

The Role of Iran's Image in Shaping Media Professionals' Attitudes Toward the Conflict in the Middle East

Hawra Ali Abdul Sattar^{1*}, Ammar Taher Mohammad²

¹Department of Media, College of Arts, Mustansiriyah University, Baghdad, Iraq.

²Department of Radio and Television, College of Mass Communication, University of Baghdad, Baghdad, Iraq.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

ABSTRACT

Objectives: This study aims to explore the role of Iran's image as presented on the websites of Arab satellite television channels in shaping and reinforcing the attitudes of Iraqi media professionals toward the conflict in the Middle East. The research problem stems from the following main question: What role does the image of Iran on the websites of Arab satellite channels play in reinforcing the attitudes of Iraqi media professionals toward the conflict in the Middle East?

Methodology: The study adopted the descriptive method using the survey approach to analyze the topic. The research sample included media professionals working in a number of visual, audio, and print media institutions headquartered in Baghdad.

Results: The findings revealed that the websites of Arab satellite channels focus heavily on Middle Eastern conflict issues when presenting Iran's image. The coverage was characterized by selective treatment and political framing. The results also indicated a noticeable influence of the image of Iran presented on these websites on the attitudes of a large number of Iraqi media professionals, whether in terms of support, opposition, or neutrality. Moreover, the media treatment of Iran's image was found to be linked to regional political transformations and contributed to shaping media professionals' perceptions regarding the roles of actors involved in the conflict.

Conclusion: The image of Iran as presented on the websites of Arab satellite channels is not merely a reflection of reality; rather, it functions as an influential tool in shaping the professional awareness and attitudes of Iraqi media professionals regarding the Middle East conflict. The study demonstrates that employing this image in media discourse contributes to forming intellectual and political positions among media professionals concerning the nature of regional roles. This calls for deeper studies on the relationship between media imagery and opinion formation within the professional media environment.

Article History

Received 14 September 2023

Revised 17 December 2023

Accepted 02 January 2024

Published 28 March 2026

Keywords: Iran's image, attitude reinforcement, Middle East conflict.

How to Cite this Article

Abdul Sattar, H. A., & Mohammad, A. T. (2026). The Role of Iran's Image in Shaping Media Professionals' Attitudes Toward the Conflict in the Middle East. *ALBAHITH ALALAMI*, 18(71), 18-28.

<https://doi.org/10.33282/abaa.v18i71.1146>

دور صورة إيران في تعزيز اتجاهات الإعلاميين إزاء الصراع في الشرق الأوسط

حوراء علي عبد الستار^{1*}، عمار ظاهر محمد²

¹قسم الإعلام، كلية الآداب، الجامعة المستنصرية، بغداد، العراق.

²قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة بغداد، بغداد، العراق.

مستخلص

الأهداف: يهدف البحث إلى الكشف عن دور صورة إيران في المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية العربية في تشكيل وتعزيز اتجاهات الإعلاميين العراقيين تجاه الصراع في الشرق الأوسط، وانطلقت المشكلة البحثية من التساؤل الرئيس الآتي: ما دور صورة إيران في مواقع القنوات الفضائية العربية في تعزيز اتجاهات الإعلاميين العراقيين إزاء الصراع في الشرق الأوسط؟

المنهجية: اعتمد البحث على المنهج الوصفي بأسلوب المسح لتحليل الموضوع، وشملت عينة البحث إعلاميين يعملون في عدد من المؤسسات الإعلامية المرئية والمسموعة والمقروءة، التي تتخذ من بغداد مقراً رئيساً لها.

النتائج: أظهرت النتائج تركيز المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية العربية على موضوعات الصراع في الشرق الأوسط عند تناولها صورة إيران، مع بروز معالجات إعلامية تتسم بالانتقائية والتأطير السياسي، كما كشفت عن وجود تأثير ملحوظ للصورة المقدّمة عن إيران في هذه المواقع على

*Corresponding author: E-mail address: hawraa.ali94@uomustansiriyah.edu.iq, +964 773 265 5992

Co-author: E-mail address: ammar.t@comc.uobaghdad.edu.iq, +964 790 634 9600

اتجاهات عدد كبير من الإعلاميين العراقيين، سواء أكان ذلك باتجاه التأييد أم الرفض أم الحياد، وتبيّن أن معالجة صورة إيران إعلامياً ارتبطت بالتحولات السياسية الإقليمية، وأسهمت في تشكيل الرؤية المهنية للإعلاميين تجاه أدوار الفاعلين في الصراع.

الخلاصة: إن صورة إيران كما تعرضها المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية العربية ليست مجرد انعكاس للواقع، بل تُعد أداة تأثير في تشكيل الوعي المهني للإعلاميين العراقيين واتجاهاتهم حيال الصراع في الشرق الأوسط، وقد أظهر البحث أنّ توظيف هذه الصورة في الخطاب الإعلامي يُسهم في بناء مواقف فكرية وسياسية لدى الإعلاميين تجاه طبيعة الأدوار الإقليمية، مما يستدعي إجراء دراسات أعمق بشأن علاقة الصورة الإعلامية بتكوين الرأي داخل الوسط المهني.

الكلمات المفتاحية: صورة إيران، تعزيز الاتجاهات، الصراع في الشرق الأوسط.

