

رؤية تحليلية نقدية للدراسات الإعلامية التي تناولت الصورة الإعلامية والذهنية لتركيا

مريهام فرغلي محمود

باحثة دكتوراة بكلية الإعلام جامعة القاهرة

إشراف أ.د/ خالد صلاح الدين

الأستاذ بقسم الاذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة

ملخص الدراسة :

استهدفت الدراسة رصد وتحليل وتقييم الدراسات الاعلامية المعنية بالتغطية الاعلامية لقضايا واخبار تركيا عبر وسائل الاعلام ووسائل التواصل الاجتماعي ، ورصد وتحليل وتقييم الدراسات المعنية بالصورة الذهنية المدركة عن تركيا ، وذلك بهدف تقديم رؤية للتوجهات البحثية في مجال الدراسة من حيث رصد معدل تناول وسائل الاعلام لأخبار تركيا، والقضايا التي تناولتها تلك الدراسات، واستعراض الأطر النظرية التي انطلقت منها هذه الدراسات والنتائج التي توصلت اليها، وذلك عبر استخدام التحليل من المستوى الثانى بشقيه الكمي والكيفي للأبحاث والدراسات المنشورة باللغتين العربية والاجنبية، اعتمدت الدراسة على العينة العمدية فى اختيار الدراسات الاعلامية الخاصة بتركيا وفق متغيرات (موضوع البحث وسنة النشر حسب



الاطار الزمني المحدد لهذه الدراسة) ،وقد بلغ عدد البحوث التي تم اخضاعها للتحليل (٥١) دراسة وأشارت النتائج الى :

الاتجاه البحثي السائد كان نحو الدراسات التحليلية بنسبة ٤٩% ثم الدراسات الميدانية بالتساوى مع الدراسات التي تجمع بين التحليلي والميداني بنسبة ٢٣.٥% لكل منهما ثم الدراسات التجريبية بنسبة ٤%، اختلفت نتائج الدراسات المتعلقة بالصورة الذهنية عن تركيا لدى المواطن العربي حسب المدة الزمنية التي تم إجراء الدراسة فيها ففي استطلاعات الرأي أعوام ٢٠١٠ الى ٢٠١٥ كانت في مجملها تصورات ايجابية لكن اختلفت نتائج الدراسات عن الصورة الذهنية لتركيا في دراسات ٢٠٢٢ وما بعدها، ويرجع الاختلاف في الصورة الذهنية المدركة عن تركيا الى التغير في السياسة الخارجية التركية التي انتهجتها تجاه الدول العربية والتي كانت في المرحلة الاولى من تولى حزب العدالة والتنمية "صفر مشكلات" مع الجيران الى سياسة التدخل التركي في عدد من الدول العربية ، صورة تركيا كوجهة سياحية هامة اتسمت بالطابع الإيجابي في نتائج كل من الدراسات العربية والاجنبية ، الرئيس التركي أردوغان هو الفاعل الأكثر حضوراً في الدراسات التي تناولت الصورة الاعلامية لتركيا، وكذا الدراسات التي اهتمت بتحليل الخطاب السياسي للقادة.

الكلمات المفتاحية : تركيا - الصورة الاعلامية - الصورة الذهنية - الدراسات الاعلامية .



Critical Analysis of Media Studies on Turkey's Image and Representation In Media

Abstract:

The study was aimed at monitoring, analysing and evaluating media studies on media coverage of Turkey's issues and news through media and social media and to monitor, analyse and evaluate studies on Turkey's perceived Intellectual Image, In order to provide a view of the Research trends in the field of study in terms of monitoring the media's **coverage** of the news of Turkey and the issues addressed in those studies, and the review of the theoretical frameworks from which these studies were initiated and their findings through the use of quantitative and qualitative second-level analysis for research and studies published in Arabic and foreign languages, The study relied on the deliberate sample to select media studies for Turkey according to variables (Subject matter and year of publication according to the time frame of this study), and the number of research analyzed (51).

The results indicated:

The prevailing research trend was towards analytical studies at 49% and then field studies at the same level as studies that combine analysis and field at 23.5% each and then experimental studies at 4% .The results of the studies on the image of Turkey among the Arab citizens varied according to the time of the study was conducted. In the opinion polls of 2010 to 2015, the overall perception was positive, but the results of the studies differed from the image of Turkey in the studies of 2022 and beyond. The difference in the perceived image of Turkey is due to **the** change in Turkey's foreign policy towards Arab countries, which was in the first phase of the AKP "Zero problems" with neighbours to the policy of Turkish intervention in a number of Arab countries.

The image of Turkey as an important tourist destination has been positive in the results of both Arab and foreign studies. President Erdogan is the most present actor in the **studies** on the media portrayal of Turkey, as well as studies that have been interested in analysing the political discourse of leaders.

Keywords: Turkey - Media Portrayal - Image - Media Studies



تشغل تركيا مكانة دولية متنامية في النظام العالمي الحالي إلى جانب تأثيرها في النزاعات الدولية و في الإقليم ، حيث تعتبر قوة إقليمية مؤثرة استطاعت بناء علاقات دبلوماسية قوية في المنطقة العربية وعلى الصعيد العالمي بعلاقتها المتوازنة مع الغرب والولايات المتحدة من جانب وروسيا من جانب آخر، والسعى للنهوض باقتصادها وحل الأزمات الاقتصادية المتوالية التي لحقت بها جراء العقوبات التي فرضت عليها من الغرب في سنوات سابقة ثم تأثراً بالصراعات الدولية .

وفضلاً عن موقع تركيا الجيوسياسي المتميز ، وباعتبارها جسراً بين حضارتي الشرق والغرب ، ومقصدًا سياحياً مفضلاً لعدد كبير من السياح عرب و الأجانب فإن هناك عوامل عدة جعلت من أخبار تركيا مادة ثرية لوسائل الإعلام العربية والعالمية منها: النموذج الذي تقدمه تركيا التي تسعى منذ عقود إلى الانضمام الى الاتحاد الأوروبي، ويحكمها حزب ذو جذور وخلفية إسلامية هو "حزب العدالة والتنمية"، والتغيرات التي طرأت على السياسة الخارجية التركية منذ نشأة الحزب ثم توليه الحكم، والأحداث السياسية المتلاحقة التي شهدتها تركيا في السنوات الأخيرة ومنها محاولة الانقلاب التركي الفاشل، ومحاولات التدخل في الشرق الأوسط، وملاحقتها للأكراد في العراق وشمال سوريا، والتوتر السابق في علاقات تركيا ببعض الدول العربية مثل مصر والامارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية ثم تغيير سياستها تجاه تلك الدول منذ عام ٢٠٢١ م فضلاً عن خطابات الرئيس التركي أردوغان والتي لا تخلو من تمجيد للجمهورية التركية واستعراض انجازاتها أو اتهام للمعارضه بالتآمر أو توجيه رسائل معلنه تارة وضمنية تارة أخرى للولايات المتحدة واتهامها بالتدخل في شؤون الدولة التركية ومحاولة إرباك الاقتصاد التركي، واتهام قادة الاتحاد الأوروبي بالمماطلة في قبول عضوية تركيا بالاتحاد، والعلاقات التركية بإسرائيل .

كل تلك العوامل مجتمعة اضافة إلى ما شهده كل من الإعلام التركي التقليدي ووسائل التواصل الاجتماعي في تركيا من تضيق بعد محاولة الانقلاب التركي

الأخيرة ، جعلت من أخبار تركيا فى وسائل الإعلام العربية والعالمية مادة خصبة ، وتعددت التوجهات البحثية التى تناولت صورة تركيا فى الإعلام التقليدى والجديد ، واختلفت بين المدارس العربية والاجنبية بل واختلفت أيضاً حسب المراحل الزمنية فى فترة ما قبل الانقلاب وما بعده ، وفى وقت الأحداث السياسية الهامة التى شهدتها الدولة التركية .

أولاً : مشكلة الدراسة:

تتحدد مشكلة الدراسة فى (رصد وتحليل وتقييم الدراسات الإعلامية المعنية بالتغطية الإعلامية لقضايا و أخبار تركيا عبر وسائل الاعلام ووسائل التواصل الاجتماعي ، ورصد وتحليل وتقييم الدراسات المعنية بالصورة الذهنية المدركة عن تركيا، وذلك خلال الفترة الزمنية من ٢٠١٠ م إلى ٢٠٢٤ م ، وذلك بهدف تقديم رؤية للتوجهات البحثية فى مجال الدراسة من حيث رصد معدل تناول وسائل الإعلام لأخبار تركيا، والقضايا الرئيسية والفرعية التى تناولتها تلك الدراسات ، وتأثير الصور الإعلامية على الصورة الذهنية المنطبعة لدى الجمهور عن تركيا ، واستعراض الأطر النظرية التى انطلقت منها هذه الدراسات والاتجاهات البحثية التى اعتمدت عليها والنتائج التى توصلت إليها، وذلك عبر استخدام التحليل من المستوى الثانى بشقيه الكمي والكيفي للأبحاث والدراسات المنشورة باللغتين العربية والأجنبية) .

ثانياً: أهمية الدراسة:

يمكن الاستفادة من نتائج الدراسة فى إثراء البحث العلمى الخاص بأبحاث ودراسات المعالجة الاعلامية لأخبار الدول والعلاقة بينها وبين دراسات الجمهور التى تقيس اتجاهات الجمهور نحو الدول وتقييم مواقفها وأدوارها السياسية وعلاقتها الدولية



ثالثاً: أهداف الدراسة:

- ١- رصد التوجهات البحثية في مجال التغطية الاعلامية لقضايا واخبار تركيا من حيث القضايا الرئيسية والفرعية التي تناولتها التغطية الاعلامية .
- ٢- رصد وتحليل وتقييم الدراسات المعنية بالصورة الذهنية المدركة عن تركيا لدى الجمهور .
- ٣- التعرف على الأطر النظرية التي انطلقت منها هذه الدراسات .
- ٤- تحديد المناهج البحثية وأدوات جمع البيانات التي اعتمدت عليها تلك الدراسات والنتائج التي توصلت اليها ،ومقارنة للتوجهات البحثية بين المدرستين العربية والاجنبية في مجال الدراسة.

رابعاً: تساؤلات الدراسة:

في ضوء مشكلة الدراسة وأهدافها تسعى الدراسة الحالية للإجابة على التساؤلات التالية :

- ١- ما حجم التركيز البحثي على تناول وسائل الإعلام التقليدي و الجديد لأخبار وموضوعات تركيا ؟
- ٢- ما أهم القضايا الرئيسية والفرعية التي تناولتها التغطية الإعلامية لأخبار وموضوعات تركيا ؟
- ٣- ما أهم الأطر النظرية والمداخل الفكرية التي انطلقت منها هذه الدراسات؟
- ٤- ما أهم المناهج البحثية وأدوات جمع البيانات المستخدمة في هذه الدراسات؟

٥- ما أوجه التشابه والاختلاف بين التوجهات البحثية في المدرستين العربية والأجنبية في تناول الإعلامي لأخبار تركيا وسياساتها الخارجية ومواقفها الدولية ؟

خامساً: منهج البحث :

تتبنى الدراسة الحالية الى الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بأسلوب تحليل المستوى الثاني (Meta Analyse) وهو أسلوب منهجي يعتمد على المراجعة المنهجية و التحليلية للدراسات والبحوث العلمية التي تم نشرها في مجال معين أو موضوع محدد وعلى مدى فترة زمنية ممتدة ومن مجموعة متنوعة من المصادر، كما يوفر هذا الاسلوب إطار تقييمي للأطر النظرية والمعرفية والمناهج التي استخدمتها هذه الدراسات ،وذلك للخروج برؤية تحليله نقدية تشمل أوجه التشابه والاختلاف بينها ، وقد تم استخدام تحليل المستوى الثاني في هذه الدراسة عن طريق رصد وتحليل الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية التي تناولت كل ما يخص أخبار وقضايا تركيا والصورة الذهنية عن تركيا لدى الأفراد في الفترة الزمنية من ٢٠١٠ الى ٢٠٢٤ م .

وقد اعتمدت الباحثة على التحليل الكمي والكيفي معاً من خلال تحليل الأطر النظرية التي اعتمدت عليها هذه الدراسات ، وأنواع المناهج المستخدمة فيها، من أجل تقديم رؤية نقدية مقارنة بين المدرستين العربية والأجنبية التي تناولت صورة تركيا الإعلامية ، وصورتها الذهنية لدى الأفراد .

اعتمدت الدراسة على الخطوات العلمية المتبعة عند تطبيق منهج تحليل المستوى الثاني كالتالي :

- تحديد المشكلة البحثية محل الدراسة.
- تحديد أهداف مراجعة البحوث المنشورة حول المشكلة البحثية .



- جمع المعلومات من الدراسات المتعلقة بالمشكلة البحثية .
- وضع إطار لتصنيف وتحديد المعلومات وتحليلها.
- التحليل الكيفي للمعلومات و تقديم تفسيرات لها.
- التحليل الكمي للأطر النظرية والمنهجية والمعرفية للدراسات محل الدراسة
- رصد النتائج والخروج بمؤشرات .

سادساً:مجتمع الدراسة :

تمثل مجتمع الدراسة التحليلية في جميع الدراسات الإعلامية والأبحاث العربية والاجنبية المنشورة فى الدوريات العلمية أو أبحاث المؤتمرات والتي تناولت المعالجة الاعلامية لقضايا دولة تركيا والنظام السياسي التركى ، وكذلك الدراسات التى تناولت الصورة الذهنية عن تركيا لدى الأفراد والتي استطاعت الباحثة الحصول عليها باستثناء (الكتب وعروض الكتب) خلال الفترة الزمنية من ٢٠١٠ إلى ٢٠٢٤، وتم اختيار تلك الفترة الزمنية حتى تتضمن استطلاعات الراى والدراسات الميدانية التى رصدت اتجاهات المواطن العربي نحو تركيا قبل وبعد الثورات العربية .

سابعاً: عينة الدراسة :

اعتمدت الدراسة على العينة العمدية والتي تدخل فى إطار العينات غير الاحتمالية فى اختيار الدراسات الإعلامية الخاصة بتركيا وفق متغيرات (موضوع البحث وسنة النشر حسب الإطار الزمنى المحدد لهذه الدراسة) ،وقد بلغ عدد البحوث التى تم اخضاعها للتحليل (٥١) دراسة بواقع عدد (١٩) دراسة للدراسات العربية، عدد (٣٢) دراسة للدراسات الاجنبية ، وتم استخدام الدراسة والبحث المنشور كاملاً كوحدة تحليل .

ثامناً: مصدر البيانات :

تم الحصول على الدراسات عينة التحليل عن طريق المسح الشامل لقواعد البيانات العربية والأجنبية على شبكة الانترنت وعدد من المواقع الأكاديمية ومواقع المجالات العربية وتمثلت في المصادر التالية: قاعدة بيانات بنك المعرفة المصري ، قاعدة بيانات دار المنظومة، قاعدة بيانات اتحاد مكتبات الجامعات المصرية.

Google Scholar, Elsevier, Emerald ,EBSCO, SAGE ,Insight ,Springer, Proquest ,all academic

تاسعاً: أداة جمع البيانات :

تم البحث عن الدراسات التي تشير عناوينها إلى المعالجة الإعلامية أو التغطية الاخبارية لموضوعات تخص تركيا أو سياستها الخارجية أو علاقتها بالدول العربية أو علاقتها بالاتحاد الأوروبي والدراسات الميدانية المطبقة على الجمهور عن الصورة الذهنية لتركيا لديهم .

عاشرًا: معالجة البيانات :

تمت معالجة البيانات باستخدام أسلوب التحليل الكيفي لنتائج الدراسة مع استخدام جداول بسيطة والأشكال البيانية للرسوم البسيطة لعرض النتائج الكمية للدراسة .

