

مضامين الخطاب الاعلامي في القنوات الفضائية الكردية الناطقة بالعربية

أ.م.د. سینهات محمد عز الدين

كلية الاعلام - جامعة بغداد

الكلمات المفتاحية: المضامين. الخطاب الاعلامي. القنوات الكردية
الملخص:

يسعى البحث الى الكشف عن مضامين الخطاب الاعلامي في القنوات الفضائية الكردية الناطقة بالعربية قناة زاكروس الفضائية وتركزت مشكلة البحث على ابرز الموضوعات او الطروحات المدرجة في الخطاب الاعلامي، والقوى الفاعلة التي ابرزها الخطاب الاعلامي فضلا عن الحجج والبراهين التي قدمها المتحدثون حول موضوعات الخطاب الاعلامي، والاطر المرجعية المعتمدة، تم استخدام المنهج التحليلي للخطاب الذي يعد احد المناهج الخاصة بالدراسات الكيفية والتفسيرية، اما ابرز النتائج التي توصل اليها البحث كالآتي :

1. اظهرت النتائج ان ابرز موضوعات الخطاب الاعلامي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية تركزت بالدرجة الاولى على الموضوعات السياسية بنسبة (48.6%)، والموضوعات الاقتصادية بنسبة (26.4%)، وذلك يعود الى ان الازمة السياسية التي سادت خلال مدة اعداد البحث .
2. تركزت ابرز القوى الفاعلة في موضوعات الخطاب الاعلامي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية حول (الباحثون السياسيون) بالمرتبة الاولى وبنسبة (33.1%)، و(نواب) في المرتبة الثانية وبنسبة (26.5%)، ويرجع ذلك الى ان معظم موضوعات الخطاب الاعلامي تركز على القضايا السياسية والاقتصادية.
3. ان عدد مسارات البرهنة التي ظهرت لنا عند تحليل الخطاب الاعلامي في قناة زاكروس بلغت (162) مساراً، وجاء مسار (اقوال المسؤولين) في المرتبة الاولى بنسبة (43.8%)، وتلاه (عرض وجهتي النظر) في المرتبة الثانية وبنسبة (29%) ،
4. بينت نتائج البحث تنوع الاطر المرجعية التي يعتمد عليها منتجو الخطاب الاعلامي مثل المرجعية السياسية والاقتصادية والامنية ويعود التنوع في الاطر الى اختلاف الاحداث التي

تم توظيفها في سياقها ، اذ نلاحظ عدم استخدام اطر معينة بل تم اقتراح أطر مرجعية عدة وفقاً لطبيعة الاحداث

المقدمة:

يعد الخطاب الاعلامي في القنوات الفضائية الكردية الناطقة بالعربية احد الموضوعات البحثية المهمة في عصرنا الحالي اذ تلعب هذه القنوات دوراً بارزاً في تشكيل الراي العام وتوجيه الاتجاهات السياسية والاجتماعية لدى المشاهدين، ان دراسة مضامين هذا الخطاب الاعلامي تكتسب اهمية كبيرة لما لها من تأثير على تعزيز الوحدة الوطنية او تقويضها، فعن طريق تحليل المضامين والاطر التي يتم تقديمها في هذه القنوات يمكن الكشف عن الرؤى والاتجاهات السياسية والايديولوجية التي تعكسها، ستركز هذه الدراسة على تحليل مضامين الخطاب الاعلامي في عينة من القنوات الفضائية الكردية الناطقة بالعربية وذلك بهدف الكشف عن الاطر المرجعية والايديولوجية التي يتم عن طريقها تشكيل الراي العام وتوجيه المشاهدين. كما ستسعى الدراسة الى تحديد ابرز القضايا والموضوعات التي يتم التركيز عليها في هذا الخطاب الاعلامي وتأثيرها على العلاقات بين المجتمعات المختلفة ، وهنا اثير تساؤل رئيس لمشكلة البحث تمركزت في: ما مضامين الخطاب الاعلامي في القنوات الفضائية الكردية الناطقة بالعربية، وتم تقسيم البحث الى ثلاث محاور تمثل المحور الاول بالطار المنهجي للبحث، والمحور الثاني الاطار النظري للبحث وصولاً الى المحور الثالث الخاص بالاطار التحليلي للبحث والخاص بتحليل مضامين .الخطاب الاعلامي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية.

المحور الاول:الاطار المنهجي للبحث

اولاً: دراسات سابقة :

1. دراسة البنداوي (البنداوي، 2017)(الخطاب الإعلامي في الفضائيات العربية وانعكاسه على صورة العراق لدى الجمهور العربي دراسة تحليلية ميدانية) تهدف الدراسة لتشخيص واقع الخطاب الإعلامي في الفضائيات الإخبارية العربية إزاء الشأن العراقي بعد مرحلة التغيير التي بدأت عام 2003 بسقوط النظام السابق ، وانعكاس هذا الخطاب على ملامح الصورة السياسية التي تكونت في أذهان الجمهور العربي عن التجربة السياسية الجديدة في العراق. وتنتهي الدراسة للبحوث الوصفية، واستخدمت منهج المسح ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة، إضافة إلى أسلوب "تحليل الخطاب"، وشملت عينة الدراسة في شقها التحليلي 30

نشرة إخبارية في قناتي (الجزيرة والميادين) للدورة البرمجية الممتدة من 2016/4/1 لغاية 2016/6/30، وتم اختيارها بأسلوب العينة العشوائية البسيطة، فيما تضمنت عينة الدراسة الميدانية 600 مبحوث من ثلاث دول عربية هي (مصر ولبنان وتونس) تم اختيارهم بأسلوب العينة المتاحة، وقد خلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج أبرزها :

أ. تباين اهتمام القانتين بموضوعات الشأن العراقي، فبينما تصدر الشأن الأمني (أطروحات) الخطاب في قناة الجزيرة، تصدر الشأن السياسي (أطروحات) الخطاب في قناة الميادين.

ب. اختلاف خطاب القناتين بصورة واضحة ازاء توصيف أدوار القوى الفاعلة الخارجية ج. تباين الخطاب الصوري في القناتين بشكل كبير، حيث ركز الخطاب الصوري في قناة الجزيرة على بيان قوة التنظيمات الارهابية وقدراتها العسكرية، وفي المقابل اهتم منتجو الخطاب الصوري في قناة الميادين بابرار وحشية التنظيمات الارهابية

د. اتسم الخطاب الاعلامي في القناتين بالانحياز وفقدان الموضوعية بنسب متفاوتة بينهما، ومارس منتجو الخطاب أساليب الانتقاء والإبراز والحذف والتعتيم والتكرار، بهدف غرس وترسيخ عدد من الصور النمطية.

هـ. تتسم صورة العراق - التي يشكلها الخطاب الإعلامي في الفضائيات العربية لدى الجمهور العربي- بالسلبية عن طريق إبراز الجوانب السلبية والمبالغة في تضخيمها واخفاء الايجابيات وتغييبها ، وتقديم رؤية مضللة عن الواقع العراقي.

و. طغيان الطابع الطائفي والعنصري على صورة العراق المتكونة لدى الجمهور العربي نتيجة تعرضه للخطاب الإعلامي في الفضائيات العربية بسبب طبيعة الخطاب الاعلامي الذي تتبناه عدد من وسائل الاعلام العربية

س. يشكل الخطاب الإعلامي في الفضائيات العربية صورة مختلفة لدى الجمهور العربي وذلك حسب المتغيرات الديموغرافية للجمهور من حيث النوع والعمر والدولة.

2. دراسة شوية (شويه، 2018) (الخطاب الإعلامي لقناتي الجزيرة القطرية والعربية السعودية خلال الأزمة الخليجية، دراسة مقارنة تحليلية) تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول مفهوم وأهمية الخطاب الإعلامي وكذا يبحث بنيته، أي يبحث في كيفية بناء الخطاب الإعلامي خلال الأزمات السياسية، وجاءت الإشكالية كالتالي: ما هي بنية الخطاب الإعلامي لقناتي الجزيرة القطرية والعربية السعودية خلال الأزمة الخليجية؟ ولإجابة عليها قمنا بتحليل الخطاب الإعلامي لقناتي الجزيرة والعربية وذلك من خلال استخدام ثلاث آليات للتحليل تمثلت في

استخراج الأطروحات، مسارات البرهنة والقوى الفاعلة. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية واعتمدت الدراسة منهجين وهما المسحي والمقارن واعتمدت الدراسة على اداة تحليل الخطاب كالية اساسية للتحليل الكيفي وتمثل مجتمع البحث بقناتي الجزيرة القطرية والعربية السعودية اما العينة فاستخدمت الباحثة العينة غير الاحتمالية عينة قصدية لحلقات برنامجين هما ما وراء الخبر لقناة الجزيرة وبانوراما لقناة العربية ولمدة ثلاثة اشهر وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج الهامة منها:

أ. كشفت نتائج الدراسة أن موضوع التصريحات المنسوبة لأمير قطر على وكالة الأنباء القطرية كان الموضوع الرئيس والأهم خلال الثلاثة أشهر مدة الدراسة بالنسبة للقناتين، حيث إعتبرته قطر جريمة يعاقب عليها القانون.

