



الصورة والاتصال



مجلة علمية محكمة تعنى بالدراسات الإعلامية والاتصالية يصدرها مخبر
الاتصال الجماهيري وسيميولوجية الأنظمة البصرية (IMAGE)
جامعة وهران (الجزائر)

العددان الثالث والرابع

فبراير 2013

الرقم	عنوان المقالة	الباحث
01	التقديم	د/عبد الله ثاني قدور مدير المجلة
02	الحرب النفسية: دراسة نظرية تطبيقية على اساليب الحرب النفسية الامريكية ضد العراق	الدكتوره / مي الخاجه جامعة الامارات العربية المتحدة
03	ماهية الرسالة البصرية، تطورها وآليات قراءتها	د/عبد الله ثاني قدور جامعة وهران
04	المتلقى وبصمة الصورة العنوان (قراءة في خطاب الصورة)	د/ محمد الأمين خلادي جامعة أدرار الجزائر
05	الإعلام والغاية من الرقابة	د/ مالفي عبد القادر جامعة مستغانم
06	لأسس المرجعية لدراما المسلسلات التلفزيونية	أ. اسماعيل عبد الحافظ جامعة صنعاء (3)
07	سيميانية الصورة الكاريكاتيرية بين تقنيات القراءة وآليات التأويل	أ. قاسمي آمال. المركز الجامعي لخميس مليانة
08	الصورة والتواصل وإشكالية التأويل	أ/ جمال شعبان شاوش جامعة الجزائر - 3 -
09.	تقييم نظام معلومات والاتصال للموارد البشرية دراسة ميدانية بالشركة الوطنية للمحروقات (نشاط المصب) بوهران .	أ/ دزيان محمد. جامعة وهران - لحرم ميلود طالب ماجستير تسيير الموارد البشرية
10.	ميزان الحرية والأخلاقيات في عصر التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال	أ/ بن دريس أحمد جامعة وهران
11.	شبكات التواصل الاجتماعي والبحث العلمي دراسة وصفية	أ/ كيجول طالب أستاذ مساعد بجامعة خميس مليانة
12.	رهانات الأسرة في تكوين نمط الممارسة الاتصالية الجديدة	أ/ بعلبي محمد جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم
13.	تكوين الكاريكاتير وإخراجه وتحريره في الجرائد	د/ غمشي بن عمر جامعة وهران
14.	الصراع الفلسطيني- الإسرائيلي عبر وسائل الإعلام الأسطورة والإيوس الصراع	د. فلة بن غربية جامعة وهران
15.	قيم الثقافة الجماهيرية من المنظور الاستهلاكي في المجتمع العربي الإسلامي.	أ/ رضوان جدي أستاذ مساعد بجامعة المسيلة
16.	اتجاهات الشباب الجزائري نحو قناة " التركية " الناطقة باللغة العربية دراسة ميدانية	أ/ بركة الهواري جامعة وهران
17.	رحلة البحث عن المتفق	أ. يلحاج حسنية أستاذة مساعدة جامعة معسكر
18.	الكاريكاتور كلغة اتصالية وخطاب سياسي مشفر	Benlazaar Sid Ahmed Nadjib. Université d'Oran
19.	On the Image- Language Co-occurrence and Interrelationship in Multimodal Texts, with Particular Reference to Halliday's & Barthes' Views	Dr. Abdul-Jabbar Musaafir University of Philadelphia Jordan
20.	Les S.I.C. et les langages du politique	J-F Têtu, ELICO, et B. Lamizet, Triangle

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 وдинاميكيته من خلال تعزيز قيم الدولة الواحدة أو ترسیخ 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 وبالتالي تعبر عن طموحه وهمومنه ، أو تدخل المشاهد ضمن حلقة كبيرة في أولوياتها خدمة لأجندة معينة تسعى من خلالها إلى صناعة رأي عام اتجاه قضية ما .