جدول رقم (١)

الكلمات المفتاحية العربية و keywords الأجنبية التي تم استخدامها في البحث

keywords	الكلمات المفتاحية العربية
Image of Turkey	صورة تركيا
Turkey and Mass media	تركيا ووسائل الاعلام
Perception of Turkey for Arab	صورة تركيا لدى العرب
Relationship Between Turkey and Egypt	العلاقات بين تركيا ومصر
Turkeys News	أخبار تركيا
Relationship Between Turkey and EU	علاقة تركيا بالاتحاد الأوروبي



حادي عشر : نتائج الدراسة :

أولاً: تقسيم الدراسات وفقاً للغة النشر :

جدول (٢)

تقسيم الدراسات وفقاً للغة النشر

اللغة	ك	%
الأجنبية	٣٢	٦٣
العربية	١٩	٣٧
إجمالي	٥١	١٠٠%

يتضح من الجدول السابق أن إجمالي عدد الدراسات التي تناولت صورة تركيا في وسائل الاعلام وتصورات الجمهور عنها في الفترة الزمنية للدراسة بلغ ٥١ دراسة، كانت النسبة الأكبر للدراسات الأجنبية بنسبة ٦٣% من الدراسات وبواقع ٣٢ دراسة بينما بلغت نسبة الدراسات العربية ٣٧% بواقع ١٩ دراسة .

ثانياً: نتائج تحليل المستوى الثاني للدراسات محل التحليل:

قامت الباحثة باستعراض التراث العلمي المعنى بكل من المعالجة الإعلامية للأخبار ذات الصلة بتركيا والصورة الذهنية لتركيا لدى الأفراد خلال الفترة من ٢٠١٠ إلى ٢٠٢٤، وذلك بهدف استكشاف أهم القضايا التي اهتمت بها الدراسات في هذا الموضوع، وفيما يلي أهم القضايا والموضوعات التي اهتمت بها الدراسات حول الصورة الاعلامية والذهنية لدولة تركيا :

المحور الأول : دراسات سعت نحو رصد الصورة الذهنية لتركيا لدى العرب والأجانب :

من هذه الدراسات دراسة نور الدين، محمد (٢٠١٠) (١) التي عرضت نتائج استقصاء للرأي العام العربي تم في يوليو ٢٠٠٩ م أجرته مؤسسة الدراسات الاقتصادية والاجتماعية التركية TESEV لمعرفة صورة تركيا لدى العرب شمل عينة من ٢٠٠٠ فرد في ٧ دول عربية هي : مصر ولبنان والاردن وسوريا وتونس

وفلسطين و العراق والسعودية ، توصلت الدراسة إلى أن ٧٠% من المبحوثين العرب ان صورة تركيا ممتازة ،ورأى ٦٢% من المبحوثين العرب أن تركيا يمكن أن تكون نموذج للعالم العربي ، ٣٦% من المبحوثين العرب رأوا أن تركيا نموذج ناجح للتفاعل بين الاسلام والديمقراطية،ووافق ٧١% من المبحوثين العرب على أن تركيا أصبحت أكثر تأثيراً في سياسة العالم العربي ،ورأى ٦٤% من المبحوثين العرب أنه يمكن لمسار تركيا في عضوية الإتحاد الاوروبي أن يؤثر إيجابا في دور تركيا في العالم العربي كما وافقت نسبة ٥٧% من عينة المبحوثين العرب فقط على دعم عضوية دولة مسلمة للاتحاد الأوروبي.

وفى نفس السياق جاعت دراسة Mensur Akgün, Sabiha Senyücel Gündoğar (٢٠١٢) (٢) التى أوضحت نتائج استطلاع للرأى أجرته نفس المؤسسة مؤسسة الدراسات الاقتصادية والاجتماعية التركية TESEV حول نظرة المواطن العربي إلى تركيا وتصوراته عنها وذلك فى الفترة ما بين ١٩ أكتوبر و ١٥ ديسمبر ٢٠١١ م أى بعد عامين من الدراسة الأولى وفى عدد من الدول العربية منها مصر والأردن وليبيا وتونس وسوريا ،ولم تختلف النتائج إلى حد كبير حيث وجدت أن ٧٨% من العينة التى شملها الاستطلاع ينظرون إلى تركيا نظرة ايجابية ويرون أنها دولة فاعلة ومقبولة كما رأى ٧٧% من العينة أن تركيا لعبت دوراً فاعلاً في عملية السلام في الشرق الأوسط ،وذلك وفقاً للمبحوثين في البلدان العربية التى شملتها الدراسة ما عدا سوريا التى رأى ٥٨% فقط من المبحوثين أن لتركيا دور إيجابي في المنطقة .

وعندما تمت المقارنة بين أدوار كل من تركيا والاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة عند سؤال عينة البحث في التأثير على عملية السلام في الشرق الأوسط رأى ٧٧% من عينة البحث أن تركيا تشغل المرتبة الاولى وتلاها الإتحاد الأوروبي ثم الولايات المتحدة ،كما رأى ٧٥% من العينة أن تركيا يجب أن تلعب دور الوسيط في الصراع العربي الإسرائيلي.

واستهدفت دراسة **المصرية،محمد.(٢٠١٥) (٣) تحليل اتجاهات الرأى العام فى المنطقة العربية تجاه تركيا وشعبها وتقييم سياستها الخارجية فى المنطقة وأهدافها**



وتوجهات الرأي العام نحو تلك المواقف التركية ، و دور تركيا في المنطقة العربية ، وذلك بالتطبيق الميداني على مبحوثين من مصر ، العراق ، الجزائر ، السودان ، لبنان ، موريتانيا ، الكويت ، السعودية ، المغرب ، موريتانيا ، الأردن ، فلسطين ، تونس .

كان الرأي العربي إيجابياً تجاه شعب تركيا وذلك بنسبة ٥٩% بينما كان الاتجاه السلبي من المبحوثين العرب تجاه الشعب التركي بنسبة ١٧% ، وقد تباينت الآراء حسب جنسية المبحوثين بينما الاتجاهات التي تحمل طابع إيجابي كانت للمبحوثين من الاردن والجزائر والسودان والسعودية والكويت و فلسطين ، كانت الاتجاهات التي تحمل طابعاً سلبياً من المبحوثين من مصر ولبنان والعراق والجزائر .

رأى ٦٨% من المبحوثين ان تركيا دولة متطورة ووجد ٥٩% من المبحوثين أن تركيا دولة ديمقراطية ، ووافقت نسبة ٤٨% من عينة الدراسة من المبحوثين العرب أن قيم المجتمعات العربية التي ينتمون اليها متفقة مع قيم المجتمع التركي .

واهتمت دراسة Dincer, Mithat Zeki Alrawadieh, Zaid (٢٠١٨) :

(٤) بالتعرف على صورة اسطنبول كوجهة سياحية لدى مدونين السفر الأجانب بالإضافة إلى ذلك ، و تحديد الخصائص الديموغرافية للمسافرين الذين هم أكثر عرضة للانخراط في أنشطة التدوين ، واعتمدت الدراسة على مدونات السفر التي تم تداولها خلال عام ٢٠١٦ م ، وهو العام الذي شهد أحداث هائلة في تركيا بما في ذلك عدة هجمات إرهابية ومحاولة انقلاب فاشلة ، وقد حظيت تركيا باستقرار أكبر بكثير في عام ٢٠١٧ عن عام ٢٠١٦ م.

ومن اهم ما توصلت إليه الدراسة أن صورة اسطنبول كوجهة سياحية عبر الإنترنت إيجابية بشكل عام وتحظى بتقدير كبير لتراثها الثقافي والتاريخي، وكذلك لبنيتها التحتية السياحية وذلك في فترة من عدم الاستقرار ، وتسلب النتائج الضوء أيضاً على بعض القضايا التي تهم المسافرين الغربيين، مثل السلامة والازدحام المروري ، وقدم المدونون تعليقات أكثر إيجابية من التعليقات السلبية عند وصف تجاربهم في اسطنبول ، مما يشير إلى صورة إيجابية شاملة، ومن بين مجموع الاستنتاجات التي تم

استخلاصها تبين أن (ما يقرب من ١٧ في المائة) كانت سلبية، وكانت المباني التاريخية والنصب التذكارية، وجودة المطاعم وجمال المشهد أكثر الجوانب التي ذكرها المدونون الغربيون كما عبروا عن حماسهم حول "المزيج الرائع للتاريخ و الثقافة من اسطنبول واصفين إياها بأنها "السماء للسياح".

وفى نفس السياق تناولت بعض دراسات التغطية الإعلامية متجاوزة الأخبار الرئيسية لتتضمن معلومات عن تصوير تركيا كوجه سياحية للبريطانيين ، واحدة من هذه الدراسات دراسة تدور حول صحافة السفر، مع التركيز على الثقافة وتمثيل تركيا في الصحف البريطانية وهي دراسة (Hamid-Turksoy (2014) (٥)

حيث قام المؤلفون بتحليل محتوى كمي وكيفي لفائنانشغال تايمز، الجارديان، الديلي تلغراف، الديلي ميل، ذا صن، وذا ميرور من عام ٢٠٠٥ إلى عام ٢٠١٠. وفقاً لهذه الدراسة، الصحافة البريطانية قدمت رؤية إيجابية لتركيا ووصفت الأمة التركية بأنها أمة مذهلة، وخالية من المخاطر وفى نفس الوقت غريبة وغامضة، وهى جزء من أوروبا جغرافياً، ومع ذلك كان لا يزال تعبير ووصف «الأخر» بسبب الخصائص الشرقية لتركيا .

وتناولت بعض الدراسات الصورة الذهنية لتركيا لدى النخبة ومنها دراسة عيد، محمد حامد (٢٠٢٢) (٦) والتي استهدفت التعرف على الصورة الذهنية التى يحملها جمهور النخبة الاكاديمية الليبية عن التواجد التركى فى ليبيا ،وانطباعات المبحوثين عن هذا التواجد فى ظل الجدل المثار حوله لدى الراى العام الليبي ، والكشف عن وسائل الاعلام التى يعتمد عليها المبحوثين كمصادر معلومات لهم عن هذا التواجد،و الصورة التى تقدمها وسائل الاعلام الليبية عن تركيا ، والأسباب السياسية والعسكرية والاقتصادية للتدخل التركى فى رأى تلك النخبة ، شملت عينة الدراسة ٨٨ أستاذاً جامعياً ليبيا، وتوصلت إلى أن ٩٠% من الأساتذة الجامعيين في ليبيا لديهم تصور يفيد بأن "تركيا تحاول جعل ليبيا قاعدة عسكرية فى المغرب العربى المجاور لأوروبا"، بينما رفض ٨٦% من المبحوثين فكرة أن التدخل العسكرى التركى في ليبيا مبرراً سياسياً

أكدت ٨١% من العينة أن تركيا تحاول الاستفادة من النفط الليبي لصالحها، ٧٧% من العينة اشاروا إلى أن التدخل التركي في ليبيا من أجل السيطرة على منابع النفط، وعن الصورة التي تقدمها وسائل الإعلام الليبية عن تركيا وجدت نسبة ٦٣% أن وسائل الإعلام الليبية تقدم تركيا على أنها دولة تنتهك سيادة ليبيا بينما تضاعلت نسب من يرون أن تركيا دولة صديقة ، ونسبة من يرون أن تركيا دولة عثمانية قوية .

وحول نفس الموضوع وهو التواجد التركي في ليبيا والذي سبقه اتفاق ترسيم الحدود البحرية الموقع بين تركيا وحكومة الوفاق الليبية ، وباستخدام المنهج التجريبي سعت دراسة CANSIN, TÜRKİLİ (٢٠٢٢) (٧) إلى قياس أثر النص الإخباري بشأن اتفاق ترسيم الحدود البحرية الموقع بين تركيا وليبيا في تكوين الرأي من خلال أطر مختلفة، باختبار فروض 'نظرية الأطر الخبرية' والإجابة على التساؤل الرئيسي وهو ما إذا كانت أطر الصراع والنتائج الاقتصادية فعالة في تكوين آراء الجماهير أم لا ، وقد تم إجراء دراسة استقصائية اشتملت على ١١٩ مبحوثاً وتم عرض نصين خبريين مختلفين عن أزمة شرق البحر الأبيض المتوسط في صحيفتين مختلفتين وتصويرهما من حيث الصراع والنتائج الاقتصادية، وبعد قراءة النصوص ، طُلب من المبحوثين أن يشاروا إلى اجاباتهم على الجمل التي تم اعطائها لهم حول الموضوع ، ولم تثبت صحة الفرض القائل بأن إطار الصراع يشكل آراء متصلة بالنزاع بشأن الجماهير ، ولكن الفرض المتعلق بأن إطار النتائج الاقتصادية يولد آراء متباينة حول الاقتصاد لدى الجماهير قد ثبت صحته.

وللتعرف على رأى الخبراء في الصورة الإعلامية للقيادات السياسية قدمت دراسة ليمان، ليلي الضو (٢٠٢٢) (8) الإجابة على تساؤل يتعلق بكيف يمكن لوسائل الاعلام المساهمة في تشكيل وبناء واعداد القائد ؟ وكيف استفادت القيادات السياسية الحاكمة في تركيا ومصر من توظيف وسائل الاعلام لبناء قاعدة لهما، وما الأهداف التي سعت لها القيادتان السياسية في مصر وتركيا من توظيف وسائل الاعلام الجماهيري من خلال استخدام المنهج الوصفي القائم على التحليل والمنهج

التاريخي ، وكانت أدوات جمع البيانات هي المقابلة على عينة من ١٠ خبراء من الأساتذة في الإعلام والسياسة .

ومن أهم ما توصلت إليه أن تكرار عرض صور الرئيس التركي اردوغان بين المساجد وهو يبكي عند سماع الخطب الإسلامية ، ويحتضن كبار السن صنعت له صورة ايجابية كزعيم إسلامي صالح بالاعتماد على بث رموز بشكل مكثف ومتكرر تستدعي تأويلات جاهزة وتؤدي إلى تقييمات عاطفية لدى الجمهور لتربط بين الصلاة والخشوع والحكم الرشيد .

أثبتت الدراسة أن صورة الرئيس اردوغان في الإعلام مرت بمرحلتين متناقضتين تماماً **المرحلة الأولى** : الصورة التي امتدت من السنوات الأخيرة في العقد الأول من الألفية هي صورة ايجابية روح لها الإعلام التركي والعربي معا تنسم الصورة بوصف اردوغان بأنه زعيم اسلامي شجاع ورجل دولة صالح ، **المرحلة الثانية** صورة تسبب فيها التوترات السياسية التي شهدتها المنطقة العربية ، ومحاولة الانقلاب الفاشل ، جعلت تلك الاحداث اردوغان يفرض هيمنته على الإعلام المحلي والذي جعل منه ابواق حكومية تروج لصورة القائد الأوحده فقط .

المحور الثاني : دراسات سعت نحو رصد وتحليل صورة تركيا في وسائل الاعلام :

ويمكن أن نرصد داخل هذا المحور المحاور الفرعية التالية :

(١) دراسات سعت نحو رصد وتحليل صورة تركيا في الصحافة:

وحول ملامح صورة تركيا في خطاب الصحافة المصرية وعلاقة السياسة الخارجية التركية بمكونات هذه الصورة وأطر تقديم الصحافة المصرية لها وتوجهاتها سعت دراسة **على محمد، فاتن (٢٠١٧) (٩)** إلى رصد مكونات صورة تركيا في خطاب الصحافة المصرية سياسيًا واقتصاديًا واجتماعيًا وتوصيف وتحليل مكونات أهم القوى الفاعلة في النظام التركي المتمثلة في رئيس الجمهورية ورئيس الوزراء ووزير الخارجية وقيادات الحزب الحاكم وقوى المعارضة.