ب. كشفت نتائج الدراسة أن قرار قطع العلاقات مع قطر وإعلان الحصار مثلت نقطة حاسمة في الأزمة سيما في خطاب قناة الجزيرة القطرية، وذلك لاعتبار قطر إعلان الحصار قطعاً لصلبة الأرحام وعلاقات الأخوة

ج. كشفت نتائج الدراسة أن موضوع دعم الإرهاب والجماعات المتطرفة وكذا دعم الطائفية مثل ركيزة من ركائز الخطاب الإعلامي لقناة العربية-

د. أشارت نتائج الدراسة إلى اختلاف القناتين في تناول الأزمة الخليجية حيث برز اهتمام قناة العربية بالأطروحات ومسارات البرهنة التي تظهر المسؤولية الأحادية لقطر في دعمها جماعة الإخوان المسلمين الإرهابية والجماعات المتطرفة، كما برز تأكيدها وتكرارها لبعض الأطروحات دون غيرها التي تفيد بارتقاء قطر في الحضن الإيراني وتفضيل خروجها من البيت الخليجي.

هـ. أوضحت نتائج الدراسة على تركيز الخطاب الإعلامي لقناة العربية السعودية على تحميل دولة قطر المسؤولية الأحادية في نشوب الأزمة، وذلك من خلال تكرار وابرار الأطروحات التي تتناول معارضة قطر لقرارات القمة الإسلامية الأمريكية التي عقدت في الرياض؛ إلى جانب عدم التزامها بتنفيذ الاتفاقيات والتعهدات التي تصادق عليها في البيت الخليجي منذ سني 2013 و2014

و. برز تأثير التوجه السياسي للدولة في الخطاب الإعلامي حول الأزمة الخليجية حيث ركزت قناة العربية على ابراز قطر دولة داعمة للإرهاب ولايران وكذا الطائفية في كل من البحرين واليمن، وذلك قصد إضفاء درجة كبيرة من شرعية وقانونية المقاطعة وفرض الحصار.

س. كشفت الدراسة على اختلاف شخصيات القوى الفاعلة على مستوى القناتين حيث أبرزت العربية الشخصيات السعودية كالمملك سلمان ووزير خارجيته عادل الجبيري، ووزير خارجية الامارات أنور قرقاش، أما على الصعيد المصري فأبرزت كل من السيسي وسامح شكري وزير خارجيته وعلى الصعيد الإقليمي اعتمدت العربية على الرئيس الأمريكي وشركائه، أما قناة الجزيرة فركزت على الأمير الشيخ تميم وأمير الكويت، الشيخ بن عبد الرحمان آل ثاني، أما على الصعيد الإقليمي فكان الرئيس التركي ووزير خارجيته، ووزير ايران يذكر على استحياء وتحتفظ حيث يمر بين السطور، وترامب إلى جانب روبرت غبتس وايد رويس.

ي. حاول الخطاب الإعلامي لقناة الجزيرة ابراز ازدواجية وتناقض مواقف ورؤى ترامب والولايات المتحدة الأمريكية وذلك بطرح الأطروحات ومسارات البرهنة التي عرضت من خلالها مقارنة في مواقفه سيما بين ما أعلنه على هامش أشغال قمة الرياض بإعلانه لقطر كشريك استراتيجي في مكافحة الإرهاب، وبين ابرام مذكرة تفاهم بينهما التي تفي بوقف دعم قطر للإرهاب.

3. دراسة عصيدة (عصيدة، 2021) (تحليل الخطاب الإعلامي لمواقع القنوات الإخبارية الدولية الموجهة باللغة العربية حول العنف ضد المرأة بدول الشرق الأوسط)، تهدف الدراسة إلى رصد وتحليل الخطاب الإعلامي لمواقع القنوات الإخبارية الدولية الموجهة باللغة العربية حول قضية العنف ضد المرأة بدول الشرق الأوسط، وتحليل الأفكار والأطروحات المقدمة بمضامين تلك المواقع لتأطير العنف ضد المرأة، إضافة إلى رصد تأثير التوجهات الأيديولوجية الثقافية والسياسية للدول المالكة لها على مسارات البرهنة المستخدمة عند تناولها. تنتهي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمةً منهجي المسح ودراسة العلاقات المتبادلة، استرشادًا بمنهجية تحليل الخطاب عبر أداتي تحليل الأطروحات ومسارات البرهنة، في ضوء نظريتي تحليل الإطار الإعلامي والنظرية النسوية. وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في المضامين الإعلامية بموقعي قناتي (الحرية الأمريكية -فرانس 24 عربي) حول العنف ضد المرأة، في الفترة (2020م) بإجمالي 48 (مقال 9 -حلقات)، ومن أهم نتائج الدراسة تأثير الأيديولوجيا الثقافية والسياسية للدولة على صياغة الأطر الإعلامية وإنتاجها، والأطروحات الرئيسية، ومسارات البرهنة المقدمة عند معالجة قضية العنف ضد المرأة العربية، حيث تبين تسخير الدول المالكة للقنوات الموجهة لقضايا المرأة بشكل عام، وقضية العنف ضد المرأة خاصة، لتحقيق مساعٍ أيديولوجية ثقافية، وسياسية، واقتصادية، عبر الضغط على حكومات الدول العربية وأنظمتها باستخدام أيقونة المرأة وحقوقها.

4. دراسة ميلود (ميلود، 2019) (الخطاب الاعلامي للقنوات الفضائية الاخبارية العربية وانعكاساته على اتجاهات النخبة الاكاديمية نحو قضية الازمة السياسية في ليبيا) تمثل الهدف الرئيس للدراسة الحالية في رصد وتحليل الخطاب الإعلامي للقنوات الفضائية الإخبارية العربية الحدث نحو قضية الأزمة السياسية الليبية، والوقوف على سماته، ومعرفة أطروحاته، ورصد القوى الفاعلة في هذه القضية وصفاتها والأدوار المنسوبة إليها، والحجج التي يستند إليها الخطاب الإعلامي، والأطر المرجعية التي يستخدمها، والوقوف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين قناتي الجزيرة والعربية الحدث، إضافة إلى معرفة أدوار ومواقف القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة نحو قضية الأزمة السياسية الليبية، ومدى انعكاس توجهاتهم الفكرية والسياسية عليها، والعوامل التي أثرت في تشكيل اتجاهاتهم نحوها، والأطر المرجعية التي يستخدمونها في تناولها، والوقوف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة. وقد تركزت مشكلة الدراسة في الإجابة على السؤال الرئيسي التالي: ما الخطاب الإعلامي للقنوات الفضائية الإخبارية العربية الحدث وما انعكاساته على اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو قضية الأزمة السياسية الليبية. اعتمدت الدراسة على استخدام منهج تحليل الخطاب الإعلامي لرصد وتحليل الخطاب الإعلامي للدراسة الفضائية الإخبارية العربية الحدث نحو قضية الأزمة السياسية الليبية، بالإضافة إلى استخدام منهج الدراسات المسحية بالاعتماد على أسلوب مسح الجمهور؛ للتعرف على مواقف النخبة الأكاديمية الليبية نحو الخطاب الإعلامي للقنوات الفضائية الإخبارية العربية الحدث، انعكاساته على تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضية الأزمة السياسية الليبية. وتمثل مجتمع البحث بالنشرات الاخبارية في الفضائيات العربية الاخبارية التي يشاهدها الجمهور الليبي هذا في الجانب التحليلي ، اما في الجانب الميداني فتمثل بجميع افراد النخبة الاكاديمية الليبية الذين يشاهدون الفضائيات الاخبارية، وكانت عينة البحث قناتي العربية الحدث والجزيرة الاخباريتين فضلاً عن اختيار عينة عمدية قوامها 5- مبحوثاً من اعضاء هيئة التدريس بجامعة عمر المختار وجامعة بنغازي ممن يشاهدون الفضائيات الاخبارية العربية واستخدم الباحث اداة تحليل المضمون في الجانب التحليلي واستمارة الاستبانة في الجانب الميداني وتوصلت الدراسة الى النتائج الاتية

أ. أشارت بيانات الدراسة التحليلية الخاصة بالاطروحات الى ان عدد الاطروحات في قناة العربية الحدث 79 أطروحة، وفناة الجزيرة 56 أطروحة وهذا يعكس تفوق قناة العربية في خطابها الخاص بالاطروحات المتعلقة بقضية الازمة الليبية

ب. بينت الدراسة وجود القوى الفاعلة التي اظهرها الخطاب الاعلامي للقنوات الفضائية الاخبارية وتفاوت سماتها بين الايجابية والسلبية

ج. كشفت نتائج الدراسة عن تأثير التوجه الايدولوجي للقائم بالاتصال في طرح الصفات الخاصة بالقوى الفاعلة الليبية وذلك ارتفعت نسبة الصفات والادوار الايجابية لكل من مجلس النواب الليبي لدى منتجي الخطاب في قناة العربية الحدث ، وارتفعت في القناة ذاتها نسبة الصفات والادوار السلبية لكل من حكومة الوفاق والمجلس الاعلى للدولة

د. اوضحت النتائج عدم قدرة القنوات الاخبارية العربية الحدث والجزيرة على توفير المعلومات الصادقة والخلفيات المتعمقة عن الاحداث والازمات السياسية الليبية بشكل محايد وموضوعي فضلاً عن دورها المضلل في تشكيل الرأي العام الليبي نجحو العديد من الاحداث والازمات وعدم توافر سمات الاداء الاعلامي لتلك القنوات مثل الصدق والنزاهة والحياد والموضوعية، ووضحت عدم وجود تأثير لقناتي العربية الحدث والجزيرة على تشكيل اتجاهاتهم نحو قضية الازمة السياسية الليبية

