

اتجاهات الشباب الجزائري نحو قناة " التركية " الناطقة باللغة العربية

دراسة ميدانية

أ/ رضوان جدي أستاذ مساعد بجامعة المسيلة

يُمثل الإعلام أداة مهمة في عملية التواصل مع الآخرين، كما يمثل آلية كبيرة للحفاظ على النظام الاجتماعي وديناميكيته من خلال تعزيز قيم الدولة الواحدة أو ترسيخ بعض المفاهيم أو تغيير بعض المفاهيم الخاطئة أو تصحيحها. ولهذا فإن لوسائل الإعلام علاقة قوية بالمجتمع فهي إما أن تعكس صورته بشكل كامل من خلال ما يعرف لدى المختصين في وسائل الإعلام بنظرية " ترتيب الأولويات " وهي بالتالي تعبر عن طموحه وهمومه ، أو تدخل المشاهد ضمن حلقة كبيرة في أولوياتها خدمة لأجندة معينة تسعى من خلالها إلى صناعة رأي عام اتجاه قضية ما .

ولعل ما تفتنت له الكثير من الدول وخاصة الغربية في وقت مبكر ما يعرف بالإعلام الموجه أو الناطق باللغة التي تعبر عن أمة أو شعب معين كاللغة العربية والتي استطاعت من خلالها أن تؤسس لمحطات إعلامية بارزة كـ bbc الناطقة بالعربية، وصوت ألمانيا ، بالإضافة إلى صوت أمريكا وغيرها من المحطات الإذاعية والتلفزيونية التي خدمت أجندات هذه الدول سواء في شقها الثقافي أو الاقتصادي أو السياسي .

وعلى الصعيد نفسه أطلقت تركيا قناتها " التركية " في 2010/4/4 بهدف التواصل مع العالم العربي ، بعد مدة طويلة من إغلاق جسور التواصل بينها وبين العالم العربي الذي كان يمثل لها امتدادا حضاريا وثقافيا ودينيا . وقد انطلقت في احتفال حضره رئيس الوزراء التركي رجب طيب أردوغان، مما يشير الى الأهمية الكبيرة لهذا المشروع الممول حكومياً والمستقل إدارياً، في خطوة أرادها حزب العدالة والتنمية الحاكم أن تكون جزءاً من سياسته الانفتاحية على العالم العربي .ونفى القائمون عليها وجود أي أجندة سياسية من ورائها، "لكن السياسة هي دائما في قلب الكثير من المشاريع ولا حاجة لنا لإعلان ذلك، خصوصا إذا ما كانت من هذا النوع، ولا مشكلة في ذلك ما دام أن السياسة المطلوبة هنا هي التقارب والتعاون واكتشاف الآخر دون وسطاء" حسبما نُقل عنهم.

وتستند القناة، على إرث ثقافي غزير بين الشعبين العربي والتركي، ومن هنا نلاحظ توجهها الى مخاطبة الجمهور بلغة قريبة جداً منه. وهي مرشحة للنجاح بسبب التقارب السياسي التركي مع العالم العربي في السنوات الاخيرة، ونمو التعاون التجاري بين الجانبين . ويمكن القول أن القائمين عليها واعون بمتطلبات مخاطبة الجمهور العربي، فاعتمدوا على كوادر ووجوه عربية جديدة، واستحدثوا برامج فنية تُنتج في استوديو القناة في بيروت، وعرض برامج أخرى تمتد من برامج الأطفال المدبلجة الى الدراما التي أثبتت نجاحها عند عرضها في قنوات اخرى، وبرامج التعريف الثقافي والسياحي. تتميز سياستها التحريرية بنبرة هادئة ومتوازنة تتجنب ما يمكن أن يؤثر على علاقات تركيا بالعالم العربي، مع انخياز واضح تجاه القضية الفلسطينية.