وقد توصلت الدراسة إلى أن رئيس الوزراء التركي وقتها (اردوغان) هو الفاعل الأكثر حضوراً في خطاب الصحفي لجريدة المصري اليوم بنسبة ٤١.٧% وتتنوع الأدوار التي ظهر بها بين الإيجابي والسلبي وغير الواضح مع غلبة الطابع السلبي على التصورات بنسبة ٣٠% و السمات السلبية التي وصف بها تمثلت في (تلميذ المدرسة الاخوانية ، العنف ، الاستبداد ، دعم الفساد ، الازدواجية ، التعتن ، التطاول ، دعم الاخوان ، اللجوء للعنف) ، والأدوار السلبية التي ظهر بها اردوغان اتقان واستخدام سياسة المصالح المشتركة مع الطاغوت ورفض الآخر الدعوة إلى أن ما يحدث في تركيا من فساد هو مؤامرة دولية.

غلب الطابع الإيجابي على السمات والأدوار الخاصة بالرئيس التركي -وقت اجراء الدراسة - عبد الله جول وتمثلت السمات الإيجابية في الايمان بالله والديمقراطية وحقوق الانسان والهدوء والذكاء السياسي وتمثلت الأدوار الإيجابية في مطالبته برفع الحظر على موقعي تويتر ويوتيوب والسعي لتحسين العلاقات مع مصر من خلال التأكيد على أن مصر بلد مهم ، وأنها عنصر فعال في المنطقة وأن تركيا تريد أن تكون مصر قوية .

غلب الطابع الإيجابي على السمات والأدوار التي ظهر بها الشعب التركي والسمات هي المطالبة بحقوقهم والإيمان الديمقراطية ، الإصرار ، التعبير عن آرائهم ، وغلب الطابع الإيجابي على السمات والادوار الخاصة برجال الاعمال الأثرياء في الخطاب الصحفي لجريدة المصري اليوم وتمثلت السمات في الذكاء والاصرار وتمثلت الأدوار في استمرار العلاقات الاقتصادية مع مصر والسعي إلى زيارتها ، والحكومة التركية برزت كفاعل رئيسي في الخطاب الصحفي للمصري اليوم بنسبة ١% غلب الطابع السلبي على السمات والأدوار الخاصة بالحكومة التركية والسمات هي الاستبداد ودعم الفساد والبلطجة والإهمال والعنف والقمع والفشل والأدوار السلبية حملة مdahمة رجال الأمن الذين نفذوا عمليات الضبط في قضية الفساد وحملة تنقلات في صفوف القضاء و المدعين المشرفين على تحقيقات الفساد .

وحول نفس الموضوع استهدفت دراسة (Ebada, M. (2017) (١٠) بحث صورة تركيا في الصحف المصرية من خلال إجراء محتوى وتحليل الخطاب لثلاث صحف مصرية هي الأهرام والشروق والمصري اليوم في الفترة من يناير ٢٠١٢ إلى ديسمبر ٢٠١٤ م، و انطلقت فروض الدراسة من Benedict Anderson's hypnosis of imagined communities نظرية بنديكت أندرسون للمجتمعات المتخيلة، و نظرية الأطر الخبرية، تحليل الخطاب، ومن أهم ما توصلت إليه الدراسة: أن إطار إسناد المسؤولية هو الإطار الأكثر شيوعاً في الأخبار يليه إطار الصراع، وجاء الإطار الاقتصادي أخيراً.

ووجدت الدراسة: أن تحول تغطية الأخبار التركية في المصريين من إيجابي إلى سلبي كان ذا دلالة إحصائية حيث بين أوائل عام ٢٠١٣، ومنتصف عام ٢٠١٣م، لم يكن هناك جدية لطرح النموذج التركي، وإنما ركز السرد على التمييز بين الهويتين المصرية والتركية ثم بين منتصف عام ٢٠١٣ وأواخر عام ٢٠١٤م، استخدم الكتاب المجاز على نطاق واسع للحديث عن وحدة المصريين ضد أعدائهم، بما في ذلك تركيا، والتي تم وصفها مباشرة بهذا الوصف، ويمكن استقراء أن التحول السردى كان عملية منظمة مؤسسية، وليس سلسلة من الأفعال الفردية .

وقد تم دعم هذه النتيجة من خلال تحليل الخطاب للصحف الثلاث، وتفسير لذلك أن التغييرات في روايات الصحف بشأن تركيا خلال فترة الدراسة أدت إلى تغيير في الخطاب الصحفي للهوية المصرية المتخيلة بمعنى عندما تمت مناقشة النموذج التركي بين أوائل عام ٢٠١٢ وأوائل عام ٢٠١٣، انعكست نظرية الحادثة والأيدولوجية المصرية طوال هذا النقاش على نطاق واسع يميز بشكل أساسي بين مصر وتركيا من حيث طبيعتهما السياسية، توافقت هذه النتيجة مع أطروحة أندرسون عن المجتمعات المتخيلة حيث تكون وسائل الإعلام مسؤولة إلى حد كبير عن نشر الأفكار والأيدولوجيات المشتركة بين المواطنين المتنوعين.

واهتمت دراسة بسام، أحمد شريف. (٢٠٢٢) (١١) بإلقاء الضوء على طريقة تناول كل من صحيفتي العرب والعربي الجديد الصادرتين في لندن



لصورة تركيا، ومدى اهتمام الصحيفتين بالموضوعات التركية، تم تحديد الفترة الزمنية لدراسة صورة تركيا من خلالها وهي من ٢٠٢٠/١١/١٦ إلى ٢٠٢٠/١٢/١ وذلك بسبب أن تلك الفترة التي عرفت تناول الصحيفتين لصورة تركيا بشكل كبير مقابل فترات زمنية آخر وتوصلت الدراسة إلى أن الموضوعات الخاصة بالتدخل التركي في العالم العربي الترتيب الأول بنسبة ٣١,٩١% وحلت الموضوعات الخاصة بالعلاقات التركية الأوروبية في الترتيب الثاني بنسبة ٢٩,٧٨%، أشارت نتائج الدراسة إلى أن تركيا تتدخل بصورة سافرة في الشأن العربي لتنفيذ أجندتها بإعادة إحياء حلم التوسع العثماني على يد الرئيس التركي .

أبرزت الصحيفتان أن تركيا تشهد أزمات سياسية واقتصادية لم تعرفها من قبل بسبب القبضة الحديدية وطبيعة نظام الحكم الذي انفرد به الرئيس التركي، وإقصاء الرأي الآخر، مما شكل حالة من الاستقطاب السياسي وكسر لوحدة المجتمع، أظهرت الدراسة أن الاتجاه الغالب حول صورة تركيا في صحيفة العرب اللندنية هو الاتجاه السلبي بنسبة ٨٧.٢٣% ثم الاتجاه المحايد وجاء الاتجاه الإيجابي لصورة تركيا من دون تمثيل، جاء الفاعل الرئيسي في المواضيع الخاصة بصورة تركيا في تلك الصحيفة هو الرئيس التركي طيب رجب أردوغان ثم حزب العدالة والتنمية .

وفي نفس السياق وبالتطبيق على الصحف البريطانية ركزت دراسة (2015) Bora, B. (١٢) على تمثيل تركيا في الجارديان، الديلي تلغراف، الإندبندنت، التايمز، وأعداد يوم الأحد بين عامي ٢٠٠٧ و ٢٠١٣ وشملت الدراسة ٣٢ حدثاً رئيسياً في التفاصيل والعمل على المقالات والافتتاحيات والصفحة الأولى ومن أهم النتائج أن التغطية تتعلق أساساً بالبشر وانتهاكات الحقوق، حرية الصحافة، القضية الكردية، المناقشات حول الإبادة الجماعية للأرمن، التراث العثماني لتركيا، العلمانيين الأتراك، ومحاكمات الجيش التركي، بشكل عام الصحف البريطانية قدمت تركيا "على أنها مقبولة، ولكنها لا تزال أدنى من «نموذج الآخر» بالنسبة للاتحاد الأوروبي.

(٢) دراسات سعت نحو رصد وتحليل صورة تركيا في القنوات الفضائية:

اهتمت دراسة CANSUN, S, ARIK, E. (2019) (١٣) بكيفية تصوير تركيا في القنوات الفضائية الإخبارية من خلال التركيز على بي بي سي باستخدام تحليل المحتوى وانطلاقاً من اختبار فروض نظرية الأطر الخبرية ، وعلى عينة مدتها ١٨ شهراً في الفترة بين ديسمبر ٢٠١٦ ويونيو ٢٠١٨، أظهرت النتائج أن تركيا احتلت المرتبة رقم ١٧ بين الدول في BBC news وغالباً ما كان مرتبطاً بدول هي سوريا، الولايات المتحدة الأمريكية، وألمانيا، وروسيا، وهولندا دولياً. كان البلد الأكثر استشهاداً هو سوريا بمعدل (٤٨٥ مرة)، الاستخدامات المتكررة في أخبار تركيا كانت لكلمات "تركيا، تركيا أردوغان"، الشعب، سوريا، الحكومة، الكردية، السورية، الدولة، والانقلاب .

تم تمثيل تركيا كدولة يحكمها زعيم مؤثر هو الرئيس (أردوغان)، الذي يعاني من توترات مع الجماعات الكردية المسلحة، المتورطة في حرب داخلية سورية، وتعاني تركيا من محاولة انقلاب فاشلة في تركيا وهاجمت حركة المعارض غولن، استخدمت بي بي سي ثلاثة أطر إخبارية بشكل خاص هي اطار الصراع (أردوغان ضد غولن، تركيا ضد سوريا، تركيا مقابل الجماعات الكردية المسلحة) ، إطار المصلحة الإنسانية (المعاناة بسبب الإرهاب والحرب والقمع) و إطار المسؤولية (أردوغان كمنقذ).

وفي نفس السياق سعت دراسة السيد، محمود أحمد لطفي. (٢٠١٩) (14) إلى رصد وقياس تأثير وانعكاس تغطية البرامج الإخبارية بالفضائيات العربية لأزمة توتر العلاقات المصرية التركية في مستويات معرفة الجمهور، والوقوف على أهداف وطبيعة وسمات تغطية البرامج الإخبارية العربية لأزمة الخلاف المصري التركي، انطلقت الدراسة من نظريتين هما : الأطر الخبرية ، ونظرية فجوة المعرفة ، واستخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي .



وتضمنت عينة الدراسة التحليلية تضمنت الفقرات التي تناولت أزمة توتر العلاقات المصرية التركية في برنامج " من القاهرة " على قناة مصر الإخبارية ، وبرنامج "بانوراما العربية" على قناة العربية، وتضمن عينة الدراسة الميدانية ٤٠٠ مفردة من الجمهور المصري ، وتوصلت الدراسة إلى تنوع الأطر المستخدمة في تغطية البرامج الإخبارية العربية عينة الدراسة لأزمة توتر العلاقات المصرية التركية جاء إطار الصراع في مقدمتها وجاء في المرتبة الثانية إطار الأسباب ثم في المرتبة الثالثة إطار الحلول ثم إطار الاهتمامات الانسانية ثم إطار النتائج الاقتصادية ، الإطار الأخلاقي .

وبالتطبيق على تصوير تركيا في القنوات الفضائية المصرية والموجهة سعت دراسة عبد المولى ، الهام صلاح (٢٠٢١) (15) إلى رصد و معرفة وتفسير وتحليل دور الفضائيات المصرية الحكومية والخاصة في مواجهة القنوات التلفزيونية المعادية وتصحيح المعلومات المغلوطة لدى الجمهور عن طريق تحليل أطر الأحداث البارزة التي تناولتها المضامين البرمجية في قنوات النهار والنيل للأخبار والشرق ومكملين والاساليب التي تتبعها تلك القنوات في صياغة الأخبار ورصد القضايا الداخلية المصرية ، وتحديد نوع الاستمالات المنطقية والنفسية المستخدمة في المعالجة الإعلامية للأحداث ، وتوصلت إلى أن كل من القنوات الفضائية المصرية و القنوات المعادية (الشرق - مكملين) باهتمامهم بقضايا الحرب على الارهاب (القواعد التركية في ليبيا) كأحد أهم القضايا السياسية المصرية من حيث الاهتمام و مساحة العرض والتناول الإعلامي المتصدر لأولويات هذه القنوات .

وأسفر التحليل الإعلامي لتناول العمليات العسكرية التركية في ليبيا عن تبين في الطرح من خلال الفضائيات المصرية والتي استعرضت العملية العسكرية المشتركة مع القوات الليبية لحماية البلدين طبقا لاتفاقية الدفاع المشتركة ، وبدافع حماية حدود مصر الغربية من التهديدات التركية للأمن المصري بضرب منظومة الدفاع الجوية التركية على الأراضي الليبية ، بينما أظهرت الدراسة أن القنوات المعادية باتت تشجب وتتدد بالتدخل السافر من وجهة نظرها وبتعبيراتها (من قوات الانقلاب المصرية في الشئون

الليبية) والتعدى الصارخ على قوات أردوغان "خليفة المسلمين" كما تطلق عليه في تناولها الإعلامي .

سعت بعض الدراسات إلى التركيز على تحليل وسائل الإعلام التركية المحلية والفضائية التركية الموجهة إلى العالم العربي ، ومنها دراسة فهمي، بسنت مراد (٢٠١٦) (١٦) التي اهتمت بالتعرف على دور الإعلام التركي الموجهة باللغة العربية من خلال قناة (TRT) ازاء الاوضاع السياسية العربية المختلفة لمعرفة التوجه الإعلامي السياسي لتركيا نحو قضايا المنطقة العربية ، وذلك من خلال تحليل مضمون كمى وكيفي للبرامج والنشرات المعروضة على القناة ، وانطلاقا من نظرية الأطر الخبرية باستخدام الأدوات المختلفة للتحليل التي تقدمها النظرية ، وأهم ما توصلت إليه الدراسة أن الاهتمام الأكبر في أخبار القناة كان للأزمة السورية ، وهو ما يتفق مع أجندة السياسة الخارجية التركية حيال سوريا كدولة جوار وما أصبح عليه الوضع السوري من تعقيدات انعكست على الأمن القومى التركى .

اتضح اتجاه قناة TRT العربية المتناغم مع سياسة تركيا تجاه دول المنطقة العربية ، حيث عكست القناة تارة مواقف صريحة واضحة العداء من قبل تركيا نحو بعض الأنظمة السياسية العربية وتارة استخدمت الإيحاءات والتلميح لتجنب الصراع مع القوى العظمى وفي نفس الوقت تحاول بث ما ينتقد مثل تلك القوى كالولايات المتحدة بطريقة خفية ، وفيما يخص معالجة الشأن المصرى تم طرح فكرة توتر العلاقات بين مصر وتركيا أكثر من مرة واعادة طرحها في اطار الانتخابات التركية وبرامج المرشحين وكيفية اعادة العلاقات بصورة طبيعية بين البلدين مرة أخرى .

وحول نفس الموضوع استهدفت دراسة يلود، مراد، و بلخيري، رضوان لعجيمي (٢٠٢١) (١٧) معرفة طبيعة التسويق الإعلامى لصورة تركيا من خلال قناة TRT التركية الناطقة بالعربية من خلال برنامجين هما برنامج سياسي " ولنا وقفة " ، وبرنامج "موازيك " الثقافي ، عينة الدراسة عشوائية منتظمة تضمنت ١٠ حلقات خمس حلقات لكل برنامج باستخدام منهج المسح وأداة تحليل المضمون ،



توصلت الدراسة إلى اعتماد كلا البرنامجين على الأساليب الترغيبية والعاطفية لاقتناع الجمهور بالرسائل المتضمنة في البرامج والتي استهدفت التسويق الإعلامي لتركيا ، كما أن أكثر القضايا المقدمة في البرنامج السياسي كانت القضايا التركية للتعريف بتركيا ونشر صورتها في العالم العربي ثم القضايا العربية وأخيرا العالمية ، المصطلح الأكثر توظيفا لوصف دولة تركيا في القناة كان "البلد الشقيق" للدلالة على الصداقة و العلاقات الجيدة مع البلدان العربية يليها مصطلح "البلد الجار" للدلالة على الألفة والمحبة ومصطلح "تركيا الثالثة" وهو مصطلح معتمد للدلالة على تركيا الجديدة التي تجمع بين الأصالة والحداثة .

