

احتياجات اللاجئين السوريين الإعلامية في تركيا

(دراسة ميدانية)

إعداد: عبد الله لباييدي - جامعة الزهراء

المبحث الأول: مدخل إلى الدراسة

أولاً: مقدمة البحث:

يعد الإعلام شريان حياتنا المعاصرة، إذ لا يستغني عنه أي فرد في المجتمع، فمنه نستقي الأخبار، ومنه نحصل على المعلومات التي تزودنا بالمعرفة، وفيه نجد التسلية والترفيه، ويمثل اللاجئون السوريون أحد الشرائح المهمة التي هي بحاجة ماسة للاستفادة من الإعلام مثلها مثل غيرها من الشرائح الأخرى في المجتمع.

ثانياً: أهمية البحث

إنّ من وظائف الإعلام التعليم والتعلم الذاتي، وإمداد الجمهور بالمعلومات الخاصة بالوقائع والأحداث التي تتم داخل المجتمع وخارجه، واللاجئون السوريون بحاجة ماسة للاستفادة من الإعلام نظرًا لما يحدثه من تأثير على الجماهير.

وتكمن أهمية الدراسة في الجوانب التالية:

- 1- كونها تتعرف على احتياجات فئة من الجماهير المستهدفة للإعلام وهي فئة اللاجئين.
- 2- التعرف على أهم الاحتياجات الإعلامية التي يسعى اللاجئون لإشباعها.
- 3- تساعد هذه الدراسة الحكومة التركية في تحديد أفضل الوسائل والأساليب للوصول إلى هذه الفئة من الجماهير.
- 4- القدرة التأثيرية لوسائل الإعلام في نقل المضامين الهادفة والموجهة وإيصالها إلى جمهور اللاجئين بشكل جذاب ومؤثر.

ثالثاً: أهداف البحث:

- 1- محاولة الخروج برؤية واضحة وآليات عملية مقننة تمكن القائمين على الوسائل الإعلامية من إعداد مواد إعلامية تلي حاجات اللاجئين وتشبع تطلعاتهم.
- 2- التعرف على احتياجات اللاجئين السوريين الإعلامية.
- 3- مساعدة الحكومة التركية في تحديد أفضل الوسائل والأساليب للوصول إلى هذه الفئة من الجماهير.

رابعاً: مشكلة البحث:

نظراً لأهمية الإعلام وما يمكن أن يحدثه من تأثير على اللاجئين السوريين في تركيا، تتصدى هذه الدراسة وتستهدف الإجابة على مجموعة من التساؤلات من أهمها:

- 1- ما حجم تعرض اللاجئين السوريين في تركيا لوسائل الإعلام الجماهيرية؟
- 2- ما المضامين التي يرغب اللاجئون السوريون أن تركز عليها الوسائل الإعلامية؟
- 3- هل توجد مشكلات يجب للاجئين التركيز عليها في وسائل الإعلام؟
- 4- هل توجد لدى اللاجئين مقترحات محده تزيد من فعالية وسائل الإعلام لتلبية احتياجاتهم؟

خامساً: نوع الدراسة:

يعد هذا البحث من البحوث الاستطلاعية التي تهدف الكشف والتعرف على ظاهرة معينة، أو مجموعة من الظواهر لإلقاء مزيد من الضوء عليها، حيث تعتبر من الدراسات الرائدة في البحث العلمي. حيث تسعى الدراسة إلى التعرف على احتياجات اللاجئين الإعلامية لتلبيتها قدر المستطاع.

سادساً: منهج الدراسة:

اعتمد الباحث على منهج مسح الرأي العام "للتعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والمفاهيم المختلفة لدى مجموعة معينة من الجماهير" حيث "تمثل النتائج التي تسفر عنها الدراسات المسحية للرأي العام ذخيرة أساسية من المعلومات التي تفيد في ترشيد السياسات الإعلامية ورسم الخطط الإعلامية على أساس سليم"⁽¹⁾.

سابعاً: الخطوات المنهجية للدراسة الميدانية:

أجريت الدراسة الميدانية باستخدام صحيفة استقصاء بالمقابلة وفيما يلي أهم الخطوات المنهجية التي اتبعتها هذه الدراسة:

أ- مجتمع البحث وعينته:

"أظهرت دراسة مشتركة أعدها اتحاد جمعيات أصحاب الأعمال (TISK) التركي، ومركز أبحاث السياسات والهجرة في جامعة هاجي تيبه (HÜGO) أنّ عدد اللاجئين السوريين في تركيا قد يتجاوز 3

(1) بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، سمير محمد حسين، القاهرة، دار الشعب، 1396هـ/1976م، 131.

ملايين لاجئ في المستقبل القريب"⁽²⁾، وبناء على ما سبق قام الباحث باختيار مجتمع اللاجئين السوريين المنتمين للسلك التعليمي من الأساتذة والطلاب المقيمين في جامعة الزهراء بمدينة غازي عنتاب التركية كنموذج لهذا البحث، لأنه يمكن تحديدهم واختيار عينة ممثلة لهم بطريقة علمية، بالإضافة إلى كونهم من الطبقة المتعلمة التي تهتم بالتعرض لوسائل الإعلام، وحيث إن عدد مفردات مجتمع الدراسة لا يمكن التعامل معه بأسلوب الحصر الشامل، فقد تم اختيار عينة مقدارها 100 مفردة لتمثيل مجتمع الدراسة تم سحبها بطريقة عشوائية منتظمة من مجتمع الدراسة.

ب- أداة الدراسة:

تم تصميم صحيفة الاستقصاء لجمع البيانات الضرورية للدراسة وذلك بعد مراجعة العديد من الدراسات ذات الصلة بموضوع الاستخدامات والاحتياجات، وبعد تصميم الاستبانة تم عرضها على عدد من المتخصصين في الإعلام والإحصاء لتحكيمها⁽³⁾ حيث اقترح المحكمون بعض التعديلات التي تم الأخذ بالمناسب منها في النسخة النهائية للأداة.

ت- المعالجة الإحصائية للبيانات:

تمت معالجة بيانات الدراسة من خلال التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة باستخدام التكرارات ونسبها المئوية، وقياس العلاقة الارتباطية بين مفردات الاستمارة وبعض المتغيرات.

ث- الإطار الزمني والجغرافي للدراسة:

1- حدود خاصة بالزمان: أجريت الدراسة الميدانية من تاريخ 29-3-2015 إلى 9-4-2015

2- حدود خاصة بالمكان: الجمهورية التركية، غازي عنتاب، جامعة الزهراء.