ينطلق بث القناة من اسطنبول ويعمل فيها عدد محدود من الموظفين لا يتجاوز ستين موظفاً، لاعتمادها على الإنتاج الخارجي في الكثير من برامجها، كما أنها تستند الى موارد المؤسسة الأم «تي آر تي» التي تضم أكثر من 7 آلاف موظف.

ولعل خصوصية تجربة قناة " التركية " يكمن في أن الأتراك والعرب ظلوا لمدة زمنية طويلة يتعايشون فيما بينهم ظل سلام واحترام متبادل ، وهو الأمر الذي لا يطرح فكرة التآمر أو خدمة أجندات ضبابية عكس ما تطرحه بعض الوسائل الغربية رغم وجود نسبة من الموضوعية في بعض برامجها .

وفي السياق ذاته يمكننا القول بأن الشباب الجزائري يتعاطى مع ما يقدمه الإعلام التركي نظرا للعلاقة التاريخية المميزة بين البلدين ، بالإضافة إلى طبيعة البرامج المطروحة التي يسعى من خلالها إلى تحقيق اشباعا سياسية وثقافية واقتصادية تُخدم أجندته كجمهور متلقي للمنتج الإعلامي الخاص بهذه القناة .

وعلى هذا الأساس يمكننا معالجة هذه الدراسة وفقا للإشكالية التالية :

ما هي اتجاهات الشباب الجزائري نحو برامج قناة " التركية " الناطقة باللغة العربية ؟

كما يمكننا طرح التساؤلات التالية:

- ما هي عادات وأنماط مشاهدة الشباب الجزائري لقناة " التركية " الناطقة باللغة العربية ؟
- ما هي دوافع مشاهدة الشباب الجزائري لقناة " التركية " الناطقة باللغة العربية ؟
- ما هي اتجاهات الشباب الجزائري نحو مشاهدة البرامج التي تعرضها قناة " التركية " الناطقة باللغة العربية ؟
- ما هي العلاقة الموجودة بين متغير مشاهدة قناة " التركية " الناطقة باللغة العربية ومتغير التاريخ والمعتقد المشترك بين الشعبين ؟
- ما هي أبرز البرامج التي تحظى بكثافة المشاهدة من طرف الشباب الجزائري على قناة " التركية " الناطقة باللغة العربية ؟

أهمية الموضوع :

تكمن أهمية الموضوع المدروس في كون أن هناك توجه إعلامي جديد من طرف الكثير من الدول الغربية والإسلامية إلى فتح قنوات التواصل مع العالم العربي الذي أصبح نافذة مهمة للتواصل الحضاري سواء كمدخل للصراع أو العمق الاستراتيجي .
وتكمن أهمية الدراسة أيضا في التوجه الإعلامي التركي الجديد الذي غاب طويلا عن العالم الإسلامي والعربي كونه يمثل حلقة وصل في بوابة التاريخ الإسلامي من خلال الخلافة الإسلامية العثمانية.

أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى الوصول لعدة أهداف يمكن أن نذكرها كالتالي:
التعرف عادات وأنماط مشاهدة الشباب الجزائري لقناة " التركية " الناطقة باللغة العربية.
الكشف عن دوافع مشاهدة الشباب الجزائري لقناة " التركية " الناطقة باللغة العربية.
التعرف على اتجاهات الشباب الجزائري نحو مشاهدة البرامج التي تعرضها قناة " التركية " الناطقة باللغة العربية.
الكشف عن العلاقة الموجودة بين متغير مشاهدة قناة " التركية " الناطقة باللغة العربية ومتغير التاريخ والمعتقد المشترك بين الشعبين.
التعرف على أبرز البرامج التي تحظى بكثافة المشاهدة من طرف الشباب الجزائري على قناة " التركية " الناطقة باللغة العربية.

