

 Iraq Academic Scientific Journals	University of Baghdad College of Mass Communication	Vol (13) Issue (52) Year (2021) Pages (7-30)
ISSN: 2617-9318 (Online) ISSN: 1995-8005 (Print) Article history: Received : 2/7/2021 Accepted: 19/9/2021 Available Online: 3/10/2021	Dr. Abdulkareem A. Aldebaisi E- mail: aaldubaisi@gmail.com	
	Dr. Ibrahim F. Khasawneh E- mail: Ibrfk200@hotmail.com	
	Mehmet A. Özdemir E- mail: Mr.mehmet_ozdemir@hotmail.com	

Role of the Turkish media in forming the orientations of Turkish public opinion toward the attempted coup of 15 July 2016

The present study aims to illuminate the assessment of the Turkish elite of the role of the Turkish media in forming the attitudes of public opinion vis a vis the attempted military coup of 15 July 2016. The authors utilized the survey method of a nominal sample of 315 individuals, equally distributed among the three foremost categories of the Turkish elite, namely: the political academic, and media elite. The foremost findings of the study are that the orientation of the coverage of the Turkish media of the events of the attempt military coup of 15 July, based on the perception and assessment of the Turkish elite, was positive to a high degree; it refuted the news and the inciting information given to foreign media revealed the bloodiness of the rebels who opened fire on innocent civilians, and adopted a media discourse supportive of the national will and the safeguarding of democracy. The Turkish media also urged Turkish political parties to adopt a united stand toward the coup, in a manner different from its positions toward the military coups that took place previously in Turkey. Moreover, it is the view of the elite that the Turkish media contributed to forming the attitudes of Turkish public opinion that are strongly opposed to the annulment of democracy. This helped abort the coup attempt, and this evidenced and proved the strong influence of the Turkish media on society.

Keywords:

- Turkish media
- public opinion
- elite
- the coup of July 2016n

Available Online: <http://abaa.uobaghdad.edu.iq/>

Dr. Abdulkareem A. Aldebaisi, Faculty of media, Middle East University, Amman-Jordan.
Dr. Ibrahim F. Khasawneh, Faculty of Mass communication Petra University, Amman-Jordan.
Mehmet A. Özdemir, Al al-Bayt University - Master's Researcher, Political Science, Turkey

د. عبدالكريم علي الديبسي
د. إبراهيم فؤاد خصاونة
محمد أحمد أوزدمير

المستخلص

دور وسائل الإعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي نحو
محاولة انقلاب ١٥ تموز ٢٠١٦

هدفت الدراسة إلى معرفة تقييم النخبة التركية، لدور وسائل الإعلام التركية، في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو محاولة الانقلاب العسكري في 15 تموز 2016؛ استخدم الباحثون المنهج المسحي على عينة عمدية من 315 مفردة، موزعة بالتساوي على أبرز ثلاث فئات من النخبة التركية وهي: السياسية، والأكاديمية، والإعلامية، وخلصت أهم نتائج الدراسة إلى أن اتجاهات تغطية وسائل الإعلام التركية لأحداث محاولة الانقلاب العسكري في 15 تموز وفقا لتقييم النخبة التركية، كانت إيجابية بدرجة مرتفعة، إذ أسهمت في أفضال تطبيق حظر التجول الذي فرضه الانقلاب، وفندت الأخبار، والمعلومات المُحرّضة للإعلام الخارجي، وأظهرت دموية الانقلابيين بإطلاق الرصاص على المواطنين العزل، وتبنت خطابا إعلاميا مؤيدا للإرادة الوطنية، وحماية الديمقراطية، وحضت الأحزاب التركية على اتخاذ موقف موحد من الانقلاب، بشكل مختلف عن مواقفها في الانقلابات العسكرية التي جرت سابقا في تركيا، وترى النخبة أن وسائل الإعلام التركية أسهمت في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي المناهض بشدة لمصادرة الديمقراطية، مما أفضّل المحاولة الانقلابية، وأثبت ذلك قوة تأثير وسائل الإعلام التركية على المجتمع.

الكلمات المفتاحية :

الإعلام التركي

الرأي العام

النخبة

انقلاب تموز 2016



Available Online: <http://abaa.uobaghdad.edu.iq/>

د. عبدالكريم علي الديبسي، أستاذ مشارك كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط - الأردن
د. إبراهيم فؤاد خصاونة، أستاذ مشارك كلية الإعلام جامعة البترا - الأردن
محمد أوزدمير، باحث ماجستير علوم سياسية - تركيا

دور وسائل الإعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي نحو
محاولة انقلاب 15 تموز 2016

مقدمة

تؤدي وسائل الإعلام دورا مهما في تكوين الرأي العام، وتشكيل اتجاهاته، إذ تضطلع بدور تعبئة الجمهور، وحشد طاقاته حول مختلف القضايا ذات الصلة بحياة الناس، والمجتمع بما تنشره من معلومات، وأفكار، وآراء تسلط الضوء عليها، وتجعلها محورا لاهتمامها، وقد زادت تكنولوجيا الاتصال الرقمي من قدرة وسائل الإعلام في تحقيق المزيد من التأثير على جمهور الرأي العام، والنخب السياسية في المجتمع، فهي تساعد الجمهور في امتلاك معرفة واسعة عن الأحداث، كما تمارس تأثيرات قوية على صانعي القرار السياسي، فوسائل الإعلام التركية تمثل حلقة الوصل بين الرأي العام، وصانعي القرار في تركيا.

ويختلف تأثير وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام تبعا للبيئات الاتصالية التي تجري فيها عملية التلقي، إذ يختلف تأثير كل وسيلة تبعا لخصائصها الاتصالية، وسهولة، وسرعة انتشارها، ويختلف تأثير وسائل الإعلام على المستوى الفردي من فرد لآخر، وهناك عدة متغيرات تساعد في فهم تأثير نوع الوسيلة الإعلامية منها ما يتعلق بالرسالة أو المتغيرات المتعلقة بخصائص القائم بالاتصال، (Zaghib, 2009) وهذا ما يساعد في معرفة دور وسائل الإعلام التركية، وعوامل أخرى مثل: الميول السياسية للأفراد، والوعي السياسي، وخطاب الصفوة، في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي نحو محاولة الانقلاب العسكري في تموز 2016.

لقد قام الجيش التركي بعدة محاولات انقلابية، نجح في عدد منها هي: انقلاب عام 1960 الذي أعدم فيه رئيس الوزراء عدنان مندريس، (Atay, 2018) وانقلاب عام 1971، وانقلاب عام 1980، (TATLILIOĞLU, 2016)، وانقلاب عام 1997 الذي أجبر فيه رئيس الوزراء نجم الدين أربكان على تقديم استقالته، ومحاولة انقلاب عام 2007 أو ما عرف بقضية (Ergenekon)، (Oğuz, 2016) لكن محاولته الانقلابية الأخيرة في 15 تموز 2016 التي قتل فيها 241 مواطنا (SE-) (KRETERLİĞİ& İŞLEMLERİ, 2016) فشلت بفضل تكنولوجيا الاتصال، وعصر الإعلام الرقمي الذي لم يعد فيه سيطرة مجموعة من الجنود المدججين بالسلاح على مبنى التلفزيون الحكومي كافيا لنجاح الانقلاب العسكري، لقد أثبتت تداعيات المحاولة الانقلابية الفاشلة أن قوة تأثير وسائل الإعلام في الرأي العام، فاقت قوة الدبابة، والطائرة، والمدفع، لقد تمكنت الديمقراطية في تركيا من تخطي خطر كبير تمثل بفشل محاولة 15 تموز الانقلابية مقارنة مع المحاولات السابقة التي حققت غاياتها بتغيير النظام السياسي، وفرض أيديولوجية علمانية. (Alkan, 2016)