سعى البرنامج السياسي بالقناة الى دعم القضايا العربية لكسب رصيد لدى الشارع العربي ، ودعم الموقف السياسي التركي ، وبث رسائل اقناعية تخص الوحدة بين دول العالم الإسلامي ، وخلصت الدراسة أيضاً إلى أن التسويق الإعلامي لصورة تركيا من خلال إعلامها الموجهة باللغة العربية هو تسويق مدروس يتم من خلال الرسائل المتضمنة في برامجها السياسية والثقافية والمصاغة بأسلوب قوي شكلاً ومضموناً، تستهدف من خلاله الإقناع بوحدة الدول العربية واسترجاع مجد الهوية الإسلامية ومواجهة العولمة عن طريق نشر العثمينة وثقافتها وافكارها في المحيط العربي.

وبالتطبيق على القنوات التركية المحلية وكيف ظهرت صورة تركيا من خلالها سعت دراسة Sik, Mehmet (٢٠١٣) (١٨) إلى دراسة الطرق التي تعمل بها الأخبار التلفزيونية المؤيدة لحزب العدالة والتنمية حول جولة أردوغان في الربيع العربي في مصر وتونس وليبيا بين ١٢ و ١٦ سبتمبر ٢٠١١، ومن خلال الدراسة يتضح كيفية بناء مختلف فئات النماذج القومية وإعادة إنتاجها في الخطاب الإعلامي داخل السياق السياسي والثقافي المعاصر لتركيا ، وتضمنت عينة الدراسة التحليلية التغطية الإخبارية لجولة أردوغان في الربيع العربي في المحطات التلفزيونية الموالية لحزب العدالة والتنمية في أوقات الذروة وهما محطتان JDP قناة تلفزيونية وتتميز بالثب الإسلامية، و قناة إخبارية تتبع سياسة البث العلمانية.

ومن أهم نتائج الدراسة إن اختيار طريقة صياغة الأخبار والطريقة التي يطرح بها الجمهور الأسئلة والمناقشة عملت جميعاً من ناحية، من أجل الثناء على الكاريزما وشعبية أردوغان، و من ناحية أخرى، بدا أن كل هؤلاء يضحون بالاهتمام القومي لحزب JDP بالربيع العربي وسعوا إلى طرق لإضفاء الشرعية عليه بدلاً من تبني موقف صحفي استقصائي .

وفي نفس السياق جاءت دراسة Baykan, Toygar (٢٠١٧) (١٩) حول تحليل الخطاب السياسي لحزب العدالة والتنمية وأظهر كيف تم تصوير نخبة الحزب في وسائل الإعلام المؤيدة للحزب وخصومه في السياسة والثقافة التركية. في هذا التحليل، تم استخدام مفهوم "الشعبوية". تفهم الشعبوية في هذه الورقة البحثية على أنها "رابطة ثقافية عاطفية" بين القادة/الأحزاب الشعبوية وأتباعهم .

تم تصوير اردوغان في كتاب الأعمدة المؤيدون للحزب على أنه «رجل الشعب» على عكس المرشح المنافس الذي تم تصويره على أنه مرشح ما يسمى بدوائر «الترك الأبيض»، تم التأكيد على قيادة أردوغان القوية وكفاءته الإدارية، على عكس الأسلوب البيروقراطي غير الفعال لخصومه، في الوقت نفسه، صورت نخبة حزب JDP المعارضة على أنها نخبة غربية أو على أنهم «الأترك البيض» من المدن الكبرى، تبرز الدراسة أوجه القصور في النظر إلى السياسة التركية فقط من حيث الانقسامات اليسارية اليمينية أو العلمانية الدينية.

(٣) دراسات سعت نحو رصد وتحليل صورة تركيا المقدمة من خلال الدراما التركية:

اهتمت دراسة الملاح، يوسف حسن (٢٠١٣) (20) بالتعرف على الدور الذي تقوم به الدراما التركية المدبلجة في رسم صورة تركيا الاجتماعية والثقافية والطبيعية لدى عينة ميدانية مكونة من طلبة جامعة الخليل وأسباب متابعة هذه الدراما التركية، استخدمت الدراسة منهج المسح التحليلي ، إضافة إلى إجراء دراسة ميدانية على عينة من ٢٩٠ طالب وطالبة جامعية، تنوعت أدوات جمع البيانات بين الاستبيان



واثنان من مجموعات النقاش المركزة ، اربع مقابلات مع متخصصين فى الدراما والمسلسلات التلفزيونية.

وأهم ما أظهرته الدراسة وافق ٧٣% من الطلاب على عبارة "أن قيم المجتمع التركى إيجابية" تلتها نسبة الموافقة على عبارة "الأتراك يحبون العرب والمسلمين" بنسبة ٥٠.٣% بما يدل على أن الصورة الذهنية عن المجتمع التركى أنه يحب العرب، ووافق ٣٤% من الطلاب على أن الصورة التى رسمتها المسلسلات التركية عن تركيا صورة سلبية بينما كان الحياد فى المرتبة الثانية .

وهدفت دراسة خالد، خريم، وشاوي، سهيلة. (٢٠١٤) (٢١) إلى استقصاء الصورة الذهنية للشخصية التركية كما عكستها المسلسلات التركية المدبلجة إلى اللغة العربية ، وذلك من خلال تتبع مواصفات الشخصية

التركية كما يصورها المسلسل ، والقيم الاجتماعية التى تتمثلها الشخصية التركية وتباين تأثيرها على المتلقين ، تم استدام منهج المسح واجراء دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة ال ٢٠ اوت بالجزائر مكونة من ٥٠ طالب وطالبة ، ومن أهم ما وجدته رأت نسبة ٦٠% من العينة أن الصورة التى كونتها المسلسلات التركية المدبلجة عن الشخصية التركية هى صورة سلبية ، وأفاد المبحوثون بأن الصورة القديمة المنطبعة فى أذهانهم من الكتب المدرسية عن المجتمع التركى أنه محافظ و متمسك بالعادات والقيم و المسلسلات التركية المدبلجة غيرا الصورة فأصبحت أن الشخصية التركية لديهم شخصية متحررة بعيدة عن القيم الإسلامية تعيش عيشة المجتمع الأوروبي ، و ينظر ٤٠% من أفراد العينة إلى الشخصية التركية نظرة إعجاب فهى شخصية متفتحة.

وبالتطبيق على المجتمع الجزائري ايضا وجدت دراسة كفية، و شمس، نريمان علوي (٢٠١٩) (٢٢) استهدفت الدراسة الإجابة على تساؤل يتعلق بكيفية نجاح الدراما التركية فى التسويق لصورة تركيا كوجهة سياحية وما الطرق التى تستطيع بها الجزائر تحقيق تلك الاشكالية ، و منهج الدراسة هو الوصفى التحليلى عن

طريق تحليل بيانات متعلقة بوزارة الثقافة والسياحة التركية و العمل على دراستها وتحليلها واستخلاص نتائجها، ومن أبرز النتائج استغلت تركيا الدراما عبر مختلف وسائل الإعلام كنهج تسويقي لسياحتها من خلال رسم صورة ذهنية لمناظرها الطبيعية والمتاحف والقصور والأماكن الأثرية الخاصة بها، وعام ٢٠١١ م بعد تصدير المسلسلات التركية لدول الجوار والوطن العربي .

وبعد المسلسل التركي الأشهر "اسميتها فريحة " ارتفع عدد السياح إلى تركيا من ٣١ مليون الى ٣٥ مليون سائح عام ٢٠١٢ ثم السياح العرب فى المرتبة الثالثة من السياح الوافدين إلى تركيا بعد الألمان والروس وذلك بعدد ٣ مليون سائح عربي عام ٢٠١٥ وفق آخر إحصائيات وزارة السياحة التركية .

وفى نفس المجال البحثي سعت دراسة قوراس، فنغور & قدواح (٢٠٢١)

(٢٣) إلى معرفة صورة تركيا من خلال الدراما التركية التاريخية ، استخدمت الدراسة منهج المسح ، قامت بتحليل مضمون عينة عمدية من حلقات مسلسل "المؤسس عثمان" الجزء الأول، باعتباره أشهر المسلسلات التركية والذي يتضمن حياة واحد من أبرز الشخصيات التاريخية، ومن أهم ما وجدته الدراسة أن الدراما التاريخية التركية من خلال مسلسل المؤسس عثمان ترسم صورة إيجابية عن تركيا، تسعى من خلالها لتحسين صورتها الخارجية والداخلية ، كما تم من خلال الدراما التركية التاريخية محاولة إعادة الارتباط بين المجتمع التركي بمختلف مكوناته العرقية ومرجعياته الايدلوجية والفكرية مع التراث السياسي والثقافي للإمبراطورية العثمانية من خلال الدراما التاريخية والعمل على تمرير رسائل صريحة وضمنية للشعب التركي لتبرير ضرورة اللجوء الى اليد الحديدية لحماية المكتسبات الحضارية لتركيا الجديدة .

وعن الدراما التاريخية التركية أيضاً سعت دراسة buraddi,

Naim (٢٠٢٢) (٢٤) للتعرف على أسباب تفضيل المشاهدين العرب لتلك الأعمال الدرامية، وكيف تدرك الحقائق التاريخية المقدمة في تلك الأعمال الدرامية، وما إذا كانت تلك الأعمال الدرامية تواجه تشويه صورة المسلمين من قبل وسائل الإعلام والسينما الغربية ، وذلك من خلال إجراء ٢٠ مقابلة مع مشاركين عرب مزدوجي



اللغة من مشاهدى الدراما التركية من تسع دول عربية مختلفة، ومن أهم نتائج الدراسة : نجحت هذه الأعمال الدرامية في تغيير آراء العرب ومشاعرهم تجاه تركيا من خلال ربطها بالإمبراطورية العثمانية بعد تصحيح بعض الصور النمطية بين العرب المقيمين في الغرب حول الأحداث المثيرة للجدل خلال فترة الإمبراطورية العثمانية،

وتناولت دراسة أحمد، عبدالعزيز موسى بسارة (٢٠٢٢) (٢٥) موضوع الدراما التركية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية من خلال تحليل وتفسير محتوى الدراما التركية المدبلجة الموجهة للمشاهدين في الوطن العربي، واعتمد الباحث على منهج المسح الميداني لعينة من مشاهدى الدراما التركية في ٣ محافظات بمدينة الخرطوم، وتم الاعتماد على عينة عشوائية غير منتظمة تضمنت ٧٥ مبحوث@، للتعرف على أسباب تفضيل المشاهدين العرب للدراما التركية المدبلجة، والأساليب الدرامية المستخدمة لتحسين صورة الأتراك لدى المجتمع العربي، ومن أهم النتائج ترجع أسباب تفضيل مشاهدة الدراما التركية إلى سيادة ثقافة العنف لدى المجتمع العربي .

المحور الثالث: دراسات اهتمت برصد وتحليل المعالجة الاعلامية للأحداث السياسية التركية واتجاهات الجمهور نحوها :

سعت دراسة منصور، راللا أحمد محمد عبدالوهاب. (٢٠١٩) (٢٦) الى رصد صورة تركيا من خلال تحليل عناصر الصورة وأبعادها واتجاهاتها وصناعاتها والمقارنة بين تلك الصورة خلال فترات أو مراحل زمنية مختلفة تمثل فترات مهمة في تاريخ تركيا، استندت الدراسة في اطارها النظرى على نظرية الأطر الخبرية إضافة الى مدخل التحليل الثقافى، اعتمدت على منهج المسح والمنهج المقارن، تضمنت عينة الدراسة المواد الخبرية المنشورة على موقعى (CNN العربية وروسيا اليوم)، بإجمالى ٧٣٥ مادة خبرية . وذلك خلال ثلاث فترات زمنية للتحليل هي : الفترة الأولى بالتزامن مع حادث مقتل السفير الروسى.

الفترة الثانية : الفترة ما بعد مرور عام كامل من الانقلاب العسكري التركي إضافة إلى أحداث قطع العلاقات العربية مع قطر والدعم التركي لقطر ووقوفها إلى

جانبها في تصريحات عدائية ضد الدول العربية ،الفترة الثالثة : فترة الانتخابات الرئاسية التركية وتداعياتها، وحازت على اهتمام عالمي نتيجة لتقرب التغيرات في السياسة الخارجية التركية .

وتوصلت الدراسة الى اتفاق المعالجة الصحفية في الموقعين على سلبية الصورة الخاصة بتركيا ،و كانت أكثر سلبية في موقع روسيا اليوم عنه في موقع الـ CNN بالعربية، واختلفت الصورة قليلاً في فترة التحليل الثانية والمتمثلة في فترة تدهور العلاقات التركية الأمريكية والتقارب مع روسيا وذلك في ظل محاولات من الجانب الروسي لاستقطاب الجانب التركي مستغلاً علاقات عدائية أو شبه عدائية مع الجانب الأمريكي ،اتفقت المعالجة الصحفية للموقعين محل الدراسة على بروز شخصية الرئيس التركي أردوغان كمؤثر فاعل في الأحداث .

تنوعت الأطر المقدمة عن صورة تركيا في موقعي الـ CNN بالعربية وروسيا اليوم ما بين سلبية وإيجابية في الفترة الاولى للتحليل ، وكانت الاطر الايجابية هي : إطار مكافحة الارهاب وإطار إعادة العلاقات الدبلوماسية بينما تمثلت الأطر في موقع روسيا اليوم في الأطر السلبية فقط، والتي تمثلت في أطر الصراع والانقلاب والضغط الأجنبي، وأثبتت الدراسة تأثير طبيعة العلاقات الدبلوماسية بين تركيا والدولة المقدمة للمحتوى على اتجاه المضمون المقدم عن تركيا حيث توصلت إلى أن الأيدلوجية السياسية للدولة هي التي تحكم التوجهات الخاصة بالمواقع الالكترونية الخاصة بكل دولة.

• محاولة الانقلاب التركي يوليو ٢٠١٦:

كان موضوع ((محاولة الانقلاب العسكري التركي الفاشل)) في يوليو ٢٠١٦ من أهم الأحداث السياسية التي شغلت اهتمام عدد من الدراسات الاعلامية العربية والاجنبية منها دراسة يوسف، أحمد. (٢٠١٦) (٢٧)

سعت الدراسة إلى التعرف على تغطية وسائل الاعلام العربية لمحاولة الانقلاب وكيف اختلفت طريقة التغطية حسب سياسة الدولة الباثة واتجاهها نحو



الرئيس التركي ونظام الحكم في تركيا ، توصلت الى أن طريقة تغطية الانقلاب في قناة العربية كثير من الانتقادات بما دفع المسؤولين بها للخروج بتصريحات تنفي فيه تحيز القناة وفرحها بمحاولة الانقلاب كما نشرت سكاي نيوز العديد من الأخبار الكاذبة التي لم تتحرى من مصدرها في ليلة محاولة الانقلاب ثم التراجع عنها .

وحول نفس الموضوع دراسة اوزدمير، محمد أحمد محمد، و الهزيمة، محمد عوض (٢٠١٨) (٢٨) التي استهدفت بيان واقع محاولة الانقلاب السياسي الفاشل في تركيا ٢٠١٦، وبيان دور الإعلام السياسي في إفشاله، قامت الدراسة على فرضية مفادها أن هناك علاقة ارتباطية بين الإعلام السياسي والانقلابات السياسية ، أعمدت الدراسة على المنهج التاريخي والمنهج التحليلي ، وأهم ما توصلت اليه الاعلام السياسي التركي بكافة اشكاله انشغل بمحاولة الانقلاب منذ الاعلان عنها و اصطف ضدها ، الاعلام السياسي تبني وجهة نظر هيئة الأركان التركية التي ليست مع محاولة الانقلاب فساهم ذلك في ان تفتقر همم الانقلابيين، وثبت صحة الفرض القائل أن هناك علاقة ارتباطية بين الإعلام السياسي والانقلابات السياسية

واهتم دراسات أجنبية بموضوع محاولة الانقلاب التركي منها دراسة Guiler, K (2016) (٢٩)

التي استهدفت التعرف على اتجاهات الاترك نحو الانقلاب، وتمت بعد فترة وجيزة من محاولة الانقلاب، توصلت الدراسة الى أن ٥٠ % من المبحوثين يقولون إنهم كانوا قد دعموا حزب العدالة والتنمية في انتخابات نوفمبر ٢٠١٥، ٢٥٪ قالوا إنهم يؤيدون حزب الشعب الجمهوري (CHP) ، ٥٤ % يقولون إنهم سيدعمون حزب العدالة والتنمية في الانتخابات القادمة ، يؤكد عدد من المبحوثين أن استبدال الحكومة البرلمانية في البلاد بنظام رئاسي من شأنه أن يدفع تركيا أكثر نحو دكتاتورية رجل واحد.

