

الصورة الإعلامية للدولة التركية أثناء فترة الانتخابات الرئاسية

(بحث تحليلية للمضامين الرقمية المُقدمة عبر قناة TRT عربي على فيس بوك)

إعداد

هاجر ثروت محمد الحيني

باحثة دكتوراه بقسم الإعلام

كلية الآداب، جامعة المنيا

hagar.tharwat2016@yahoo.com

مستخلص :

أثارت الرقمية منذ بدايات تطورها وانخراطها في شتى مجالات الحياة شغف الباحثين لبحث كل ما هو جديد فيما يتعلق بانعكاس الرقمية على الإعلام وأثرها على وسائله التقليدية، وإخضاع الظاهرة بكامل تفاصيلها للفحص والتحليل، وقد تناولت البحث ملامح الصورة الإعلامية للدولة التركية خلال فترة الانتخابات الرئاسية، مع الأخذ في الاعتبار ملاحظة مدى اعتماد تلك القنوات على قنواتهم التقليدية في عرض المحتوى. وضعت البحث فرضين بعد الاستفادة من نظرية التحول الرقمي، لفحص بعض العلاقات بين متغيرات البحث، وذلك بالتطبيق على المنصة الرقمية لقناة TRT عربي على فيس بوك.

وتوصلت البحث في جانبها التحليلي إلى حرص TRT عبر منصتها الرقمية بفيس بوك على تقديم نفسها للجمهور العربي بأفضل صورة ممكنة من خلال التركيز على نشر المضامين الإيجابية، والحديث حول الديمقراطية التي تتمتع بها تركيا، ودور الرئيس أردوغان في تنمية الدولة وتطورها، كما أولت اهتمامًا خاصًا بتعامل الدولة الإنساني مع ملف اللاجئين السوريين، ومحاربة الدولة لما أسمتهم التنظيمات الإرهابية.

ورصدت البحث في جانبها التفسيري إلى استناد القناة على آلية مُعينة في تغطية الأخبار أثناء فترة الانتخابات الرئاسية، تم صياغتها في نموذج مُقترح وهو "المراوغة الإعلامية".

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي - مواقع التواصل الاجتماعي - تركيا - الانتخابات التركية - اللاجئين.

مقدمة :

أصبحت ظاهرة "الوسائط الرقمية" قلب أبحاث الاتصال على المستويين النظري والعملي، وقد أجريت العديد من المناقشات حول رقمنة وسائل الإعلام التقليدية وأدوات الاتصال. وفي هذا الصدد، تدور مناقشة حاسمة حول التغييرات في ممارسات الصحافة التقليدية نتيجة للرقمنة¹، ومع التنامي الهائل للرقمنة وما صاحبها من تقنيات رقمية جديدة، إضافة إلى تضاعف أعداد المستخدمين للإنترنت وزيادة سرعة الاتصال وإتاحته في شتى أنحاء العالم، تطور المشهد الإعلامي ليُصبح أكثر تفاعلية، وكان لزاماً على الوسائل الإعلامية بمختلف أشكالها تجديد نفسها لمواكبة ذلك التطور.

وقد أضحت وسائل التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة بمثابة الوسائل الإعلامية الثلاثة معاً، التلفزيون، الراديو والصحافة، وتحولت أعداد كبيرة من الجماهير من الوسائل التقليدية إلى الإعلام الجديد، فكان طبيعياً أن يتجه الإعلام التقليدي لإنشاء صفحات خاصة به على تلك المنصات يعيد بها تقديم نفسه إلى الجمهور الذي تغيرت خصائصه ورغباته، مستغلاً الرواج الواسع للمنصات الاجتماعية وقوة تأثيرها.

واهتمت تركيا بأن يصل صوتها إلى العالم العربي والإسلامي، فقامت بإطلاق البث الفضائي باللغة العربية لقنواتها الرسمية TRT وألحقتها بمنصة لها على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، وتركز القناة على طرح الموضوعات المختلفة ذات الصلة بالشأن التركي داخلياً وخارجياً.

وكان طبيعياً أن تكثف القناة من اهتمامها بالشأن التركي إبان وأثناء الانتخابات الرئاسية، والتي جرت في مايو 2023 وسط حملة غربية وصفتها تركيا بالممنهجة من عدد من وسائل الإعلام الغربية ومنها البريطانية على الدولة والرئيس التركي أردوغان. وكان أردوغان قد أعلن عن موعد الانتخابات الرئاسية والبرلمانية في 14 مايو 2023، ويسبقها التصويت

في السفارات والقنصليات التركية للمقيمين في الخارج والبوابات الحدودية من 27 أبريل وحتى 9 مايو.

وبذلك تكون الانتخابات قد أُجريت مبكرة عن موعدها بشهر تقريباً، وجرى الإعلان عنها في خطاب تحدث فيه أردوغان عن المنجزات الاقتصادية والسياسية التركية، ولم يخلو حديثه من الهجوم على ما أسماه تحالف الـ6* بقيادة كليجدار أوغلو، وهو التحالف الذي يمثل المعارضة الرئيسة المُقلقة لأردوغان.

مشكلة البحث :

وظفت الفضائيات الأجنبية المُوجهة باللغة العربية منصاتها الرقمية التي تصل إلى الملايين عالمياً، في الترويج للصورة الإعلامية للدولة الباثة، من خلال مضامين تعبر بشكلٍ كبير عن سياسة الدولة وتخدم أهدافها.

وتحتل تركيا موقعاً جغرافياً محورياً، وتستضيف قاعدة إنجريك الجوية قيادة القوات البرية للحلفاء التابعة لحلف شمال الأطلسي في إزمير، كما تساهم بثاني أكبر جيش في الناتو²، وتقدم نفسها منذ تولي أردوغان كدولة ذات طابع إسلامي، وربما تكونت هذه الفكرة من حرص أردوغان على الإشارة إلى المرجعية الإسلامية في كثير من السياسات المُتبعة وعبر خطاباته الرسمية.

كما تحافظ تركيا إلى حد كبير على علاقتها بالكثير من دول العالم، وتولي اهتماماً خاصاً بالعالم العربي

والإسلامي، وقد أنشأت قناة TRT الموجهة باللغة العربية والتي تقول أنها تهدف من خلالها إلى تدعيم العلاقة

الأخوية بينها وبين العالم العربي والإسلامي، ومع الحداثة النسبية للرسائل الإعلامية المُوجهة من تركيا فإن الجمهور العربي يصبح عُرضة لمضامين متعددة الأهداف. تستوجب البحث.

كما يتضح من خلال مسح الدراسات السابقة التي تناولت الفضائيات الأجنبية الموجهة مدى اهتمامها بتقديم الصور الإعلامية بجوانبها المختلفة، إلا أن هذه الدراسات ركزت

على بعض القنوات بعينها دون أخرى، واقتصر أغلبها على بحث المضامين المقدمة عبر الوسائل التقليدية، ومن هنا تتبع مشكلة البحث في ندرة الدراسات التي تناولت القنوات التركية وتطرقت لطبيعة الصورة الإعلامية التي تنقلها وتصل بها إلى الجمهور العربي. وفق ما سبق يمكن أن تتبلور مشكلة البحث لدينا بصورة رئيسة في التعرف على الصورة الإعلامية لدولة تركيا وبصفة خاصة أثناء فترة الانتخابات الرئاسية وفحص طبيعة المضامين المقدمة، وكذلك الرسائل الموجهة فيما يتعلق بالدولة خلال تلك الفترة، وذلك بحسب ما تروج له قناة TRT عبر منصتها على فيس بوك.

