



ISSN: 1999-5601 (Print) 2663-5836 (online)

Lark Journal

Available online at: <https://lark.uowasit.edu.iq>



*Corresponding author:

Asst. Prof. Dr. Maytham Faleh Al-Mousawi

University of Wasit / College of Arts / Department of Media

Email: mgaleh@uowasit.edu.iq

Keywords: Discourse,

Channels, Iraq, Gaza.

ARTICLE INFO

Article history

Received 18Mar 2025

Accepted 25Mar 2025

Available online 1Apr 2025



The Role of Media Discourse in Iraqi Channels Towards the Events in Gaza and Its Impact on Shaping Public Attitudes

ABSTRACT

The role of media discourse in Iraqi channels regarding the events in Gaza and its impact on shaping public attitudes is one of the most complex issues in the Middle East, where humanitarian, political, and economic dimensions intersect. With the recurrence of military escalations and humanitarian crises in the region, the significance of media coverage continues to grow. In Iraq, where the media serves as a vital tool for shaping public opinion, the role of Iraqi channels in reporting on the events in Gaza can have a profound impact on how people perceive the Palestinian issue. By focusing on media discourse, it is possible to discern how the media reflects Iraqi societal attitudes toward this issue and contributes to shaping public opinion. This study necessitates a thorough analysis of media content and audience interactions, offering a deeper understanding of the reciprocal influences between media and the public. The media is one of the primary instruments for shaping public opinion and influencing audience attitudes, particularly in critical times such as crises and conflicts. In this context, the events in Gaza emerge as one of the pressing issues that demand media attention, including from Iraqi channels. In the information age, media is among the most influential tools in shaping public opinions and perspectives on social and political issues. The events in Gaza remain a crucial issue that engages Arab public opinion, including in Iraq. The way Iraqi channels cover these events not only reflects their political stances but also plays a crucial role in shaping the social and cultural orientations of the audience. This research aims to analyze the media discourse presented by Iraqi channels regarding the events in Gaza and examine its impact on shaping public opinions. The study will explore how these channels present information, the techniques used in formulating discourse, and how these elements influence public understanding of the Palestinian issue.

© 2025 LARK, College of Art, Wasit University

DOI: <https://doi.org/10.31185/lark.4308>

ملخص البحث : دور الخطاب الإعلامي في القنوات العراقية تجاه أحداث غزة وتأثيره على تشكيل اتجاهات الجمهور في غزة واحدة من القضايا الأكثر تعقيداً في الشرق الأوسط، حيث تتداخل فيها الأبعاد الإنسانية والسياسية والاقتصادية. مع تكرار التصعيد العسكري والأزمات الإنسانية في المنطقة، تتزايد أهمية التغطية الإعلامية. في العراق، حيث يُعتبر الإعلام أداة حيوية لتشكيل الرأي العام، فإن دور القنوات العراقية في نقل أحداث غزة يمكن أن يكون له تأثير عميق على كيفية فهم الناس للقضية الفلسطينية.

من خلال التركيز على الخطاب الإعلامي، يُمكن أن نستشف كيف تُعكس وسائل الإعلام مواقف المجتمع العراقي تجاه هذه القضية، وكيف تُساهم في تشكيل الرأي العام. يتطلب هذا البحث تحليلاً دقيقاً للمحتوى الإعلامي وتفاعلات الجمهور، مما سيُتيح فرصة لفهم أعمق للتأثيرات المتبادلة بين الإعلام والجمهور. تُعتبر وسائل الإعلام أحد الأدوات الرئيسية في تشكيل الرأي العام والتأثير على اتجاهات الجمهور، وخاصة في الأوقات الحرجة كالأزمات والصراعات. في هذا السياق، تبرز الأحداث في غزة كواحدة من القضايا الملحة التي تستدعي اهتمام وسائل الإعلام، بما في ذلك القنوات العراقية .

في عصر المعلومات، تُعتبر وسائل الإعلام من أبرز الأدوات التي تُشكل آراء الجمهور وتؤثر على رؤاهم تجاه القضايا الاجتماعية والسياسية. تُعد الأحداث في غزة من القضايا الملحة التي تشغل الرأي العام العربي، بما في ذلك العراق. إن الطريقة التي تتناول بها القنوات العراقية هذه الأحداث تعكس ليس فقط مواقفها السياسية، بل تلعب أيضاً دوراً حاسماً في تشكيل الاتجاهات الاجتماعية والثقافية للجمهور.

يهدف هذا البحث إلى تحليل الخطاب الإعلامي الذي تقدمه القنوات العراقية حول أحداث غزة، ودراسة تأثير هذا الخطاب على تشكيل آراء الجمهور. سيتناول البحث كيفية تقديم القنوات العراقية للمعلومات، والأساليب المستخدمة في صياغة الخطاب، وكيفية تأثير هذه العناصر على فهم الجمهور للقضية الفلسطينية. إذ تلعب هذه القنوات دوراً محورياً في نقل المعلومات، وتفسير الأحداث، وتوجيه النقاش العام حول القضية الفلسطينية.

تسعى هذه الدراسة إلى تحليل الخطاب الإعلامي للقنوات العراقية تجاه أحداث غزة، واستكشاف تأثير هذا الخطاب على تشكيل اتجاهات الجمهور العراقي .

سنستعرض في هذا الفصل الخلفية التاريخية للصراع الفلسطيني-الإسرائيلي، ونلقي الضوء على دور الإعلام في هذه الأحداث، وكيفية تفاعل القنوات العراقية مع الأحداث وتقديمها.

سنناقش كذلك العوامل التي تؤثر على الخطاب الإعلامي، مثل السياسة الداخلية والخارجية، والضغط الاقتصادية، بالإضافة إلى ردود الفعل الجماهيرية تجاه هذا الخطاب .

كما سنسلط الضوء على أهمية التحليل النقدي للخطاب لفهم كيفية بناء المعاني وتأثيرها على المجتمع.

باختصار، يهدف هذا الفصل إلى وضع إطار لفهم الدور الحيوي الذي تلعبه وسائل الإعلام، وخصوصاً القنوات العراقية، في تشكيل مواقف الجمهور تجاه الأحداث الجارية في غزة، مع الأخذ بعين الاعتبار العوامل المتعددة التي تؤثر على هذه العملية.

كلمات مفتاحية: الخطاب , القنوات , العراقية , غزة,

المبحث الأول

المقدمة: في غزة واحدة من القضايا الأكثر تعقيداً في الشرق الأوسط، حيث تتداخل فيها الأبعاد الإنسانية والسياسية والاقتصادية. مع تكرار التصعيد العسكري والأزمات الإنسانية في المنطقة، تتزايد أهمية التغطية الإعلامية. في العراق، حيث يُعتبر الإعلام أداة حيوية لتشكيل الرأي العام، فإن دور القنوات العراقية في نقل أحداث غزة يمكن أن يكون له تأثير عميق على كيفية فهم الناس للقضية الفلسطينية.

من خلال التركيز على الخطاب الإعلامي، يُمكن أن نستشف كيف تُعكس وسائل الإعلام مواقف المجتمع العراقي تجاه هذه القضية، وكيف تُساهم في تشكيل الرأي العام. يتطلب هذا البحث تحليلاً دقيقاً للمحتوى الإعلامي وتفاعلات الجمهور، مما سيُتيح فرصة لفهم أعمق للتأثيرات المتبادلة بين الإعلام والجمهور.

تُعتبر وسائل الإعلام أحد الأدوات الرئيسية في تشكيل الرأي العام والتأثير على اتجاهات الجمهور، وخاصة في الأوقات الحرجة كالأزمات والصراعات. في هذا السياق، تبرز الأحداث في غزة كواحدة من القضايا الملحة التي تستدعي اهتمام وسائل الإعلام، بما في ذلك القنوات العراقية.