ولعل ما تفطنت 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 ك bbc الناطقة بالعربية ، وصوت ألمانيا ، بالإضافة إلى صوت أمريكا وغيرها من المحطات الإذاعية والتلفزيونية التي خدمت أجندة 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 امتداداً حضارياً وثقافياً ودينياً . وقد انطلقت في احتفال حضره رئيس الوزراء التركي رجب طيب أردوغان، مما يشير إلى الأهمية الكبيرة لهذا المشروع الممول حكومياً والمستقل إدارياً، في خطوة أرادها حزب العدالة والتنمية الحاكم أن تكون جزءاً من سياساته الانفتاحية على العالم العربي . ونفي القائمون عليها وجود أي أجندة سياسية من ورائها، لكن السياسة هي دائماً في قلب الكثير من المشاريع ولا حاجة لنا لإعلان ذلك، خصوصاً 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.

و تستند القناة، على إرث ثقافي غير بين الشعبين العربي والتركي، ومن هنا نلاحظ توجهها إلى مخاطبة الجمهور بلغة قريبة جداً منه. وهي مرشحة للنجاح بسبب التقارب السياسي التركي مع العالم العربي في السنوات الأخيرة، 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 تُمتد من برامج الأطفال المدبلة إلى الدراما التي أثبتت نجاحها عند عرضها في قنوات أخرى، وبرامج التعريف الثقافي والسياحي. تتميز سياستها التحريرية بنبرة هادئة ومتوازنة تتجنب ما يمكن أن يؤثر على علاقات تركيا بالعالم العربي، مع الحفاظ واضح تجاه القضية الفلسطينية. ينطلق بث القناة من استنبول ويعمل فيها عدد محدود من الموظفين لا يتجاوز ستين موظفاً، لاعتمادها على الإنتاج الخارجي في الكثير من برجها، كما أنها تستند إلى موارد المؤسسة الأم «تي آر تي» التي تضم أكثر من 7 آلاف موظف .

ولعل خصوصية تجربة قناة "التركية" يكمن في أن الأتراك والعرب ظلوا مدة زمنية طويلة يتعاشرون 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 نظراً للعلاقة التاريخية المميزة بين البلدين ، بالإضافة إلى طبيعة البرامج المطروحة التي يسعى من خلالها إلى تحقيق اشبعات سياسية وثقافية واقتصادية تخدم أجندته كجمهور متلقٍ للمنتج الإعلامي الخاص بهذه القناة .

وعلى هذا الأساس يمكننا معالجة هذه الدراسة وفقاً للإشكالية التالية :

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

كما يمكننا طرح التساؤلات التالية:

- ما هي عادات وأنمط مشاهدة الشباب الجزائري لقناة "التركية" الناطقة باللغة العربية؟

- ما هي دوافع مشاهدة الشباب الجزائري لقناة "التركية" الناطقة باللغة العربية؟

- ما هي إتجاهات 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 :

تكمّن أهمية الموضوع المدرّوس في كون أن هناك توجّه إعلامي جديد من طرف الكثير من الدول الغربية والإسلامية إلى فتح قنوات التواصل مع العالم العربي الذي أصبح نافذة مهمة للتواصل الحضاري سواءً كمدخل للصراع أو العمق الاستراتيجي .

وتكمّن أهمية الدراسة أيضاً في التوجّه الإعلامي التركي الجديد الذي غاب طويلاً 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 على عادات وأنمط مشاهدة الشباب الجزائري لقناة "التركية" الناطقة باللغة العربية.

الكشف عن دوافع مشاهدة الشباب الجزائري لقناة "التركية" الناطقة باللغة العربية.

التعرف على إتجاهات 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 مفرد بحث تم 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 :

لذا 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 دوافع مشاهدة الشباب الجزائري بقناة " التركية " الناطقة بالعربية ، و من جهة أخرى أيضاً سينستخدم مقياس " ليكرت " لقياس الاتجاهات انطلاقاً من مجموعة من العبارات التي قد يوافق عليها المبحوثين أو يرفضونها.