المبحث الثاني: الإطار النظري للدراسة

توطئة

تعد وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة مصدرًا هامًا من مصادر التوجيه والتثقيف عند حدوث الأزمات في المجتمع، وإن وجود اللاجئين خارج حدود بلادهم يعد أزمة بحد ذاتها، وإن لوسائل الإعلام تأثيرًا كبيرًا في مجتمع متباين في مستويات أفرادها الفكرية، وهذا ما يكسبها أهمية كبيرة في عملية بناء المجتمعات.

(2) انظر موقع <http://www.turkpress.co/node/>، 2016/3/25م.

(3) تم عرض الاستبانة وتحكيمها على الأستاذ الدكتور محمد نجاد كردية المتخصص بعلم الإحصاء، وعلى الأستاذ الدكتور كمال بديع الحاج المتخصص بالإعلام.

المطلب الأول: الإعلام والمجتمع

"يشمل الإعلام جميع أوجه النشاط الاتصالية التي تعمل على تزويد الإنسان بجميع الحقائق والمعلومات المعرفية، باعتبار أنّ الاتصال هو قوة محركة للمجتمع، بحيث يؤدي إلى حركة المجتمع حركة تفاعلية مؤثرة ومتأثرة، فالانصاف عملية اجتماعية، وتجري في بيئة معينة، تؤثر فيها وتتأثر بها، وهناك تفاعل بين الاتصال والمجتمع"⁽⁴⁾.

وللإعلام دور كبير يسهم به في تطوير المجتمع بشتى فئاته وحل أزماته، ومن ذلك:

- 1- "وصل المواطن بكل ما يعنيه في المجالات التي تتصل باهتماماته المختلفة.
- 2- نقل الخبرات وتنمية المهارات في مختلف مجالات النشاط الإنساني ومعاونة قطاعات الخدمات المختلفة في تأدية رسالتها (مثل قطاع الصحة، وقطاع التعليم، والإنتاج...).
- 3- الإسهام في حل مشكلات المجتمع بإلقاء الضوء عليها والتوعية بها واقتراح أفضل الحلول لمعالجتها.
- 4- رفع مستوى الثقافة وتطوير الفكر العام للمجتمع.
- 5- تكوين الرأي العام المستنير إزاء قضايا المجتمع الداخلية والخارجية من خلال توفير المعلومات الصحيحة والكافية وعرض مختلف الآراء الواعية الصادقة...."⁽⁵⁾.

ولا يخفى في هذه الظروف التي يعيشها اللاجئون ما لأجهزة الإعلام من دور فعال ونشط لإيجاد المناخ والوعي والقناعة اللازمة لتكاتف أفراد المجتمع في مواجهة الأزمة، فيكون الإعلام بقنواته المتنوعة خزاناً ومُعبراً عن آمال وطموحات المجتمع، وفي ذات الوقت موجهاً أميناً لتطلعات القيادة العليا في المجتمع، فيحدث تناسقاً ذهنياً وعملياً بين الأفراد والقيادة نحو تحقيق الأهداف المنشودة بأيسر السبل وأقلها عناء وتكلفة.

"فخطة الإعلام في إدارة أزمات اللاجئين تعتمد على تحديد طبيعة وفئة الجمهور الذي ستخاطبه وسائل الإعلام....، فكل فئة لها رسائلها التي يجب إعدادها بعناية.

لذلك تكمن أهمية وسائل الإعلام في سرعة شرح الحدث وتفسيره وتوضيحه للمجتمع، مثل "التطورات أو العوامل والأسباب المختلفة التي أدت إلى الحدث، والحقائق التي توضح أهمية الحدث وعلاقته بالقارئ والشخصيات أو الجهات التي تمثل العناصر الفاعلة في وقوع الحدث، وشرح الأوضاع التي يعتبر الحدث جزءاً منها، أي شرحه في إطار الظروف المحيطة به، وتوضيح العلاقة بين الحدث وغيره من

(4) علم اجتماع المعرفة، طه نجم، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1417هـ/1996م، 153.

(5) الإعلام في المجتمع المسلم، حامد عبد الواحد، مكة المكرمة، رابطة العالم الإسلامي، 1405هـ/1984م، 24.

الأحداث السابقة التي تشبهه أو ترتبط به"⁽⁶⁾، وهذا يساعد جمهور اللائحين في المجتمع على فهم ما يحيط بهم.

وأخيراً فإنّ للإعلام دور جوهري في المجتمع، حيث يحصل الفرد من خلاله على المعلومات والآراء والمواقف الرسمية وغير الرسمية أثناء تواجده خارج حدود بلاده، تساعد في تكوين مفاهيم واضحة للظواهر والأحداث والقضايا المعاشة، من خلال توجيه المعلومات وفقاً لسياسة الوسيلة الإعلامية والإيديولوجيا التي تحكمها.

المطلب الثاني: ضوابط وسائل الإعلام

لا بد للوسيلة الإعلامية من الاهتمام بمجموعة من الضوابط منها:

1- أن تكون واضحة الهدف:

وسائل الإعلام ينبغي أن تكون واضحة المعالم والرؤيا، لا يشوبها اللبس، أو الغموض، موثوق بالفكر الذي تحمله هذه الوسائل، هدفها هداية الإنسان إلى طريق الإسلام، الواضح المعالم والأهداف. يقول الحبيب المصطفى صلى الله عليه وسلم: (لقد تركتكم على مثل البيضاء، ليلها ونهارها سواء)⁽⁷⁾ يعني أنه صلى الله عليه وسلم سيأتيه الموت، وقد أعذر إليهم، وبين أحسن بيان هذه الشريعة العظيمة بلا لبس أو غموض"⁽⁸⁾.

2- المرونة في عرض المادة الإعلامية:

"وردت في الشريعة قواعد ومبادئ عامة، تتضمن أحكاماً عامة يمكن بسهولة ويسر تطبيقها في كل مكان وزمان، وقد صيغت بكيفية تمكنها من سهولة هذا التطبيق ويسره، كما أنّ معناها الحق لا يمكن أن يتخلف عن أي مستوى عال يبلغه أي مجتمع، وبالتالي يتسع لكل مصلحة حقيقية جديدة للناس"⁽⁹⁾.

(6) الصورة كنوع صحفي وعلاقتها بالآزمات، نصير بو علي، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، المؤتمر الدولي للإعلام والآزمات الرهانات والتحديات، 1431هـ/2010م، 363.