على الرغم من الدعم الساحق لأردوغان الذي أظهرته نتائج الدراسة رغم استخدام التكتيكات القمعية، لا يزال 35% فقط يوافقون على أن رئيس الجمهورية

يجب أن تكون أقوى من البرلمان ، لا يزال المواطنون الأتراك متفائلين حول مستقبل تركيا على الرغم من عمليات التطهير المستمرة التي أعقبت محاولة الانقلاب بالجيش والشرطة والقضاء ونظام التعليم ووسائل الإعلام .

رأى ٥٣ % من المبحوثين أن تركيا أفضل حالاً بعد الانقلاب الفاشل ، ورأى المبحوثين الأتراك أنه بالرغم من الدعم الشعبي للتحالف بين الغرب وتركيا إلا أن من بين خسائر الانقلاب الفاشل "عدم الثقة التركية في الغرب والولايات المتحدة والدول التي تغذى النزاعات الأخيرة مع الأمم المتحدة حول استراتيجيات مكافحة داعش، والخلافات مع الاتحاد الأوروبي بشأن أزمة المهاجرين، إضعاف العلاقة بين تركيا وحلف شمال الأطلسي"، و رأى ٨٨% من الأتراك عينة الدراسة يعتقدون أن مخططي الانقلاب تلقوا مساعدة من الخارج ، تم تفسير ذلك نتيجة تأطير الحكومة لمحاولة الانقلاب على أنها الذي يدعمه أجنبي (أي غربي).

اهتمت دراسات أخرى بالاحداث السياسية في فترة ما قبل محاولة الانقلاب والخاصة باحتجاجات جيزي عام ٢٠١٣ مثل دراسة Marat Zagidullin, Nergis Aziz , Sanat Kozhakhmet (٢٠٢١) (٣٠) التي سعت إلى التحقق مما إذا كانت السياسات الحكومية تجاه وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً في تشكيل مواقف المواطنين تجاه الحكومة التركية، و قدم الخطاب السلبي للحكومة التركية والخطوات المتخذة للسيطرة على وسائل التواصل الاجتماعي في أعقاب احتجاجات حذيفة جيزي عام ٢٠١٣ وقبل محاولة الانقلاب في يوليو ٢٠١٦ ، واستندت الدراسة إلى نظرية السلوك المخطط ، افترضت أنه في السياق التركي ، سيكون تواتر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ، ودرجة الوعي بالسياسات الحكومية ، ودرجة المشاركة السياسية ، ودرجة الثقة عبر الإنترنت تنبئ بشكل كبير بالمواقف تجاه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ونية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المستقبل.

أكدت الدراسة أن محاولات تشويه وتقويض منصات التواصل الاجتماعي من قبل الحكومة التركية في الفترة من ٢٠١٣-٢٠١٥ لم تنتج بشكل كبير بالاختلاف في



المواقف تجاه وسائل التواصل الاجتماعي سواء بين المؤيدين السياسيين أو المعارضة السياسية أو الأفراد الغير مشاركين سياسيًا.

• الأزمة التركية الروسية:

ومن الاحداث السياسية الهامة التي اهتمت بها الدراسات الاعلامية ((الازمة التركية الروسية)) ومنها دراسة Baykaldi, Sevgi (٢٠٢٣) (٣١) التي ناقشت فرضية انه يمكن استخدام الدبلوماسية العامة كنهج ممكن في الأزمات والاتصال عند تحليل الأزمات الدولية، كما في حالة تركيا وروسيا ؛ قضية إسقاط طائرة حربية روسية عام ٢٠١٥ واغتيال السفير الروسي في أنقرة عام ٢٠١٦ ، وتجب الدراسة عن تساؤل هل القيام بوظائف الدبلوماسية العامة (استراتيجيات الرسائل، التأثير، والمعلومات، والعلاقات، والترويج، والحرب، والسياسة ؛ التي تستخدمها الحكومات تختلف عند مواجهة الأزمة ؟

تم استخدام ثلاث مجموعات بيانات مختلفة (نشرات صحفية رسمية في كل من تركيا وروسيا، ومنشورات على تويتر من وزارة الخارجية والحسابات الرئاسية لكلا البلدين، والصحف الأكثر انتشارًا في الولايات المتحدة - نيويورك تايمز وواشنطن بوست وفي المملكة المتحدة - الجارديان، التايمز) لخصر وتحليل الاخبار التي تناولت الازمتين استمرت مدة التحليل فترة ١٣ شهرًا.

ومن أهم ما وجدته الدراسة أنه كانت الدبلوماسية التقليدية بين القادة والدبلوماسية وراء الكواليس مؤثرة في التخفيف من حدة الأزمات ، ظهرت ستة مواضيع شائعة من تحليل البيانات الصحفية الرسمية لوزارة الخارجية التركية وهي: إدانة الفعل، والتعازي، والعلاقات الثنائية، والتعاون، والسياسة، والاتصالات/المعلومات، ركزت الاخبار بالصحف الرئيسية في الولايات المتحدة (ذا نيويورك تايمز وواشنطن بوست) والمملكة المتحدة (الجارديان، التايمز) في تغطيتهم حدث السفير الروسي على استخدام عدة أطر خبرية هي «السياق والتحليل والأمن وإلقاء اللوم والعلاقات الثنائية والتعاون والسياسة الإقليمية».

قامت الجارديان بالتحقق في الأحداث من خلال دراسة أجزائها، أشارت إلى الداخل التركي، مشيرة إلى أن "تركيا نفسها منقسمة داخلياً ، هناك مجموعة قوية حول أردوغان تريد تقليص خسائرها مع الاتحاد الأوروبي بعد سنوات من الرفض وعدم الامتثال لإيواء ملايين اللاجئين السوريين، ويقول آخرون إن أوروبا تظل الطريق الوحيد القابل للتطبيق للتحديث الاقتصادي، وعرضت بعض القصص الخبرية أن "حزب العدالة والتنمية (AKP) الذي ينتمي إليه أردوغان زاد بشكل متزايد من حدة الحملة على منتقديه، ليشمل الصحفيين والكتاب والمحربين ورسامي الكاريكاتير والمتقنين.

• الانتخابات التركية :

من الأحداث السياسية التركية الهامة ((الانتخابات التركية)) التي تعرضت لها دراسات منها دراسة Sen, A. F (2022) (32) التي تناولت التغطية الانتخابية، وتهدف إلى فهم كيفية الإبلاغ عن الانتخابات ،وما إذا كانت أخبار الانتخابات تتضمن مناقشات سياسية في مجال عام ديمقراطي ومقارنة الاختلافات وأوجه التشابه في وسائل الإعلام التجارية حول قضية الانتخابات المحلية المؤرخة في ٣١ مارس ٢٠١٩ في تركيا، العينة كانت بالحصر الشامل، التحليل الكمي لمحتوى الانترنت بشأن جميع المقالات التي تم جمعها عن مواضيع الانتخابات في الإطار الزمني المحدد من المواقع الشبكية للمؤسسات الإعلامية التي تمثل وسائل الإعلام الإخبارية التركية الرئيسية والتجارية. وفقاً لذلك، تم تضمين Hürriyet و Habertürk لكونهما شركتين إعلاميتين عملاقين ويمثلان خط يمين الوسط السياسي و Ensonhaber هو موقع رقمي وأحد أكثر المواقع الإخبارية التي تم البحث عنها في التحليل ،ومدة الدراسة كانت فترة خمسة أشهر.

وجدت الدراسة إجمالي ٤٠٢ تقريراً إخبارياً عبر الإنترنت، وأصبحت الحملة الانتخابية نفسها موضوعاً أكثر أهمية للنشر، والتقارير السياسية أكثر تركيزاً على المرشحين وتركيزاً على خصائص الشخصية للمرشحين ؛ وهذا يؤدي إلى إضفاء الطابع الشخصي على تغطية الانتخابات و التغطية الإخبارية للانتخابات لم تتضمن أي



نقاش نقدي وتعددي حول قضايا السياسة، وبدلاً من ذلك، ركزت على بيانات الاقتراح والجدل وتكتيكات الحملة، ووسائل الإعلام التجارية تتماشى مع الاتجاه السائد وهو تجاهل المناقشات النقدية .

***حوادث الارهاب فى تركيا :**

تعرضت بعض الدراسات الى ((الحوادث الإرهابية فى تركيا)) وقارنتها بحوادث مماثلة فى فرنسا وكيف تم تقديمهما فى وسائل الاعلام الاخبارية مثل دراسة Nickerson, Connor (٢٠١٧) (33) التى بحثت موضوع الهجرة وصلتها المحتملة بالإرهاب حيث ساعدت العولمة فى تشجيع الخوف من من هم "غير الغربيين مع التذرع بالتعاطف مع الغربيين. وتؤدي وسائل الإعلام على وجه الخصوص دوراً هاماً فى تشكيل التصورات العامة عن المهاجرين بما فى ذلك الاعتقاد بأن المهاجرين هم المسؤولون أساساً عن الأعمال الإرهابية، وأهم ما وجدته أن المواقف تجاه المهاجرين تبنت كيفية عرض وسائل الإعلام الأمريكية تقارير خبرية عن الإرهاب، والتي تقوم على فكرة "أبدأ بوصف للعولمة وانعدام الأمن الذي تعززه فى القطاع العام من خلال الخطاب المشحون سياسياً وعاطفياً".

و من خلال تحليل محتوى المقالات الإخبارية المحلية والوطنية، قارنت بين معالجة الأحداث التى جرت فى كل من فرنسا وتركيا، وتصوير وسائل الإعلام فى الولايات المتحدة للأحداث فى كلا البلدين ، وكيف يتأثر ذلك بالتصورات عن المهاجرين وكيف يعمل هذا التصوير أيضاً على التأثير على الاتجاه نحو المهاجرين فى الولايات المتحدة.

• الأحداث المتعلقة بالأقليات فى تركيا:

وفى إطار تغطية الاحداث السياسية التركية أيضاًهتمت عدد من الدراسات بدراسة تصوير ((الاحداث المتعلقة بالأقليات فى تركيا)) متخذة من الأحداث السياسية التاريخية أساساً لها مثل دراسة Bazirgan, Bengi (2015) (٣٤) التى اهتمت بدراسة الأرمن ،وسعت للإجابة على تساؤل حول كيف «المسألة الأرمنية» فى تركيا

تقدم مساحة يتم فيها بناء وإعادة إنتاج أشكال مختلفة من القومية التركية، وتتناول روايات متعددة الأوجه من أعضاء المجتمع الأرمني، ومن خلال استخدام هذا المصطلح، والكشف عن غموض أعمال العنف الجماعية ضد الأرمن، وقصرها على فترة الإمبراطورية العثمانية، وبيان كيف تتجاوز هذه القضية سياسات الإبادة الجماعية، ويتم الكشف عن أوجه الاتساق والتناقض بين الخطاب الإخباري وردود الأشخاص الأرمن الذين أجريت معهم مقابلات بشأن الأحداث وعددهم ٤٥ مبحوث أرمني

تم إنشاء فئات الأبطال والأشرار في الهيكل السردى للأخبار، وتتأطر المسائل بين هذه الأرقام، من هذا الجانب، تم إنشاء ثنائية تقريبية للغاية بين الأذربيجانيين كضحايا والأرمن كجناة في الأخبار من أجل فرض فكرة المجتمع الأرمني الجزء المذبذبة الفعلية في المناقشة حول الإبادة الجماعية للأرمن، رأى المبحوثين الأرمن أن العملية المستمرة لتشكيل الدولة القومية التركية على «القومية التي تفقدها الدولة» أو «قومية بناء الدولة»، ولا تزال تؤثر على معاملة وتمثيل المجتمع الأرمني، كما أفاد الأرمن أنه في التأريخ الرسمي الخاص فيما يتعلق بالعنف الذي تفقده الدولة ضد الأرمن في الماضي والحاضر تستند وتبرر من خلال قضايا الوحدة الوطنية والأمن، والتجانس العرقي والديني، وأفكار الأعداء الداخليين والخارجيين المفتعلين فعلى الرغم من فهم المواطنة في تركيا إلا أن ممارسات الدولة الفعلية تشير إلى «وجهة نظر قومية عرقية» .

وبالتطبيق على أقلية أخرى اهتمت دراسة **Yücel, A., & Boyraz, C. (٢٠٢٤) بطائفة الروما** ركزت هذه الورقة البحثية على ديناميات ونتائج عملية افتتاح مركز لطائفة الروما في إطار آفاق تطوير مفهوم المواطنة النشطة في تركيا كما تتناول الدراسة التغطية الإخبارية لعملية افتتاح طائفة الروما وعواقبها، ودور وسائل الإعلام في تعزيز المثل العليا للمواطنة النشطة. استنادا إلى تحليل كيفي للمحتوى الاخباري.



حيث ظهر على قناة بن تي في التلفزيونية المحلية انتقاد أوزكان بورسو، النائب الأول للروما في الجمهورية التركية من الحزب المعارض، "حزب الشعب الجمهوري" مبادرة الروما وذلك لعدم القضاء على الحرمان الشديد القائم منذ فترة طويلة من حياة الروما في عام ٢٠١٥، كما أوصى مجلس أوروبا عام ٢٠١٢ باستخدام مصطلح «الروما» 'Roma' instead of 'Gypsy' بدلاً من «الغجر» أو غير ذلك من الأسماء التحقيرية والمهينة منذ عام ٢٠٠٦.

أظهر التحليل الكيفي لوسائل الاعلام التركية التى تناولت احداث الروما ان عرض افتتاح المشاريع كان عرض للقضايا الشمولية، التقارير مصممة بشكل جيد، وعروض للرسومات الإحصائية والمجال الذي تحقق المشروع، أعمال الفيديو مشرقة بشكل أساسي من خلال التأثيرات اللاحقة والخطوط الصوتية الدرامية، البيانات الصحفية مدعومة بهذه المواد بالإضافة إلى اجتماعات استشاريين من الطائفة.

• زلزال تركيا فبراير ٢٠٢٣:

تعرضت بعض الدراسات للمعالجة الاعلامية ((حادث الزلزال المدمر الذى تعرضت له تركيا))، وكيفية تصوير دور الدولة التركية والعلاقات التركية بدول الجوار ومنها دراسة محمد عبد الوهاب منصور، ر.ال.ا. (٢٠٢٣) (٣٦) حيث استهدفت الدراسة التعرف على أطر المعالجة الخبرية والأطر المرئية لأحداث زلزال تركيا وسوريا التى أظهرتها المواقع الخبرية العالمية والكشف عن توجهات المواقع الاخبارية العالمية حيالها و اتجاه الجمهور نحوها ،اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفى والتحليلى لتحليل دلالات تأطير الصور المرئية ، إضافة الى اسلوب المقارنة المنهجية لرصد أوجه التشابه والاختلاف بين الاطر الخبرية و دلالات تأطير الصورة فى المواقع العالمية ، وشملت العينة عدد من المواقع الالكترونية العالمية الاكثر متابعة لدى الجمهور وهى DW الألمانية ،روسيا اليوم الروسية RT ، CNN الامريكية ، البريطانية BBC، الاهرام المصرية ، إضافة الى تطبيق دراسة ميدانية على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من المقيمين بالقاهرة الكبرى المتابعين لاحداث زلزال تركيا وسوريا .