عينة الدراسة :

استخدم الباحث ما يسمى العينة العرضية وكان قوامها 300 مفردة بحث تمت فيها عملية الاختيار عن طريق من يصادفهم الباحث في طريقه دون تحديد مسبق لوقت التوزيع أو المكان. وتستعمل هذه العينة في غالب الأحيان من طرف القنوات الفضائية التي تسعى إلى قياس نسبة مشاهدتها. ولا يمكن تعميم نتائج هذه العينة بشكل كلي على مجتمع البحث الكلي بسبب أسلوب الاختيار .

أداة الدراسة :

لجأ الباحث إلى استخدام الاستبيان لوصف وتحليل خصائص اتجاهات الشباب الجزائري نحو قناة " التركية " الناطقة باللغة العربية : دراسة ميدانية ، و سيستخدم الباحث الاستبيان لمعرفة عادات وأنماط ودوافع مشاهدة الشباب الجزائري بقناة " التركية " الناطقة

بالعربية ، و من جهة أخرى أيضا سنستخدم مقياس " ليكرت " لقياس الاتجاهات انطلاقا من مجموعة من العبارات التي قد يوافق عليها الباحثين أو يرفضونها.

المدخل النظري للدراسة :

نظرية الاستخدامات والاشباع

تختلف المسميات التي تطلق على مدخل الاستخدامات والاشباع ، فهناك من يطلقون عليه نموذج Model وهناك بعض الباحثين يرتقون به إلى مرتبة النظرية Theory ، وهناك من يطلقون عليه مدخل Approach ، في حين يفضل البعض وهم الأقلية تسميتها باسم نظرية المنفعة Utility¹.

وتركز النظرية على دراسة الأسباب الخاصة بالتعرض في محاولة للربط بين هذه الأسباب والاستخدام مع تصنيف الاستخدام في فئات تشير إلى شدته أو كثافته . وتم صياغة هذه الأسباب في عدة إطارات كان أهمها إطار الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة في وقت معين ، وأصبحت رغبة الفرد في إشباع حاجات معينة من التعرض لوسائل الاعلام هي الإطار العام للعلاقة بين تعرض الفرد لوسائل الإعلام ومحتواها ومدى مايقفه هذا التعرض من إشباع للحاجات المتعددة وتلبيتها².

وقد حدد منظري هذه النظرية أهداف نظرية الاستخدامات والاشباع فيما يلي³ :

- تفسير وتحليل كيفية استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام المختلفة لإشباع حاجاتهم وتوقعاتهم.
- التعرف على دوافع وأنماط وخصائص التعرض لوسائل الإعلام.
- معرفة حقيقة الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام المختلفة من خلال قياس النتائج المترتبة على التعرض لتلك الوسائل

أما فروض النظرية فتحدد كالتالي⁴ :

- الأصول النفسية والاجتماعية.
- افتراض الجمهور النشط.
- دوافع استخدامات وسائل الإعلام.
- اشباع وسائل الإعلام.
- توقعات الجمهور من وسائل الإعلام.

تحديد المصطلحات :

اتجاهات:

يعرف الدكتور أحمد عبد اللطيف وحيد الاتجاه بأنه " أسلوب منظم منصف في التفكير والشعور ورد الفعل تجاه الناس والجماعات والقضايا الاجتماعية أو أي حدث في البيئة" . أما إجرائيا فيقصد الباحثان بالدراسة تلك الاتجاهات التي يكونها الشباب الجزائري نحو قناة التركيبة الناطقة باللغة العربية .

