

## التسويق الإعلامي لصورة اللاجئين السوريين عبر القنوات الفضائية العربية " دراسة تحليلية "

د. زهية يسعد

جامعة قاصدي مرباح ورقلة ( الجزائر )

### ملخص:

منذ مطلع سنة 2011 م تاريخ اندلاع شرارة العنف في سوريا، دخل البلد في صراع متعدد الأوجه خلف خسائر بشرية ومادية ثقيلة، على اثر ذلك خرج ما يتعدى الست مليون سوري من ديارهم بحثا عن ملاذ آمن يأويهم وذويهم في مختلف البلدان كلاجئين، ولقد تناولت القنوات التلفزيونية العربية القضية وخصصت لها مساحات واسعة من فترات بثها قصد تحليل الأحداث وتفسيرها، وتحديد أبعادها، ما جعلنا نتساءل عن الكيفية التي يتم بها ذلك نظرا لتعدد خلفيات القنوات، الذي يعكس بشكل مباشر على طريقة الطرح، وعليه قمنا بدراسة ميدانية تحليلية للوقوف على الصورة التي يتم بها التسويق للاجئ السوري بعد ست سنوات من الأزمة انطلاقا من موادها البرمجية.

**الكلمات المفتاحية:** اللجوء، التسويق، الأزمة السورية، القنوات العربية.

### Résumé

Depuis le début de 2011, date du déclenchement de la violence en Syrie Le pays est entré dans un conflit à multiples facettes derrière de lourdes pertes humaines et matérielles, En conséquence, plus de six millions de Syriens ont quitté leurs maisons à la recherche d'un refuge pour les abriter et leurs familles dans divers pays en tant que réfugiés,

Les chaînes de télévision arabes ont traité de l'affaire et ont consacré de vastes zones de diffusion à l'analyse et à l'interprétation des événements, Ce qui nous a amené à se demander comment cela se fait en raison des fonds multiples, qui se reflète directement sur la voie de la soustraction, En conséquence, nous avons mené une étude de terrain analytique pour découvrir l'image de la commercialisation du réfugié syrien après six ans de crise sur les chaînes satellites arabes.

**Mots-clés:** asile, marketing, crise syrienne, chaînes arabes.

### مقدمة:

تعتبر الأزمة السورية من أعقد قضايا الصراع في العصر الحديث، كونها قضية متعددة الأبعاد ومنتشرة الأطراف بعد أن تدخلت فيها عديد القوى المتصارعة في العالم، ما زاد من تعقيدها سياسيا إنسانيا واجتماعيا، حيث تشير التقارير العالمية إلى أن توسع القتال وتصاعده، قد خلف أزمة إنسانية أليمة ببلوغ 6.1 مليون نازح، و4.8 مليون طالب لجوء، وما يقدر بمليون نسمة يعيشون في المناطق المحاصرة، محرومين من المساعدات الضرورية للحياة. لقد شكلت هذه الأزمة مادة دسمة لوسائل الإعلام، احتلت مساحات هامة في فترات بثها، كل حسب توجهاته و إيديولوجياته، ولقد كان نصيب هام فيها لرصد أوضاع هذه الفئة التي تعاني الأمرين، سواء المحاصرة داخل البلاد أو في ديار الدول التي استقبلت أبناء سوريا.

وبين من يرحب بالسوريين ويتضامن معهم، ومن يطردهم ويصفهم بموردوا المشاكل للبلدان التي وفدوا إليها، واقع تصويره وسائل الإعلام بصور متعددة تتحكم فيها الكثير من الحسابات والخلفيات والأبعاد يدفع ثمنها السوريون أنفسهم، ما يدفعنا إلى التساؤل: كيف تسوق القنوات الفضائية العربية صورة اللاجئ السوري للجماهير؟

**الإسناد النظري و المفاهيمي للبحث:**

التسويق لغة ترجمة لكلمة marketing الإنجليزية المشتقة من الكلمة اللاتينية mercatus والتي تعني السوق، وتقابلها في الإنجليزية tmarke والتي يقصد بها المكان الذي يلتقي فيه البائع بالمشتري ليكون معنى marketing بذلك الاستمرارية في وجود السوق<sup>1</sup>

أما في الاصطلاح فقد ارتبط مفهوم التسويق بادئ الأمر بالنشاطات الاقتصادية والممارسات التجارية، وهو ما انعكس على تعريفاته فبرز فيها الجانب الاقتصادي فقط وجاءت على النحو الآتي:

يرى دروكر drucker أن التسويق: " هو النشاط الذي يهدف إلى زيادة حجم المبيعات بالارتكاز على الزبون، وانطلاقاً من معرفته وفهمه في نقطة يمكن للمنتج أن يرضيها".<sup>2</sup>

ومادم التسويق يتعلق أساساً بتحقيق حاجات ورغبات الزبائن فان المنتجات لا تشمل مختلف الخدمات فقط بل تتعداها حتى إلى الأفكار أيضاً، وهو ما يتوافق ومفهوم الجمعية الأمريكية للتسويق AMA التي تعتبر التسويق " مجموعة الممارسات التجارية اللازمة، لتوجيه وإرشاد السلع والخدمات عند تدفقها من المنتج إلى المستهلك أو المستخدم".<sup>3</sup> وعليه يمكن القول بأن التسويق: " نظام متكامل ومستمر يبدأ بدراسة حاجات ورغبات الزبائن، وينتهي بدراسة ردود فعلهم تجاه السلع والخدمات التي قدمت لهم".<sup>4</sup> إذا فالتسويق سلسلة متكاملة متعددة المراحل لأجل غاية واحدة، تبدأ من مرحلة دراسة حاجات ورغبات الزبائن الذين ستورد لهم السلع، وتستمر إلى مرحلة التوزيع كما أنها لا تنتهي عندها بل تتواصل إلى غاية معرفة رجع صدق الزبائن حولها في سلسلة مترابطة، إهمال أي حلقة فيها قد ينعكس بالسلب على عملية الترويج للمنتج.