في عصر المعلومات، تُعتبر وسائل الإعلام من أبرز الأدوات التي تُشكل آراء الجمهور وتؤثر على رؤاهم تجاه القضايا الاجتماعية والسياسية. تُعد الأحداث في غزة من القضايا الملحة التي تشغل الرأي العام العربي، بما في ذلك العراق. إن الطريقة التي تتناول بها القنوات العراقية هذه الأحداث تعكس ليس فقط مواقفها السياسية، بل تلعب أيضاً دوراً حاسماً في تشكيل الاتجاهات الاجتماعية والثقافية للجمهور.

يهدف هذا البحث إلى تحليل الخطاب الإعلامي الذي تقدمه القنوات العراقية حول أحداث غزة، ودراسة تأثير هذا الخطاب على تشكيل آراء الجمهور. سيتناول البحث كيفية تقديم القنوات العراقية للمعلومات، والأساليب المستخدمة في صياغة الخطاب، وكيفية تأثير هذه العناصر على فهم الجمهور للقضية الفلسطينية.

إذ تلعب هذه القنوات دوراً محورياً في نقل المعلومات، وتفسير الأحداث، وتوجيه النقاش العام حول القضية الفلسطينية.

تسعى هذه الدراسة إلى تحليل الخطاب الإعلامي للقنوات العراقية تجاه أحداث غزة، واستكشاف تأثير هذا الخطاب على تشكيل اتجاهات الجمهور العراقي.

سنستعرض في هذا الفصل الخلفية التاريخية للصراع الفلسطيني-الإسرائيلي، ونلقي الضوء على دور الإعلام في هذه الأحداث، وكيفية تفاعل القنوات العراقية مع الأحداث وتقديمها.

سنناقش كذلك العوامل التي تؤثر على الخطاب الإعلامي، مثل السياسة الداخلية والخارجية، والضغط الاقتصادي، بالإضافة إلى ردود الفعل الجماهيرية تجاه هذا الخطاب.

كما سنسلط الضوء على أهمية التحليل النقدي للخطاب لفهم كيفية بناء المعاني وتأثيرها على المجتمع. باختصار، يهدف هذا الفصل إلى وضع إطار لفهم الدور الحيوي الذي تلعبه وسائل الإعلام، وخصوصاً القنوات العراقية، في تشكيل مواقف الجمهور تجاه الأحداث الجارية في غزة، مع الأخذ بعين الاعتبار العوامل المتعددة التي تؤثر على هذه العملية.

أولاً: مشكلة البحث :

تشهد المنطقة العربية العديد من الأزمات السياسية والإنسانية، وتعتبر أحداث غزة واحدة من أبرزها. هذه الأحداث تجذب اهتماماً كبيراً من وسائل الإعلام العراقية، مما يخلق مساحة واسعة للنقاش حول طريقة تغطيتها وتأثيرها على الجمهور. من المهم معرفة كيف يتم تشكيل هذا الخطاب الإعلامي، وما هي الرسائل الموجهة، وما هي الأطر التي يتم تقديم الأحداث من خلالها. وينطلق التساؤل الرئيسي لمشكلة البحث ما هو

تأثير الخطاب الإعلامي للأحداث غزة على اتجاهات الجمهور العراقي؟

1. أهمية الدراسة :
تتمثل أهمية الدراسة في توضيح العلاقة بين الإعلام والجمهور في سياق الأحداث الإنسانية والسياسية. سيمكن هذا البحث من فهم كيفية تشكيل الوعي العام، مما يمكن صانعي القرار ووسائل الإعلام من تحسين استراتيجياتهم.

ثانياً : أهداف البحث :

يهدف هذا البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تسهم في فهم دور الخطاب الإعلامي للقنوات العراقية تجاه أحداث غزة وتأثيره على تشكيل اتجاهات الجمهور. الأهداف هي كما يلي:

1. تحليل محتوى الخطاب الإعلامي للقنوات العراقية المتعلقة بأحداث غزة.
2. دراسة كيفية تأثير الخطاب الإعلامي على اتجاهات وآراء الجمهور العراقي.
3. تحديد الفروقات في الخطاب الإعلامي بين القنوات العراقية المختلفة.
4. المساهمة في الأدبيات المتعلقة بدور الإعلام في تشكيل الرأي العام، خاصة في السياقات الإنسانية والسياسية.

5. تقديم رؤية شاملة حول دور الخطاب الإعلامي في تشكيل اتجاهات الجمهور تجاه أحداث غزة.

ثالثاً : الدراسات السابقة :

تسهم الدراسات السابقة في فهم أبعاد تأثير الخطاب الإعلامي على الرأي العام، وتعتبر مرجعاً أساسياً لفهم كيفية تشكيل اتجاهات الجمهور. سنستعرض بعض الدراسات التي تناولت هذا الموضوع :

1- السعيد (2020م) بعنوان "تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام العربي"، حيث تناولت كيف يمكن للإعلام أن يشكل آراء ومواقف الجمهور تجاه القضايا السياسية والاجتماعية. استخدمت الدراسة منهج تحليل المحتوى واستبيانات لجمع بيانات حول كيفية استجابة الجمهور لمختلف أنواع التغطية الإعلامية. أظهرت النتائج أن القنوات التي تعتمد على أسلوب تقديم الأخبار بشكل موضوعي وحيادي تسهم بشكل أكبر في تشكيل آراء إيجابية لدى الجمهور. (السعيد، 2020 صفحة 127)

2- الأحمد (2019م) تناولت "الخطاب الإعلامي في النزاعات المسلحة"، وركزت على كيفية استخدام الإعلام كأداة لتوجيه الرأي العام خلال الأزمات. أظهرت النتائج أن الرسائل الإعلامية التي تركز على معاناة المدنيين تؤثر بشكل كبير على التعاطف لدى الجمهور، مما يؤدي إلى تشكيل مواقف إيجابية تجاه قضايا حقوق الإنسان. كما أشارت الدراسة إلى أن التحيز السياسي في التغطية يمكن أن يؤدي إلى استقطاب الجمهور. (الأحمد ، 2019، صفحة 70)

3- الكعبي (2021م) تطرقت إلى "دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام حول قضايا النزاع". استخدمت المنهج الكمي لجمع بيانات حول كيفية تأثير محتوى وسائل التواصل الاجتماعي على آراء الشباب تجاه القضايا الفلسطينية. وخلصت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً كبيراً في تسريع نشر المعلومات وتشكيل الآراء، خاصة في أوقات الأزمات. (الكعبي ، 2021، صفحة 41)

4- الجبوري (2022م) دراسة أخرى تناولت "تحليل الخطاب الإعلامي للقنوات العراقية تجاه الأزمات الإنسانية". استخدمت منهج تحليل المحتوى لدراسة البرامج الإخبارية والتقارير الخاصة المتعلقة بالأزمات الإنسانية، بما في ذلك أحداث غزة ووجدت الدراسة أن الخطاب الإعلامي يعكس توجهات سياسية معينة، مما يؤثر على كيفية تلقي الجمهور للأخبار. (الجبوري ، 2022، صفحة 190)

تُظهر هذه الدراسات السابقة أهمية فهم كيفية تأثير الخطاب الإعلامي على تشكيل آراء الجمهور، خاصة في سياق الأحداث السياسية والإنسانية. من خلال استعراض هذه الأبحاث، يمكن بناء قاعدة معرفية تعزز من نتائج البحث الحالي حول تأثير الخطاب الإعلامي للقنوات العراقية تجاه أحداث غزة.

رابعا : مجتمع البحث :

يشير مجتمع البحث إلى الفئة المستهدفة التي سيتم دراستها لجمع البيانات وتحليلها في سياق تأثير الخطاب الإعلامي للقنوات العراقية على اتجاهات الجمهور تجاه أحداث غزة. سيتناول هذا القسم تفصيلاً لمجتمع البحث من عدة جوانب.

