية المنزل في حياة المشاركين وكذلك المشاعر المرتبطة به، أيضًا أن الشعور بالانتماء يتأثر بشكل مباشر بالأثر التحويلي للنزوح على النوع والطبقة الاجتماعية، أخيرًا، خلصت الدراسة إلى أنه في حين أن تطوير الشعور

بالانتماء في مجمله متعدد الأبعاد ، إلا أنه مشروط بشكل أساسي بتوفير منزل مستقر وظروف معيشية مضمونة.

وتناولت دراسة (Atalay, 2019) مشاكل صحة النساء للاجئات السوريات على أساس الجنس، وتم فحص المشاكل الصحية للاجئات السوريات بأسلوب منهجي على أساس الجنس، حيث تكونت عينة الدراسة من 580 امرأة تتراوح أعمارهن بين 15 و 49 عامًا في مخيم يبو للإيواء المؤقت في هاتاي يايلداغي، واعتمدت الدراسة على الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات، ومقياس أدوار النوع الاجتماعي (GRAS)، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مواقف النساء كانت متساوية تجاه الأبعاد الفرعية المسماة "أدوار الجنسين في الزواج" (بمتوسط 28 درجة)، "أدوار الجنسين التقليدية" (بمتوسط 20 درجة) ، أدوار الذكور بين الجنسين " (بمتوسط 20 درجة) و" أدوار الجنسين المتساوية" (بمتوسط 32 درجة) ، بينما للأبعاد الفرعية " أدوار الجنس (بمتوسط 19 درجة) تظهر النساء مواقف تقليدية، وتم تحديد الفرق بين متوسط الدرجات لمواقف دور المرأة بين الجنسين ليرتبط بأدوار الجنسين وخصائص الفئة العمرية للمرأة، ونطاق مؤشر كتلة الجسم، والحالة التعليمية للحالة الاجتماعية، والحالة المهنية، ومدة الزواج، وعدد حالات الحمل إحصائيًا كبير ($P < 0.05$) ونتيجة لذلك، وُجد أن للنساء سيطرة متساوية على أدوار الجنسين (درجة GRAS النقطة 121) وتم تقديم توصيات لحماية صحة اللاجئات واكتساب مواقف عادلة تجاه أدوار الجنسين.

دراسة (Niveen Rizkalla, 2019) هدفت الكشف عن تحديات النزوح التي واجهت المرأة السورية بعد أن لجأت إلى مجتمعات حضرية مختلفة في الأردن، تم جمع البيانات من خلال اجراء 20 مقابلة مفتوحة في عام 2014 مع لاجئات سوريات في منظمات إنسانية مختلفة، أو أماكن عامة ، أو في منازل اللاجئين، تم تحليل المقابلات باستخدام أسلوب البحث السردية، وجاءت أهم النتائج أن 94٪ من عينة الدراسة ابلغن عن تعرضهم للحرب قبل طلب اللجوء في الأردن، وكانت أهم التحديات التي واجهتهم كنساء نازحات حديثاً هي صعوبات في السكن، وارتفاع تكاليف المعيشة، وعدم شرعية العمل، وندرة الموارد الاقتصادية، والفقر ، وعدم القدرة على قبول أطفالهن في المدارس، وعداء السكان المحليين، فضلاً عن الاهتمام المفرط بالأحداث في سوريا وحالة أفراد الأسرة الذين تركوهم وراءهم، وأبلغت العديد من النساء عن تعرضهن للخسارة، واقتنادهن وطنهم واستقرارهم وهويتهم، بينما أعرب آخرون عن شوقهم للعودة إلى سوريا، وأعرب الكثيرون عن شعورهم بخيبة الأمل ولكنهم ممتنون لكرم ضيافة الأردنيين المحليين.

وهدف دراسة (Dogutas, 2019) إلى تحليل أخبار اللاجئات السوريات في الصحف التركية، حيث تم دراسة أربع صحف تركية رئيسية (مثل Haber Turk و Cumhuriyet و Hurriyat و Internet Haber) بين عامي 2015 و 2019، وتوصلت الدراسة إلى أن اللاجئات السوريات واجهن العنف القائم على النوع الاجتماعي في تركيا، وقد تم ذكر تجاربهم كمحظيات بالدعارة وكذلك الاعتداءات الجنسية في المقالات الإخبارية التي تم تحليلها.

وتناولت دراسة (Bowen, 2017) تجارب اللاجئات في إنجاب طفل في كندا من منظور الصحة العقلية وما اذا عانين من اكتئاب ما بعد الولادة اضعاف ما تعانيه النساء المولودات بكندا، وتكونت عينة الدراسة اللاجئات السوريات اللائي هاجرن إلى ساسكاتون كندا في 2015- 2016 وكن حوامل أو مضى عام واحد بعد الولادة، تم جمع البيانات النوعية عبر مجموعة تركيز مع تحليل موضوعي، بينما تم جمع بيانات الاكتئاب باستخدام مقياس ادنبره للاكتئاب بعد الولادة (EPDS) واضطراب ما بعد الصدمة والبيانات الوصفية الاجتماعية والديموغرافية من استبيان منظم لتوفير سياق للتحليل النوعي، وجاءت النتائج أن اثنتا عشرة امرأة كن في المجموعة البؤرية، على الرغم من الابتسام في كثير من الأحيان، تم فحص 58٪ منهن على وشك اكتئاب محتمل ($EPDS > 10$)، و 25٪ تم فحصهن كن إيجابيات للاكتئاب ($EPDS < 12$)، و 17٪ تم فحصهن إيجابيات لاضطراب ما بعد الصدمة، لم تشر أي من النساء إلى عنف الشريك الحميم أو الأفكار الانتحارية، أشار جميع المشاركين إلى الدعم الاجتماعي، ومعظمهم من الشركاء، و 25٪ لديهم تاريخ من الاكتئاب.

التعليق على الدراسات السابقة:

بالنظر إلى الدراسات السابقة، سواء التي اهتمت بدراسات الصورة الإعلامية التي تشكلها وسائل الاعلام المختلفة سواء التقليدية كدراسة (عياش، 2014) إلى التعرف على الصورة الإعلامية التي ترسمها الصحف المصرية عن حركة المقاومة الإسلامية حماس بعد ثورة يناير 2011، أو الجديدة كدراسة (همال، 2022) إدارة الصورة الذهنية للمؤسسات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعية، ودراسات الصورة الذهنية التي ساهمت في تكوينها الصورة الإعلامية وساهمت إلى جانب العوامل الأخرى في تشكيل ملامحها كدراسة (حسين، ابريل 2016) التي سعت إلى معرفة الصورة الذهنية المكونة لدى المجتمعات الغربية عن المهاجرين والتعرف على المؤثرات السياسية والاجتماعية على تكوين الصورة الذهنية للمهاجرين، وجاءت دراسات اللاجئات اغلبها استخدمت دراسة الحالة والمقابلات للحصول على المعلومات حول أوضاع اللاجئات السوريات بمناطق اللجوء دراسة (Chalmiers, 2021) في الأردن حول الشعور المتجسد بالضيق الذي تصفه اللاجئات والأطفال، ودراسة (Eltokhy, 2020) حول مفهوم الانتماء لدى اللاجئات السوريات بميلانو، ودراسات حول مشاكل اللاجئات الصحية دراسة (Shereen Hamadneh, 2021) للتعرف على مواقف الأمهات اللاجئات السوريات بمحافظة إربد خلال Covid-19، واتضح ندرة الدراسات التي تناولت صورة اللاجئات الإعلامية وتأثيرها على صورتها الذهنية.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- 1- تم الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة في صياغة أسئلة استمارة الاستبانة.
- 2- تم الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة في التعرف على المنهج المستخدم لكون أغلب الدراسات من نوع الدراسات الوصفية.
- 3- كما تمكن الباحثين من التعرف على حجم وطرق سحب العينة، وصياغة الفروض.

4- ساعدت الدراسات السابقة الباحثين في تحديد الإطار النظري المناسب لمضمون الدراسة، وتحديد الأساليب الإحصائية الملائمة للبحث.

مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

-الصورة الإعلامية للاجئيات السوريات: هي مجموعة السمات والصفات التي تنسبها وسائل الاعلام للاجئيات السوريات من خلال ما تقدمه مضامين وبرامج حولهن.

-الصورة الذهنية للاجئيات السوريات: هي صورة تنطبع عن اللاجئيات السوريات نتيجة موقف شخصي، أو بسبب تناقل الناس ووسائل الاعلام لأخبار وحوادث اللاجئيات، وسرعان ما تتداعى هذه الصورة من العقل الباطن للإنسان عند ذكر اللاجئيات أو أماكن وجودهن أو الاحداث المتعلقة بهن.

-صفحات الفيس بوك الرسمية للقنوات الفضائية: هي أحد وسائل الاعلام الجديد التي تجميع ما بين خصائص وسائل الاعلام التقليدية وخصائص الاعلام الجديد مما يضيف لها من التفاعلية والانتشار، والتزامنية، والحركة والمرونة، والكونية، واندماج الوسائط مما يزيد من تأثيرها وفعاليتها.

فروض الدراسة:

1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصورة الإعلامية للاجئيات السوريات بالمواقع الرسمية للقنوات عينة الدراسة والصورة الذهنية للاجئيات السوريات لدى عينة الدراسة من الجمهور المصري والسوري (إيجابية أو سلبية).

2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الصورة الذهنية للاجئيات السوريات لدى افراد العينة من السوريين عنها لدى عينة الدراسة من المصريين.

3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة مشاهدة الجمهور عينة الدراسة (منتظمة، غير منتظمة) والصورة الذهنية المتكونة عن اللاجئيات السوريات لديهم.

الإجراءات المنهجية

نوع ومنهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة دراسة وصفية لأنها تستهدف وصف الظاهرة بالتفصيل حيث تسعى إلى معرفة الصورة الإعلامية المقدمة من خلال المواقع الرسمية للقنوات الفضائية بالفيس بوك وعلاقتها بالصورة الذهنية للاجئيات السوريات لدى عينة الدراسة من الجمهور المصري والسوري، تستخدم هذه الدراسة منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني.

مجتمع وعينة الدراسة:

1) عينة الدراسة التحليلية: تحليل مضمون البرامج التي تتناول قضايا اللاجئيات السوريات بالصفحات الرسمية للقنوات (تلفزيون سوريا، اورينت TV، الجزيرة سوريا، سكاى نيوز عربية) بالفترة من 15 يناير حتى 15 مارس 2022.