**نشأة التسويق:** لقد عرف التسويق في الحياة السياسية في القرن الماضي أي القرن العشرين، وتحديدًا في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث تبنى الساسة في ذلك البلد نفس الأساليب التي اعتمدها مسوقو المنتجات الاقتصادية لترويج أفكارهم السياسية، فدرسوا احتياجات ورغبات الناخبين، الذين ينظر إليهم بأنهم المستهلكين الأوائل للمنتج السياسي، الذي يعرض عليهم في الحملات الانتخابية، ولقد خلق التسويق السياسي وقتها منفعة متبادلة بين التشكيلات السياسية و الناخبين، الذين يمنحون أصواتهم للأحزاب أو المرشحين مقابل حصولهم على المنافع التي وعدهم بها أولئك الذين حصلوا على أصواتهم أثناء الحملات الانتخابية،<sup>5</sup> و بهذا الطرح أصبح الناخبون أو الجمهور زبائن لكن هذه المرة لبضاعة سياسية يقدمها مرشحون و رؤساء أحزاب، يسعون بل يعملون على إشباع حاجات ورغبات زبائن بضاعتهم السياسية وفي الغالب ما تكون بمقابلات مادية وحتى معنوية.

وعليه يعرف التسويق السياسي على أنه: "تحليل و تخطيط و تنفيذ و التحكم في البرامج السياسية الانتخابية، التي تضمن بناء العلاقات ذات المنفعة المتبادلة بين كيان سياسي ما أو مرشح ما و بين الناخبين، و الحفاظ على هذه العلاقة من أجل تحقيق أهداف المسوق السياسي" و كما يعرف التسويق في جانبه السياسي في مفهوم ثان بأنه "تطبيق مبادئ التسويق و أساليبه في الحملات السياسية التي تقوم بها الكيانات السياسية أو الأحزاب أو الأفراد، و تتضمن هذه الأساليب تحليل السوق السياسي و تخطيط و تنفيذ الحملات السياسية"<sup>6</sup>، و التسويق أيضا "مجموعة الأنشطة التي تستهدف تنظيم عدد المؤيدين لمرشح سياسي أو حزب أو فكرة أو برنامج معين، بما في ذلك الدعم المادي و الجماهيري

باستخدام كافة وسائل الاتصال الجماهيري أو أي وسائل أخرى ضرورية<sup>١</sup> ولئن ارتبط التسويق السياسي منذ نشأته بالحملات الانتخابية والاقتراعات فإنه استمر في الجانب السياسي لكن تنوعت أشكاله وتعددت مجالاته، وظل مرتبطاً بالأفكار خاصة مع ظهور و انتشار وسائل الإعلام التي صارت المدافع الأول عن إيديولوجيات مالكيها ومموليها، والمسوق الأساسي لأفكارهم و ميولاتهم ومعتقداتهم.

ويعد مفهوم التسويق عبر وسائل الإعلام، من الفروع الحديثة للتسويق، حيث يمكن تعريفه بأنه عملية التحليل والتخطيط والتنفيذ لترويج منتجات بالاستعانة بوسائل الإعلام، لتلبية احتياجات ورغبات الزبائن. وهو عبارة أيضاً عن مجموعة من العمليات والأنشطة، التي تمكن من إيصال الرسالة الإعلامية للمتلقي بهدف التأثير عليه وتغيير آرائه وسلوكياته. وحتى وسائل الإعلام التي كانت تروج لسلع وخدمات وأفكار مؤسسات ومنظمات أخرى، أضحت تروج هي الأخرى لبضاعتها الصحفية عبر المنابر الإعلامية، ونجد صحفاً في الجزائر وفي مختلف بلدان العالم عمدت في السنوات الأخيرة، إلى الترويج لنفسها من خلال تلك المواضيع المنشورة على صفحاتها، التي تتحدث فيها على إنجازاتها والنجاحات التي حققتها في الساحة الإعلامية.<sup>٢</sup>

**اللجوء:** يعرف اللجوء في اللغة بأنه مصدر الفعل لجأ بمعنى لاذ واعتصم، يقال ألجأت أمري إلى الله. و أسندت ولجأت إلى فلان إذا استندت إليه واعتصمت به.<sup>٣</sup>

أما في الاصطلاح فاللجوء حسب معهد القانون الدولي للجوء السياسي هو "الحماية التي تمنحها دولة فوق أراضيها أو فوق أي مكان تابع لسלטتها لفرد طلب منها هذه الحماية"