خامسا : عينة البحث :

تشكل عينة البحث جزءًا أساسيًا من الدراسة، حيث تمثل الجمهور المستهدف الذي سيتم جمع البيانات منه. هي مجموعة فرعية يتم اختيارها من مجتمع البحث، بحيث تعكس الخصائص الديموغرافية للمجتمع الأكبر. الهدف من اختيار عينة تمثيلية هو ضمان أن النتائج المستخلصة يمكن تعميمها على المجتمع ككل، وتم اختيار عينة من الاساتذة بواقع (150) مفرد، مما يتيح جمع بيانات كافية لتحليلها إحصائيًا. حجم العينة هذا يُعتبر كافيًا لتحقيق مستوى دقة معقول في النتائج، خاصة في السياقات الاجتماعية..

سادسا : تعريفات إجرائية :

لتوضيح الفهم، يُعرف "الخطاب الإعلامي" بأنه الطريقة التي يتم بها تقديم المعلومات والآراء من قبل وسائل الإعلام. بينما "الاتجاهات" تشير إلى المواقف والآراء التي يتبناها الأفراد تجاه قضية معينة. أما "الأزمات" فهي الحالات التي تتسم بوجود صراعات حادة أو ظروف إنسانية صعبة.

تشكل التعريفات الإجرائية جزءًا حيويًا من البحث، حيث توضح المصطلحات الرئيسية المستخدمة في الدراسة وتساعد على تحديد المفاهيم بشكل دقيق. فيما يلي أهم التعريفات الإجرائية المستخدمة في هذا البحث:

1- الخطاب الإعلامي: يُعرف الخطاب الإعلامي " بأنه مجموعة الرسائل والأفكار التي يتم توصيلها عبر وسائل الإعلام المختلفة، بما في ذلك التلفزيون، والصحف، ووسائل التواصل الاجتماعي، حول موضوع معين"، مثل أحداث غزة في هذه الحالة. (جابري، 2018، صفحة 167)

2- اتجاهات الجمهور:

تُشير اتجاهات الجمهور إلى المواقف والآراء التي يتبناها الأفراد تجاه موضوع معين، بناءً على المعلومات التي يتلقونها من وسائل الإعلام أو التجارب الشخصية. في هذا البحث، سنركز على اتجاهات الجمهور العراقي تجاه أحداث غزة. (العلي، 2020، صفحة 55)

سابعا : أدوات جمع البيانات :

تعتبر أدوات جمع البيانات من العناصر الأساسية في أي بحث، حيث تساهم في تجميع المعلومات الضرورية لدراسة الموضوع المستهدف. في هذا البحث، سيتم استخدام مجموعة متنوعة من الأدوات لجمع البيانات حول تأثير الخطاب الإعلامي للقنوات العراقية على اتجاهات الجمهور تجاه أحداث غزة. فيما يلي الأدوات التي سيتم استخدامها:

1-الاستبيانات: تُعتبر الاستبيانات أداة شائعة لجمع البيانات الكمية، حيث تحتوي على مجموعة من الأسئلة التي يجيب عليها المشاركون بشكل منهجي. ستتضمن الاستبيانات أسئلة مغلقة (اختيار من متعدد) وأسئلة مفتوحة لجمع آراء الجمهور حول التغطية الإعلامية لأحداث غزة. (الشمري ، 2019، صفحة 56)

❖ الخصائص:

- سهولة التحليل: يمكن تحليل البيانات الكمية بشكل إحصائي لتقديم نتائج موثوقة.
- تغطية واسعة: يمكن توزيع الاستبيانات على عينة كبيرة من الجمهور.

المبحث الثاني : الخطاب الإعلامي والقنوات الفضائية

أولا : الخطاب الإعلامي:

1- تعريف الخطاب الإعلامي:

الخطاب الإعلامي : " هو وسيلة لنقل الأفكار والمعلومات من خلال وسائل الإعلام إلى الجمهور. يعتبر الخطاب الإعلامي أداة فعالة لتشكيل الآراء والمواقف، حيث يُظهر كيف يمكن للإعلام أن يؤثر على المجتمع ويشكل تصورات الأفراد حول القضايا المختلفة. يمكن القول إن الخطاب الإعلامي هو كل ما يُقدم من محتوى في سياق إعلامي، ويشمل الأخبار، المقالات، البرامج التلفزيونية، والتغطيات الإخبارية". (الباز ، 2022، صفحة 67)

❖ مكونات الخطاب الإعلامي:

- المحتوى: يتضمن المعلومات الأساسية والموضوعات المطروحة. يمكن أن يكون هذا المحتوى موضوعياً، متحيزاً، أو يحمل طابعاً عاطفياً.
 - السياق: يشير إلى الظروف المحيطة بالإعلام (مثل الأحداث السياسية، الاجتماعية، أو الثقافية) التي تؤثر على تفسير الرسالة.
 - الأسلوب: يتضمن اللغة، الصور، والرموز المستخدمة في الخطاب، والتي تلعب دوراً كبيراً في كيفية تلقي الرسالة.
 - الجمهور: يتأثر الخطاب الإعلامي بمستوى المعرفة والخلفية الثقافية للجمهور المستهدف، مما يحدد كيفية تفاعلهم مع المحتوى.
 - الوسيلة: القناة المستخدمة لنقل الخطاب، سواء كانت تلفزيونية، رقمية، أو مطبوعة، لكل منها تأثيراتها الخاصة. (المحسن ، 2020، صفحة 47)
- ❖ وظائف الخطاب الإعلامي:

- نقل المعلومات: يقوم الإعلام بتقديم المعلومات بشكل دقيق، مما يساعد الجمهور على فهم الأحداث الجارية.

- التثقيف: يُعتبر الإعلام مصدرًا للمعرفة حول قضايا مجتمعية وثقافية هامة، ويعزز الوعي العام.
- التوجيه: يعمل على تشكيل آراء الجمهور وتحفيزهم على اتخاذ مواقف محددة، مما يساهم في تشكيل الرأي العام.

• التعبئة: يمكن استخدام الخطاب الإعلامي لدعوة الجمهور للتحرك أو الانخراط في قضايا معينة.

❖ أنواع الخطاب الإعلامي:

• الخطاب الإخباري: يعتمد على تقديم المعلومات بشكل مباشر وموضوعي، مع التركيز على الحقائق والأحداث.

• الخطاب التحليلي: يتناول تفسير الأحداث وتأثيراتها، ويستخدم التحليل العميق لتقديم رؤى جديدة.

• الخطاب التعبوي: يستهدف تحفيز المشاعر والاهتمام بقضية معينة، وغالبًا ما يستخدم في الحملات السياسية والاجتماعية.

❖ تأثير الخطاب الإعلامي في تشكيل الاتجاهات

يمتلك الخطاب الإعلامي القدرة على تشكيل الاتجاهات من خلال:

- الإطار الإعلامي: الطريقة التي يتم بها تقديم القضية (مثل الإطار الإيجابي أو السلبي) تؤثر في كيفية إدراك الجمهور لها.
- اختيار الكلمات: الكلمات والعبارات المستخدمة يمكن أن تؤثر في استجابة الجمهور العاطفية والفكرية.
- التكرار: التكرار في عرض المعلومات يساعد في تعزيز وجهات النظر ويساهم في ترسيخها.

❖ أمثلة على تأثير الخطاب الإعلامي:

• الأزمات السياسية: يمكن أن يؤدي الخطاب الإعلامي إلى تضخيم أو تقليل من أهمية الأحداث، مما يؤثر على سلوك الناخبين والمواطنين.