2) عينة الدراسة الميدانية: تم تطبيق استمارة الاستبانة على عينة قوامها (75) مفردة من الجمهور المصري و(25) مفردة الجمهور السوري لمعرفة الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن اللاجنات السوريات نتيجة لمشاهدة البرامج المقدمة عن اللاجنات السوريات بالمواقع الرسمية للقنوات عينة الدراسة.

توصيف عينة الدراسة:

جدول رقم (1) النوع

النوع	الجنسية /		Total
	مصري	سوري	
ذكر	31	11	42
	%41.3	%44.0	%42.0
أنثى	44	14	58
	%58.7	%56.0	%58.0
المجموع	75	25	100
	%100.0	%100.0	%100.0

جدول رقم (2) مستوى التعليم

مستوى التعليم	الجنسية /		Total
	مصري	سوري	
يقرأ ويكتب	3	2	5
	%4.0	%8.0	%5.0
مؤهل متوسط	3	4	7
	%4.0	%16.0	%7.0
مؤهل فوق متوسط	21	10	31
	%28.0	%40.0	%31.0
مؤهل عالي	46	9	55
	%61.3	%36.0	%55.0
دراسات عليا	2	0	2
	%2.7	%0.0	%2.0
المجموع	75	25	100
	%100.0	%100.0	%100.0

جدول رقم (3) محل السكن:

محل السكن	الجنسية /		Total
	مصري	سوري	
ريف	ك	8	15
	%	%10.7	%15.0
حضر	ك	67	85
	%	%89.3	%85.0
المجموع	ك	75	100
	%	%100.0	%100.0

مبررات اختيار عينة الدراسة:

1-تم تحديد الصفحات الرسمية لقناتي تلفزيون سوريا، واورينت TV كقناتين سوريتين الملكية، وقناتي الجزيرة سوريا وقناة سكاى نيوز عربية كقناتين عربيتين الملكية، وتشارك جميعها في انها قنوات ذات شعبية وانتشار كبير ولها صفحاتها الرسمية الفعالة على موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك).

2-بالنسبة لعينة الدراسة الميدانية تم اختيار عينة من الجمهور المصري للتعرف على الصورة الذهنية المتكونة لديه عن اللاجئات السوريات التي ساهم في تكوينها الصورة الإعلامية المعروضة لها بالقنوات عينة الدراسة كأحد أهم شعوب دول اللجوء التي نزح اليها اللاجئيين السوريين منذ الحرب، وتم اختيار عينة من الجمهور السوري فهو الشعب الذي عانى ازمة الحرب ولمعرفة دور الخبرات السابقة إلى جانب الصورة الإعلامية في تكوين ملامح الصورة الذهنية للاجئات السوريات.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على صحيفة استقصاء تم تطبيقها من خلال اتاحتها على الانترنت عن طريق الايميل والواتساب، وصحيفة تحليل مضمون للبرامج والاعبار المتعلقة باللاجئات السوريات بصفحات الفيس بوك الرسمية للقنوات عينة الدراسة.

صدق وثبات أدوات جمع البيانات: للتأكد من صدق وثبات الاستبانة وتحليل المضمون تم عرضها على عدد من المحكمين المختصين للتأكد من مناسبة الأداة لتحقيق أهدافها وقياس ما وضعت من أجله، ومناسبة العبارات المقترحة لكل بند من بنود الأسئلة ومدى كفايتها وسلامة اللغة ووضوح المعنى، وقد وجد اتفاق بينهم حول صلاحية عبارات كل بند من بنود الأسئلة، ويعد ذلك نوعاً من الصدق الظاهري لمحتويات البنود، وقد وضعت عبارات كل بند في صورتها النهائية.

ولحساب معامل الثبات لاستمارة الاستبانة تم تطبيق الاستمارة على عينة استطلاعية مكونة من 15 مفردة من المصريين والسوريين وتم التأكد من ثبات من خلال حساب معادلة الفا كرو نباخ وكانت النتائج كالآتي:

الاستمارة ككل: تم استخدام قيمة معامل ألفا كرو نباخ = 0.415 ومعامل الصدق الذاتي = 0.644.

مقياس س6: تم استخدام قيمة معامل ألفا كرو نباخ = 0.82 ومعامل الصدق الذاتي = 0.906.

مقياس س12: تم استخدام قيمة معامل ألفا كرو نباخ = 0.619 ومعامل الصدق الذاتي = 0.787.

أساليب المعالجة الإحصائية

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميداني، تم ترميز البيانات وادخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" SPSS ' Statistical Package for the Social Science' وتم اللجوء الي المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- 1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- 2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- 3- حساب الوزن المتوسط.
- 4- اختيار كا2 Chi Square Test. ومعامل التوافق للجداول المركبة.
- 5- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) وتم استخدامه للفرض الثاني.
- 6- معامل ارتباط الرتب للفرض الأول تم استخدام اختبار ت للعينات المستقلة.

نتائج الدراسة الميدانية:

- 1- أهم مصادر المعلومات عن اللاجئات السوريات

جدول رقم (4)

Total	الجنسية /		أهم مصادر الحصول على المعلومات
	سوري	مصري	
9	5	4	ك القنوات الفضائية الأجنبية
%9	%20.0	%5.3	%
45	12	33	ك القنوات الفضائية العربية

%	%44.0	%48.0	%45
ك	15	8	23
القنوات الفضائية السورية	%20.0	%32.0	%23
ك	9	4	13
صفحات فيس بوك الرسمية للقنوات الفضائية الأجنبية	%12.0	%16.0	%13
ك	29	11	40
مواقع الانترنت	%38.7	%44.0	%40
ك	48	6	54
صفحات فيس بوك الرسمية للقنوات الفضائية العربية	%64.0	%24.0	%54
ك	75	25	100
جملة من سئوا	%100	%100	%100

من خلال بيانات الجدول السابق يتضح أن (صفحات الفيس بوك الرسمية للقنوات الفضائية العربية) جاءت بنسبة 54% في مقدمة مصادر معلومات عينة الدراسة من المبحوثين حول اللاجئين السوريين، في حين جاءت (القنوات الفضائية العربية) بنسبة 45% بالمرتبة الثانية، تلاها مواقع الانترنت بنسبة 40%. وقد يرجع ذلك لما أتاحه الفيس بوك من مميزات جمعت بين وسائل الاتصال التقليدية ووسائل الاتصال الجديد ولما حققته من شعبية وانتشار للمعلومات على مستوى العالم، بالإضافة لما أتاحتها للجماهير من حرية التعرض للمحتوى في الوقت المناسب بل والتعرض المتكرر للمحتوى في حالة الحاجة للمعلومات. أما عن عينة الدراسة من المصريين فكانت صفحات الفيس بوك الرسمية من أهم مصادر معلوماتهم بنسبة 64%، أما عينة الدراسة من السوريين فجاءت مواقع الانترنت في صدارة مصادر معلوماتهم حول اللاجئين بنسبة 44%.

وقد يرجع وجود مواقع الانترنت في صدارة مصادرة معلومات عينة الدراسة من السوريين إلى أنهم في دول اللجوء المختلفة على مستوى العالم كانت مواقع الانترنت للمنظمات والهيئات الدولية على سبيل المثال منظمة (UNHCR)، المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين)، في صدارة اهتماماتهم لمساعدتهم على التعايش واستقرار أوضاعهم بتلك الدول، أو متابعة اخبار أهلهم أو معارفهم بدول اللجوء الأخرى من خلال تلك المواقع، وبالتالي جاءت المواقع الرسمية للقنوات الفضائية العربية بالإنترنت في صدارة مصادر معلوماتهم.

2- مدى متابعة أخبار وقضايا اللجان السورية على صفحات الفيس بوك الرسمية للقنوات الفضائية العربية

جدول رقم (5)

Total	الجنسية /		مستوي المتابعة
	سوري	مصري	
20	4	16	ك
%20.0	%16.0	%21.3	%
69	15	54	ك
%69.0	%60.0	%72.0	%
11	6	5	ك
%11.0	%24.0	%6.7	%
100	25	75	ك
%100.0	%100.0	%100.0	%

من خلال بيانات الجدول السابق يتضح أن 69% من عينة الدراسة الاجمالية يتابعون اخبار وقضايا اللجان السورية أحيانا، وتساوت عينة الدراسة من السوريين والمصريين في متابعتهم أحيانا لأخبار وقضايا اللجان السورية في المرتبة الأولى، أي ان المتابعة جاءت متوسطة وقد يرجع ذلك لارتباط متابعتهم بحالة ظهور احداث مهمة على الساحة الدولية حول أحداث وقضايا وأوضاع اللاجئين بدول ومناطق اللجوء بشكل عام، والمناطق التي يعاني بها اللاجئين من أوضاع الطقس والأوضاع الاقتصادية بشكل خاص.

معامل التوافق	الدلالة الاحصائية	درجة الحرية	كا تربيع
0.1786	0.0556	2	5.779 ^a

توجد علاقة ايجابية ضعيفة

3- اسباب عدم متابعة أخبار وقضايا اللجان السورية

جدول رقم (6)

Total	الجنسية /		أسباب عدم المتابعة
	سوري	مصري	
11	0	11	ك
%55.0	%0.0	%68.8	%

ليست في محيط اهتماماتي

ك	3	2	5	ليس لدي وقت لمتابعتها
%	%18.8	%50.0	%25.0	
ك	1	2	3	لن تغير من واقعهن شيئاً
%	%6.3	%50.0	%15.0	
ك	1	0	1	لأنني خضت تجربة معايشة نماذج لحياة بعض اللاجئات ومتابعة اخبارهن لن تضيف جديداً
%	%6.3	%0.0	%5.0	
ك	16	4	20	المجموع
%	%100.0	%100.0	%100.0	

من خلال الجدول السابق يتضح أن جملة من لا يتابعون أخبار وقضايا اللاجئات السوريات كانت بإجمالي 20 مفردة 16 مفردة مصريين و4 مفردة سوريين وتم استبعادهم من إجمالي عينة الدراسة ليصبح إجمالي عينة الدراسة 100 مفردة بدلاً من 120 مفردة. وجاءت أهم أسباب عدم تعرضهم لأخبار وقضايا اللاجئات السوريات أنها ليست في محيط اهتمامهم بنسبة 55% من المصريين، أما من لا يتابعون من السوريين رأوا أنها لن تغير من واقعهن شيء بنسبة 50%.