المدخل النظري للدراسة :

نظريّة الاستخدامات والأشباعات

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

وتتركز النظرية على دراسة الأسباب الخاصة بالعرض 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 الدافع النفسي التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة في وقت معين ، وأصبحت رغبة الفرد في إشباع حاجات معينة من التعرض لوسائل الإعلام هي الإطار العام للعلاقة بين تعرض الفرد لوسائل الإعلام ومحتوها ومدى ما يتحققه هذا التعرض من إشباع للحاجات المتعددة وتلبيتها².

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

- تفسير وتحليل كيفية استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام المختلفة لإشباع حاجاتهم وتوقعاتهم.
- التعرف على دافع وأنماط وخصائص التعرض لوسائل الإعلام.

- معرفة حقيقة الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام المختلفة من خلال قياس النتائج المرتبطة على التعرض لتلك الوسائل أما فرضية النظرية فتحدد كالتالي⁴:

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

تحديد المصطلحات:

اتجاهات:

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

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 إجرائياً فيقصد الباحثان بالدراسة تلك الاتجاهات التي يكونها الشباب الجزائري نحو قناة التركية 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 تحيز ضد التعاريف الأخرى التي تعتمد其ها البلدان الأعضاء في الأمم المتحدة بناء على عدة عوامل اجتماعية وثقافية واقتصادية ومؤسسية وسياسية¹ . 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 تعريف تتوافق بين 10 و 35 سنة² . أما إجرائياً فنقصد بالشباب في هذه الدراسة الذي تتراوح أعمارهم كما حددتها الأمم المتحدة ، والهياكل المختصة انطلاقاً من العمر 18 إلى 35 سنة وهو تحديد متقارب مع سن الشباب في دول تتجانس مجتمعاتها مع المجتمع الجزائري كمصدر 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 ، وتنتهي سياسة افتتاحية تتحدد في عدة نقاط كما حددتها القناة على موقعها الإلكتروني :

1. الحيادية والموضوعية في طرح الرأي والاستدلالات والتوجهات .
 2. إظهار التنوع العربي 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 أحواء 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 والارتقاء المشتركة .
 7. التنوع في مصادر المعلومات وstudioses من خلال 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 الأنضوص والعالم العربي من خلال قراءة تاريخية مستفيضة للشهادة والأحداث والمعطيات .

1- الأمم المتحدة ، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا " الإسكوا " ، تقرير السكان والتنمية ، الشباب في منطقة الإسكوا : دراسة الواقع والأثر المتربّة على سياسات التنمية ، العدد الرابع ، نيويورك ، 2009 ، ص 03

2- نفس المرجع ، نفس الصفحة

اختيار الكادر العربي المؤهل العامل في القناة ، وافتتاحها لاستوديوهات البث في بيروت والقاهرة كخطوة أولى من التسويق المشترك .

ومن أهداف القناة التي تسعى الحكومة التركية إلى تحقيقها :

- مد جسور التواصل مع العالم العربي .

- التعريف بتركيا للمشاهد العربي من حيث الطبيعة والمناخ والترااث والبيئة الاجتماعية والعلمي .

- فتح آفاق التعاون الإعلامي المشترك بين تركيا والعالم العربي .

- إفادة الجمهور العربي الموجود في الداخل التركي بمجموعة مميزة من البرامج المادفة والتي تسهم في صياغة الهوية الثقافية للفرد والمجتمع .

- التواصل العربي مع الدول العربية من خلال الاستوديوهات المشتركة والتفاعل التبادلي بين الفنانين والمطربين والنجوم .

- تعزيز روابط الأخوة والوفاق بين تركيا والعالم العربي .

- التركيز على الحبادية والتزاهة والشفافية كقيم أساسية تسهم في نهضة القناة وارتفاعها وترتبط الجمهور العربي بها .

الإطار التطبيقي:

1- متغير الجنس

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

نلاحظ من خلال الجدول التالي أن الذي 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	النسبة المئوية	النكرار
من 18 الى 20 سنة		33.33	100
من 21 الى 25 سنة		40	120
من 26 الى 30 سنة		20	60
من 31 الى 35 سنة		6.66	20
المجموع		100	300

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 مقدرة بـ : 40 % ، لتليها الفئة العمرية من 26 الى 36 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 يبعدها عن عملية التعرض لوسائل الإعلام بشكل كبير .