• حالات الحرب والنزاع: خلال النزاعات، قد يُستخدم الخطاب الإعلامي للتعبئة أو إظهار موقف معين تجاه أطراف النزاع. (سالم ، 2023 ، صفحة 71)

ثانياً : القنوات الفضائية:

1- أهمية القنوات الفضائية:

تعتبر القنوات الفضائية واحدة من الوسائل الأكثر تأثيرًا في العصر الحديث، حيث تلعب دوراً رئيسياً في تشكيل الوعي العام وتوجيه النقاشات حول القضايا السياسية والاجتماعية. تتيح هذه القنوات للجمهور الاطلاع على الأخبار المحلية والدولية بشكل لحظي، مما يساعد على تعزيز فهمهم للأحداث المهمة.

2- القنوات الفضائية العراقية:

تتواجد في العراق مجموعة من القنوات الفضائية التي تتناول الأخبار المحلية والعربية، ومن أبرزها: **تعريف قناة العراقية**: القنوات الفضائية العراقية كما يعرفها (الازيرجاوي، 2024 ، ص) 131 ، هي: "جميع القنوات الفضائية المسجلة في العراق، وتبث من داخله او خارجه، والموجهة الى الجمهور العراقي، ببرامجها او نشراتها

الاخبارية، والتي تأسس اغلبها بعد عام 2003 على شكل مشاريع خاصة من قبل الاحزاب او اصحاب رؤوس

الاموال، باستثناء فضائية" العراقية "شبه رسمية، اذ انها تابعة للحكومة العراقية، وتتبنى الخطاب الرسمي للدولة. (عليوي، 2024، صفحة 418)

❖ قناة العراقية:

- الوصف: القناة الرسمية للدولة العراقية، وتعتبر من أقدم القنوات في العراق.
- التوجه: تسعى لتقديم أخبار محايدة، لكن في بعض الأحيان قد تتأثر بمواقف الحكومة.
- المحتوى: تشمل نشرات الأخبار، برامج حوارية، وتغطيات خاصة للأحداث السياسية والاجتماعية. (قناة العراقية ، 2024)

❖ قناة النهار:
• الوصف: قناة فضائية خاصة تركز على الأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

- التوجه: تسعى لتقديم تغطيات شاملة وتحليلات عميقة للأحداث.
- المحتوى: تقدم برامج حوارية، تقارير ميدانية، وأخبار عاجلة. (قناة النهار، 2024)

❖ قناة المسار:

- الوصف: قناة فضائية تركز على الأحداث الإقليمية والدولية، خاصة القضايا الساخنة مثل الصراع في غزة.
- التوجه: تتيح مساحة لعرض وجهات نظر متعددة، مما يسهم في إثراء النقاش العام.
- المحتوى: تشمل تحليلات سياسية، مقابلات مع خبراء، وتغطيات ميدانية. (قناة المسار، 2024)

❖ قناة السومرية:

- الوصف: قناة خاصة تقدم تغطية شاملة للأخبار العراقية والعربية.
- التوجه: تركز على تقديم الأخبار الميدانية والتحليلات السياسية.
- المحتوى: تشمل نشرات أخبار، برامج حوارية، ومناقشات حول القضايا الراهنة. (قناة السومرية ، 2024)

❖ قناة دجلة:5

- الوصف: قناة عراقية خاصة تقدم برامج سياسية واجتماعية متنوعة.

• التوجه: تهتم بتقديم أخبار متوازنة مع التركيز على التحليلات.

• المحتوى: برامج حوارية، تقارير، وأخبار عاجلة. (قناة دجلة, 2024)

3- أساليب تقديم المحتوى:

تستخدم القنوات الفضائية مجموعة متنوعة من الأساليب لتقديم المحتوى، ومن أهمها:

- التصوير المباشر: يتم استخدامه لنقل الأحداث فور وقوعها، مما يمنح الجمهور إحساسًا بالواقع.
- التقارير الميدانية: تشمل تغطيات من موقع الحدث، حيث يتم نقل الصور والتفاصيل بشكل مباشر.
- التحليلات السياسية: حيث يتم استضافة خبراء لتحليل الأحداث من زوايا مختلفة، مما يساعد الجمهور على فهم السياقات الأعمق.

• المناقشات الحوارية: تسمح بطرح وجهات نظر متعددة وتبادل الآراء حول القضايا الراهنة.

4- تأثير القنوات الفضائية على الجمهور:

تتأثر توجهات الجمهور بشكل كبير بالمحتوى الذي تقدمه القنوات الفضائية، وهناك عدة عوامل تؤثر في هذا التأثير:

- الإطار الإعلامي: يتضمن كيفية عرض الأخبار، بما في ذلك التركيز على جوانب معينة أو تغافل أخرى. يمكن أن يؤدي هذا إلى تشكيل الآراء بطريقة معينة.
- اختيار المصادر: مصداقية المصادر التي تستند إليها القناة تؤثر على كيفية استجابة الجمهور للمعلومات.
- اللغة والأسلوب: اختيار اللغة والأسلوب لهما تأثير كبير على كيفية استيعاب الجمهور للمعلومات، حيث يمكن أن تثير بعض العبارات ردود فعل معينة.

5- التحليل النفسي والاجتماعي لتأثير الخطاب الإعلامي:

يمكن النظر إلى تأثير القنوات الفضائية من منظور نفسي واجتماعي، حيث تلعب وسائل الإعلام دورًا في تشكيل الهويات الثقافية والسياسية. يساهم الخطاب الإعلامي في بناء تصورات الجمهور حول الصراع في غزة، وقد يتسبب في:

- تشكيل انطباعات مسبقة: تؤثر الأخبار المقدمة على كيفية رؤية الجمهور للقضية.
 - تعزيز الانتماءات: يمكن أن يؤدي الخطاب إلى تعزيز الانتماء القومي أو الإقليمي.
- تحفيز الفعل الاجتماعي: قد يؤدي التأثير الإعلامي إلى تحفيز الجمهور للمشاركة في النشاطات الاجتماعية والسياسية. تعتبر القنوات الفضائية من الأدوات الأساسية التي تساهم في تشكيل الرأي العام وتوجيهه، خاصة في قضايا مثل أحداث غزة. من خلال تحليل كيفية تقديم هذه القنوات للمعلومات، يمكن فهم التأثير العميق الذي تمارسه على اتجاهات الجمهور وتشكيل آرائه.

جدول (1) يوضح توزيع وحدات العينة حسب متغير العمر

المتغير	التكرارات	البنسبة (%)
34-25	83	55.33
44-35	59	39.33
45 وما فوق	8	5.33
المجموع	150	100%

-التركيز على الفئة العمرية بين 25 و 44 سنة : العينة تركز بشكل كبير على هذه الفئة، مما يشير إلى استهداف الأفراد في مرحلة النضج المهني، خاصة من شريحة الأساتذة الجامعيين.
-غياب الفئات العمرية تحت 18 سنة : عدم وجود مشاركين أقل من 18 عامًا قد يكون نتيجة لسياسة محددة في اختيار العينة أو لأن موضوع البحث غير مناسب لهذه الفئة.
-تمثيل ضعيف لمن هم فوق 45 سنة: قلة عدد المشاركين من هذه الفئة قد تعني أن العينة غير شاملة لجميع الأعمار، أو أن البحث موجه بشكل خاص للأساتذة الجامعيين الأصغر سنًا.

بناءً على هذه الملاحظات، سيكون من المفيد تحليل أسباب هذا التوزيع غير المتوازن في الفئات العمرية لفهم تأثيره على نتائج الدراسة

جدول (2) يبين توزيع أفراد العينة بحسب الجنس

الجنس	التكرارات	البنسبة (%)
ذكر	52	34.66
انثى	98	65.33
المجموع	150	100%

تحليل التوزيع الجنساني في العينة البحثية التكرارات:

الذكور 52 فرداً : الإناث 98 فرداً : إجمالي العينة 150 فرداً

النسب المئوية: الذكور 34.66% : الإناث 65.33% :

النتيجة:
يُظهر التوزيع تفاوتاً واضحاً بين الجنسين، حيث تشكل الإناث الأغلبية بنسبة ملحوظة. قد يكون ذلك نتيجة لاختيار العينة من مجتمع أو مجال معين يضم عدداً أكبر من الإناث، أو بسبب عوامل أخرى تؤثر على التوزيع الجنسين.