4- الصفحات الرسمية للقنوات الفضائية العربية بالفيس بوك التي يتابع من خلالها اخبار وقضايا اللاجئات السوريات

جدول رقم (7)

Total	الجنسية /		ك	أهم الصفحات التي تتابعها
	سوري	مصري		
23	11	12	ك	الصفحة الرسمية لقناة أورينت TV
%23	%44.0	%16.0	%	
17	8	9	ك	الصفحة الرسمية لقناة العربية الاخبارية
%17	%32.0	%12.0	%	
16	5	11	ك	الصفحة الرسمية لقناة العربية
%16	%20.0	%14.7	%	
14	4	10	ك	الصفحة الرسمية لقناة الحدث السورى
%14	%16.0	%13.3	%	
42	11	31	ك	الصفحة الرسمية لقناة سكاى نيوز عربية
%42	%44.0	%41.3	%	

28	7	21	ك	الصفحة الرسمية لقناة تليفزيون سوريا
%28	%28.0	%28.0	%	
42	6	36	ك	الصفحة الرسمية لقناة الجزيرة سوريا
%42	%24.0	%48.0	%	
3	0	3	ك	لا تابع
%3	%0.0	%4.0	%	
100	25	75	ك	جملة من سئلو
%100	%100	%100	%	

من الجدول السابق يتضح أن الصفحة الرسمية لقناة الجزيرة سوريا جاءت في مقدمة القنوات التي يتابع من خلالها عينة الدراسة لأخبار وقضايا اللجان السورية بنسبة 42% تساوت معها في المرتبة الأولى أيضا الصفحة الرسمية لقناة سكاي نيوز عربية بنفس النسبة، تلاهما في المرتبة الثانية الصفحة الرسمية لقناة تليفزيون سوريا بنسبة 28%، وجاءت قناة اورينت TV في المرتبة الثالثة بنسبة 32% من عينة الدراسة. اما بالنسبة لعينة الدراسة من السوريين فقد جاءت الصفحة الرسمية لقناة أورينت TV، والصفحة الرسمية لقناة سكاي نيوز عربية في مقدمة القنوات التي يتابعون من خلالها أخبار وقضايا اللجان السورية بنسبة 44% من عينة الدراسة من السوريين.

وقد يرجع ذلك إلى أن قناة اورينت أحد أهم القنوات السورية الإخبارية التي برزت خلال أزمة الحرب السورية وكانت معالجتها الإعلامية والبرامجية قريبة بشكل كبير من واقع السوريين وعلى خبرة بما يعانیه اللاجئين لانتمائها كقناة سورية الملكية والتوجه، وقناة سكاي نيوز عربية كأحد أهم القنوات المهمة بمعالجة قضايا المنطقة العربية بشكل كبير من الأنية والمصادقية.

5- عدد المرات متابعة اخبار وقضايا اللجان السورية بالصفحات الرسمية للقنوات الفضائية بالفيديو بوك

جدول رقم (8)

Total	الجنسية /		ك	كثافة المشاهدة
	سوري	مصري		
59	13	46	ك	على فترات متباعدة غير منتظمة
%59.0	%52.0	%61.3	%	
7	0	7	ك	مرة واحدة على مدار الاسبوع
%7.0	%0.0	%9.3	%	

ك	11	6	17
%	%14.7	%24.0	%17.0
ك	8	4	12
%	%10.7	%16.0	%12.0
ك	3	2	5
%	%4.0	%8.0	%5.0
ك	75	25	100
%	%100.0	%100.0	%100.0

يتضح مما سبق أن 61% من عينة الدراسة من المصريين و52% من عينة الدراسة من المصريين يتابعون أخبار وقضايا اللجان السورية بالصفحات الرسمية على فترات متباعدة غير منتظمة بإجمالي 59% من عينة الدراسة. وبالتالي فإن كثافة المشاهدة هنا جاءت غير منتظمة وبذلك تتفق النتيجة الحالية مع نتيجة جدول رقم (5) حيث أنهم يتابعون أحيانا بنسبة 69% أخبار وقضايا اللجان السوريات.

ك	4	0.138	معامل التوافق
%	4	0.329	الدلالة الاحصائية
ك	4	0.138	معامل التوافق
%	4	0.329	الدلالة الاحصائية

6- طقوس متابعة أخبار وقضايا اللجان السوريات التي يقوم بها افراد العينة

جدول رقم (9) أولا: المصريين

رد الفعل لمتابعة أخبار السوريات	اوافق		لا اوافق		متوسط حسابي	انحراف معياري نسبي	وزن
	ك	%	ك	%			
غالباً ما أخصص جزءاً من وقتي لمتابعة أخبار وقضايا اللجان السوريات	21	28.0%	25	33.3%	1.89	0.81	63.1%
أتذكر دائماً أهم البرامج التي تتناول قضايا واخبار اللجان السوريات	18	24.0%	29	38.7%	1.87	0.78	62.2%
اتابع جيداً أخبار اللجان السوريات بمناطق محددة دون غيرها	15	20.0%	23	30.7%	1.71	0.78	56.9%
أضايق إذا قاطعن أحد أثناء مشاهدتي لأخبار اللجان السوريات	14	18.7%	22	29.3%	1.67	0.78	55.6%
أناقش ما تتناوله برامج الصفحات الرسمية للقنوات الفضائية من أحداث وموضوعات وقضايا مع أصدقائي وزملائي أو مع أفراد أسرتي	27	36.0%	29	38.7%	2.11	0.78	70.2%

أقارن بين ما أشاهده من واقع اللاجئات السوريات بالصفحات الرسمية للقنوات الفضائية وواقعهم في الحياة بمناطق لجنهن	25	33.3%	30	40.0%	20	26.7%	2.07	0.78	68.9%
أنتبه جيدا للأخبار الإيجابية حول اللاجئات السوريات وسماتهن الإيجابية والسلبية التي تناولتها الصفحات الرسمية للقنوات الفضائية	31	41.3%	28	37.3%	16	21.3%	2.20	0.77	73.3%

من خلال الجدول السابق يتضح أن من أهم طقوس المشاهدة لأخبار وقضايا اللاجئات السوريات لدى عينة الدراسة من المصريين جاءت أنتبه جيدا للأخبار الإيجابية حول اللاجئات السوريات وسماتهن الإيجابية والسلبية التي تناولتها الصفحات الرسمية للقنوات الفضائية والتي جاءت موافق بنسبة 41%، تلاها ناقش ما تتناوله برامج الصفحات الرسمية للقنوات الفضائية من أحداث وموضوعات وقضايا مع أصدقائي وزملائي أو مع أفراد أسرتي بنسبة 36%.

جدول رقم (10) ثانيا: السوريين

رد الفعل لمتابعة أخبار السوريات	أوافق		أوافق إلى حد ما		لا أوافق		متوسط حسابي	انحراف معياري	وزن نسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
غالبا ما أخصص جزءاً من وقتي لمتابعة أخبار وقضايا اللاجئات السوريات	9	36.0%	13	52.0%	3	12.0%	2.24	0.66	74.7%
أتذكر دائما أهم البرامج التي تتناول قضايا وأخبار اللاجئات السوريات	7	28.0%	12	48.0%	6	24.0%	2.04	0.73	68.0%
أتابع جيدا أخبار اللاجئات السوريات بمناطق محددة دون غيرها	4	16.0%	17	68.0%	4	16.0%	2.00	0.58	66.7%
أتضايق إذا قاطعن أحد أثناء مشاهدتي لأخبار اللاجئات السوريات	7	28.0%	14	56.0%	4	16.0%	2.12	0.67	70.7%
أناقش ما تتناوله برامج الصفحات الرسمية للقنوات الفضائية من أحداث وموضوعات وقضايا مع أصدقائي وزملائي أو مع أفراد أسرتي	7	28.0%	11	44.0%	7	28.0%	2.00	0.76	66.7%
أقارن بين ما أشاهده من واقع اللاجئات السوريات بالصفحات الرسمية للقنوات الفضائية وواقعهم في الحياة بمناطق لجنهن	15	60.0%	7	28.0%	3	12.0%	2.48	0.71	82.7%
أنتبه جيدا للأخبار الإيجابية حول اللاجئات السوريات وسماتهن الإيجابية والسلبية التي تناولتها الصفحات الرسمية للقنوات الفضائية	15	60.0%	6	24.0%	4	16.0%	2.44	0.77	81.3%

أما بالنسبة لطقوس المشاهدة لدى عينة الدراسة من السوريين فقد جاءت النتائج من خلال الجدول السابق توضح أن عبارة أقارن بين ما أشاهده من واقع اللاجئات السوريات بالصفحات الرسمية للقنوات الفضائية وواقعهن في الحياة بمناطق اللجوء موافق بنسبة 60%، وتساوت معها عبارة انتبه جيدا للأخبار الإيجابية حول اللاجئات السوريات وسماتهن الإيجابية والسلبية التي تناولتها الصفحات الرسمية للقنوات الفضائية بنسبة 60%.

ومن خلال الجدولين السابقين تبين أن طقوس المشاهدة لدى عينة الدراسة من المصريين والسوريين جاءت إيجابية وتتضمن تفاعل كبير لدى أفراد العينة مع تلك الاخبار والقضايا، فلم تتوقف عند حد المتابعة بل كانت مجال لإدارة النقاش لدى أفراد العينة من المصريين وبالتالي تنفيذ الحقائق والاخبار التي يشاهدونها، وينتبهون جيدا لمحتوى الاخبار والقضايا سلبية أو إيجابية، إلا أن عينة الدراسة من السوريين كانوا أكثر تفاعلا حيث قارنوا بين ما يشاهدوه ومدى توافقها مع أوضاع الحياة أو أوضاعهن المعيشية بمناطق اللجوء، وقد يرجع ذلك إلى رصيد خبراتهم وحياتهم السابقة ومعايشتهم لأوضاع عائلاتهم وذويهم من السوريين بتلك المناطق.