مقدمة

تؤدي وسائل الإعلام المختلفة دوراً مهماً في تشكيل اتجاهات الجمهور وتغييرها وتعزيزها، ولا سيما في ظل مرحلة الانفتاح الإعلامي الواسع التي شهدتها العالم في القرن الحادي والعشرين، إذ تُشير البحوث العلمية إلى أن لوسائل الإعلام الجماهيرية ومواقعها الإخبارية الإلكترونية تأثيراً كبيراً في تدعيم الآراء الموجودة لدى الجمهور أو في تغيير تلك الآراء والاتجاهات.

وتقوم وسائل الإعلام بدور ملموس في تشكيل وتعزيز الآراء والاتجاهات أكثر مما تسهم في تغييرها، ويُعزى ذلك إلى أن أحد أسباب قيام وسائل الإعلام بتدعيم المعتقدات الدينية القائمة بالفعل هو النزعة الطبيعية لدى الأفراد لحماية معتقداتهم من خلال التعرض الانتقائي والإدراك الانتقائي والتذكر الانتقائي؛ إذ يميل الأفراد إلى تعريض أنفسهم للرسائل التي تتفق مع أفكارهم ومعتقداتهم واتجاهاتهم، ويتجنبون الرسائل التي لا تتسجم مع توجهاتهم المسبقة، وحتى عند التعرض لرسائل مخالفة لقناعاتهم، فإنهم يسعون إلى إدراك الجوانب التي تتوافق مع مفاهيمهم السابقة.

وتُعدّ المواقع الإخبارية الإلكترونية من أهم وسائل الاتصال التي تؤدي دوراً بالغ الأهمية في تزويد الجمهور بالمعلومات وتنمية معارفهم بما يسهم في تحقيق قدر أكبر من الفهم والإدراك. كما تمثل هذه المواقع المصدر الرئيس للأخبار بالنسبة لمستخدمي الإنترنت؛ فعند وقوع حدث مهم يتجه المستخدمون مباشرة إلى المواقع الإخبارية على الشبكة، وفي مقدمتها مواقع القنوات الفضائية، للحصول على المعلومات الخبرية.

وتُعدّ المواقع الإخبارية الإلكترونية من أهم وسائل الاتصال التي تؤدي دوراً بالغ الأهمية في تزويد الجمهور بالمعلومات وتنمية معارفهم بما يسهم في تحقيق قدر أكبر من الفهم والإدراك. كما تمثل هذه المواقع المصدر الرئيس للأخبار بالنسبة لمستخدمي الإنترنت؛ فعند وقوع حدث مهم يتجه المستخدمون مباشرة إلى المواقع الإخبارية على الشبكة، وفي مقدمتها مواقع القنوات الفضائية، للحصول على المعلومات الخبرية.

وتؤدي وسائل الإعلام، ومن بينها مواقع القنوات الفضائية، دوراً مهماً في عملية التنشئة السياسية، فضلاً عن دورها في توفير المعلومات السياسية. كما تسهم في تشكيل أفكار الجمهور واتجاهاته، وبثّ معتقدات سياسية تتوافق مع سياسة المؤسسة (سالم، 2014، ص 85).

الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة الدراسة

لاحظ الباحثان أنّ هناك واقعاً إعلامياً جديداً، سواء فيما تبنّته مواقع القنوات الفضائية العربية أو فيما يستقبله الجمهور من صور متعددة للدور الإيراني في المنطقة، وهو ما يُسهم في تشكيل صورة إيران لدى هذا الجمهور، ولا سيما فيما يتعلق باتجاهاته إزاء الصراع المستمر في الشرق الأوسط، ويمكن تلخيص مشكلة البحث في التساؤل الرئيس الآتي: ما دور صورة إيران في مواقع القنوات الفضائية العربية في تعزيز اتجاهات الإعلاميين العراقيين إزاء الصراع في الشرق الأوسط؟

ثانياً: أهمية البحث

يسعى البحث إلى تقديم معطيات علمية عمّا تقدمه الفضائيات العربية عموماً، والفضائيتين محل الدراسة على وجه الخصوص،

فضلاً عن بيان أهمية صورة إيران ودورها في تشكيل اتجاهات الإعلاميين العراقيين إزاء الصراع في الشرق الأوسط، وتتبع أهمية البحث من كون المنطقة تمر بأزمات كبيرة ومستمرة في مختلف القضايا وعلى محاور متعددة، في ظل دور إعلامي مؤثر في رسم الصور الذهنية وتشكيلها لدى الجمهور.

ثالثاً: هدف البحث

يهدف البحث إلى التقصي عن دور صورة إيران في مواقع القنوات الفضائية العربية في تعزيز اتجاهات الإعلاميين العراقيين إزاء الصراع في الشرق الأوسط.

رابعاً: فرضيات البحث

اعتمد البحث على إحدى الفرضيات المستنبطة من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتتمثل الفرضية في الآتي: كلما زاد استخدام الإعلاميين لمواقع القنوات الفضائية، تعزّز مستوى معرفتهم بدور إيران في الصراع في الشرق الأوسط.

خامساً: منهج البحث ونوعه

يُعدّ هذا البحث من البحوث الوصفية، وقد استخدم فيه الباحثان المنهج المسحي.