(7) سنن ابن ماجة، أبو عبد الله محمد بن يزيد بن ماجة القزويني (-273هـ/886م)، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، القاهرة، دار إحياء الكتب العربية، 1372هـ/1953م، 1، 4، والحديث بتمامه عن أبي الدرداء، قال: خرج علينا رسول الله صلى الله عليه وسلم، ونحن نذكر الفقر ونتخوفه، فقال: ألقوا تخافون؟ والذي نفسي بيده، لتصبن عليكم الدنيا صبا، حتى لا يزيغ قلب أحدكم إزاغة إلهيه، وإيم الله، لقد تركتكم على مثل البيضاء، ليلها ونهارها سواء، قال أبو الدرداء: صدق والله رسول الله صلى الله عليه وسلم تركنا والله على مثل البيضاء، ليلها ونهارها سواء.

(8) فيض القدير شرح الجامع الصغير، محمد عبد الرؤوف المناوي (-1031هـ/1622م)، القاهرة، المكتبة التجارية الكبرى، 1356هـ/1938م، 7، 24.

(9) أصول الدعوة، عبد الكريم زيدان، بغداد، جمعية الأمان، ط3، 1396هـ/1976م، 58.

فالمرونة "التي تتصف بها الشريعة الإسلامية حتى في قواعدها الثابتة، ينعكس أمرها على الإعلام... بشكل إيجابي ملموس، ويجعل من الأجيال المسلمة المتعاقبة شعلة من النشاط في الدعوة إلى الله عز وجل، وبيان أنه نابض بالحياة، كما هو ناطق بالحق"⁽¹⁰⁾.

قال الله تعالى: (ثُمَّ جَاءَ بِهِمْ بَعْضٌ مِنْهُمْ نَجْدًا) ⁽¹¹⁾ أي "ما كلفكم ما لا تطيقون، وما ألزمكم بشيء يشق عليكم، إلا جعل الله لكم فرجًا ومخرجًا"⁽¹²⁾.

ولقد (كان رسول الله صلى الله عليه وسلم إذا بعث أحدًا من أصحابه في بعض أمره، قال: بشروا ولا تنفروا، ويسروا ولا تعسروا)⁽¹³⁾.

3- أن تكون منضبطة بضوابط الدين الإسلامي:

"فإعلامنا يجب أن يكون متميزًا، ولا يصح أبدًا أن يكون إعلامًا نمطيًا نتبع فيه الأمم الأخرى في طريقة تعاطيهم مع الإعلام؛ لأننا أمة أراد الله لها أن تكون أمة قيادة، وشهادة على العالمين، فنحن أمة متبوعة لا تابعة، قائدة لا منقادة"⁽¹⁴⁾.

4- أن تراعي الوسيلة مصالح المجتمع المسلم:

ينبغي أن تراعي الوسيلة الإعلامية مصلحة المجتمع، وذلك بعدم الإضرار بالآخرين عن طريق المراقبة الدائمة على أعضائها من قبل القائمين عليها، وأن تضع مصلحة المجتمع المسلم في الاعتبار. ففي قصة مسجد الضرار ما يؤكد ذلك، وكان هدف مشيديه كما حكى القرآن "هو الإضرار بالمسلمين، والكفر بما أنزل الله، وتفريق المسلمين، وإيواء أعداء الله ورسوله"⁽¹⁵⁾.

(10) من خصائص الإعلام الإسلامي، محمد خير رمضان يوسف، مكة المكرمة، رابطة العالم الإسلامي، 1410هـ/1989م، 125.

(11) الحج، 78.

(12) تفسير القرآن العظيم، أبو الفداء إسماعيل بن عمر بن كثير (-774هـ/1343م)، تحقيق محمد حسين شمس الدين، بيروت، دار الكتب العلمية، 1419هـ/1999م، 5، 398.

(13) المسند الصحيح المختصر من السنن بنقل العدل عن العدل عن رسول الله ﷺ، أبو الحسين مسلم بن الحجاج القشيري (-261هـ/875م)، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، بيروت، دار إحياء التراث العربي، 1374هـ/1954م، 3، 1358.

(14) "من ضوابط الإعلام في الإسلام"، عبد العزيز آل الشيخ، في مجلة البحوث الإسلامية، 28 (68/2003م)، 7 - 12، 20.

(15) السيرة النبوية والدعوة في العهد المدني، أحمد غلوش، بيروت، مؤسسة الرسالة، 1424هـ/2004م، 627.

قال تعالى: ﴿ وَالَّذِينَ اتَّخَذُوا مَسْجِدًا ضِرَارًا مَج مَخ مِم مِي نَج نَح نَخ نَم فِي نِي هَج هَم هِي هِيَ يَج يَح يَخ يِم يِي يِ ذُ ﴾ (16).

ولما أطلع الله نبيه صلى الله عليه وسلم على حقيقة أهداف بنائه، أرسل اثنين من أصحابه إلى هذا المسجد، وأمرهم أن يحرقوه ويهدموه⁽¹⁷⁾، لأن في ذلك مصلحة للمجتمع المسلم آنذاك. وأخيرًا إن احتياجات اللاجئين الإعلامية تتلخص في:

- الاحتياجات المعرفية: وهي الحاجات التي تنتج عن النقص بالمعرفة وتمثل:
 - الحاجة الى معرفة ما يحدث في سورية والوطن العربي والعالم.
 - الحاجة الى التزود بمهارات وخبرات جديدة.
 - الحاجة الى فهم الواقع وكيفية التعامل مع المشكلات.
- الاحتياجات الوجدانية: وهي الحاجات التي تخص وجدان وشخصية الفرد وتمثل:
 - الحاجة للتخلص من الشعور بالوحدة والعزلة.
 - الحاجة للرفقة.
 - الحاجة لتحقيق المتعة والسعادة والرضاء.
- الاحتياجات السلوكية: وهي الحاجات التي تخص سلوك الفرد في حياته العادية وتمثل:
 - الحاجة لاكتساب خبرات يمكن تطبيقها في حياته العادية.
 - الحاجة لاكتساب معلومات يتحدث بها مع الآخرين.
 - بحكم العادة او التعود على ممارسة سلوك معين من قبل الفرد.

المبحث الثالث: نتائج الدراسة وتحليل البيانات

أولاً: توزيع العينة حسب النوع: الجدول رقم (1)

النسب المئوية	التكرارات	النوع
50 %	50	ذكور
50%	50	إناث
100%	100	المجموع

(16) التوبة، 107.