مشكلة الدراسة

هناك فجوة بحثية في دراسة دور وسائل الإعلام التركية التقليدية والرقمية في تشكيل اتجاهات الرأي العام خلال الأزمات والتحديات التي يواجهها المجتمع، ولهذا فإن الدراسة ترمي إلى الربط بين الأطر النظرية والمنهجية لقياس تأثير وسائل الإعلام على الجمهور في وقت الأزمات والتحديات المصيرية، إذ كلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع زاد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، وزادت قدرتها على التأثير وتشكيل اتجاهات الرأي العام في ظل متغيرات تنوع مزايا وسائل الإعلام الرقمية التفاعلية، وتتجسد مشكلة الدراسة في الكشف عن دور وسائل الإعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي نحو محاولة الانقلاب العسكري التي حدثت في 15 تموز من وجهة نظر النخبة التركية، وتحديد طبيعة هذه الاتجاهات، وتأثيراتها السلوكية على الرأي العام، وتتلخص مشكلة الدراسة في السؤال الآتي: ما دور وسائل الإعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي نحو محاولة الانقلاب العسكري الذي حدثت في تركيا بتاريخ 15 تموز 2016؟

اسئلة الدراسة

1. ما مستوى متابعة النخبة التركية لوسائل الإعلام التركية؟
2. ما أبرز وسائل الإعلام التركية التي اعتمدت عليها النخبة التركية في متابعة أحداث محاولة الانقلاب العسكري في 15 تموز 2016؟
3. ما اتجاهات وسائل الإعلام التركية في تغطيتها لأحداث محاولة الانقلاب العسكري؟
4. ما دور وسائل الإعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي نحو محاولة الانقلاب العسكري؟
5. ما تقييم النخبة التركية لمستوى المهنية في تغطية وسائل الإعلام التركية الانقلاب العسكري؟

فرضية الدراسة

هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم النخبة التركية لدور وسائل الاعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي حول محاولة انقلاب 15 تموز 2016 تُعزي لمتغير نوع النخبة (سياسية، أكاديمية، إعلامية).

أهداف الدراسة

يتلخص الهدف العام للدراسة، في معرفة دور وسائل الإعلام التركية في تشكيل

- اتجاهات الرأي العام التركي نحو محاولة الانقلاب العسكري في 15 تموز 2016، ولتحقيق هذا الهدف تم تحديد عدة أهداف ثانوية هي:
1. معرفة مستوى متابعة النخبة التركية لوسائل الإعلام التركية.
 2. تحديد أبرز وسائل الإعلام التركية التي اعتمدت عليها النخبة التركية في متابعة أحداث محاولة الانقلاب العسكري.
 3. معرفة اتجاهات تغطية وسائل الإعلام التركية لأحداث محاولة الانقلاب العسكري.
 4. معرفة دور وسائل الإعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي نحو محاولة الانقلاب العسكري في تموز 2016.
 5. معرفة تقييم النخبة التركية لمستوى المهنية في تغطية وسائل الإعلام التركية لمحاولة الانقلاب العسكري.

أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة في معرفة تقييم النخبة التركية لدور وسائل الإعلام التركية ذات الاتجاهات الفكرية، والسياسية المتنوعة، ومعرفة دورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي نحو محاولة الانقلاب العسكري الفاشل في 15 تموز، لأن النخبة التركية، تمتلك مستوى عال من الوعي السياسي، والعلمي، والثقافي يُمكنها من التقييم الدقيق لدور وسائل الإعلام التركية في معالجة الظواهر السياسية، والعسكرية والاجتماعية، والكشف عن مستوى تأثيرها في الرأي العام لا سيما في التحديات المصيرية التي تواجه المجتمع، وتساهم الدراسة في تقديم مؤشرات علمية، مقننة، عن دور وسائل الإعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي إزاء التحديات الوطنية، وقدرتها على مواجهة المخاطر، والحد من تأثيراتها، واستخلاص مستوى فاعلية دور وسائل الإعلام التركية في افضال المحاولة الانقلابية التي قامت بها مجموعة من الجيش التركي، وبما يساعد أيضا في معرفة قوة تأثير وسائل الإعلام في تشكيل أنماط السلوك الجمعي التي يستخدمها جمهور الرأي العام في التعبير عن وجهات نظره واتجاهاته من القضية أو الأحداث المهمة التي تمس مصالحه، إذ تساهم وسائل الإعلام فيما تنشره من معلومات في تغيير اتجاهات الجمهور ومن ثم التأثير في صياغة أنماط سلوكهم مما يساعد على معرفة كيفية تشكيل اتجاهات الرأي العام، كونها ظاهرة من ظواهر السلوك الجمعي، ومعرفة طبيعة العوامل المؤثرة على سلوك الجماعة.

مصطلحات الدراسة

الدور: الوظيفة التي تقوم بها وسائل الإعلام التركية في مجال خدمة المجتمع، وذلك فيما تنشره من أخبار، ومعلومات لتنوير الرأي العام.

الإعلام التركي: ويقصد به وسائل الإعلام التركية التقليدية من صحافة مطبوعة، وإذاعات، وقنوات تلفزيونية، ووسائل الإعلام الرقمية مثل؛ الصحافة الرقمية، وشبكات

التواصل الاجتماعي.

الرأي العام: الاتجاهات السائدة لدى غالبية فئات الشعب التركي حول محاولة الانقلاب العسكري في 15 تموز.

النخبة: ويقصد بها الصفوة أو الطبقة البارزة من الشعب التي لها نشاط فاعل في المجتمع، ويقصد بها أبرز ثلاث فئات من النخبة التركية وهي: السياسية، والأكاديمية، والإعلامية.

انقلاب 15 تموز 2016: محاولة الانقلاب العسكري الفاشلة التي قامت بها مجموعة متمردة من الجيش التركي.

الإطار النظري

وظفت الدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وفروضها، لرصد دور وسائل الإعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي نحو محاولة انقلاب 15 تموز 2016، ويتلخص مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام **Media System Dependency Theory** في « أن الجمهور يلجأ إلى وسائل الإعلام لتلبية حاجاته المعرفية، وبلورة مواقف السلوكية في ظروف معينة، «وكما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع، زاد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام»، « وتزداد قدرة وسائل الإعلام على التأثير عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مستمر ومكثف»، وتزداد قوة تأثيرها في حالة عدم استقرار المجتمع بسبب الصراع والتغيير (-Devel, 1993) **ler & Rockie**، وهو ما يتوافق وأحداث محاولة الانقلاب في تركيا.

وتتلخص الفروض الأساسية للنظرية بما يأتي: إن النخبة هم الأكثر اعتماداً على وسائل إعلامية متعددة للحصول على المعلومات، (Sadiq, 2007)، وإن الاعتماد على وسائل الإعلام ينتج عنه آثار معرفية، ووجدانية، وسلوكية. (Makkawi & El, 2003) **Said**، وإن الصراعات والحروب، أو التغيير السياسي، أو الاقتصادي، أو الاجتماعي يزيد كثافة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، ووجود علاقة ثلاثية متبادلة بين الجمهور، ووسائل الإعلام، والمجتمع، وهذه العلاقة هي التي تحدد الأثر الذي تحدثه وسائل الإعلام في المجتمع. (Agiza, 2012)

وقد وظفت هذه الدراسة نظرية الاعتماد بتطبيق فروضها لفهم العلاقة بين دور وسائل الإعلام التركية، والنخبة التركية التي لها دور فاعل، في تقييم دور وسائل الإعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي نحو محاولة الانقلاب، وتأثيرها على سلوكية الجمهور، ومعرفة مستوى متابعة النخبة لوسائل الإعلام التركية كمصدر للمعلومات وتقييم دورها.