سادساً: مجتمع البحث

تمثل مجتمع البحث في العاملين في عدد من وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة التي تتخذ من بغداد مقراً رئيساً لها، والبالغ عددها (27) وسيلة إعلامية. وقد شمل المجتمع (20) قناة فضائية، هي: (القناة العراقية الإخبارية، قناة العراقية العامة، قناة دجلة، قناة الاتجاه، مكتب قناة الميادين، قناة الفرات، مكتب قناة الشرقية، قناة العهد، قناة النجباء، قناة الرابعة، قناة آفاق، قناة هنا بغداد، مكتب قناة البغدادية، قناة الجنوبية، قناة ديوان، قناة السومرية، قناة الأيام، قناة U.TV، قناة زاكروس، قناة الرشيد). كما شمل أربع إذاعات هي: (إذاعة جمهورية العراق، إذاعة سومر FM، إذاعة الاتجاه، إذاعة العهد). وثلاث صحف هي: (الصباح الجديد، جريدة الزمان، جريدة الشرق).

سابعاً: عينة البحث

استخدم البحث العينة القصدية، وهي أحد أنواع العينات غير الاحتمالية. وقد بلغ حجم العينة (415) مبحوثاً، جرى اختيارهم من الوسائل الإعلامية جميعها "محل الدراسة"، بواقع (18) مبحوثاً من كل قناة فضائية، و(10) مبحوثين من كل إذاعة، و(5) مبحوثين من كل صحيفة، وبذلك بلغ عدد استمارات الاستبانة التي وُزعت على أفراد العينة (415) استمارة. وبعد استبعاد (15) استمارة غير صالحة لعدم ملئها بشكل كامل أو بشكل غير منطقي، أصبح العدد النهائي لأفراد العينة (400) مبحوث.

ثامناً: أدوات البحث

1. الاستبانة

اعتمد البحث على استمارة استبانة لقياس صورة إيران في قناتي الميادين والعربية، وذلك بعد الاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث، وعُرِضت الاستمارة بصيغتها النهائية على عدد من الخبراء المحكّمين لتقويمها والحكم على مدى صلاحيتها للتطبيق، وإجراء ما يلزم من تعديلات. وبعد إقرارها، جرى توزيعها على أفراد العينة وفق العدد المحدد.

2. المقياس

وقد عمد البحث إلى تصميم المقياس من خلال الاستعانة بالاستمارة الاستطلاعية والدراسات السابقة، واعتماد فرض واحد، يشمل متغيرات عنوان البحث، وقد تنوعت العبارات ما بين إيجابية وسلبية، حسب المقياس الثلاثي (اتفق، محايد، لا اتفق) وبصيغ مفهومة وواضحة.

تاسعاً: الصدق والثبات

تهدف هذه الخطوة إلى التأكد من صلاحية الأداة للتطبيق، ومصداقية نتائجها، ومدى ملاءمتها لتحقيق أهداف البحث، وقد

تحققت الباحثة من صدق الأدلة وثباتها على النحو الآتي:

1. الصدق

تحقق الصدق الظاهري للمقياس من خلال عرض فقراته على مجموعة من الخبراء المتخصصين في الإعلام وبعض الاختصاصات ذات الصلة بموضوع البحث، وأجريت عليه بعض التعديلات الطفيفة بناءً على ملاحظاتهم.

2. الثبات

تحقق الثبات بطريقة التجزئة النصفية، وذلك من خلال تقسيم فقرات المقياس إلى نصفين، ثم حساب معامل الارتباط بين درجات النصفين باستخدام معامل ارتباط بيرسون، إذ بلغ (0.71). وبعد تطبيق معادلة سبيرمان-براون التصحيحية، بلغ معامل الثبات (0.78)، وهو معامل ثبات.

عاشراً: تحديد المصطلحات

1. الصورة: وتعني (انطباعات ثابتة ذات محتوى معين، تبثها قنواتي الميادين والعربية مضامينها عن إيران ودورها في منطقة الشرق الأوسط وتعد أحد شروط تكوين المواقف والاتجاهات) (الجواري و عبد، 2018، ص 625).

2. مواقع الفضائيات العربية: وهي (المنصات الإلكترونية العائدة للقنوات الفضائية العربية التي تنشر وتبث الأخبار والتقارير والصور ومقاطع الفيديو وبعض البرامج أو مقاطع منها التي تبثها القنوات الفضائية المالكة لها)

3. اتجاهات الإعلاميين: وتتضمن (المعرفة أو العاطفة أو سلوك المستخدم للموقع الإلكتروني لقناتي الميادين والعربية الفضائية من الإعلاميين العراقيين).

4. الصراع: وهو (حالة الاحتدام والتصادم المسلح وغير المسلح نتيجة لتضارب المصالح أو الاختلاف العقائدي أو الأيديولوجي في منطقة الشرق الأوسط).

5. الشرق الأوسط: وهي (منطقه جغرافية تمتد من جنوب غرب آسيا لشمال أفريقيا دون حدود معينة متفق عليها، وقد سميت المنطقة عن طريق الاستراتيجيين العسكريين، وتضم العديد من الدول العربية وغير العربية).