(17) فقه السيرة، محمد الغزالي (-1416هـ/1995م)، دمشق، دار القلم، 1427هـ/2006م، 412.

يلاحظ من الجدول رقم (1) أن نسبة من شملتهم هذه الدراسة من الذكور (50%)، ومن الإناث (50%) بالتساوي وجميعهم من المجتمع التعليمي في جامعة الزهراء.

توزيع العينة حسب العمر: الجدول رقم (2)

المجموع		الإناث		الذكور		النوع العمر
النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	
80%	80	84%	42	76%	38	18 – إلى أقل من 35
13%	13	16%	8	10%	5	35 – إلى أقل من 50
5%	5	-	-	10%	5	50 – إلى أقل من 65
2%	2	-	-	4%	2	أكثر من 65
100%	100	100%	50	100%	50	المجموع

يوضح الجدول رقم (2) توزيع عينة الدراسة العمرية حيث شملت الدراسة على أربع فئات عمرية وأكثر هذه الفئات تمثيلاً كانت الفئة الأولى بين 18 إلى أقل من 35 سنة ويمثلون (80%) وجاء في الترتيب الثاني فئة 35 إلى أقل من 50 سنة ويمثلون (13%) تلاها فئة 50 إلى أقل من 65 سنة بنسبة (5%) ومن ثم أكثر من 65 سنة بنسبة (2%) وتجدد الإشارة إلى أن الفئة الأولى بين 18 إلى أقل من 35 سنة والفئة 35 إلى أقل من 50 سنة يمثلون النسبة الأكبر (93%) من مجموع أفراد العينة مما يؤكد على أن غالبية عينة الدراسة من جيل الشباب الذين يهتمون بوسائل الإعلام.

الحالة الاجتماعية: الجدول رقم (3)

المجموع		الإناث		الذكور		النوع الحالة الاجتماعية
النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	
%66	66	%68	34	%64	32	أعزب
%33	33	%30	15	%36	18	متزوج
-	-	-	-	-	-	مطلق
%1	1	%2	1	-	-	أرمل
%100	100	%100	50	%100	50	المجموع

يبين الجدول رقم (3) الحالة الاجتماعية لعينات البحث فكانت نسبة العزاب الأكثر تمثيلاً (66%) تلاها المتزوجون بنسبة (33%) وكانت هناك أرملة واحدة من الإناث.

الحالة العلمية: الجدول رقم (4)

المجموع		الإناث		الذكور		النوع الحالة العلمية
النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	
-	-	-	-	-	-	شهادة ابتدائية فما دون
-	-	-	-	-	-	شهادة إعدادية فما دون
%83	83	%94	47	%72	36	شهادة جامعية فما دون
%5	5	%2	1	%8	4	دراسات عليا - دبلوم
%3	3	%2	1	%4	2	دراسات عليا -

						ماجستير
9%	9	2%	1	16%	8	دراسات عليا - دكتوراه
100%	100	100%	50	100%	50	المجموع

من السمات الديموغرافية في الجدول رقم (4) أنّ معظم المبحوثين هم من المرحلة التعليمية الجامعية (83%) تلتها مرحلة الدكتوراه (9%) وفي المرتبة الثالثة الدبلوم بنسبة (5%) ومن ثم الماجستير بنسبة (3%).

الحالة العملية: الجدول رقم (5)

المجموع		الإناث		الذكور		النوع الحالة العملية
النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	
30%	30	8%	4	52%	26	أعمل
70%	70	92%	46	48%	24	لا أعمل
100%	100	100%	50	100%	50	المجموع

يوضح الجدول رقم (5) أن (70%) من أفراد العينة لا يعملون و(30%) من أفراد العينة يعملون.

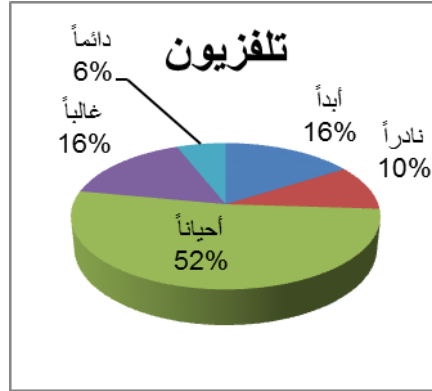
ثانياً: 1- كيف تتعامل مع وسائل الإعلام (صحيفة)؟ الجدول رقم (6)

المجموع		الإناث		الذكور		نوع الوسيلة صحيفة درجة التعامل
النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	
41%	41	50%	25	32%	16	أبداً
29%	29	34%	17	24%	12	نادراً
18%	18	8%	4	28%	14	أحياناً
9%	9	6%	3	12%	6	غالباً
3%	3	2%	1	4%	2	دائماً
100%	100	100%	50	100%	50	المجموع

الأخير (10%)، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على تراجع نسبة المشاهدة التلفزيونية مقارنة بغيرها من الوسائل الإعلامية وخصوصاً الإنترنت.

إناث

ذكور



كيف تتعامل مع وسائل الإعلام (إذاعة)؟ الجدول رقم (8)

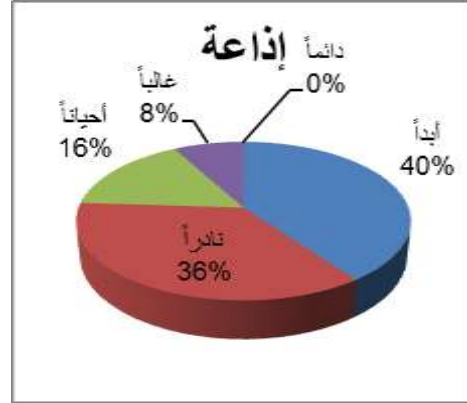
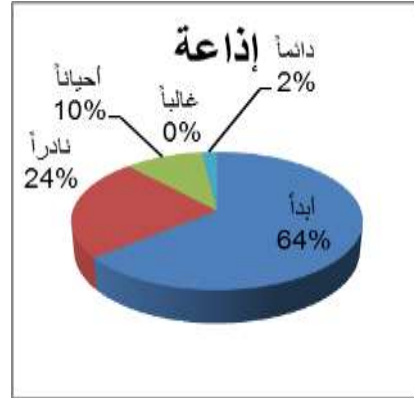
المجموع		الإناث		الذكور		نوع الوسيلة الإذاعة درجة التعامل
النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	
52%	52	64%	32	40%	20	أبداً
30%	30	24%	12	36%	18	نادراً
13%	13	10%	5	16%	8	أحياناً
4%	4		-	8%	4	غالباً
1%	1	2%	1		-	دائماً
100%	100	100%	50	100%	50	المجموع