الشباب الجزائري:

تعرف الأمم المتحدة الشباب بالأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 24 سنة ، وقد اعتمد هذا التعريف العملي لأسباب إحصائية . فالبيانات المتوفرة تنطوي في معظم الحالات على توزيع السكان بحسب الفئات العمرية الخمسية . لذا لاينطوي هذا التعريف على أي تمييز ضد التعاريف الأخرى التي تعتمد على البلدان الأعضاء في الأمم المتحدة بناء على عدة عوامل اجتماعية

¹- مرفت الطرابيشي ، عبد العزيز السيد ، نظريات الاتصال ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2006.ص: 255

²- محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، عالم الكتب ، ط2 ، القاهرة ، 1997. ص : 209

³- مرفت الطرابيشي ، عبد العزيز السيد ، مرجع سبق ذكره . ص : 266

⁴- نفس المرجع ، نفس الصفحة

وثقافية واقتصادية ومؤسسية وسياسية⁵. وقد أظهرت نتائج الاستقصاء الذي أجرته "الإسكوا" حول استجابة البلدان الأعضاء لبرنامج العمل العالمي للشباب أن سبعة بلدان فقط من أصل البلدان الأعضاء الثلاثة عشر التي ملأت الاستبيان تعرف الشباب باعتبارهم الفئة العمرية 15-24 سنة، بينما أعطت البلدان الأخرى تعاريف تتراوح بين 10 و35 سنة⁶. أما إجرائياً فنقصد بالشباب في هذه الدراسة الذي تتراوح أعمارهم كما حددتها الأمم المتحدة، والهئيات المختصة انطلاقاً من العمر 18 إلى 35 سنة وهو تحديد متقارب مع سن الشباب في دول تتجانس مجتمعاتها مع المجتمع الجزائري كمصر من التي حددت فيها الأمم المتحدة سن الشباب بـ "18 إلى 35 سنة"، وفي السودان بـ "18 إلى 29 سنة".

قناة " التركية " :

نقصد بالقناة " التركية " التي تأسست سنة 2010 والتي يقع مقرها بتركيا وتعتمد في بثها على اللغة العربية ولغات أخرى، وتنتهج سياسة افتتاحية تتحدد في عدة نقاط كما حددتها القناة على موقعها الإلكتروني:

1. الحيادية الموضوعية في طرح الرأي والاستدلالات والتوجهات .
 2. إظهار التنوع المعرفي والثقافي والفكري الموجود في تركيا والعالم العربي.
 3. التركيز على عوامل البناء والنهضة في تركيا والعالم العربي .
 4. الابتعاد عن الخلافات والعقبات الفكرية التي من شأنها أن تعكر أجواء الود والأخوة بين الشعب التركي والشعوب العربية .
 5. تأصيل عوامل الفن الريادي والإبداعي، والتركيز على التطور المستمر على مستوى الكادر العامل والتقنيات الإعلامية على حد سواء .
 6. ضمان أعلى سقف ممكن من التواصل التبادلي بين تركيا والعالم العربي من خلال إشاعة البرامج الثقافية والمعرفية والارتقائية المشتركة .
 7. التنوع في مصادر المعلومات وستوديوهات البث، وبناء أفق إعلامي كبير من أجل التعاون الإعلامي المشترك بين تركيا والعالم العربي .
 8. التركيز على الكادر العامل، واستمرارية تأهيله وتطويره من خلال شتى الوسائل والإمكانات .
- الانطلاق من خلال رؤية الشعب التركي والحكومة التركية معاً للعلاقة الوطيدة مع العالم العربي، ولطبيعة الوشائج الرابطة بين الثقافة في مناطق الأناضول والعالم العربي من خلال قراءة تاريخية مستفيضة للشواهد والأحداث والمعطيات.
- اختيار الكادر العربي المؤهل العامل في القناة، وافتتاحها لاستوديوهات البث في بيروت والقاهرة كخطوة أولى من التنسيق المشترك،.

ومن أهداف القناة التي تسعى الحكومة التركية إلى تحقيقها :

- مد جسور التواصل مع العالم العربي .
- التعريف بتركيا للمشاهد العربي من حيث الطبيعة والمناخ والتراث والبيئة الاجتماعية والعلمي .
- فتح آفاق التعاون الإعلامي المشترك بين تركيا والعالم العربي .
- إفادة الجمهور العربي الموجود في الداخل التركي بمجموعة مميزة من البرامج الهادفة والتي تسهم في صياغة الهوية الثقافية للفرد والمجتمع .
- التواصل المعرفي مع الدول العربية من خلال الاستوديوهات المشتركة والتفاعل التبادلي بين الفنانين والمطربين والنجوم .