جدول رقم (11) ثالثا: الإجمالي

وزن نسبي	انحراف معياري	متوسط حسابي	لا أوافق		أوافق حد ما		أوافق		
			%	ك	%	ك	%	ك	
66.0%	0.79	1.98	32%	32	38%	38	30%	30	غالبا ما أخصص جزءا من وقتي لمتابعة أخبار وقضايا اللاجئات السوريات
63.7%	0.77	1.91	34%	34	41%	41	25%	25	أتذكر دائما أهم البرامج التي تتناول قضايا واخبار اللاجئات السوريات
59.3%	0.75	1.78	41%	41	40%	40	19%	19	أتابع جيدا أخبار اللاجئات السوريات بمناطق محددة دون غيرها
59.3%	0.77	1.78	43%	43	36%	36	21%	21	أتضايق إذا قاطعن أحد أثناء مشاهدتي لأخبار اللاجئات السوريات
69.3%	0.77	2.08	26%	26	40%	40	34%	34	أناقش ما تتناوله برامج الصفحات الرسمية للقنوات الفضائية من أحداث وموضوعات وقضايا مع أصدقائي وزملائي أو مع أفراد أسرتي
72.3%	0.78	2.17	23%	23	37%	37	40%	40	أقارن بين ما أشاهده من واقع اللاجئات السوريات بالصفحات الرسمية للقنوات الفضائية وواقعهن في الحياة بمناطق لجوئهن
75.3%	0.77	2.26	20%	20	34%	34	46%	46	انتبه جيدا للأخبار الإيجابية حول اللاجئات السوريات وسماتهن الإيجابية والسلبية التي تناولتها الصفحات الرسمية للقنوات الفضائية

من خلال الجدول السابق يتضح أن من أهم طقوس المشاهدة لدى عينة الدراسة ككل جاءت عبارة أنتبه جيدا للأخبار الإيجابية حول اللاجئين السوريين وسماتهن الإيجابية والسلبية التي تناولتها الصفحات الرسمية للقنوات الفضائية في المرتبة الأولى موافقين بنسبة 46%، تلاها في المرتبة الثانية أقرن بين ما أشاهده من واقع اللاجئين السوريين بالصفحات الرسمية للقنوات الفضائية وواقعهم في الحياة بمناطق لجوئهن بنسبة 40%.

ثانيا: مدى المعرفة بأخبار وقضايا اللاجئين السوريين

7- إجمالي عدد اللاجئين السوريين بالعالم

جدول رقم (12)

Total	الجنسية /		مدي المعرفة
	سوري	مصري	
20	9	11	ك 13 مليون
%20.0	%36.0	%14.7	%
14	4	10	ك 7 مليون
%14.0	%16.0	%13.3	%
66	12	54	ك لا اعرف
%66.0	%48.0	%72.0	%
100	25	75	ك المجموع
%100.0	%100.0	%100.0	%

من خلال الجدول السابق يتضح أن نسبة 66% من عينة الدراسة لا يعرفون عدد اللاجئين السوريين على مستوى العالم، وكانت نسبة من لا يعرفون من المصريين 27%، ومن السوريين 84%.

وبالتالي انخفاض مستوى المعرفة لديهم بعدد اللاجئين السوريين على مستوى العالم وهو 13 مليون نسمة، وقد يرجع ذلك إلى أن أعداد اللاجئين وتوزيعهم بدول اللجوء المختلفة لم ينال القدر الكافي من تناول الإعلام لدى المنظمات الهيئات المعنية بشئون اللاجئين وأيضاً بوسائل الاعلام المختلفة لدى دول اللجوء.

معامل التوافق	الدلالة الاحصائية	درجة الحرية	كا تربيع
0.244-	0.0498	2	5.998 ³

توجد علاقة ضعيفة سلبية

8- أكثر أنواع القضايا التي تتعرض لها اللاجئات السوريات

جدول رقم (13)

Total	الجنسية /		ك	أهم القضايا
	سوري	مصري		
60	13	47	ك	قضايا اقتصادية وفقير مدقع
%60	%52.0	%62.7	%	
29	6	23	ك	قضايا صحية
%29	%24.0	%30.7	%	
51	13	38	ك	قضايا اجتماعية كالاستغلال الجنسي والزواج المبكر والعنف المنزلي
%51	%52.0	%50.7	%	
35	11	24	ك	قضايا تعليمية
%35	%44.0	%32.0	%	
58	13	45	ك	قضايا تمس أوضاعهن القانونية في مناطق لجوئهن بالدول المختلفة
%58	%52.0	%60.0	%	
100	25	75	ك	جملة من سنلوا
%100	%100	%100	%	

من خلال الجدول السابق يتضح أنه من أكثر القضايا التي تعرضت لها اللاجئات السوريات كانت في المرتبة الأولى قضايا اقتصادية وفقير مدقع بنسبة 60% من عينة الدراسة الاجمالية بنسبة 62% من المصريين و52% من السوريين، تلاها قضايا تمس أوضاعهن القانونية في مناطق لجوئهن بالدول المختلفة بنسبة 58% من اجمالي عينة الدراسة بنسبة 60% من المصريين و52% من السوريين.

وتتفق تلك النتيجة مع ما توصلت له نتائج تحليل مضمون البرامج بالصفحات الرسمية للقنوات عينة الدراسة حيث جاءت أهم القضايا التي تم معالجتها هي (قضايا أوضاع اللاجئات المعيشية) في المرتبة الأولى بنسبة 29% من البرامج التي اخبار وقضايا اللاجئات السوريات.

9- المناطق والدول الأكثر نصيبا من اعداد اللاجئات السوريات

جدول رقم (14)

Total	الجنسية /		مستوي المعرفة
	سوري	مصري	
20	5	15	ك
%20	%20.0	%20.0	%
27	7	20	ك
%27	%28.0	%26.7	%
6	3	3	ك
%6	%12.0	%4.0	%
37	11	26	ك
%37	%44.0	%34.7	%
15	6	9	ك
%15	%24.0	%12.0	%
73	10	63	ك
%73	%40.0	%84.0	%
22	6	16	ك
%22	%24.0	%21.3	%
2	0	2	ك
%2	%0.0	%2.7	%
1	0	1	ك
%1	%0.0	%1.3	%
100	25	75	ك
%100	%100	%100	%

يتضح من خلال الجدول السابق يتضح أن أكثر الدول نصيبا من اللاجئين السوريين كانت في المرتبة الأولى مصر بنسبة 73% من إجمالي عينة الدراسة وبنسبة 48% من افراد العينة المصريين، ونسبة 40% من عينة الدراسة السوريين، وتركيا جاءت بنسبة 37% من إجمالي عينة الدراسة وبنسبة 34% من المصريين ونسبة 44% من السوريين. وبالتالي فإن المستوى المعرفي لعينة الدراسة من السوريين أكثر دقة منها لدى المصريين، حيث إنه في

الواقع تركيا هي أكثر المناطق بالعالم نصيبا من اللاجئين السوريين تلاها الأردن تلاها لبنان وفقا لتصريح قناة الجزيرة (الجزيرة، 2019) والعديد من المواقع الإخبارية.

10- مناطق اللجوء التي تؤدي ظروفها الى زيادة قضايا ومعاناة اللاجئين السوريين

جدول رقم (15)

Total	الجنسية /		مستوي المعرفة
	سوري	مصري	
36	8	28	ك
%36.0	%32.0	%37.3	%
4	1	3	ك
%4.0	%4.0	%4.0	%
12	7	5	ك
%12.0	%28.0	%6.7	%
11	7	4	ك
%11.0	%28.0	%5.3	%
22	2	20	ك
%22.0	%8.0	%26.7	%
8	0	8	ك
%8.0	%0.0	%10.7	%
5	0	5	ك
%5.0	%0.0	%6.7	%
1	0	1	ك
%1.0	%0.0	%1.3	%
1	0	1	ك
%1.0	%0.0	%1.3	%
100	25	75	ك
%100.0	%100.0	%100.0	%

من خلال الجدول السابق يتبين أن من أكثر مناطق اللجوء التي أدت ظروفها إلى زيادة معاناة اللاجئين السوريين كانت مناطق داخلية بسوريا بنسبة 36% من إجمالي عينة الدراسة وبنسبة 37% من عينة الدراسة من المصريين و 32% من عينة الدراسة من السوريين، حيث أن

تلك المناطق تقع غالبا على الحدود السورية مع الدول الأخرى ويعيش فيها اللاجئين في مخيمات بها أقل مظاهر الحياة وبالذات في فصل الشتاء ومعاناتهم من البرد القارس ونقص الغذاء ونقص المرافق في الخيام التي يسكنونها، خاصة المخيمات التي تقع على حدود الأردن ولبنان، أما في مصر فقد حظى اللاجئين السوريين واللجان بحياة جيدة، وانخرطوا في المجتمع المصري، والتحق أبناءهم بالتعليم ونالوا الخدمات الصحية الملائمة (سوريا، 2019)، وظروف معيشية تليق بهم وتكافئ حياتهن بسوريا بفترة ما قبل الحرب.

ثالثا: صورة اللاجئين السوريين

11- سمات اللاجئين السوريين.

جدول رقم (16)

Total	الجنسية /		الصورة الذهنية
	سوري	مصري	
73	15	58	ك
%73	%60.0	%77.3	%
47	10	37	ك
%47	%40.0	%49.3	%
53	14	39	ك
%53	%56.0	%52.0	%
35	7	28	ك
%35	%28.0	%37.3	%
1	0	1	ك
%1	%0.0	%1.3	%
1	0	1	ك
%1	%0.0	%1.3	%
100	25	75	ك
%100	%100	%100	%

من خلال الجدول السابق تبين أنه من أهم السمات التي تميزت بها اللاجئين السوريين هي " لديهن القدرة على تحمل المسؤولية في ظل ظروف اللجوء الصعبة" بنسبة 73% من إجمالي عينة الدراسة وبنسبة 77% من المصريين ونسبة 60% من السوريين، تلاها في المرتبة الثانية لديهن طموحات كبيرة في تحسين اوضاعهن " بنسبة 35% من إجمالي الدراسة وبنسبة 52% من المصريين، ونسبة 56% من السوريين.

ويمكن تفسير ذلك أن تلك السمات اكتسبتها اللجان مع ظروف المعيشة الجديدة والتحديات التي واجهتها من أجل الحصول على الاستقرار لهن ولأسرهن وتلبية احتياجاتهن المعيشية بتلك الدول.

12- اتجاهات عينة الدراسة نحو اللجان السوريات.