الاستنتاجات:
تفضيل القنوات العراقية يعكس ثقة الجمهور بمصداقيتها.
معظم الأفراد يفضلون المتابعة اليومية، ما يدل على أهمية القضية.
ضعف متابعة بعض القنوات يشير إلى ضرورة تحسين استراتيجياتها الإعلامية.

الوصيات:
على القنوات الأقل متابعة تعزيز تغطيتها لجذب جمهور أوسع.
التركيز على التغطيات اليومية في القنوات الأكثر مشاهدة لتعزيز التأثير والولاء الجماهيري.

جدول (6)

يبين آراء العينة حول معدل مشاهدتك للأخبار حول احداث غزة في الأسبوع.

الاجابات (6)	التكرارات	%
يومية	70	46.66
عدة مرات في الأسبوع	45	30
مرة واحدة في الأسبوع	30	20
نادرا	5	3.33
المجموع	150	100%

نتائج الاستطلاع:

- يوميا 70: شخصا (46.66%) - النسبة الأكبر، مما يعكس اهتمامًا واسعًا.
- عدة مرات في الأسبوع 45: شخصا (30%) - متابعة متوسطة للأحداث.
- مرة واحدة في الأسبوع 30: شخصا (20%) - اهتمام أقل بالأخبار.
- نادراً 5: أشخاص (3.33%) - قلة اهتمام أو انشغال بأمور أخرى.

الاستنتاجات:
المتابعة اليومية هي الأعلى، ما يدل على أهمية القضية.
76.66% من العينة تتابع الأخبار بانتظام، مما يعكس وعياً عالياً.
23.33% لديهم متابعة ضعيفة أو متقطعة، ربما بسبب انشغالهم أو اعتمادهم على مصادر أخرى.
الأحداث تُعتبر محورية في المجتمع، حيث تثير اهتمام معظم الأفراد.

الوصيات:
□ تعزيز التوعية الإعلامية لجذب الفئات الأقل متابعة.

- تحليل أسباب ضعف المتابعة لفئة الـ 3.33% لمعرفة ما إذا كانوا يعتمدون على مصادر بديلة.
- تنويع منصات الأخبار مثل وسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى جمهور أوسع.

معلومات عن

غزة.

التكرارات					جدول (7) القنوات
المجموع	نادرا	مرة واحدة في الاسبوع	عدة مرات في الاسبوع	يوميًا	
30	1	4	5	20	مواقع إخبارية
80	0	10	20	50	شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، إنستغرام)
10	0	0	5	5	تطبيقات الاخبار
30	0	1	9	20	مدونات او قنوات يوتيوب
0	0	0	0	0	أخرى
150	1	15	39	95	المجموع

استطلاع آراء العينة حول وسائل الإعلام لمتابعة أخبار غزة

أبرز النتائج: شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، إنستغرام) هي المصدر الأكثر استخدامًا، حيث يتابعها 50 شخصًا يوميًا، مما يجعلها الوسيلة الأهم. المواقع الإخبارية والمدونات/قنوات يوتيوب تأتي في المرتبة الثانية، بمتابعة يومية من 20 شخصًا لكل تطبيق. تطبيقات الأخبار لديها متابعة ضعيفة جدًا، بإجمالي 10 مستخدمين فقط، مما يعكس قلة الاعتماد عليها. الوسائل الأخرى لم يتم الإبلاغ عن استخدامها نهائيًا، مما يدل على تركيز الجمهور على المنصات الرقمية الشائعة.

المتابعة اليومية مرتفعة، حيث يتابع 95 شخصًا الأخبار يوميًا، مما يعكس اهتمامًا كبيرًا بالأحداث.

شعبية شبكات التواصل الاجتماعي تجعلها المصدر الأساسي للأخبار، نظرًا لسرعتها وسهولة الوصول إليها، المواقع الإخبارية والمدونات/يوتيوب لا تزال تحظى باهتمام لكنها أقل تأثيرًا. تطبيقات الأخبار تعاني من ضعف الاستخدام، ما يشير إلى الحاجة إلى تحسين جاذبيتها للجمهور، الاتجاه العام يميل إلى الوسائل الرقمية التفاعلية، مما يعكس تغير أنماط استهلاك الأخبار لدى الأفراد.

القسم الثالث: تقييم الخطاب الاعلامي

جدول (8) يبين آراء العينة حول كيفية تقييم جودة المعلومات التي تقدمها القنوات حول أحداث غزة

التركرارات	%	جدول (8) الإجابات
30	20	عالية
104	69.33	متوسطة
10	6.66	منخفضة
6	4	منخفضة جدا
150	%100	المجموع

استبيان جودة المعلومات في القنوات الإعلامية حول أحداث غزة

نتائج الاستبيان:

جودة متوسطة 104: أشخاص (69.33%) – الغالبية ترى أن المعلومات المقدمة متوسطة الجودة.
جودة عالية 30: شخصاً (20%) – نسبة جيدة ترى أن القنوات تقدم معلومات دقيقة وموثوقة.
جودة منخفضة 10: أشخاص (6.66%) – نسبة قليلة ترى أن جودة المعلومات غير كافية.
جودة منخفضة جداً 6: أشخاص (4%) – أقلية تعتبر أن المحتوى ضعيف جداً وغير موثوق.

الاستنتاجات:

□ الغالبية ترى أن جودة المعلومات متوسطة، مما يشير إلى رضا نسبي لكنه ليس تاماً.
□ 20% لديهم رأي إيجابي، مما يعكس تقدير البعض لجهود القنوات الإعلامية.
□ 10.66% غير راضين عن جودة المعلومات، مما يكشف عن فجوات في نقل الأخبار.
□ الجمهور يتبنى رأياً معتدلاً مع ميل طفيف للإيجابية، لكنه يتوقع تحسينات في الدقة والمصداقية.

الوصيات:

تحسين جودة ودقة المعلومات لتعزيز ثقة الجمهور.
معالجة نقاط الضعف التي دفعت بعض المشاركين لتقييم الجودة بأنها منخفضة.
التركيز على تقديم تغطية دقيقة ومتوازنة تلبى تطلعات المشاهدين المختلفين. أعلى النموذج

جدول (9) يبين مدى توازن الأحداث التي تقدمها القنوات من حيث التحيز لصالح جهة معينة

التركرارات						جدول (9) اسماء التغطية
المجموع	غير راضٍ جداً	غير راضٍ	محايد	راضٍ	راضٍ جداً	

50	1	4	10	30	5	التغطية متوازنة بالكامل
50	0	5	5	10	30	هناك تحيز بسيط لصالح جهة معينة
45	0	2	5	10	28	التغطية متحيزة بشكل كبير لصالح جهة معينة
5	0	0	1	3	1	لا ادري
150	1	11	21	53	64	المجموع

استبيان رضا الجمهور عن التغطية الإعلامية لأحداث غزة

تحليل الفئات الرئيسية:
 التغطية المتوازنة بالكامل 50: مشاركًا، منهم 35 راضون أو راضون جدًا، مما يدل على قبول واسع لهذا النوع من التغطية. تحيز بسيط 50: مشاركًا، حيث 40 منهم راضون أو راضون جدًا، مما يشير إلى أن التحيز البسيط لا يؤثر كثيرًا على رضا الجمهور. تحيز كبير 45: مشاركًا، حيث 38 منهم راضون أو راضون جدًا، مما يعكس تقبلًا مرتفعًا حتى عند وجود تحيز. غير مهتمين (لا أدري) 5: مشاركين فقط، مما يشير إلى قلة عدم الاكتراث بالقضية.