أهمية البحث :

- اهتمام المراكز البحثية العالمية بدراسات الصورة حيث تسعى الدول والجماعات إلى نقل صورتها إلى الآخر، كما زاد التركيز في السنوات الأخيرة على دراسات الأنا أو الذات والآخر على وجه الخصوص.
- تحظى المنصات الرقمية الاجتماعية للفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية برواج كبير بين الجمهور العربي، ويتابع TRT عربي على فيس بوك أكثر من 5 ملايين متابع.
- تمثل فترة الانتخابات الرئاسية فرصة مناسبة لبحث المضامين الرقمية للقناة على فيس بوك حول تركيا، حيث يزداد الاهتمام من جانب القناة بالتركيز على جوانب معينة تسعى البحث لرصدها.
- تشغل الصحافة الرقمية حيز رئيس بين وسائل الإعلام لما يتاح لها من إمكانيات تكنولوجية هائلة تنعكس على طبيعة المحتوى الذي تقدمه للجمهور.
- تزايد الحديث عن التفاعلية وجدوى توظيفها بالتزامن مع تنوع وسائل التواصل الاجتماعي وشيوع استخدامها في العالم العربي خاصة بين الشباب وهو ما عزز من بلورة المشكلة البحثية وقد أشار إليه كل من محمد عبده بدوي ونهاد فتحي سليمان في دراساتهم حول مواقع التواصل الاجتماعي³.

أهداف البحث :

تهدف البحث بشكل رئيس إلى التعرف على الصورة التي تظهر بها الدولة التركية خلال فترة الانتخابات الرئاسية عبر القناة الرسمية لها وهي TRT عربي، وينبثق منه عدة **أهداف فرعية تتمثل في:-**

- تحليل المنشورات ذات الصلة بالدولة التركية التي تقدمها القناة على فيس بوك، وما تشتمل عليه من حيث الرسائل المتضمنة وأساليب الإقناع المُستخدمة ومدى صدقها.
- رصد مدى التزام القناة بالتغطية الموضوعية في نشر الأخبار المتعلقة بتركيا خلال فترة الانتخابات الرئاسية.
- معرفة درجة تبني منصة القناة على فيس بوك للخطاب السياسي الرسمي للدولة، وتوجهاتها تجاه الأطراف التي تعتبرها مُعادية للدولة سواء من النخبة أو الدول الأخرى.
- اختبار العلاقة بين المحتوى المُذاع على الوسيلة التقليدية لـ TRT ومدى اهتمامها بإعادة نشره عبر فيس بوك.

الدراسات السابقة :

دراسة نهلة نشأت وهنادي غريب (2023) أطر المعالجة الإعلامية في الحسابات الإخبارية الموجهة باللغة العربية بتطبيق إنستجرام⁴

استهدفت البحث التعرف على اتجاهات المعالجة الإعلامية في الحسابات الإخبارية الناطقة باللغة العربية على تطبيق إنستجرام، وذلك بالتطبيق على عينة من الحسابات الإخبارية الموجهة للمنطقة العربية على موقع إنستجرام وهي (حساب BBC باللغة العربية- حساب DW باللغة العربية- حساب CNN باللغة العربية).

ومن نتائج الدراسة:-

- جاء أسلوب المعالجة المقدم في الحسابات الإخبارية الناطقة بالعربية على إنستجرام متمثل في (التحليل والتفسير)، ثم (إثارة قضايا)، ثم (التبرير)، تلاها (المساندة)، ثم (إثارة المخاوف)، وأخيراً أسلوب (الانتقاد).

- ظهور عناصر القوى الفاعلة المستخدمة في المعالجة الإخبارية المقدمة بالحسابات الناطقة بالعربية على الانستجرام (وزراء/ مسئوليين)، (رؤساء الدول)، تلاه عنصر (الجمهور).

- دراسة محمد عمارة (2023) تحليل خطاب الحرب الروسية الأوكرانية في مواقع الصحف المصرية الخاصة⁵

استهدفت البحث تحليل خطابات الحرب الروسية الأوكرانية في مواقع الصحف المصرية الخاصة، من خلال الكشف عن اتجاهات الخطاب الصحفي، والاستراتيجيات المتبعة في التغطية، وتحديد مسارات البرهنة، وأدوار القوى الفاعلة في الخطابات عينة البحث التي تمثلت في مقالات الرأي بموقعي صحيفتي المصري اليوم واليوم السابع والتي بلغ قوامها 125 مقال. معتمدة على أداة تحليل الخطاب لجمع البيانات.

ومن نتائج الدراسة:-

- سيطرة الاتجاه السلبي على خطابات موقعي صحيفتي اليوم السابع والمصري اليوم، حيث جاء في المرتبة الأولى من إجمالي خطابات الموقعين.
- حلول استراتيجية تشخيص الوضع الراهن في المرتبة الأولى من إجمالي الاستراتيجيات المستخدمة في كلا الموقعين، تلاها استراتيجية تحليل الأحداث وطرح الأسباب، واحتلت الاستراتيجية الهجومية المرتبة الثالثة. وجاءت أمريكا في مقدمة القوى الفاعلة السلبية تلاها القوى الدولية.

- دراسة Beris, Ilgar (2020) أهمية الأخبار في صحافة الإعلام الجديد وفهم القيم الخيرية على إنستجرام⁶

- هدفت الدراسة إلى التعرف على مجموعة التغيرات في التغطية الإخبارية لتطبيقات التواصل الاجتماعي بالتركيز على تطبيق إنستجرام وذلك من خلال تحليل مضمون ثلاث حسابات إخبارية تركية على إنستجرام وهم: Hürriyet

Sabah, Sözcü، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي إلى جانب دراسة الحالة لكشف توجهات التغطية الإخبارية عبر إنستجرام، وذلك خلال الفترة الزمنية من 15 ديسمبر 2021 إلى 15 يناير 2022 بالإضافة إلى استطلاع رأى 23 خبير في مجال الصحافة الرقمية، واستخدمت الدراسة في جميع البيانات كل من استمارة تحليل محتوى الحسابات الإخبارية، واستمارة استطلاع الرأي الإلكتروني. **ومن نتائج الدراسة:-**

- التركيز في تغطية الموضوعات على الأخبار السياسية Kإليها القصص الشخصية ثم أخبار المشاهير.
- أظهرت الدراسة أن الإشارة إلى السلطة هي القيمة الأكثر ظهورًا وفعالية بنسبة 29,26%، وعلى وجه الخصوص، كانت تصريحات القادة السياسيين والصراعات السياسية بمثابة أخبار تفاعلت معها الجماهير في الغالب.