5. دراسة محمود (محمود، 2018) (الخطاب الاعلامي في القنوات الفضائية العراقية واثره في الراي العام) تمثلت مشكلة البحث في ظهور خطابات اعلامية مختلفة بعد التغيرات السياسية التي تلت عام 2003 تعبر عن الفلسفة السياسية والثقافية للقنوات التي تمثل الجهات المالكة او الراعية لايصال خطابها الاعلامي والتاثير في الجمهور وصناعة راي عام يؤيد تلك المؤسسات التي تعمل في ظلها تلك القنوات ومن هذا المنطلق ولوحظ اقبال الجماهير على هذه القضايا سواء عبر الشاشة او عبر اجهزة الموبايل وسلطت هذه الدراسة الضوء على طبيعته ونوع وهدف الخطاب الاعلامي واساليبه وانواعه ومدى تاثيره في الراي العام العراقي واستخدمت الباحثة منهج المسح الاعلامي بطريقة تحليل المضمون للتعرف على الفئات الرئيسية في الخطاب الاعلامي المتلفز. وتمثل مجتمع البحث بالقنوات الفضائية التلفزيونية العراقية والبالغة عددها حتى عام 2018 (51) قناة فضائية تلفزيونية، وقد اختارت الباحثة قنوات العراقية والشرقية والفرات بأسلوب العينة القصدية الملائمة لطبيعة الدراسة وانها تمثل التوجهات السياسية والايدولوجية في المجتمع العراقي من حيث الملكية وسياسة الاحزاب

والتوجهات الاعلامية والثقافية، ووظفت الباحثة اداة واسلوب تحليل المضمون الوصفي الذي يعد من اهم الادوات والاساليب العلمية في الدراسات الاعلامية وهو تقنية مباشرة للتعرف على افكار القوائم بالاتصال، وتوصلت الدراسة الى عدد من الاستنتاجات اهمها: أ. ركزت القنوات الفضائية على البرامج التلفزيونية الاسبوعية على اسلوب الخطاب الاعلامي ذات القوالب الحوارية.

ب. بلغ عدد الحلقات المشمولة بالبحث (20) حلقة لكل برنامج اسبوعي استطعنا من خلاله استخراج الرئيسة والفرعية.

ج. اهتمت القنوات المعنية بالدراسة بالموضوعات والشؤون السياسية بالدرجة الأولى ثم الجانب الامني والعسكري وهذا يشير الى أن العراق لازال تحت هذين المحورين مما يؤدي الى عرقلة استقرار الدولة.

د. هناك فرق في عملية الطرح والجرأة في الخطاب الاعلامي في القنوات المدروسة فكانت قناة الشرقية الأكثر جرأة بسبب استقلاليتها وتوجهات السياسية والاعلامية ، وجاءت بالمرتبة الثانية قناة الفرات والعراقية بالمرتبة الثالثة.

هـ. أن طبيعة وفلسفة الخطاب الاعلامي واسلوبه في قناة العراقية كان هادئ ومعتدلاً وغير انفعال، في حين اتسم في قناة الشرقية بالمعارضة والتهمج واثارة المواطن ضد الفساد الاداري ، اما في قناة الفرات فقد اتسم بالاعتدال والجرأة الاعلامية وتشجيع المواطن على التظاهر السلمي ومحاربة الفساد

*التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

اوجه التشابه بين دراستنا الحالية والدراسات السابقة في انها تناولت تحليل الخطاب الاعلامي في القنوات الفضائية لازمات عربية مختلفة واستخدام منهج المسح واسلوب التحليل الكمي والكيفي للخطاب الاعلامي في القنوات الفضائية العربية فضلاً عن اليات تحليل الخطاب، واختلفت عنها في انها تناولت الخطاب الاعلامي لازمة محلية مر بها العراق دامت لكثر من عام فضلاً عن ذلك فان هذا البحث تناول احدى القنوات الفضائية الكردية الناطقة بالعربية لمعرفة توجهاتها في تشكيل الراي العام ازاء الازمات بينما الدراسات السابقة تناولت الفضائيات العربية وكذلك عينة البحث قصيدة لبرنامج "بلا اقنعة" تناولناها بالتحليل ولم نجري عليها مقارنة مع القنوات الاخرى كما في الدراسات السابقة.

ثانياً: مشكلة البحث: يعدُّ الإعلام في عصرنا الحديث المصدر الأساسي لفهم الأحداث حول العالم، وهو يؤدي دوراً حيوياً في تكوين الحقائق في أذهان الناس، إنَّ هذه الأدوار المتعددة للإعلام ومكانته الراسخة داخل المجتمعات الانسانية الحديثة، تجعل من الأهمية بمكان الإضاءة على الخطاب الإعلامي، وكيفية فهمه وتحليله للوصول الى مواطن الخطاب، فتحليل الخطاب هو انتقال من المحتوى الظاهر الى المحتوى الباطن، فهو من جهة يعدُّ ممارسة لغوية ومن جهة أخرى ممارسة اجتماعية ولا يمكن فهمه أو تأويله إلا استناداً الى هذين الجانبين (اوراق ثقافية ، 2022). انطلاقاً من الدور الأساسي الذي يؤديه الخطاب الإعلامي في التأثير على المتلقي تبرز مشكلة البحث وتمثلت في التساؤل الرئيس : ما مضامين الخطاب الاعلامي في القنوات الفضائية الكردية الناطقة بالعربية ومن هنا تبرز تساؤلات فرعية للبحث وهي :

1. ما ابرز الموضوعات او الاطروحات التي تضمها الخطاب الاعلامي في القنوات الفضائية الكردية الناطقة بالعربية قناة زاكروس الفضائية محل البحث؟
2. ما القوى الفاعلة التي ابرزها الخطاب الاعلامي لقناة زاكروس الفضائية ؟
3. ما الحجج والبراهين التي ساقها القائمون بالاتصال في موضوعات الخطاب الاعلامي في قناة زاكروس الفضائية؟
4. ما الاطر المرجعية المعتمدة لدى قناة زاكروس الفضائية في تناول موضوعات الخطاب الاعلامي؟

ثالثاً : اهداف البحث:

1. رصد ابرز الموضوعات او الاطروحات التي تضمها الخطاب الاعلامي في القنوات الفضائية الكردية الناطقة بالعربية قناة زاكروس الفضائية محل البحث
2. رصد وتحليل القوى الفاعلة التي ابرزها الخطاب الاعلامي لقناة زاكروس الفضائية
3. الكشف عن الحجج والبراهين التي ساقها القائمون بالاتصال في موضوعات الخطاب الاعلامي في قناة زاكروس الفضائية
4. الكشف عن الاطر المرجعية المعتمدة لدى قناة زاكروس الفضائية في تناول موضوعات الخطاب الاعلامي

رابعاً : مجتمع البحث وعينته: يتمثل مجتمع البحث في بحثنا هذا مجتمع البحث بالبرامج السياسية التي تبث من على قناة زاكروس الفضائية وهي قناة كردية ناطقة باللغة العربية

تابعة للحزب الديمقراطي الكردستاني وتمثلت عينة البحث بالعينة القصدية للبرنامج السياسي (بلا اقنعة) والتي تمتد للمدة من 2023/1/1 ولغاية 2023/3/31 .

خامساً: منهج البحث: استخدمت الباحثة منهج تحليل الخطاب الذي يعد احد المناهج الخاصة بالدراسات الكيفية والتفسيرية، ويحتوي هذا المنهج على نظرة تفسيرية للواقع الاجتماعي ويهدف هذا المنهج الى التعرف على الايدولوجية والجوانب الفكرية التي تشكل الخطاب عبر سياق زمني او سياقات متنوعة غير انه تطور ليشمل الجوانب الظاهرة والكامنة في الخطاب وما توحى من دلالات ومعان ورصد الحجج والبراهين بتحليل القوى الفاعلة وغير ذلك من الاساليب المستخدمة في تحليل الخطاب

سادساً : ادوات تحليل الخطاب: وبناءً على ما سبق وعلى هدف البحث المتمثل في رصد وتحليل بنية الخطاب الاعلامي لقناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية ، فإن طبيعة البحث تعتمد على الرصد الدقيق والشامل للخطابات بغض النظر عن منتجها؛ ويهدف تحليلها وتفسيرها بما يتوافق مع أهداف البحث اعتمدت الباحثة على آليات تحليل الخطاب كأدوات واجراءات ملائمة لطبيعة البحث ، وبناءً على ما سبق سوف يتم استعمال تحليل الخطاب على المواد الاعلامية المتمثلة في برنامج (بلا اقنعة)، وذلك من خلال الاعتماد على عدد من الأدوات والآليات الاجرائية التالية:

1. تحليل الأطروحات: وهي أحد أدوات تحليل الخطاب الإعلامي وتستخدم في تحليل البنية الفكرية للخطاب باعتبار أن الخطاب يحتوي على أفكار بناء استدلالى يضيف المنطقية والبرهنة على مقولة أو مقولات أساسية يرغب مصدر الخطاب إقناع الآخرين؛ واستعانة الباحثة بهذه الأداة بهدف استخراج الموضوعات الأساسية والمقولات والفقرات التي يعتمد عليهما مصدر الخطاب أي قناة زاكروس الفضائية

2. مسارات البرهنة: ويقصد بها رصد وتفسير الحجج والبراهين التي قدمها الكاتب أو المتحدث في إثبات أو نفي أو التشكيك؛ مقولات أو أفكار أو آراء أو وقائع أو معلومات، فالتعرف على الحجج والأدلة وابرار دلالتها أمر ضروري سواء لفهم نص الخطاب أو في تفسير أهداف منتج الخطاب واتجاهاته وموقفه.