جدول رقم (17)

أولاً: المصريين

الصورة الذهنية	وافق		لا أوافق		متوسط حسابي		انحراف معياري	وزن نسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
لديهن القدرات الكافية لمواجهة مشكلاتهن في دول اللجوء المختلفة	40	53.3%	33	44.0%	2	2.7%	2.51	83.6%
يتمسكن بمنظومة القيم الاجتماعية والأسرية	41	54.7%	25	33.3%	9	12.0%	2.43	80.9%
استطعن تحقيق الاستقرار الاقتصادي في دول اللجوء	39	52.0%	29	38.7%	7	9.3%	2.43	80.9%
اجبرن على اللجوء بسبب حالة الحرب في بلادهن	55	73.3%	17	22.7%	3	4.0%	2.69	89.8%
استطعن تحقيق ما طمحن إليه من تحسين الأوضاع التعليمية والصحية في دول اللجوء عنها في سوريا	30	40.0%	38	50.7%	7	9.3%	2.31	76.9%
أوضاعهن القانونية مستقرة بدول اللجوء	15	20.0%	47	62.7%	13	17.3%	2.03	67.6%
يشعرن بالانتماء والأمان بدول اللجوء أكثر منها في سوريا	28	37.3%	37	49.3%	10	13.3%	2.24	74.7%
لديهن قدرات محدودة على التصدي ومواجهة مشكلاتهن	31	41.3%	31	41.3%	13	17.3%	2.24	74.7%
تخلين عن قيمهن الأسرية والاجتماعية لمسايرة الحياة بدول اللجوء	15	20.0%	30	40.0%	30	40.0%	1.80	60.0%
يعانين من الظروف الاقتصادية الصعبة بالدول التي لجأن إليها	28	37.3%	39	52.0%	8	10.7%	2.27	75.6%
سعين إلى اللجوء مستغلين حالة الحرب لتحقيق أهدافهن في العيش بتلك الدول	14	18.7%	31	41.3%	30	40.0%	1.79	59.6%
يعانين من صعوبة تحقيق الاستقرار التعليمي والصحي لأسرهن	21	28.0%	34	45.3%	20	26.7%	2.01	67.1%
يشعرن بالخوف والتهديد الدائم لهن ولأسرهن بدول اللجوء ويرغبن في العودة لبلادهن	21	28.0%	30	40.0%	24	32.0%	1.96	65.3%

يعانين من أوضاعهن القانونية	23	%30.7	40	%53.3	12	%16.0	2.15	0.67	%71.6
-----------------------------	----	-------	----	-------	----	-------	------	------	-------

من خلال الجدول السابق تبين أن عبارة "اجبرن على اللجوء بسبب حالة الحرب في بلادهن" جاءت في المرتبة الأولى لدى عينة الدراسة من المصريين بنسبة 73.3%، تلاها عبارة "يتمسكن بمنظومة القيم الاجتماعية والأسرية" في المرتبة الثانية بنسبة 54.7%، تلاها في المرتبة الثالثة عبارة "لديهن القدرات الكافية لمواجهة مشكلاتهن في دول اللجوء المختلفة" بنسبة 53%.

ومما سبق يتضح وجود اتجاهها إيجابيا لدى عينة الدراسة من الجمهور المصري نحو اللاجئات السوريات وبالتالي فإن الصورة الذهنية للاجئات السوريات لديهم قد تتسم بالإيجابية بناء على ما لديهم من اتجاهات، وبالتالي انتهاجهم سلوكا إيجابيا في ممارستهم اليومية تجاه السوريات المقيمين بمصر كأحد أهم دول اللجوء، والتي جاءت في المرتبة الرابعة لأكثر المناطق احتواء للاجئين السوريين على مستوى العالم. (الجزيرة، 2019).

جدول رقم (18)

ثانيا: السوريين

الصورة الذهنية	أوافق		أوافق إلى حد ما		لا أوافق		متوسط حسابي	انحراف معياري	وزن نسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
لديهن القدرات الكافية لمواجهة مشكلاتهن في دول اللجوء المختلفة	10	%40.0	10	%40.0	5	%20.0	2.20	0.76	%73.3
يتمسكن بمنظومة القيم الاجتماعية والأسرية	10	%40.0	14	%56.0	1	%4.0	2.36	0.57	%78.7
استطعن تحقيق الاستقرار الاقتصادي في دول اللجوء	6	%24.0	11	%44.0	8	%32.0	1.92	0.76	%64.0
اجبرن على اللجوء بسبب حالة الحرب في بلادهن	15	%60.0	8	%32.0	2	%8.0	2.52	0.65	%84.0
استطعن تحقيق ما طمحن إليه من تحسين الأوضاع التعليمية والصحية في دول اللجوء عنها في سوريا	8	%32.0	11	%44.0	6	%24.0	2.08	0.76	%69.3
أوضاعهن القانونية مستقرة بدول اللجوء	6	%24.0	11	%44.0	8	%32.0	1.92	0.76	%64.0
يشعرن بالانتماء والأمان بدول اللجوء أكثر منها في سوريا	10	%40.0	7	%28.0	8	%32.0	2.08	0.86	%69.3
لديهن قدرات محدودة على التصدي ومواجهة مشكلاتهن	8	%32.0	10	%40.0	7	%28.0	2.04	0.79	%68.0
تخلين عن قيمهن الاسرية والاجتماعية لمسايرة الحياة بدول اللجوء	5	%20.0	10	%40.0	10	%40.0	1.80	0.76	%60.0
يعانين من الظروف الاقتصادية الصعبة بالدول التي لجأن إليها	15	%60.0	8	%32.0	2	%8.0	2.52	0.65	%84.0

7	28.0%	11	44.0%	7	28.0%	2.00	0.76	66.7%	سعين إلى اللجوء مستغلين حالة الحرب لتحقيق أهدافهم في العيش بتلك الدول
16	64.0%	8	32.0%	1	4.0%	2.60	0.58	86.7%	يعانين من صعوبة تحقيق الاستقرار التعليمي والصحي لأسرهن
13	52.0%	10	40.0%	2	8.0%	2.44	0.65	81.3%	يشعرن بالخوف والتهديد الدائم لهن ولأسرهن بدول اللجوء ويرغبن في العودة لبلادهن
16	64.0%	8	32.0%	1	4.0%	2.60	0.58	86.7%	يعانين من أوضاعهن القانونية بدول اللجوء

من خلال الجدول السابق يتضح أن عبارة "يعانين من صعوبة تحقيق الاستقرار التعليمي والصحي لأسرهن" جاءت في المرتبة الأولى لدى عينة الدراسة من السوريين بنسبة 64%، وجاء بنفس النسبة عبارة "يعانين من أوضاعهن القانونية بدول اللجوء" بنسبة 64%، تلاها في المرتبة الثانية عبارة "يعانين من الظروف الاقتصادية الصعبة بالدول التي لجأن إليها" بنسبة 60%.

مما يعكس اتجاهها سلبيا لدى عينة الدراسة من السوريين نحو قدرة اللاجئات السوريات في التأقلم مع أوضاع اللجوء بالدول اللاتي نزلن إليها بعد الحرب السورية، وهو اتجاه سلبي نحو الأوضاع وليس نحو اللاجئات أنفسهن.

جدول رقم (19)

ثالثا: الإجمالي

الصورة الذهنية	موافق			محايد		معارض		متوسط حسابي	انحراف معياري	وزن نسبي
	ك	%	ك	%	ك	%				
لديهن القدرات الكافية لمواجهة مشكلاتهن في دول اللجوء المختلفة	50	50%	43	43%	7	7%	2.43	0.62	81.0%	
يتمسكن بمنظومة القيم الاجتماعية والأسرية	51	51%	39	39%	10	10%	2.41	0.67	80.3%	
استطعن تحقيق الاستقرار الاقتصادي في دول اللجوء	45	45%	40	40%	15	15%	2.30	0.72	76.7%	
اجبرن على اللجوء بسبب حالة الحرب في بلادهن	70	70%	25	25%	5	5%	2.65	0.58	88.3%	
استطعن تحقيق ما طمحن إليه من تحسين الأوضاع التعليمية والصحية في دول اللجوء عنها في سوريا	38	38%	49	49%	13	13%	2.25	0.67	75.0%	
أوضاعهن القانونية مستقرة بدول اللجوء	21	21%	58	58%	21	21%	2.00	0.65	66.7%	
يشعرن بالانتماء والأمان بدول اللجوء أكثر منها في سوريا	38	38%	44	44%	18	18%	2.20	0.72	73.3%	

39	39%	41	41%	20	20%	2.19	0.75	73.0%	لديهن قدرات محدودة على التصدي ومواجهة مشكلاتهن
20	20%	40	40%	40	40%	1.80	0.75	60.0%	تخلين عن قيمهن الاسرية والاجتماعية لمسايرة الحياة بدول اللجوء
43	43%	47	47%	10	10%	2.33	0.65	77.7%	يعانين من الظروف الاقتصادية الصعبة بالدول التي لجأن إليها
21	21%	42	42%	37	37%	1.84	0.75	61.3%	سعين إلى اللجوء مستغلين حالة الحرب لتحقيق أهدافهن في العيش بتلك الدول
37	37%	42	42%	21	21%	2.16	0.75	72.0%	يعانين من صعوبة تحقيق الاستقرار التعليمي والصحي لأسرهن
34	34%	40	40%	26	26%	2.08	0.77	69.3%	يشعرن بالخوف والتهديد الدائم لهن ولأسرهن بدول اللجوء ويرغبن في العودة لبلادهن
39	39%	48	48%	13	13%	2.26	0.68	75.3%	يعانين من أوضاعهن القانونية بدول اللجوء

من خلال الجدول السابق يتضح أن عبارة "اجبرن على اللجوء بسبب حالة الحرب في بلادهن" جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 70% من إجمالي عينة الدراسة، تلاها عبارة "يتمسكن بمنظومة القيم الاجتماعية والأسرية" بنسبة 51%، وفي المرتبة الثالثة عبارة "لديهن القدرات الكافية لمواجهة مشكلاتهن في دول اللجوء المختلفة" بنسبة 50%.

13- تأثير التغطية الإعلامية لأخبار وقضايا اللاجئين السوريين بالصفحات الرسمية للقنوات الفضائية بالفيس بوك في رسم صورتهم لدى الجمهور

جدول رقم (20)

Total	الجنسية /		مدي التأثير
	سوري	مصري	
9	6	3	ك
9.0%	24.0%	4.0%	لا
55	12	43	ك
55.0%	48.0%	57.3%	إلى حد ما
36	7	29	ك
36.0%	28.0%	38.7%	نعم
100	25	75	ك
100.0%	100.0%	100.0%	المجموع

من خلال نتائج الجدول السابق تبين أن 55% من أجمالي عينة الدراسة يرون أن التغطية الإعلامية لأخبار وقضايا اللاجئين السوريين بالصفحات الرسمية بالفيس بوك تؤثر "إلى حد ما" في رسم صورتهم الذهنية لدى الجمهور"، واتفقت عينة الدراسة من الجمهور المصري مع آراء عينة الدراسة من الجمهور السوري في أنها أثرت إلى حد ما في رسم صورة اللاجئين السوريين.