وتوصلت الدراسة الى أن المواقع الالكترونية قدمت حدث الزلزال برؤية تحمل التعاطف وفي نفس الوقت لا تخلو من الادلة المنطقية ، وظهر موقع الاهرام كأكثر المواقع الالكترونية موضوعية حيث اهتم بالجانبين التركي والسوري دون مهاجمة لأحد أو تحيز لدولة أو نظام وتعتمد إبراز مساعدات جامعة الدول العربية وكلمات الرؤساء العرب لمساندة الأشقاء في البلدين حيث نحت تجاه تدعيم الصلات مع البلدين في تلك المحنة ، وأبرزت ICNN الامريكية الدور المصري ، وزيارة وزير الخارجية المصري الى تركيا وسوريا وتقديم المساعدات العاجلة والمشاركة في جهود الانقاذ للضحايا و أن مصر تسعى لإعادة العلاقات وإنهاء القطيعة بين الدولتين تركيا وسوريا كما ركزت على اتهام المعارضة لاردوغان بالاستجابة البطيئة وضعف التنسيق مع مؤسسات الدولة في جهود الانقاذ ، وبالنسبة الى الاتجاهات الوجدانية للجمهور جاءت عبارة أشعر أن مصر وقفت بجانب تركيا رغم الخلافات السياسية بينهما " حازت على أعلى وزن نسبي .

وحول موضوع زلزال تركيا أيضاً سلطت دراسة Marat Zagidullin, Nergis Aziz (2024) (٣٧) الضوء على دور التحقق من المعلومات في الصحافة، نظراً لأن الصحفيين، استناداً إلى نظرية الموضوعية، مسؤولون عن دحض التداول والتحقق منه على أساس المصادر، اعتمدت الدراسة منهج مختلط يستند إلى تحليل مقارنة للمحتوى في مدة زمنية قدرها ٥٩ يوماً، بالتزامن مع الزلزالين التركي والسوري ، وشهر ونصف إضافي، من أجل تغطية المعلومات الخاطئة المستمدة ليس فقط من الإنقاذ، ولكن أيضاً من إعادة إعمار كلا البلدين.، وشملت رسائل منشورة على الشبكة الاجتماعية X نظراً لتأثير هذه المنصة الاجتماعية، والانتقال الى الحسابات التي تم التحقق منها للهيئات الرسمية لتركيا وإسبانيا، شملت أيضاً ست وكالات أنباء هي (رويترز، أسوشيتد برس، وكالة الأنباء الفرنسية، دويتشه برس)، وكالة الأنباء الرئيسية في إسبانيا، EFE، والأناضول، وكالة الصحافة الرئيسية للحكومة التركية، وكذلك النسخة الإسبانية لوكالة فرانس برس، نظراً لأن لديهم جميعاً ملفات تعريف محددة للتحقق من الأخبار.



ووجدت الدراسة في فئة المعلومات المضللة إن "التغريدات التأميرية" conspiratorial tweets هي تلك التي تحظى بأعلى مشاركة ونقاش، تليها على مسافة بعيدة تلك التي تضر بالسمعة ، حيث تم اعادة نسخها ونشرها 1,196,754 مرة ، ومن اللافت للنظر أنه لم تستخدم الوكالات ولا الهيئات الرسمية قنواتها لطمأنة السكان وضمان السلامة العامة.

وحول نفس الموضوع افترضت دراسة Aldamen, Y., & Abdul Jaleel, D. T. (٢٠٢٤) (٣٨) أن التغطية الإعلامية لزلزال ٢٠٢٣ تستدعي الذاكرة الجماعية لزلزال ١٩٩٩ م، سعت للإجابة على تساؤل إلى أي مدى يؤثر الزلزال الذي حدث في عام ١٩٩٩ م على الطريقة التي تغطي بها المواقع الخبرية على الإنترنت الزلزال الذي وقع في تركيا عام ٢٠٢٣، وطُبقت طريقة تحليل المحتوى النوعي، والمحتوى الذي تم جمعه للتحليل يمتد من ٧ فبراير إلى ٧ أبريل ٢٠٢٣م، مما يضمن تمثيلاً شاملاً لاستجابات وسائل الإعلام على الفور في أعقاب زلزال ٢٠٢٣م، ومواقع Sabah.com، Hurriyet.com إضافة الى TRT News Online وBBC News التحليل الكيفي لفحص وتفسير المادة سياق التغطية الإعلامية .

وتوصلت الدراسة إلى أن تحليل التغطية الإعلامية لزلزال ٢٠٢٣ قد أظهر القليل من التذكر الجماعي لزلزال عام ١٩٩٩ خاصة في المواقع الاخبارية العالمية.

المحور الرابع : دراسات تناولت رصد وتحليل المعالجة الاعلامية للعلاقات التركية بالاتحاد الاوروبي :

اهتم عدد من الدراسات بتحليل العلاقة بين تركيا والاتحاد الأوروبي كما ظهرت في الخطاب السياسي للمسؤولين وكما تناولتها وسائل الاعلام منها دراسة Sirin, Başar (٢٠٢٠) (٣٩) التي استهدفت معرفة تأثير وسائل الاعلام الألمانية على قرارات السياسة الخارجية للحكومة الاتحادية، بحثت العلاقات بين ألمانيا وتركيا

من حيث مشاركة الحكومة الألمانية والمجتمع الألماني في السياسة الخارجية، وجرى تقييم تأثير وسائل الاعلام على هذه القرارات من خلال " التأطير "، وقد حددت هذه الدراسة أربع حالات تتعلق بالسياسة الخارجية في عدد من الفترات الزمنية ، تم اختيار مفاوضات انضمام تركيا إلى الاتحاد الأوروبي ، والقضية الكردية في تركيا ، واتفاقية اللاجئين بين الاتحاد الأوروبي وتركيا لعام ٢٠١٦ ، واحتجاجات جيزي بارك التي وقعت في عام ٢٠١٣ للتحليل ، وتضمنت عينة التحليل مجلة الأخبار الأسبوعية الرائدة Der Spiegel إضافة الى أهم صحف النخبة في ألمانيا ، فرانكفورتر Süddeutsche Zeitung، Allgemeine Zeitun .

وأهم ما توصلت إليه الدراسة أن تأثير وسائل الإعلام على قرارات السياسة الخارجية القصيرة الأجل والتي شاركت فيها الحكومة الألمانية بشكل غير مباشر كان أكثر أهمية، على الرغم من أن وسائل الإعلام الألمانية الخاصة بالنخبة لم ترفض رفضاً قاطعاً قرارات الحكومة الألمانية وسياسة اللاجئين، إلا أن تلك الوسائل أنكرت علناً وجود حل مشترك مع تركيا.

وبالتطبيق على وسائل الاعلام البريطانية سعت دراسة Paksoy, A. F. and Negrine, R. (2016) (٤٠) إلى التعرف على العلاقات التركية الاوروبية كما تم تصويرها في وسائل الاعلام البريطانية وركزت على الجارديان و الديلي تلجراف والفانينانشيال تايمز و ديلي ميل، ديلي ميرور، وبي بي سي نيوز أونلاين وذلك في الفترة من الأخبار بين عامي ١٩٩٩ و ٢٠٠٦، تستهدف الدراسة الإجابة على السبب وراء تصوير تركيا على أنها «شخص آخر إيجابي» في دراسة التغطية الإعلامية للعلاقات التركية الاوروبية بين عام ١٩٩٩ «تركيا كمرشح رسمي لعضوية الاتحاد الأوروبي» و عام ٢٠٠٦ م «عندما توقفت المفاوضات فعلياً» ويستند التحقيق إلى تحليل كفي للمحتوى .

أظهرت الدراسة أن الصحف اليومية البريطانية مثلت تركيا على أنها الدولة «الأخرى الإيجابية». وأكدت فرضية أنه يمكن أن تؤدي العضوية التركية إلى اتصال أفضل بين الاتحاد الأوروبي والدول الإسلامية ويمكن أن تفيد المملكة المتحدة من



حيث المواجهة مع المحور الفرنسي الألماني في الإتحاد، ومن ثم، وفقاً لهذه الدراسة، فإن هناك دعم من وسائل الإعلام البريطانية للعضوية التركية للاتحاد الأوروبي و كانت العضوية مسألة استراتيجية وعملية، وتجدر الإشارة إلى أن وقت إجراء الدراسة كانت بريطانيا مازلت عضواً بالاتحاد الأوروبي ولم تخرج منه .

وبالتركيز على مسار عملية انضمام تركيا للاتحاد الأوروبي سعت دراسة، Ali Balci & Filiz Cicioglu (2020) (٤١) إلى توضيح دور الخطاب حول تركيا، وعملية عضويتها في الاتحاد الأوروبي في محاولة اليمين المتطرف الأوروبي للحصول على السلطة من خلال تحدي القيم الأساسية للاتحاد الأوروبي من خلال الخطاب المناهض لتركيا، تم تحليل خطاب ثلاثة أحزاب يمينية متطرفة في فرنسا وهولندا والنمسا حيث أفرط اليمين المتطرف في استخدام قضية تركيا خلال الحملات السياسية خاصة حتى منتصف عام ٢٠١٠، وكان اليمين المتطرف الأوروبي دائماً ثابتاً للغاية في رفضه لعضوية تركيا.

على الرغم من أن بعض الفاعلين السياسيين الأوروبيين في عدد من البلدان قد ردوا على القوة التنظيمية المتزايدة لليمين المتطرف، إلا أنهم لم يتجاهلوا أبداً التعددية باعتبارها القيمة الأساسية للاتحاد الأوروبي، ومن اليمين المتطرف إلى آراء النخبة و الجمهور العام اهتمت دراسة Canan-Sokullu, E. S. (2020) (٤٢) بانضمام تركيا الممتد عبر سنوات إلى الاتحاد الأوروبي من وجهة نظر الرأي الجماهيري والنخبة في أوروبا، مع التركيز على تأثير ارهاب الدولة والخوف بشأن الهجرة من خلال دراسة وتحليل كمى لبيانات استطلاعات الرأي العامة والنخبة في الفترة من ٢٠٠٦-٢٠٠٨، تثبت الدراسة أن ارهاب الدولة والخوف من الهجرة يساهمان في القلق المتزايد في أوروبا فقط على المستوى الجماهيري.

تناولت بعض الدراسات العلاقة بين تركيا والاتحاد الأوروبي من منظور آخر حيث اهتمت بدراسة الاسلاموفوبيا ودورها في عرقلة انضمام تركيا للاتحاد وأثرها على الجاليات التركية في أوروبا مثل دراسة Maritato, C. (2022) (٤٣) التي سعت إلى تحليل وتوضيح كيفية قيام مؤسسات الدولة التركية مثل رئاسة الشؤون

الدينية (Diyanet) بتأطير الإسلام وفوبيا على أنها مشكلة قائمة على الدين، و«مشروع معاد للإسلام».. وتعزيز السرد الثنائي بين أوروبا العلمانية والمهاجرين المسلمين، عينة الدراسة تضمنت التقارير والمنشورات التي تم تسليمها حول الإسلاموفوبيا والإدارة العامة للعلاقات الدولية، التي تخضع لرئاسة الشؤون الدينية، وتحليل البرنامج التلفزيوني «صناعة الإسلاموفوبيا» (Islamofobi Endüstrisi) والذي بث بين عامي ٢٠١٨ و ٢٠١٩ على قناة (TRT Diyanet) التلفزيونية، والمقابلات مع الضابطات عاملين في مساجد ديانت النمساوية (في فيينا).

ومن اهم النتائج أنهم أشاروا إلى الإسلام وفوبيا كمشكلة تؤثر على المجتمع المحلي. كما تحدثوا عن تجارب شخصية مع التمييز، في ضوء تصاعد الهجمات المعادية للإسلام و التمييز المتصل بالمواقف العنصرية والمعادية للأجانب، وهجمات ١١ سبتمبر كنقطة تحول للإسلام والمسلمون، الحدث الفاصل الذي جعل الإسلام لا يُنظر إليه على أنه دين ولكن على يمكن أن تخلق صناعة كاملة من الخوف، وأثبت تحليل المحتوى أن تركيا تعرف نفسها على أنها الراعي الإنساني لحقوق الإنسان والملتزم بحماية «المسلمين الذين يعيشون في الغرب» من الامبريالية الغربية، فلم يقتصر الرئيس التركي رجب طيب أردوغان على تعريف الإسلاموفوبيا على أنها «معاداة السامية الجديدة» و «جريمة ضد الإنسانية» ولكنها انتقدت أيضاً الدول الأوروبية لعدم تصرفها ضد الإسلاموفوبيا.

وعلى الجانب الآخر كيف يرى الاتراك الاتحاد الأوروبي وعملية الانضمام الطويلة والمتعثرة كان ذلك موضوع دراسة B. Hergüner . (٢٠٢٠). (٤٤) التي قدمت سرداً مفصلاً للعلاقة التركية الأوروبية والقضايا والتحديات خلالها، إلى جانب ذلك، تم اجراء دراسة حالة في جامعة حديثة في منطقة البحر الأسود في تركيا للتعرف على تصور طلاب الجامعات حول العلاقات بين الاتحاد الأوروبي وتركيا من خلال الاستعارات في الدراسة، شملت العينة ٤٧ مبحوثاً .

ومن أهم ما وجدته الدراسة أنه ، تم استخدام تشبيهات لفظية للدلالة على علاقات الاتحاد وتركيا مثل استعارة « عجلة تروس » "gearwheel" «العلاقات بين



الاتحاد الأوروبي وتركيا"، وصف بعض الطلاب الأتراك الاتحاد الأوروبي بـ "العقرب" للدلالة على عدم الأمانة في التعامل مع تركيا.

ركزت بعض الدراسات على اللاجئين السوريين والاتفاقية الموقعة بين الاتحاد الأوروبي وتركيا منها دراسة **Futák-Campbell, B., & Pütz, M.** (2022) (٤٥) سلطت الضوء على قرار أنجيلا ميركل بفتح حدود ألمانيا للاجئين في سبتمبر ٢٠١٥ م ودعمها لبيان الاتحاد الأوروبي وتركيا في مارس ٢٠١٦، ودور وسائل الإعلام المحلية في هذا القرار تحاول الدراسة الكشف عن هذه الصلة وكيفية عملهم معا ، لذلك تم اجراء دراسة تحليلية واستخدام تحليل الخطاب لأربع صحف ألمانية تناولت موضوعات اللاجئين وصفقة اللجوء بين الاتحاد الأوروبي مع تركيا.

ومن أهم ما توصلت اليه الدراسة في الكشف عن الاتجاهات العامة حول عن «أزمة اللاجئين» في الصحف الألمانية Die Bild و Taz و Süddeutsche Zeitung و Die Welt كانت الأطر المقدمة لوصف اللاجئين اطار (ضحية) او (متسلل دخيل) فإن الأول يصف الأشخاص المتنقلين كلاجئين وفقاً للقانون الدولي، الضحايا الأبرياء الذين اضطروا إلى الفرار ويمكن استقبالهم برأفة ومساعدة، على النقيض من ذلك، فإن الوصف الآخر يصف عادةً نفس الأشخاص مثل طالبي اللجوء الذين يسيئون فعلياً إلى الحق في طلب اللجوء والمواد العلاجية يهدد المصالح والإنجازات المحلية.

ولم يقتصر الاهتمام البحثي باللاجئين على تغطية اخبار اتفاقية اللاجئين بين تركيا والاتحاد الأوروبي فقط ، وإنما عنيت عدة دراسات بالتركيز أكثر على اللاجئين السوريين ومعالجة قضاياهم إعلامياً وإتجاه الأتراك نحوهم ، وعلاقات السوريين بالمجتمع التركي منها :

دراسة مركز الهجرة والسياسة بجامعة هاسيتيبي (2014) (٤٦) التي أجراها في ست مدن تركية بناءً على مقابلات مع السوريين والأتراك وتحليل وسائل الإعلام والمنظمات غير الحكومية حيث تم إجراء ٤٤ مقابلة متعمقة مع (٧٢ مع سوريين و

٧٢ مع الأتراك)، أجريت أيضا تحليل لوسائل الإعلام الوطنية والمحلية والمنظمات غير الحكومية، أظهرت نتائج الدراسة ان نسبة كبيرة من السوريين يعبروا عن استيائهم من أن أوضاعهم الإنسانية أصبحت موضوعا للسياسة التركية، وكشفوا عن انزعاجهم من لقب «شعب الحكومة/أو شعب الرئيس أردوغان»، منذ أن قبلهم الرئيس أردوغان بتركيا وهذا يسمح للمعارضة بتجاهل وضعهم الإنساني، وأظهر الاستطلاع أن السوريين يفضلون «الآخرين» في تركيا، على سبيل المثال، يفضل العرب السوريون المناطق التي يعيش فيها العرب ومجموعات أخرى، وجد السوريون التركمان أنه من الأسهل التكيف مع الحجم الصغير نسبيا ولدية ميزة اللغة والإثنية.

وأشارت المقابلات مع الأتراك إلى أن معظمهم يريدون عودة السوريين إلى بلادهم في أقرب وقت ممكن، وبينما احتضنوا السوريين وهم يهربون من الحرب، يجب على اللاجئين معرفة القيود والامتنال لقواعد المنطقة فيما يتعلق بفكرة الضيافة، وإنهم لا يريدون أن تستقبل تركيا المزيد من السوريين ويطالبون أيضا بوضع اللاجئين في المخيمات، و الشكوى المتكررة من المبحوثين الأتراك هي أن وجود السوريين «غير المنضبطين» يهدد الاقتصاد والقواعد الأمنية والأخلاقية.

وحول اللاجئين أيضا أهتمت دراسة Abdelhady, Dalia (2017) (٤٧) بالتمثيل الإعلامي والجوانب السياسية والاجتماعية لاستقبال اللاجئين السوريين بالمقارنة بين الأردن وتركيا كما تم تمثيله في جريدتين في كل من البلدين خلال عام ٢٠١٥م، ووجدت الدراسة أن "التنافس والصراع" على أنهما الإطار الأكثر هيمنة في تغطية الصحف للاجئين، في هذا التحليل، إلى جانب "العواقب الاقتصادية" إطار التوتر، في تركيا، يفسح إضفاء الطابع الإنساني على اللاجئين السوريين المجال لإيذائهم وإضفاء الطابع الإنساني على المنقذين الأتراك، والتأكيد على عظمة الحضارة التركية، وأهمية الارتقاء إلى مستوى التوقعات التي تتناسب مع هذه العظمة.

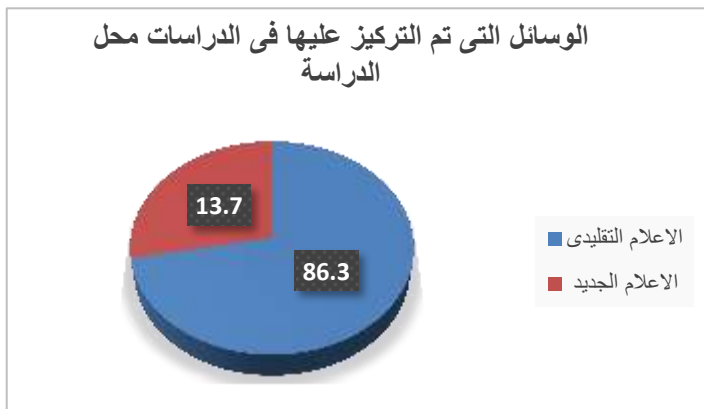
في الخطاب الاعلامي التركي: السوريون هم "ضيوف" يحتاجون إلى المستشفى فقط لفترة قصيرة، ويتم تصوير اللاجئين انهم يجهدون الاقتصاد بسبب تفاقم البطالة والإيجارات لتبرير تغييرات السياسة سواء لإغلاق الحدود في مواجهة المزيد منهم

أو الاستثمار في خلق الفرص الاقتصادية كجزء من الاتفاقات التي تم التوصل إليها بين تركيا والاتحاد الأوروبي، فيما يتعلق بإطار الصراع والتنافس، تعمل الضغوط الاقتصادية على تبرير بعض سوء معاملة اللاجئين السوريين التي تشكل جانباً مهماً من جوانب العنصرية، إطار "التمييز الاقتصادي"، في شكل الحد من الوصول إلى فرص العمل الرخيصة، والوصول إلى أقل فرص العمل أجراً واستغلال العمال غير المسجل ، وإطار "المسؤولية المؤسسية" أو "الإصلاح" يعكس الفجوة الفاصلة بين الصحف في الأردن تم تصوير الحكومة على أنها أكثر كفاءة وإنسانية في التعامل مع اللاجئين السوريين من تركيا الأكثر ثراءً، أما في تركيا انتقدت الصحف الحكومة لإساءة معاملة اللاجئين السوريين وعدم تلبية احتياجاتهم بشكل كافٍ، في كلتا الحالتين، كان دور الخير الذي لعبته المجتمعات المضيفة نتيجة لمسؤولية أخلاقية أكبر يملئها عبء حضارة عظيمة (في تركيا) أو التزام ديني (الأردن).

رؤية نقدية لأهم ما خلصت إليه الدراسة :

كشفت الدراسة على العديد من النتائج تقدمها الباحثة بطريقة نقدية فيما يلي :

أولاً: الوسائل التي تم التركيز عليها في الدراسات محل الدراسة :



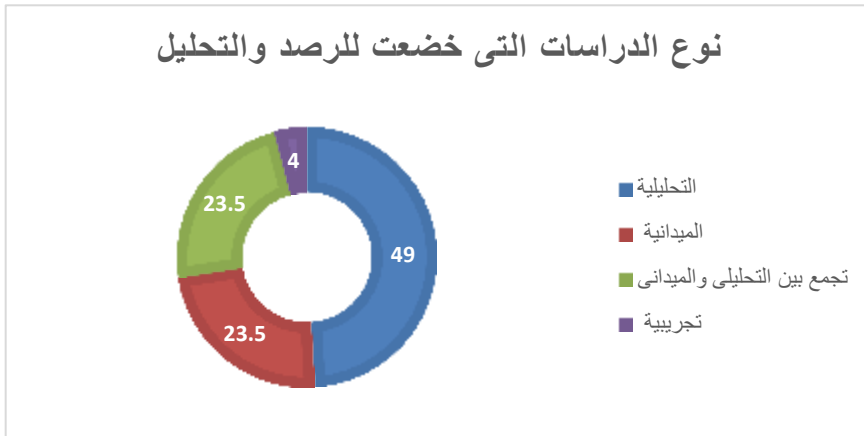
يتضح من الشكل أن الوسائل التي تم التركيز عليها في الدراسات العربية والأجنبية محل الدراسة كانت النسبة الأكبر للإعلام التقليدي " الصحافة، القنوات

الإخبارية، الدراما التلفزيونية " بنسبة ٨٦.٣% ، وبواقع ٤٤ دراسة بينما جاءت وسائل الاعلام الجديد(المواقع الالكترونية ومواقع وسائل التواصل الاجتماعي) بنسبة ١٣.٧% بواقع ٧ دراسات .

ثانياً: النتائج المتعلقة بالنظريات التى وظفتها الدراسات محل التحليل :

تنوعت الأطر النظرية التى استخدمتها الدراسات محل التحليل وكان فى مقدمتها نظرية "الأطر الخبرية" يليها استخدام أداة" تحليل الخطاب "ثم ظهرت بنسب متساوية كل من نظرية "التمثيل الاعلامى" و " نظرية فجوة المعرفة" ثم نظرية السلوك المخطط" و" نظرية بنديكت أندرسون للمجتمعات المتخيلة" و "مدخل التحليل الثقافى".

ثالثاً: النتائج المتعلقة بنوع الدراسات التى خضعت للبحث والتحليل :



يتضح من الشكل السابق أن الاتجاه البحثي كان نحو الدراسات التحليلية بنسبة ٤٩% وبواقع ٢٥ دراسة فى مقابل الدراسات الميدانية بالتساوى مع الدراسات التى تجمع بين التحليلي والميداني بنسبة ٢٣.٥% لكل منهما و بواقع ١٢ دراسة لكل منهما واخيراً الدراسات التجريبية بنسبة ٤% حيث كانت دراستين فقط، ومن الملاحظ اهتمام الدراسات الأجنبية بتحليل المحتوى بشكل يفوق الدراسات العربية التى اعتمدت على

البحوث الميدانية بشكل أكبر وبعضها قام بعرض محتوى دراسات أجرتها مؤسسات تركية مثل: مؤسسة الدراسات الاقتصادية والاجتماعية التركية TESEV .

- في الدراسات العربية والأجنبية تم الاعتماد على تحليل مضمون الصحف والقنوات الإخبارية التركية المحلية والموجهة للعالم العربي والأوروبية و المصرية ، كما تم تحليل الصفحات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي للمسؤولين السياسيين الفاعلين ، ويرتفع مستوى الاهتمام بمنصة X مقارنة بباقي مواقع التواصل الاجتماعي .

- اهتمت عدد من الدراسات بالصورة الذهنية المدركة عن تركيا لدى المواطن العربي وركز الاهتمام البحثي في هذا المجال على آراء طلاب الجامعات في عدد من الدول مثل الجزائر وفلسطين، كما تناولت بعض الدراسات آراء النخبة مثل دراسة عيد، محمد حامد (٢٠٢٢) والتي استهدفت الصورة الذهنية النخبة الاكاديمية الليبية .

- من أهم نتائج دراسات المحور الأول أن الصورة الذهنية عن تركيا لدى المواطن العربي اختلفت حسب المدة الزمنية التي تم إجراء الدراسة فيها ففي استطلاعات الرأي أعوام ٢٠١٠، ٢٠١٥، ٢٠١٢ كانت في مجملها تصورات إيجابية بنسبة تقترب من ٧٠% .

- وجدت الدراسات عن الصورة الذهنية لتركيا في الفترة من ٢٠١٠ حتى ٢٠١٥ أن تقييم المبحوثين العرب للسياسة الخارجية التركية إيجابي ويعد أفضل من تقييم الرأي العام العربي تجاه عدد من السياسات الخارجية لقوى دولية وإقليمية أخرى ،و أن تعامل تركيا مع الشعوب العربية بكرامة واحترام لكنهم كانوا على دراية بأن تركيا تطمح لتحقيق مصالحها عبر هذه السياسات ، كما لا يميل الرأي العام العربي في تلك الفترة بالقول أن تركيا تعمل على تفويض الاستمرار في المنطقة أو في بلدان عربية من خلال دعم الحركات الانفصالية.

- اختلفت نتائج الدراسات عن الصورة الذهنية لتركيا في دراسات ٢٠٢٢ م وما بعدها عن فترة من ٢٠١٠ الى ٢٠١٥ مثل دراسات عبد، محمد حامد (٢٠٢٢)، (٢٠٢٢) CANSIN, TÜRKİLİ ويرجع الاختلاف في الصورة الذهنية المدركة عن تركيا إلى التغير في السياسة الخارجية التركية التي انتهجتها تجاه الدول العربية والتي كانت في المرحلة الاولى من تولى حزب العدالة والتنمية "صفر مشكلات" مع الجيران إلى سياسة التدخل التركي في عدد من الدول العربية والدخول في نزاعات عسكرية مثل ليبيا ، سوريا .
- صورة تركيا كوجهة سياحية هامة تتسم بالطابع الإيجابي في نتائج كل من الدراسات العربية والأجنبية

- أهم نتائج الدراسات التي تناولت الصورة الاعلامية لتركيا جاءت كالتالى :

- ١- اهتمت الدراسات العربية بتحليل مضمون القناة التركية الموجهة للعالم العربي TRT بينما اهتمت الدراسات الأجنبية بتحليل مضمون الإعلام التركى المؤيد لحزب العدالة والتنمية واستخدامه كأداة لتسويق أفكار الحزب ، ووسائل الإعلام البريطانية والألمانية، ويرجع ذلك إلى اهتمام الباحثين العرب بدراسة الإعلام الموجهة وتوجهاته التي تعكس سياسة الدولة البث.
- ٢- الرئيس التركى أردوغان هو الفاعل الأكثر حضوراً في نتائج الدراسات التحليلية ، وكذلك الدراسات التي اهتمت بتحليل الخطاب السياسي للقادة ، ظهرت فى بعض الدراسات المستشارة الالمانية السابقة انجيلا ميركل .
- ٣- الدراسات التى استهدفت تحليل المحتوى الإعلامى عام ٢٠٢٠ م وبالتزامن مع العمليات العسكرية التركية فى الشمال السورى أثبتت نتائجها أن الموضوعات الخاصة بالتدخل التركى فى العالم العربى كانت فى الترتيب الأول بنسبة ٣١,٩١% وحلت الموضوعات الخاصة بالعلاقات التركية الأوروبية فى الترتيب الثانى بنسبة ٢٩,٧٨% ، اشارت نتائج الدراسة الى أن تركيا تتدخل



بصورة سافرة في الشأن العربي لتنفيذ أجندتها بإعادة إحياء حلم التوسع العثماني على يد الرئيس التركي .

٤- عنيت عدد من الدراسات بصورة الرئيس التركي فترة ثورات الربيع العربي حيث صور الاعلام التركي أنه عمد الى تكرار الربيع العربي باعتباره استقلالية الشعب العربي «الحقيقي» من قبضة الديكتاتوريات التي أطاحت بها، وبهذا المعنى يتم الترويج لتركيا وتقديمها كنموذج يحتذى به أو مصدر إلهام للأنظمة العربية الناشئة حديثاً .

٥- من أهم النتائج التي توصلت لها الدراسات العربية عن الدراما التركية أن الدراما التركية المدبلجة تصنع عنصر الإبهار لتقدم صورة تركيا كدولة قوية مستقلة، ورأى غالبية الباحثين أن صور الشخصيات التركية في المسلسلات لا تعكس الواقع في المجتمع العربي، وترجع أسباب تفضيل مشاهدة الدراما التركية إلى طبيعة الأماكن التي يتم التصوير بها وتجذب المشاهد العربي، وجاءت الدراما التركية في مقدمة المصادر التي يحصل منها الطلبة على معلومات عن تركيا، وأن صورة تركيا الثقافية تتمحور حول القيم الايجابية للمجتمع التركي.

٦- اهتمت الدراسات الأجنبية بالدراما التاريخية التركية وأكدت نتائجها أن تلك الدراما تحيي القيم الإسلامية والذكريات التاريخية بين المشاهدين العرب، وكذلك تقدم مواجهة لصور نمطية للمسلمين في أفلام هوليوود، ومحاربة "الاسلاموفوبيا" كما أثارت تلك الأعمال الدرامية شعوراً بالفخر بين المشاهدين العرب بسبب جودة الانتاج.

٧- ركزت التغطية الإعلامية للانتخابات التركية على عدد من الأطر الخيرية منها " صورة المرشح"، و إطار "الاستراتيجية"، وإطار "اللعبة السياسية".

٨- اختلفت الدراسات العربية عن الدراسات الأجنبية في توجهها البحثي فيما يتعلق بمحاولة الانقلاب التركي الفاشل فبينما ركزت الدراسات العربية على اتجاه التغطية الإعلامية العربية للانقلاب في المواقع الخيرية والصحف والقنوات

الاجبارية العربية الحكومية والاعتماد على تحليل محتوى تلك الوسائل ، عملت الدراسات الاجنبية على مسح عينة من المواطنين الأتراك للتعرف على اتجاهاتهم نحو سياسة حزب العدالة والتنمية الداخلية والخارجية بعد الانقلاب ، وصورة مؤسسات الدولة التركية ، ودراسة الاتجاه نحو وسائل الإعلام التركية واتجاهات الأتراك نحو الغرب المتمثل في الاتحاد الأوروبي ودولة الولايات المتحدة ومدى تأثرهم بالخطاب السياسي والإعلامي المحرض ضد الغرب في وسائل الإعلام التركية .