أحد عشر: الدراسات السابقة

1. دراسة (راضي، 2009): "دور القنوات الفضائية الإخبارية في تشكيل الصورة الإعلامية و السياسية عن العراق: دراسة ميدانية على طلبة جامعتي الأنبار و الكوفة"، تمحورت إشكالية الدراسة عن الغموض الذي يكتنف دور القنوات الفضائية الإخبارية في تشكيل الصورة الإعلامية والسياسية عن العراق. وهدفت الدراسة إلى تحديد الأبعاد والسمات الرئيسة لصورة العراق كما ترسمها القنوات الإخبارية المتمثلة في (العربية، والحررة، والجزيرة)، فضلاً عن الوقوف على حدود التطابق والتباين في الصورة المقدمة، والكشف عن الأحكام والتعميمات التي تسعى هذه القنوات إلى ربطها بصورة المؤسسات والأجهزة الرسمية العراقية.

وتعدّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، إذ استخدم الباحث المنهج المسحي لمسح جمهور وسائل الإعلام. وتوصلت الدراسة إلى التأكيد دور القنوات الفضائية الإخبارية في تشكيل صورة سياسية سلبية مبالغ فيها للشأن العراقي.

2. دراسة (الغريزي، 2009): "صورة العراق في القنوات الفضائية العربية: دراسة تحليلية لبرنامجي المشهد العراقي في قناة الجزيرة ومن العراق في قناة العربية لعام 2007"، سعت هذه الدراسة إلى التعرف على الصورة المقدمة عن العراق في قناتي الجزيرة والعربية، من خلال تحليل التغطية الإعلامية للأحداث والقضايا العراقية بعد الاحتلال الأمريكي في 9 نيسان 2003، والتي استمرت حتى عام 2007.

ولتحقيق أهداف الدراسة، استخدم الباحث أسلوب تحليل المضمون للتعرف على الصورة المقدمة عن العراق، فضلاً عن تحديد الأبعاد والسمات الرئيسة للصورة كما ترسمها القناتان في برامجهما الخاصة بالشأن العراقي.

3. دراسة (طهات وآخرون، 2018): "صورة إيران في تغطية المواقع العربية والأجنبية الناطقة باللغة العربية: دراسة تحليلية مقارنة لموقع قناتي الجزيرة و DW الألمانية"، أخصت مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي: ما صورة إيران في تغطية المواقع الإلكترونية العربية والأجنبية الناطقة باللغة العربية؟، وهدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة صورة إيران في تغطية هذه المواقع خلال الأعوام: 2010 (العام السابق للربيع العربي)، و2011 (عام الربيع العربي)، و2012 (العام اللاحق له). واعتمدت الدراسة أسلوب العينة العشوائية باختيار شهرين من كل عام، وهي من الدراسات الوصفية، كما استخدم الباحثان منهجين لتحقيق أهدافها: المنهج المسحي باستخدام تحليل المضمون، والمنهج المقارن للكشف عن أوجه الشبه والاختلاف في التغطية بين المواقع محل الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى أن المواقع الإلكترونية العربية والأجنبية الناطقة بالعربية استخدمت سبعة أنواع من الأطر الإعلامية في تغطيتها للموضوعات المتعلقة بإيران، جاء في مقدمتها إطار الصراع، يليه إطار المسؤولية الاجتماعية.

4. دراسة (محمد، 2013): "دور القنوات الإخبارية في تشكيل الصورة الذهنية عن الدول العربية لدى الجمهور المصري"، هدفت الدراسة إلى تحليل الصورة الإعلامية للدول العربية في القنوات الإخبارية العربية (الجزيرة، النيل الإخبارية، العربية)، ودور هذه القنوات في تشكيل الصور الذهنية عن الدول العربية لدى الجمهور المصري عينة الدراسة، فضلاً عن دراسة المتغيرات الوسيطة المؤثرة في فاعليتها، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي بشقيه (التحليلي والميداني)، ففي الشق التحليلي جرى تحليل مضمون النشرات الإخبارية والبرامج خلال المدة من 2010/5/16 إلى 2010/6/30، بواقع (138) نشرة و(36) برنامجاً، كما تضمنت الدراسة تحليلاً كميًا لعينة من الدول العربية الأكثر بروزاً في التغطية.

كما تضمنت الدراسة في شقها الميداني، إجراء دراسة ميدانية على عينة عمدية قوامها (432) مبحوثاً من محافظتي الجيزة والقاهرة، وكانت المدة الزمنية لإجراء الدراسة قبل وبعد ثورة 25 يناير ممثلة للثورات العربية، وتضمنت الدراسة عدد من النتائج كان أهمها مما يأتي:

- ارتفاع مستوى المشاهدة غير المنتظمة للقنوات الإخبارية مقارنة بالمشاهدة المنتظمة.
- أكثر الدول العربية بروزاً في الأخبار العربية هي: فلسطين، ومصر، والعراق، والسعودية، والسودان، واليمن، ولبنان، والأردن، والصومال، والجزائر، وقطر.
- وضوح الهوية العربية في (12.5%) فقط من إجمالي الأخبار العربية (عينة الدراسة).
- تصدر إطار (الصراع) المرتبة الأولى من إجمالي الأخبار العربية (عينة الدراسة)، تلاه إطار (الأزمة)، ثم إطار (التعاون).
- أهم القضايا التي تم معالجتها في البرامج الإخبارية عينة الدراسة - بحسب التسلسل - هي: القضية الفلسطينية، وأزمة تشكيل الحكومة العراقية، ومبادرة الاتحاد العربي، وأزمة جنوب السودان، والأزمة اليمنية.
- ارتفاع مستوى المشاهدة غير المنتظمة (أحياناً) للقنوات الإخبارية العربية على حساب مستوى المشاهدة المنتظمة (دائماً).
- أهم الروابط التي تربط عينة البحث بالعرب - بحسب التسلسل - هي: الدين المشترك، واللغة المشتركة، والعادات والتقاليد المشتركة، والتاريخ الواحد، ووحدة الهدف والمصير، والحضارة العربية، والأمن القومي المشترك.