ومن منظور أوسع جاء مفهوم اللجوء في بنود اتفاقية عام 1951 المتعلقة بوضع اللاجئين بأنه: " شخص يوجد خارج بلد جنسيته بسبب خوف، له ما يبرره من التعرض للاضطهاد بسبب العنصر أو الدين أو القومية أو الانتماء إلى طائفة اجتماعية معينة أو إلى رأي سياسي، ولا يستطيع بسبب ذلك الخوف أو لا يريد أن يظل في حماية ذلك البلد." غير أن هذا التعريف استثنى فئة هامة من مفهوم اللجوء فجاءت منظمة الوحدة الإفريقية لشؤون اللاجئين وخلال اتفاقية المنظمة لعام 1969 لتوسع هذا المفهوم فيشمل "الأشخاص الذين يضطرون إلى مغادرة دولتهم الأصلية بسبب عدوان خارجي أو احتلال أجنبي أو سيطرة أجنبية أو بسبب أحداث أضرت بشكل خطير بالنظام العام في إقليم دولته الأصل كلة أو في جزء منه"<sup>٤</sup>

**نشأة وتطور حق اللجوء:** نشأ اللجوء بشقيه السياسي والإنساني نشأة دينية فعرف منذ القديم عن المعابد اليهودية حماية من يلوذ فيها، و لقد عرف هذا النظام عند اليهود والفراعنة والإغريق والرومان والعرب أيام الجاهلية، كما عرفت الشريعة الإسلامية السماح نفس النظام في زمني الحرب والسلام، وإن كان للمسلم الحق في مطاردة و قتل الكافر في زمن الحرب، فإن هذا الحق يسقط في حال السلم أو في حال اعتصام الكافر أو العدو أياً كانت ديانتته ببلد بينه وبين المسلمين ميثاق، أما بالنسبة لأوروبا فظل اللجوء بين مد وجزر حسب نفوذ وتراجع نفوذ الكنيسة، حيث يزيد في كنفها ويتطور ثم يتراجع إذا هي تراجعت، والى غاية فترة ليست بالبعيدة وتحديداً في القرن 18 ظل حق اللجوء في أوروبا مقتصرًا على مرتكبي الجرائم، قبل مبدأ التعاون الدولي من أجل مكافحة الجرائم ومعاينة المجرمين، إضافة إلى استبداد الحكام وعدم تسامحهم مع مرتكبي الجرائم ذات الطابع السياسي، فكانوا يتعقبون مرتكبيها لاستردادهم بإرادة الدولة التي لجأوا إليها أو بالقوة أحياناً<sup>٥</sup> وخلال نفس القرن 18 وبالتزامن مع الثورة الفرنسية وانتشار مبادئ الديمقراطية طرأ تحول على حق اللجوء فصار مقتصرًا على مرتكبي الجرائم السياسية دون العادية، عندما نص الدستور الفرنسي لعام 1793 على أن: " الشعب الفرنسي يمنح ملجأ للأجانب المبعدين عن أوطانهم بسبب قضية الحرية ويرفض إعطاءه للطغاة"<sup>٦</sup>

أما بالنسبة للعرب والمسلمين فإن اللجوء تقليد من التقاليد العربية الإسلامية، عرفه العرب قبل الإسلام وكان واحداً من بين الكثير من تقاليدهم المشهورة كالكرم وحسن الضيافة والفروسية، وجاء الإسلام ليؤكد على ضرورة

الهجرة والخروج بحثاً عن ملجأ أو ملاذ في حال وقوع الظلم والاضطهاد، وصاغ الفقهاء مجموعة من القواعد في الفقه الإسلامي تتعلق باللجوء وأشكاله وقواعده، وبحقوق اللاجئين وواجباتهم<sup>vii</sup> حيث عرفت الدول العربية في القرن الفائت وهذا القرن حالات كثيرة للهجرة واللجوء والنزوح نتيجة اضطرابات سياسية، وأوضاع اقتصادية صعبة، وحروب، ونزاعات مسلحة، وثورات، وغيرها...

ونظيراً لذلك كان على المجتمع الدولي صياغة ثم اعتماد عدد من الاتفاقيات الدولية والإقليمية، تبحث في أوضاع اللاجئين وتنص مختلف موادها على حمايتهم وبيان حقوقهم، وتأتي في مقدمة هذه الصكوك جميعاً اتفاقية الأمم المتحدة الخاصة بوضع اللاجئين، والتي تم اعتمادها بجنيف في 1951/7/28م، والتي دخلت حيز التنفيذ في 1954/4/22، وكذا البروتوكول الخاص بوضع اللاجئين الذي تم اعتماده في 1967/1/31، ودخل حيز النفاذ في 1971/10/4<sup>viii</sup>

### الأوضاع العامة للاجئين في الدول العربية:

**الوضع القانوني:** تؤكد العديد من الدراسات ضعف انضمام الدول العربية إلى الاتفاقيات الدولية الخاصة باللاجئين رغم ذلك التباين بين الدول العربية الإفريقية من جهة والأسبوية من جهة أخرى، فقد انضمت أغلبية الدول العربية الإفريقية ما عدا ليبيا إلى معاهدة جنيف لسنة 1951 الخاصة باللاجئين وبروتوكول 1967 خلافاً للدول العربية الأسبوية<sup>ix</sup>. إن ضعف الانضمام للاتفاقيات الدولية غياب تشريعات وطنية ومعاهدات إقليمية عربية خاصة باللاجئين قد عزز من حالة الفوضى الناتجة أساساً من الفراغ القانوني والتشريعي في البلدان العربية وهو ما يتناقض والتاريخ العربي المشرق و يتنافى خاصة مع التراث الإسلامي الغني عموماً بالمبادئ والقيم والممارسات التي كفلت أرقى درجات الحماية والدعم للاجئين وملتزمسي الحماية<sup>x</sup>. حيث لا توجد أية اتفاقية عربية جماعية حول اللاجئين على غرار الاتفاقيات الدولية أو الإقليمية لتنظيم الأوضاع الخاصة باللاجئين في الوطن العربي.