3. القوى الفاعلة: ويقصد بها المسؤولون والخبراء السياسيون والاقتصاديون وغيرهم الذين يقومون بردود أفعال أو اتخاذ قرارات وما إلى ذلك؛ وعادة ما تكون لها نتائج؛ وتم اختيار هذه الأداة نظراً لوجود عدّة قوى فاعلة أثرت في الخطاب الاعلامي.

4. اداة تحليل الاطر المرجعية: تعني كل المراجع الموجودة في النص او الحديث مثل اسماء، اشخاص، مؤسسات، مدن وثائق، معاهدات، حقبة وفترات زمنية، وعن طريق تحليل الاطر المرجعية يمكن رصد الاحالات المرجعية التي استند اليها الخطاب في عرضه للمفاهيم المحورية (العزیز، 2012، صفحة 312) (بركات عبد العزيز، مناهج البحث الاعلامي الاصول النظرية ومهارات التطبيق، ط 1، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2012، ص 312) ونقصد باداة تحليل الاطر المرجعية في بحثنا هذا الاطر التي استند اليها الخطاب الاعلامي في قناة زاكروس الفضائية من حيث الاسنادات المرجعية التي تستند اليها الاطروحات المتضمنة في الخطاب الاعلامي .

سابعاً: استمارة تحليل الخطاب الاعلامي: اعتمدت الباحثة على استمارة تحليل الخطاب كأداة قياس لاتجاهات الخطاب الاعلامي لقناة زاكروس الفضائية وشملت الاستمارة مجموعة من فئات التحليل المختلفة منها :

1. فئات تحليل الاطر المرجعية (نوع الاطار، مضامين دلت على الاطار، كفية توظيف الاطار)
 2. فئات تحليل القوى الفاعلة (الفاعل، اتجاهاته، الدور المنسوب اليه)
 3. فئات تحليل مسارات البرهنة (حجج، بدون حجج، مطالب، استنتاجات)
- ثامناً: جمع بيانات البحث : جمعت البيانات التحليلية لهذا البحث عن طريق تسجيل وتحليل (48) حلقة لبرنامج (بلا اقنعة) في القناة محل البحث ولمدة ثلاثة اشهر الاولى من العام 2023 ،وهي مدة مناسبة للوصول الى الاطر التي تبنتها القناة محل البحث .
- تاسعاً : إجراءات الصديق والاثبات : قامت الباحثة بعد إعداد الاستمارة الخاصة بالبحث بعرضها على مجموعة من الخبراء المحكمين**، لاختبار صديق الاستمارة، وقدرتها على تحليل المعلومات.ومن ثم إجراء بعض التعديلات على استمارة التحليل، وكانت نسبة اتفاق الخبراء على فئات التحليل (93٪)، أما الثبات فقد تم إعادة التحليل فيها من قبل الباحثة بعد مضي شهر على إجراء التحليل الأول بتطبيق فئات التحليل ووحداته ذاتها على المضمون ذاته وتوصلت الباحثة إلى النتائج ذاتها من خلال مدتي التحليل وهذا يدل على ثبات التحليل عن طريق الاتساق الزمني.

عاشراً:مجالات البحث :

- 1- المجال الزمني : يتمثل المجال الزمني للبحث في المدة التي تم حصر عينة البحث فيها، إذ حددت بتاريخ 2023/1/1 ولغاية 2023/3/13، وتم اختيار هذه المدة بطريقة قصديه؛ وسبب

اختيار هذه المدة الزمنية لتزامنها مع اعداد البحث فضلاً عن ذلك حدة الازمات السياسية التي كانت تعصف بالعراق، ولذلك فان القنوات الفضائية قدمت اطراً وموضوعات مختلفة بما يتناسب مع اهدافها

2- المجال الموضوعي: يتمثل المجال الموضوعي للبحث في مضامين الخطاب الاعلامي في القنوات الفضائية الكردية الناطقة بالعربية، وتناول البحث تحليل مضمون البرنامج السياسي (بلا اقنعة) الذي يبث عبر قناة زاكروس الفضائية.
احد عشر: المفاهيم والمصطلحات:

1. الخطاب الاعلامي: هي العملية العقلية التي يقوم بها القارئ او المستمع لفهم الخطاب وهذه العملية تتم عبر الاجراء المعرفي، اي عن طريق الاستدلال والتفكير والتحليل الذي يقوم به الفرد لفهم المعنى والتماسك في الخطاب ومعنى التماسك هو جعل الخطاب متماسكاً ومفهوماً لدى القارئ او المستمع (الربيعي، 2017، صفحة 22)
2. القنوات الفضائية الكردية: ويقصد بها القنوات الفضائية التلفزيونية الكردية الناطقة بالعربية التي تبث عبر الاقمار الصناعية والتي خضعت لعملية التحليل الاعلامي في هذا البحث وهي قناة زاكروس الفضائية
المحور الثاني: الاطار النظري

مفهوم الخطاب: يُعرف Thomlinson (2005, p. 89) Cukie) الخطاب عبارة عن لغة رمزية لها معنى دلالي تستخدم للتعبير عن البناء الاجتماعي للواقع وللأحداث. ويعرفه (Lee, 2007, p. 5) بأنه: عبارة عن اللغة المكتوبة أو المذاعة والتي تنقل معنى معين من خلال وضعها في سياق نصي، ويعرف دايك، (دايك، 2010) الخطاب الإخباري بأنه: بنية مستقرة أو خطة، تنظم التقارير الإخبارية، تبدأ بالعنصرين المعروفين (المقدمة والعنوان) وهما يمثلان معاً العنصر ذا المستوى الأعلى، وهو عنصر الموجز (الذي نجده في كثير من أنواع الخطاب، مثل المقالات الأكاديمية)، ويليهما عناصر أخرى مثل أواخر الأحداث، والأحداث السابقة والسياق والتاريخ والتعليقات، ويعرفه (الداغر، 2009) على أنه: نص مكتوب يتضمن معاني تشير إلى قضية تكون هي محور الخطاب (مضمونه) ويتم إنتاجه في ظروف بيئية خاصة، ويحمل تفسير خصائص العملية الاتصالية من مرسل ومستقبل وتأثير ورد فعل حول القضية المثارة داخل الخطاب المطروح مع توافر الأطر المرجعية والقوى الفاعلة ومسارات البرهنة وأساليب الإقناع لتحقيق الهدف المنشود من وراء الألفاظ ومعاني الخطاب ولخلق توجه معين نحو القضية المثارة في

مجال البحث، فتحليل الخطاب الخبري عبارة عن عملية تفكيك لبنية النصوص الخبرية من أجل دراستها كخطاب له توجهات محددة يتم تجسيدها عبر توظيف تصريحات ومقولات المصادر المختلفة إضافة إلى التصورات المنسوبة لمختلف القوى الفاعلة المتضمنة داخل السرد الخبري (عطية، 1995) فتحليل الخطاب الإعلامي يعد واحد من الطرق الهامة التي ندرس من خلالها الواقع الاجتماعي، لاهتمامه بدراسة العلاقة بين الخطاب الإعلامي والرأي العام (Chigona, 2008, p. 43)، ويعد الخطاب الإعلامي من نمط الخطابات التي تأخذ أومستويات عدة، أي ليس من أنماط الخطابات التي تأخذ شكلاً واحداً أو مستوى واحد عند إنتاجها (اداغر 2009 ص 31-32 مصدر سابق) فهو الوحدة اللغوية الأساسية التي تحمل مضمون معيناً في شكل جمل متوالية موجهة من متحدث إلى متلقي بقصد الاتصال به وإقناعه بمضمون رسالة أو إبلاغه بشيء ما، وهو تفاعل بين طرفي الاتصال (محمود عكاشة، 2005، صفحة 40). ويتحدد مفهوم الخطاب عند مستويين: (خليل، 1998، صفحة 14)

المستوى الضيق: وهو خاص بطريقة إنتاج المعاني التي تحملها الجمل والكلمات التي تظهر في الرسالة الإعلامي، المستوى المتسع: ويتعلق بالموضوعات المطروحة في الرسالة الاتصالية، ويتحدد الموضوع داخل الخطاب في مجموعة المقولات التي تشكل البنية الدلالية المتسعة له، وتلعب طرق البناء هنا دوراً ادراكياً حيوياً في فهم المقصود من الخطاب، فالخطاب لا يتشكل من فراغ، بل تتفاعل فيه أفكار وتصورات عديدة، ومشحون بأيدولوجية معينة، هذه المنظومة هي التي تتحكم في توجيهه من حيث التأييد، والمعارضة للقضية المطروحة عبر الخطاب الإعلامي (الداغر، 2009، صفحة 30) ويعد تحليل الخطاب تطوراً مهماً لمجال التحليل الكيفي للرسائل الإعلامية وشروط إنتاجها وتداولها وتأثيرها في الجمهور، فضلاً عن تفاعلاتها مع الظروف التاريخية والاجتماعية (شومان، 2007، صفحة 33) محدّدات الخطاب الإعلامي أبرزها:

1. الخطاب المنشور بالوسيلة الإعلامية: ويشتمل الرسالة الإعلامية.
 2. الأحداث والقضايا المجتمعية.
 3. العلاقة بين وسائل الإعلام والمصادر الإعلامية.
- أهداف الخطاب: يهدف الخطاب إلى إعطاء وصف صريح للوحدات اللغوية، وذلك من خلال بعدين لهذا الوصف هما: (عكاشة، 2003)
1. النص: (Text) - ويعني بنية الخطاب الداخلية التي تتألف منها المفردات، والتراكيب، والجمل.