دراسة وائل مجدي حسن (2019) ترتيب القضايا العربية بمواقع الإذاعات الدولية الإلكترونية باللغة العربية⁷

اعتمدت البحث على منهج المسح الإعلامي وذلك للمحتوى الذي يقدمه الموقع الإلكتروني لإذاعة BBC البريطانية وإذاعة راديو سوا الأمريكية على الإنترنت، وكذلك مطالعة آراء عينة من طلبة الجامعات المصرية. **ومن نتائج الدراسة:-**

- الاتجاه السلبي في عرض القضايا بالإذاعتين وجاءت القضية السورية في الترتيب الأول بفئة أكثر القضايا عرضًا على الإذاعتين.
- يميل أكثر من نصف عينة البحث الميدانية من الشباب إلى متابعة الإذاعات الدولية ويفضل نسبة كبيرة منهم الاستماع إلى نشرات الأخبار.

دراسة Eva & Marie (2017) البث الأوروبي الدولي والإرهاب في أفريقيا⁸

استهدفت الدراسة فحص العلاقة بين المؤسسات الإذاعية الأوروبية وما يُطلق عليه الإرهاب الإسلامي في أفريقيا، وذلك من خلال دراسة حالة على صورة جماعة بوكو حرام

- جماعة جهادية نيجيرية- ، وذلك بالتطبيق على قنواتي **France 24** الفرنسية و **Deutsche Welle** الألمانية.

ومن نتائج الدراسة:-

- تقديم القنوات لجماعة بوكو حرام بما يتوافق مع السياسة الخارجية للدول تجاه إفريقيا وهو ما يُعزز العلاقات غير المتكافئة بين الدول الأفريقية والقوي الغربية.

التعليق على الدراسات السابقة

تناولت الدراسات السابقة المواقع الإلكترونية والمنصات الاجتماعية الرقمية التابعة للوسائل الإعلامية المختلفة، حيث ناقشت أطر وطبيعة معالجة تلك الوسائل للمضامين المتعلقة بالآخر، في حين لم تناقش أي منها صورة الذات في تلك المنصات أو المواقع الإلكترونية، واعتمدت أغلب الدراسات على تحليل المضمون بالاستناد إلى شقيه الكمي والكيفي إضافة إلى تحليل الخطاب ورصد القوى الفاعلة ومسارات البرهنة، فيما استعان بعضها بتطبيق الاستبيان على القائم بالاتصال لفهم أبعاد أكثر حول طبيعة توظيف القنوات والصحف للرقمية والاستفادة منها.

لم تناقش الدراسات السابقة مدى اعتماد وسائل الإعلام التقليدية على المنصات الرقمية في إعادة نشر المحتوى التقليدي والترويج له عبر تلك المنصات سوى في بحث واحدة. وقد خلصت الدراسات السابقة في أغلبها إلى سيادة الاتجاه السلبي في عرض صورة الآخر، كما توصلت البحث المتعلقة بإعادة نشر المحتوى التقليدي إلى وجود تكامل نسبي بين الوسائل التقليدية والرقمية، حيث يأتي "إعادة نشر المحتوى الموجود على المنصات الأخرى" في مقدمة أشكال التكامل.

الاستفادة من الدراسات السابقة

ساهم الاطلاع على الدراسات السابقة في معرفة ما توصلت إليه تلك الدراسات وطبيعة التعامل المنهجي مع الموضوعات والقضايا المطروحة، وكذلك تحديد ما تهدف إليه تلك البحث للوصول إلى نتائج جديدة من خلال طرح جوانب مختلفة، بالإضافة إلى تحديد الفجوة المعرفية في الدراسات ذات الصلة.

وتم تحقيق الاستفادة من خلال:-

1. تحديد مجتمع وعينة البحث حيث وقع اختيار الكثير من الدراسات على تحليل الصورة الإعلامية الواردة في الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية، دون مطالعة المحتوى الرقمي لتلك القنوات بصفة خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي، كذلك اهتمت العديد منها بالفضائيات البريطانية والفرنسية على وجه التحديد دون غيرهم.
2. اختيار الإطار النظري الملائم للبحث وبالتالي صياغة فروضها من خلاله.

الإطار النظري للبحث:

نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام "التحول الرقمي"

وفقاً للنظرية التي طورها روجر فيدلر Roger Fidler في كتابه: *Mediamorphosis Understanding the New Media*⁹ فإن التقارب أو الاندماج بين وسائل الإعلام هو تزاوج ينتج من تحول كل وسيلة على حدة، فضلاً عن إنشاء وسائل جديدة، وعلى ذلك فإن وسائل الإعلام الموجودة اليوم هي نتيجة لاندماجات صغيرة لا تُعد ولا تُحصى كانت تحدث بين وسائل الإعلام بشكل متكرر طوال الوقت، ويمكن النظر إلى التقارب بين وسائل الإعلام باعتباره عملية تقوم من خلالها وسيلة باستعارة الجديد من الوسيلة الأخرى وتطويعه.

وتقتض هذه النظرية أن وسائل الإعلام القائمة تتطور عندما تظهر وسيلة إعلامية جديدة، إذ تعمل كل وسيلة بطريقة أقرب إلى عمل العناصر المشكلة لأي نظام حيوي، ويرتبط تطورها ويعتمد على تطور الوسائل الأخرى المحيطة بها، ويستمد فيدلر مبدأ التحول العضوي لوسائل الإعلام من ثلاثة مفاهيم هي: التطور المشترك *coevolution* والتقارب *convergence* والتعقيد *complexity*.

ووفقاً لهذا الفهم كان من الطبيعي أن تُطور محطات التلفزيون مواقع لها على شبكة الويب، وفي هذا يقول فيدلر: "عندما تتعرض وسائل الإعلام لضغوط خارجية وتظهر ابتكارات جديدة، تتجه كل وسيلة وبطريقة عفوية إلى إعادة تنظيم نفسها لتكون مواكبة

لهذه المبتكرات. ومثلما تتطور الأنواع من أجل البقاء في بيئة متغيرة، كذلك تفعل وسائل الاتصال والإعلام القائمة". وهذه العملية هي جوهر التشكل الطبيعي لوسائل الإعلام¹⁰.

توظيف نظرية التحول الرقمي في البحث

- اختبار الفرض الرئيس والقائم على أن وسائل الإعلام تعتمد على استخدام التطورات التكنولوجية الجديدة في تطوير المحتوى التقليدي لها.

- توظيف TRT عربي لمنصتها الرقمية على فيس بوك في إعادة نشر المحتوى التقليدي والترويج له على نطاق واسع وبالتالي ضمان الحفاظ علي جمهورها وتوسيع نطاقه وجذب تفاعلات جديدة.

فروض البحث :

الفرض الأول: وجود علاقة ارتباطية دالة بين منشأ الحدث، وكل من (الأساليب الإقناعية - الأدوات التكنولوجية - مدى التحيز) في المحتوى المقدم.

الفرض الثاني: هناك علاقة ظاهرة بين استخدام المنصة الرقمية لوسائل الجذب، وإعادة تمريرها للمحتوى التقليدي.

الإجراءات المنهجية للبحث التحليلية

نوع البحث

ينتمي البحث إلى البحوث الوصفية والتي تعني ببحث وتوصيف ظاهرة محددة ومن ثم التعبير عنها بالأسلوب الكمي أو الكيفي، وسيتم إجراء البحث خلال عينة زمنية 6 أشهر وهي مدة مقبولة بحثيًا تسمح بالوصول لنتائج منطقية شبه دقيقة.

منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات :

تستخدم البحث منهج المسح الإعلامي Survey Method وذلك بهدف الحصول على البيانات والمعلومات وكذلك وصف وتحليل مضامين المواد الإعلامية المتاحة على المنصة الرقمية فيس بوك لقناة TRT التركية، وذلك خلال الفترة الزمنية المحددة لإجراء البحث، كما يسمح المنهج باختبار العلاقة بين المتغيرات واختبار فروض البحث واستخلاص النتائج التفسيرية للوصول إلى دلالات قد تساعد في فهم واضح وعميق لمدى

توظيف المنصة الرقمية للقناة في رسم الصورة الإعلامية لتركيا خلال فترة الانتخابات الرئاسية.

أدوات جمع البيانات :

1. تحليل المضمون Content Analysis: تم الاعتماد على تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي في وصف مضمون عينة مختارة من المنشورات المتعلقة بتركيا المتاحة على منصة قناة TRT على فيس بوك.

2. تحليل الخطاب Discourse analysis

يساعد تحليل الخطاب في وصف الظواهر وتحليلها بشكل أكثر تفسيراً، وتم تطبيقه عبر الآتي:-

- **مسارات البرهنة:** يتم الاستفادة منها في تحليل أيولوجية الخطاب المقدم من خلال منشورات القناة على فيس بوك، لرصد ما استُخدم من أساليب منطقية وبراهين تساعد في إثبات وتبني فكر معين أو رفضه.

- **تحليل القوى الفاعلة:** الواردة في عرض المنشورات المتعلقة بتركيا مع معرفة سمات تلك القوى من حيث الإيجابية والسلبية، وكذلك رصد نوعية وطبيعة العلاقات داخل المنشورات عينة البحث.

مجتمع وعينة البحث

يتمثل مجتمع البحث في المنصة الرقمية ل قناة TRT عربي على فيس بوك.

قناة TRT التركية

أول محطة تركية ناطقة بالعربية تم افتتاحها بموجب قرار من حكومة حزب العدالة والتنمية لدعم التواصل الثقافي والأخوي بين تركيا والعالم العربي، انطلق البث في أبريل 2010، وتتبع الهيئة العامة لإذاعة وتلفزيون

تركيا، وتقدم القناة برامج مختلفة ومتنوعة الأفكار والاتجاهات¹¹.

ولا يقتصر الخطاب الإعلامي التركي نحو الوطن العربي على قنواتها الناطقة باللغة العربية TRT، بل يشمل التوجه السياسي والثقافي القائم علي المصالح المشتركة ونحو

بناء آليات تعاون مشترك للتعاون الإستراتيجي والسعي إلى بناء شراكة اقتصادية مسندة بالتطور الهائل الذي شهدته تركيا في العقد الأول من الألفية الثانية، لذلك توظف القناة التركية عددًا من الكتاب الأتراك والعرب المختصين بالعلاقات العربية التركية لتناول الأحداث في المنطقة العربية من وجهة النظر التركية¹².

Facebook

أولى شبكات التواصل الاجتماعي الكبرى تم تأسيسه عام 2004 بواسطة مارك زوكربيرغ Mark Zuckerberg وآخرين، وما يجعل المواقع مثل Facebook متميزة أنها منصات متكاملة تجمع بين العديد من الوسائط وتقنيات المعلومات والاتصالات، مثل صفحة الويب، أو البريد الإلكتروني، أو الصورة الرقمية، أو الفيديو الرقمي، أو مجموعات النقاش، أو سجل الزوار أو محرك البحث.

وجميع هذه التقنيات هي أدوات الشبكات الاجتماعية وهي العناصر المركزية في نجاح أي عملية اتصال¹³، ما يجعلها ذات جدوى للوسائل الإعلامية (راديو وتليفزيون- صحافة) وكذلك للجمهور المتلقي علي حد سواء.

عينة البحث التحليلية

تم اختيار عدد 9 منشورات يوميًا خلال الفترة الزمنية المحددة، والتي حظيت بتفاعل أكبر من الجمهور بين إجمالي المنشورات المتعلقة بتركيا، وبلغ إجمالي عدد المنشورات المُحللة 279 منشور.

العينة الزمنية

أُجريت الانتخابات الرئاسية أيام 14 و 27 مايو للجولتين، لذلك تم اختيار الفترة من 1 إلى 31 مايو 2023.

المعالجة الإحصائية للبيانات

تعتمد البحث على الإحصاء الوصفي في عرض النتائج حيث تشتمل على التكرارات والأوزان المرجحة والأوزان النسبية ويتم إدخال البيانات بالاستعانة ببرنامج SPSS.

1. الأوزان المرجحة والأوزان النسبية

تحليل البيانات الأساسية للبحث والواردة باستمارة تحليل مضمون المنشورات الواردة على فيس بوك.

- **الوزن المرجح** = مجموع حاصل ضرب التكرارات \times المقياس
 - **الوزن النسبي** = $\frac{\text{مجموع حاصل ضرب التكرارات} \times \text{المقياس}}{100}$
- إجمالي الوزن المرجح

2. معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlations

إحصائيات الاختبار التي تقيس العلاقة الإحصائية، أو الارتباط، بين متغيرين أو أكثر، ويُعرف بأنه أفضل طريقة لقياس الارتباط بين المتغيرات ذات الأهمية لأنه يستند إلى طريقة التباين ويعطي معلومات حول حجم الارتباط، وكذلك عن اتجاه العلاقة، وتم استخدامه في اختبار صحة فرضيات البحث.

وتتراوح معاملات بيرسون من $+1$ إلى -1 ، حيث يمثل $+1$ ارتباطاً إيجابياً، ويمثل -1 ارتباطاً سلبياً. ويمثل 0 عدم وجود علاقة. وتم وصف قوة الارتباط على النحو التالي¹⁴:

- أقل من 20. "ضعيفة جداً".
- من 20 : 39. "ضعيفة".
- من 40 : 59. "معتدلة".
- من 60 : 79. "قوية".

مستوى الدلالة المقبول في البحث

تم تحديد مستوى معنوية 1% وعلى أساسه يتم قبول أو رفض الفرضية/العلاقة.

نتائج البحث

1. هوية القناة

هوية القناة

trtarabi
 trtarabi
 trtarabi
 trtarabia.com

<https://www.facebook.com/TRTArabi>



مع
الإنسان

Facebook
(5) مليون متابع

متشور مئبئ				أئنا	
له علاقة				كان	
بالدولة البائئ					

شكل رقم (1) يوضح هوية منصة القناة على فيس بوك

....

1. الإبراز الكمي لاسم الدولة البائئ

ويعتبر رصد مدى زيادة استخدام اسم الدولة البائئ من عدمه أمراً هاماً، لما يحمل من دلالة حيث يساعد تكرار الشيء في عملية الاهتمام والارتباط به سواء إيجاباً أو سلباً بحسب السياق الذي تُذكر فيه الكلمة.