5. دراسة (wu, 2010): "An Empirical Study of Stereotyped Images of China in American Media"

Media"، سعت هذه الدراسة إلى التعرف على ماهية صورة الصين في وسائل الإعلام الأمريكية، ولا سيما صورتها الوطنية، وذلك من خلال تحليل الموضوعات المرتبطة بالصورة النمطية للصين، مثل: سياسة الطفل الواحد، وقضية التبت وشينجيانغ، والسياسات الحكومية تجاههما.

وتكونت (عينة الدراسة) من قناة CNN ممثلة لوسائل الإعلام الإلكترونية، وصحيفة نيويورك تايمز ممثلةً للصحافة الوطنية واسعة الانتشار.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، من أبرزها:

- إنَّ بعض وسائل الإعلام الأمريكية، مثل قناة **CNN**، اتسمت بتغطياتها بانتقاد السياسات الصينية، ولا سيما فيما يتعلق بقضية التبت.
- إنَّ التغطية الإعلامية الأمريكية كانت تتطرق، في كثير من الأحيان، من معايير وقيم أمريكية عند تقييم السياسات الصينية، مع التركيز على قضايا الحرية والديمقراطية.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة، يمكن تلخيص أوجه الاستفادة منها على النحو الآتي:

1. أفادت الدراسات السابقة الباحثين في تحديد عنوان البحث ومتغيراته، بما يجعله مغايرًا لما عولج في الدراسات السابقة، ليشكّل البحث إضافةً جديدةً إلى مسيرة البحث العلمي.
2. أسهم الاطلاع على الدراسات السابقة في تحديد مشكلة البحث وتساؤلاته وفرضياته، فضلاً عن تحديد الكيفية المناسبة لاختبار هذه الفرضيات.
3. استفاد الباحثان من الدراسات السابقة في تحديد الأدوات التي يمكن استخدامها للوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية.
4. أفادت الدراسات السابقة الباحثين في تحديد إجراءات البحث، واختيار العينة، وأدوات الدراسة بما يتلاءم مع متغيرات دراستنا.

نتائج الدراسة

1. الاعتماد على المواقع الإلكترونية كمصدر للمعلومات

أظهرت النتائج ارتفاع نسبة اعتماد الباحثين على المواقع الإلكترونية بوصفها مصدرًا رئيسًا للمعلومات، إذ جاءت في المرتبة الأولى مقارنةً بوسائل الإعلام الأخرى، مستحوذةً على النسبة الأكبر من الاعتماد. ويُعزى ذلك إلى ما تتميز به هذه المواقع من سرعة في نقل الأحداث والمعلومات، وسهولة في الاستخدام، ومرونة في تحديث الأخبار، فضلاً عن الأدوات التفاعلية التي تتيح إمكانية التواصل مع القائمين على الموقع الإلكتروني بسهولة ويُسر، كما تتيح عرض الأخبار بصيغ متعددة تجمع بين النص والصورة والفيديو، مما يجعلها أحد أهم مصادر الحصول على الأخبار، ينظر جدول (1):

جدول (1): يبيّن مدى اعتماد الباحثين على مواقع القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات

النسبة المئوية	التكرار	مدى الاعتماد كمصدر للمعلومات
39.0	156	اعتمد عليها كمصدر رئيس
36.5	146	اعتمد عليها كمصدر ثانوي
16.5	66	اعتمد عليها كمصدر للمقارنة
6.3	25	اعتمد عليها كمصدر هامشي
1.7	7	أخرى
100	400	المجموع

2. دوافع الاستخدام

أظهرت النتائج أنّ الدافع الأول لاستخدام الباحثين المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية يتمثل في معرفة أحداث الشرق الأوسط ومتابعتها، إذ جاء هذا الخيار في المرتبة الأولى، ويُعزى ذلك إلى ما تتميز به هذه المواقع من سرعة في بث الأخبار العاجلة، وتعدد الموضوعات والمجالات الإخبارية، فضلاً عن التنوع الجغرافي في المناطق التي تغطيها، الأمر الذي يتيح تغطيات متعددة لما يجري في الشرق الأوسط.