تبين من الجدول رقم (8) أن نسبة (52%) من جملة الباحثين لا يتعاملون أبداً مع الإذاعة، تلتها نسبة (30%) نادراً وبمجموعهما (82%) تدل هذه النسبة من عينة الدراسة على أن الإذاعة لا تسمع أبداً في تركيا لجملة من الأسباب منها أنه لا يوجد سوى إذاعة واحدة حديثة العهد تبث في تركيا وهي إذاعة الفجر ضمن نطاق مدينة غازي عنتاب والكثير من الشباب الباحثين وغيرهم لا يعرفونها، فهي

تحتاج لدعم وتسويق أكثر حتى يتم ترويجها بين هذه الفئات، علماً أنه توجد عشرات الإذاعات السورية التي تسجل برامجها في عينتاب ولا يسمح لها بالبث إلا في الداخل السوري.

إناث

ذكور



كيف تتعامل مع وسائل الإعلام (الأنترنت)؟ الجدول رقم (9)

المجموع		الإناث		الذكور		نوع الوسيلة
النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	الانترنت
-	-	-	-	-	-	أبداً
4%	4	4%	2	4%	2	نادراً
11%	11	14%	7	8%	4	أحياناً
22%	22	26%	13	18%	9	غالباً
63%	63	56%	28	70%	35	دائماً
100%	100	100%	50	100%	50	المجموع

يتبين من الجدول رقم (9) أنّ نسبة (63%) من مجموع عينة البحث يتابعون الإنترنت دائماً، و(22%) يتابعونه غالباً وبمجموعها (85%) مما يدل على مدى الإقبال الشديد على هذه الوسيلة إذا ما تم تقاطعها مع الفئة الديموغرافية العمرية، حيث تمثل فئة من 18 إلى أقل من 50 سنة النسبة الأكبر (93%) من مجموع أفراد العينة، وجاءت في الترتيب الثالث أحياناً ب (11%) وأخيراً نادراً ب (4%).

إناث



ذكور



2- الأسباب التي تدفعك إلى التعامل مع وسائل الإعلام: الجدول رقم (10)

المجموع		الإناث		الذكور		النوع السبب
النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	
78%	78	70%	35	86%	43	معرفة تطورات الأحداث في سورية
46%	46	32%	16	60%	30	القرارات التي تصدر بحق اللاجئين
63%	63	48%	24	78%	39	معرفة ما يحصل في مجتمعي
23%	23	20%	10	26%	13	التسلية والترفيه
17%	17	20%	10	14%	7	الهروب من الواقع الذي تعيشه

يتبين من الجدول رقم (10) أن نسبة (78%) من مجموع أفراد العينة يؤكدون أنّ الأسباب التي دفعتهم إلى التعامل مع وسائل الإعلام هي (معرفة تطورات الأحداث في سورية) مما يدل على الاهتمام

بأخبار الوطن، تلتها في الترتيب الثاني (معرفة ما يحصل في مجتمعي) بنسبة (63%)، تلتها في الترتيب الثالث (القرارات التي تصدر بحق اللاجئين) بنسبة (46%)، ومن ثم (التسلية والترفيه) بنسبة (23%)، وهذا يدل على أن نسبة (77%) من جملة المبحوثين لا يرغبون لا بالتسلية ولا بالترفيه مع أن من أهداف الإعلام هو التسلية والترفيه مما يدل على الضغط النفسي الكبير الذي يعيشه الشعب السوري، وأخيراً (الهروب من الواقع الذي تعيشه) بنسبة (17%).

3- ما مدى الانتظام في متابعتك لوسائل الإعلام؟ الجدول رقم (11)

المجموع		الإناث		الذكور		النوع الانتظام
النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	
52%	52	38%	19	66%	33	كل يوم ولعدة ساعات
44%	44	56%	28	32%	16	مرتان إلى ثلاثة أسبوعياً
4%	4	6%	3	2%	1	لا أتابع أبداً
100%	100	100%	50	100%	50	المجموع

يتبين من الجدول رقم (11) أن نسبة الذي يتابعون وسائل الإعلام وبشكل عام دون تحديد أو تفصيل بأي وسيلة قد وصلت إلى (52%) كل يوم ولعدة ساعات، تلتها (44%) مرتان إلى ثلاثة أسبوعياً، وأخيراً أربعة مبحوثين فقط لا يتابعون وسائل الإعلام أبداً وعند سؤالهم عن السبب برروا ذلك بسبب ضغط الدراسة، ولكنهم أكدوا على ضرورة وأهمية وجود وسائل الإعلام لتلبية احتياجات اللاجئين.

4- هل تعتقد بضرورة وجود وسائل إعلام تتوجه للسوريين في تركيا؟ الجدول رقم (12)

المجموع		الإناث		الذكور		النوع الإجابة
النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	
100%	100	100%	50	100%	50	نعم
-	-	-	-	-	-	لا
100%	100	100%	50	100%	50	المجموع

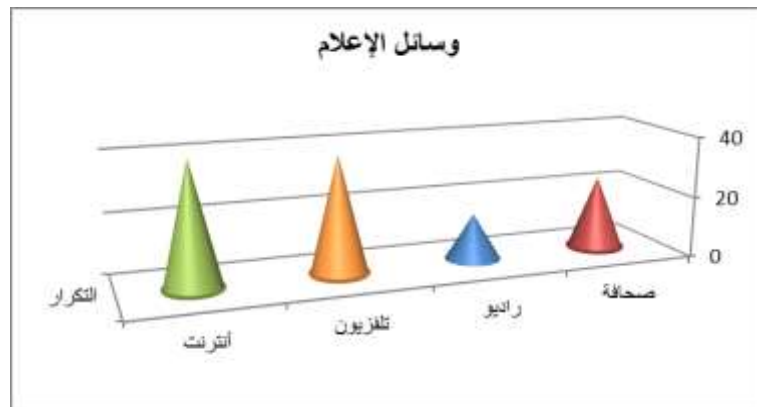
يتبين من الجدول رقم (12) أن جميع أفراد العينة والبالغ عددها مئة مفردة يؤكدون على ضرورة وجود وسائل إعلام تتوجه للسوريين في تركيا، مما يؤكد على أهمية هذه الوسائل لمعالجة احتياجات السوريين في تركيا.