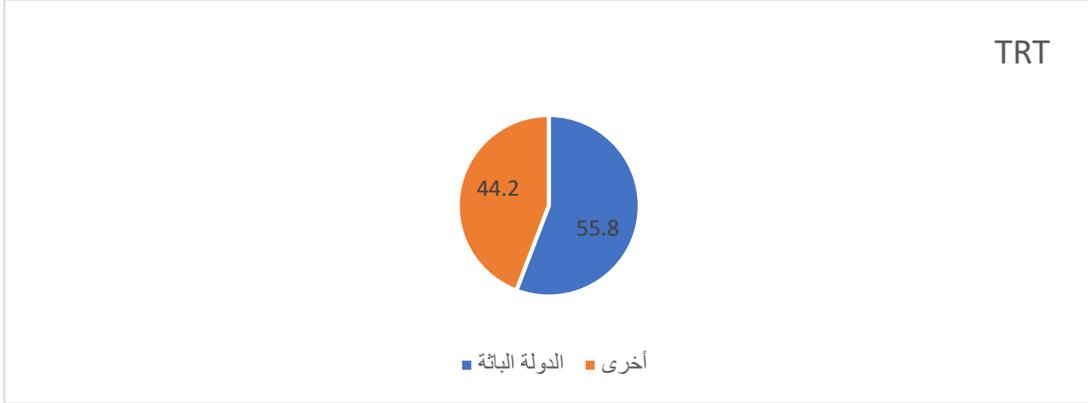
وقد وجدنا اهتماماً كبيراً من **TRT** بتكرار اسم تركيا في الخبر مع الأخذ في الاعتبار أن التكرار لم يكن ضرورياً في كثير من الأحيان، وكان إجمالي ظهور اسم تركيا في منشورات TRT عينة البحث على فيس بوك 1463 مرة، وترى الباحثة أن ذلك الاهتمام ربما يُعد انعكاساً لما هو معروف من اعتزاز الأتراك بدولتهم وتاريخها، وهو ما ظهر أيضاً بوضوح في منشورات القناة التي لا يفوتها التذكير دائماً بالجذور العثمانية لتركيا.

2. تبعية المحتوى

تهتم البحث بشكل رئيس بتحليل المنشورات الخاصة بالدول البائئ للقنوات الثلاثة عينة البحث على منصاتهم الرقمية بكل من فيس بوك وتويتر، إلا أنه كان ضرورياً أن نرصد في بادئ الأمر نسبة اهتمام منصة القناة بعرض أخبار عن تركيا من إجمالي ما تعرضه من منشورات.

يوضح الشكل رقم (1) اهتمام **TRT** عبر منصتها الرقمية بنشر موضوعات وأخبار مختلفة عن تركيا حيث

بلغ الوزن النسبي لظهور منشورات ذات صلة بها على منصتها ب فيس بوك 55.8% من إجمالي منشورات القناة، أي أنها تحظى وحدها بأكثر من نصف المنشورات الواردة.

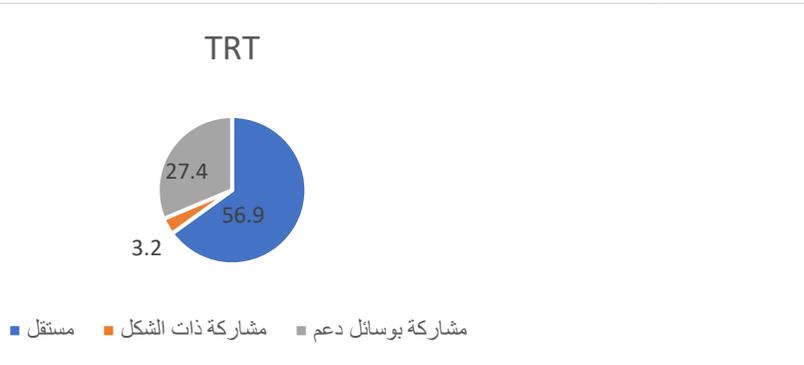


شكل رقم (2) يوضح نسبة المنشورات ذات الصلة بالدولة

....

4. علاقة المحتوى الرقمي بالمحتوى التقليدي*

فرضت الرقمية نفسها بقوة على الساحة الإعلامية مما ساهم في انخفاض معدلات مشاهدة القنوات التلفزيونية، ما فرض على وسائل الإعلام إنشاء منصات رقمية لها على مختلف وسائل التواصل الاجتماعي، واستعانت في بعض الأحيان بتلك المنصات في الترويج للمحتوى التقليدي وإعادة نشره سواء بذات الشكل أو دعمه بوسائل إضافية. يوضح الشكل رقم (3) اهتمام TRT بالترويج للمحتوى التقليدي، حيث قامت القناة بإعادة تمرير المحتوى التقليدي لها بوزن نسبي 43.1% منها 27.4% مدعومة بوسائل وأدوات إضافية، في حين جاءت المنشورات الخاصة بالمنصة الرقمية والمتعلقة بالدولة التركية بوزن نسبي 56.9%.



شكل رقم (3) يوضح علاقة المحتوى الرقمي بالتقليدي

....

5. نوع الموضوع

تتعدد أنواع الموضوعات التي تهتم الفضائيات الموجهة بنشرها عن الدول الباثة وتختلف تبعًا لسياسة كل قناة فيما تفضل أن تعرضه في إطار الترويج للصورة الإعلامية لتلك الدول، وتأتي الأخبار السياسية غالبًا في مقدمة اهتمام تلك القنوات وهو ما تفرضه طبيعة الأحداث على الساحة العالمية.

يوضح لنا الشكل رقم (4) ظهور الموضوعات السياسية في منشورات TRT بالترتيب الأول من حيث الاهتمام حيث حظيت بوزن نسبي 33.8%، وتمحورت أغلب الموضوعات حول الانتخابات الرئاسية والبرلمانية التركية، وكذلك العلاقات السياسية الخارجية لتركيا، واهتمت القناة بالموضوعات الاجتماعية والإنسانية التي نقلت اهتمام الدولة بمراعاة المواطنين الأتراك اجتماعيًا وتوليبتها الاهتمام الخاص لمتضرري الزلزال* وكذلك التعامل الإنساني مع اللاجئين السوريين، حيث جاءت في الترتيب الثاني بوزن نسبي 16.2%، بينما لم تهتم القناة على منصتها بالموضوعات الرياضية التي لم تظهر في أي منشور يتعلق بالدولة.



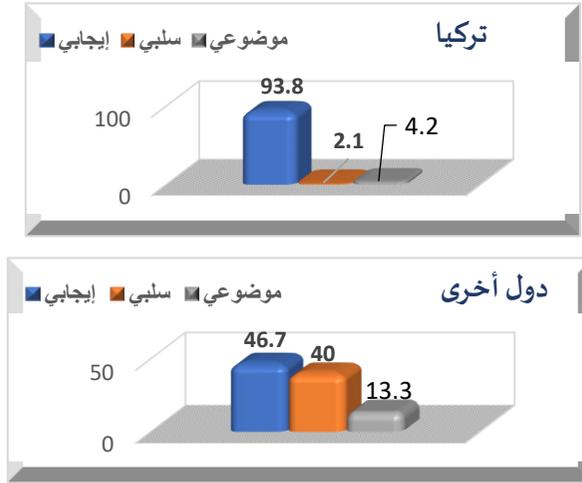
شكل رقم (4) يوضح نوع الموضوع

....