٩- وجدت الدراسات العربية المعنية بدراسة المعالجة الاعلامية لمحاولة الانقلاب الفاشل أن المشهد الاعلامي العربي قد تلقى ضربة موجعة أثرت بشكل كبير على مصداقيته بعد التغطية الإعلامية العربية في المواقع الخبرية ووسائل الإعلام التقليدية العربية .

١٠- من أهم ما توصلت اليه الدراسات التي عنيت بتصوير العلاقة بين تركيا والاتحاد الأوروبي كما ظهرت في وسائل الإعلام الألمانية وبتطبيق تحليل الأطر الخبرية أن أطر " الافتقار بصفة خاصة إلى سياسة مشتركة للاتحاد الأوروبي في مجال اللاجئين "، "علاقات تركيا المثيرة للجدل مع الاتحاد الأوروبي"، "والاعتماد المفرط على تركيا"، و "إمكانية دعم أردوغان من خلال هذه الصفقة" ممثلة بقوة في وسائل الإعلام ونتيجة لذلك ، فضلت وسائل الإعلام "حلا أوروبيا" مستقراً كما أظهر تحليل السياسة الخارجية تصور المستشارية ميركل عن الأزمة والإيمان بالدور الرئيسي لتركيا في منع الدخول غير المشروع على حدود الاتحاد الأوروبي والذي أدى إلى قيام ميركل بسياسة الكفاح الشخصي من أجل وضع الصيغة النهائية للاتفاق مع تركيا.

١١- أظهرت نتائج تحليل خطاب أحزاب اليمين المتطرف في أوروبا أن مسألة عضوية تركيا بالاتحاد الأوروبي كانت موضوعاً رئيسياً في خطاب اليمين المتطرف في حملاته الانتخابية الذي سعى إلى إبراز الفروق بين تركيا ودول الاتحاد ورفض محاولة الانضمام التركي إليه في خطاب متشدد في عدة دول



منها فرنسا وهولندا والنمسا فقد استخدم قضية تركيا لتحدي الأحزاب الرئيسية وإعادة تشكيل هوية الاتحاد الأوروبي في صورة قيم خاصة بتلك الأحزاب : مثل الحماية في الاقتصاد والقومية المتطرفة والذات الإقصائية.

١٢- أظهرت نتائج الدراسات الميدانية على الطلاب الأتراك في تصوراتهم عن العلاقة بين تركيا والاتحاد الأوروبي أن تركيا يجب أن تحتفظ بمكاسبها الديمقراطية، بينما يجب على الاتحاد الأوروبي إصلاح -التناقضات في سياساته، كما غلبت التشبيهات السلبية في وصفهم لعملية انضمام تركيا للاتحاد وانها قصة لا نهاية لها .

١٣- اهتمت عدد من الدراسات الاجنبية باتفاقية اللاجئين الموقعة بين الاتحاد الاوروى وتركيا بينما ركزت دراسات أخرى على اتجاهات اللاجئين السوريين نحو تركيا والمجتمع التركي، وقارنت دراسة أخرى بين الصور المتبادلة بين اللاجئين السوريين في تركيا والأتراك، وكانت المعالجة الاعلامية لإخبار اللاجئين السوريين في الإعلام التركي موضوع دراسات أخرى مثل تصوير اللاجئين السوريين في الصحف الألمانية والتي اظهرت نتائجها أن الأطر الخبرية لتصويرهم كانت أطر متناقضة فهي تميز بين اللاجئ في إطار " الضحية " ، أو اللاجئ " المتسلل الدخيل " وكلا الإطارين له أدواره وسماته المختلفة ، والسبب الأساسي في التمييز بينهما كما أظهرته الصحف الألمانية كان كيفية دخول الدولة ، وذلك باعتبار المانيا من أوائل الدول الاوروبية التي رحبت بإبرام اتفاقية مع تركيا بخصوص اللاجئين بعد أن فتحت لهم أبوابها في أيام التدفق الأولى .

مراجع الدراسة :

- (١) نور الدين، محمد. (٢٠١٠). استطلاع صورة تركيا في الوطن العربي. شؤون الأوسط، ع٩٢، ٩٠ - ٩٣
- (2) Mensur Akgün, Sabiha Senyücel Gündoğar. **The Perception Of Turkey In The Middle East 201١**. (Istanbul :TESEV PUBLICATIONS, Feb 2012). Second Edition.
- (٣) المصري، محمد (٢٠١٥). اتجاهات الرأي العام العربي نحو تركيا وسياساتها في المنطقة العربية. مجلة سياسات عربية، ع١٧، ١٢٥ - ١٣١.
- (4) Alrawadieh, Zaid; Dincer, Mithat Zeki; Dincer, Fusun Istanbul; Mammadova, Parvin. (2018). Understanding destination image from the perspective of Western travel bloggers: the case of Istanbul. **International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research**; Bradford Vol. 12, Issu. 2,
- (5) Hamid-Turksoy, N., van Zoonen, L. and Kuipers, G. (2014). "I dumped my husband for a Turkish toyboy" Romance tourism and intersectionality in British tabloid newspapers. *Feminist Media Studies* 14(5): 806-821
- (٦) عيد، محمد حامد (٢٠٢٢). الصورة الذهنية للتواجد التركي في ليبيا لدى الأكاديميين الليبيين. مجلة الجامعة العراقية، ع٥٥، ج٣. ص ٤٩٨-٥١١
- (7) TÜRKİLİ, CANSIN. (2022) ROLE OF MEDIA FRAMING ON THE FORMATION OF OPINION CONCERNING EASTERN MEDITERRANEAN QUESTIO. (THE GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES OF MIDDLE EAST TECHNICAL UNIVERSITY.
- (٨) ليمان، ليلي الضو (٢٠٢٢). "توظيف وسائل الإعلام للتسويق السياسي في تحسين صورة قادة الدول العربية والإسلامية: تركيا ومصر أنموذجاً". مجلة علوم الاتصال، مج٧، ع١، ص ١٥١ - ١٨٠
- (٩) على محمد ، فاتن. " علاقة السياسة الخارجية التركية تجاه مصر بصورة تركيا في خطاب الصحافة المصرية بعد ثورتى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو دراسة تحليلية خلال الفترة من يناير ٢٠١١ الى ديسمبر ٢٠١٤ ". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة : كلية الاعلام ، قسم الصحافة ، ٢٠١٧)
- (10) Ebada, M. (2017). The image of Turkey in Egyptian media: Content and discourse analysis of the coverage in three Egyptian newspapers [Master's Thesis, the American University in Cairo]. AUC Knowledge Fountain.



- (١١) بسام، أحمد شريف. (٢٠٢٢). صورة تركيا في وسائل الإعلام العربية: صحيفة العرب والعربي الجديد نموذجاً. مجلة ألف اللغة والإعلام والمجتمع، مج ٩، ٤٤، ١٥٩ - ١٨٤.
- (12) Bora, B. (2015). Representation of Turkey in the British print media: to be or not to be European. Doctoral thesis. City University London, London, UK.
- (13) CANSUN, Ş, ARIK, E. (2019). Representations of countries in the international media: The case of Turkey in the BBC. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, V.8 (1), 515-536
- (١٤) السيد، محمود أحمد لطفي. (٢٠١٩). مستويات معرفة الجمهور المصري بأزمة توتر العلاقات المصرية التركية كما تعكسها البرامج الإخبارية العربية: دراسة مسحية في ضوء نظرية توازن القوى الدولية. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، مج ١٨، ٢٤، ٣٩٣ - ٤٣١.
- (١٥) عبد المولى، الهام صلاح. "دور الفضائيات المصرية الحكومية والخاصة في مواجهة القنوات التلفزيونية المعادية وتصحيح المعلومات المغلوطة لدى الجمهور" رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة : كلية الاداب ، قسم الاعلام ، ٢٠٢١)
- (١٦) فهمي، بسنت مراد. (٢٠١٦). الأوضاع السياسية العربية كما يعكسها الإعلام التركي: دراسة حالة لقناة TRT الموجهة بالعربية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، مج ١٨، ٢٣٥ - ٣١١.
- (١٧) يلود، مراد، و بلخيري، رضوان لعجيمي. (٢٠٢١). التسويق الإعلامي لصورة تركيا في العالم العربي: دراسة تحليلية. مجلة جامعة الإسراء للعلوم الإنسانية، ع ١٠، ص ص ٩ - ٣٧.
- (18) Sik, Mehmet(2013). Mediating Erdoğan to the Turkish Nation: the Arab Spring and Pro- Government Television News Media” Paper presented at the annual meeting of the American Sociological Association Annual Meeting, Hilton New York and Sheraton New York, New York, NY, Aug 09,2013 .
- (19) Baykan, Toygar.(2017) “**The Populist Appeal of the JDP: The High-Low Divide in Turkish Politics**” Paper presented at the annual meeting of the American Political Science Association Annual Meeting, TBA, Philadelphia.
- (20) الملاح، بلال يوسف حسن. (2013). دور الدراما التركية في رسم صورة تركيا لدى طلبة جامعة الخليل (Doctoral dissertation). Birzeit University.

- (٢١) خالدي، خزيم، و شاوي، سهيلة. (٢٠١٤). أثر الشخصية التركية في المسلسلات التركية المدبلجة إلى العربية: دراسة حالة الطلبة الجزائريين: جامعة _____ ٢٠ أوت ١٩٥٥ سكيكدة. مجلة الصورة والاتصال، ع ١٠٩، ١-٧
- (٢٢) قسيموري، كفية، و شمس، نريمان علوي. (٢٠١٩). دور الإعلام في رسم الصورة الذهنية للمقصد السياحي: نموذج الدراما التركية والدروس المستفادة منها في الجزائر. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، مج ٨، ع ٢٤، ٤٠٣
- (٢٣) قوراس، فنغور & قذواح. (٢٠٢١). صورة تركيا من خلال الدراما التركية التاريخية: دراسة تحليلية لعينة من حلقات الجزء الاول من المسلسل التاريخي المؤسس عثمان . بحث متطلبات ماجستير. جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة ٣
- (24) Buraddi, Naim, (2022) "ADVANCING PRIDE": HOW NEW TURKISH HISTORICAL DRAMAS CHALLENGED WESTERN MEDIA'S STEREOTYPICAL IMAGES OF MUSLIMS".
- (٢٥) أحمد، عبدالعزيز موسى بسارة محمد. (٢٠٢٢). الدراما التركية المدبلجة وتشكيل صورة الأتراك لدى المجتمع العربي: دراسة مسحية بالتطبيق على مشاهدي القنوات الفضائية في ولاية الخرطوم. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، مج ٩، ع ٢٤
- (٢٦) منصور، راللا أحمد محمد عبد الوهاب. (٢٠١٩). أطر تقديم صورة تركيا في ضوء التحولات في السياسة الخارجية: دراسة تحليلية للمواقع الإخبارية العالمية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج ١٨، ع ٢٤، ٤٣٣، ٥١٠
- (٢٧) يوسف، أحمد. المواقف العربية تجاه انقلاب تركيا الفاشل بين المعارضة والترحيب . فى: رؤية تركية . خريف ٢٠١٦. ع ٥. ج ٣. ص ص ١٧١-١٨٣.
- (٢٨) اوزدمير، محمد أحمد محمد، و الهزيمة، محمد عوض. (٢٠١٨). الانقلابات العسكرية التركية ودور الإعلام السياسى: انقلاب ١٥ تموز ٢٠١٦ نموذجا. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة آل البيت، المفرق
- (29) Guiler, K. (2016). Towards Erdogan and the East: Conspiracies and public perception in post-coup Turkey. *Contemporary Turkish Politics*, V. 28.
- (30) Marat Zagidullin , Nergis Aziz , Sanat Kozhakhmet (2021). Government policies And Attitudes To Social Media use among users in Turkey: The Role of awareness Of policies, Political Involvement, Online Trust, And party. *Technology in Society*, 67, pp101-126.
- (31) Baykaldi, Sevgi (٢٠٢٣). **Examining public diplomacy message strategies during times of crisis communication : An analysis**



- of recent major turkey-russia crises** (Order No. 30634289). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global.
- (32) Şen, A. F. (2022). Evaluating the role of media during elections: The case of local elections of 31st March 2019 in Turkey. **Advances in Applied Sociology**, 12(4), pp 112-126.
- (33) Nickerson, Connor. (٢٠١٧) **"Media Portrayal of Terrorism and Immigrants: A Case Study of Turkey and France"** Paper presented at the annual meeting of the American Society of Criminology, Philadelphia Marriott Downtown, Philadelphia, PA, Nov 14, 2017.
- (34) Bezirgan, Bengi (2015) Reframing the Armenian question in Turkey: news discourse and narratives of the past and present. **PhD thesis**, London School of Economics and Political Science
- (35) Yücel, A., & Boyraz, C. (2024). Dreaming the active citizenship: a debate on the Roma/Gypsy opening and its news media coverage in Turkey. **Journal of Contemporary European Studies**, 1-17
- * لا توجد بيانات رسمية عن سكان الروما في جمهورية تركيا. قدرت الرابطة الأوروبية لحقوق الروما (ERRC) ورابطة مواطني هلسنكي (HCA) ورابطة أدونة للروما (EDROM) أن سكان الروما يساوي ستة إلى سبعة في المائة من إجمالي سكان تركيا. وشملت البحوث التي أجراها المركز في الفترة بين عامي ٢٠٠٦، ٢٠٠٧ جميع مناطق تركيا.
- (٣٦) أحمد محمد عبد الوهاب منصور & راللا. (٢٠٢٣). التغطية المرئية لأحداث زلزال سوريا وتركيا. **المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال**. ع. (42). ص 135-191
- (37) Marat Zagidullin , Nergis Aziz , Sanat Kozhakhmet.(2021). Government policies And Attitudes To Social Media use among users in Turkey: The Role of awareness Of policies, Political Involvement, Online Trust, And party. **Technology in Society**, 67, pp101-126.2021
- (38) Aldamen, Y., & Abdul Jaleel, D. T. (2024). Stimulation of the collective memory of the 1999 Turkey earthquake through the Turkish media coverage of the 2023 earthquake. **Online Journal of Communication and Media Technologies**, v. 14.N(2).
- (39) Şirin, B. (2020). *The Influence of News Frames on Foreign Policy: A Neoclassical Realist Analysis of German Foreign Policy Towards Turkey*. Freie Universitaet Berlin (Germany).

- (40) Paksoy, A. F. and Negrine, R. (2016). Turkey as 'a positive other': a theoretical discussion to comprehend the British media's view on Turkey– EU relations. *Journal of Balkan and Near Eastern Studies* 18(5): 494-505
- (41) Ali Balci & Filiz Cicioglu, Turkey in the discourse of European far right: the uses and abuses of Turkey's membership process for a counter-hegemony. **Journal of Contemporary European Studies**, Volume 28, 2020 - Issue 1
- (42) Canan-Sokullu, E. Ş. (2020). Turcoscepticism and threat perception: European public and elite opinion on Turkey's protracted EU membership. In **:Turkey and the EU: Accession and Reform** (pp. 275-289). Routledge.
- (43)) Maritato, C. (2022). Turkey as the 'Liberator' of Muslims in Europe: The Circulation of Islamophobia as a Political Remittance. *PARTECIPAZIONE E CONFLITTO*, 15(2), 444-465
- (44) Hergüner, B. (2020). An analysis of the EU's soft power and the EU–Turkey relations through metaphors. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19. Temmuz 2020 (Özel Ek), 501-514.
- (45) Futák-Campbell, B., & Pütz, M. (2022). From the 'Open door' policy to the EU-Turkey deal: Media framings of German policy changes during the EU refugee 'crisis'. *International Relations*, 36(1), pp 61-82.
- (46) Hacettepe University. (2014). Perceptions of Syrians in Turkey. **Insight Turkey**, 16(4), pp 65-75
- (47) Abdelhady, Dalia. (2017). **"The Racialization of Syrian Refugees in National Newspapers in Jordan and Turkey"**. Paper presented at the annual meeting of the American Sociological Association Annual Meeting, Palais des Congrès de Montréal, Montreal, Canada, Aug 12, 2017.