النخب وتشكيل اتجاهات الرأي العام

يرتبط تشكيل اتجاهات الرأي العام ارتباطاً وثيقاً بالنخب لما لها من قدرات في

التأثير على اتجاهات، ومعتقدات الجماهير، وتشكيل آرائها، وتتميز النخب بالقدرة على اكتشاف اتجاهات الرأي العام، والتعبير عنها، بحيث يصبح خطاب النخبة معبراً عن مطالب الجماهير واهتماماتها. وقد عرف كل من روجرز Rogers وشوميخر Shoemaker قائد الرأي؛ بأنه الشخص القادر على التأثير في اتجاهات الآخرين، وفي سلوكهم الظاهر بطريقة متكررة، وقد حددا خصائص قادة الرأي في أنهم الأكثر تعرضاً لوسائل الإعلام، ولهم مكانة اجتماعية أعلى، وهم أكثر اطلاعا على العالم الخارجي، كما أن مشاركتهم الاجتماعية أكثر من أتباعهم. (Mujahid, 2007) وقادة الرأي هم الصفوة من السياسيين، والمثقفين، والمفكرين، والصحفيين، وغيرهم، وتستمد النخبة أو الصفوة (الأقلية) سيطرتها على العامة (الأغلبية) من تميزها بارتفاع مستوى التعليم والكفاءة، والمعرفة والخبرة، وتلعب النخب دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام، وتوجيهه والتأثير فيه، إزاء قضايا، وموضوعات مختلفة، متصلة بمجال تأثيرهم، فعندما تتبنى النخب رأياً ما، فإن الجمهور العام - وبخاصة الأفراد الأكثر اهتماماً بالسياسة - يميل إلى رؤية الأحداث من خلال وجهة نظر النخبة، كما يميل إلى تبني مواقفها، وبالتالي فإن التغيير في اتجاهات الجمهور العام يعكس التغيير في اتجاهات النخب. وتُمكن المعلومات المقدمة في خطاب الصفوة من صور نمطية وأطر مرجعية، الجمهور العام من تشكيل مفاهيم وآراء بخصوص الأحداث التي تخرج عن نطاق فهمهم الكامل، وبالتالي تسهم النخب في تشكيل الرأي العام نتيجة لتدفق رسائلها إلى الجمهور العام. (زرغيب، 2009)

مراجعة الدراسات السابقة

أجرى الباحثون مراجعة للدراسات التركية السابقة التي تتناول الإعلام التركي عن محاولة الانقلاب العسكري في 15 تموز على النحو الآتي:
هدفت دراسة (BİNGÖL & SAĞLAM, 2018) بعنوان "JULY 15 COUP ATTEMPT AND KOCAELİ MEDIA'S ATTITUDE" إلى معرفة موقف الصحافة المحلية في ولاية KOCAELİ من انقلاب 15 تموز 2016، باستخدام تحليل المضمون للكشف عن مضامين الأخبار، والصور الفوتوغرافية التي نشرتها ثلاث صحف محلية عن محاولة الانقلاب للمدة من 16 تموز إلى 15 آب 2016، وهي: Özgür Kocaeli, Demokrat Kocaeli, Kocaeli Gazetesi، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن الموقف السائد في الصحافة المحلية كان إيجابياً، ووقفت مع الشعب ضد الانقلاب، فقد نشرت أخباراً تركز على الإرادة الوطنية، وضرورة احترام إرادة الشعب، ونشرت صوراً إيجابية عن موقف الشعب التركي من محاولة الانقلاب.

وهدفت دراسة (Dündar, 2018) بعنوان "New Media and Political Participation: 15 July Case" إلى معرفة دور وسائل الإعلام الجديدة في الاستجابة الاجتماعية، والمشاركة السياسية خلال عملية محاولة الانقلاب في 15 تموز،

ومعرفة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على التغيير في أنماط السلوك الاجتماعي، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي اتاحت للمواطنين المشاركة السياسية والتفاعل في أوقات الانتخابات أو النقاش السياسي أو الأزمات، وكان لها دور نشط في تكوين الرأي العام تجاه أحداث 15 تموز، فقد استخدمت كوسيلة اتصال لدعوة المواطنين إلى النزول إلى الساحات لإظهار مناهضتهم للانقلاب، كما استخدمت وسيلة تفاعلية للتواصل مع وسائل الإعلام، ووسيلة لنشر الأخبار على صفحات شبكات التواصل الاجتماعية.

وهدفت دراسة (ÇÖZÜMLEMESİ, 2018) بعنوان "AN ANALYSIS OF CONTENT AND DISCOURSE OF TWITTE MESSAGES OF THE POLITICAL PARTY LEADERS AFTER COUP ATTEMPT IN 15TH JULY" إلى تحليل مضمون تغريدات رؤساء الأحزاب السياسية التركية وهم؛ يلدرم بن علي، كمال قليتش دار أوغلو، دولت بهجلي، وصلاح الدين دميرطاش بعد محاولة انقلاب 15 تموز 2016، ولمدة شهر، وخلصت نتائج التحليل إلى وصف جميع رؤساء الأحزاب السياسية المحاولة بالانقلاب غير الشرعي، وخيانة للوطن، وطالبوا في تغريداتهم الشعب بحماية الجمهورية والديمقراطية، والقيم الوطنية، كما استخدموا تويتر وسيلة لحض الشعب على المشاركة في مسيرات حماية الديمقراطية.

وهدفت دراسة (Bal, 2018) بعنوان "The Role of Squares in Political Communication: 15 July 2016 Attempt of Coup Example" إلى معرفة دور الاتصال السياسي في تعبئة الجمهور، وآثار اللقاءات والتجمعات العامة في الساحات على دور مجموعات المصالح المشتركة، وتشكيل أفكارهم ومعتقداتهم وعواطفهم والحفاظ على ديناميكية حماسهم، وذلك بتحليل خطاب القادة السياسيين الأتراك الموجهة للجمهور، واطهرت نتائج الدراسة أن الخطاب السياسي شجع الجمهور على التجمع في الساحات لحماية الديمقراطية، وكان لتلك التجمعات دور مهم في افشال طموحات المتآمرين والانقلاب، ونجح الرئيس أردوغان في توظيف التجمعات الجماهيرية في سياق الإرادة الوطنية لدعم الديمقراطية.

وخلصت دراسة (Demir & Çağlar, 2017) بعنوان "FETÖ'nün ve 15 Temmuz darbe girişiminin iletişim stratejisi" إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي كان لها دور مؤثر في احباط المحاولة الانقلابية، بالإضافة إلى تأثير الشخصيات العامة البارزة في الرأي العام، ووسائل الإعلام، وأشارت نتائج تحليل مضمون التغريدات التي نشرت على تويتر حول محاولة الانقلاب خلال المدة 15-20 تموز 2016 أن نسبة التغريدات المناهضة للانقلاب بلغت %82، بينما بلغت نسبة التغريدات المؤيدة للانقلاب %18.

وهدفت دراسة (NİSAN & ŞEKER, 2017) بعنوان "Framing the News about Turkish Coup D'etat Attempt Preventing Democracy: The Case of Failed Coup D'etat Attempt on 15th

July 2016“ إلى الكشف عن الأطر الإخبارية التي استخدمتها الصحف الوطنية التركية كافة في صفحاتها الأولى للمدة 22-16 تموز 2016، وكشفت نتائج التحليل أن إطار الوحدة الوطنية كان الإطار الأكثر استخداما من قبل الصحف الوطنية التركية بتكرار 1134، وظهر أن صحيفة Sabah هي أكثر الصحف استخداما لهذا الإطار، بينما صحف؛ Evrensel, Cumhuriyet, Birgün لم تستخدم هذا الإطار أبدا، يليه إطار قضية FETÖ Meselesi التنظيم الموازي بالمرتبة الثانية بتكرار 428، وفي المرتبة الثالثة إطار المسؤولية والصراع بتكرار 170.