6. اتجاه معالجة المحتوى

رغم اقتصار البحث على معرفة سبل بناء الصورة الإعلامية لتركيا، إلا أن بحث اتجاه معالجة القنوات لموضوعات الأخر التي وردت داخل المنشورات الخاصة بالدولة كان ضروريًا لمقابلته مع اتجاه معالجة المحتوى المتعلق بالدولة، حيث يساهم ذلك في إبراز التوجه العام للقناة ومعرفة مدى التحيز في عرض المحتوى.

ويوضح الشكل رقم (5) غلبت المعالجة الإيجابية لموضوعات الدولة التركية على منشورات TRT، وظهر الاتجاه الإيجابي بوزن نسبي 93.8%، وكذلك كان هو الغالب أيضًا في معالجة المحتوى المتعلق بالدول الأخرى بوزن نسبي 46.7%، وبذلك يمكن القول بتحيز TRT الواضح لموضوعات الدولة الباثة، وبمقارنته بالتوجه العام للقناة يمكن اعتباره متوسطًا.

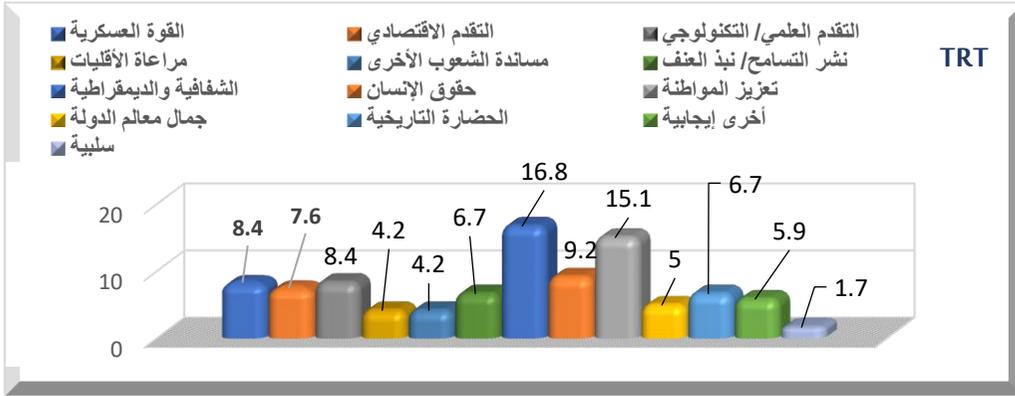


شكل رقم (5) يوضح اتجاه المعالجة

....

7. السمات في المحتوى المتعلق بتركيا

يوضح الشكل رقم (6) حرص TRT على رسم للصورة الإعلامية لتركيا من خلال التركيز على سمة الشفافية والديمقراطية حيث جاءت في الترتيب الأول بوزن نسبي 16.8%، بينما في الترتيب الثاني لقائمة السمات ظهرت سمة تعزيز المواطنة بوزن نسبي 15.7%، بينما لم تظهر السمات السلبية في معالجة الموضوعات المتعلقة بالدولة الباثة سوى بوزن نسبي 1.7% على كلتا المنصتين، وتمثلت السمات السلبية في طريقة تعامل الحكومة التركية مع المعارضين أو ما تطلق عليه التنظيمات الإرهابية.



شكل رقم (6) السمات الظاهرة في المحتوى المتعلق بتركيا

....

8. أدوات التفاعل المُتاحة على المحتوى

كان الهاشتاج هو الأكثر استخداماً بين أدوات التفاعل، بوزن نسبي 83.9%، يليه استخدام التساؤل في المحتوى المتعلق بالدولة الباثة في الترتيب الثاني بوزن نسبي 12.9%، بينما جاء عرض بيانات التواصل في الترتيب الأخير بوزن نسبي 3.2%، ويوضح الشكل رقم (7) أدوات التفاعل المُتاحة على المحتوى.



شكل رقم (7) أدوات التفاعل المُتاحة على المحتوى المتعلق بتركيا

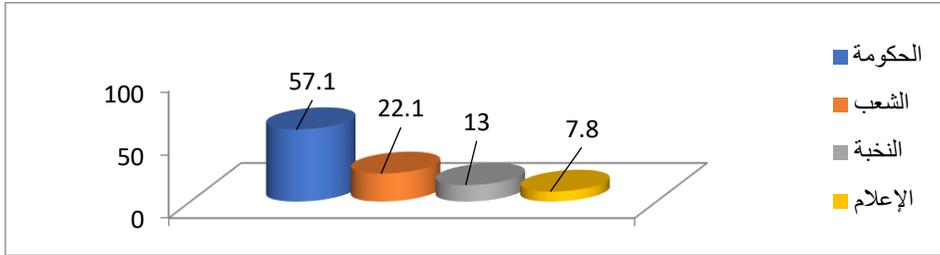
....

9. القوى الفاعلة داخل المحتوى

نقصد بالقوى الفاعلة الكيانات والجهات الرئيسية المؤثرة في المحتوى الوارد على المنصات الرقمية للقنوات الثلاثة عينة البحث والمتعلق بالدول الباثة، ويتم رصدها كوسيلة مساعدة في تحليل الخطاب لمعرفة أكثر القوى ظهوراً، وكذلك تحديد طبيعة ظهورها ومدى انعكاس تواجدها على اتجاه المعالجة إيجاباً أو سلباً.

ونشير إلى أنه كلما كان ظهور الحكومات كقوة فاعلة في المحتوى وبشكل إيجابي كان ذلك مُعبرًا بشكلٍ كبير عن تحيز الوسيلة الإعلامية لسياسة الدولة الباثة والترويج لها وفق منظور حكومي، وعلى النقيض نجد أنه كلما ارتفع ظهور قوة النخبة (السياسية تحديدًا) وبصورة إيجابية فإن ذلك يشير بنسبة كبيرة إلى تحرر الوسيلة الإعلامية واستقرار المناخ السياسي في الدولة إلى حدٍ كبير وبالتالي الترويج للصورة الإعلامية للدولة وفق رؤى متنوعة وغير رسمية فقط.

يوضح الشكل رقم (8) اعتماد TRT بشكل كبير على ظهور الحكومة التركية كقوة فاعلة في المنشورات ذات الصلة بالشأن التركي بوزن نسبي 57.1%، بينما حظيت قوة الشعب بالترتيب الثاني وبلغ الوزن النسبي لها 22.1%، وجاءت النخبة في الترتيب الثالث بوزن نسبي 13%، أما الإعلام فقد جاء في الترتيب الأخير بوزن نسبي 7.8%، وكان الاتجاه الإيجابي هو الغالب على ظهور جميع القوى عدا قوة النخبة (السياسية).



شكل رقم (8) القوى الفاعلة داخل المحتوى المتعلق بتركيا

10. مسارات البرهنة داخل المحتوى

مسارات البرهنة هي الأدلة أو البراهين المستخدمة في المحتوى الرقمي المنشور في إطار الترويج للصورة الإعلامية للدول الباثة، وتكون أحيانًا صحيحة تستند إلى بيانات دقيقة وأدلة سليمة، وفي أحيان أخرى تعتمد على براهين ضعيفة أو حقائق زائفة، ولا يشترط أن تتضمن جميع المنشورات أو التغريدات مسارات للبرهنة.