وفي ظل انعدام أية مرجعية قانونية لتنظيم دخول وعيش اللاجئين، وحفظ حقوقهم فإن وجودهم في البلد المضيف سيظل تحت رحمة الأحداث والتطورات السياسية والاقتصادية في تلك البلدان التي قد تتقلب فجأة وفي أي وقت وتحت أي ظرف، خاصة إذا ربط الرأي العام بين وجود اللاجئين في ذلك البلد وبين ارتفاع تكاليف المعيشة وانعدام الأمن أو اشتداد المنافسة على الوظائف والخدمات العامة أو تدهور الأوضاع الاقتصادية أو الاجتماعية.

**الوضع الإنساني والاجتماعي للاجئين السوريين:** تشير الأرقام إلى أن عدد القتلى جراء الصراع في سوريا بلغ 470 ألفاً حتى فبراير 2016، وأدى توسع القتال وتصاعده إلى أزمة إنسانية أليمة، مع 6.1 مليون نازح و4.8 مليون طالب لجوء بحلول منتصف عام 2016 و ما يقدر بمليون نسمة يعيشون في المناطق المحاصرة محرومون من المساعدات الضرورية للحياة والمساعدات الإنسانية، كما اختفى أكثر من 117 ألف شخص منذ عام 2011 بينهم 4557 شخصاً بين شهري يناير ويونيو 2016<sup>7</sup>، ولقد أكدت الأمم المتحدة أن عدد اللاجئين الذين فروا من النزاع في سوريا إلى دول الجوار خاصة تركيا، لبنان، الأردن، العراق ومصر تجاوز خمسة ملايين شخص وقد ارتفع إلى 4,85 مليوناً أواخر 2016 وحسب أرقام المفوضية السامية لشؤون اللاجئين، فقد تم تسجيل أكثر من 250 ألف لاجئ سوري إضافي في الأشهر الثلاثة الأولى من سنة 2017، وتعتبر تركيا البلد الذي يستقبل أكبر عدد من اللاجئين السوريين حيث بلغ عددهم بها حوالي ثلاثة ملايين، تليها لبنان بأكثر من مليون والأردن 657 ألفاً، ويتوزع الباقون في العراق ومصر ودول أخرى في شمال إفريقيا<sup>8</sup>. فضلاً عن مقتل مئات الآلاف ونزوح الملايين، تسببت الأزمة في ارتفاع معدلات البطالة وألقت بأكثر من 50 في المائة من السكان في سوريا في براثن الفقر، حيث تؤكد بيانات المفوضية السامية أن "12,6

مليون سوري يعيشون في أوضاع الفقر و4.4 مليون في فقر مدقع جراء الأزمة حيث صار 9.3 مليون سوري يحتاجون حالياً حاجة ماسة إلى المساعدات الإنسانية.<sup>9</sup> لكن معاناة السوريين لم تبق بالبلد الجريح بل انتقلت معهم المشاكل إلى البلدان المضيفة، التي تعاني مسبقاً من الوهن وتصارع من أجل مواجهة تدفق اللاجئين الجدد في ظل عدم كفاية الخدمات في مجالات الصحة والتعليم والصرف الصحي والإسكان والبنية التحتية الاجتماعية والاقتصادية، بالإضافة إلى الانهيار في الفرص الاقتصادية وزيادة التنافس على فرص العمل، وهو ما تسبب في تقادم أوجه الحرمان أكثر، وصنع مأساة اللاجئين وضخم من معاناتهم.

**التسويق الإعلامي لصورة اللاجئ السوري على الفضائيات العربية:** قصد الوقوف على الصورة التي تنقلها الفضائيات العربية عن اللاجئ السوري للجماهير أردنا القيام بهذه الدراسة التحليلية انطلاقاً من المواد البرمجية التي قدمت على شاشات تلك الفضائيات العربية وتحليلها ومن ثم تبويبها عن طريق الاستعانة بالمنهج الوصفي وأداة تحليل المحتوى عبر فئتين أساسيتين هما الموضوعات والقيم باستخدام وحدتين للعد والقياس هما الفكرة والفقرة.