2.السياق : (Context) - ويعنى دراسة الخطاب في ضوء الظروف الخارجية والمؤثرات المباشرة عليه وظروف إنتاجه، والخطاب الصحفي خطاب اجتماعي يرتبط بالمجتمع الذي يوجه إليه ويحمل قيمه

*العناصر الأساسية في بناء الخطاب ،حدد (الحميد، 2010، صفحة 212)عدة عناصر اساسية ، تتمثل في :

-ارتباط الخطاب بوقائع ذات صلة بالشأن العام.

-وجود منتج للنص، يستهدف اقناع الاخر بالمواقف والاتجاهات في اطارها الاجتماعي.

-العلاقة الجدلية بين الأطراف حول المواقف ،وما تستلزمه من تأكيد بالحجج والبراهين في التقديم.

● علامات الخطاب الاعلامي: يمكن تعريف علامات الخطاب بأنها عناصر في الخطاب تشير بطرق معقدة في كثير من الاحيان الى كيفية استجابة او استمرار الحديث ، وتكون هذه العلامات جزءاً من الخطاب السابق وتؤثر في توجيه التفاعلات اللغوية المستقبلية، قد تتضمن علامات الخطاب اللغوية وغير اللغوية، وتستخدم لظهار الاستجابات المتوقعة من الجمهور، او الاشارة الى اتجاه المحادثة، او للتأكيد على فكرة معينة، او لابرار المشاعر والمواقف)،(Levinson, 1990, p. 88)، تميز هذا النوع من الخطاب عن غيره من الخطابات الاخرى بأنه يشتمل على السمات والخصائص، وهذا توضح لبعض العلامات (Dastjerd, Vahid, 2013, p. 42)، الهدف التوجيهي: الخطاب الاعلامي يرمي الى توجيه المتلقي لتبني موقفاً محدداً او فكرة، سواء كان ذلك لدعم سياسة او لتغطية احداث وقضايا معينة.

1. الشمولية والوصول الجماهيري : يستهدف الخطاب الاعلامي جمهوراً واسعاً متنوعاً، اذ يمكن ان يصل الى المتلقين عبر وسائل الاعلام المختلفة مثل التلفزيون والاذاعة والصحف ووسائل التواصل الاجتماعي.

2. التحرير الصحفي والمصدقية: يتميز الخطاب الاعلامي بأنه يعتمد على المصدقية والدقة في نقل المعلومات والايخبار، ويعكس تحريراً صحفياً يرمي الى تقديم المعلومات بشكل موضوعي وموثوق .

3. السرعة والتفاعلية: يتم نقل الخطاب الاعلامي بسرعة فائقة ويسمح بالتفاعل المباشر مع الجمهور، مما يسمح بتحديث الاخبار والاحداث في الوقت الحقيقي

4. التنوع الوصائطي: يمكن ان ياتي الخطاب الاعلامي عبر مجموعة من وسائل الاعلام المختلفة، مثل التلفزيون والاذاعة والصحف ووسائل التواصل الاجتماعي.
5. تشكيل الرأي العام: يتميز الخطاب الاعلامي بقدرته على تشكيل الرأي العام والتاثير في اتجاهات المجتمع ازاء القضايا والاحداث المختلفة.

تعد علامات الخطاب اعضاء في فئة وظيفية من الاجهزة اللفظية وغير اللفظية التي توفر احداثيات سياقية للحديث المستمر، وتقدم علامات الخطاب الاشارات والمؤشرات التي تسهم في توجيه التفاعلات اللغوية والاجتماعية بين المتحدث والمستمع، هذه العلامات يمكن ان تكون لغوية مثل الاشارات الظاهرية والتوضيحات اللفظية، وايضاً غير لغوية مثل اللمحات البصرية وتعابير الوجه وحركات الجسم، تؤدي علامات الخطاب دوراً مهماً في فهم الغاية والنية والمعاني المخفية في الخطاب، وتسهم في بناء الاتصال والتواصل الفعال بين الافراد. (Schiffrin, 1987, p. 41)

القنوات الفضائية الكردية (قناة زاكروس الفضائية)

قناة زاكروس الفضائية هي قناة فضائية عراقية تبث باللغة العربية واللغة الكردية، اسست بالعراق عام 2007 ومقرها في اربيل وهي تابعة للحزب الديمقراطي الكردستاني وتغطي بثها منطقة الشرق الاوسط وتبث برامجها على القمر الصناعي نايل سات على التردد 10795 (<https://ar.wikipedia.org/wiki/10795>)، وتسعى قناة زاكروس الفضائية إلى أن تكون في خدمة الحوار سواء بين المكونات الإثنية أو الدينية أو السياسية في العراق، أو بين المواطن والمسؤول ليكون قاعدة للبناء والارتقاء نحو الأفضل بشفافية ومصداقية دون أن تكون في خدمة أجندة معينة أو فئة، كما تسعى إلى توسيع رقعة الحوار نحو توجيه الخطاب إلى الشعوب القريبة والصديقة للشعب العراقي. وإيماناً من التنوع والحاجة المطلقة إليها في بناء وطن سليم ومجتمع متعافي خال من أمراض التعصب والطائفية والمذهبية والولاءات غير الوطنية، ومنعاً من توغل خطاب الكراهية ورفض المختلف، جاء التعايش هدفاً إستراتيجياً في لغة زاكروس الإعلامية. وتبث القناة النشرات الاخبارية وبرامج متنوعة عدة منها البرامج السياسية والاقتصادية والعلمية والثقافية والترفيهية والمسلسلات فضلاً عن برامج خاصة بأقليم كردستان (<https://zagrosnews.net/>)

برنامج (بلا اقنعة): وهو من البرامج الحوارية من تقديم الاعلامية هيفاء الحسيني وكان البرنامج عبارة عن لقاءات خاصة تجرّيها هيفاء الحسيني مع عدد من الزعامات والوزراء

وشخصيات سياسية على مستوى الاقليم والحكومة الاتحادية مثل السيد مسعود البرزاني والرئيس الاسبق حيدر العبادي والرئيس الاسبق اياد علاوي وغيرهم من الشخصيات وبدأ بث البرنامج في العام 2020 وتركزت مضامين البرنامج على السياسة والاقتصاد والامن فيما يخص الحكومة الاتحادية وحكومة اقليم كردستان والوضع الاقليمي والدولي وحسب ارتباط الموضوع بالعراق ويبث البرنامج اربع حلقات في الاسبوع لمدة ساعة واحدة يعرض في الساعة العاشرة مساءً بتوقيت بغداد ويتضمن مقدمة عن الموضوع وتقرير يوضح الاراء المتعددة حول موضوع الحلقة ومن ثم الانتقال الى متن الحلقة بحوار مع ثلاثة ضيوف ومن ثم ختام الحلقة يكون بكلمة تتضمن معاناة الشارع العراقي (الحسيني، 2023)

المحور الثالث / الإطار التحليلي

عرض ومناقشة نتائج البحث: يتضمن هذا المبحث عرض نتائج الدراسة التحليلية وتفسيرها والخروج بالنتائج على النحو الآتي :

أولاً: موضوعات الخطاب الاعلامي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية: من الجدول (1) يتبين لنا ان موضوعات الخطاب الاعلامي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية ان الموضوعات السياسية جاءت بالمرتبة الاولى وبتكرار (35) وبنسبة (48.6%)، وتلتها في المرتبة الثانية الموضوعات الاقتصادية وبتكرار قدره (19) وبنسبة (26.4%)، وفي المرتبة الثالثة الموضوعات الاجتماعية بتكرار (9) وبنسبة (12.5%) ، وصولاً الى المرتبة السادسة والاخيرة فكانت للموضوعات الرياضية وبتكرار قدره (1) وبنسبة (1.4%)، مما تقدم يتضح لنا ان الموضوعات السياسية ابرز موضوعات الخطاب الاعلامي في قناة زاكروس الفضائية وذلك بسبب الازمات السياسية التي كانت قائمة وقت اعداد البحث، انظر جدول(1)

جدول(1) يبين الفئات الرئيسة لموضوعات الخطاب الاعلامي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية

المرتبة	%	ت	الموضوعات
الاولى	48.6%	35	السياسية
الثانية	26.4%	19	الاقتصادية
الثالثة	12.5%	9	اجتماعية
الرابعة	6.9%	5	العسكرية
الخامسة	4.2%	3	الامنية
السادسة	1.4%	1	رياضية
	100%	72	المجموع

ثانياً: الفئات الفرعية لموضوعات الخطاب الاعلامي السياسي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية:

