

## "صورة قادة الرأي السوريين في وسائل الاتصال الإلكتروني والعوامل المؤثرة فيها" دراسة مسحية تحليلية

الجهة التي قدمت الدراسة إليها: الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك،  
كلية الإعلام والاتصال - قسم الصحافة والاتصال. يناير / ٢٠٢٠

إعداد الباحث: عدنان عبد الرزاق

إشراف: الأستاذ المساعد الدكتور: كمال بديع الحاج

غيّرت الأزمة السورية، فيما غيرت، من شكل وطرائق التعاطي الإعلامي، بعد أن اصطلفت الوسائل الإعلامية، مع أو ضد، وانخرطت بما تقتضي سياساتها التحريرية أو مشيئة مموليها، معتمدة ضمن أساليبها وعبر المواد الإعلامية، على تشويه صورة القادة وأصحاب الرأي، وعلى كلا الجانبين، معارضة وموالة، لما -وفق رأيها- لهؤلاء القادة، من دور ريادي وتأثير، وخاصة خلال بداية الأحداث عام ٢٠١١ وحتى عام ٢٠١٣، يوم كان القادة، لسان حال جمهورهم، فنال "قادة الرأي" ربما كما غيرهم، من تعرية وكشف، وربما تشويه متعمّد.

وسعت هذا الدراسة، إلى تحليل تغطية أخبار ونشاطات قادة الرأي، عبر ثلاثة مواقع إلكترونية "مؤيد للثورة وهو موقع زمان الوصل، ومحيد وهو سيريا نيوز، ومؤيد للنظام السوري وهو سيريا ستيبس".

وتجلت المشكلة التي طرحها البحث، بالانقسام وتباين الصورة التي شكلها السوريون عن قادة الرأي، بعد اصطفاف وسائل الاتصال ودخولها ضمن الصراع الحاصل في سورية منذ عام ٢٠١١، وابتعادها، عن تسويق الصورة النمطية، بل دخلت ضمن تشويه أو ترسيخ تلك الصور، وذلك على حسب سياسة وسائل الاتصال ومالكها، أو التوجه السياسي لقادة الفكر وموقفهم من الصراع.

فاستشعر الباحث خطورة ما يتم من تشويه صورة قادة الرأي، نتيجة الانقسام الحاد بين الإعلاميين، نظاماً ومعارضة، وما نتج عن ذلك، من تدمير وتفتيت صورة قادة المجتمع في ذهنية الجمهور الذين يفترض أن يقوموا بأدوار مهمة خلال الفترة المقبلة.

وحاول الباحث رصد ما نشرته تلك المواقع عن عينة قادة الرأي التي تم اختيارها من خبراء سوريين، إن كان هناك تحريف أو تشويه عمدي لتلك الصور وترسيخ نظرة "نفعية" تخدم توجهات وسياسة هذا الجانب أو ذاك.

وانطلق الباحث من فرضية رئيسية، تتلخص بتبدل صورة قادة الرأي السوريين، وعلى كلا الجانبين، ممن كانوا مؤيدين للسلطة السورية أو ممن هم محسوبون على المعارضة، خلال الحرب الممتدة منذ عام ٢٠١١.

ويتفرع عن الفرضية العامة، خمسة فروض:

الفرض الأول:

تضمنت المواد الإعلامية المنشورة عن قادة الرأي في وسائل التواصل الاجتماعي، آراءً شخصية وتم خلالها التجني والاتهامية.

الفرض الثاني:

تزامن النشر حول قادة الرأي مع تزايد دورهم في الأحداث، بينما يغيب قائد الرأي المبتعد عن الحدث الآني أو الميداني.

الفرض الثالث:

تختلف المواد الإعلامية المنشورة حول قادة الرأي، بحسب الوسيلة الإعلامية وتمويلها وسياساتها التحريرية، ففي حين يظهر قائد للرأي بصورة جيدة في وسيلة مؤيدة، يشيطن في الوسيلة على الضفة الأخرى.

الفرض الرابع:

تراجع التركيز على قادة الرأي بالتزامن مع تدويل القضية السورية وتراجع دور قادة الرأي في القضية السورية.

الفرض الخامس:

تشوهت صورة قادة الرأي في ذهنية الجمهور، نتيجة الضخ الإعلامي والاستمالات التي امتدت على نحو سنوات الأزمة السورية.

وحدد الباحث العينة عبر مجتمعتين للدراسة:

الأول: المجتمع التحليلي، المواقع الإلكترونية. "ثلاثة مواقع إلكترونية سورية: مؤيد للنظام ومحاييد ومعارض".

الثاني: المجتمع المسحي" عينة من الخبراء في قطاعات الإعلام والاقتصاد والمجتمع والسياسة والتعليم العالي". معتمداً منهج الدراسات الوصفية المسحية التحليلية، من خلال دراسة صورة قادة الرأي في وسائل الاتصال الإلكتروني والعوامل المؤثرة فيها، كالسياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية وسياسة البلد الصادرة فيه، إضافة إلى ظروف الحرب، وأثر وسائل الاتصال، في ترسيخ أو تشويه صورة القادة السوريين خلال الأزمة الممتدة منذ عام ٢٠١١، والصور الجديدة المكوّنة أو النمطية المهذمة، بهدف تحليلها ومعرفة أثر تلك الصورة على واقع سورية ومستقبلها، في التعايش والبناء والتنمية.

وذلك عبر سعي الباحث إلى استخلاص نتائج واستنتاجات، من خلال آراء الخبراء، وتحليل مضمون، لمعرفة ما تم نشره، على وسائل الاتصال والتواصل الاجتماعي، حول صورة قادة الرأي السوريين.

وخلصت الدراسة إلى نتائج أبرزها:

- تراجعت نسبة تغطية أخبار قادة الرأي تبعاً مع مرور سني الأزمة، واقتصرت على الأحداث المرتبطة بهم أو الفعاليات التي يحضرونها.

- غلبة الرأي الشخصي أو رأي الوسيلة الإعلامية خلال تناول قادة الرأي، وتراجعت طرائق تدعيم المادة الإعلامية بالحقائق، الأمر الذي أخلّ بتوازن الطرح من جراء الاعتماد غالباً على مصدر واحد.



- ظهر جلياً أثر ودور الممول "الحزب الناشر" خلال تناول قادة الرأي، ففي وصف الموقع المؤيد للنظام السوري قادة الرأي على ضفة المعارضة، بالخونة والمتآمرين، حاول تسويق قادة الرأي المؤيدين للنظام، على أنهم وطنيون ومخلصون.
- بدا التفاوت والانقسام على أشده، خلال التعاطي مع قادة الرأي المحسوبين على المعارضة عبر الموقع المحسوب على النظام السوري، والعكس، ما يدل على اتساع الفجوة وعمق الخلاف بالنظرة والتعاطي وحتى الاتفاق حول قادة الرأي.
- شكلت الاستمالات العاطفية الحصة الكبرى من المواد الإعلامية التي تناولت قادة الرأي، في حين كان الاعتماد على الاستمالات العقلية والمنطقية محدوداً، وهذا -ربما- من أهم أسباب عدم تطور تلبية المتلقي السوري ليصل إلى الفعل السلوكي والاستجابة، خاصة في سنوات الأزمة الأخيرة.

### **English Summary.**

The Image of Syrian Opinion Leaders in the Ecommunication Media and the Factors Affecting It: An analytical Survey Study

Abstract

Paper presented to: the Media and Communication School, The Arab Open Academy in Denmark

Press and Communication Department. The year 2020

Drafted by: Adnan Abdul-Razzaq

Under the Supervisor of Dr. Kamal Badih Al-Haj, Assistant Professor

The Syrian crisis has changed, among many other things, the outlines and methods of media engagement, since the media lined up into



camps. The media has focused on twisting the image of the leaders and opinion makers, according to requirements of their editorial policies or the will of its financiers. This has happened on both sides: the loyalists and the opposition. The aim was to demean these leaders due what the media believed was the role and influence of these individuals, especially during the early stage of the revolution: 2011 - 2013, when the leaders were true representatives of their constituencies. Consequently, opinion leaders got, like many others, their share of distortion and defaming.

This study seeks to analyze the coverage of news and activities of the opinion leaders, through three websites: an opposition pro-revolution website, Zaman Al-Wasl; an impartial website, Syria News; and pro-Syrian regime one, Syria Steps.

The problem presented in this study can be manifested by the disparity of the image that the Syrians have formed of opinion leaders, when the media was polarized and found itself a part of the conflict that has taken place in Syria since 2011. The media deviated from the stereotyped image of the leaders and, instead, either distorted or perpetuating those images, in line with the policy of the media outlet and its owner, on the one hand, and the political position of those leaders on the conflict.

In the paper detects the seriousness of the distortion of the image of opinion leaders, as a result of the sharp division within the media into



pro-regime and opposition media, and the ensuing destruction and splintering in the minds of the public of the image of community leaders, who are supposed to play important roles during the coming period.

The researcher attempts to monitor what these sites published about a sample of opinion leaders, which was selected by Syrian experts, to see if there was deliberate distortion or defamation of these images in order to devote a "pragmatic" view that serves the policies and politics of this or that side.

The researcher set off from a main hypothesis which says that the image of Syrian opinion leaders has changed during the war that extended since 2011, on both sides: those who support of the Syrian authority or those affiliated with the opposition.

This general hypothesis is divided into five assumptions:

First assumption:

The material published by the Syrian media on opinion leaders on social media included personal opinions, which were subject to accusations and prejudice.

The second assumption.

Publication about opinion leaders increased with the rise of their role in the events, while opinion leaders who were not directly engaged in the immediate or field event were spared.



The third assumption:

The image of the same opinion leader can differ from one media outlet to another. He or she can look fine on one outlet and look evil on another, based on the outlet's policies and politics.

Fourth assumption:

The focus on opinion leaders declined in conjunction with the internationalization of the Syrian cause, when the role of opinion leaders on the Syrian issue declined.

Fifth assumption:

The image of opinion leaders has been distorted in the public's mindset, as a result of media pumping and grooming that spanned the years of the Syrian crisis.

The study identified two categories of sample :

1- An analytical sample (three Syrian websites, pro-regime, pro-revolution, and impartial); and

2-A survey sample that comprised a group of experts in the domains of media, economy, society, politics, and higher education. Adopting the methodology of descriptive analytical survey studies, the study will examine the images of opinion leaders in e-media and the factors affecting them, such as the editorial policy of the media outlet and the country's policy issued therein. The study, moreover, will examine the circumstances of the war and the impact of the means of



communication in perpetuating or distorting the image of Syrian leaders during the crisis spanning since 2011. It will shed light on the newly formed images and the destroyed old ones, with the aim of analyzing them and knowing the impact of that image on the reality of Syria and its future, in coexistence, construction and development.

The researcher seeks to draw conclusions, through the experts' opinions, and a content-research analysis of the objective, structured description of the apparent content of communication, to find out what has been published, on the media and social media, regarding the image of Syrian opinion leaders

The study reached a few inferences, the most prominent of which are:

-The volume of coverage of opinion leaders has declined successively with the passage of the years of the crisis, and has become limited to the events related to them or the events they attend.

-The excessive use of personal opinion or the opinion of the media outlet while covering opinion leaders and public figures and the lack of facts and supporting materials that support the opinion have affected the balance of the coverage as a result of relying often on one source.

-The financier's impact was evident during the discussion of opinion leaders.



-The disparity and division was most prominent, when pro-regime media covered opposition figures, and vice versa, which indicates the huge gap and difference in outlook between the two parties.

-Emotional grooming constituted the biggest share of media materials that dealt with opinion leaders, while relying on mental and logical judgement was limited, which might be the reason why the response of the Syrian recipient did not evolve to be a behavior, especially in the latest years of the crisis

### فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
أ	غلاف الرسالة
ب	آية قرآنية
ت	الإهداء
ث	شكر وتقدير
د	ملخص الدراسة باللغة العربية
ش	ملخص الدراسة باللغة الإنكليزية
٠	الفصل الأول
١	مقدمة
٣	الدراسات السابقة
١٤	مشكلة البحث
١٣	أهمية البحث
١٥	أهداف البحث
١٦	منهج البحث



١٦	مجتمع البحث
١٧	عينة البحث
١٧	تساؤلات البحث
	<b>الفصل الثاني: الإطار النظري</b>
٢٧	المبحث الأول: قادة الرأي
٣٢	المبحث الثاني: قادة الرأي السوريون
٦٢	المبحث الثالث: الصورة والصورة الذهنية
٦٩	المبحث الرابع: الأزمة السورية
٨٦	المبحث الخامس: وسائل الإعلام الإلكتروني
٩١	المبحث السادس: المواقع الإعلامية الإلكترونية
	<b>الفصل الثالث، نتائج الدراسة المسحية والتحليلية</b>
٩٤	المبحث الأول: نتائج الدراسة المسحية على عينة من الخبراء
١٠٤	المبحث الثاني: نتائج الدراسة التحليلية
١٣٧	النتائج والمقترحات
١٤٥	المراجع
١٥٢	الملاحق