وخلصت نتائج دراسة (SAF, 2017) بعنوان “Social Control in Risk Society: FaceTime Prevention to WhatsApp Coup” بعد تحليل مضمون أحاديث الرئيس التركي أردوغان، ورئيس الوزراء يلدرم بن علي اللذان تحدثا فيها بواسطة FaceTime و WhatsApp لقتاتي؛ NTV, CNN Türk، والقنوات الإخبارية، وتحديد أبرز مضامينها وهي: اتهام الانقلابيين بالخيانة والإرهاب، عناصر معادية للديمقراطية، سيادة القانون، الوحدة الوطنية والتكاتف، محاسبة المتمردين، كما خلصت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام تمثل أدوات مهمة في عملية الإقناع، وأنها أصبحت وسائل للسيطرة الاجتماعية، وأدوات جيدة للوصول إلى الجماهير من أجل السلطة.

هدفت دراسة (MELEK& Toker,2017) بعنوان “AN ANALYSIS OF THE MAINSTREAM MEDIA WITHIN THE CONTEXT OF VIOLENCE, DEMOCRACY AND TERROR: 15 JULY COUP ATTEMPT” إلى تحليل مضمون التغطية الإخبارية لأحداث محاولة انقلاب 15 تموز في أبرز أربع صحف إلكترونية تركية ذات ميول أيديولوجية مختلفة هي؛ حرّيت، مليّت، جمهوريت، وصباح، وشملت العينة الحصرية للدراسة تحليل 760 قصة إخبارية نشرتها تلك الصحف خلال المدة من 15 - 17 تموز 2016، وكشفت نتائج التحليل أن موضوع العنف احتل المرتبة الأولى بينما احتلت أخبار الديمقراطية، والإرهاب المرتبتين الثانية، والثالثة على التوالي، وأن أبرز القوى الفاعلة في التغطية الإخبارية كان الرئيس أردوغان، واحتلت المصادر الرسمية الأولوية في التغطية الإخبارية.

وسعت دراسة (İNCE & KOÇAK, 2017) بعنوان BASINULUSAL “GAZETELER” «TEMmuz’U NASIL GÖRDÜ» إلى معرفة تأثيرات الصحافة على المجتمع، ودور وسائل الإعلام في الأحداث الاستثنائية، وخلصت نتائج تحليل مضمون 7 صحف تركية مطبوعة من الصحف الوطنية الكبرى ذات التوزيع المرتفع، إلى أن الصحف التركية كان لها دور مؤثر في أحداث محاولة الانقلاب في 15 تموز 2016 التي تعد واحدة من نقاط التحول في تاريخ جمهورية تركيا، وأن الموقف السائد في جميع الصحف كان مساندا للديمقراطية، والإرادة الوطنية، وقد أسهم ذلك الموقف في فشل محاولة الانقلاب.

وهدفت دراسة (Ataman & Shkurti, 2016). بعنوان “COUP D’ETAT RECORD OF THE WEST AND WESTERN REACTION TO

JULY 15 COUP ATTEMPT“ إلى تحليل موقف وسائل الإعلام الغربية من تركيا خلال محاولة انقلاب 15 تموز، وكشفت نتائج الدراسة عن دعم تلك الوسائل للانقلابيين، وذلك بشويه الحقائق، ونشر أخبار غير حقيقية يفيد بعضها بنجاح الانقلاب وفرار الرئيس وطلبه اللجوء إلى ألمانيا، والأخر يحرض الانقلابيين على السلطة الشرعية، وتناولت دراسة (BALCI & Turan, 2017) أيضا بعض مما نشرت وسائل الإعلام الغربية عن المحاولة الانقلابية.

التعليق على الدراسات السابقة

يتضح من عرض الدراسات السابقة أن أغلبها اعتمد على منهج تحليل المضمون لدراسة دور وسائل الإعلام التركية، بينما اعتمدت الدراسة الحالية المنهج المسحي لقياس تقييم النخبة التركية لدور وسائل الإعلام، وتأثيرها على الرأي العام، وساعدت الدراسات السابقة أيضا، في صياغة مشكلة الدراسة الحالية، وتحديد أهدافها، وصياغة أسئلتها، وصولا للكشف عن الجوانب التي لم تتناولها الدراسات السابقة، وقد تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بأنها اقتصت بدراسة تقييم النخبة التركية لوسائل الإعلام كافة، وليس لوسيلة واحدة، وتميزت الدراسة هذه بأنها اعتمدت على عينة يمثلون أبرز نخب المجتمع التركي.

منهجية الدراسة وإجراءاتها

منهج الدراسة

تصنف هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تقوم على رصد حدث ما، او ظاهرة ومتابعتها، وتعتمد منهج المسح نموذجا معياريا لخطوات جمع البيانات من عينة الدراسة، إذ يعتبر المسح المنهج الرئيس لدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي، أو التحليلي حيث يسمح للباحثين بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد، (Abdel Hamid, 2004)، وقد وظفت الدراسة منهج المسح لجمع البيانات، والمعلومات من النخبة التركية عن دور وسائل الإعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي حول انقلاب تموز 2016، وتحليلها، وتفسيرها، وللمعرفة مستوى تأثير وسائل الإعلام التركية، وفاعلية دورها في خدمة المجتمع.

أداة الدراسة

قام الباحثون بعدة خطوات منهجية لتصميم استبانة الدراسة، وتحديد أسئلتها، بما يتوافق مع أهدافها، ولأجل تحقيق ذلك فقد شملت الاستبانة المتغيرات ذات الصلة المباشرة بالأهداف المحددة للدراسة، ومن ثم جرى تقسيم فقرات الاستبانة إلى عدة

محاور شملت؛ المحور الديموغرافي، ومحور اتجاهات تغطية الإعلام التركي لأحداث المحاولة الانقلابية، ومحور دور وسائل الإعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو محاولة الانقلاب العسكري، ومحور مهنية وسائل الإعلام التركية في تغطية أحداث المحاولة الانقلابية الفاشلة.

المعالجة الإحصائية

- للإجابة عن أسئلة الدراسة تم استخدام المعالجات الإحصائية التالية من خلال برنامج الرزم الإحصائية (SPSS):
- التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة.
 - معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا لجميع مجالات الدراسة ومعامل ارتباط بيرسون لاستخراج ثبات الإعادة.
 - المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن جميع مجالات أداة الدراسة.
 - اختبار ANOVA للكشف عن الفروق في إجابات أفراد عينة الدراسة لمجال الدراسة تبعا للمتغيرات الديمغرافية.
 - استخدم مقياس ليكرت للتدرج الخماسي لقياس آراء عينة الدراسة، وتم إعطاء موافق بشدة (٥)، موافق (٤)، محايد (٣)، غير موافق (٢)، غير موافق بشدة (١).
 - تحديد مستويات المتوسطات الحسابية: أقل من ٢,٣٤ منخفضة، ومن ٢,٣٤ - ٣,٦٦ متوسطة، ومن ٣,٦٦ إلى ٥,٠٠ مرتفعة.

قياس صدق الأداة وثباتها

يهدف قياس صدق المحتوى الظاهري للاستبانة التي تضمنت 32 سؤالا، ومعرفة دقة صياغة العبارات، ووضوحها، وتقييم ملاءمتها للأغراض المحددة لقياسها، وذلك بعرضها على ثلاثة من المحكمين^(*) ذوي الاختصاص، وقد تم تقييم مضامين الفقرات بناءً على عدة معايير، هي: سلامة صياغة الفقرات، ووضوح المعنى، وملاءمة الفقرات للمقياس، وقد تم تعديل صياغة بعض الأسئلة، وفقا لملاحظات المحكمين، وحذف ثلاثة أسئلة لم تنل نسبة اتفاق عالية عند المحكمين. ولغرض التأكد من ثبات أداة الدراسة، تم تطبيقها مرتين بفارق زمني أسبوعين على عينة استطلاعية مكون من 20 فردا تم اختيارهم من خارج العينة الأصلية، وتم حساب معامل ارتباط بيرسون بين التطبيقين لاستخراج ثبات الإعادة (Test. R, test)، كما تم تطبيق معادلة (كرونباخ ألفا) على جميع مجالات الدراسة والأداة ككل، والجدول (1) يوضح ذلك.