كا تربيع	درجة الحرية	الدلالة الاحصائية	معامل التوافق
9.223 ^a	2	0.0099	-0.216

توجد علاقة سلبية ضعيفة

14- طبيعة الصورة الإعلامية التي تقدمها الصفحات الرسمية للقنوات الفضائية بالفيس بوك

جدول رقم (21)

Total	الجنسية /			طبيعة الصورة المقدمة
	سوري	مصري		
10	4	6	ك	غير واضحة
%10.0	%16.0	%8.0	%	
9	4	5	ك	سلبية
%9.0	%16.0	%6.7	%	
74	16	58	ك	تجمع بين الإيجابية والسلبية على حسب طبيعة أوضاعهم الحياتية
%74.0	%64.0	%77.3	%	
7	1	6	ك	إيجابية
%7.0	%4.0	%8.0	%	
100	25	75	ك	المجموع
%100.0	%100.0	%100.0	%	

من خلال الجدول السابق تبين أن الصورة الإعلامية التي قدمتها الصفحات الرسمية للقنوات الفضائية بالفيس بوك " تجمع بين الإيجابية والسلبية على حسب أوضاعهم الحياتية بمناطق اللجوء التي تناولتها البرامج بتلك القنوات، وبالتالي فإن الصورة الذهنية للاجئين السوريين تأثر تكوينها بتلك الصورة المعروضة.

كا تربيع	درجة الحرية	الدلالة الاحصائية	معامل التوافق
3.894 ^a	3	0.2732	-0.178

لا توجد علاقة

ثانيا: نتائج الدراسة التحليلية:

فيما يلي عرض نتائج الدراسة التحليلية:

1. شكل المادة البرمجية المستخدمة:

جدول رقم (22) الشكل البرمجي المستخدم في تقديم الفقرات (ن=126)

المجموع	تلفزيون سوريا		الجزيرة سوريا		أورينت TV		سكاي نيوز عربية		الصفحة الرسمية	لقناة البحث
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	شكل المادة البرمجية	
7.1	3.9	5	2.4	3	-	-	.8	1	حديث مباشر	
13.5	2.4	3	3.9	5	6.3	8	.8	1	تغطية تلفزيونية للأحداث بمناطق اللجوء	
6.3	2.4	3	.8	1	3.2	4	-	-	تقرير داخل الاستوديو	تقرير
14.3	3.9	5	8.7	11	.8	1	.8	1	تقرير خارجي بمواقع الحدث	
3.4	-	-	.8	1	1.6	2	-	-	مؤتمر صحفي	متابعة
-	-	-	-	-	-	-	-	-	اتصال بالمراسل	
13.5	3.2	4	7.9	10	1.6	2	.8	1	نقل بالقمر الصناعي من الموقع	
.8	.8	1	-	-	-	-	-	-	مقدم البرنامج وأكثر من ضيف	حوار
.8	.8	1	-	-	-	-	-	-	مقدم البرنامج مع ضيف	
4.8	.8	1	3.9	5	-	-	-	-	خبر عاجل	خبر
15.9	4.8	6	7.1	9	3.9	5	-	-	خبر يقدمه مذيع	
17.5	4.8	6	7.9	10	3.9	5	.8	1	خبر + مادة فيلمية	
3.2	.8	1	.8	1	1.6	2	-	-	أخري تذكر	
100	28.6	36	44.4	56	23.0	29	3.9	5	المجموع	

تدل بيانات الجدول السابق علي:

علي أن أكثر من استخدم الأشكال البرمجية هي "قناة الجزيرة سوريا" بنسبة (44.4%) يليها "تلفزيون سوريا" بنسبة (28.6%) وفي الترتيب الثالث " أورينت TV " بنسبة (23.0%) وفي المرتبة الأخيرة "سكاي نيوز عربية" (4.0%). وتبين من الجدول أيضا نسب الأشكال البرمجية المستخدمة في الصفحات الرسمية والتي جاء الخبر يصاحبه مادة فيلمية في المرتبة الأولى بنسبة (17.5%)، وأخيرا شكل مقدم البرنامج وأكثر من ضيف مع مقدم البرنامج بنسبة (8.0%).

جدول رقم (23) نوع الضيف وصفته في الصفحات عينة الدراسة النوع (ن=31) الصفة(ن=35)

المجموع	تلفزيون سوريا		الجزيرة سوريا		أورينت TV		نيوز		سكاي عربية		الصفحة الرسمية لقناة البحث نوع الضيف: صفة الضيف:
	ك	%	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
51.6	16	12.9	4	16.1	5	19.3	6	3.2	1	1	ذكر
48.4	15	9.7	3	19.3	6	19.3	6	-	-	-	أنثي
100	31	22.6%	7	35.5%	11	38.7%	12	3.2%	1	1	المجموع
20	7	5.7	2	-	-	11.4	4	2.9	1	1	عضو بالمنظمات الدولية لحقوق الانسان
2.9	1	-	-	-	-	2.9	1	-	-	-	أحد الناشطين بحقوق الانسان
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	مسؤول بأحدي منظمات اللاجئين أكاديمي
11.4	4	-	-	8.6	3	2.9	1	-	-	-	أو نشاط أهلي
20	7	5.7	2	5.7	2	8.6	3	-	-	-	صحفي
37.1	13	8.6	3	11.4	4	14.3	5	2.9	1	1	مواطن
8.6	3	-	-	8.6	3	-	-	-	-	-	أخري
100	35	20%	7	34.3%	12	40%	14	5.7%	2	2	المجموع

تدل بيانات الجدول السابق علي:

علي أن الذكور احتلت النسبة الأكبر من الاناث من حيث النوع بالنسبة لضيوف البرامج حيث وصلت نسبة الذكور (51.6%) مقابل (48.4%) اناث وهي نسبة ليست بالكبيرة. أما بالنسبة لصفة الضيف فكانت أعلى فئة "مواطن" (37.1%)، وفي المرتبة الثانية "صحفي" (20.0%) وأخيراً أحد الناشطين بحقوق الانسان (2.9%).

جدول رقم (24) وسائل الايضاح التي استخدمتها الصفحات عينة الدراسة (4) (ن=73)

المجموع	تلفزيون سوريا		الجزيرة سوريا		أورينت TV		نيوز		سكاي عربية		الصفحة الرسمية لقناة البحث وسائل الايضاح والابرار تحقيق تلفزيوني خارجي للجمهور
	ك	%	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
31.5	23	6.8	5	15.7	11	8.2	6	1.4	1	1	تحقيق تلفزيوني خارجي للجمهور

28.8	21	8.2	6	13.7	10	5.5	4	1.4	1	استخدام مادة فيلمية
16.4	12	8.2	6	5.5	4	2.7	2	-	-	تعليق مصاحب للمادة البرمجية
2.7	2	-	-	1.4	1	1.4	1	-	-	توجيه سؤال للمراسل للتحقق من واقعة ما
1.4	1	1.4	1	-	-	-	-	-	-	شرح بالجرافيك
2.7	2	-	-	1.4	1	1.4	1	-	-	استعراض تصريحات الجهات الرقابية والقانونية المنظمة لمناطق اللجوء
6.8	5	4.1	3	-	-	2.7	2	-	-	استعراض اقوال الصحف
1.4	1	-	-	-	-	1.4	1	-	-	الاتصال هاتفيا بمسئول
5.5	4	-	-	5.5	4	-	-	-	-	مقابلة خارجية مع أحد المسؤولين
2.7	2	-	-	1.4	1	1.4	1	-	-	أخري
100	73	28.8	21	43.9	32	24.7	18	2.7	2	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أهم وسائل الايضاح والابراز التي استخدمتها الصفحات عينة البحث هو التحقيق التلفزيوني الخارجي من أرض الواقع أثناء الحدث للتأكيد على المصداقية والأنية في نقل الأحداث، وكانت أعلى صفحة استخدمت هذه الوسائل الايضاحية كما يلي: جاء في المرتبة الأولى تحقيق تلفزيوني خارجي للجمهور بنسبة (31.5%)، وجاء في الترتيب الأخير شرح بالجرافيك والاتصال هاتفيا بمسئول بنسبة متساوية (1.4%).

جدول رقم (25) يوضح مضمون القضايا في صفحات الدراسة (ن=81)

المجموع %	تلفزيون سوريا		الجزيرة سوريا		أورينت TV		نيوز سكاي عربية		الصفحة الرسمية لقناة البحث	
	النسبة ك	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
8.6	7	6.2	5	1.2	1	1.2	1	-	-	مضمون القضايا في البرامج
16.0	13	6.2	5	3.7	3	4.9	4	1.2	1	قضايا اقتصادية
29.6	24	8.6	7	11.1	9	8.6	7	1.2	1	قضايا اجتماعية
3.7	3	1.2	1	1.2	1	1.2	1	-	-	قضايا أوضاع معيشية
3.7	3	1.2	1	1.2	1	1.2	1	-	-	قضايا أخلاقية
14.8	12	4.9	4	7.4	6	1.2	1	1.2	1	قضايا أوضاع قانونية
4.9	4	3.7	3	-	-	1.2	1	-	-	قضايا كوارث بيئية
1.2	1	1.2	1	-	-	-	-	-	-	قضايا أوضاع دولية
16.0	13	4.9	4	6.2	5	4.9	4	-	-	قضايا تعليمية
1.2	1	-	-	1.2	1	-	-	-	-	قضايا صحية
1.2	1	-	-	1.2	1	-	-	-	-	أخري
100	81	38.3	31	33.3	27	24.7	20	3.7	3	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أهم القضايا التي تم معالجتها من خلال الصفحات عينة البحث هو "قضايا الأوضاع المعيشية" وذلك لما لها من تأثير مباشر على اللاجئين، وكانت ترتيب الصفحة التي قامت بمعالجة هذه القضايا كما يلي: جاء في المرتبة الأولى قضايا أوضاع معيشية بنسبة (29.6%)، وفي المرتبة والأخيرة عبارة قضايا تعليمية وأخرى بنسبة (1.2%).

جدول رقم (26) طريقة تناول الصفحات الرسمية للبرامج المقدمة (ن=39)

المجموع	تلفزيون سوريا		الجزيرة سوريا		TV نيوز أورينت		سكاي عربية		الصفحة الرسمية لقناة	البحث
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%	ك									طريقة تناول البرنامج
5.1	2	-	-	-	-	5.1	2	-	-	من خلال ضيف البرنامج
53.8	21	17.9	7	17.9	7	15.4	6	2.6	1	عرض وتحليل الأحداث والوقائع من خلال مقدم البرنامج
35.9	14	7.7	3	12.8	5	12.8	5	2.6	1	أحد شهود العيان من موقع الحدث
5.2	2	-	-	2.6	1	2.6	1	-	-	أخرى
100	39	25.6	10	33.3	13	35.9	14	5.1	2	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أهم الطرق التي تناولتها البرامج المقدمة من خلال الصفحات عينة البحث هو " عرض وتحليل الأحداث والوقائع من خلال مقدم البرنامج" وذلك لما لهذا القالب من البرامج في توضيح وتفسير الأحداث التي يتم معالجتها من خلال البرامج المقدمة بالصفحات عينة البحث القضايا كما يلي: فقد جاء في المرتبة الأولى عرض وتحليل الأحداث والوقائع من خلال مقدم البرنامج بنسبة (53.8%) وفي المرتبة الأخيرة عبارة أخرى بنسبة (5.2%).

جدول رقم (27) صورة اللاجنات السوريات إيجابية ن= (40) سلبية ن = (26)

البحث	الصفحة الرسمية لقناة أسكاي عربية		نيوز أورينت TV		الجزيرة سوريا		تلفزيون سوريا		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
سمات السوريات									
الإيجابية	ذات شخصية قوية - واثقة بذاتها	1	2.5	3	7.5	3	7.5	3	8
السلبية	ذات شخصية ضعيفة - انهزامية	-	-	1	3.8	1	3.8	3	3
صورة اللاجنات	قادرة على تحمل المسؤولية	1	2.5	3	7.5	3	7.5	3	11
بالمادة	لديها طموح لتحسين الوضع	-	-	6	15.0	4	10	10	12
البرامجية	تلتزم بكل عاداتها وتقاليدها	-	-	2	5.0	-	-	6	6
	أخري	-	-	1	2.5	2	5.0	3	7.5
المجموع (ن=40)		1	2.5	13	32.5	15	37.5	11	40
سمات السوريات									
الإيجابية	ذات شخصية قوية - واثقة بذاتها	1	2.5	3	7.5	3	7.5	3	8
السلبية	ذات شخصية ضعيفة - انهزامية	-	-	1	3.8	1	3.8	3	3
صورة اللاجنات	قادرة على تحمل المسؤولية	1	2.5	3	7.5	3	7.5	3	11
بالمادة	لديها طموح لتحسين الوضع	-	-	6	15.0	4	10	10	12
البرامجية	تلتزم بكل عاداتها وتقاليدها	-	-	2	5.0	-	-	6	6
	أخري	-	-	1	2.5	2	5.0	3	7.5
المجموع (ن=26)		1	3.8	8	30.8	12	46.1	5	26

اتضح من نتائج الدراسة أن سمات صورة اللاجنات السوريات ومن خلال تحليل الصفحة الرسمية لقناة البحث، إجمالي عدد الاستجابات هو (66) من المبحوثين واتضح ان عدد من رأي ان الصورة الايجابية للاجنات السوريات بنسبة (60.6%) أما بالنسبة للصورة السلبية فهي بنسبة (39.4%)، وذلك على النحو التالي: عبارة لديها طموح لتحسين الوضع 30% يليها قادرة على تحمل المسؤولية (27.5%) ذات شخصية قوية واثقة بذاتها (20%) تلتزم بكل عاداتها وتقاليدها (15%) وأخيرا أخري (7.5%).

أما الصورة السلبية "تنصاع مع الأوضاع المحيطة" (42.3%) تعجز امام مسؤوليتها الصعبة (38.5%) ذات شخصية ضعيفة انهزامية (11.5%) لا تلتزم بالعادات وتتأثر بشكل كبير بعادات وتقاليدها مناطق اللجوء تساوت مع أخري بنسبة (3.8%)

جدول رقم (28) طبيعة الصورة المقدمة في البرامج (ن=34)

المجموع	تلفزيون سوريا		الجزيرة سوريا		أورينت TV		نيوز		الرسمية سكاي عربية		الصفحة لقناة البحث طبيعة الصورة المقدمة في البرامج
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
14.7	5	-	-	11.7	4	2.9	1	-	-	-	سلبية
32.4	11	11.7	4	8.8	3	11.7	4	-	-	-	إيجابية
41.2	14	8.8	3	14.7	5	5.9	2	11.7	4	4	تجمع بين الإيجابية والسلبية علي حسب أوضاعهن الحياتية
11.8	4	2.9	1	-	-	8.8	3	-	-	-	غير واضحة
%100	34	23.5	8	35.3	12	39.4	10	11.7	4	4	المجموع

طبيعة الصورة المقدمة في البرامج الصفحة الرسمية لقناة البحث، فأتضح من بيانات الجدول السابق أن الصورة الإيجابية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (44.1%)، والمرتبة الثانية كانت غير واضحة بنسبة (32.4%) وأخيرا سلبية بنسبة (23.5%).

ثالثا: اختبار صحة فروض الدراسة

في ضوء أهداف الدراسة سوف يتم عرض نتائج صحة الفروض كما يلي:

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصورة الإعلامية لللاجئين السوريين بالمواقع الرسمية للقنوات عينة الدراسة والصورة الذهنية لللاجئين السوريين لدى عينة الدراسة من الجمهور المصري والسوري (إيجابية أو سلبية، تجمع بين الإيجابية والسلبية).

تم استخدام المعادلة التالية لحساب معامل ارتباط الرتب.

جدول رقم (29)

التكرار	العبارة	التكرار	العبارة
11	قادرة علي تحمل المسؤولية	50	لديهن القدرات الكافية لمواجهة مشكلتهن في دول اللجوء المختلفة
6	تلتزم بكل عاداتها وتقاليدها	51	يتمسكن بمنظومة القيم الاجتماعية والأسرية
12	لديها طموح لتحسين الوضع	45	استطعن تحقيق ما طمحن إليه من تحسين الأوضاع التعليمية والصحية في دول اللجوء عنها في سوريا

تابع جدول رقم (29)

الترتيب	العبارة	الترتيب	العبارة
2	قدرة على تحمل المسؤولية	2	لديه القدرات الكافية لمواجهة مشكلاتهن في دول اللجوء المختلفة
3	تلتزم بكل عاداتها وتقاليدها	1	يتمسكن بمنظومة القيم الاجتماعية والأسرية
1	لديها طموح لتحسين الوضع	3	استطعن تحقيق ما طمحن إليه من تحسين الأوضاع التعليمية والصحية في دول اللجوء عنها في سوريا

كثافة المشاهدة	قيمة معامل الارتباط	الصورة الذهنية
0.5-		
0.667	الدلالة الاحصائية	
3	العدد	

قيمة معامل الارتباط = 0.5-

توجد علاقة ارتباط عكسية متوسطة

تابع جدول رقم (29)

التكرار	العبارة	التكرار	الميداني
3	ذات شخصية ضعيفة انهزامية	39	لديه قدرات محدودة على التصدي ومواجهة مشكلاتهن
1	لا تلتزم بالعادات وتتأثر بشكل كبير بعادات وتقاليدها مناطق اللجوء	20	تخلين عن قيمهن الاسرية والاجتماعية لمسايرة الحياة بدول اللجوء
11	تنصاع مع الأوضاع المحيطة (سلبية)	43	يعانين من الظروف الاقتصادية الصعبة بالدول التي لجأن إليها
10	تعجز امام مسؤوليتها الصعبة	37	يعانين من أوضاعهن القانونية بدول اللجوء

الترتيب	العبارة	الترتيب	الميداني
3	ذات شخصية ضعيفة انهزامية	2	لديه قدرات محدودة على التصدي ومواجهة مشكلاتهن
4	لا تلتزم بالعادات وتتأثر بشكل كبير بعادات وتقاليدها مناطق اللجوء	4	تخلين عن قيمهن الاسرية والاجتماعية لمسايرة الحياة بدول اللجوء

1	تتصاع مع الأوضاع المحيطة (سلبية)	1	يعانين من الظروف الاقتصادية الصعبة بالدول التي لجأ إليها
2	تعجز امام مسئوليتها الصعبة	3	يعانين من أوضاعهم القانونية بدول اللجوء

كثافة المشاهدة		
0.8	قيمة معامل الارتباط	الصورة الذهنية
0.2	الدلالة الاحصائية	
4	العدد	

قيمة معامل الارتباط = 0.8

توجد علاقة ارتباط موجبة قوية

يتضح مما سبق وجود علاقة ارتباط موجبة قوية بين الصورة الإعلامية للاجنات السوريات بالصفحات الرسمية للقنوات الفضائية بالفيديو بوك عينه الدراسة وبين صورتها الذهنية لدى الجمهور المصري والسوري عينه الدراسة الميدانية.

الفرض الثاني:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الصورة الذهنية للاجنات السوريات لدى افراد العينة من السوريين عنها لدى عينة الدراسة من المصريين.

جدول رقم (30)

الجنسية / العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة الاحصائية
مصري 75	30.41	3.21	3.849	98	0.000
سوري 25	27.08	5.07			

من خلال الجدول السابق تبين أن الدلالة الإحصائية جاءت صفر بمعنى أنه لا توجد فروق دالة احصائيا وبالتالي ثبوت صحة الفرض

الفرض الثالث:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة مشاهدة الجمهور عينه الدراسة (منتظمة، غير منتظمة) والصورة الذهنية المتكونة عن اللاجنات السوريات لديهم.

جدول رقم (31)

كثافة المشاهدة		
-0.329**	قيمة معامل الارتباط	الصورة الذهنية
0.001	الدلالة الاحصائية	
100	العدد	

توجد علاقة عكسية ضعيفة بمعنى كلما ارتفعت كثافة المشاهدة كانت الصورة المتكونة سلبية

أهم نتائج الدراسة:

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- الصورة الإعلامية التي قدمتها الصفحات الرسمية للقنوات الفضائية بالفيس بوك " تجمع بين الإيجابية والسلبية على حسب أوضاعهن الحياتية بمناطق اللجوء التي تناولتها البرامج بتلك القنوات، وبالتالي فإن الصورة الذهنية للاجئات السوريات تأثر تكوينها بتلك الصورة المعروضة.