⁵- الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا "الإسكوا"، تقرير السكان والتنمية، الشباب في منطقة الإسكوا: دراسة للواقع والآثار المترتبة على سياسات التنمية، العدد الرابع، نيويورك، 2009، ص: 03

⁶- نفس المرجع، نفس الصفحة

- تعميق روابط الأخوة والوفاق بين تركيا والعالم العربي .
- التركيز على الحيادية والنزاهة والشفافية كقيم أساسية تسهم في نهضة القناة وارتقائها وترابط الجمهور العربي بها.

الإطار التطبيقي:

1- متغير الجنس

المتغير	درجة الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
ذكر		170	56.66
أنثى		130	43.33
المجموع		300	100

نلاحظ من خلال الجدول التالي أن والذي يمثل متغير جنس المبحوثين أن الذكور 170 مفردة تمثل الذكور وبنسبة مئوية تمثل 56.66 % . بينما نجد أن 130 مفردة تمثل الإناث بنسبة مئوية تقدر بـ : 43.33 % .

2- متغير السن :

المتغير	درجة الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
من 18 الى 20 سنة		100	33.33
من 21 الى 25 سنة		120	40
من 26 الى 30 سنة		60	20
من 31 الى 35 سنة		20	6.66
المجموع		300	100

نلاحظ من الجدول التالي الذي يمثل متغير السن للمبحوثين أن الفئة العمرية " من 21 الى 25 سنة " تمثل 120 مفردة أي بنسبة مئوية تقدر بـ : 40 % ، ثم تليها فئة من 18 الى 20 سنة والتي تمثل 100 مفردة وبنسبة مئوية مقدر بـ : 40 % ، لتليها الفئة العمرية من 26 الى 30 سنة والتي تمثل 60 مفردة أي بنسبة مئوية 6.66 % . ويمكن تفسير هذا الترتيب وفقاً لنضج الفئة العمرية من 21 سنة إلى 25 ، بينما نجد الفئة الأخيرة من 31 الى 35 سنة هي الأضعف في هذه الحلقة كون هذه الفئة مثقلة بالمشاكل الاجتماعية ولديها مسؤوليات اجتماعية كبيرة في الأسرة الاجتماعية وهو الأمر الذي يعدها عن عملية التعرض لوسائل الإعلام بشكل كبير .

3- متغير المستوى العلمي

المتغير	درجة الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي		102	34
ليسانس		133	44.33
ماجستير		30	10
دكتوراه		7	2.33

أخرى	28	9.33
المجموع	300	100

نلاحظ من خلال الجدول التالي والذي يمثل متغير المستوى العلمي حيث نجد أن أعلى الرتب احتلتها " فئة المتحصلين على شهادة الليسانس بـ " 133 مفردة من إجمالي مجتمع البحث الكلي أي بنسبة مئوية 44.33%، ثم تلتها فئة " الثانويين " بـ : 102 مفردة وبنسبة مئوية مقدرة بـ : 34 % ، لتليها أيضا فئة " الماجستير " بـ 30 مفردة أي بنسبة مئوية تقدر بـ : 10 % ، وتأتي كذلك فئة " أخرى " والتي تضم ذوي المستويات المحدودة كالاتبعائي ، والاكمامي وحتى الذين تكونوا في مراكز التكوين المهني بـ : 28 مفردة أي بنسبة 9.33 % . وفي الأخير نجد فئة " دكتوراه " قد تكررت بـ : 7 مفردات فقط وبنسبة مئوية مقدرة بـ : 2.33 % وقد يفسر عدم اهتمام هذه الفئة بسبب اهتماماتها الأخرى التي تتمثل في الشؤون الأكاديمية ، ووجود مصادر معلومات أخرى قد تعتمد عليها هذه الفئة في بناء إستراتيجيتها وقراراتها وحتى تصوراتها الفكرية والقيمية .