حلت الأدلة والبراهين في الترتيب الأول بوزن نسبي 45.7%، يليها في الترتيب الثاني الأرقام والبيانات بوزن نسبي 37.1%، ثم التزييف والبراهين الضعيفة في الترتيب الثالث

بوزن نسبي 8.6% بغيث بوك، بينما لم تستخدم القناة في منشوراتها عن الدولة الباتة مسارات للبرهنة بوزن نسبي 8.6%.



شكل رقم (9) مسارات البرهنة داخل المحتوى المتعلق بتركيا

....

كيف تناولت TRT الانتخابات الرئاسية التركية في إطار الترويج لصورة الدولة؟

تمثل الانتخابات الرئاسية التركية القضية الرئيسية في أغلب منشورات قناة TRT خلال الفترة الزمنية المحددة لإجراء البحث، واتخذت TRT في تغطيتها للانتخابات ذات الخط السياسي الرسمي، والمعروف أنها القناة الرسمية، وبالتالي يُفترض لها الالتزام في رصد أحداث الانتخابات والتعبير عن المرشحين بدرجة مقبولة من النزاهة والموضوعية، إلا أن ذلك لم يحدث حيث عبرت القناة عن مرشح واحد فقط وهو الرئيس التركي أردوغان، وقد أعدت القناة مبكرًا عُدها بخريطة إعلامية واضحة، قمنا بالتعبير عنها من خلال نموذج مقترح من البحث.

نموذج المراوغة الإعلامية (مقترح)

يفترض النموذج أن وسائل الإعلام الرسمية التي تسير في الغالب وفق سياسة الدولة تعمل وفق معطيات تنتقل بينهم بأسلوب المراوغة للجمهور، ويمكن التعبير عن تلك المعطيات بالألوان الأبيض، الرمادي والأسود، حيث تعبر باللون الأبيض عن كافة أخبار الدولة وبصفة خاصة التي تتحدث عن رئيس الدولة وإنجازاته وجهوده وذلك بطريقة واضحة إيجابية في مجملها، بينما تستخدم اللون الأسود لتأطير الموضوعات الخاصة بمن تعتبرهم الدولة أعداء أو منافسين يهددوا وجود رئيسها، ونلاحظ في هذا اللون السمات السلبية للتغطية من تشويه وتحقير مع التجاهل أو التعتيم إن لزم الأمر، أما المنطقة الرمادية وهي تمثل طبقة الحماية سواء للوسيلة الإعلامية أو الدولة ذاتها، فهي على

الأغلب مثل القوة الناعمة التي لا تهدد وجود الرئيس وفي ذات الوقت تسهم في رسم الصورة الديمقراطية للدولة من جهة، والموضوعية للوسيلة الإعلامية الرسمية من جهة أخرى، وبالتالي فإن وسائل الإعلام الرسمية تحافظ على ظهورها في التغطية ولكن بشكل محدود كما تحرص على أن تُظهر بعض الإيجابيات لها، وبها تراوغ الجمهور حيث تنتقل من اللون الأبيض إلى اللون الرمادي ثم الأسود، وبالتالي قد يشعر الجمهور بموضوعية الوسيلة الإعلامية والسماح بتعدد الآراء بها. ويوضح لنا الشكل رقم (41) تطبيق النموذج على تناول TRT للانتخابات الرئاسية التركية.

الانتخابات الرئاسية التركية في TRT

التغطية السوداء



اتسمت بالسلبية في أغلبها، مع الإشارة إلى العلاقة مع تنظيمات مثل PKK وغولن الإرهابية (وفق التصنيف التركي)، مع تسطيح للمعلومات أوتجاهل كبير لأي إيجابيات إن وُجدت، وفي هذه المنطقة كمال كليجدار أوغلو المرشح الأقرب للفوز وفق بعض الاستطلاعات، والمنافس العدو للرئيس التركي.

التغطية الرمادية



تغطية باهتمام محدود تشتمل على إيجابيات ولكن أغلبها غير مؤثر، وكأنها لمجرد رسم الصورة الموضوعية، وكانت من نصيب المرشحين: محرم إنجه وسنان أوغان.

شكل رقم (41)
نموذج المراوغة الإعلامية

التغطية البيضاء



كانت هذه المنطقة الإيجابية بالكامل من نصيب الرئيس التركي أردوغان حيث الدعم الإعلامي الواسع والتحيز الواضح، مع تركيز القناة على الإنجازات العسكرية الضخمة والمكانة الدولية الرائدة، الاكتشافات النفطية، بدء تنفيذ قرار مجانية الغاز، رفع الرواتب، بالإضافة إلى الشعبية الكبيرة

نتائج اختبارات فروض البحث

الفرض الأول: وجود علاقة ارتباطية دالة بين منشأ الحدث، وكل من (الأساليب الإقناعية - الأدوات التكنولوجية المستخدمة - مدى التحيز) في عرض المحتوى.

TRT			
منشأ الحدث			المتغيرات
نوع العلاقة	مستوي الدلالة	معامل ارتباط بيرسون	
طردية قوية جدًا	0.000	0.842	الأساليب الإقناعية
طردية قوية جدًا	0.000	0.953	التكنولوجيا المستخدمة
طردية قوية	0.000	0.647	مدى التحيز في عرض المحتوى

جدول رقم (1) يوضح العلاقة الارتباطية بين منشأ الحدث، وكل من الأساليب الإقناعية والتكنولوجية المستخدمة ومدى التحيز في عرض المحتوى

....

النتيجة: ثبوت صحة الفرض الأول وقبوله، حيث توجد علاقة طردية دالة بين منشأ الحدث، وكل من الأساليب الإقناعية والتكنولوجية المستخدمة ومدى التحيز في عرض المحتوى.

التحليل: يوضح الجدول رقم (1) معاملات الارتباط بيرسون بين منشأ الحدث في المنشور وكل من الأساليب الإقناعية والتكنولوجية ومدى التحيز في عرض المحتوى، وتراوحت جميع العلاقات من طردية قوية إلى قوية جدًا، وقد جاء أعلى معامل ارتباط لـ التكنولوجيا المستخدمة في TRT بقيمة 0.953، يليه الأساليب الإقناعية بقيمة 0.842، بينما كان أقل معامل ارتباط لـ التحيز في عرض المحتوى بقيمة 0.647، وجاءت المعاملة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية ≥ 0.01 .

الفرض الثاني: هناك علاقة ظاهرة بين استخدام المنصات الرقمية لوسائل الجذب، وإعادة تمرير المحتوى التقليدي للقناة.

استخدام المنصات الرقمية لوسائل الجذب			المتغيرات
نوع العلاقة	مستوي الدلالة	معامل ارتباط بيرسون	
طردية قوية	0.000	0.669	إعادة تمرير المحتوى التقليدي للقناة

جدول رقم (2) يوضح العلاقة الارتباطية بين استخدام المنصات الرقمية لوسائل الجذب، وإعادة تمرير المحتوى التقليدي للقناة

....

النتيجة: ثبوت صحة الفرض الثاني وقبوله، بوجود علاقة طردية بين استخدام المنصة الرقمية للقناة لوسائل الجذب، وإعادة تمرير المحتوى التقليدي.

التحليل: يوضح الجدول رقم (2) معاملات الارتباط بيرسون بين إعادة تمرير المحتوى التقليدي واستخدام

وسائل الجذب، وجاءت العلاقة طردية قوية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.669، وهي دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية ≥ 0.01 .