- وجاءت من أكثر السمات الإيجابية للاجئات السوريات بالبرامج والاعلام بالصفحات الرسمية للقنوات عينة الدراسة أن لديها طموح لتحسين الوضع بنسبة (30%) يليها قدرة على تحمل المسؤولية (27.5%) ذات شخصية قوية واثقة بذاتها (20%) تلتزم بكل عاداتها وتقاليدها (15%) وأخيرا أخرى (7.5%)، أما السمات السلبية فجاءت تتصاع مع الأوضاع المحيطة بنسبة (42.3%)، وتعجز امام مسؤوليتها الصعبة (38.5%)، ذات شخصية ضعيفة انهمازية (11.5%)، لا تلتزم بالعادات وتتأثر بشكل كبير بعادات وتقاليدها مناطق اللجوء تساوت مع أخرى بنسبة (3.8%).

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الصورة الذهنية للاجئات السوريات لدى افراد العينة من السوريين عنها لدى عينة الدراسة من المصريين حيث جاءت "صورة تجمع بين الإيجابية والسلبية حسب أوضاعهن الحياتية" بنسبة 77% لدى المصريين، وبنسبة 64% لدى السوريين.

صعوبات الدراسة

صعوبات الدراسة الميدانية

عزوف بعض افراد الجمهور السورى عن الاستجابة لاستمارة الاستبيان بسبب دوافع شخصية تتعلق برفض الاوضاع السورية بفترة ما بعد الحرب وخاصة ما يتعلق بأوضاع اللاجئين ورفض الحديث عنها.

صعوبات الدراسة التحليلية

- من خلال تحليل مضمون البرامج والاعلام حول اللاجئين بالصفحات عينة الدراسة بالفترة من بداية شهر مارس حتي (15 مارس) نهاية عينة الدراسة التحليلية فقد سيطر علي اخبار قناتي سوريا TV وقناة الجزيرة سوريا، احتفالات الثورة السورية ضد النظام الحاكم.

- ثم ازدواجية تناول الاخبار ما بين لاجئي سوريا وأكرانيا، وذلك منذ الحرب الروسية الأوكرانية فقد توجهت التغطية الإعلامية لأخبار الحرب الروسية الأوكرانية بشكل طغى على أخبار وقضايا اللاجئين السوريين، مع التركيز فقط علي المقارنة بين اللاجئين السوريين والأوكرانيين.

توصيات الدراسة:

1- أن يتم إجراء دراسات حول دور المنظمات الدولية كمنظمة كاريتاس بمصر أو المفوضية الدولية لشئون اللاجئين التابعة للأمم المتحدة ، ودورها في دعم اللاجئين بمختلف مناطق اللجوء.

2- أن يتم خلق حلقات لتمرير المعلومات من المنظمات المعنية بشؤون اللاجئين لوسائل الاعلام المختلفة لضمان دقة ومصداقية المعلومات وتقنين أوضاع اللاجئين بشكل علمي مدروس.

مراجع الدراسة

Adi, N. R. (2019). Syrian Refugee Women Displacement Challenges: A Qualitative study. Rome, Italy: International Academy of Law and Mental Health: IALMHAt.

Atalay, E. (2019). War and Gender: Examining Women's Health Problems of Syrian Refugee Women as Based on Gender, Master Thesis. Canakkale: Çanakkale Onsekiz Mart University, Institute of Education Sciences.

Bowen, A. (2017). Exploring Maternal Mental Health in Syrian Refugee Women. Retrieved from researchgate: <https://www.researchgate.net/publication/318064187>

Chalmiers, M. A. (2021, Summer). 'Life Is Tight Here' Displacement and Desire amongst Syrian Refugee Women. Anthropology of the Middle East, Vol. 16, No. 1, pp. 49-69.

Dogutas, A. (2019, November). Gender Based Violence against Syrian Refugee Women in Turkey. Retrieved from journals.tplondon: <https://www.tplondon.com/bordercrossing/>

Eltokhy, S. (2020, may). Towards Belonging: Stability and Home for Syrian Refugee Women. Retrieved from researchgate: <https://www.researchgate.net/publication/341526684>

Greunk, L. A. (2003, 6 15). The cultivation theory. Retrieved from <http://www.colosatate.edu/depts./speech/rccs/theoryo6.htm>

Hochman, N. (2014, December). The social media image. Retrieved from SAGE: (<http://www.uk.sagepub.com/aboutus/>

Niveen Rizkalla, L. S. (2019). Syrian Refugee Women Displacement Challenges: A Qualitative study. Conference: International Academy of Law and Mental Health. Rome, Italy: researchgate.

Shereen Hamadneh, J. H. (2021). Knowledge and attitudes regarding Covid-19 among Syrian refugee women in Jordan. Retrieved from researchgate: <https://www.researchgate.net/publication/348506554>

Valko, O. K. (2019, October 25). Stereotypic image of Siberia in Russian mass media. The International Scientific and Practical

Conference “Current Issues of Linguistics and Didactics: The Interdisciplinary Approach in Humanities and Social Sciences” (CILDIAH-2019).

Venus, A. S. (2007, june). Cultivation Theory. Retrieved from MediaTor (Jurnal Komunikasi): <http://dx.doi.org/10.29313/mediator.v8i1.1243>

Vollbracht, M. (2021). The media image of occupational inclusion of people with disabilities. Retrieved from researchgate: <https://www.researchgate.net/publication/354776896>

إسلام سفيق عواد. (2001). صورة مصر في الصحافة اليومية لدول مجلس التعاون الخليجي خلال الفترة من 1989 حتى 1991 . لقاهاة , جامعة الأزهر , كلية اللغة العربية قسم الصحافة و الإعلام: رسالة ماجستير غير منشورة .

المنصف الشناوي & محمد معوض واخرون. (1995). دراسات الأمية ، منشورات ذات السلاسل. الكويت: جمال المنيسى , الأسلوب العلمى لدراسة الإعلام, طبعة أولى.

ايمن منصور ندا. (2004). الصورة الذهنية والإعلامية: عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير (كيف يرانا الغرب؟). برس: جامعة القاهاة، كلية الاعلام.

تليفزيون سوريا. (اكتوبر, 2019). تم الاسترداد من https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fyoutu.be%2F2jWhVrLPSnM%3Ffbclid%3DIwAR0heF86J3pXtcwu8cw9QXnbYLRqyWtNu4ewdS7TuvPT0aUjkHv6YJwiEUw&h=AT0_iPfOUFGALkewOJ5KcDSKKUzO29DZFv7aeTh5ZfUyMbviEVGbbq4cmYkLTKxl9hJAougDL7AEJnP-3bXip7B2PaHVocwMACe29NyOKHThlXJn

حسن على حسن. (2000). بعض المظاهر السلبية المتعلقة بالصورة الذهنية المدركة لأستاذ الجامعة . مجلة علم النفس، العدد 55 .

خليل عبدالله على حسين. (ابريل 2016). العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للمهاجرين إلى المجتمعات الغربية. المؤتمر الدولي العلمى الثانى للمركز الأوروبى للبحوث والإستشارات. لندن: جامعة لندن.

سدحان عبد الأمين. (2018). التكنولوجيات الجديدة للإعلام والإتصال ودورها في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاعلامية - المؤسسة الوطنية للصحافة نموذجاً. الجزائر، المسلية، جامعة بوضياف: رسالة ماجستير.

سعاد محمد مصطفى. (2011). الصورة الاعلامية للفتاة المحجبة فى الافلام وعلاقتها بصورتها الذهنية لدى شباب الجامعات. القاهاة ،جامعة عين شمس : رسالة ماجستير غير منشورة .

- سلامة القحطاني. (2012). ، الصورة الذهنية بين التكوين والتأثير . القاهرة : الدار المصرية للكتب .
- سليمان صالح. (2005). وسائل الإعلام وصناعة الصورة الذهنية . الكويت: مكتبة الفلاح.
- عبد القادر علال. (سبتمبر, 2019). الصورة الاعلامية . مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر، العدد 3، مجلد 7، الصفحات 47-57.
- فاطمة همال. (2022). إدارة الصورة الذهنية للمؤسسات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي ، رسالة دكتوراة . الجزائر: جامعة باتنة .
- قناة الجزيرة. (فبراير, 2019). تم الاسترداد من https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fyoutu.be%2F7zT8H7qwaRE%3Ffbclid%3DIwAR1YAYwLiDEWTOdNvTDvAJkSxprlPku3ILr6nPNRYXlvd9Q_185hTyt_1hs&h=AT0_iPfOUFGALkewOJ5KcDSKKUzO29DZFv7aeTh5ZfUyMbviEVGbq4cmYkLTKxI9hJAougDL7AEJnP-3bXip7B2PaHVocwMACe29NyOKHThlzXJn
- مايسة السيد طاهر. (2003). صورة العنف بين الرجل والمرأة كما تقدمها الدراما العربية فى التلفزيون المصرى . جامعة القاهرة، كلية الاعلام : رسالة ماجستير غير منشورة .
- محمد محمد رمضان شاهين. (2008). محمد محمد رمضان شاهين . "صورة الطفل المعاق كما تعكسها برامج ذوى الإحتياجات الخاصة بالتلفزيون المصرى وعلاقتها بصورته الذهنية لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية، رسالة ماجستير غير منشورة . جامعة عين شمس : كلية الدراسات العليا للطفولة .
- محمد محمد محمد البادي. (1978). البنیان الاجتماعي للعلاقات العامة . القاهرة: الانجلو المصرية.
- محمود حسن اسماعيل. (2003). مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير. القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- محمود عيد عياش. (2014). صورة حماس في الصحافة المصرية بعد ثورة يناير 2011 دراسة تحليلية على عينة من الصحف المصرية: رسالة ماجستير. غزة : كلية الآداب، قسم الصحافة والاعلام، الجامعة الاسلامية .
- ملك محمود محمود. (يوليو - سبتمبر(ب), 2016). الصورة الإعلامية لمصر كما تعكسها المواقع الإخبارية الأجنبيةة. حوليات اداب عين شمس ،مجلد44 - عدد3.