من بيانات الجدول (2) يتضح لنا ان الفئات الفرعية لموضوعات الخطاب الاعلامي السياسي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية كانت كالآتي: في المرتبة الاولى فئة (حكومة السوداني) بتكرار (10) وبنسبة (28.6%)، وفي المرتبة الثانية جاءت الفئات (ازمة تشكيل الحكومة، الاطار التنسيقي، الخلافات السياسية بين القوى السياسية) وبتكرار (5) وبنسبة (14.3%) لكل فئة من الفئات، وفي المرتبة الثالثة فئة (الاصلاح الحكومي) وبتكرار (4) وبنسبة (11.4%)، وفي المرتبة الرابعة كانت فئة (انسحاب التيار الصدري) وبتكرار (3) وبنسبة (8.6%)، وتلتها في المرتبة الخامسة فئة (تقرير بلاسخارت حول العراق) وبتكرار (2) وبنسبة (5.7%)، واخيراً في المرتبة السادسة كانت لفئة (ازمة اربيل وبغداد) وبتكرار (1) وبنسبة (2.8%)، يتبين لنا مما تقدم ان فئة (حكومة السوداني) كانت تشكل النسبة الاكبر وذلك لان حكومة السوداني وما يقدمه من انجازات كانت تشغل بال العراقيين فضلاً عن ذلك الازمات التي مرّ بها العراق عند تشكيل الحكومة والتساؤلات التي طُرحت عن امكانية حكومة السوداني من حل جميع المشاكل العالقة، انظر جدول (2)

جدول (2) يبين الفئات الفرعية لموضوعات الخطاب الاعلامي السياسي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية

المرتبة	%	ت	الفئات الفرعية للموضوعات السياسية
الاولى	28.6%	10	حكومة السوداني
الثانية	14.3%	5	ازمة تشكيل الحكومة
الثانية	14.3%	5	الاطار التنسيقي
الثانية	14.3%	5	الخلافات السياسية بين القوى السياسية
الثالثة	11.4%	4	الاصلاح الحكومي
الرابعة	8.6%	3	انسحاب التيار الصدري
الخامسة	5.7%	2	تقرير بلاسخارت حول العراق
السادسة	2.8%	1	ازمة اربيل وبغداد
	100%	35	المجموع

ثالثاً: الفئات الفرعية لموضوعات الخطاب الاعلامي الاقتصادي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية:

من الجدول (3) يتضح لنا ان الفئات الفرعية لموضوعات الخطاب الاعلامي السياسي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية كانت كالآتي: في المرتبة الاولى فئة (موازنة العراق) بتكرار (6) وبنسبة (30%)، وفي المرتبة الثانية جاءت فئة (الفساد) وبتكرار (3) وبنسبة

(15%)، وفي المرتبة الثالثة فئة (الموائء العراقية منفذ للاموال، السياسة الاقتصادية لحكومة السوداني، قضية ارتفاع الدولار، سلم الرواتب) وبتكرار (2) ونسبة (10%)، لكل فئة من الفئات، وفي المرتبة الرابعة والاخيرة كانت لفئات (تهريب النفط، المشاريع الاستثمارية، الامن الغذائي) وبتكرار (1) ونسبة (5%) لكل فئة من الفئات، يتبين لنا مما تقدم ان فئة (موازنة العراق) كانت تشكل النسبة الاكبر بين الفئات الفرعية لموضوعات الخطاب الاعلامي الاقتصادي اذ ان موضوع الموازنة مرتبط بالوضع الاقتصادي للعراق الذي بدا يسوء نتيجة عدم اقرار الموازنة لسنتين متتاليتين مما ادى الى ايقاف المشاريع الاقتصادية في العراق والتي القت بظلالها على الوضع الاقتصادي للعراق فكانت من ضمن الموضوعات التي ركزت عليها قناة زاكروس الفضائية، انظر جدول (3)

جدول (3) يبين الفئات الفرعية لموضوعات الخطاب الاعلامي الاقتصادي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية

المرتبة	%	ت	الفئات الفرعية لموضوعات الاقتصادية موازنة العراق
الاولى	30%	6	الفساد
الثانية	15%	3	الموائء العراقية منفذ للاموال
الثالثة	10%	2	السياسة الاقتصادية لحكومة السوداني
الرابعة	10%	2	قضية ارتفاع الدولار
الخامسة	10%	2	سلم الرواتب
السادسة	5%	1	تهريب النفط
السابعة	5%	1	المشاريع الاستثمارية
الثامنة	5%	1	الامن الغذائي
	100%	20	المجموع

رابعاً: الفئات الفرعية لموضوعات الخطاب الاعلامي الاجتماعي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية:

من بيانات الجدول (4) يتبين لنا ان الفئات الفرعية لموضوعات الخطاب الاعلامي الاجتماعي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية تباينت تكراراتها ونسبها المئوية من فئة الى اخرى اذ بلغت فئة (ازمة السكن والعشوائيات) تكراران اثنان ونسبة (28,5%)، بينما الفئات (بناء المستشفيات وتقديم الخدمات الصحية، بناء المدارس، تقديم الخدمات، واقع السجون في العراق، المحتوى الهابط وحرية التعبير، تقديم الخدمات) كانت تكراراتها واحد لكل فئة ونسبة (14,3%) لكل فئة من الفئات، انظر جدول (4)

جدول (4) يبين الفئات الفرعية لموضوعات الخطاب الاعلامي الاجتماعي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية.

المرتبة	%	ت	الفئات الفرعية للموضوعات الاجتماعية
الاولى	28,5%	2	ازمة السكن والعشوائيات
الثانية	14,3%	1	بناء المستشفيات وتقديم الخدمات الصحية
الثانية	14,3%	1	بناء المدارس
الثانية	14,3%	1	واقع السجون في العراق
الثانية	14,3%	1	المحتوى الهابط وحرية التعبير
الثانية	14,3%	1	تقديم الخدمات
	100%	7	المجموع

خامساً: الفئات الفرعية لموضوعات الخطاب الاعلامي العسكري في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية:

من الجدول (5) يتبين لنا ان الفئات الفرعية لموضوعات الخطاب الاعلامي العسكري في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية تباينت تكراراتها ونسبها المئوية من فئة الى اخرى اذ بلغت فنتا (اخراج القوات الامريكية، توغل تركيا في الاراضي العراقية وقصف كردستان) تكراران اثنان وبنسبة (40%) لكل منهما، بينما فئة (الاحفاقات السياسية واثرها على المنظومة العسكرية) كانت تكراراتها واحد وبنسبة (20%)، انظر جدول (5) جدول (5) يبين الفئات الفرعية لموضوعات الخطاب الاعلامي العسكري في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية

المرتبة	%	ت	الفئات الفرعية لموضوعات العسكرية
الاولى	40%	2	اخراج القوات الامريكية
الاولى	40%	2	توغل تركيا في الاراضي العراقية وقصف كردستان
الثانية	20%	1	الاحفاقات السياسية واثرها على المنظومة العسكرية
	100%	5	المجموع

سادساً: الفئات الفرعية لموضوعات الخطاب الاعلامي الامني في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية:

من الجدول (6) يتبين لنا ان الفئات الفرعية لموضوعات الخطاب الاعلامي الامني في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية حصلت على التكرارات نفسها اذ بلغت الفئات (امن المناطق المحررة، المخبرات ومحدثي الفوضى، القرار الامني للفصائل المسلحة) تكراراً واحداً لكل فئة وبنسبة (33.33%) لكل منهم، انظر جدول (6) جدول (6) يبين الفئات الفرعية لموضوعات الخطاب الاعلامي الامني في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية

المرتبة	%	ت	الفئات الفرعية لموضوعات الامنية
الاولى	%33,33	1	امن المناطق المحررة
الاولى	%33,33	1	المخابرات ومحدثي القوضى
الثانية	%33,33	1	القرار الامني للفصائل المسلحة
	%100	3	المجموع

سابعاً: الفئات الفرعية لموضوعات الخطاب الاعلامي الرياضي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية:

من الجدول (7) يتضح لنا ان الفئات الفرعية لموضوعات الخطاب الاعلامي الرياضي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية تمثل في فئة واحدة هي (كاس الخليج العربي) بتكرار واحد بنسبة (100%) وهذا يعني ان قناة زاكروس الفضائية لم تولي الاهتمام الكافي بالموضوعات الرياضية خلال مدة اعداد البحث وهذا يعود الى ان الموضوعات السياسية كانت هي السائدة في تلك المدة نتيجة الازمات السياسية التي مرّ بها العراق وهي تشكيل الحكومة اذ كان الاهتمام موجه لتلك الموضوعات بالدرجة الاولى لاهتمام المواطن بها ، انظر جدول (7)

جدول (7) يبين الفئات الفرعية لموضوعات الخطاب الاعلامي الرياضي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية

المرتبة	%	ت	الطروحات الرياضية
الاولى	%100	1	كاس الخليج العربي
	%100	1	المجموع

ثامناً: القوى الفاعلة في موضوعات الخطاب الاعلامي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية:

من الجدول (8) يتضح لنا تباين القوى الفاعلة في موضوعات الخطاب الاعلامي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية اذ شكلت فئة (باحثون سياسيون) المرتبة الاولى وبتكرار قدره (60) وبنسبة (33,1%)، اما المرتبة الثانية فكانت لفئة (نواب) بتكرار قدره (48) وبنسبة (26,5%)، وتلتها في المرتبة الثالثة فئة (خبراء اقتصاديون) بتكرار قدره (19) وبنسبة (10,5%)، وصولاً الى المرتبة العاشرة والاخيرة والتي احتلتها الفئات (مسؤولون حكوميون، قانونيون، خبير رياضي، مستشارون) بتكرار قدره (1) وبنسبة (0,26%)، مما تقدم يتبين لنا ان القوى الفاعلة في موضوعات الخطاب الاعلامي كانت اعلى هي فئة الباحثون السياسيون وذلك يعود الى ان اغلب موضوعات الخطاب السياسي في قناة زاكروس الفضائية كانت

سياسية بالدرجة الاولى وكان اغلب الضيوف الدائمين هم من الفئة الانفة الذكر والنواب والخبراء الاقتصاديون وسياسيون وشخصيات اجتماعية واساتذة جامعيين وغيرهم انظر جدول (8)

جدول (8) يبين القوى الفاعلة في موضوعات الخطاب الاعلامي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية

المرتبة	%	ت	القوى الفاعلة
الاولى	33.1%	60	باحثون سياسيون
الثانية	26.5%	48	نواب
الثالثة	10.5%	19	خبراء اقتصاديون
الرابعة	7.2%	13	سياسيون
الخامسة	4.9%	9	محللون وكتاب سياسيون
السادسة	3.9%	7	خبراء سياسيون
السادسة	3.9%	7	شخصيات اجتماعية
السابعة	2.2%	4	خبراء امنيون وعسكريون
الثامنة	1.6%	3	اساتذة واكاديميون
الثامنة	1.6%	3	اعلاميون
التاسعة	1.1%	2	قضاة
التاسعة	1.1%	2	ناشط مدني
العاشر	0.6%	1	مسؤولون حكوميون
العاشر	0.6%	1	قانونيون
العاشر	0.6%	1	خبير رياضي
العاشر	0.6%	1	مستشارون
	100%	181	المجموع

تاسعاً: مسارات البرهنة في الخطاب الاعلامي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية:

من بيانات الجدول (9) يتبين لنا الاتي: حظي مسار البرهنة (اقوال مسؤولين) بالعدد الاكبر بين مسارات البرهنة في قناة زاكروس الفضائية بمعدل (71) مسار برهنة بنسبة (43.8%)، تلاه (عرض وجبتي نظر) بمعدل (47) مسار برهنة بنسبة (29.0%)، ثم (عرض وجهة نظر واحدة) بمعدل (25) مسار برهنة بنسبة (15.4%)، تبعها (احصائيات وارقام) بمعدل (8) مسار برهنة بنسبة (4.9%)، ثم (ادلة وشواهد وقوانين) بمعدل (5) مسارات برهنة لكل واحدة بنسبة (3.1%)، واخيراً (برهنة تاريخية) بمعدل (1) مسارات برهنة بنسبة (0.6%) ، انظر جدول (9) جدول (9) يبين مسارات البرهنة في الخطاب الاعلامي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية

المرتبة	%	ت	مسارات البرهنة
الاولى	43.8%	71	اقوال مسؤولين
الثانية	29.0%	47	عرض وجهتي نظر
الثالثة	15.4%	25	عرض وجهة نظرواحدة
الرابعة	4.9%	8	احصائيات وارقام
الخامسة	3.1%	5	ادلة وشواهد
الخامسة	3.1%	5	قوانين
السادسة	0.6%	1	برهنة تاريخية
	100%	162	المجموع

عاشراً: الاطر المرجعية التي تم توظيفها في الخطاب الاعلامي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية:

من بيانات الجدول (10) يتضح الاتي: حظيت (المرجعية السياسية) بالعدد الاكبر بين الاطر المرجعية لقناة زاكروس الفضائية بمعدل (52) اطاراً وبنسبة (50.9%)، تلتها (المرجعية الاقتصادية) بمعدل (29) اطاراً وبنسبة (28.4%)، ثم (المرجعية الامنية) بمعدل (10) اطارات وبنسبة (9.8%)، تبعثها (المرجعية الاجتماعية) بمعدل (8) اطاراً وبنسبة (7.8%)، واخيراً (المرجعية القانونية والمرجعية الانسانية والمرجعية الدينية) بمعدل اطاراً واحداً لكل منهم وبنسبة (1%) انظر جدول (10)

جدول (10) يبين توزيع الاطر المرجعية التي تم توظيفها في الخطاب الاعلامي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية

المرتبة	%	ت	الاطر المرجعية	ت
الاولى	50.9%	52	المرجعية السياسية	1
الثانية	28.4%	29	المرجعية الاقتصادية	2
الثالثة	9.8%	10	المرجعية الامنية	3
الرابعة	7.8%	8	المرجعية الاجتماعية	4
الخامسة	1%	1	المرجعية القانونية	5
الخامسة	1%	1	المرجعية الانسانية	6
الخامسة	1%	1	المرجعية الدينية	7
	100%	102	المجموع	

النتائج والاستنتاجات

1. اظهرت نتائج الدراسة التحليلية ان ابرز موضوعات الخطاب الاعلامي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية تركزت بالدرجة الاولى في الموضوعات السياسية بنسبة (48.6%)، والموضوعات الاقتصادية بنسبة (26.4%)، وذلك يعود الى ان الازمة السياسية التي كانت سائدة خلال مدة اعداد البحث .

2. اظهرت نتائج الدراسة التحليلية ان ابرز الفئات الفرعية لموضوعات الخطاب الاعلامي السياسي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية تركزت حول (حكومة السودان) بالدرجة الاولى وبنسبة (28.6%)، و(ازمة تشكيل الحكومة، والاطار التنسيقي، والخلافات السياسية بين القوى السياسية) كانت بنسبة (14.3%)، وذلك يعود الى ان من اكثر الموضوعات التي كانت تركز عليها اغلب الفضائيات العراقية ومنها فضائية زاكروس الكردية هي كيفية تشكيل الحكومة العراقية بقيادة السوداني وما اعترها من ازمات عند تشكيلها بسبب عدم اتفاق الاطراف السياسية فيما بينها فضلاً عن ذلك فان فئة الاطار التنسيقي كانت الفئة الثاني من موضوعات الخطاب الاعلامي السياسي لما يشكله هذا التحالف من قوة بعده يمتلك نصف المقاعد البرلمانية وما يعكسه من دور في تشكيل الحكومة.

3. اظهرت نتائج الدراسة التحليلية ان ابرز الفئات الفرعية لموضوعات الخطاب الاعلامي الاقتصادي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية تركزت بالدرجة الاولى حول (موازنة العراق) بنسبة (30%)، و(الفساد) بنسبة (15%)، وذلك بسبب عدم اقرار الموازنة الاتحادية لسنوات عدة فضلاً عن الفساد الذي بدا ينخر الدولة العراقية في جميع اجزائه.

4. اظهرت نتائج الدراسة التحليلية ان ابرز القوى الفاعلة في موضوعات الخطاب الاعلامي في قناة زاكروس الفضائية الكردية الناطقة بالعربية تركزت حول ابرز ثلاث قوى وهي (الباحثون السياسيون) بالمرتبة الاولى وبنسبة (33.1%) ، و(نواب) في المرتبة الثانية وبنسبة (26.5%) ، و(خبراء اقتصاديون) وفي المرتبة الثالثة وبنسبة (10.5%)، والسبب في ذلك تركز معظم موضوعات الخطاب الاعلامي على الموضوعات السياسية والاقتصادية

5. كشفت نتائج الدراسة التحليلية الى ان عدد مسارات البرهنة التي ظهرت لنا عند تحليل الخطاب الاعلامي في قناة زاكروس الفضائية الكردية بلغت (162) مسار برهنة، ومسار البرهنة (اقوال المسؤولين) جاءت بالمرتبة الاولى بنسبة (43.8%) من اجمالي مسارات البرهنة، ثم تلاها (عرض وجهتي النظر) بالمرتبة الثانية وبنسبة (29%)، و(عرض وجهة النظر الواحدة) بنسبة (15.4%).

6. تنوع الاطر المرجعية التي استند اليها منتجو الخطاب الاعلامي مثل المرجعية السياسية، والاقتصادية، والامنية، ويعود اختلاف الاطر الى اختلاف الاحداث التي جرى توظيفها في

سياقها، إذ نلاحظ عدم استخدام أو توظيف أطر معينة وإنما طُرحت عدة أطر مرجعية وفقاً لطبيعة الأحداث.

7. كان الخطاب الاعلامي لقناة زاكروس الفضائية مشابه للخطاب الاعلامي للقنوات الفضائية العراقية الحزبية والمستقلة في تشكيل الرأي العام إزاء أزمة تشكيل الحكومة العراقية.