الجدول (1): معاملات كرونباخ ألفا وثبات الإعادة (Test. R, test) الخاصة بمجالات الدراسة والأداة ككل

ت	المجال	عدد الفقرات	معامل كرونباخ ألفا	ثبات الإعادة Test. R, test
1	اتجاهات تغطية الإعلام التركي لأحداث المحاولة الانقلابية	12	0.80	0.88
2	دور وسائل الإعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو محاولة الانقلاب	9	0.85	0.84
3	مهنية وسائل الإعلام التركية في تغطية أحداث المحاولة الانقلابية	9	0.82	0.82
	المقياس ككل	20	0.84	0.91

يظهر من الجدول (1) أن معاملات كرونباخ ألفا للمجالات تراوحت بين (-0.80 و 0.85) كان أعلاها لمجال « دور وسائل الإعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو محاولة الانقلاب العسكري »، وأدناها لمجال « اتجاهات تغطية الإعلام التركي لأحداث المحاولة الانقلابية»، وبلغ معامل كرونباخ ألفا للمقياس ككل (0.84)، وجميع معاملات الثبات مرتفعة ومقبولة لأغراض الدراسة، إذ بلغت قيمة ثبات الإعادة للمجالات بين (0.82-0.88) كان مجال « اتجاهات تغطية الإعلام التركي لأحداث المحاولة الانقلابية»، هو الأعلى، ومجال «مهنية وسائل الإعلام التركية في تغطية أحداث المحاولة الانقلابية الفاشلة كان الأدنى، وبلغت قيمة ثبات الإعادة للأداة ككل (0.91).

مجتمع الدراسة، وعينتها

يتكون المجتمع الكلي للدراسة من النخبة التركية، وذلك لأنهم الأقدر على تقييم مستوى أداء وسائل الإعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو محاولة الانقلاب العسكري، لما يمتازون به من خبرة، ومؤهلات، ودراية فضلا عن تأثير النخبة في المجتمع. واختار الباحثون عينة عمدية تمثل 315 مقسمة تقسيما متساويا شمل: 105 من السياسيين، و105 من الأكاديميين، و105 من الإعلاميين. ويوضح الجدول (2) توزيع أفراد العينة تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية.

الجدول (2): توزيع أفراد العينة تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية

المتغيرات	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
النوع	ذكر	181	57.4
	أنثى	134	42.6
	المجموع	315	100.0
العمر	25 - 35	60	19.0
	36 - 45	188	59.7
	46 فأكثر	67	21.3
	المجموع	315	100.0
المؤهل العلمي	بكالوريوس	140	44.5
	ماجستير	105	33.3
	دكتوراه	70	22.2
	المجموع	315	100.0
المجال الوظيفي	سياسي	105	33.3
	أكاديمي	105	33.3
	إعلامي	105	33.3
	المجموع	315	100.0
عدد سنوات الخبرة في الوظيفة	1 - 5 سنوات	84	26.7
	6 - 10 سنوات	134	42.5
	11 سنة فأكثر	97	30.8
	المجموع	315	100.0

يظهر من الجدول 2 ما يلي: أن الذكور هم الأكثر تكراراً إذ بلغت نسبتهم %57.4، بينما بلغت نسبة الإناث %42.6 وهي الأقل تكراراً، أما بالنسبة لمتغير العمر، يلاحظ أن الذين تتراوح أعمارهم بين 36 - 45 هم الأعلى تكراراً، إذ بلغت نسبتهم %59.7، بينما بلغت نسبة الذين تتراوح أعمارهم بين 25 - 35، وهم الأقل تكراراً %19، ويلاحظ بالنسبة لمتغير المؤهل العلمي، أن حملة شهادة البكالوريوس هم الأعلى تكراراً، بنسبة %44.5، بينما حملة الدكتوراه هم الأقل تكراراً وبنسبة %22.2، أما بالنسبة لمتغير المجال الوظيفي، فجاءت النسبة متساوية نظراً لاختيار عينة عمدية بالتوزيع المتساوي بين السياسيين والأكاديميين والإعلاميين، ويلاحظ بالنسبة لمتغير عدد سنوات الخبرة في الوظيفة أن الذين تتراوح خبرتهم بين 6 - 10 سنوات هم الأكثر تكراراً، وبنسبة مئوية %42.5، بينما بلغت نسبة الذين تتراوح خبرتهم بين 1 - 5 سنوات %26.7، وهم الأقل تكراراً.

نتائج الدراسة

عرض النتائج

يتضمن هذا الجزء نتائج الدراسة التي هدفت إلى التعرف إلى دور وسائل الإعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي نحو الانقلاب العسكري الفاشل في 15 تموز 2016 من وجهة نظر النخبة التركية، وسيتم عرض النتائج بالاعتماد على أسئلة الدراسة.

مستوى متابعة النخبة التركية لوسائل الإعلام التركية تفيد نتائج حساب تكرارات مستوى متابعة النخبة التركية لوسائل الإعلام التركية؛ أن القنوات الفضائية التركية هي الأكثر متابعة من النخبة التركية بنسبة 32% ثم الصحافة المطبوعة بنسبة 21.6%، تليها الصحافة الإلكترونية بنسبة 18.4% ثم شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 17.5% بينما احتلت الإذاعات النسبة الأقل، وهي 10.5%، ويوضح ذلك الجدول 3.

الجدول (3) مستوى متابعة النخبة التركية لوسائل الإعلام التركية

الرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
1	32	101	القنوات الفضائية
2	21.6	68	الصحف المطبوعة
3	18.4	58	الصحف الإلكترونية
4	17.5	55	شبكات التواصل الاجتماعي
5	10.5	33	الإذاعات
	100	315	المجموع

أبرز وسائل الإعلام التركية التي اعتمدت عليها النخبة التركية في متابعة أحداث محاولة الانقلاب العسكري في 15 تموز 2016؟

تفيد نتائج حساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لأبرز وسائل الإعلام التركية التي اعتمدت عليها النخبة التركية في متابعة أحداث محاولة الانقلاب العسكري في 15 تموز 2016، أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (4.70-3.78)، حيث جاءت القنوات التلفزيونية بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.70) وبدرجة مرتفعة، وبالمرتبة الأخيرة الإذاعات بمتوسط حسابي (3.78) وبدرجة مرتفعة، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (4.16) وبدرجة مرتفعة، ويوضح ذلك الجدول 4.

الجدول (4) أبرز وسائل الإعلام التركية التي اعتمدت عليها النخبة في متابعة أحداث محاولة الانقلاب

الدرجة	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفئات
مرتفعة	1	0.53	4.70	القنوات التلفزيونية
مرتفعة	2	0.89	4.03	الصحافة الإلكترونية
مرتفعة	3	0.79	3.93	الصحافة المطبوعة
مرتفعة	4	0.95	3.85	شبكات التواصل الاجتماعي
متوسطة	5	0.70	3.08	الإذاعات

اتجاهات تغطية وسائل الإعلام التركية لأحداث محاولة الانقلاب العسكري في 15 تموز 2016

تفيد نتائج حساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لفقرات «اتجاهات تغطية وسائل الإعلام التركية لأحداث محاولة الانقلاب العسكري في 15 تموز 2016» أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (4.65-1.96)، حيث جاءت الفقرة رقم (1) التي تنص على « سرعة تغطية وسائل الإعلام التركية لأحداث أفشل تطبيق حظر التجول الذي فرضه الانقلابيين » بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.65) وبدرجة مرتفعة، واحتلت المرتبة الأخيرة الفقرة رقم (12) التي تنص على « بعض وسائل الإعلام التركية أيدت الانقلابيين » بمتوسط حسابي (1.96) وبدرجة منخفضة، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (4.16) وبدرجة مرتفعة، ويوضح ذلك الجدول رقم (5).