3- متغير المستوى العلمي

النسبة المئوية	التكرار	
34	102	ثانوي
44.33	133	ليسانس
10	30	ماجستير
2.33	7	دكتوراه
9.33	28	أخرى
100	300	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول التالي والذي يمثل متغير المستوى العلمي حيث نجد أن أعلى الرتب احتلتها " فئة المتاحلين على شهادة الليسانس ب " 133 مفردة من إجمالي مجتمع البحث الكلـي أي بنسبة مئوية 44.33 %، ثم تلتها فئة " الثنائيـين " بـ 102 مفردة وبنسبة مئوية مقدمة بـ 34 % ، لتليها أيضاً فئة " الماجستير " بـ 30 مفردة أي بنسبة مئوية تقدر بـ 10 % ، وتأتي كذلك فئة " أخرى " والتي تضم ذوي المستويات المحدودة كالابتدائي ، والاكـمالي وـ حتى الذين تكونوا في مرادـر التكوين المهني بـ 28 مفردة أي بنسبة 9.33 % . وفي الأخير نجد فئة " دكتوراه " قد تكررت بـ 7 مفردات فقط وبنسبة مئوية مقدمة بـ 2.33 % وقد يفسـر عدم اهتمـام هذه الفـئة بـ سبـب اهتمـامـتها الأخرىـ التي تمثلـ في الشـؤـون الأـكـادـيمـية ، ووجود مـصـادر مـعـلومـات أـخـرى قد تعـتمـدـ عـلـيـها هـذـهـ الفـئـةـ في بنـاءـ إـسـتـراـجـيـتهاـ وـقـرارـاتـهاـ وـحتـىـ تصـوـراتـهاـ الفـكـرـيـةـ وـالـقيـمـيـةـ .

4- متغير المهنة

النسبة المئوية	التكرار	
30	90	أستاذ
37	111	موظـفـ
6.66	20	تاجر
0	0	صحـفيـ
0	0	فلاح
0.33	1	طـبـيبـ
11	33	مهندـسـ
6	18	صاحب مهنة حرفة
9	27	أـخـرىـ
100	300	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول التالي والذي يمثل متغير مهنة المبحوثين حيث نجد أن أعلى نسبة ملتها 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 أيضاً 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% ، وأخيراً نجد أن فئة " طبيب " لم تكرر إلا مرة واحدة ، كما نجد فئتي " صحفي " و " فلاح " لم تكرر أبداً .

5- متغير الحالة الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	
64	192	أعزب - عزباء
32	96	متزوج "ة"
4	12	مطلق "ة"
0	0	أرمل "ة"
100	300	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول التالي والذي يمثل متغير الحالة الاجتماعية حيث نجد أنغلب المبحوثين هم يتبعون إلى فئة " عزاب " قد تكرر بـ 192 مفردة أي بنسبة 64% ، بينماأتي في المرتبة الثانية فئة " المتزوجين " بـ 96 مفردة أي بنسبة 32% ، وأخيراً نجد فئة " المطلقين " بـ 12 مفردة أي بنسبة 4% . وأخيراً نجد فئة " الأرامل " منعدمة تماماً بالنسبة لجتمع البحث الكلي .

عادات وأنماط مشاهدة الشباب الجزائري لقناة " التركية " الناطقة بالعربية

6- متغير مشاهدة قناة " التركية "

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

النسبة المئوية	التكرار	

<u>18.33</u>	55	متابعة الأخبار
<u>15</u>	45	التفاعل والمشاركة والتعبير عن الرأي
<u>40</u>	120	لإشباع حاجات سياسية
<u>16.66</u>	30	متابعة بعض الإعلاميين
<u>10</u>	30	أخرى
<u>100</u>	300	المجموع

نلاحظ من الجدول التالي أن أعلى نسبة دافع لدى المبحوثين تتعلق بفئة " اشباع حاجات سياسية " حيث اختارها ما يقارب 120 مفردة وبنسبة مئوية تقدر 40 بالمئة ، لتليها مباشرة فئة " متابعة الأخبار " وبنسبة مئوية تقدر بـ 18.33 بالمئة وقد يعود ذلك إلى اهتمام المبحوثين بالخط الافتتاحي لقناة " التركية " في التعاطي مع الأخبار العالمية وصياغة القصة الخبرية وفقا لما يتواافق مع تطلعات وطموحات الفرد العربي خاصة اذا تعلق الأمر بالقضية الفلسطينية . لتليها بعد ذلك فئة " التفاعل والمشاركة والتعبير عن الرأي " بـ 45 مفردة بحث وبنسبة مئوية تقدر بـ 15 بالمئة .