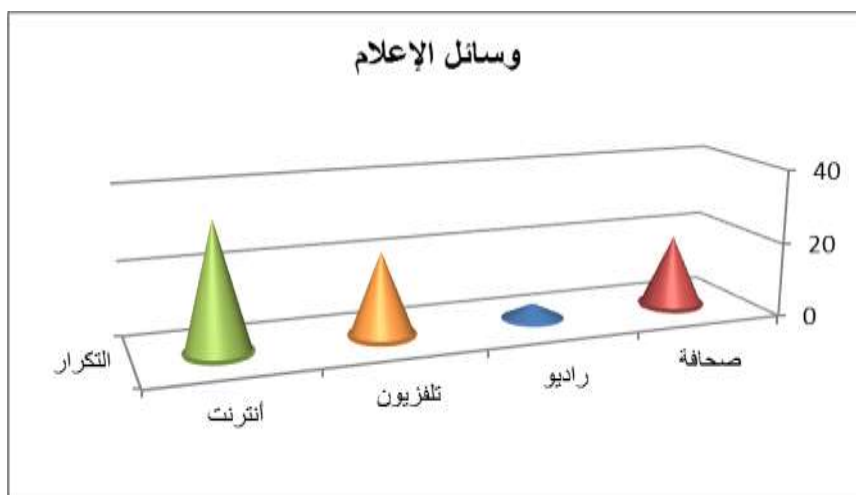
5- ما الوسائل التي تعتقد بضرورة وجودها؟ الجدول رقم (13)

المجموع		الإناث		الذكور		النوع الوسيلة
النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	
%43	43	%38	19	%48	24	الصحافة
%19	19	%8	4	%30	15	الراديو
%60	60	%44	22	%76	38	التلفزيون
%74	74	%68	34	%80	40	الانترنت

يتبين من الجدول رقم (13) أنّ نسبة (74%) من جمهور العينة يفضلون أن يكون هناك موقع على الإنترنت لتلبية احتياجات اللاجئين الإعلامية وهذا يتشارك مع أعلى نسبة متابعة لوسائل الإعلام حيث إنّ الذين يتابعون الإنترنت من جمهور العينة (63%)، وهي أعلى نسبة من بين وسائل الإعلام الأخرى، وجاء في الترتيب الثاني التلفزيون بنسبة (60%)، ومن ثم إصدار صحيفة بنسبة (43%)، بينما حلت الراديو أخيراً بنسبة (19%).

ذكور





6- ما اللغة التي تفضل أن تكون لهذه الوسائل؟ الجدول رقم (14)

المجموع		الإناث		الذكور		النوع اللغة
النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	
45%	45	48%	24	42%	21	العربية
55%	55	52%	26	58%	29	عربية - تركية
-	-	-	-	-	-	أخرى تذكر
100%	100	100%	50	100%	50	المجموع

يتبين من الجدول رقم (14) أنّ جمهور العينة يفضل أن تكون لغة الوسيلة الإعلامية التي ستخصص للاجئين السوريين في تركيا (عربية - تركية) بنسبة (55%) وهذا يدل على وعي كبير من جمهور العينة وذلك لتعلم اللغة التركية من قبل الجمهور السوري، وكذلك التركي إذا أحب تعلم اللغة العربية فيإمكانه متابعة هذه الوسيلة وبالتالي تكون المنفعة متبادلة، فتكون الأخبار مترجمة للغتين العربية والتركية ومقاطع الفيديو تترجم أسفل الشاشة للغة التركية وهكذا في جميع المواد المطروحة على هذه الوسيلة، ومن ثم جاءت اللغة العربية في المرتبة الثانية بنسبة (45%).

إناث



ذكور



7- ما المضامين التي ترغب أن تركز عليها وسائل الإعلام؟ الجدول رقم (15)

النوع المضمون	الذكور		الإناث		المجموع	
	النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات
سياسية	76%	38	54%	27	65%	65
ثقافية	66%	33	80%	40	73%	73
ترفيهية	36%	18	36%	18	36%	36
إخبارية	64%	32	54%	27	59%	59
تعليمية	68%	34	86%	43	77%	77
دينية	70%	35	80%	40	75%	75
تدريبية	48%	24	50%	25	49%	49

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

- أهم المضامين التي يرغب جمهور العينة أن تركز عليها وسائل الإعلام هي المضامين التعليمية بنسبة (77%)، تلتها المضامين الدينية بنسبة (75%)، ومن ثم الثقافية بنسبة (73%)، والسياسية رابعاً بنسبة (65%)، تلتها المضامين الإخبارية بنسبة (59%)، ومن ثم المضامين التي فيها برامج تدريبية تفيد اللاجئ في دار اللجوء بنسبة (49%)، وأخيراً المضامين الترفيهية في الترتيب الأخير

والذي يفضله الجمهور بنسبة (36%) فقط، وهذا قريب من دوافع التعامل مع وسائل الإعلام التي مرت معنا سابقاً والتي أخذت نسبة (23%).

8- هل هناك مشكلات وقضايا معينة يجب أن تركز عليها هذه المضامين؟ الجدول رقم (16)

المجموع		الإناث		الذكور		النوع وجود مشكلات
النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	
100%	100	100%	50	100%	50	نعم
	-		-		-	لا
100%	100	100%	50	100%	50	المجموع

يتبين لنا من الجدول السابق وبالإجماع أنّ جميع الباحثين يقرون بأنه يوجد مشكلات وقضايا معينة يجب أن تركز عليها هذه المضامين وبنسبة (100%).