**عينة الدراسة:** تهدف الدراسة إلى توضيح معالم الصورة التي يظهر بها اللاجئ السوري على شاشات القنوات الإخبارية العربية لذلك فقد تم اختيار بعض القنوات التي تهتم بهذا الشأن السوري وتحديداً قضية اللاجئين وتقديم مواد برمجية حولها أياً كان شكلها باستخدام العينة القصدية فاخترنا تلك المواد التي يكون موضوعها اللاجئين دون غيرها، غير أننا أخذنا من ذلك الكم الكبير من المواد التي تحصلنا عليها عينة عشوائية قدرت بـ15 مفردة اختيرت ضمن الفترة الزمنية الممتدة من شهر ديسمبر 2016 إلى شهر مارس 2017. كما سيوضحه الجدول الموالي:

#### جدول رقم 01: المواد البرمجية المعتمدة كعينة للدراسة وخصائصها.

المادة الصحفية	القناة التلفزيونية	المدة الزمنية ث/د	سنة البث
الأسبوع السوري	تلفزيون العربي	04:49	ديسمبر 2016
تقرير إخباري	دزاير نيوز	02:57	مارس 2017
تقرير إخباري	Midi1	02:03	مارس 2017
فقرة إخبارية	One live	04:49	ديسمبر 2016
فقرة إخبارية	Orient news	10:20	مارس 2017
روبورتاج	إرم نيوز	06:26	ديسمبر 2016
تقرير إخباري	الآن نيوز	03:00	جانفي 2017
روبورتاج	الغد تيفي	03:29	فيفري 2017
الواقع العربي	الجزيرة	02:18	جانفي 2017
هنا سوريا	قناة الغد	04:18	فيفري 2017
روبورتاج	الآن تيفي	03:39	فيفري 2017
خبر	العربية	00:30	فيفري 2017
تحقيق	العربية	12:03	ديسمبر 2016
تحقيق	سكاي نيوز عربية	09:51	جانفي 2017
روبورتاج	الآن تيفي	03:12	مارس 2017
مجموع المدة الزمنية		1:17:03	/

يوضح الجدول المواد البرمجية التي سيتم تحليلها للوقوف على الصورة التي تعكس اللاجئ السوري من وجهة نظر القائمين على المؤسسات الإعلامية العربية، حيث كانت المواد تتنوع بين تقارير و روبرتاجات وتحقيقات وأخبار وحوارات ضمن فقرات إخبارية، وقد كان مجمل الوقت الذي حصلنا عليه ما يقارب الساعة وعشرين دقيقة، وهو ما يؤكد على الاهتمام الإعلامي العربي بالقضية السورية بشكل عام وقضية اللاجئين تحديداً حيث يظهر جلياً أن تلك القنوات تسعى لتقديم المستجدات حول أوضاع هؤلاء ويومياتهم في شكل تقارير إخبارية وهو القالب الفني الغالب في مختلف الفضائيات الإخبارية التي تم تناولها بالبحث كما أنها تسعى بدرجة ثانية إلى تفسير وتحليل تلك المستجدات.

**صور اللاجئ السوري على القنوات العربية:** سنحاول من خلال تحليل محتوى المواد البرمجية سابقة الذكر كشف الملامح العامة لصورة اللاجئ السوري كما يسوق لها عبر الفضائيات العربية خصوصاً منها الإخبارية التي تتنوع تفاصيل الأزمة السورية أولاً بأول بالتركيز على أهم الموضوعات التي تم طرقتها ابتداءً، وأهم القيم التي تم التركيز عليها في خضم ذلك كما سيأتي بيانه:

### جدول رقم 02: صور اللاجئ على القنوات العربية:

النسبة المئوية %		التكرار	صور اللاجئ	
32,26		10	الأوضاع اللاإنسانية ولا اجتماعية في المخيمات	الضحية
19.35		06	الحسابات السياسية الدولية	
12.90		04	المتاجرة بالمحنة ( الأزمة )	
09.68		03	النظام السياسي السوري	
06.45		02	السياسات المتشددة في الدول المضيفة	
06.45		02	الأفكار المتطرفة	
06.45		02	الاستغلال	
06.45		02	المنظمات الإرهابية	
53.45	100	31	المجموع	
40		06	الاستثمارات الناجحة	النموذج
26.67		04	الاندماج داخل مختلف البيئات	
20		03	القدرة على التعايش	
13.33		02	الاستقرار في الدول المضيفة	
25.86	100	15	المجموع	
44.44		04	الخوف على الأمن والاستقرار	مصدر قلق اجتماعي
33.33		03	الخوف على مناصب الشغل	
22.23		02	الخوف على تماسك المجتمع	
15.52	100	09	المجموع	
66.67		02	الضلوع في عمليات إرهابية	الإرهابي
33.33		01	دعم ومساندة الجماعات الإرهابية	
05.17	100	03	المجموع	
100		58	المجموع الكلي	

لقد تضمن الجدول رقم 02 الصور العامة التي ظهر بها اللاجئ السوري على القنوات الفضائية العربية حسب العينة المعتمدة في الدراسة، وقد أكدت بياناتها أنها لا تخرج عن أربع صور سنوضحها فيما سيأتي:

-بدا الجزء الأكبر من صورة اللاجئ على القنوات العربية قاتما و شاحبا فظهر بأكبر قدر على الإطلاق وفقا لعينة الدراسة بنسبة قدرت ب 74.14%.