تحليل التكرارات:
 □ الأغلبية راضون: الفئتان الأكثر تمثيلًا هما راضٍ جدًا (64) وراضٍ (53)، مما يعني أن الانطباع العام إيجابي.
 □ المحايدون (21 مشاركًا) يشكلون أقلية.
 □ النسبة السلبية ضعيفة جدًا: فقط 12 مشاركًا (غير راضٍ أو غير راضٍ جدًا)، مما يعكس انخفاض التذمر من التغطية.

الاستنتاجات:
 1. التوجه العام إيجابي: معظم المشاركون راضون عن التغطية بغض النظر عن مستوى التحيز.
 2. لتغطية المتوازنة هي الأكثر قبولًا، مما يؤكد أهمية الحيادية في الإعلام.
 3. لتحيز ليس عائقًا كبيرًا للرضا، حيث أبدى العديد من المشاركين تقبلًا حتى عند وجود تحيز واضح.
 4. قلة غير الراضين تشير إلى أن رضا الجمهور عن التغطية الإعلامية مرتفع عمومًا.

الاستمرار في التوازن الإعلامي لأنه الأكثر جذبًا للجمهور. تقليل التحيز البسيط لتفادي أي تأثير على الثقة الإعلامية. تعزيز الشفافية في التغطية لضمان مصداقية القنوات الإعلامية وزيادة ثقة الجمهور.

جدول (10) يبين مدى رضى افراد العينة عن التحليلات المقدمة من القنوات العراقية حول الاحداث

التركرارات	%	جدول (10) الإجابات
36	24	راضٍ جداً
44	29.33	راضٍ
42	28	محايد
25	16.66	غير راضٍ
3	2	غير راضٍ جداً
150	100%	المجموع

يُظهر الجدول (10) آراء 150 فرداً حول التحليلات التي تقدمها القنوات العراقية للأحداث. تبين أن 53.33% من العينة راضون عن هذه التحليلات، بينما أظهر 28% موقفاً محايداً، و18.66% فقط غير راضين.

النتائج الرئيسية:

غالبية الجمهور تميل للرضا، لكن نسبة الحياد مرتفعة. نسبة غير الراضين منخفضة، مما يشير إلى قبول عام للتحليلات. لا يزال هناك مجال لتحسين جودة المحتوى التحليلي لزيادة الرضا وتقليل الحياد.

التوصيات:

تعزيز نقاط القوة في التحليلات التي تلقى قبولاً واسعاً. دراسة أسباب الحياد والعمل على جعل المحتوى أكثر وضوحاً وجاذبية. تحسين جودة التحليل والاستعانة بخبراء لزيادة الموثوقية والشفافية.

القسم الرابع: تأثير الخطاب الإعلامي

جدول (11) يبين اثر الخطاب الاعلامي على مواقف الافراد من القضية الفلسطينية.

المجموع	التكرارات					جدول (11) اسماء التغطية
	غير راضٍ جدا	غير راضٍ	محايد	راضٍ	راضٍ جدا	
20	1	2	3	7	7	اثر كبير في تعميق قناعاته الشخصية
50	1	3	9	19	18	اثر بشكل بسيط ولكن غير جذري
75	0	5	20	15	35	اثر من خلال تقديم معلومات جديدة
5	0	0	2	0	3	لم يؤثر على موقفي اطلاقاً
150	2	10	34	41	63	المجموع

يُظهر الجدول (11) أن الخطاب الإعلامي كان له تأثير إيجابي ملحوظ على مواقف الأفراد، حيث أبدى 104 أشخاص (69.3%) رضا بدرجات متفاوتة، بينما بقيت نسبة غير الراضين أو غير المتأثرين منخفضة جداً (12 شخصاً فقط).

أبرز النتائج: **التركيز للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية**
تقديم المعلومات الجديدة كان الأكثر تأثيراً، حيث عبر 50 شخصاً عن رضاهم، مما يبرز أهمية المحتوى الإعلامي الجديد في تشكيل الرأي العام.

التأثير على القناعات الشخصية كان محدوداً، إذ أظهر 14 شخصاً فقط رضا عن هذا النوع من التأثير. نسبة غير المتأثرين قليلة جداً (5 أشخاص فقط)، ما يشير إلى فاعلية الخطاب الإعلامي بشكل عام. يلعب الإعلام دوراً بارزاً في التأثير على مواقف الأفراد تجاه القضية الفلسطينية، لا سيما عند تقديم معلومات جديدة. ومع ذلك، لا يزال هناك مجال لتعزيز تأثيره في تعميق القناعات الشخصية من خلال تطوير أساليب الخطاب الإعلامي.

جدول (12) يبين اثر الخطاب الاعلامي على مشاعر افراد العينة اتجاه المواطنين في غزة.

%	التكرارات	جدول (12) الإجابات
64.66	97	اثر إيجابي
31.33	47	اثر سلبي
4	6	لا اثر
%100	150	المجموع

يُظهر الجدول (12) أن الخطاب الإعلامي كان له تأثير ملحوظ على مشاعر الأفراد تجاه مواطني غزة، حيث تأثر 64.66% من العينة إيجابياً، بينما تأثر 31.33% بشكل سلبي، و4% لم يتأثروا.

أبرز النتائج:

الأثر الإيجابي هو الأكثر شيوعاً، مما يدل على دور الإعلام في تعزيز التعاطف والمساندة تجاه غزة. وجود نسبة كبيرة تأثرت سلبياً (31.33%)، مما يشير إلى تأثير بعض الخطابات الإعلامية السلبية أو المشوهة.

قلة المحايدین (4%)، مما يعكس مدى قوة تأثير الإعلام في تشكيل المشاعر العامة.

التوصيات:

تعزيز الخطاب الإعلامي الإيجابي لتعزيز الروابط الإنسانية والمجتمعية.

مراجعة ومعالجة المحتوى الإعلامي السلبي لتقليل تأثيره السلبي.

دراسة أسباب التأثير السلبي ومحاولة معالجتها من خلال محتوى إعلامي أكثر توازناً.

جدول (13) يبين ما اذا كان الخطاب الاعلامي يعكس الحقائق على ارض الواقع.

الترددات	%	جدول (13) الإجابات
6	4	نعم
47	31.33	لا
97	64.66	لا ادري
150	100%	المجموع

يكشف الجدول (13) أن غالبية المشاركين (64.66%) غير متأكدين من مدى تطابق الخطاب الإعلامي مع الواقع، بينما يرى 31.33% أنه لا يعكس الحقائق، و4% يعتقدون أنه يعكسها بدقة.

أبرز النتائج:

عدم اليقين هو الاتجاه السائد، مما يشير إلى ضعف الثقة أو وضوح الرسائل الإعلامية.

نسبة كبيرة ترى أن الإعلام لا يعكس الواقع، مما قد يعكس فقدان الثقة أو الشعور بالتحيز الإعلامي.

قلة قليلة تؤمن بمصداقية الإعلام، ما يعكس الحاجة إلى تحسين جودة المحتوى الإخباري.

التوصيات:

تعزيز الشفافية والمصداقية في الإعلام لتحسين ثقة الجمهور.

رفع الوعي الإعلامي لمساعدة الأفراد على التمييز بين الحقائق والآراء.
إجراء دراسات معمقة لفهم أسباب عدم اليقين وانخفاض الثقة بالإعلام.

القسم الخامس: التفضيلات الإعلامية

جدول (14) يبين نوع المحتوى الذي يفضل افراد العينة رؤيته في التغطية الاعلامية حول غزة.

%	التكرارات	جدول (14) الإجابات
5.33	8	تقارير ميدانية
29.33	44	قصص شخصية من السكان
55.33	83	تحليلات سياسية
6.66	10	اراء الخبراء
3.33	5	معلومات إحصائية
0	0	أخرى
%100	150	المجموع

يكشف الجدول (14) أن غالبية المشاركين (55.33%) يفضلون التحليلات السياسية، يليها القصص الشخصية للسكان بنسبة 29.33%، بينما حصلت آراء الخبراء (6.66%)، التقارير الميدانية (5.33%)، والمعلومات الإحصائية (3.33%) على اهتمام أقل.