4- متغير المهنة

النسبة المئوية	التكرار	
30	90	أستاذ
37	111	موظف
6.66	20	تاجر
0	0	صحفي
0	0	فلاح
0.33	1	طبيب
11	33	مهندس
6	18	صاحب مهنة حرة
9	27	أخرى
100	300	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول التالي والذي يمثل متغير مهنة الباحثين حيث نجد أن أعلى نسبة مثلتها فئة " موظف " وذلك بـ : 111 مفردة أي بنسبة 37% ، تليها فئة " أستاذ " بـ : 90 مفردة أي بنسبة 30% ، تليها فئة " مهندس " بـ : 33 مفردة أي بنسبة 11 % ، تليها أيضا فئة " أخرى " والتي تعددت في عدة وظائف بـ : 27 مفردة أي بنسبة 9 % . تليها كذلك 20 مفردة وبنسبة مئوية مقدرة بـ : 6.66 % ، لتليها فئة صاحب مهنة أخرى بـ : 18 مفردة أي بنسبة 6% ، وأخيرا نجد أن فئة " طبيب " لم تتكرر الا مرة واحدة ، كما نجد فئتي " صحفي " و " فلاح " لم تتكرر أبدا .

5- متغير الحالة الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	
64	192	أعزب - عزباء

متزوج "ة"	96	32
مطلق "ة"	12	4
أرمل "ة"	0	0
المجموع	300	100

نلاحظ من خلال الجدول التالي والذي يمثل متغير الحالة الاجتماعية حيث نجد أغلب المبحوثين هم ينتمون إلى فئة " عزاب " قد تكرر ب 192 مفردة أي بنسبة 64%، بينما أتى في المرتبة الثانية فئة " المتزوجين " ب : 96 مفردة أي بنسبة 32 %، وأخير نجد فئة " المطلقين " ب : 12 مفردة أي بنسبة إلى % .وأخيرا نجد فئة " الأرامل " منعدمة تماما بالنسبة لمجتمع البحث الكلي .

عادات وأنماط مشاهدة الشباب الجزائري لقناة " التركية " الناطقة بالعربية

6- متغير مشاهدة قناة " التركية "

التكرار	النسبة المئوية	
300	100	نعم
00	00	لا
300	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول التالي والذي يمثل متغير مشاهدة قناة " التركية " حيث نجد أن 300 مفردة كلهم يستمعون للإذاعة أي بنسبة 100 % ويعود ذلك إلى استهداف الباحث الفئات التي تشاهد قناة " التركية الناطقة باللغة العربية .

7- متغير دوافع متابعة المبحوثين لقناة " التركية "

التكرار	النسبة المئوية	
55	18.33	متابعة الأخبار
45	15	التفاعل والمشاركة والتعبير عن الرأي
120	40	لإشباع حاجات سياسية
30	16.66	لمتابعة بعض الإعلاميين
30	10	أخرى
300	100	المجموع

نلاحظ من الجدول التالي أن أعلى نسبة دوافع لدى المبحوثين تتعلق بفئة " اشباع حاجات سياسية " حيث اختارها مايقارب 120 مفردة وبنسبة مئوية تقدر ب 40 بالمئة ، لتليها مباشرة فئة " متابعة الأخبار " وبنسبة مئوية تقدر ب 18.33 بالمئة

وقد يعود ذلك الى اهتمام الباحثين بالخط الافتتاحي لقناة " التركية " في التعاطي مع الأخبار العالمية وصياغة القصة الخبرية وفقا لما يتوافق مع تطلعات وطموحات الفرد العربي خاصة اذا تعلق الأمر بالقضية الفلسطينية . لتليها بعد ذلك فئة " التفاعل والمشاركة والتعبير عن الرأي " ب 45 مفردة بحث وبنسبة مئوية تقدر ب 15 بالمئة .