فقد صورت هذه القنوات اللاجئ السوري عبر مضامينها في شكل "الضحية" بنسبة بلغت 53.45% من مجمل العينة المدروسة نتيجة لعدة أسباب أو وفقا لعدة أوجه وضحتها تلك القنوات وأتت عليها بالتفصيل في مختلف موادها البرمجية المخصصة للاجئين وخاصة منها المواد الإخبارية، فكان اللاجئ بدرجة أكبر وبنسبة 32.26% ضحية لظروف لا إنسانية وغير اجتماعية بتاتا يحياها في المخيمات العربية التي اضطر إلى الإقامة فيها قسرا، هربا من نيران الحرب المشتعلة في سوريا بعد ست سنوات من أزمة متعددة الأطراف والأوجه تعصف بسوريا، كما أوضحت أن معاناته في تلك المخيمات التي تفقر إلى أساسيات الحياة تزيد في فصل الشتاء عندما تكون التقلبات الجوية عنوان الأيام والليالي بها ، كما بينت هذه القنوات بدرجات ثانية أن السوريين هم ضحايا حسابات سياسية دولية بنسبة 19.35% من مضامينها حيث تحتكم القضية لمصالح مختلف الدول في منطقة الشرق الأوسط وبلاد الشام، وهو ما دفع بهؤلاء الدول إلى المتاجرة بمحنة السوريين، وتوظيف أزمتهوم ومعاناتهم لتحقيق مآرب وأغراض غالبا ما تكون دوافعها سياسية وهو ما أكدته بنسبة 12.90% كما وقد ركزت القنوات أن ما زاد من مشكلة اللاجئين تعقيدا هي استغلال المنظمات الإرهابية للأزمة وتوظيفها بشكل جيد في استقطاب السوريين وتدفعهم نحو التسلح، بنسبة وصلت إلى 09.68% من مجمل موادها الإخبارية، وبدرجات أقل من الأسباب الأربع الأولى التي تعتبر محور مأساة السوريين حسبها لهذه القنوات تأتي أسباب أخرى، وفي مراتب متأخرة من حيث اهتمام القنوات لكنها لا يمكن أن تهمل كونها جعلت من السوريين ضحايا حسبها، وقد احتلت جميعها المرتبة الخامسة بنفس النسبة لكل واحدة و المقدرة ب 06.45% وتتمثل في السياسات المتشددة والإجراءات المعقدة التي اتخذتها بعض الدول العربية، والتي صعبت من دخول وإقامة السوريين على أراضيها بدل الوقوف معهم ودعمهم، ثم النظام السياسي السوري الذي كان حسب بعض القنوات السبب في أزمة السوريين سواء منهم النازحين أو اللاجئين بل زادها عمقا وتعقيدا، ثم الكثير من الأفكار المتطرفة لدى بعض الأفراد في الدول المضيفة سواء منها الغربية أو العربية كالعنصرية مثلا، إضافة إلى استغلال السوريين في أعمال غير أخلاقية أو جنسية أو ممارسات مشبوهة في الدول المضيفة، وهو ما يؤثر سلبا على صورة اللاجئ بها ويحرمه من حقوقه المحفوظة في الاتفاقيات الدولية ويزيد وضعه الإنساني تعقيدا.

-وان كانت هذه أكثر المواد بروزا في صورة اللاجئين السوريين السوداوية على الفضائيات العربية فإن الصورة الأولى القاتمة لم تكتمل بعد كافة زواياها، فقد صورت اللاجئ السوري كمصدر للقلق الاجتماعي عند بعض الدول التي استقبلت اللاجئين بنسبة تجاوزت 15.52%، نظرا لخلفيات لدى هؤلاء عن تسبب اللاجئين في انعدام الأمن والاستقرار في بلدانهم بعد مجيئهم إليها بنسبة تكررت في المواد الإخبارية 44.44%، ومن ثم تضاؤل فرص العمل وتدني مستوى المعيشة نتيجة كثرة الطلب والمنافسة من قبل الوافدين السوريين بنسبة 33.33%، وفي درجة ثالثة من القلق الاجتماعي جاء خوف المواطنين على تماسك المجتمع وعاداته وتقاليده وقيمه السائدة نتيجة توافد اللاجئين بنسبة 22.23%.

-أما المشهد الأخير للصورة القاتمة التي تم تسويقها حول اللاجئين فقد كانت كونهم مصدرا للإرهاب، وكان ذلك بنسبة ضئيلة جات في المرتبة الأخيرة بلغت 05.17%، حيث كان السوريون سببا في إثارة الخوف في البلدان المضيفة من خلال ضلوعهم في عمليات إرهابية بنسبة 66.67%، من جهة أو من خلال دعمهم ومساندتهم لجماعات إرهابية بنسبة 33.33%.

-وفي مقابل هذا المشهد القاتم عن اللاجئين سوقت ذات القنوات صورة أخرى بدت مشرقة، بنسبة وصلت إلى 25.86% من مجمل العينة المدروسة خاصة في بعض البلدان ( موريتانيا، السودان، مصر،...) وكذا بعض الدول الغربية ( ألمانيا، تركيا، أسبانيا، اليونان،...)، فوجدت القنوات العربية لبعض التجارب الفريدة و قصص النجاح، التي صنعها السوريون خارج ديارهم رغم الصعوبات التي اعترضت طريقهم، فركزت بشكل أول على مشاريعهم الاقتصادية الناجحة واستثماراتهم في مختلف المجالات سيما الغذائية و النسيجية والغذائية التقليدية وحتى العلمية بنسبة 40%، كما أبرزت القنوات بالدرجة الثانية ضمن النموذج القدرة التي تحلى بها السوريون على الاندماج داخل بيئات تختلف كثيرا عن البيئة التي نشأوا فيها، بنسبة 26.67%، ثم ركزت على قدرة السوريين على التعايش مع أفراد المجتمع المضيف بشكل حضاري بنسبة 20%، وفي الأخير قدرتهم على خلق جو الاستقرار وتوفير شروط الحياة الكريمة وإعادة جو الحياة العادية، والحصول على حقوقهم في التعليم والعمل والصحة وغيرها في عدد من البلدان بنسبة بلغت 13.33%.