أبرز النتائج: اهتمام كبير بالتحليلات السياسية، ما يعكس رغبة الجمهور في فهم الأبعاد السياسية للأحداث. القيمة الإنسانية مهمة، حيث تحظى القصص الشخصية باهتمام واسع، مما يشير إلى تأثير المحتوى الإنساني في تشكيل الرأي العام، ضعف الاهتمام بالإحصائيات، ما يدل على تفضيل الجمهور للسرود والتحليل بدلاً من الأرقام المجردة.

التوصيات:

التركيز على التحليلات السياسية والقصص الإنسانية في التغطية الإعلامية.
تقديم الإحصائيات في سياق تحليلي أو إنساني لجعلها أكثر جذباً للجمهور.
تحسين التقارير الميدانية وربطها بالجوانب السياسية والإنسانية لتعزيز تأثيرها.

جدول (15) يبين الطريقة التي يفضل فيها افراد العينة متابعة الاخبار.

%	التكرارات	جدول (15) الإجابات
35.33	53	وسائل الاعلام التقليدية (التلفزيون ، الراديو)
48	72	وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، انستغرام)
16.66	25	الانترنت بشكل عام (مواقع اخبارية ، تطبيقات ، الخ)
%100	150	المجموع

يوضح الجدول (15) أن غالبية الأفراد (48%) يفضلون متابعة الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بينما لا تزال وسائل الإعلام التقليدية (التلفزيون والراديو) تحظى باهتمام (35.33%)، في حين أن الإنترنت العام (المواقع الإخبارية والتطبيقات) يأتي في المرتبة الأخيرة بنسبة (16.66%).

أبرز النتائج:

وسائل التواصل الاجتماعي هي المصدر الرئيسي للأخبار، ما يعكس سرعة وتأثير هذه المنصات في نشر المعلومات.

الإعلام التقليدي لا يزال يحافظ على أهميته، رغم تفوق الوسائل الرقمية عليه.

الإقبال على المواقع الإخبارية أقل، ربما بسبب تفضيل المستخدمين للمنصات الأكثر تفاعلية مثل فيسبوك وتويتر.

التوصيات:

تعزيز دور وسائل الإعلام التقليدية من خلال دمجها مع الوسائل الرقمية للوصول إلى جمهور أوسع.

تطوير المحتوى الإخباري على وسائل التواصل الاجتماعي لضمان المصداقية والسرعة في نقل الأخبار.

تحسين مواقع الأخبار الإلكترونية لتكون أكثر تفاعلية وجاذبية للجمهور.

جدول (16) يبين ما يجب على القنوات تحسينه في التغطية الاعلامية لأحداث غزة.

%	التكرارات	جدول (16) الإجابات
24	36	مصادقية المعلومة

6.66	10	تقديم قصص انسانية
53.33	80	تحليل الابعاد السياسية
16	24	تقديم معلومات دقيقة
0	0	أخرى
%100	150	المجموع

يُظهر الجدول (16) أن تحليل الأبعاد السياسية هو الأولوية الأهم لدى الجمهور (53.33%)، يليه تعزيز مصداقية المعلومة (24%)، ثم تقديم معلومات دقيقة (16%)، بينما جاء الاهتمام بالقصص الإنسانية في المرتبة الأخيرة (6.66%).

أبرز النتائج:

التحليل السياسي هو الأكثر طلبًا، ما يعكس رغبة الجمهور في فهم الجوانب السياسية للأحداث. المصداقية والدقة في المعلومات تحظيان بأهمية كبيرة، مما يدل على حاجة الجمهور لمصادر موثوقة. الاهتمام بالقصص الإنسانية أقل نسبيًا، رغم دورها في تعزيز التعاطف مع الضحايا.

التوصيات: تعزيز التحليل السياسي المتعمق لفهم تطورات الأزمة بشكل أوسع.

ضمان المصداقية والدقة في نقل المعلومات، لتفادي التضليل الإعلامي.

تحسين التغطية الإنسانية من خلال قصص مؤثرة تسلط الضوء على معاناة السكان.

القسم السادس: ملاحظات إضافية

جدول (17) يبين في ما اذا كان هناك تعليقات او اقتراحات اضافية حول تغطية الاحداث في غزة من قبل الاعلام العراقي.

الاجابات (17) جدول	التكرارات	%
--------------------	-----------	---

2	3	التحقق من صحة الاخبار قبل نشرها خاصة في اوقات التوتر السياسي
1.33	2	تغطية دقيقة في الوقت المناسب وعدم التباطؤ في نقل المعلومات
3.33	5	استخدام مصادر متعددة لتقديم صورة متوازنة وشاملة عن الاحداث في غزة
93.33	140	لا يوجد

يُظهر الجدول (17) أن 93.33% من المشاركين لم يقدّموا أي تعليق إضافي، مما قد يشير إلى الرضا العام أو عدم وجود اهتمام كبير بتقييم التغطية الإعلامية. من بين الملاحظات المطروحة، كان التحقق من صحة الأخبار (2%)، التغطية الدقيقة في الوقت المناسب (1.33%)، واستخدام مصادر متعددة (3.33%).
أبرز النتائج:

قلة الملاحظات والاقتراحات تعكس إما رضا الجمهور أو قلة الاهتمام بتقييم أداء الإعلام. اهتمام محدود بالتحقق من الأخبار السريعة، مما يدل على ثقة الجمهور النسبي بالمصادر أو الاعتياد على نمط التغطية الحالي.

دعوات قليلة لاستخدام مصادر متعددة لتقديم صورة أكثر توازناً عن الأحداث.

نتائج البحث

ختاماً نحمد الله ونشكره على اتمام هذا البحث المتواضع ومن خلال تطريقي ل " دور الخطاب الإعلامي في القنوات العراقية تجاه أحداث غزة وتأثيره على تشكيل اتجاهات الجمهور توصلت الدراسة إلى أهم النتائج:

1. دور الخطاب الإعلامي في تعزيز الوعي بالقضية الفلسطينية: أظهرت القنوات العراقية اهتماماً ملحوظاً في تغطية أحداث غزة، حيث ركزت على تسليط الضوء على المعاناة الإنسانية، الانتهاكات الإسرائيلية، والجهود الداعمة للشعب الفلسطيني. هذا ساهم في تعزيز الوعي العام بالقضية الفلسطينية كقضية إنسانية وسياسية في آن واحد.

2. التأثير على تشكيل الاتجاهات الشعبية: لعب الخطاب الإعلامي دوراً محورياً في توجيه مشاعر الجمهور العراقي وتعزيز موقفه المتضامن مع الشعب الفلسطيني. بعض القنوات استخدمت أسلوباً عاطفياً يدفع نحو التضامن، بينما ركزت أخرى على تقديم التحليل السياسي لتعزيز فهم الجمهور للأحداث.

3. الخطاب الإعلامي كمحفز للمواقف السياسية والدينية: تم استغلال الخطاب الإعلامي في تعزيز موقف العراق كداعم للقضية الفلسطينية، سواء من منظور ديني أو قومي. هذا الخطاب ساهم في تقوية الروابط العاطفية والدينية مع الشعب الفلسطيني.

4. تفاوت مستوى المهنية: لوحظ تفاوت في مستوى المهنية والموضوعية بين القنوات العراقية، حيث كانت بعض القنوات تعتمد على خطاب متحيز وأسلوب إثارة عاطفية، بينما حاولت أخرى تقديم تغطية متوازنة وموضوعية.

5. التأثير على العلاقات الإقليمية: برز الخطاب الإعلامي كأداة مؤثرة في العلاقات الإقليمية، حيث ركز على إبراز دور العراق كجزء من المحور الداعم للقضية الفلسطينية، مما يعزز علاقته مع الدول المساندة.