8- متغير وقت مشاهدة الباحثين لقناة " التركية "

النسبة المئوية	التكرار	
37.66	113	صباحا
11.33	43	منتصف النهار
7	21	مساء
41.66	125	ليلا
2.33	7	في أوقات الفراغ
100	300	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول التالي والذي يمثل متغير توقيت مشاهدة الباحثين لقناة " التركية " حيث نلاحظ أن أغلبية الباحثين يشاهدون " ليلا " ب : 125 مفردة أي بنسبة 41.66 % ليليه " صباحا " ب : 113 مفردة أي بنسبة 37.66 % ، ليليه أيضا في " أوقات الفراغ " ب 7 مفردة أي بنسبة 2.33 % ، ويليه كذلك " مساء " ب : 21 مفردة أي بنسبة 7 % . وأخيرا نجد منتصف الليل ب : 43 مفردة أي بنسبة 11.33 %.

9- متغير البرامج التي يفضلها الباحثين على قناة " التركية " الناطقة بالعربية

النسبة المئوية	التكرار	برامج قناة التركية
13.33	40	برامج إخبارية
23.33	70	برامج وثائقية
3.33	10	برامج منوعات
2.33	07	مؤتمرات صحفية
11	33	برامج حوارية
16.66	50	برامج دينية
30	90	خطابات رئيس الوزراء رجب طيب أردوغان
100	300	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول التالي أن " خطابات رئيس الوزراء رجب طيب أردوغان " تحظى بأهمية بالغة لدى الباحثين بنسبة 90 مفردة وبنسبة مئوية تقدر ب 30 بالمئة ويمكن تفسير هذه النتيجة نظرا للحضور القوي لشخص رئيس الوزراء التركي

خاصة بعد الدعم التركي للقضية الفلسطينية وتبنيها لقضايا العالم العربي والإسلامي التي فشلت أنظمتها الرسمية في احتواء شعوبها ومشاكلها .

وقد تلتها فئة " البرامج الوثائقية " ب : 70 مفردة بحث أي بنسبة مئوية تقدر ب : 23.33 بالمئة ولعل مرد ذلك الى طبيعة البرامج التي تتناولها القناة " التركية " ومحاوله صياغتها ومحاوله صياغتها في قالب مشترك مع شعوب المنطقة ونذكر على سبيل المثال برنامج " العثمانيون الت التاريخ المجهول " الذي يتناول تاريخ الخلافة الإسلامية العثمانية والذي يرى فيه المشاهد العربي حلقة من تاريخه العام والمزدهر في إحدى المراحل الحاسمة .

10- متغير مكان مشاهدة قناة التركية

النسبة المئوية	التكرار	
50	150	بمفردي
26.33	79	مع الأسرة
16.33	49	مع الأصدقاء
7.33	22	في المقهى
100	300	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن أعلى مستوى مشاهدة من طرف المبحوثين سجلت عند فئة " بمفردي " وبنسبة مئوية تقدر ب 50 بالمئة ، بينما احتلت فئة " مع الأسرة " 79 مفردة بحث وبنسبة مئوية تقدر ب 26.33 بالمئة ، لتليها فئة " في الأصدقاء " ب 49 مفردة أي بنسبة تقدر ب 16.33 بالمئة . وأخيرا نجد فئة " في المقهى " ب 22 وبنسبة مئوية تقدر ب : 7.33 بالمئة .