وعليه يمكن الاستنتاج أن الفضائيات العربية تفاعلت بشدة مع اللاجئين السوريين وعكست صورتهم وواقع حياتهم في الكثير من البلدان العربية، التي استجدوا بقطع من أراضيها هروبا من الصراع في بلادهم فصورت يومياتهم المليئة بالمآسي، وهم يفتقرون إلى أبسط مقومات الحياة ويفتقرون إلى أدنى شروط العيش في مخيمات لا تليق ببني الإنسان في ظروف طبيعية ومناخية جد صعبة كأبعاد إنسانية لمخلفات النزاع السوري، غير أن هذه الفضائيات ركزت على الأبعاد السياسية لقضية اللاجئين الذي وضحت أنه وظف سياسيا لقضاء مصالح إستراتيجية لدى بعض الدول المستفيدة من الأزمة السورية.

وغير بعيد عن الأبعاد السياسية اكتسى الموضوع أبعادا أخرى خطيرة زادت حياة اللاجئين تعقيدا من خلال تصوير اللاجئين كمصدر للقلق الاجتماعي لدى بعض مواطني الدول المستضيفة، الذين بدأت مخاوفهم تزداد يوما بعد يوم من قدوم اللاجئين الذين صاروا يعتقدون أنهم مصدر للخوف ومنافس قوي في مختلف القطاعات سيما الشغل، والأخطر من ذلك تصوير السوري اللاجئ بأنه إرهابي أو يقوم بدعم ومساندة مجموعات إرهابية، وهو ما عقد من أزمة اللاجئين السوريين وكان عليهم بدلا من أن يكون معهم لتجاوز محنة طال أمدها. وفي مقابل ذلك حاولت القنوات العربية إبراز بعض النماذج الناجحة، لسوريين استطاعوا إثبات ذواتهم والوقوف من جديد، لبناء حياة في بيئات مختلفة وثقافات مختلفة، تمكنوا بنجاح من تجاوز الفروق واستغلالها للنهوض.

### جدول رقم 03: القيم البارزة في تصوير اللاجئين السوريين:

القيم البارزة في المضامين المتعلقة باللاجئين					
القيم السلبية			القيم الايجابية		
النسبة المئوية %	التكرار	القيمة	النسبة المئوية %	التكرار	القيمة
30.77	12	الغربة	17.65	06	التحدي
20.51	08	الوجع	08.82	03	الكرامة
15.38	06	القهر	05.88	02	التكافل
20.51	08	الوحدة	23.53	08	التعايش
12.83	05	الضيق	44.12	15	الصبر
100	39	المجموع	100	34	المجموع

يوضح الجدول رقم 03 أهم القيم التي روجت إليها أو أبرزتها القنوات الفضائية الإخبارية العربية خلال طرحها لقضية اللاجئين السوريين، وقد تراوحت بين القيم الايجابية والسلبية غير أن الأخيرة طغت على الأولى نظرا لأن القنوات وكما سبق الإشارة إليه في الجدول السابق أولت عناية خاصة بالبعد الإنساني للقضية، وأبرزت معاناة اللاجئين والنازحين وظروفهم المعيشية الصعبة في المخيمات وهو ما أنتج عددا من القيم السلبية كان أولها جميعا الإحساس بالغربة بنسبة 30.77% تليها قيمتي الوجد أو الألم النفسي الذي خلفته تلك الأزمة للسوريين والوحدة نظير تشرد الأفراد ونشئت العائلات بنسبة متساوية بلغت 20.51%، بعدها الإحساس بالقهر بعد أن ضاقت بهم الأرض بما رحبت بنسبة 15.38% ، وأخيرا الإحساس بالضيق الذي خلفه التشرد والنزوح وفقدان كل شيء في الحياة إذ صارت حسبهم لا طعم لها بنسبة 12.83%.

في مقابل هذه القيم السلبية التي زادت المشهد السوري حزنا وألبسته ثوب السواد، سادت في الطرح الإعلامي للقنوات العربية الإخبارية عدة قيم ايجابية، تمنح بعض الأمل للسوريين أنفسهم لمواصلة الحياة، وكان أقواها جميعا الصبر الذي تجلى في تصريحات كل السوريين مهما كانت ظروفهم ومهما بلغت درجة تعقدها لتبلغ 44.12%، تليها قيمة التعايش بنسبة بلغت 23.53%، وبعدها روح التحدي و الإصرار لدى السوريين للتغلب على الأزمة وصناعة المستقبل ب 17.75%، كما قد برزت قيمة أخرى هامة وتتعلق بسمة يتحلى بها بعض السوريين وهي الكرامة وعزة النفس فبالرغم عن كل الظروف التي يعيشها هؤلاء غير أنهم لا يرضون الذل بل سارعوا إلى العمل والكسب قوت اليوم بنسبة 08.82% ، وأخيرا قيمة تكافل السوريين في ما بينهم كقيمة اجتماعية هامة رغم انهيار الدولة بنسبة بلغت 05.88%.

من بيانات الجدول يمكن الاستنتاج أن اللاجئين السوري ظهر في صورة المقهور نفسيا، من خلال القيم السلبية التي تعكس الحال النفسية لمخلفات الصراع الدائر في البلاد منذ سنوات والناج عن مغادرة الوطن والديار والأهل والرفقاء، والتي تصدرها جميعا الإحساس بالغربة، هذه القيم التي كانت طاغية في المواد الإعلامية عبر شاشات الفضائيات العربية لم تمنع من بروز قيم أخرى ايجابية لازال يتحلى بها السوريون تصدرتها جميعا قيمتي الصبر على الظروف القاهرة والحاجة الماسة لمقومات الحياة والتعايش رغم كل شيء.

#### الخلاصة:

من خلال تحليل محتوى بعض المواد الإعلامية التي تعنى بشؤون اللاجئين على الفضائيات العربية الإخبارية تبين أن الأخيرة سوقت اللاجئين في أربع صور أساسية أو بالأحرى من أربع زوايا مختلفة كانت المساحة الأكبر فيها لنقل واقع هؤلاء في المخيمات الخاصة بهم في عدد من البلدان العربية مسلطة الضوء على معاناتهم وظروف حياتهم اللإنسانية خاصة في حال التقلبات الجوية والتغيرات المناخية كضحية دفع بها قهر النظام السياسي والتكالب الدولي إلى أزمة لا منتهية سيكون ثمنها مضاعفا جدا على عدة أجيال في سوريا ما يدعم الاتجاه الإنساني في الطرح الإعلامي لقضية اللاجئين على القنوات العربية رغم الأبعاد السياسية التي حملت في الموضوع، أما الزاوية الثانية من الصورة فبينت مخاوف العالم من الغول السوري- الذي لا قوة ولا حول له- الذي أضحى يقلق مضاجع المجتمعات الغربية وحتى العربية، التي تخاف على امن بلادها القومي والمدني خاصة في ظل ترويح صورة أخطر عن اللاجئين بأنه إرهابي، وفي مقابل كل هذا السواء يظهر جزء ضئيل من الصورة واقعا مشرقا صنعه السوريون في البلدان التي استضافتهم، ورسوموا صورة جميلة عن من فقد الوطن ومعه كل شيء لكنه ظل منتشبا بالحياة.

## قائمة الهوامش:

1. محمد حافظ حجازي ، المقدمة في التسويق، ط1، الإسكندرية، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، 2005، ص42.
2. نظام موسى سويدان، التسويق المعاصر، ط1، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2010، ص37.
3. عبد المجيد البروالي، نظام موسى سويدان، إدارة التسويق في المنظمات غير الربحية، ط1، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2009، ص23.
4. فريد كورتل، حكيمة محمد، نظم المعلومات التسويقية، ط1، عمان، دار الكنوز للمعرفة والنشر والتوزيع، 2010، ص19.
5. محمد حافظ حجازي، مرجع سابق، ص 43.
6. عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته العملية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص 16.
7. المرجع نفسه.
8. بغداد باي عبد القادر، تسويق محتوى الصحف والإقناع في الرسالة الإعلامية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ورقلة، عدد 18، مارس 2015، ص 102.
9. ابن منظور ، لسان العرب، المجلد 08، ط3، بيروت، دار صادر، 1994، ص298.
10. سعد الأعظمي، موسوعة مصطلحات القانون الجنائي، (بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، 2002)، ص26.
11. المرجع نفسه.
12. علي يوسف الشكري، التنظيم الدستوري لحق اللجوء السياسي " دراسة مقارنة في الدساتير العربية ،مجلة الأمن والحياة، عدد 18، 2010، ص ص: 173/172.
13. حسام محمد سعد سباط، اللجوء السياسي في الإسلام، دار البيارق، بيروت، دار عمار، عمان الطبعة الأولى، 1997.
14. صادقت تسع دول عربية على اتفاقية 1951 وبروتوكول 1967، وهي: تونس، الجزائر، جيبوتي، السودان، الصومال، مصر، المغرب، موريتانيا، اليمن.
15. - عبد الحميد والي إشكالية اللجوء على الصعيدين العربي والدول، الدار البيضاء، مطبعة دار النشر المغربية، ص89.
16. أحمد أبو الوفاء، حق اللجوء بين الشريعة الإسلامية والقانون الدولي للاجئين " دراسة مقارنة " دراسة صدرت بالتعاون ما بين منظمة المؤتمر الإسلامي جامعة نايف للعلوم الأمنية مفوضية الأمم المتحدة لشؤون اللاجئين الرياض، 2009، ص 98.
17. التقرير العالمي لحقوق الإنسان، 2017، تاريخ الزيارة: 25/02، 2017: <http://www.un.org>
18. الموقع الإلكتروني، أخبار الآن، تاريخ الزيارة: 11 /05 /2017، <http://www.akhbaralaan.net>
19. المفوضية السامية تاريخ الزيارة : 13 /05 /2017 <http://www.arabstates.undp.org>