ويُعدّ الإعلامي من أكثر الفئات اهتمامًا بمتابعة الأحداث على المستوى العالمي على وجه العموم، وأحداث الشرق الأوسط على وجه الخصوص، نظرًا لما لها من تأثير في بلدانهم أولاً، وارتباطها بطبيعة عملهم ثانيًا، الذي يتطلب الإحاطة المستمرة بالمعلومات وتفصيل الأحداث، ينظر جدول (2):

جدول (2): يبين دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية

النسبة	التكرار	دوافع الاستخدام
28.0	112	المعرفة بأحداث الشرق الأوسط ومتابعتها
25.5	102	فهم أبعاد الصراع والأزمات القائمة في الشرق الأوسط
12.5	50	معرفة آخر الأخبار والمعلومات عن دور إيران من الصراعات القائمة في الشرق
12.0	48	يتطلب عملي الحصول على تفاصيل أكثر عن دور إيران في الصراع في الشرق الأوسط
11.0	44	للحصول على تفسيرات وتحليلات مختلفة عن دور إيران في الصراع في الشرق الأوسط
6.0	24	فضول (حب اطلاع)
5.0	20	فهم آلية عمل السياسة الخارجية الإيرانية تجاه دول الشرق الأوسط
100	400	المجموع

3. مدى تشكيل صورة عن دور إيران

أظهرت النتائج أن المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية تسهم في تشكيل صورة عن دور إيران في الصراع في الشرق الأوسط؛ إذ جاء خيارا (بشكل متوسط) و(بشكل كبير) في المراتب المتقدمة، مما يدل على إدراك المبحوثين لوجود دور واضح لهذه المواقع في رسم صورة عن إيران، سواء أكانت إيجابية أم سلبية، ويُعزى ذلك إلى توجهات هذه المواقع وسياساتها التحريرية التي تنعكس على طبيعة المعالجة الإعلامية.

في المقابل، جاء خيار (بشكل قليل) في المرتبة الأخيرة، وهو ما قد يُفسر بندرة المواقع التي تتسم بدرجة عالية من الحياد والموضوعية، إذ تحرص هذه المواقع على عرض الأحداث كما هي، دون السعي إلى تكوين صورة إيجابية أو سلبية محددة، ينظر جدول (3):

جدول (3): يبين مدى إسهام المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية في تشكيل صورة عن دور إيران في الصراع في الشرق الأوسط

النسبة المئوية	التكرار	مدى تشكيل صورة عن إيران
55.2	221	بشكل متوسط
29.3	117	بشكل كبير
15.5	62	بشكل قليل
%100	400	المجموع

4. اتجاهات مواقع القنوات الفضائية

أظهرت النتائج أن اتجاهات مواقع القنوات الفضائية إزاء دور إيران في الصراع في الشرق الأوسط جاءت في المرتبة الأولى بوصفها (محايدة)، ويمكن تفسير ذلك بطبيعة بعض المواقع الإلكترونية التي يعتمد عليها المبحوثون، والتي تحرص على تقديم المعلومات بصورة متوازنة، وجاء خيار (سلبية ضد إيران) في المرتبة الثانية، مما يشير إلى أن بعض المواقع التي تتبنى سياسة تحريرية معارضة لإيران تميل إلى إبراز الجوانب السلبية وتشويه صورة إيران وتحميلها مسؤولية ما يجري في الشرق الأوسط من صراعات. أما خيار (إيجابية لصالح إيران) فجاء في المرتبة الثالثة، إذ تعمل المواقع التي تتبنى سياسة داعمة لإيران على تحسين صورتها، وتقديمها بوصفها دولة داعمة ومساندة لحل مشكلات الشرق الأوسط، ولا دخل لها بالصراعات القائمة، ينظر جدول (4):

جدول (4): يبين اتجاهات مواقع القنوات الفضائية إزاء دور إيران بالصراع في الشرق الأوسط

النسبة المئوية	التكرار	اتجاهات مواقع القنوات الفضائية
41.5	166	محايدة

35.5	142	سلبية ضد إيران
23.0	92	إيجابية لصالح إيران
%100	400	المجموع

5. صورة إيران في المواقع الإلكترونية

تباينت إجابات المبحوثين فيما يتعلق بتصوير مواقع القنوات الفضائية لإيران ودورها في الصراع في الشرق الأوسط، وأظهرت النتائج حسب الترتيب، ما يلي: جاءت (دولة تتدخل في شؤون الدول العربية) في المرتبة الأولى بنسبة (18.9%)، و(دولة تساند وتدعم المقاومة) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية بلغت (18.8%)، و(دولة معادية وتشكل خطر على المنطقة) في المرتبة الثالثة بنسبة (14.5%)، و(دولة متقدمة تكنولوجيا وعسكريا) في المرتبة الرابعة بنسبة (11.8%)، و(دولة تدعم التطرف الديني في المنطقة) في المرتبة الخامسة بنسبة (10.9%)، و(دولة تدعم الإرهاب) في المرتبة السادسة بنسبة (7.7%)، و(دولة تنتهك لحقوق الإنسان) في المرتبة السابعة بنسبة (7.2%)، و(دولة تحترم حقوق الإنسان) في المرتبة الثامنة بنسبة (4.2%)، و(دولة تحترم الحريات) في المرتبة التاسعة بنسبة (3.2%)، و(أخرى) في المرتبة في المرتبة الأخيرة بنسبة (2.8%)، ينظر جدول (5):

جدول (5): يُبين صورة إيران في المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية ودورها في الصراع في الشرق الأوسط

النسبة	التكرار	صورة إيران في مواقع القنوات الفضائية
18.9	175	دولة تتدخل في شؤون الدول العربية
18.8	174	دولة تساند وتدعم المقاومة
14.5	134	دولة معادية وتشكل خطر على المنطقة
11.8	109	دولة متقدمة تكنولوجيا وعسكريا
10.9	101	دولة تدعم التطرف الديني في المنطقة
7.7	71	دولة تدعم الإرهاب
7.2	66	دولة تنتهك لحقوق الإنسان
4.2	39	دولة تحترم حقوق الإنسان
3.2	30	دولة تحترم الحريات
2.8	26	أخرى
100	*925	المجموع

المقياس

الفرضية: كلما زاد استخدام الإعلاميين لمواقع القنوات الفضائية، تعزّز مستوى معرفتهم بدور إيران في الصراع في الشرق الأوسط.

جدول (6): يُبين نتائج الفرضية الأولى

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اتفق		محايد		اتفق		الموقف
		%	ت	%	ت	%	ت	
0.73	2.49	13.8	55	23.8	95	62.5	250	تمدني مواقع القنوات الفضائية بأخر الأخبار والمعلومات حول دور إيران في الصراع في الشرق الأوسط
0.80	2.41	19.8	79	19.3	77	61.0	244	تسهل مواقع القنوات الفضائية بزيادة المعرفة والإدراك حول دور إيران في الصراع في الشرق الأوسط

0.88	2.04	37.0	148	21.8	87	41.3	165	لا تكشف مواقع القنوات الفضائية عن الغموض الذي يكتنف صورة إيران في الصراع في الشرق الأوسط
0.74	2.12	30.0	120	28.3	113	41.8	167	يقود تناقض صورة إيران ودورها في الشرق الأوسط إلى زيادة الاعتماد على مواقع القنوات الفضائية
0.81	2.27	23.3	93	27.0	108	49.8	199	تزيد التفسيرات الانتقائية لدور إيران في الصراع في الشرق الأوسط من الغموض في اعتمادك على مواقع القنوات
0.80	2.30	21.5	86	26.8	107	51.8	207	يزيد غياب التفسيرات الصحيحة بشأن صورة إيران في الصراع في الشرق الأوسط من مشكلة الغموض.
0.85	1.96	38.0	152	28.3	113	33.8	135	تعمل مواقع القنوات الفضائية في ترتيب أولوياتي إزاء دور إيران في الصراع في الشرق الأوسط
0.80	2.45	19.8	79	14.8	59	65.5	262	تخفي المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية بعض الحقائق عن دور إيران في الصراع في الشرق الأوسط
0.75	2.46	15.8	63	22.5	90	61.8	247	تمرر مواقع القنوات الفضائية أجندها وتضلل الجمهور بشأن دور إيران في الصراع في الشرق الأوسط
0.82	1.96	35.3	141	33.3	133	31.5	126	لا اعتمد على المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية كمصدر للمعلومات لمعرفة دور إيران في الصراع في الشرق الأوسط
0.84	2.04	33.3	133	29.3	117	37.5	150	تعزز مواقع القنوات الفضائية اتجاهاتي إزاء صور إيران في الصراع في الشرق الأوسط
0.77	2.34	18.5	74	28.8	115	52.8	211	تعمل مواقع القنوات الفضائية على تدعيم الآراء والأفكار نحو صورة إيران في الصراع في الشرق الأوسط
0.82	2.00	34.0	136	32.5	130	33.5	134	التركيز على صورة إيران في الصراع في الشرق الأوسط لا يسهم بتشكيل انطباعات جديدة نحو السياسة الخارجية الإيرانية

من خلال جدول (6)، نلاحظ أن النتائج تمثل تأكيداً لفرضيات نظرية الاعتماد من جهة، ولدور وسائل الإعلام بصورة عامة بوصفها مصدرًا مهمًا للمعلومات من جهة أخرى، كما تبرز أهمية خاصية الأخبار العاجلة والمستجدة التي تنصدر المشهد في

سباق صحفي تنافسي قد لا يتوافر بالدرجة نفسها في وسائل إعلام أخرى، فضلاً عن ذلك، يتميز العرض الإخباري بالجانب الفني المرافق، من خلال تقديم المحتوى بصيغ متعددة تجمع بين النص والصورة والصوت والفيديو، مرفقاً بروابط تشعبية تمثل إحالة تفصيلية لخلفيات الخبر وسياقاته.

الاستنتاجات

1. يزداد استخدام الإعلاميين للمواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية في أوقات الأزمات وتصاعد الصراع، إذ تُعد هذه المواقع الوسيلة المفضلة لديهم مقارنةً بوسائل الإعلام الأخرى، لكونها من أهم مصادر الأخبار والصور، وأكثرها سرعةً وسهولةً في الاستخدام؛ لذلك يعتمد عليها الإعلاميون في متابعة الأخبار بصورة مستمرة.
2. إنَّ الدافع الأول لاستخدام المبحوثين المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية هو معرفة أحداث الشرق الأوسط ومتابعتها، إذ جاء هذا الخيار في المرتبة الأولى، نظرًا لما تتميز به هذه المواقع من سرعة في بث الأخبار العاجلة، وتعدد الموضوعات والمجالات الإخبارية، وكذلك التنوع الجغرافي للمناطق التي تغطيها.
3. تُسهم الصور المنشورة في المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية، إلى حدِّ ما، في إشباع الفضول المعرفي للمبحوثين إزاء دور إيران في الصراع في الشرق الأوسط، ويتفق هذا الاستنتاج مع ما توصلت إليه دراسة (محمد، 2007) بشأن دور الصورة في إشباع الفضول المعرفي لدى الجمهور.
4. إنَّ المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية تُشكل بصورة عامة، صورةً عن دور إيران في الصراع في الشرق الأوسط وتُعززها، في حين تتباين اتجاهات المبحوثين إزاء هذا الدور بين الإيجابية والحيادية والسلبية مع إيران.
5. ترتبط الصور التي تقدمها المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية بتعزيز الجانب المعرفي لدى الجمهور بشأن دور إيران في الصراع في الشرق الأوسط، واستنادًا إلى فرضيات نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام والأطر الإعلامية، فقد أسهمت هذه المعالجات في تعزيز اتجاهات المبحوثين نحو دور إيران في الصراع في الشرق الأوسط.

المقترحات

1. يتوجب على إدارة المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية عرض الأخبار والموضوعات على الجمهور بموضوعية، وشفافية، وحيادية، ومهنية، مع تجنب التركيز على جانب دون آخر عند نشر الموضوعات.
2. ضرورة اهتمام الباحثين بدراسة صور إيران المختلفة كما تقدمها القنوات الفضائية المحلية والدولية، نظرًا لحجم الدور الإيراني في منطقة الشرق الأوسط وتأثيره المباشر في الملف العراقي.

المصادر والمراجع

- الجواري، ن. ف. ز.، و عبد، م. ح. (2018). صورة الولايات المتحدة الأمريكية لدى طلبة الجامعات العراقية-دراسة مسحية. *مداد الآداب*، 8(14)، 617-658. <https://midad-aladab.org/index.php/midadaladab/article/view/261>
- راضي، و. ف. (2009). دور القنوات الفضائية الإخبارية في تشكيل الصورة الإعلامية و السياسية عن العراق: دراسة ميدانية على طلبة جامعتي الأنبار و الكوفة. *الباحث الإعلامي*، 2(9)، 1-29.
- سالم، م. س. ص. (2014). دور الصحف الإلكترونية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو قضية الانتخابات الرئاسية لعام 2014. *مجلة دراسات الطفولة*، 17(10.2014)، 85-98. <https://doi.org/10.21608/jsc.2014.61703>
- طهات، خ.، الزعبي، أ.، و علاونة، ح. (2018). صورة إيران في تغطية المواقع العربية والأجنبية الناطقة باللغة العربية: دراسة تحليلية مقارنة لموقع قتاتي الجزيرة و DW الألمانية. *دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية*، 45(4).
- الغريبي، ع. ع. أ. م. (2009). *صورة العراق في القنوات الفضائية العربية: دراسة تحليلية لبرنامجي المشهد العراقي في قناة الجزيرة ومن العراق في قناة العربية لعام 2007*. [طروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد].
- محمد، ع. ط. (2007). دور التلفزيون في تشكيل صورة الجندي الأمريكي عند طلبة الجامعات العراقية. *مجلة كلية التربية الأساسية*، 10(51)، 437-462.

محمد، ع. ع. (2013). دور القنوات الإخبارية في تشكيل الصورة الذهنية عن الدول العربية لدى الجمهور المصري. [اطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة].

Funding

None

ACKNOWLEDGEMENT

None

CONFLICTS OF INTEREST

The author declares no conflict of interest

References

- Al-Ghariri, A. A. M. (2009). *The Image of Iraq on Arab Satellite Television: An Analytical Study of Al-Mashhad Al-Iraqi on Al Jazeera and Min Al-Iraq on Al Arabiya, 2007* [Unpublished PhD dissertation, University of Baghdad].
- Al-Jawari, N. F. Z., & Abd, M. H. (2018). The Image of the United States of America Among Iraqi University Students: A Survey Study. *Midad Al-Adab*, 8(14), 617-658. <https://midad-aladab.org/index.php/midadaladab/article/view/261>
- Mohammed, A. A. (2013). *The Role of News Channels in Shaping the Mental Image of Arab Countries Among the Egyptian Audience* [Unpublished PhD Dissertation, Cairo University].
- Mohammed, A. T. (2007). The Role of Television in Shaping the Image of the American Soldier Among Iraqi University Students. *Journal of the College of Basic Education*, 10(51), 437-462.
- Radhi, W. F. (2009). The Role of News Satellite Channels in Constructing Iraq's Media and Political Image: A Field Study Among Students of Anbar and Kufa Universities. *ALBAHITH ALALAMI*, 2(9), 1-29.
- Salem, M. S. S. (2014). The Role of Electronic Newspapers in Formulating University Students' Attitudes towards 2014 Presidential Elections. *Journal of Childhood Studies*, 17(10.2014), 85-98. <https://doi.org/10.21608/jsc.2014.61703>
- Tahat, K., Alzoubi, A., & Alawneh, H. (2018). Iran's image in the coverage of Arabic and foreign Arabic-language websites: A comparative analytical study of Al Jazeera and DW German channels. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 45(4).
- Wu, J. (2010). An Empirical Study of Stereotyped Images of China in American Media. *Journal of Language Teaching and Research*, 1(6). <https://doi.org/10.4304/jltr.1.6.913-917>