9- ما المشكلات والقضايا التي يجب أن تركز عليها وسائل الإعلام؟ الجدول رقم (17)

المجموع		الإناث		الذكور		النوع المشكلات
النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	
77%	77	82%	41	72%	36	الإقامة
58%	58	60%	30	56%	28	الكملة
57%	57	42%	21	72%	36	المخيمات
42%	42	28%	14	56%	28	وحدة الفصائل العسكرية
51%	51	44%	22	58%	29	تمويل المشاريع
35%	35	40%	20	30%	15	الفيزا
40%	40	24%	12	56%	28	الهجرة إلى أوروبا

79%	79	86%	43	72%	36	المدارس السورية
88%	88	88%	44	88%	44	التعليم الجامعي
51%	51	38%	19	64%	32	إغلاق الحدود البرية
68%	68	62%	31	74%	37	إذن العمل
36%	36	32%	16	40%	20	تأسيس الشركات
54%	54	54%	27	54%	27	تثبيت الزواج
30%	30	26%	13	34%	17	الطلاق
51%	51	48%	24	54%	27	الولادات
35%	35	26%	13	44%	22	الوفيات

استهدفت هذه الدراسة الاستطلاعية التعرف على أهم المشكلات التي ينبغي التركيز عليها في الوسيلة الإعلامية التي ينبغي أن تكون متخصصة باللجئين السوريين في تركيا، وقد دلت بيانات الجدول رقم (17) أهم المشكلات التي يفضل المبحوثون أن تركز عليها وسائل الإعلام وجاءت حسب الترتيب التالي:

- التعليم الجامعي (88%) مما يدل على أهمية التعليم الجامعي والاعتراف به من قبل الحكومة التركية.
- المدارس السورية (79%) مما يدل على ضرورة زيادة الاهتمام بالمدارس السورية وزيادة دعمها.
- الإقامة (77%) وهنا يواجه السوريون مشاكل عديدة في إصدار الإقامة من حيث الدخول والعودة وارتفاع سعر التأمين الصحي....
- إذن العمل (68%) وجاء ترتيبه رابعاً لما يعانيه السوريون من عدم وجود إذن عمل من قبل السلطات المختصة ليكون لهم وضع قانوني صحيح في هذا العمل.
- الكملك (58%) لما له من أهمية في العلاج الصحي المجاني ولمن لا يملك إقامة أو جواز سفر.
- المحيمات (57%) وفيها مشاكل كثيرة عوضاً عن المشاكل الاجتماعية التي قد تحصل بداخلها.
- تثبيت الزواج (54%) حيث يعاني السوريون مشكلة عدم فهم القوانين التركية في تثبيت الزواج للأجنبي.

- وجاء بالتساوي تمويل المشاريع وإغلاق الحدود البرية والولادات بنسبة (51%) وجميعها مشكلات تمم السوريين وينبغي معالجتها إعلاميًا.
 - طالب (42%) من المبحوثين بوحدة الفصائل العسكرية وأنها مشكلة ينبغي معالجتها على وسائل الإعلام.
 - وذكر (40%) من المبحوثين بضرورة الحديث عن الهجرة ومخاطرها وتقديم البدائل للحد منها.
 - يعاني السوريون مشاكل عديدة في تأسيس الشركات وأكد (36%) من المبحوثين على ضرورة الحديث عنها إعلاميًا.
 - أكد مدير مكتب دفن الموتى بمدينة غازي عينتاب في لقاء معه أن السوريين الذين يتوفون على الأراضي التركية يتم دفنهم في المقابر الرسمية دون أي مقابل مادي وهذا الكلام لا يعرفه كثير من السوريين مما يضطرهم إلى نقل المتوفى إلى الأراضي السورية مع خطورة الأمر هناك، وهذا ما أكده المبحوثون بنسبة (35%).
 - (35%) من المبحوثين يعدون الحصول على الفيزا مشكلة بحد ذاتها ولا يعرفون آلية وشروط الحصول عليها.
 - (30%) من المبحوثين يرون الطلاق مشكلة ينبغي معالجتها إعلاميًا في ظل تشتت الأسر وتفرقتها.
- السؤال العاشر كان سؤالاً مفتوحاً لإبداء أي اقتراحات أو أفكار لم ترد في الاستبيان حول الاحتياجات الإعلامية للاجئين السوريين في تركيا، وتنوعت فيه الإجابات والاحتياجات التي ينبغي معالجتها في الوسائل الإعلامية المقترحة وكان من أهمها:
- إذن الخروج من المخيم للدراسة.
 - تسليط الضوء على الفقراء من السوريين.
 - تسليط الضوء على الكفاءات العلمية.
 - أن يكون هناك إعلام إسلامي هادف وصادق.
 - الإعلان عن توفير فرص للعمل.
 - توفير التعليم عن بعد.
 - التركيز على مسائل الزواج بين السوريين والأترك إيجابياتها وسلبياتها.
 - موضوع الجنسية السورية.

- دور الشباب السوري في تركيا.
- فتح الجامعات للسوريين باللغة العربية وقد تكررت هذه المشكلة عدة مرات مما يدل على أهمية معالجتها إعلامياً.
- فتح الأبواب للأطباء لممارسة عملهم.
- تزويج الشباب عبر تحديد مبلغ معين لهم.
- ارتفاع آجار البيوت.
- إصدار دليل إعلامي للسوريين فيه معلومات عامة عن تركيا.
- الصحة والمشافي.
- التوعية بالقوانين التركية.
- حقوق اللاجئين السوري في تركيا (ما له وما عليه).
- برامج توضح عادات وتقاليد الشعب التركي.

الخاتمة

- أجريت هذه الدراسة الاستطلاعية على عينة عشوائية من اللاجئين السوريين في جامعة الزهراء بمدينة غازي عنتاب التركية، وتكونت العينة من 100 مبحوث منهم خمسون من الذكور وخمسون من الإناث من الطلاب والأكاديميين المتواجدين في حرم الجامعة وتكررت أهم نتائج هذه الدراسة فيما يلي:
- أكد معظم اللاجئين السوريين عينة البحث وبنسبة (100%) ضرورة وجود وسائل إعلام تتوجه لهم ولقضاياهم ومشاكلهم وحقوقهم.
 - أهم الوسائل الإعلامية التي يفضلها هؤلاء اللاجئين ويعتقدون بضرورة وجودها مخصصة لهم ولمشاكلهم وللتركيز على الصورة الجميلة لهم عبر إبراز الكفاءات العلمية والمهنية هي الإنترنت بنسبة (74%) من جمهور العينة، حيث يفضلون أن يكون هناك موقع على الإنترنت لتلبية احتياجات اللاجئين الإعلامية يذكر عليه أهم القوانين الخاصة بهم وهذا يتوافق مع المتغيرات الديموغرافية حيث نسبة الشباب المشاركة في الاستبانة كبيرة ويمثلون (80%)، وجاء في الترتيب الثاني إنشاء قناة تلفزيونية بنسبة (60%) ومن ثم إصدار صحيفة بنسبة (43%) بينما حلت الراديو أخيراً بنسبة (19%).
 - جاءت اللغة المشتركة العربية والتركية أولاً حيث يفضل اللاجئون أن تكون لغة الوسيلة الإعلامية التي ستخصص لهم (عربية - تركية) بنسبة (55%) وهذا يدل على وعي كبير من جمهور العينة

وذلك لتعلم اللغة التركية من قبل الجمهور السوري، وكذلك الأتراك الذين يجوبون تعلم اللغة العربية في أماكنهم متابعة هذه الوسيلة وبالتالي تكون المنفعة متبادلة، فتكون الأخبار مترجمة للغتين العربية والتركية ومقاطع الفيديو تترجم أسفل الشاشة للغة التركية، وهكذا في جميع المواد المطروحة على هذه الوسيلة.