خاتمة البحث :

اهتمت البحث بتحليل عينة من المنشورات الأكثر تفاعلاً على المنصة الرقمية لقناة TRT على فيس بوك وذلك أثناء فترة الانتخابات الرئاسية التركية، وقد خلصت البحث إلى:-

- ترسيخ فكرة وجود علاقة وثيقة بين تركيا والإسلام.
- إبراز اهتمام الدولة الإيجابي بالقضية الفلسطينية.
- نشر موضوعات سلبية مكررة وقديمة عن الدول غير الصديقة.
- التأطير الإيجابي للمنشورات المتعلقة بالدول الصديقة.

- التلاعب بالألفاظ والكلمات لغرض سياسي معين.
- التركيز على زعامة الرئيس التركي، ودوره التاريخي في العملية السياسية والتنمية وإرساء الديمقراطية.
- استخدام قضية اللاجئين كمادة للدعاية السياسية للدولة والرئيس التركي.
- التغطية السوداء للمعارضة السياسية التركية.
- التركيز على القوة العسكرية للدولة، ومحاربتها للتنظيمات الإرهابية.
- الاهتمام بالإبراز التكراري للمضامين الإيجابية ذات الصلة بتركيا.
- إبراز شفافية الدولة ومراعاتها للشعب، والحرص على تقليص انعكاسات الأزمة الاقتصادية العالمية.
- الاهتمام بالترويج للثقافة التركية، وتضمن المحتوى لمواد إعلامية باللغة التركية.
- الاستفادة من ثراء وسائل التواصل من خلال التركيز على البث المباشر والهاشتاج.

التوصيات :

1. خطورة المحتوى الرقمي المُقدم من جانب الفضائيات الأجنبية الموجهة، حيث تنقل صورة إيجابية بالكامل عن الدولة، وفي المقابل يركز بعضها على إبراز الدول العربية بمظهر التفكك والضعف والاحتياج الدائم لمساندة الدول الكبرى، ما قد يؤدي إلى شعور الجمهور العربي بالانهزامية ومن ثم التبعية والاستسلام.
2. تساعد الفضائيات الأجنبية المُوجهة بحرصها على الترويج الإيجابي للصورة الإعلامية للدولة بشكل يفوق الحقيقة وقد يخالفها، إلى تنامي ظاهرة الانبهار بالآخر، وهو ما قد يمثل تهديد للانتماءات القومية.
3. تقديم القناة لفئات معينة باعتبارها تنظيمات إرهابية ومحاولة إقناع الجمهور بذلك، وهو ما قد يؤدي إلى تبني وجهات نظر مُسبقة دون دراية كافية ببواطن الأمور.

المصادر والمراجع :

1. Beris Artan, Ilgar Seyidov: Insta-worthiness of News in New Media Journalism: How to Understand News Values on Instagram, (Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi, issue 36, 2020), p.187.

* تحالف يضم قادة 6 أحزاب هم: كليجار أوغلو (حزب الشعب الجمهوري)، ميرال أكشنار (الحزب الجيد)، كرم الله أوغلو (حزب السعادة)، علي باباجان (حزب الديمقراطية والتقدم)، أحمد داود أوغلو (حزب المستقبل) وغول أويصال (الحزب الديمقراطي).

2. Hanna Notte, Chen Kane: Russian-Turkish Relations and Implications for U.S. Strategy and Operations, a scientific paper (Monterey: Middlebury Institute of International Studies, 2022), P.5.

3. - محمد عبده بدوي: دور الإنترنت والفضائيات الإخبارية العربية في دعم المشاركة السياسية في الوطن العربي، دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2018).

- نهاد فتحي سليمان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للقادة السياسيين والمؤسسات السياسية، دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2018).

4. نهلة نشأت، هنادي غريب: أطر المعالجة الإعلامية في الحسابات الإخبارية الموجهة باللغة العربية بتطبيق انستجرام، العدد 82، المؤتمر العلمي الدولي السادس للمعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 2023).

5. محمد عمارة: تحليل خطاب الحرب الروسية الأوكرانية في مواقع الصحف المصرية الخاصة، العدد 2، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 2023).

6. Beris Artan, Ilgar Seyidov: Insta-worthiness of News in New Media Journalism: How to Understand News Values on Instagram,

(Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi, issue 36, 2020), p.186: 203.

7. وائل مجدي السيد حسن: ترتيب القضايا العربية بمواقع الإذاعات الدولية الإلكترونية الموجهة باللغة العربية وعلاقته بأولويات اهتمام المراقبين المصريين بها، ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، 2019).

8. Eva Kimunguyi, Marie Gillespie: European international broadcasting and Islamist terrorism in Africa: "The case of Boko Haram on France 24 and Deutsche Welle", (International Communication Gazette, Vol.79, Issue 3, 2017).

9. Roger Fidler: Mediamorphosis "Understanding the New Media", (California, Pine Forge Press, 1997).

10. حسني محمد نصر: اتجاهات البحث والانتظير في وسائل الإعلام الجديدة "بحث تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة"، (الرياض: مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2015).

11. <http://www.trt.net.tr/arabic>

12. صباح ياسين: الإعلام الفضائي في الوطن العربي: تحليل للمضمون والتأثير في النخب والرأي العام، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، طبعة بيروت، يونيو 2013). ص161.

13. Daniel Trottier, Christian Fuchs: social media, Politics and the state, (New York: Routledge, 1st ed, 2015), p.6.

14. Ann Lehman and others: Imp for Basic Univariate and Multivariate Statistics: A Step-by-step Guide, 1st ed, (USA: SAS Press, 2005), p.123.

* المحتوى التقليدي: يُقصد به الأخبار والموضوعات التي تم بثها عبر التلفزيون أو الراديو.

* زلزال ضرب جنوب تركيا وامتد إلى الشمال السوري في 6 فبراير 2022 بلغت شدته 7.8 درجة بمقياس ريختر، وقد تسبب في أضرار بشرية ومادية جسيمة، وبلغت حصيلة الوفيات فيه ما يقرب من 50 ألف شخص وفق التقارير الرسمية التركية.

Abstract

Since the beginning of its development and its involvement in various areas of life, digital has aroused the passion of researchers to study everything new regarding the reflection of digital on the media and its impact on its traditional means, and to subject the phenomenon in all its details to examination and analysis. The study dealt with the features of the media image of the Turkish state during the period of the presidential elections, taking into account It should be noted that these channels rely on their traditional channels to display content.

The study developed two hypotheses after benefiting from the theory of digital transformation, to examine some of the relationships between the variables of the study, by applying it to the digital social platform of the TRT Arabi channel on Facebook.

In its analytical aspect, the study concluded that TRT, through its digital platform on Facebook, was keen to present itself to the Arab public in the best possible way by focusing on spreading positive content and talking about the democracy that Turkey enjoys, and the role of President Erdogan in the development and development of the country. It also paid special attention to dealing with... The humanitarian state with the Syrian refugee file, and the state's fight against what it called terrorist organizations.

In its interpretive aspect, the study noted the channel's reliance on a specific mechanism in covering news during the presidential election period, which was formulated in a proposed model, which is "media Prevarication".

Keywords: Digital media- social media- Turkey – Turkish elections – Refugees.