8. استخدم القائمين على برنامج "بلا اقنعة" مسارات برهنة اعتمدت على عرض وجهتي النظر المؤيدة والرافضة للطروحات في البرنامج من أجل اقناع الرأي العام بالخطاب الاعلامي الذي تنتهجه مما يتيح للمتلقى المفاضلة بين وجهتي نظر طرفي الأزمة

المصادر والمراجع

1. تاريخ الدخول. 2023/5/30, from <https://ar.wikipedia.org/wiki>.
2. تاريخ الدخول. 2023/5/15, from <https://zagrosnews.net/>.
3. (Chigona, W. C. (2008). MXit It Up in The Media. Media Discourse Analysis on a Mobile Instant Messaging System, Issue. 9.
4. Levinson, S. C. (1990). Utterance Particles In Cantonese Conversation. Cambridge University Press.
5. Cukie, w. . (2005). Two-Tier Health, Care, Education, and Policing: A comparative Analysis of the Discourses of Privatization. issue. 1.
6. Lee, Y. (2007). KOREAN HURRICANE MEDIA DISCOURSE ANALYSIS. master degree.
7. Schiffrin, D. (1987). Discourse Markers. Cambridge University Press.
8. Vaez Dalili, Vahid Dastjerd. (2013). A Contrastive Corpus-Based Analysis of The Frequency of Discourse Markers in NE and NNE Media Discourse Implications for A "Universal Discourse Competence", Corpus Linguistics Linguistic Theory
9. Wallace Chigona, Agnes Chigona. MXit It Up in The Media: Media Discourse Analysis on a Mobile Instant Messaging System. The Southern African Journal of Information and Communication Issue. 9.
10. (2022). مجلة أوراق ثقافية، مجلة تعنى بالاداب والعلوم الانسانية، العدد 19 (السنة الرابعة).
11. اكرم فرج الربيعي. (2017). الخطاب الاعلامي. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
12. آمال شويه. (2018). الخطاب الإعلامي لقناتي الجزيرة القطرية والعربية السعودية خلال الأزمة الخليجية، دراسة مقارنة تحليلية. رسالة ماجستير غير منشورة.
13. أوراق ثقافية. (2022)، العدد 19، السنة الرابعة.

14. إياد محمد خزعل البنداوي. (2017). الخطاب الإعلامي في الفضائيات العربية وانعكاسه على صورة العراق لدى الجمهور العربي دراسة تحليلية ميدانية . اطروحة دكتوراه غير منشورة .
15. بركات عبد العزيز. (2012). مناهج البحث الاعلامي الاصول النظرية ومهارات التطبيق، ط1. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
16. تيون ايه دايك. (2010). من نحو النص إلى تحليل الخطاب النقدي. العدد 77 . (احمد الواحد، المترجمون) الهيئة المصرية العامة للكتاب.
17. جمال عيسى ميلود. (2019). الخطاب الاعلامي للقنوات الفضائية الاخبارية العربية وانعكاساته على اتجاهات النخبة الاكاديمية نحو قضية الازمة السياسية في ليبيا (قناة العربية الحدث وقناة الجزيرة نموذجاً) . المجلة الليبية لبحوث الاعلام ، العدد 1.
18. دعاء شاكر محمود. (2018). ا لخطاب الاعلامي في القنوات الفضائية العراقية واثره في الراي العام العراقي . تم الاسترداد من www.researchgate.net/publication
19. مجدي الداغر. (2009). الصحافة العربية وقضايا الأقليات والجاليات الاسلامية في العالم : مدخل في تحليل الخطاب الاعلامي العربي (المجلد الجزء الثالث). المنصورة: المكتبة العصرية.
20. محمد ،شومان. (2007). تحليل الخطاب الإعلامي: أطر نظرية ونماذج تطبيقية، . القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
21. محمد عبد الحميد. (2010). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، القاهرة : عالم الكتب.
22. محمد عبد العزيز سيد طه عصيدة. (ذو القعدة -يونيو، 2021). تحليل الخطاب الإعلامي لمواقع القنوات الاخبارية الدولية الموجهة باللغة العربية حول العنف ضد المرأة بدول الشرق الاوسط 1442. مجلة البحوث الإعلامية .
23. محمود خليل. (1998). تكنولوجيا برامج التحليل العلمي ببحوث الإعلام، القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع.
24. محمود عكاشة. (2003). لغة الخطاب السياسي: دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الاتصال. القاهرة: مكتبة النهضة المصرية.
25. محمود عكاشة، (2005). خطاب السلطة الإعلامي: نحو تجديد لغة الخطاب. القاهرة: الاكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي.
26. هشام عطية. (1995). تأثير السياسة الخارجية للدولة في المعالجة الصحفية للشئون الدولية: دراسة تحليلية مقارنة للصحافة المصرية.. رسالة ماجستير. جامعة القاهرة : كلية الإعلام.
27. هيفاء الحسيني. (2023, 20). مقدمة برنامج بلا اقنعة

Sources and references

- 3.(Chigona, W. C. (2008). MXit It Up in The Media. *Media Discourse Analysis on a Mobile Instant Messanging Sysm , Issue. 9.*

4. Levinson, S. C. (1990). *Utterance Particles In Cantonese Conversation* . Cambridge University Prees.
5. Cukie, w. .. (2005). Two-Tier Health, Care, Education, and Policing: A comparative Analysis of the Discourses of Privatization. *issue . 1*.
6. Lee, Y. (2007). KOREAN HURRICANE MEDIA DISCOURSE ANALYSIS. *master degree* .
7. Schiffrin, D. (1987). *Discourse Markers* . Cambridge University prees.
- Vaez Dalili. Vahid Dastjerd) .2013 .(8.A Contrastive Corpus-Based Analysis of The Frequency of Discourse Markers in NE and NNE Media Discourses Implications for A "Universal Discourse Competence" ,Corpus Linguistics Linguistic Theory.
9. Wallace Chigona , Agnes Chigona. MXit It Up in The Media: Media Discourse Analysis on a Mobile Instant Messaging System .*The Southern African Journal of Information and Communication . Issue. 9* .
10. Cultural papers. (2022). Issue 19, fourth year .
11. Akram Faraj Al-Rubaie. (2017). Media discourse. Cairo: Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution.
12. Amal Shawiya. (2018). The media discourse of the Qatari Al Jazeera and Saudi Arabia channels during the Gulf crisis, an analytical comparative study. A magister message that is not published .
13. .Cultural papers. (2022). Issue 19, fourth year
14. Iyad Muhammad Khazal Al-Bandawi. (2017). Media discourse in Arab satellite channels and its reflection on the image of Iraq among the Arab public: an analytical field study. Unpublished doctoral thesis.
15. Barakat Abdel Aziz. (2012). Media research methods, theoretical foundations and application skills, 1st edition. Cairo: Dar Al-Kitab Al-Hadith.
16. Tun A Dyke. (2010). From text syntax to critical discourse analysis. Issue 77. (Ahmed Al-Wahed, the translators) Egyptian General Book Authority.
17. Jamal Issa Miloud. (2019). The media discourse of the Arab satellite news channels and its repercussions on the attitudes of the academic elite towards the issue of the political crisis in Libya (Al-Arabiya Al-Hadath channel and Al-Jazeera channel as an example). *Libyan Journal for Media Research, Issue 1*.
18. Doaa Shaker Mahmoud. (2018). The media discourse on Iraqi satellite channels and its impact on Iraqi public opinion. Retrieved from www.researchgate.net/publication.

- 19.Majdi Al-Dagher. (2009). The Arab press and issues of minorities and Islamic communities in the world: An introduction to analyzing the Arab media discourse (Volume Part Three). Mansoura: Modern Library.
- 20.Muhammad, Shoman. (2007). Media discourse analysis: theoretical frameworks and applied models,;. Cairo: Egyptian Lebanese House.
- 21.Muhammad Abdel Hambid. (2010). Content analysis in media research:. Cairo: World of Books.
- 22.Muhammad Abdel Aziz Sayed Taha Asida. (Dhul-Qi'dah - June, 2021). Analysis of the media discourse of international news channel websites directed in Arabic about violence against women in Middle Eastern countries 1442. Journal of Media Research.
- 23.Mahmoud Khalil. (1998). Technology of scientific analysis programs in media research: . Cairo: Dar Al-Arabi for Publishing and Distribution.
- 24.Mahmoud Okasha. (2003). The language of political discourse: an applied linguistic study in light of communication theory. Cairo: Egyptian Nahda Library.
- 25.Mahmoud Okasha,. (2005). The media discourse of authority: towards renewing the language of discourse. Cairo: Modern Academy for University Books.
- 26.Hisham Attia. (1995). The impact of the state's foreign policy on the journalistic treatment of international affairs: a comparative analytical study of the Egyptian press. Master Thesis . Cairo University: Faculty of Information.
- 27.Haifa Al-Husseini. (20 February 2023). Introduction to the program Without Masks.

Contents of media discourse in Arabic-speaking Kurdish satellite channels

Assist Prof Dr. Seenhat mohammed ezuldeen

College of Mass Communication

University of Baghdad



drseenhat@comc.uobaghdad.edu.iq

Keywords: contents, media discourse, Kurdish channels

Summary:

The research seeks to reveal the contents of the media discourse of Zagros Satellite Channel an Arabic-speaking Kurdish satellite channel. The study aimed to uncover the content of the media discourse including prominent topics, influential forces, arguments, evidence, and frameworks used by the channel.

The most prominent results reached by the research are as follows:

1. The research found that the media discourse on Zagros Satellite Channel pre dominantly focused on political topics (48.6%), and economic topics (26.4%)
2. The influential forces in the media discourse were primarily (political researchers) (33.1%), and deputies (26.5%).
3. The analysis identified (162) paths of proof, with (statements of officials) (43.8%), and (presenting the two points of view) (29%) as the most common forms of evidence presented.
4. The study also highlighted the use of diverse frames of reference in the media discourse including political, economic, and security references, depending on the nature of events discussed.