11- تقييم المبحوثين لبرامج قناة " التركية " الناطقة بالعربية

العبارات	معارض بشدة	معارض	موافق بشدة	موافق	لا أدري
قناة " التركية " الناطقة بالعربية مفيدة ونافعة	00	00	220	15	65
قناة " التركية " الناطقة بالعربية تشد اهتمامي	00	25	190	69	16
قناة " التركية " الناطقة بالعربية تحافظ وتحترم قيم الجمهور العربي والاسلامي	00	00	250	23	27

59	100	98	43	00	مقدمو برامج قناة " التركية " قرييون من المواطن العربي والاسلامي من خلال أفكارهم وطرحهم الأفكار
11	17	165	66	58	تروج قناة " التركية " لمشروع احياء " الدولة العثمانية " من خلال تصور اقتصادي جديد
99	187	14	00	00	ساعدت الاستراتيجية الاعلامية التي تبنتها قناة التركية الناطقة بالعربية على تعزيز الصورة الحسنة للدولة التركية ودورها في خدمة القضايا العربية والاسلامية .

نلاحظ من خلال الجدول التالي أن 220 يؤكدون أن قناة التركية ذات فائدة بالنسبة للمبحوثين ، بينما يرى 190 مبحوث انها تشد اهتمامهم ، كما يرى 250 أن قناة التركية تحترم أذواق وقيم الجمهور العربي . وفي السياق ذاته يرى 100 مبحوث أن مقدمو البرامج في قناة التركية يتشاركون مع المشاهدين فيما يخص الكثير من الأفكار والرؤى ، وفي السياق ذاته يرى 165 مبحوث أن قناة التركية تروج لفكرة احياء مجد الدولة العثمانية من خلال بناء التبادلات الاقتصادية مع ما يسمى بالعمق الاستراتيجي والذي يتمثل في الدول العربية . بينما يرى 187 مبحوث أن قناة " التركية " ساعدت على تعزيز الصورة الحسنة للأترك في العالم العربي .

الاستنتاجات العامة للدراسة :

- يشاهد قناة التركية الناطقة بالعربية 170 مفردة من الذكور ، بينما يشاهدها 130 مفردة من الإناث من المجتمع الكلي .
- سجلت الفئة العمرية الغالبة لمشاهدة قناة التركية الناطقة بالعربية " من 21 إلى 25 سنة " بتكرار 120 مفردة .
- أكدت الدراسة أن غالبية المبحوثين كان مستواهم الدراسي " ليسانس " بتكرار 133 مفردة ، يليهم المستوى " الثانوي " بتكرار 102 مفردة .
- أكدت الدراسة أن 120 مفردة كان دافعها إشباع حاجات سياسة من خلال مشاهدتها لقناة التركية .
- غالبية المبحوثين يشاهدون قناة التركية ليلا بتكرار 125 مفردة ، يليها صباحا بتكرار 113 مفردة .
- تحظى خطب رئيس الوزراء التركي رجب طيب أردوغان بنسبة مشاهدة عالية وذلك بنسبة 30 بالمئة ، لتليها البرامج الوثائقية بنسبة 70 بالمئة .
- يرى 190 مبحوث ان قناة التركية الناطقة بالعربية تشد اهتمامهم ، كما يرى 250 أن قناة التركية تحترم أذواق وقيم الجمهور العربي .
- يرى 165 مبحوث أن قناة التركية تروج لفكرة إحياء مجد الدولة العثمانية من خلال بناء التبادلات الاقتصادية مع ما يسمى بالعمق الاستراتيجي والذي يتمثل في الدول العربية . بينما - يرى 187 مبحوث أن قناة " التركية " ساعدت على تعزيز الصورة الحسنة للأترك في العالم العربي .

المراجع والمصادر :

مرفت الطرايشي ، عبد العزيز السيد ، نظريات الاتصال ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2006

محمد عبد الحميد ، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير ، عالم الكتب ، ط2 ، القاهرة ، 1997.
الأمم المتحدة ، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا "الإسكوا" ، تقرير السكان والتنمية ، الشباب في منطقة الاسكوا
:دراسة للواقع والآثار المترتبة على سياسات التنمية ، العدد الرابع ، نيويورك ، 2009.
موقع قناة " التركية " الالكتروني :

<http://www.trtarabic.tv/ar/index.php>