8- متغير وقت مشاهدة المبحوثين لقناة " التركية "

النسبة المئوية	التكرار	
<u>37.66</u>	113	صباحا
<u>11.33</u>	43	منتصف النهار
<u>7</u>	21	مساء
<u>41.66</u>	125	ليلًا
<u>2.33</u>	7	في أوقات الفراغ
<u>100</u>	300	المجموع

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

9- متغير البرامج التي يفضلها المبحوثين 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 متعددة
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 المبحوثين بنسبة 90 مفردة وبنسبة مئوية تقدر بـ 30 بالمئة ويمكن تفسير هذه النتيجة نظراً 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 " بـ 70 مفردة بحث أي بنسبة مئوية تقدر بـ 23.33 بالمئة ولعل ذلك إلى طبيعة البرامج التي تتناولها القناة " التركية " ومحاولة صياغتها ومحاولة صياغتها في قالب مشترك مع شعوب المنطقة وذكر على سبيل المثال برنامج " العثمانيون 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 بـ 50 بالمئة ، بينما احتلت فئة " مع الأسرة " 79 مفردة بحث وبنسبة مئوية تقدر 26.33 بالمئة ، لتليها فئة " في الأصدقاء " بـ 49 مفردة أي بنسبة تقدر بـ 16.33 بالمئة . وأخيراً نجد فئة " في المقهى " بـ 22 وبنسبة مئوية تقدر بـ 7.33 بالمئة .

تقييم المبحوثين لبرامج قناة " التركية" الناطقة بالعربية

-11

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

نلاحظ من خلال الجدول التالي أن 220 يؤكدون أن قناة التركية ذات فائدة بالنسبة للمبحوثين ، بينما يرى 190 مبحثو أنها تشد اهتمامهم ، كما يرى 250 أن قناة التركية تحترم أذواق وقيم الجمهور العربي .

وفي السياق ذاته يرى 100 مبحث أن مقدمو البرامج في قناة التركية يتشاركون مع المشاهدين فيما يخص الكثير من الأفكار والرؤى ، وفي السياق ذاته يرى 165 مبحث 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 مبحث أن قناة " التركية " ساعدت على تعزيز الصورة الحسنة للأتراك 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 لمشاهدتها قناة التركية الناطقة بالعربية " من 21 إلى 25 سنة " بتكرار 120 مفردة .
- أكدت الدراسة أن غالبية المبحوثين كان مستواهم الدراسي " ليسانس " ليلهم المستوى " الثانوي " بتكرار 133 مفردة ، بينما يرى 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 ، بينما صباحا بتكرار 113 مفردة .
- تحظى خطاب رئيس الوزراء التركي رجب طيب أردوغان بنسبة مشاهدة عالية وذلك بنسبة 30 بالمائة ، لتليها البرامج الوثائقية بنسبة 70 بالمائة .

- يرى 190 مبحوث أن 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 للأئراك في العالم العربي .

المراجع والمصادر :

مرفت الطرابيشي ، عبد العزيز السيد ، نظريات الاتصال ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2006
محمد عبد الحميد ، نظريات الاعلام والتجاهات التأثير ، عالم الكتب ، ط2 ، القاهرة ، 1997.

الأمم المتحدة ، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا "إسكوا" ، تقرير السكان والتنمية ، الشباب في منطقة الاسكوا: دراسة للواقع والآثار المتربعة على سياسات التنمية ، العدد الرابع ، نيويورك ، 2009.
موقع قناة " التركية " الالكتروني :

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