- أهم المضامين الإعلامية التي يفضلها هؤلاء اللاجئين ويتطلعون أن تتضمنها هذه الوسائل الإعلامية هي المضامين التعليمية بنسبة (77%) مما يدل على ضرورة الاهتمام بالتعليم وتخصيص دروس تعليمية على هذه الوسائل، تلتها المضامين الدينية بنسبة (75%)، ومن ثم الثقافية بنسبة (73%)، والسياسية رابعاً بنسبة (65%)، تلتها المضامين الإخبارية بنسبة (59%)، ومن ثم المضامين التي فيها برامج تدريبية تفيد اللاجئين في دار اللجوء بنسبة (49%)، وأخيراً المضامين الترفيهية في الترتيب الأخير والذي يفضله الجمهور بنسبة (36%) فقط وهذا قريب من دوافع التعامل مع وسائل الإعلام التي مرت معنا سابقاً والتي أخذت نسبة (23%).
- يرى معظم اللاجئين السوريين عينة الدراسة وجود مشكلات معينة ينبغي إعطاؤها أهمية خاصة في وسائل الإعلام المقترحة، وأهمها التعليم الجامعي (88%)، والمدارس السورية (79%)، والإقامة (77%).

التوصيات

بناء على النتائج السابقة يقترح الباحث التوصيات التالية:

- تؤكد هذه الدراسة على أهمية وضع احتياجات اللاجئين الإعلامية في أولوية السياسات والخطط والبرامج التي تتبناها الحكومة التركية.
- تخصيص موقع على الإنترنت خاص باللاجئين توضع فيه كافة القرارات الخاصة بهم وكيفية إصدار الأوراق الرسمية المتعلقة بشؤونهم.
- تخصيص قناة فضائية للاجئين السوريين تقوم على تسليط الضوء عليهم وتوجيههم وحل مشاكلهم عن طريق التفاعلية في البرامج المقدمة.
- دعم إذاعة الفجر والتي تبث برامجها باللغات العربية والتركية والكردية من داخل مدينة غازي عينتاب والتي تُعنى بالسوريين في تركيا.
- دعم ترخيص صحيفة ورقية تطبع باللغتين العربية والتركية وتوزع على اللاجئين.

- جميع القرارات التي تصدر من الحكومة التركية ينبغي نشرها مباشرة في وسائل الإعلام السابقة الذكر مع استضافة المسؤولين الحكوميين لشرح آلية تنفيذ هذه القرارات.
- تخصيص أي وسيلة إعلامية للاجئين مما سبق ذكرها يسهل عمل الحكومة التركية في الترويج لقراراتها وسياساتها الخاصة باللاجئين.
- متابعة الاهتمام بالبرامج والمضامين الدينية في هذه الوسائل والتي تحارب الفكر المتطرف وتنشر الفكر الإسلامي الصحيح.
- إجراء مزيد من الدراسات حول احتياجات اللاجئين الإعلامية وعلى عينات أكبر وفي مناطق مختلفة أكثر.

وأخيراً أحمد الله الذي يسر هذا العمل وأرجوا أن تكون النتائج قد أجابت على الأهداف والتساؤلات بدرجة كافية من الوضوح وبدرجة عالية من الموضوعية والشفافية، وأن تكون النتائج التي توصلت إليها ذات فائدة للقائمين على الإعلام حتى يتحقق الهدف المنشود وهو خدمة اللاجئين خدمة إعلامية متميزة مبنية على نتائج علمية دقيقة.

المصادر والمراجع

القرآن الكريم

1. أصول الدعوة، عبد الكريم زيدان، بغداد، جمعية الأمان، ط3، 1396هـ/1976م.
2. الإعلام في المجتمع المسلم، حامد عبد الواحد، مكة المكرمة، رابطة العالم الإسلامي، 1405هـ/1984م.
3. انظر موقع <http://www.turkpress.co/node/>، 2016/3/25م.
4. بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، سمير محمد حسين، القاهرة، دار الشعب، 1396هـ/1976م.
5. تفسير القرآن العظيم، أبو الفداء إسماعيل بن عمر بن كثير (-774هـ/1343م)، تحقيق محمد حسين شمس الدين، بيروت، دار الكتب العلمية، 1419هـ/1999م.

6. سنن ابن ماجة، أبو عبد الله محمد بن يزيد بن ماجة القزويني (-273هـ/886م)، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، القاهرة، دار إحياء الكتب العربية، 1372هـ/1953م.
7. السيرة النبوية والدعوة في العهد المدني، أحمد غلوش، بيروت، مؤسسة الرسالة، 1424هـ/2004م.
8. الصورة كنوع صحفي وعلاقتها بالأزمات، نصير بو علي، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، المؤتمر الدولي للإعلام والأزمات الرهانات والتحديات، 1431هـ/2010م.
9. علم اجتماع المعرفة، طه نجم، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1417هـ/1996م.
10. فقه السيرة محمد الغزالي (-1416هـ/1995م)، دمشق، دار القلم، 1427هـ/2006م.
11. فيض القدير شرح الجامع الصغير، محمد عبد الرؤوف المناوي (-1031هـ/1622م)، القاهرة، المكتبة التجارية الكبرى، 1356هـ/1938م.
12. المسند الصحيح المختصر من السنن بنقل العدل عن العدل عن رسول الله ﷺ، أبو الحسين مسلم بن الحجاج القشيري (-261هـ/875م)، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، بيروت، دار إحياء التراث العربي، 1374هـ/1954م.
13. من خصائص الإعلام الإسلامي، محمد خير رمضان يوسف، مكة المكرمة، رابطة العالم الإسلامي، 1410هـ/1989م.
14. "من ضوابط الإعلام في الإسلام"، عبد العزيز آل الشيخ، في مجلة البحوث الإسلامية، 28 (68/2003م)، 7 - 20.