المقترحات والتوصيات

أولاً: توصيات لتحسين الخطاب الإعلامي للقنوات العراقية

1. تعزيز الحيادية والمهنية: ضرورة التزام القنوات العراقية بمعايير المهنية والموضوعية عند تناول أحداث غرة. تجنب الخطاب التحريضي أو المبالغ فيه لضمان تقديم صورة متوازنة للجمهور.

2. التركيز على الجانب الإنساني: تسليط الضوء على معاناة الشعب الفلسطيني بأسلوب إنساني بعيد عن الاستغلال السياسي.

3. تطوير المحتوى الإعلامي: إنتاج برامج وتقارير تحليلية عميقة تعتمد على الحقائق والمصادر الموثوقة. استضافة خبراء ومحللين متخصصين في الشؤون الفلسطينية والدولية.

4. الابتعاد عن الانحياز الحزبي: تجنب توظيف القضية الفلسطينية لأغراض حزبية أو دعائية. توحيد الخطاب الإعلامي بما يخدم التضامن مع الشعب الفلسطيني.

5. التعاون مع الإعلام الدولي: التعاون مع وسائل الإعلام العالمية لنقل صورة دقيقة وواسعة الانتشار عن أحداث غرة. الاستفادة من التقنيات الحديثة لتوثيق الأحداث ونقلها بطرق مبتكرة.

ثانياً: توصيات تتعلق بتأثير الإعلام على الجمهور

1. زيادة الوعي الإعلامي لدى الجمهور: إطلاق حملات توعية لتعليم الجمهور كيفية تحليل الخطاب الإعلامي وفهم الرسائل الإعلامية. تدريب الجمهور على التحقق من المصادر الإعلامية لتجنب التأثير بالمعلومات المضللة.

2. إشراك الجمهور في النقاش: فتح قنوات للتواصل المباشر مع الجمهور عبر البرامج التفاعلية أو وسائل التواصل الاجتماعي. تعزيز ثقافة الحوار بين الجمهور والمحللين لتشكيل وعي مشترك حول القضية.

3. إجراء دراسات دورية: إجراء استطلاعات رأي ودراسات لقياس تأثير الخطاب الإعلامي على الجمهور استخدام نتائج هذه الدراسات لتحسين جودة البرامج الإعلامية.

ثالثاً: مقترحات لتطوير البحث حول الموضوع

1. تحليل أكثر شمولية: دراسة الفروقات بين خطاب القنوات العراقية (الحكومية، المستقلة، الحزبية) وتأثيرها على الفئات العمرية المختلفة. مقارنة خطاب الإعلام العراقي مع الإعلام العربي والدولي بشأن قضية غزة.
2. تعزيز التعاون الأكاديمي: دعوة الأكاديميين والمختصين في الإعلام والسياسة للمشاركة في صياغة استراتيجيات إعلامية متوازنة.
3. الاستفادة من التكنولوجيا: توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي لتحليل الخطاب الإعلامي في القنوات العراقية. دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي كجزء من الخطاب الإعلامي على الجمهور.
4. إضافة أبعاد جديدة: دراسة تأثير الخطاب الإعلامي على الجالية الفلسطينية في العراق. تحليل دور الإعلام العراقي في تعزيز الدعم الشعبي والرسمي لقضية غزة.

رابعاً: توصيات للسياسات الإعلامية العراقية

1. إطلاق ميثاق إعلامي: صياغة ميثاق إعلامي يلزم القنوات العراقية بتغطية القضايا الإقليمية وفق معايير مهنية وأخلاقية.
2. التنسيق بين القنوات: إنشاء شبكة تنسيق بين القنوات العراقية لتوحيد الجهود الإعلامية في تغطية القضايا الكبرى مثل أحداث غزة.
3. الاستثمار في الإعلام الميداني: إرسال فرق ميدانية إلى غزة لتقديم تغطيات مباشرة وأكثر تأثيراً.

المراجع

- حيدر عباس عليوي دور القنوات التلفزيونية العراقية في تعزيز قيم المواطنة. (2024). صفحة 418 مجلة لارك للفلسفة وللإنسانيات والعلوم الاجتماعية, 16(36233). <https://doi.org/10.31185/lark.36233> (Pt2), 447-411.
- احمد خالد الاحمد. (2019). الدراسات في الاعلام و الاتصال . الخطاب الاعلامي في النزاعات المسلحة ، صفحة 70.
- احمد محمد الباز. (2022). الخطاب الإعلامي ودوره في تشكيل الرأي العام . مجلة الأبحاث الإعلامية. صفحة 67
- خالد محمود العلي. (2020). دراسات في الإعلام. تأثير الإعلام على تشكيل اتجاهات الرأي العام. صفحة 55
- سامر حسن المحسن. (2020). تأثير الإعلام على القضايا السياسية في العالم العربي . دراسات عربية. صفحة 47
- علي حسن الكعبي. (2021). دور وسائل التواصل الاجتماعي . دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام حول قضايا النزاع صفحة 41
- فهد عبد الرحمن الفهد سالم. (2023). الخطاب الإعلامي في أوقات الأزمات . مجلة الإعلام والتواصل. صفحة 71
- قناة السومرية. (2024). قناة السومرية.

قناة العراقية. (2024). قناة العراقية.

قناة المسار. (2024). قناة المسار.

قناة النهار. (2024). قناة النهار.

قناة دجلة. (بلا تاريخ). قناة دجلة.

محمد جاسم الجبوري. (2022). تحليل الخطاب الاعلامي. تحليل الخطاب الاعلامي للقنوات العراقية تجاه الازمات الانسانية
صفحة 190.

محمد عبدالله السعيد. (بلا تاريخ). تأثيرات وسائل الاتصال. تأثيرات وسائل الاتصال على الراي العام العربي 2020، صفحة
127.

محمود عبيد رضا الشمري. (2019). تصميم الاستبيانات في البحث الاجتماعي. المجلة العراقية للدراسات الاجتماعية. صفحة
56.

يوسف علي جابري. (2018). الخطاب الاعلامي. المفاهيم و الاسس المجلة العربية للعلوم الاجتماعية. صفحة 167.

References

- Ahmad Khalid Al-Ahmad. (2019). *Studies in Media and Communication: Media Discourse in Armed Conflicts*, p. 70.
- Ahmad Mohammed Al-Baz. (2022). *Media Discourse and Its Role in Shaping Public Opinion*. Journal of Media Research.
- Khaled Mahmoud Al-Ali. (2020). *Studies in Media: The Impact of Media on Shaping Public Opinion Trends*.
- Samer Hassan Al-Mohsen. (2020). *The Impact of Media on Political Issues in the Arab World*. Arab Studies.
- Ali Hassan Al-Kaabi. (2021). *The Role of Social Media: The Influence of Social Media on Shaping Public Opinion on Conflict Issues*.
- Fahd Abdulrahman Fahd Salem. (2023). *Media Discourse in Times of Crisis*. Journal of Media and Communication.
- Alsumaria TV. (2024). *Alsumaria Channel*.
- Al-Iraqiya TV. (2024). *Al-Iraqiya Channel*.
- Al-Masar TV. (2024). *Al-Masar Channel*.
- Al-Nahar TV. (2024). *Al-Nahar Channel*.
- Dijlah TV. (n.d.). *Dijlah Channel*.
- Mohammed Jassim Al-Jubouri. (2022). *Media Discourse Analysis: The Iraqi Media's Discourse on Humanitarian Crises*.
- Mohammed Abdullah. (n.d.). *The Effects of Communication Media on Arab Public Opinion 2020*, p. 127.
- Mahmoud Obeid Reda Al-Shammari. (2019). *Designing Questionnaires in Social Research*. Iraqi Journal of Social Studies.
- Youssef Ali Jabari. (2018). *Media Discourse: Concepts and Foundations*. Arab Journal of Social Sciences.

مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية