

Eurasian Journal of Media
and Communications

The Impact of Media Hype in Shaping Public Opinion: Al-Hadath Channel's Coverage of Israel's Strikes on Iran-A Survey Study of the Dhi Qar Governorate Audience

Ethar Khudhur Abdulhusein

ethar.Khudhur@utq.edu.iq

Thi Qar University

College of mass media

Department of radio and television

IRAQ

Media hype . public oAbstra Al_Hadath Channel. Israel . Iran

ABSTRACT

The study aims to identify the impact of media hype in shaping public opinion regarding Al-Hadath Channel's coverage of Israel's strikes on Iran. It also aims to measure the extent of the impact of media hype on the attitudes and opinions of the Dhi Qar Governorate audience. It also aims to assess the public's awareness of the dangers of media exaggeration and its impact on their perceptions. It also aims to study the relationship between demographic variables (such as age, gender, and educational level) and the extent of influence of media coverage. The researcher relied on a quantitative survey approach on a random sample of (431) male and female respondents from Dhi Qar Governorate. The researcher reached the following conclusions: The study results showed that the media hype practiced by Al-Hadath Channel in its coverage of the Israeli strikes against Iran had a direct impact on shaping the attitudes and opinions of the public in Dhi Qar Governorate. The excessive repetition of violent images, exaggerated analysis, and the use of sensational headlines have led to exaggerated perceptions of the magnitude and impact of the attacks, heightening feelings of fear and anxiety among a large segment of the public. The study revealed a relative lack of awareness of the dangers of media hype, particularly among the less educated and younger groups, making them more vulnerable to negative media discourse. Women, youth, and those with a medium or low level of education were found to be more affected by media hype than other groups, indicating disparities in critical and analytical abilities among audience segments.

Keywords:

Media hype, public opinion, Al-Hadath TV, Israel, Iran

أثر التهويل الإعلامي في تشكيل الرأي العام: معالجة قناة الحدث لضربات إسرائيل على إيران
دراسة مسحية على جمهور محافظة ذي قار

المخلص:

يهدف البحث الى التعرف على أثر التهويل الإعلامي في تشكيل الرأي العام لمعالجة قناة الحدث لضربات إسرائيل على إيران. وقياس مدى تأثير التهويل الإعلامي على توجهات وآراء جمهور محافظة ذي قار. وتقييم وعي الجمهور بخطورة المبالغة الإعلامية وتأثيرها على تصوراتهم. ودراسة العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية (مثل العمر، الجنس، المستوى التعليمي) ومدى التأثير بالتغطية الإعلامية، واعتمد الباحث على المنهج الكمي المسحي على عينة عشوائية من جمهور محافظة ذي قار قوامها (431) فرد من الإناث والذكور. وتوصل الباحث الى النتائج الآتية: أظهرت نتائج الدراسة أن التهويل الإعلامي الذي مارسته قناة الحدث في تغطية الضربات الإسرائيلية ضد إيران كان له تأثير مباشر في تشكيل توجهات وآراء الجمهور في محافظة ذي قار. والتكرار المفرط للصور العنيفة، والمبالغة في التحليلات، واستخدام العناوين المثيرة، أدت إلى خلق تصورات مبالغ فيها حول حجم وتأثير الضربات، ما عزز مشاعر الخوف والقلق لدى شريحة واسعة من الجمهور. وكشفت الدراسة

أن هناك نقصاً نسبياً في الوعي بخطورة التهويل الإعلامي، لا سيما بين الفئات الأقل تعليمًا أو الأصغر عمراً، ما يجعلهم أكثر عرضة للتأثر السلبي بالخطاب الإعلامي الموجه. وتبين أن النساء، والشباب، وذوي المستوى التعليمي المتوسط أو المنخفض، هم الأكثر تأثراً بالتهويل الإعلامي مقارنة بالفئات الأخرى، ما يشير إلى تفاوت القدرات النقدية والتحليلية بين شرائح الجمهور.

الكلمات المفتاحية: التهويل الإعلامي، الرأي العام، قناة الحدث، إسرائيل، إيران.

المقدمة

شهد العالم خلال السنوات الأخيرة تصاعداً كبيراً في حدة التوترات الجيوسياسية في منطقة الشرق الأوسط، لاسيما بين إسرائيل وإيران، حيث أصبحت الضربات العسكرية والردود الإعلامية المتبادلة بين الجانبين مادة دائمة التناول في وسائل الإعلام العربية والدولية. ومن بين هذه الوسائل، برزت قناة "الحدث" بوصفها من القنوات الإخبارية التي تتابع هذا الملف بكثافة، وتعتمد في تغطيتها أساليب متعددة، من ضمنها ما يُعرف بالتهويل الإعلامي. وإن التهويل الإعلامي – كأحد أشكال المعالجة المنحازة والمثيرة – يعد ظاهرة تؤثر بعمق في تشكيل الرأي العام، لا سيما في المجتمعات المتأثرة سلفاً بأزمات سياسية وأمنية، كالمجتمع العراقي. حيث إن أسلوب تقديم الأخبار، وانتقاء العبارات، والتركيز على سيناريوهات الخطر، قد يسهم في بناء تصورات غير دقيقة، ويؤدي إلى تضخيم المخاطر، ما يخلق حالة من القلق أو الاستقطاب لدى المتلقي. وتبرز أهمية هذه الدراسة في ضوء الدور المتعاظم الذي باتت تلعبه وسائل الإعلام في توجيه الرأي العام، لا سيما في ظل الانتشار الواسع للمضامين الإعلامية، والتعرض المكثف للمحتوى الإخباري المرتبط بالصراعات الإقليمية. ومن هنا تسعى هذه الدراسة إلى تحليل طبيعة التهويل الإعلامي في معالجة قناة الحدث للضربات الإسرائيلية ضد إيران، واستكشاف مدى تأثير ذلك في تشكيل الرأي العام لدى جمهور محافظة ذي قار في العراق. وتنبع أهمية اختيار محافظة ذي قار كنموذج للدراسة من كونها تمثل بيئة اجتماعية ذات وعي سياسي نسبي، إضافة إلى تأثرها المباشر بالتفاعلات الإقليمية، ما يجعل من دراسة مواقف جمهورها إزاء التغطية الإعلامية المبالغ فيها مؤشراً مهماً على مدى نفوذ الإعلام في تشكيل الرؤى العامة تجاه القضايا الإقليمية.

المبحث الأول: الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث

تُعد وسائل الإعلام من أهم المصادر التي يطلع من خلالها الجمهور على الأحداث والقضايا المحلية والإقليمية والدولية، ويؤثر محتواها بشكل كبير في تشكيل الرأي العام واتجاهاته. وفي ضوء الصراعات الإقليمية المستمرة، لا سيما التوترات بين إسرائيل وإيران، تغطي التغطيات الإعلامية لهذه الأحداث باهتمام واسع، حيث تلعب دوراً محورياً في تشكيل تصورات الجمهور تجاه هذه الصراعات. لكن، في كثير من الأحيان، تلجأ بعض الوسائل الإعلامية إلى أسلوب التهويل الإعلامي، أي المبالغة في تقديم الأحداث، مما قد يؤدي إلى تضخيم حجم الأزمة، وإثارة مخاوف وقلق غير مبرر لدى الجمهور. وتعتبر قناة "الحدث" من أبرز القنوات التي تغطي هذه الأحداث بأسلوب يشتمل على التهويل في بعض الأحيان، ما يطرح تساؤلات حول مدى تأثير هذه التغطية على الجمهور العراقي، خصوصاً في محافظة ذي قار التي تتميز بحساسية سياسية واجتماعية عالية. وبناءً عليه، تنبع مشكلة هذا البحث من السؤال الرئيسي: (ما أثر التهويل الإعلامي في تشكيل الرأي العام لمعالجة قناة الحدث لضربات إسرائيل على إيران؟) ويتفرع منهو الأسئلة الفرعية الآتية:

- 1- ما مدى تأثير التهويل الإعلامي على توجهات وآراء جمهور محافظة ذي قار؟
- 2- ما مدى وعي الجمهور بخطورة المبالغة الإعلامية وتأثيرها على تصوراتهم؟
- 3- ما مدى تأثير التهويل الإعلامي على الجمهور باختلاف المتغيرات الديموغرافية مثل العمر، الجنس، والمستوى التعليمي؟

ثانياً: أهمية البحث

- 1- الأهمية العلمية: يساهم هذا البحث في توسيع الفهم العلمي لعلاقة التهويل الإعلامي بتشكيل الرأي العام، من خلال دراسة حالة قناة الحدث، وهو ما يثري الأدبيات الإعلامية المتعلقة بالتغطيات الإقليمية والصراعات السياسية وتأثيرها على الجمهور.
- 2- الأهمية العملية: تساعد نتائج البحث المؤسسات الإعلامية على الوعي بخطورة استخدام أساليب التهويل في التغطيات الإخبارية، مما يمكنهم من تحسين ممارساتهم المهنية وتحقيق توازن في نقل الأحداث. كما تفيد صناعات السياسات وصناع القرار في فهم تأثير الإعلام على الرأي العام، خصوصاً في مناطق مثل محافظة ذي قار.
- 3- الأهمية الاجتماعية: يساهم البحث في تعزيز وعي الجمهور بخطورة المبالغة الإعلامية وتأثيرها على نظرتهم للأحداث، مما يساعد في بناء وعي جماهيري نقدي قادر على التعامل مع الرسائل الإعلامية بموضوعية.

ثالثاً: أهداف البحث

- 1- التعرف على أثر التهويل الإعلامي في تشكيل الرأي العام لمعالجة قناة الحدث لضربات إسرائيل على إيران.
- 2- قياس مدى تأثير التهويل الإعلامي على توجهات وآراء جمهور محافظة ذي قار.
- 3- تقييم وعي الجمهور بخطورة المبالغة الإعلامية وتأثيرها على تصوراتهم.
- 4- دراسة العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية (مثل العمر، الجنس، المستوى التعليمي) ومدى التأثير بالتغطية الإعلامية.

رابعاً: منهج البحث

تعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي وهو منهج مناسب لفهم الظواهر الاجتماعية وتحليل العلاقات بينها، حيث يهدف إلى وصف وتحليل أثر التهويل الإعلامي في تشكيل الرأي العام بناءً على معالجة قناة الحدث للضربات الإسرائيلية على إيران. والمنهج المسحي لجمع البيانات من عينة من جمهور محافظة ذي قار، عبر استبيان مصمم خصيصاً لقياس تأثير التهويل الإعلامي، والتعرف على مدى إدراك الجمهور لهذه الظاهرة ومدى تأثير آرائهم وتوجهاتهم بها. ويُعد المنهج المسحي فعالاً في دراسة القضايا الاجتماعية التي ترتبط بتشكيل الاتجاهات والرأي العام، حيث

يتيح جمع بيانات كمية تمكن الباحث من إجراء تحليلات إحصائية دقيقة لاستخلاص النتائج واستنتاج العلاقات بين المتغيرات⁽¹⁾. والمنهج المسحي هو أحد المناهج البحثية التي تهدف إلى دراسة الظواهر الاجتماعية أو الإعلامية من خلال جمع البيانات من عينة ممثلة لمجتمع الدراسة، بهدف تحليل الاتجاهات والأنماط السائدة واستخلاص استنتاجات عامة عنها. يعتمد هذا المنهج على جمع المعلومات من الأفراد أو المؤسسات باستخدام أداة الاستبيان⁽²⁾.

خامساً: أداة البحث

يعتمد هذا البحث على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة جمهور محافظة ذي قار، وذلك لقياس أثر التهويل الإعلامي في تشكيل الرأي العام من خلال معالجة قناة الحدث للضربات الإسرائيلية على إيران. والاستبيان هو أداة بحثية تُستخدم لجمع البيانات من الأفراد بطريقة منظمة من خلال مجموعة من الأسئلة المكتوبة، بهدف دراسة آرائهم أو اتجاهاتهم أو سلوكياتهم حول موضوع معين، ويتم توزيعه على عينة البحث، ويمكن أن يكون ورقياً أو إلكترونياً⁽³⁾.
مكونات الاستبيان:

- 1- البيانات الديموغرافية: لجمع معلومات عن خصائص العينة مثل العمر، الجنس، المستوى التعليمي، والحالة الوظيفية.
- 2- محور متابعة قناة الحدث: يقيس درجة متابعة القناة، نوع البرامج المفضلة، ومدى الإحساس بالتوازن في التغطية.
- 3- محور التهويل الإعلامي وتأثيره: يتناول مدى ملاحظة المبحوثين لأساليب التهويل الإعلامي المستخدمة، والتأثيرات النفسية والسلوكية الناتجة عنها، مثل الخوف، القلق، تغيير المواقف، وغيرها.

سادساً: حدود البحث

- تحدد هذه الدراسة بعدد من الحدود التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند تفسير نتائجها، وهي كما يلي:
1. الحدود المكانية: تقتصر هذه الدراسة على جمهور محافظة ذي قار، وذلك لخصوصية البيئة الاجتماعية والسياسية فيها، ولمعرفة مدى تأثير سكانها بالتغطيات الإعلامية الخاصة بالقضايا الإقليمية.
 2. الحدود الزمانية: تمتد الفترة الزمنية للدراسة من 2025/6/13 إلى 2025/6/25، وهي الفترة التي شهدت تغطية إعلامية مكثفة من قبل قناة الحدث للضربات الإسرائيلية ضد إيران.
 3. الحدود الموضوعية: تركز الدراسة على أثر التهويل الإعلامي في تغطية قناة الحدث للضربات الإسرائيلية على إيران، ودوره في تشكيل الرأي العام، ولا تمتد إلى تحليل الأبعاد السياسية أو العسكرية للصراع ذاته.

سابعاً: مجتمع وعينة البحث

1- مجتمع البحث

يتكوّن مجتمع البحث من جمهور محافظة ذي قار في جنوب العراق، الذين يُعدّون من الفئات المتابعة لوسائل الإعلام، ولا سيما القنوات الإخبارية العربية مثل قناة الحدث. وقد تم اختيار هذا المجتمع نظراً لما تتمتع به محافظة ذي قار من خصائص اجتماعية وثقافية وسياسية تجعلها بيئة مناسبة لدراسة تأثير الخطاب الإعلامي في تشكيل الرأي العام، خصوصاً تجاه القضايا الإقليمية ذات البعد الأمني والعسكري. ويشمل مجتمع البحث الأفراد من مختلف الفئات العمرية والتعليمية والمهنية، ممن تتوفر لديهم إمكانية الوصول إلى القنوات الفضائية ومتابعة الأخبار والتقارير السياسية.

2- عينة البحث

تم اختيار عينة عشوائية بسيطة من مجتمع محافظة ذي قار، تألفت من عدد من الأفراد الذين تتوفر فيهم المعايير الآتية:

- 1- أن يكون عمر المشارك 18 سنة فأكثر.
 - 2- أن يكون من سكان محافظة ذي قار بشكل دائم.
 - 3- أن يكون قد تابع أو اطلع على تغطية قناة الحدث للضربات الإسرائيلية على إيران.
 - 4- أن تكون لديه القدرة على قراءة وفهم محتوى الاستبيان.
- وتم تحديد حجم العينة وفقاً للمعايير الإحصائية الملائمة للدراسات المسحية. وقد تم توزيع الاستبيان على عينة ممثلة لمجتمع الدراسة من حيث الجنس، والعمر، والمستوى التعليمي، وذلك لضمان تنوع البيانات وموضوعية النتائج. وسيتم تحديد حجم العينة بناءً على الأسس الإحصائية لضمان تمثيل دقيق للمجتمع. وقد سعى الباحث اختار العينة وفقاً للعدد المحدد من قبل قانون كوكران، وإنّ قانون كوكران لاختيار العينة يكون على الشرح التالي:

$$n = \frac{\frac{z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left[\frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right]}$$

حيث:

تبلغ قيمة z عند مستوى ثقة 95٪، 1.96.

d هو مقدار الخطأ المسموح به، والذي يعتبر عادةً بمقدار يساوي 0.05.

(¹) ربحي، مصطفى عليان، البحث العلمي: أسسه-مناهجه-أساليبه-إجراءاته، جامعة البلقاء التطبيقية، عمان، 2001، ص66.

(²) أزهري سهيل نجم، منهج البحث الإعلامي بين النظرية والتطبيق، ط1، دار شمس الأندلس، بغداد، 2024، ص103.

(³) عادل محمد العدل، منهج البحث في العلوم الإنسانية، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص287.

N هو حجم المجتمع.

Pq هي حالة تجانس الأشخاص في المجتمع، فكلما زادت درجة التجانس بين أفراد المجتمع، كان حجم العينة الذي نحتاجه أصغر. لكن إذا لم تكن لدينا معلومات عن حالة المجتمع، فسنأخذ $p = q = 0.5$ قيمة تعادل 0.5.

وحسب الصيغة أعلاه فالعدد المحدد هو 390. وعلى هذا الأساس فقد تم توزيع الاستبانة لأكثر من 400 شخص من محافظة ذي قار من متابعي قناة الحدث، وقد تم جمع 431 استبانة منها لدراساتها كعينة البحث.

ثامناً: الصدق والثبات

1- الصدق: يعد الصدق من الشروط الضرورية واللازمة لبناء الاختبارات والمقاييس والصدق يدل على مدى قياس الفقرات للظاهرة المراد قياسها، وإن أفضل طريقة لقياس الصدق هو الصدق الظاهري والذي هو عرض فقرات المقياس على مجموعة من الخبراء للحكم على صلاحيتها، وقد تحقق صدق المقياس ظاهرياً من خلال عرض الفقرات على مجموعة من المتخصصين في الإعلام.

ت	اسم المحكم	مكان العمل
1	عباس هاتف عبد علي	تدريسي في كلية الامام الكاظم
2	حسين غني كريم	تدريسي في كلية الامام الكاظم
3	حسين عبد الأمير حسوني	تدريسي في كلية الامام الكاظم

2- الثبات: وهو الاتساق في نتائج المقياس إذ يعطي النتائج نفسها بعد تطبيقه مرتين في زمنين مختلفين على الأفراد أنفسهم، وتم حساب الثبات عن طريق معامل كورباخ الفا. معامل (ألفا) للاتساق الداخلي: أن معامل ألفا يزودنا بتقدير جيد في أغلب المواقف وتعتمد هذه الطريقة على اتساق أداء الفرد من فقرة إلى أخرى ولاستخراج الثبات وفق هذه الطريقة تم استخدام جميع استمارات البحث ثم استخدمت معادلة (ألفا) وقد بلغ معامل ثبات المقياس (0.896) وبعد المقياس متسقاً داخلياً، لأن هذه المعادلة تعكس مدى اتساق الفقرات داخلياً.

عدد الأسئلة	الفا كورنباخ
18	0.896

تاسعاً: الدراسات السابقة

1- دراسة بوجلال عبد الله سنة (2001) بعنوان: دور الإعلام في تشكيل الرأي العام، تتجلى أهمية وسائل الإعلام في قدرتها البارزة على تشكيل الرأي العام، والتحكم في اتجاهاته، وتوجيهه بما يخدم أهدافاً سياسية، وثقافية، واقتصادية محددة. ويتحقق ذلك من خلال تزويد الجمهور بالحقائق، والأخبار الدقيقة، والمعلومات الموثوقة حول مختلف القضايا والموضوعات والمشكلات، بطريقة تتسم بالموضوعية والحياد، بعيداً عن التحريف أو التلاعب. ويسهم هذا الدور في تعزيز مستويات المعرفة والوعي والإدراك لدى فئات الجمهور المختلفة، مما يؤدي إلى تكوين رأي عام مستنير. ومن هنا تبرز ضرورة التزام وسائل الإعلام بالصدق والمهنية، إضافةً إلى أهمية دراسة الفئات المستهدفة دراسة علمية واعية، تُمكن من إعداد مواد إعلامية تتناسب مع اهتماماتها ومستوى إدراكها، لضمان تحقيق التأثير الإيجابي المطلوب.

2- دراسة كريس الجليلي سنة (2019) بعنوان: القنوات التلفزيونية الخاصة في علاقتها بالسلطة السياسية وثنائية الدعاية والتهويل-قناة النهار TV أنموذجاً، لا يزال الإعلام يُعد سلطة قائمة بذاتها، لما يمتلكه من قدرة على الهيمنة والتأثير في تشكيل الرأي العام، لاسيما مع بروز القنوات الخاصة في الجزائر وانتقالها من نظام الاحتكار الأحادي (القطاع العام) إلى التعددية الإعلامية. وقد شكّل هذا التحول عاملاً مؤثراً في المشهد السياسي، حيث بات الإعلام أحياناً يمارس ضغوطاً على توجّهات السلطة السياسية، وفي أحيان أخرى يؤدي دوراً ترويجياً يخدم هذه السلطة. ويتوقف ذلك إلى حد كبير على طبيعة العلاقة القائمة بين الإعلام والسلطة، إذ أن الخط الفاصل بين التهويل الإعلامي والدعاية السطحية يبدو ضبابياً في السياق الإعلامي الجزائري. ومن هنا تبرز الحاجة الملحة إلى مناقشة مفهومي الاحترافية والمهنية في الممارسة الإعلامية: فهل تتطلب هذه الممارسة تصادماً دائماً مع السلطة السياسية؟ أم أنها تقتضي خضوعاً ضمناً وممارسة للدعاية المجانية؟ وانطلاقاً من هذه الإشكالية، تسعى هذه الدراسة إلى الاقتراب من واقع القنوات الإعلامية الخاصة في الجزائر، عبر تسليط الضوء على مدى التزامها بالمعايير المهنية والاحترافية في تناولها للشأن السياسي العام، وطبيعة العلاقة التي تربطها بالسلطة، وذلك من خلال رصد مواقف وردود أفعال الجمهور عبر منصات التواصل الاجتماعي.

3- دراسة أحمد إلياس الخضر سنة (2018) بعنوان: تأثير الإعلام في تشكيل الرأي العام: دراسة وصفية، تنطلق هذه الورقة من التساؤل الجوهرية: ما تأثير الإعلام في تشكيل الرأي العام؟ وتهدف إلى تحليل العلاقة بين الإعلام والرأي العام من خلال توضيح مفهومي الإعلام ووظائفه، ومفهوم الرأي العام وخصائصه والعوامل المؤثرة فيه. وقد بينت الورقة أن الإعلام، بوصفه أداة لنقل المعلومات والحقائق، يسهم بشكل فاعل في تشكيل الرأي العام الواعي من خلال وظائفه الإخبارية والتفسيرية والتثقيفية وغيرها. وتبرز العلاقة التفاعلية بين الإعلام والرأي العام، حيث يؤثر الإعلام في توجهات الناس ومواقفهم، بينما ينعكس الرأي العام بدوره على محتوى الرسائل الإعلامية وسياساتها. كما تناولت الورقة مراحل التأثير الإعلامي بدءاً من التأثير المعرفي، مروراً بتكوين الاتجاهات، وانتهاءً بالتأثير السلوكي، فضلاً عن استعراض لأبرز الأدوار التي يمكن أن يؤديها الإعلام مثل تعزيز الاستقرار أو إحداث التغيير وتوجيه الأولويات المجتمعية. واختتمت الورقة بطرح دعوة لإعادة بناء استراتيجية إعلامية في مجتمعاتنا تقوم على قيم الحرية والمسؤولية، لضمان قيام الإعلام بدوره الحقيقي في خدمة المجتمع والحفاظ على هويته.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

1. العمل على صياغة مشكلة الدراسة بصورة صحيحة وجيدة.

2. العمل على صياغة التساؤلات الخاصة بالدراسة بصورة صحيحة وجيدة.

3. استفاد الباحث من خلال اطلاعه على الدراسات السابقة معرفة الباحث أن يبرهن على أهمية الدراسة العلمية التي يتناولها، وذلك من خلال إثبات تنوله للنقاط جديدة غير موجودة في الدراسات السابقة.

4. استفاد الباحث من خلال اطلاعه على الدراسات السابقة في الابتعاد عن الموضوعات المكررة، وتساوده على خلق موضوعات جديدة لم يتم الحديث عنها في السابق.

المبحث الثاني: الإطار النظري

المطلب الأول: مفهوم التهويل الإعلامي

يُعرف التهويل الإعلامي (Media Exaggeration) بأنه: "المبالغة في تقديم الأحداث أو الموضوعات الإعلامية من خلال استخدام عناوين مثيرة، أو تضخيم حجم التهديد أو الخطر، أو التركيز على الجوانب السلبية، بما يؤثر في فهم الجمهور وتفاعله مع الحدث"⁽⁴⁾. ويأخذ التهويل الإعلامي صوراً مختلفة، مثل:

- التهويل اللفظي (باستخدام كلمات مثل "كارثة"، "انفجار وشيك"، "تهديد كبير").
- التهويل البصري (صور مفرقة أو مأخوذة من زوايا مثيرة).
- التهويل في ترتيب الأولويات (التقديم المبالغ فيه للخبر).
- التهويل عبر التكرار (إعادة بث نفس الحدث مراراً لخلق انطباع بالأهمية أو الخطر المستمر)⁽⁵⁾.

ويُعد التهويل أحد أنماط التحيز الإعلامي، الذي قد يُستخدم عمداً بهدف التأثير في الرأي العام، أو قد يحدث ضمن تغطية صحفية غير متوازنة. يُعد التهويل الإعلامي من المفاهيم المتكررة في الدراسات الإعلامية، ويشير إلى المبالغة في عرض الأحداث أو القضايا بشكل يفوق حجمها أو أهميتها الواقعية، بهدف إثارة انتباه الجمهور، أو التأثير في مشاعره وتوجهاته. ويُعرف التهويل الإعلامي بأنه: "استخدام وسائل الإعلام لأساليب عرض تعتمد على المبالغة والدراما والتضخيم عند تغطية حدث معين، مما يؤدي إلى تكوين صورة ذهنية مشوشة أو غير واقعية لدى الجمهور عن طبيعة الحدث أو حجمه الفعلي"⁽⁶⁾.

يشكل التهويل أحد العوامل المهمة في توجيه الرأي العام وبناء تصورات جماعية مشوشة أو متطرفة، خاصة في الأزمات والنزاعات. وقد يسبب آثاراً نفسية واجتماعية مثل الفلق الجماعي، الانفعال السياسي، أو حتى العنف الرمزي في الخطاب الجماهيري⁽⁷⁾.

المطلب الثاني: مفهوم الرأي العام

الرأي العام هو: "مجموعة الاتجاهات أو المواقف أو المعتقدات التي يتبناها الأفراد داخل مجتمع ما تجاه قضية أو موضوع معين، نتيجة لتفاعلهم مع الرسائل والمضامين التي يتعرضون لها من خلال وسائل الإعلام وغيرها". ويتشكل الرأي العام عبر مراحل، تبدأ من الاهتمام بالمشكلة، مروراً بالنقاش العام حولها، ثم بناء موقف جماعي، وقد ينتهي الأمر باتخاذ موقف سلوكي أو سياسي⁽⁸⁾.

يُعد الرأي العام من المفاهيم الأساسية في علم الاتصال والإعلام، لما له من دور فعال في توجيه السلوك الاجتماعي والسياسي، وتكوين الاتجاهات الجماعية تجاه القضايا المختلفة. وقد تنوّعت تعريفاته بتنوّع زوايا النظر إليه، سواء من منظور سياسي أو نفسي أو اجتماعي أو إعلامي⁽⁹⁾. ويُعرف الرأي العام بأنه: "مجموعة الآراء والمواقف والتوجهات التي يتبناها الأفراد في مجتمع معين تجاه قضية أو حدث أو شخصية عامة، نتيجة لتفاعلهم مع المعلومات والرسائل الإعلامية والظروف الاجتماعية المحيطة". كما عرّفه المفكر الأمريكي ولتر ليبمان Walter Lippmann بأنه: "صورة ذهنية جماعية تتشكل لدى الناس عن الأحداث العامة نتيجة ما تنقله وسائل الإعلام"⁽¹⁰⁾. ومن خصائص الرأي العام:

- يتعلق بقضية عامة: لا يتكون حول الأمور الخاصة، بل حول القضايا ذات الاهتمام الجماعي.
- يتسم بالتغير: يمكن أن يتبدل نتيجة لتغير المعطيات أو طريقة تقديم المعلومات.
- يُبنى تدريجياً: لا يتشكل فوراً بل عبر مراحل من التفاعل مع الرسائل والمواقف.
- يتأثر بالإعلام: وسائل الإعلام تلعب دوراً حاسماً في صياغته وتوجيهه⁽¹¹⁾.

ويتكوّن الرأي العام من خلال سلسلة من المراحل التعرض للمعلومة أو الحدث عبر وسائل الإعلام أو الاتصال المباشر، وفهم وتأويل المعلومة بحسب الخبرة والخلفية الثقافية والاجتماعية للفرد، وتكوين موقف أو اتجاه تجاه الموضوع، وتبادل الآراء مع المحيط الاجتماعي مما يعزز أو يغير الموقف، وتبلور رأي جماعي يمثل رأي شريحة كبيرة من المجتمع تجاه القضية⁽¹²⁾.

وتلعب وسائل الإعلام دوراً مركزياً في إثارة الاهتمام بقضايا معينة (من خلال نظرية وضع الأجندة)، وتأطير طريقة التفكير في القضايا (من خلال نظرية التأطير الإعلامي)، وخلق تصورات متخيلة للواقع (من خلال الغرس الثقافي). ومع استخدام التهويل الإعلامي، يمكن لوسائل

(4) وليد شحيط، إمبراطورية المحافظين الجدد - التضليل الإعلامي وحرب العراق، بيروت، دار الساق، 2005، ص124.

(5) حسنين، شفيق، لتضليل الإعلامي والغيوبة لمهنية، دار فكر وفن، 2011، ص72.

(6) مجد حمود، عبد الحليم، الإعلام التضليلي ودور الدعاية والإعلام الغربية في تشويه صورة الإسلام، دار المؤلف، لبنان، 2010، ص57.

(7) جبريه، فرانسوا، قاموس التضليل الإعلامي، دار نشر أرمان، باريس، 2011، ص43.

(8) محمد منير حجاب، أساسيات الرأي العام، سلسلة دراسات وبحوث إعلامية رقم 81، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002، ص91.

(9) أحمد أبو زيد، سيكولوجية الرأي العام ورسائله الديمقراطية، عالم الكتب، القاهرة، 1968، ص28.

(10) عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، دار الفكر العربي، القاهرة، 1999، ص37.

(11) سمير حسين، الرأي العام الأسس النظرية الجوانب المنهجية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص127.

(12) حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، دار الشؤون الثقافية، بغداد، 1991، ص49.

الإعلام أن تُحدث تضخيمًا في إدراك الجمهور للخطر أو التهديد، ما يؤثر في اتجاهاتهم ومواقفهم بشكل كبير، خاصة في السياقات التي تشهد توترًا أو أزمات إقليمية، كما هو الحال في تغطية الصراع بين إسرائيل وإيران⁽¹³⁾.

المطلب الثالث: علاقة التهويل الإعلامي بتشكيل الرأي العام

يُعد التهويل الإعلامي أحد أبرز الأساليب الاتصالية التي تلجأ إليها وسائل الإعلام عند تغطية الأحداث ذات الطابع السياسي أو الأمني أو الكوارث والأزمات، ويُقصد به المبالغة في عرض الحدث أو تضخيم تفاصيله أو التركيز على الجانب السلبي أو المثير فيه، بهدف إثارة مشاعر الجمهور، مثل الخوف أو القلق أو التعاطف⁽¹⁴⁾، ما يُحدث تأثيرًا مباشرًا أو غير مباشر في تشكيل الرأي العام. وذلك من خلال:

1- دور التهويل في إثارة الانتباه وتوجيه الانفعالات: عند لجوء الوسيلة الإعلامية إلى التهويل، فإنها تنجح في شد انتباه الجمهور بسرعة نحو القضية المطروحة، وتوجيه الانفعالات الجماهيرية كالغضب أو الخوف أو الحذر، مما يجعل الرأي العام أكثر استجابة وتفاعلاً مع الخطاب المقدم.

2- التأثير في إدراك الجمهور لطبيعة الحدث: يعمل التهويل على تغيير إدراك الجمهور لحجم أو خطورة الحدث، فبدلاً من تلقيه كواقعة محدودة، يتم استقباله كتهديد استراتيجي أو كأزمة وجودية، مما يؤدي إلى بلورة اتجاهات جماعية موحدة أو متطرفة تجاه الأطراف المرتبطة بالحدث⁽¹⁵⁾.

3- صناعة التوجهات العامة وتوجيه الرأي الجمعي: من خلال التهويل، تستطيع وسائل الإعلام فرض أجندة إعلامية تجعل من حدث معين محور اهتمام الجمهور، والتأثير في تفضيلات الناس السياسية والأمنية، كالدعوة لتأييد التدخل أو التحريض ضد طرف معين، وخلق حالة من الاستقطاب أو التوحد المجتمعي تجاه قضية معينة.

4- تعزيز آليات الغرس الثقافي والتأطير: التهويل لا يعمل منفصلاً، بل يتكامل مع نظريات إعلامية مثل نظرية الغرس الثقافي التي تفترض أن التكرار المبالغ فيه لمحتوى معين يرسخ صورة ذهنية لدى الجمهور، ونظرية التأطير الإعلامي التي توضح كيف أن تقديم الحدث ضمن زاوية معينة يؤثر في تفسير الجمهور له⁽¹⁶⁾.

المطلب الرابع: قناة الحدث كنموذج للمعالجة الإعلامية

قناة الحدث هي قناة إخبارية عربية تابعة لمجموعة MBC، تأسست عام 2012 كقناة فرعية من قناة العربية، وتهدف إلى تقديم تغطية معمقة وموسعة للأحداث السياسية والاقتصادية في المنطقة العربية والعالم، مع تركيز خاص على الأخبار العاجلة والملفات الساخنة⁽¹⁷⁾. وقناة الحدث هي إحدى القنوات الإخبارية العربية البارزة، تتبع شبكة "العربية"، وتركز على التغطيات العاجلة والتحليل السياسي. وغالبًا ما يُلاحظ على معالجاتها:

- اعتمادها على أسلوب درامي في تغطية الأحداث الساخنة.

- التكتيف في استخدام الأوصاف المثيرة في العناوين.

- استخدام المراسلين والخبراء العسكريين لتأطير الحدث بوجهة نظر معينة.

وكل هذه العوامل تجعل من قناة الحدث أنموذجًا مناسبًا لدراسة التهويل الإعلامي، خاصة في سياقات أمنية حساسة.

المطلب الخامس: نظريات داعمة للدراسة

1- نظرية وضع الأجندة (Agenda Setting Theory): تشير إلى قدرة وسائل الإعلام على تحديد أهمية القضايا والأحداث في وعي الجمهور من خلال إبراز موضوعات معينة وتجاهل أخرى، مما يؤثر على ترتيب أولويات الجمهور فيما يتعلق بالقضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية⁽¹⁸⁾. تفترض أن وسائل الإعلام لا تخبر الناس بما يفكرون فيه، بل ما الذي يجب أن يفكروا فيه⁽¹⁹⁾. وبالتالي، فإن قناة الحدث من خلال تركيزها المتكرر والمضخم على ضربات إسرائيل قد تضع هذه القضية على رأس أولويات الجمهور العراقي.

2- نظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory): هي نظرية إعلامية مهمة تركز على تأثير التعرض الطويل والمستمر لوسائل الإعلام، وخاصة التلفزيون، على تصورات الأفراد للواقع الاجتماعي⁽²⁰⁾. تؤكد أن التعرض الطويل والمتكرر للمحتوى الإعلامي يؤثر على إدراك الناس للواقع، ويجعلهم يرون العالم كما تصوره وسائل الإعلام، لا كما هو عليه فعليًا⁽²¹⁾. وهذا يعني أن التهويل المستمر قد يجعل الجمهور يرى التهديد أكبر من حجمه الحقيقي.

3- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Media Dependency Theory): هي نظرية في مجال الإعلام وعلوم الاتصال تركز على العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، وتوضح كيف يعتمد الأفراد على الإعلام للحصول على المعلومات وفهم العالم من حولهم⁽²²⁾. تفترض أن الأفراد

(13) خيضر شعبان، مصطلحات في الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي، الجزائر، 2001، ص 83.

(14) سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجمهير والرأي العام، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 1984، ص 51.

(15) كامل خورشيد مراد، مدخل إلى الرأي العام، ط 3، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2013، ص 114.

(16) حسنين، شفيق، لتضليل الإعلامي والغيوبة لمهنية، دار فكر وفن، 2011، ص 86.

(17) الموقع الرسمي لقناة الحدث، نشر على الرابط: <https://www.alhadath.net>.

(18) حجاب، محمد منير، نظريات الاتصال، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص 47.

(19) الحميد، محمد عبد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 2، عالم الكتاب، القاهرة، 2015، ص 82.

(20) الطرابيشي، مرفت، نظريات الاتصال، ط 1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص 53.

(21) العبد الله، مي، نظريات الاتصال، ط 1، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، بيروت، 2006، ص 127.

(22) مكاي، وليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009، ص 49.

يعتمدون على وسائل الإعلام أكثر عندما يكون الغموض مرتفعاً أو الحدث بعيداً جغرافياً⁽²³⁾. وفي الصراعات الدولية، يكون الاعتماد على القنوات الفضائية كبيراً، ما يزيد من تأثير معالجاتها على تشكيل الرأي العام.

(23) نصر، حسني محمد، نظريات الإعلام، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2015، ص55.

المبحث الثالث: الإطار العملي

المحور الأول: المعلومات الديمغرافية لعينة البحث

جدول رقم (1) يوضح المعلومات الديمغرافية لعينة البحث

ت	المتغيرات	ذكر		أنثى	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
1	الجنس	81.0	349	19.0	82
2	العمر	من 17 الى 25	من 26 الى 35	من 36 الى 45	من 46 فما فوق
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
		23.9	103	42.9	185
3	التحصيل الدراسي	ابتدائية	ثانوية	بكالوريوس	دراسات عليا
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
		6.8	29	16.0	69
4	السكن	المدينة	القضاء	الناحية	القرى والأرياف
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
		73.1	315	13.0	56

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه المعلومات الديمغرافية لعينة البحث من خلال الآتي:

من خلال الفقرة الأولى جنس المبحوثين جاءت نسبة الذكور بالمرتبة الأولى بتكرار (349) ونسبة (81.0%)، أما الإناث جاءت بالمرتبة الثانية بتكرار (82) ونسبة (19.0%).

من خلال الفقرة الثانية عمر المبحوثين جاءت فئة الأعمار من 26 الى 35 عاماً بالمرتبة الأولى بتكرار (185) ونسبة (42.9%)، أما من هم أعمارهم من 17 الى 25 عاماً بالمرتبة الثانية بتكرار (103) ونسبة (23.9%)، أما من هم أعمارهم من 36 الى 45 عاماً بالمرتبة الثالثة بتكرار (86) ونسبة (20.0%)، أما من هم أعمارهم من 46 عاماً فما فوق بالمرتبة الرابعة بتكرار (57) ونسبة (13.2%).

من خلال الفقرة الثالثة التحصيل الدراسي للمبحوثين جاءت فئة الحاصلين على شهادة البكالوريوس بالمرتبة الأولى بتكرار (282) ونسبة (65.4%)، أما الحاصلين على شهادة الثانوية بالمرتبة الثانية بتكرار (69) ونسبة (16.0%)، أما الحاصلين على شهادة دراسات عليا بالمرتبة الثالثة بتكرار (51) ونسبة (11.8%)، أما الحاصلين على شهادة الابتدائية بالمرتبة الرابعة بتكرار (29) ونسبة (6.8%).

من خلال الفقرة الرابعة سكن المبحوثين جاءت فئة من سكنهم في المدينة بالمرتبة الأولى بتكرار (315) ونسبة (73.1%)، أما فئة من سكنهم في القضاء بالمرتبة الثانية بتكرار (56) ونسبة (13.0%)، أما فئة من سكنهم في الناحية جاءت بالمرتبة الثالثة بتكرار (50) ونسبة (11.6%)، أما فئة من سكنهم في القرى والأرياف جاءت بالمرتبة الرابعة بتكرار (10) ونسبة (2.3%).

المحور الثاني: مدى تأثير التهويل الإعلامي على توجهات وآراء الجمهور

جدول رقم (2) يوضح مدى تأثير التهويل الإعلامي على توجهات وآراء الجمهور

ت	العبارات	كثيراً		أحياناً		قليلاً	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
1	التغطيات الإعلامية المبالغ فيها تؤثر على قناعاتي الشخصية تجاه القضايا الدولية	33.6	145	40.9	176	25.5	110
2	أشعر بالخوف أو القلق نتيجة التهويل الإعلامي للأحداث السياسية.	55.5	239	32.7	141	11.8	51
3	أعتقد أن تغطية قناة الحدث للضربات الإسرائيلية على إيران أثرت في رأيي حول الصراع.	29.7	128	45.2	195	25.1	108
4	التهويل الإعلامي يجعلني أعير موقفي من بعض القضايا دون وعي مني.	38.5	166	32.9	142	28.6	123

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه مدى تأثير التهويل الإعلامي على توجهات وآراء الجمهور لعينة البحث من خلال الآتي:

من خلال العبارة الأولى يتضح لنا أن أغلب المبحوثين يرون التغطيات الإعلامية المبالغ فيها تؤثر على قناعاتي الشخصية تجاه القضايا الدولية أحياناً بتكرار (176) ونسبة (40.9%)، حيث أن تسهم التغطيات الإعلامية ذات الطابع المبالغ فيه أحياناً في تشكيل أو تغيير قناعاتي الشخصية بشأن بعض القضايا الدولية.

أما العبارة الثانية يتضح لنا أن أغلب المبحوثين يرون أن أشعر بالخوف أو القلق نتيجة التهويل الإعلامي للأحداث السياسية كثيراً بتكرار (239) ونسبة (55.5%)، حيث أن يساهم التهويل الإعلامي للأحداث السياسية في إثارة مشاعر الخوف أو القلق لدي بدرجة كبيرة.

أما العبارة الثالثة يتضح لنا أن أغلب المبحوثين يرون أعتقد أن تغطية قناة الحدث للضربات الإسرائيلية على إيران أثرت في رأيي حول الصراع أحياناً بتكرار (195) ونسبة (45.2%)، حيث أن تُحدث تغطية قناة الحدث للضربات الإسرائيلية على إيران تأثيراً ملحوظاً أحياناً في تشكيل رأيي تجاه طبيعة هذا الصراع.

أما العبارة الرابعة يتضح لنا أن أغلب المبحوثين يرون أن التهويل الإعلامي يجعلني أغير موقفي من بعض القضايا دون وعي مني كثيراً بتكرار (166) ونسبة (38.5%)، حيث أن يؤدي التهويل الإعلامي في كثير من الأحيان إلى تغيير مواقفي من بعض القضايا بشكل غير واعٍ.

المحول الثالث: وعي الجمهور بخطورة المبالغة الإعلامية وتأثيرها

جدول رقم (3) يوضح وعي الجمهور بخطورة المبالغة الإعلامية وتأثيرها

ت	العبارة	كثيراً		أحياناً		قليلاً	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
1	أدرك أن بعض وسائل الإعلام تبالغ في تغطية الأحداث لأغراض معينة.	43.9	189	33.1	143	23.0	99
2	لدي القدرة على التمييز بين الخبر الموضوعي والمضخم.	23.7	102	44.3	191	32.0	138
3	أحرص على مقارنة الأخبار من أكثر من مصدر لتجنب التهويل.	51.5	222	37.4	161	11.1	48
4	التهويل الإعلامي قد يؤدي إلى تضليل الجمهور.	25.3	109	48.7	210	26.0	112

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه وعي الجمهور بخطورة المبالغة الإعلامية وتأثيرها لعينة البحث من خلال الآتي:
من خلال العبارة الأولى يتضح لنا أن أغلب المبحوثين يرون أدرك أن بعض وسائل الإعلام تبالغ في تغطية الأحداث لأغراض معينة كثيراً بتكرار (189) ونسبة (43.9%)، حيث أن تلجأ بعض وسائل الإعلام إلى التهويل والمبالغة في تغطية الأحداث خدمة لأجندات أو مصالح خاصة، ويحدث ذلك بشكل ملحوظ.

أما العبارة الثانية يتضح لنا أن أغلب المبحوثين يرون لدي القدرة على التمييز بين الخبر الموضوعي والمضخم أحياناً بتكرار (191) ونسبة (44.3%)، حيث أن تتوافر لدي القدرة، في بعض الأحيان، على التفريق بين التغطيات الإخبارية الموضوعية والمبالغ فيها.

أما العبارة الثالثة يتضح لنا أن أغلب المبحوثين يرون أحرص على مقارنة الأخبار من أكثر من مصدر لتجنب التهويل كثيراً بتكرار (222) ونسبة (51.5%)، حيث أن أسعى باستمرار إلى مقارنة الأخبار الصادرة عن أكثر من مصدر، بهدف التحقق من مصداقيتها وتقادي التأثير بالتهويل الإعلامي.

أما العبارة الرابعة يتضح لنا أن أغلب المبحوثين يرون التهويل الإعلامي قد يؤدي إلى تضليل الجمهور أحياناً بتكرار (210) ونسبة (48.7%)، حيث يُعد التهويل الإعلامي من العوامل التي قد تؤدي أحياناً إلى تضليل الجمهور، مما يؤثر على إدراكه للحقائق وتكوينه للرأي العام.

المحور الرابع: أثر التهويل الإعلامي في تشكيل الرأي العام تجاه معالجة قناة الحدث لضربات إسرائيل على إيران

جدول رقم (4) يوضح أثر التهويل الإعلامي في تشكيل الرأي العام تجاه معالجة قناة الحدث لضربات إسرائيل على إيران

ت	العبارة	كثيراً		أحياناً		قليلاً	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
1	التهويل الإعلامي الذي تمارسه قناة الحدث في تغطية الضربات الإسرائيلية يؤثر على تصوري تجاه الصراع الإيراني الإسرائيلي.	18.1	78	45.9	198	36.0	155
2	تغطية قناة الحدث للأحداث تساهم في توجيه الرأي العام العراقي بطريقة معينة.	37.1	160	36.4	157	26.5	114
3	أشعر بأن المعالجة الإعلامية للأحداث في قناة الحدث تنطوي على مبالغة تؤثر على موقفي من القضية.	47.7	206	25.1	108	27.2	117
4	قناة الحدث تستعمل أساليب تهويلية تغير من اتجاهي الفكري تجاه طرفي النزاع.	38.7	167	28.1	121	33.2	143
5	أعتقد أن تكرار الأخبار المبالغ بها في قناة الحدث يؤثر على المزاج العام في المحافظة.	61.7	266	27.8	120	10.5	45
6	التهويل الإعلامي من قناة الحدث يدفعني أحياناً إلى اتخاذ مواقف متطرفة من الأحداث دون تدقيق.	37.2	160	35.0	151	27.8	120

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أثر التهويل الإعلامي في تشكيل الرأي العام تجاه معالجة قناة الحدث لضربات إسرائيل على إيران لعينة البحث من خلال الآتي:

من خلال العبارة الأولى يتضح لنا أن اغلب المبحوثين يرون التهويل الإعلامي الذي تمارسه قناة الحدث في تغطية الضربات الإسرائيلية يؤثر على تصوري تجاه الصراع الإيراني الإسرائيلي أحياناً بتكرار (198) وبنسبة (45.9%)، حيث أن يساهم التهويل الإعلامي في تغطية قناة الحدث للضربات الإسرائيلية في تشكيل تصورات غير مستقرة لديّ تجاه الصراع الإيراني الإسرائيلي أحياناً.

أما العبارة الثانية يتضح لنا أن اغلب المبحوثين يرون تغطية قناة الحدث للأحداث تساهم في توجيه الرأي العام العراقي بطريقة معينة كثيراً بتكرار (160) وبنسبة (37.1%)، حيث أن تلعب التغطية الإخبارية لقناة الحدث دوراً كبيراً في تشكيل وتوجيه الرأي العام العراقي وفق رؤى أو توجهات معينة.

أما العبارة الثالثة يتضح لنا أن اغلب المبحوثين يرون أشعر بأن المعالجة الإعلامية للأحداث في قناة الحدث تنطوي على مبالغة تؤثر على موقعي من القضية كثيراً بتكرار (206) وبنسبة (47.7%)، حيث أن تتسم المعالجة الإعلامية للأحداث في قناة الحدث أحياناً بالمبالغة، مما يؤثر تأثيراً ملحوظاً على موقعي تجاه القضية.

أما العبارة الرابعة يتضح لنا أن اغلب المبحوثين يرون قناة الحدث تستعمل أساليب تهويلية تغير من اتجاهي الفكري تجاه طرفي النزاع كثيراً بتكرار (167) وبنسبة (38.7%)، حيث أن تلجأ قناة الحدث إلى أساليب تهويلية تؤثر بشكل ملحوظ على توجهاتي الفكرية تجاه أطراف النزاع المختلفة.

أما العبارة الخامسة يتضح لنا أن اغلب المبحوثين يرون أعتقد أن تكرار الأخبار المبالغ بها في قناة الحدث يؤثر على المزاج العام في المحافظة كثيراً بتكرار (266) وبنسبة (61.7%)، حيث أن يُعد تكرار الأخبار المبالغ بها على قناة الحدث عاملاً مؤثراً بشكل ملحوظ في تشكيل المزاج العام داخل المحافظة.

أما العبارة السادسة يتضح لنا أن اغلب المبحوثين يرون التهويل الإعلامي من قناة الحدث يدفعني أحياناً إلى اتخاذ مواقف متطرفة من الأحداث دون تدقيق كثيراً بتكرار (159) وبنسبة (36.9%)، حيث أنيساهم التهويل الإعلامي الذي تمارسه قناة الحدث أحياناً في دفع الجمهور إلى تبني مواقف متطرفة من الأحداث دون تمحيص أو تدقيق كافٍ.

الخاتمة

يتضح من خلال هذه الدراسة أن التهويل الإعلامي يُعد من أبرز الآليات التي تلجأ إليها بعض وسائل الإعلام في تغطية الأحداث السياسية والأمنية، لا سيما تلك المرتبطة بالصراعات الإقليمية. وقد شكّلت معالجة قناة الحدث لضربات إسرائيل على إيران نموذجاً واضحاً لهذا النوع من التناول الإعلامي، حيث لجأت القناة إلى استخدام أساليب مبالغ بها في عرض الأخبار، مثل تكرار الصور، وتضخيم الأحداث، وتكثيف العناوين المثيرة، ما أسهم في إعادة توجيه تصورات الجمهور وتكوين اتجاهات قد لا تتوافق مع الواقع الموضوعي للأحداث. وكشفت الدراسة المسحية على جمهور محافظة ذي قار عن وجود تأثير ملموس لهذا التهويل الإعلامي في تشكيل الرأي العام، حيث ظهر أن نسبة كبيرة من الأفراد المستطلعة آراؤهم تأثروا بطريقة عرض الأحداث، وأبدوا مواقف متباعدة نتيجة لذلك، تراوحت بين التعاطف، أو التوجس، أو اتخاذ مواقف حادة تجاه أحد أطراف النزاع. كما أظهرت الدراسة أن هناك تفاوتاً في مستوى التأثير بحسب المتغيرات الديموغرافية كالعمر والجنس والمستوى التعليمي، إذ بدا أن فئة الشباب والأفراد ذوي التعليم المحدود أكثر عرضة للتأثر بالتهويل الإعلامي. وتُبرز هذه النتائج أهمية تعزيز الوعي الإعلامي والنقدي لدى الجمهور، وتؤكد الحاجة إلى تطوير ثقافة استهلاك إعلامي واعية تستطيع التمييز بين المعلومة الحقيقية والمعالجة الموجهة، لا سيما في ظل بيئة إعلامية تتسم بالتنافس الحاد والسعي إلى الإثارة على حساب الدقة والمهنية. وفي الختام، فإن هذه الدراسة تسلط الضوء على الدور المحوري الذي تلعبه وسائل الإعلام في توجيه الرأي العام، وتدعو إلى مساءلة مهنية الإعلام العربي، وتحديدًا في أوقات الأزمات، لما لذلك من أثر بالغ في تشكيل مواقف الأفراد وصناعة التصورات الجماعية.

أولاً: الاستنتاجات

- 1- أظهرت نتائج الدراسة أن التهويل الإعلامي الذي مارسته قناة الحدث في تغطية الضربات الإسرائيلية ضد إيران كان له تأثير مباشر في تشكيل توجهات وآراء الجمهور في محافظة ذي قار.
- 2- التكرار المفرط للصور العنيفة، والمبالغة في التحليلات، واستخدام العناوين المثيرة، أدت إلى خلق تصورات مبالغ فيها حول حجم وتأثير الضربات، ما عزز مشاعر الخوف والقلق لدى شريحة واسعة من الجمهور.
- 3- كشفت الدراسة أن هناك نقصاً نسبياً في الوعي بخطورة التهويل الإعلامي، لا سيما بين الفئات الأقل تعليمياً أو الأصغر عمراً، ما يجعلهم أكثر عرضة للتأثر السلبي بالخطاب الإعلامي الموجه.
- 4- تبين أن النساء، والشباب، وذوي المستوى التعليمي المتوسط أو المنخفض، هم الأكثر تأثراً بالتهويل الإعلامي مقارنة بالفئات الأخرى، ما يشير إلى تفاوت القدرات النقدية والتحليلية بين شرائح الجمهور.
- 5- أظهرت التغطية الإعلامية لقناة الحدث انحيازاً واضحاً في المعالجة، وغالباً للطرح المتوازن بين الروايات المختلفة، ما يعزز الانطباع بأن الهدف كان توجيه الرأي العام بدلاً من إعلامه.
- 6- أظهرت نتائج الدراسة أن قناة الحدث، وغيرها من القنوات الإخبارية الفضائية، تُعد المصدر الأول للمعلومات لدى نسبة كبيرة من الجمهور، ما يمنحها قدرة كبيرة على التأثير، خصوصاً في الأحداث الساخنة ذات الطابع السياسي والأمني.
- 7- كثير من أفراد العينة المستجوبة لا يلجأون إلى التحقق من الأخبار عبر مصادر بديلة، مما يجعلهم عرضة لتأثير الرسائل المبالغ فيها دون مقاومة نقدية فعالة.
- 8- لوحظ أن أساليب التهويل الإعلامي ساهمت في خلق حالة من الانقسام المجتمعي بين فئات الجمهور، بين من يؤيد الرواية الإعلامية بشكل مطلق، وبين من يرفضها ويشكك في صحتها.

9- أظهرت الدراسة أن الأشخاص الذين يمتلكون خلفية معرفية أو ثقافية قوية، كانوا أقل تأثرًا بالتهويل، وأكثر ميلًا لقراءة ما بين السطور، مما يشير إلى أهمية الثقافة النقدية.

ثانيًا: التوصيات

- 1- توصي الدراسة بضرورة إدخال مفاهيم التربية الإعلامية في المناهج التعليمية، وتشجيع المؤسسات الإعلامية والتربوية على تنظيم ورش تثقيفية تساعد الأفراد على التمييز بين المعلومات الحقيقية والمعالجات المبالغ فيها.
- 2- من المهم أن تلتزم القنوات الإخبارية ومنها قناة الحدث بالموضوعية والتوازن في تغطية الأحداث، وأن تتجنب الإثارة على حساب الدقة والمصداقية.
- 3- ينبغي تفعيل دور الهيئات المستقلة لمراقبة الأداء الإعلامي، وتقديم تقارير دورية تسلط الضوء على الانحرافات المهنية في تغطية القضايا الكبرى.
- 4- توصي الدراسة بتوسيع نطاق البحوث الأكاديمية حول تأثيرات الإعلام، خاصة في مناطق جغرافية وثقافية مختلفة، لقياس أثر التهويل الإعلامي على المجتمعات المحلية في السياقات السياسية والأمنية.
- 5- ضرورة دعم وتطوير إعلام محلي أكثر قربًا من الجمهور، يوازن بين نقل المعلومة وتحليلها بموضوعية، ويقلل من اعتماد الجمهور على مصادر إعلامية عربية أو دولية قد تتسم بالتحيز أو التهويل.
- 6- من المهم تشجيع الأفراد على تطوير مهارات التفكير النقدي في استهلاك الأخبار، سواء من خلال برامج تعليمية أو عبر حملات إعلامية توعوية.
- 7- ضرورة تشجيع الجمهور على عدم الاعتماد على مصدر إعلامي واحد، ومقارنة الأخبار من مصادر متعددة لضمان الحصول على صورة متوازنة للحدث.
- 8- الحاجة قائمة لمزيد من الدراسات التي تربط بين الأساليب الإعلامية مثل (التهويل، التكرار، الانتقاء...) وبين التأثيرات النفسية والسلوكية للرأي العام، خصوصًا في البيئات الهشة إعلاميًا.

المصادر والمراجع

1. أحمد أبو زيد، سيكولوجية الرأي العام ورسائله الديمقراطية، عالم الكتب، القاهرة، 1968، ص28.
2. أزهر سهيل نجم، منهج البحث الإعلامي بين النظرية والتطبيق، ط1، دار شمس الأندلس، بغداد، 2024، ص103.
3. جبريه، فرانسوا، قاموس التضييل الإعلامي، دار نشر أرمان، باريس، 2011، ص43.
4. حجاب، محمد منير، نظريات الاتصال، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص47.
5. حسنين، شفيق، لتضييل الإعلامي والغيوبة لمهنية، دار فكر وفن، 2011، ص72.
6. الحميد، محمد عبد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2015، ص82.
7. حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، دار الشؤون الثقافية، بغداد، 1991، ص49.
8. خيضر شعبان، مصطلحات في الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي، الجزائر، 2001، ص83.
9. ربحي، مصطفى عليان، البحث العلمي: أسسه-مناهجه-أساليبه-إجراءاته، جامعة البلقاء التطبيقية، عمان، 2001، ص66.
10. سمير حسين، الرأي العام الأسس النظرية الجوانب المنهجية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص127.
11. سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1984، ص51.
12. الطرابيشي، مرفت، نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص53.
13. عادل محمد العدل، منهج البحث في العلوم الإنسانية، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
14. عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، دار الفكر العربي، القاهرة، 1999، ص37.
15. العيد الله، مي، نظريات الإتصال، ط1، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، بيروت، 2006، ص127.
16. كامل خورشيد مراد، مدخل إلى الرأي العام، ط3، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2013.
17. مجد حمود، عبد الحليم، الإعلام التضييلي ودور الدعاية والإعلام الغربية في تشويه صورة الإسلام، دار المؤلف، لبنان، 2010، ص57.
18. محمد منير حجاب، أساسيات الرأي العام، سلسلة دراسات وبحوث إعلامية رقم 81، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002، ص91.
19. مكاي، وليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009، ص49.
20. الموقع الرسمي لقناة الحدث، نشر على الرابط: <https://www.alhadath.net>.
21. نصر، حسني محمد، نظريات الإعلام، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2015، ص55.
22. وليد شحيط، إمبراطورية المحافظين الجدد - التضييل الإعلامي وحرب العراق، بيروت، دار الساق، 2005، ص124.