الجدول (5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات اتجاهات تغطية الإعلام التركي لأحداث المحاولة الانقلابية (ن=315)

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	سرعة تغطية وسائل الإعلام التركية لأحداث أفشل تطبيق حظر التجول الذي فرضه الانقلابيين.	4.65	0.48	1	مرتفعة
2	فقدت وسائل الإعلام التركية الأخبار والمعلومات المحرّضة للإعلام الخارجي	4.55	0.50	2	مرتفعة
3	أظهرت وسائل الإعلام دموية الانقلابيين بإطلاق الرصاص على المواطنين العزل.	4.52	0.51	3	مرتفعة

مرتفعة	4	0.50	4.51	كان للإعلام التركي دور في موازين القوى الفاعلة خلال الأزمة	4
مرتفعة	5	0.50	4.50	تبنت وسائل الإعلام التركية خطابا إعلاميا رافضا للانقلاب (لا للانقلاب).	5
مرتفعة	6	0.50	4.48	حثت وسائل الإعلام التركية الأحزاب التركية على اتخاذ موقف موحد من الانقلاب	6
مرتفعة	7	0.52	4.47	اعتبرت وسائل الإعلام التركية الانقلاب خطرا على الدولة، والحياة الديمقراطية.	7
مرتفعة	8	0.50	4.44	تبنت وسائل الإعلام التركية رغم تباين توجهاتها خطابا إعلاميا موحدًا	8
مرتفعة	9	0.50	4.43	ساهمت وسائل الإعلام التركية في توعية الشعب بمخاطر الانقلابات	9
مرتفعة	10	0.59	4.32	أدت وسائل الإعلام التركية دورا محوريا مهما في إحباط المحاولة الانقلابية.	10
متوسطة	11	0.68	3.03	لم تظهر وسائل الإعلام التركية صور الانقلابيين في مظاهر الانكسار والمهانة عقب القبض عليهم.	11
منخفضة	12	0.76	1.96	بعض وسائل الإعلام التركية أيدت الانقلابيين.	12
مرتفعة	-	0.17	4.16	المجال « اتجاهات تغطية الإعلام التركي لأحداث المحاولة الانقلابية » ككل	

دور وسائل الإعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي نحو محاولة الانقلاب

العسكري في تموز ٢٠١٦

تفيد نتائج حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال «

دور وسائل الإعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي نحو محاولة الانقلاب

العسكري في تموز 2016» أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (1.98-4.59)، حيث جاءت الفقرة رقم (1) التي تنص على « شجعت وسائل الإعلام التركية الشعب التركي على النزول للشوارع، وحماية المؤسسات الحكومية » بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.59) وبدرجة مرتفعة، وبالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (9) التي تنص على « لم تدعم وسائل الإعلام التركية قرار الحكومة رقم 15 بإعلان حالة الطوارئ » بمتوسط حسابي (1.98) وبدرجة منخفضة، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (3.92) وبدرجة مرتفعة، ويوضح ذلك الجدول (6).

الجدول (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ل فقرات «دور وسائل الإعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو محاولة الانقلاب العسكري» ككل (ن=315)

ت	الدرجة	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
1	مرتفعة	1	0.49	4.59	شجعت وسائل الإعلام التركية الشعب التركي على النزول للشوارع وحماية المؤسسات الحكومية.
2	مرتفعة	2	0.52	4.54	ساندت وسائل الإعلام التركية الحكومة التركية في تعبئة الجماهير للتصدي للانقلابين.
3	مرتفعة	3	0.51	4.46	حثت وسائل الإعلام التركية الشعب التركي على مواجهة الانقلابين.
4	مرتفعة	4	0.51	4.44	أعدت نشر خطاب الرئيس أردوغان الذي طالب فيه الشعب النزول إلى الشوارع.
5	مرتفعة	5	0.49	4.41	حثت وسائل الإعلام التركية الشعب على المشاركة الفاعلة في مظاهرات (صون الديمقراطية) الليلية.
6	مرتفعة	6	0.50	4.35	حثت وسائل الإعلام التركية المتظاهرين على الاعتصام أمام بعض القواعد والمعسكرات لإفشال الانقلاب.

مرتفعة	7	0.55	4.39	نشرت وسائل الإعلام التركية تكبيرات الجوامع ودعوات رجال الدين للمواطنين بالتصدي للانقلابيين .	7
منخفضة	8	0.67	2.06	لم تساعد وسائل الإعلام التركية إجراءات الحكومة التركية ضد المتورطين بالمحاولة الانقلابية.	8
منخفضة	9	0.85	1.98	لم تدعم وسائل الإعلام التركية قرار الحكومة رقم 15 بإعلان حالة الطوارئ.	9
مرتفعة	-	0.19	3.92	المجال « دور وسائل الإعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو محاولة الانقلاب العسكري » ككل	

تقييم النخبة التركية لمستوى المهنية في تغطية وسائل الإعلام التركية في محاولة الانقلاب العسكري في تموز ٢٠١٦؟

تفيد نتائج حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال « تقييم النخبة التركية لمستوى المهنية في تغطية وسائل الإعلام التركية في محاولة الانقلاب العسكري في تموز 2016 » ، أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (-1.99 4.50)، حيث جاءت الفقرة رقم (1) التي تنص على « استخدمت وسائل الإعلام التركية لغة خطاب إعلامي ذا دلالات وطنية، وخطاب وطني جامع وموحد » والفقرة رقم (2) « اعتمدت وسائل الإعلام التركية مصادر موثوقة في نشر الأخبار والمعلومات عن المحاولة الانقلابية » والفقرة رقم (3) « أبرزت وسائل الإعلام التركية دور الشعب في حماية النظام العام » بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.50) وبدرجة مرتفعة، وجاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (9) التي تنص على « روجت وسائل الإعلام التركية بعض الشائعات لتضليل الشعب » بمتوسط حسابي (1.99) وبدرجة منخفضة، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (4.07) وبدرجة مرتفعة، ويوضح ذلك الجدول 7.

الجدول (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجال « مهنية وسائل الإعلام التركية في تغطية أحداث المحاولة الانقلابية الفاشلة » ككل (ن=315)

ت	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	استخدمت وسائل الإعلام التركية لغة خطاب إعلامي ذا دلالات وطنية، وخطاب وطني جامع وموحد	4.50	0.50	1	مرتفعة

مرتفعة	1	0.50	4.50	اعتمدت وسائل الإعلام التركية مصادر موثوقة في نشر الأخبار والمعلومات عن المحاولة الانقلابية	2
مرتفعة	1	0.50	4.50	أبرزت وسائل الإعلام التركية دور الشعب في حماية النظام العام	3
مرتفعة	2	0.51	4.45	احترمت وسائل الإعلام التركية إرادة الشعب، ووقفت إلى جانبه وساندته	4
مرتفعة	3	0.55	4.44	عرضت وسائل الإعلام التركية وجهات النظر المؤيدة، والمعارضة.	5
مرتفعة	3	0.52	4.44	اتسمت تغطية وسائل الإعلام التركية لأحداث المحاولة الانقلابية بالموضوعية.	6
مرتفعة	4	0.48	4.33	كشفت وسائل الإعلام التركية زيف بعض الشائعات الهادفة لتضليل الشعب مثل لجوء الرئيس إلى ألمانيا.	7
متوسطة	5	0.59	3.46	تعدد الاتجاهات الفكرية لوسائل الإعلام التركية ساهم في حماية المجتمع والدولة في الظروف الأمنية الطارئة	8
منخفضة	6	0.74	1.99	روجت وسائل الإعلام التركية بعض الشائعات لتضليل الشعب.	9
مرتفعة	-	0.18	4.07	المجال « مهنية وسائل الإعلام التركية في تغطية أحداث المحاولة الانقلابية الفاشلة » ككل	

اختبار صحة فرضية الدراسة

لاختبار صحة الفرضية بشأن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم النخبة التركية لدور وسائل الإعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي حول محاولة انقلاب 15 تموز 2016 تعزي لمتغير نوع النخبة (سياسية، أكاديمية، إعلامية)، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، للكشف عن الفروق بين المتوسطات في تقييم النخبة التركية لدور وسائل الإعلام التركية، والجدول (8) يوضح ذلك.

الجدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقييم النخبة التركية لدور وسائل الاعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي حول محاولة انقلاب تبعاً لمتغير نوع النخبة

نوع النخبة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
أكاديمي	105	3.933	0.20	1
إعلامي	105	3.875	0.18	2
سياسي	105	3.936	0.17	3

يظهر من الجدول (8) وجود فروق ظاهرية بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة في مجال دور وسائل الاعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي حول محاولة انقلاب تُعزى لمتغير نوع النخبة، ولمعرفة الدلالة الإحصائية لتلك الفروق تم تطبيق تحليل التباين (ANOVA) للكشف عن الفروق بين المتوسطات الحسابية في مجال تقييم النخبة التركية لدور وسائل الاعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي حول المحاولة الانقلابية تبعاً لمتغير نوع النخبة، والجدول (9) يوضح ذلك. الجدول (9): نتائج تحليل التباين (ANOVA) للكشف عن الفروق في المجال تقييم النخبة التركية لدور وسائل الاعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي حول المحاولة الانقلاب تُعزى لمتغير نوع النخبة

المتغير	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة «F»	دلالة «F» الإحصائية
نوع النخبة	0.252	2	0.126	3.478	0.032
الخطأ	11.393	314	0.036		
المجموع المصحح	11.645	316			

يظهر من الجدول (9) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في مجال تقييم النخبة التركية لدور وسائل الاعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي حول المحاولة الانقلابية تبعاً لمتغير نوع النخبة، حيث بلغت قيمة (F) (3.478) وبدلالة إحصائية (0.032)، وللكشف عن مواقع الفروق تم تطبيق اختبار شيفيه (Scheffe) جدول (10) يوضح ذلك.

جدول (10): نتائج اختبار (Scheffe) لمجال دور وسائل الاعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي حول محاولة الانقلاب تبعاً لمتغير نوع النخبة

نوع النخبة	المتوسط الحسابي	سياسي	أكاديمي	إعلامي
سياسي	3.936	-	0.003	*0.061
أكاديمي	3.933	-	-	*0.058
إعلامي	3.875	-	-	-

يظهر من الجدول (10): أن الفروق تبعاً لمتغير نوع النخبة كانت بين الفئة (إعلامي) وكل من الفئتين سياسي، وأكاديمي لصالح الفئتين سياسي، وأكاديمي، حيث بلغ المتوسط الحسابي لفئة السياسي (3.936)، وبلغ لفئة (أكاديمي) (3.933) بينما بلغ لفئة (إعلامي) (3.875).

مناقشة نتائج الدراسة

1. احتلت القنوات الفضائيات التركية المرتبة الأولى في متابعة النخبة التركية لوسائل الإعلام التركية؛ تلتها بالمرتبة الثانية الصحافة المطبوعة ثم الصحافة الإلكترونية بالمرتبة الثالثة، وشبكات التواصل الاجتماعي بالمرتبة الرابعة، بينما احتلت الإذاعات المرتبة الأخيرة، وتتوافق هذه النتيجة مع فرض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الذي يشير إلى أن النخبة هم الأكثر اعتماداً على وسائل إعلامية متعددة للحصول على المعلومات.
2. أبرز وسائل الإعلام التركية التي اعتمدت عليها النخبة التركية بدرجة مرتفعة في متابعة أحداث محاولة الانقلاب العسكري في 15 تموز 2016، كانت القنوات الفضائية ثم الصحافة الإلكترونية، والصحافة المطبوعة، وشبكات التواصل الاجتماعي على التوالي، بينما احتلت الإذاعات المرتبة الأخيرة، وبدرجة متوسطة، وتؤكد هذه النتيجة صحة فرض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الذي يشير إلى أن الصراعات، والحروب تزيد كثافة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.
3. أفادت النتائج أن اتجاهات تغطية وسائل الإعلام التركية لأحداث محاولة الانقلاب العسكري في 15 تموز 2016 كانت إيجابية بدرجة مرتفعة، إذ أسهمت في أفضل تطبيق حظر التجول الذي فرضه الانقلابيون، وردت على الأخبار، والمعلومات المحرّضة للإعلام الخارجي، وأظهرت وسائل الإعلام دموية الانقلابيين بإطلاق الرصاص على المواطنين العزل، وتبنت خطاباً إعلامياً رافضاً للانقلاب، وحضت الأحزاب التركية على اتخاذ موقف موحد من الانقلاب، وتوعية الشعب بمخاطر الانقلابات، وأدت دوراً محورياً مهماً في إحباط المحاولة الانقلابية، وتتفق هذه النتيجة مع النتائج التي توصلت إليها معظم الدراسات السابقة، وتؤكد هذه النتيجة أيضاً صحة فروض نظرية الاعتماد بشأن التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام على المجتمع.
4. أفادت النتائج أن دور وسائل الإعلام التركية كان مؤثراً، وبدرجة مرتفعة في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي مما أفضل محاولة الانقلاب العسكري في تموز 2016، إذ شجعت المواطنين على النزول إلى الشوارع وحماية المؤسسات الحكومية، وساندت الحكومة التركية في تعبئة الجماهير، وحضهم للتصدي للانقلابيين، وأعدت نشر خطاب الرئيس أوردغان الذي طالب فيه الشعب بالنزول إلى الشوارع، كما حضت وسائل الإعلام التركية الشعب على المشاركة الفاعلة في مظاهرات (صون الديمقراطية) الليلية، وحضت المتظاهرين على الاعتصام أمام بعض القواعد،

والمعسكرات لإفشال الانقلاب. (AKINCI, 2017) وهذا ما أكدته نتائج أغلب الدراسات السابقة أيضا.

5. كشفت النتائج أن تقييم النخبة التركية لمهنية وسائل الإعلام التركية في تغطية أحداث المحاولة الانقلابية كان بمستوى مرتفع ، فقد استخدمت وسائل الإعلام التركية لغة خطاب إعلامي ذا دلالات وطنية، وخطاب وطني جامع وموحد، واعتمدت مصادر موثوقة في نشر الأخبار والمعلومات، وأبرزت دور الشعب في حماية النظام العام، واتسمت تغطية أحداث المحاولة الانقلابية بالموضوعية، وعرضت وجهات النظر المؤيدة، والمعارضة، وكشفت زيف بعض الشائعات الهادفة لتضليل الشعب مثل لجوء الرئيس أردوغان إلى ألمانيا.

الخاتمة

اتسمت مواقف وسائل الإعلام التركية في تناولها أحداث محاولة الانقلاب العسكري في 15 تموز 2016 بالموضوعية في تبني الإرادة الوطنية، وحماية الديمقراطية بشكل مختلف عن مواقفها في الانقلابات العسكرية التي جرت سابقا في تركيا، وتبنت خطابا إعلاميا رافضا للانقلاب، وحضت الأحزاب التركية على اتخاذ موقف موحد، واسهمت بتوعية الشعب بمخاطر الانقلابات. وقد أسهمت مواقف وسائل الإعلام التركية في تشكيل اتجاهات الرأي العام التركي المناهض بشدة للانقلابين، إذ شجعت المواطنين على النزول إلى الشوارع، وحماية المؤسسات الحكومية، وساندت الحكومة التركية في تعبئة الجماهير، وحضهم على التصدي للانقلابين، وتعزيز الوحدة الوطنية، ونشر ثقافة التوافق ضد الوصاية كشرط للديمقراطية وأدت دورا محوريا مهما في إحباط المحاولة الانقلابية، وأكدت تلك المواقف قوة تأثير وسائل الإعلام التركية على المجتمع.

References

- Abdel Hamid, M. (2004) Scientific Research in Media Studies, 2 nd, World of Books, Cairo.
- Agiza, Marwa Shebel (2012) Evaluation of the elite of the role of modern electronic means of communication in shaping the attitudes of public opinion towards the Egyptian revolution, Journal of Middle East Media Issue 8, Georgia State University, United States.
- AKINCI, B. (2017). 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİNDE KAMUOYUNUN GÖSTERMİŞ OLDUĞU TAVIRSAL YAKLAŞIMIN PEKİŞİMİŞ DEMOKRASİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ.
- Alkan, H. (2016). 15 Temmuz'u Anlamak: Parametreler ve Sonuçlar/ Understanding July 15: The Parameters and Results. Bilig, 79, 253.
- Ataman, M., & Shkurti, G. (2016). BATININ DARBE SİCİLİ VE 15

- TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİNE TEPKİSİ. ADAM AKADEMİ Sosyal Bilimler Dergisi, 6(2), 51-73.**
- Atay, R.(2018). 27 Mayıs 1960 Darbesi'ne Sebilürreşad Dergisi'nin Bakışı.
 - Bal, U. (2018). Siyasal iletişimde meydanların rolü: 15 Temmuz 2016 darbe girişimi örneği (Master's thesis, İstanbul Ticaret Üniversitesi).
 - BALCI, A., & Turan, Y. (2017). Eleştirinin Sefaleti: Batı'dan 15 Temmuz Darbe Girişimini Okumak. Bilig, (83), 53-77.
 - BİNGÖL, Y. & SAĞLAM, B.(2018) 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİ ve KOCAELİ MEDYASININ TUTUMU , KARTEPE ZİRVESİ 2017 ULUSLARARASI 15 TEMMUZ VE DARBELER KÜRESEL ETKİLER, MEDYA VE DEMOKRASİ SEMPOZYUMU TEBLİĞLER KİTABI.
 - ÇÖZÜMLEMESİ, S. (2018). SİYASİ PARTİ GENEL BAŞKANLARININ 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİ SONRASI TWİTTER MESAJLARINA YÖNELİK İÇERİK VE.
 - Demir, S. T., & Çağlar, İ. (2017). FETÖ'nün ve 15 Temmuz darbe girişiminin iletişim stratejisi. SETA.
 - Develler, M. & Rockie, S. (1993) Media theories, Translated by Kamal Abdel Raouf, International Publishing House, Cairo.
 - Devran, Y., & Özcan, Ö. F. (2017). Habercilikte Hegemonya Mücadelesi: Yurttaş Gazeteciliği: Fırsat mı Tehdit mi. Global Media Journal TR Edition, 7(14), 150-173.
 - DüNDAR, L. (2018). Yeni Medya Ve Siyasal Katılım: 15 Temmuz Örneği. Gazi Akademik Bakış, 11(22), 101-115.
 - Genç, F. N. (2017). TÜRKİYE'DE ASKERİ MÜDAHALELER VE KRİZ YÖNETİMİ. Electronic Turkish Studies, 12(16).
 - İNCE, M., & KOÇAK, M. C. (2017). BASIN (ULUSAL GAZETELER) 15 TEMMUZ'DU NASIL GÖRDÜ?. Electronic Turkish Studies, 12(35).
 - Kaya, S. Z. C. (2017). 15 Temmuz Hakkında Yazılmış Hikâyelerden Güray Süngü'nün "Gece" sini Tahlil Denemesi. FSM İlimi Araştırmalar İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi, (9), 267-280.
 - Makkawi, H. & El Said, L. (2003) Communication and Contemporary Theory, I4, Egyptian Lebanese House, Cairo.
 - Maraşlı, M. C. (2018). 15 Temmuz filmlerinde milliyetçiliğin sunumu: "Cumhurbaşkanlığı 15 Temmuz Belgeseli" örneği. International Journal of Social Sciences and Education Research, 4(3), 514-529.
 - MELEK, G., & Toker, H. (2017). ŞİDDET, DEMOKRASİ VE TERÖR BAĞLAMINDA ANA AKIM MEDYANIN ANALİZİ: 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİ. Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 5(1), 222-234.
 - Mencet, M. S. Üniversite (2017). Öğrencilerinin 15 Temmuz Algısının

- da Medyanın Rolü: Bir Bilişsel Uyum (Suzluk) Örneği. Marmara İletişim Dergisi, (28), 131-148.
- Mujahid, Jamal (2007) Public opinion and its measurement methods, University Knowledge House, Cairo.
 - NİSAN, F., & ŞEKER, N. T. (2017). Demokrasiyi sekteye uğratan darbe haberlerinin çerçeveselenmesi: 15 Temmuz 2016 darbe girişimi örneği. TRT Akademi, 2(3), 68-96.
 - Oğuz, Ş. (2016). Yeni Türkiye'nin Siyasal Rejimi. Yeni Türkiye'de Kapitalizm, Devlet ve Sınıflar.
 - Ölçekçi, H.(2018). 15 Temmuz Öncesi FETÖ Medyasında Psikolojik Savaş Gazeteciliği. MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(1), 427-454.
 - ÖLÇEKÇİ, H. (2017). VEKÂLET SAVAŞLARININ BİR ARACI OLARAK MEDYA ve 15 TEMMUZ SÜRECİNDE FETÖ'NÜN MEDYA FAALİYETLERİ.
 - ÖZCAN, A. YENİ MEDYA ESKİ DARBEYE KARŞI: 15 TEMMUZ 2016 DARBE GİRİŞİMİNDE MEDYANIN ETKİSİ. 2. CİLT, 119.
 - Sadiq, Adel (2007) Journalism and Crisis Management (Theoretical Approach - Applied), 1, Dar Al Fajr Publishing and Distribution, Cairo.
 - SAF, H. H. (2017). Risk Toplumunda Toplumsal Denetim: WhatsApp Darbesine FaceTime Önlemi. TRT Akademi, 2(3), 160-180.
 - SEKRETERLİĞİ, C. G., METİN, E. Ç. V., & İŞLEMLERİ, K. T. V. B (2016). (15). 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİ VE MİLLETİN ZAFERİ.
 - TATLILIOĞLU, K. (2016) 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİNİN TÜRK TOPLUMUNDAKİ Post-Travmtik Etkileri Üzerine GENEL BİR DEĞERLENDİRME.
 - YERDELEN, B. K. EMPERYALİZMİN “AÇIK HEDEF BELİRME” PROJESİNİN ÜÇÜNCÜ DALGASI ve 15 TEMMUZ 2016 DARBE KALKIŞMASI. 1. CİLT, 69
 - Zaghieb, Shaima Zulfikar. (2009) Methods of research and statistical uses in media studies, the Lebanese Egyptian House, Cairo.
 - Zughaib, Shaima Zulfikar (2009) Theories in shaping public opinion trends, Egyptian Lebanese House, Cairo, 2nd Edition.