



يا صاحب القُبَّةِ البِيضاءِ

يا احب القُبَّةِ البِيضاءِ في النَّجفِ
مَنْ زارَ قَبْرَكَ واسْتَشْفى لَدَيْكَ شُفي
زوروا أبا الحَسَنِ الهادي لَعَلَّكُمْ
تُحْظُونَ بالأجرِ والإقبالِ والزُّلفِ
زوروا لِمَنْ تُسْمَعُ النَّجوى لَدِيهِ فَمَنْ
يَزُرُهُ بالقَبْرِ مَلهُوفاً لَدِيهِ كُفي
إِذا وَصَلَ فاحْرِمْ قَبْلَ تَدْخُلِهِ
مُلَبِّياً وإِسْعَ سَعِياً حَوْلَهُ وَطُفِ
حَتَّى إِذا طِفْتَ سَبْعاً حَوْلَ قَبْتِهِ
تَأَمَّلِ البابَ تَلْقَى وَجْهَهُ فَقِفِ
وَقُلْ سَلامٌ مِنَ اللَّهِ السَلامِ على
أهلِ السَلامِ وأهلِ العِلْمِ والشَرَفِ





فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية
السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م العدد (١٠)

No.:
Date



ديوان الوقف الشيعي/ دائرة البحوث والدراسات

م/ مجلة القبة البيضاء

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته...

اشارة الى كتابكم المرقم ١٣٧٥ بتاريخ ٢٠٢٥/٧/٩، والحاقاً بكتابنا المرقم ب ت ع / ٤ / ٣٠٠٨ في ٢٠٢٤/٣/١٩، والمتضمن استحداث مجلتكم التي تصدر عن دائرتكم المذكوره اعلاه، وبعد الحصول على الرقم المعياري الدولي المطبوع وانشاء موقع الكتروني للمجلة تعتبر الموافقة الواردة في كتابنا اعلاه موافقة نهائية على استحداث المجلة.

...مع وافر التقدير

حسباً

أ.د. لبنى خميس مهدي
المدير العام لدائرة البحث والتطوير
٢٠٢٥/٧ / ١٧

نسخة منه الى:

- قسم الشؤون العلمية/ شعبة التأليف والترجمة و النشر.... مع الاولييات
- الصادرة

إشارة إلى كتاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / دائرة البحث والتطوير

المرقم ٥٠٤٩ في ٢٠٢٢/٨/١٤ المعطوف على إعمامهم المرقم ١٨٨٧ في ٢٠١٧/٣/٦

تُعَدّ مجلة القبة البيضاء مجلة علمية رصينة ومعتمدة للترقيات العلمية.

مهند ابراهيم
١٥/ تموز



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي - دائرة البحث والتطوير - القصر الأبيض - المجمع التربوي - الطابق السادس

✉ gd@rdd.edu.iq

🌐 Rdd.edu.iq

فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية
السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م العدد (١٠)
تصدر عن دائرة البحوث والدراسات في ديوان الوقف الشيعي

المشرف العام

عمار موسى طاهر الموسوي
مدير عام دائرة البحوث والدراسات



التدقيق اللغوي

أ. م. د. علي عبد الوهاب عباس
التخصص / اللغة والنحو
الجامعة المستنصرية / كلية التربية الأساسية
الترجمة

أ. م. د. رافد سامي مجيد
التخصص / لغة إنكليزية
جامعة الإمام الصادق (عليه السلام) كلية الآداب

رئيس التحرير

أ. د. سامي حمود الحاج جاسم
التخصص / تاريخ إسلامي
الجامعة المستنصرية / كلية التربية

مدير التحرير

حسين علي محمد حسن
التخصص / لغة عربية وآدابها
دائرة البحوث والدراسات / ديوان الوقف الشيعي

هيئة التحرير

أ. د. علي عبد كنو
التخصص / علوم قرآن / تفسير
جامعة ديالى / كلية العلوم الإسلامية
أ. د. علي عطية شرقي
التخصص / تاريخ إسلامي
جامعة بغداد / كلية التربية ابن رشد
أ. م. د. عقيل عباس الريكان
التخصص / علوم قرآن تفسير
الجامعة المستنصرية / كلية التربية الأساسية
أ. م. د. أحمد عبد خضير
التخصص / فلسفة
الجامعة المستنصرية / كلية الآداب
م. د. نوزاد صفر بخش
التخصص / أصول الدين
جامعة بغداد / كلية العلوم الإسلامية
أ. م. د. طارق عودة مري
التخصص / تاريخ إسلامي
جامعة بغداد / كلية العلوم الإسلامية

هيئة التحرير من خارج العراق

أ. د. مها خير بك ناصر
الجامعة اللبنانية / لبنان / لغة عربية.. لغة
أ. د. محمد خاقاني
جامعة اصفهان / إيران / لغة عربية.. لغة
أ. د. خولة خمري
جامعة محمد الشريف / الجزائر / حضارة وآديان.. أديان
أ. د. نور الدين أبو لحية
جامعة باتنة / كلية العلوم الإسلامية / الجزائر
علوم قرآن / تفسير

فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية
السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م العدد (١٠)
تصدر عن دائرة البحوث والدراسات في ديوان الوقف الشيعي

العنوان الموقعي

مجلة القبة البيضاء
جمهورية العراق
بغداد / باب المعظم
مقابل وزارة الصحة
دائرة البحوث والدراسات

الاتصالات

مدير التحرير

٠٧٧٣٩١٨٣٧٦١

صندوق البريد / ٣٣٠٠١

الرقم المعياري الدولي
ISSN3005_5830

رقم الإيداع

في دار الكتب والوثائق (١١٢٧)

لسنة ٢٠٢٣

البريد الإلكتروني

إيميل

off_research@sed.gov.iq

IRAQI
Academic Scientific Journals

الرقم المعياري الدولي
(3005-5830)

دليل المؤلف.....

- ١- إن يتسم البحث بالأصالة والجدة والقيمة العلمية والمعرفية الكبيرة وسلامة اللغة ودقة التوثيق.
- ٢- إن تحتوي الصفحة الأولى من البحث على:
 - أ. عنوان البحث باللغة العربية .
 - ب . اسم الباحث باللغة العربية . ودرجته العلمية وشهادته.
 - ت . بريد الباحث الإلكتروني.
 - ث . ملخصان أحدهما باللغة العربية والآخر باللغة الإنكليزية.
 - ج . تدرج مفاتيح الكلمات باللغة العربية بعد الملخص العربي.
- ٣- أن يكون مطبوعاً على الحاسوب بنظام (office Word) (٢٠٠٧ أو ٢٠١٠) وعلى قرص ليزري مدمج (CD) على شكل ملف واحد فقط (أي لا يُجزأ البحث بأكثر من ملف على القرص) وتُرَوَّد هيئة التحرير بثلاث نسخ ورقية وتوضع الرسوم أو الأشكال، إن وُجِدَت، في مكانها من البحث، على أن تكونَ صالحةً من الناحية الفنية للطباعة.
- ٤- أن لا يزيدَ عدد صفحات البحث على (٢٥) خمس وعشرين صفحة من الحجم (A4).
- ٥ . يلتزم الباحث في ترتيب وتنسيق المصادر على الصيغة APA
- ٦- أن يلتزم الباحث بدفع أجور النشر المحددة البالغة (٧٥,٠٠٠) خمسة وسبعين الف دينار عراقي، أو ما يعادلها بالعملة الأجنبية.
- ٧- أن يكونَ البحثُ خالياً من الأخطاء اللغوية والنحوية والإملائية.
- ٨- أن يلتزم الباحث بالخطوط وأحجامها على النحو الآتي:
 - أ. اللغة العربية: نوع الخط (Arabic Simplified) وحجم الخط (١٤) للمتن.
 - ب . اللغة الإنكليزية: نوع الخط (Times New Roman) عناوين البحث (١٦) . والملخصات (١٢) . أما فقرات البحث الأخرى؛ فيحجم (١٤) .
- ٩- أن تكونَ هوامش البحث بالنظام التلقائي (تعليقات ختامية) في نهاية البحث . بحجم ١٢ .
- ١٠- تكون مسافة الحواشي الجانبية (٢,٥٤) سم والمسافة بين الأسطر (١) .
- ١١- في حال استعمال برنامج مصحف المدينة للآيات القرآنية يتحمل الباحث ظهور هذه الآيات المباركة بالشكل الصحيح من عدمه، لذا يفضل النسخ من المصحف الإلكتروني المتوافر على شبكة الانترنت.
- ١٢- يبلغ الباحث بقرار صلاحية النشر أو عدمها في مدّة لا تتجاوز شهرين من تاريخ وصوله إلى هيئة التحرير .
- ١٣- يلتزم الباحث بإجراء تعديلات المحكّمين على بحثه وفق التقارير المرسلّة إليه وموافاة المجلة بنسخة معدّلة في مدّة لا تتجاوز (١٥) خمسة عشر يوماً.
- ١٤- لا يحق للباحث المطالبة بمتطلبات البحث كافة بعد مرور سنة من تاريخ النشر .
- ١٥- لا تعاد البحوث الى أصحابها سواء قبلت أم لم تقبل.
- ١٦- دمج مصادر البحث وهوامشه في عنوان واحد يكون في نهاية البحث، مع كتابة معلومات المصدر عندما يرد لأول مرة.
- ١٧- يخضع البحث للتقويم السري من ثلاثة خبراء لبيان صلاحيته للنشر .
- ١٨- يشترط على طلبة الدراسات العليا فضلاً عن الشروط السابقة جلب ما يثبت موافقة الاستاذ المشرف على البحث وفق النموذج المعتمد في المجلة.
- ١٩- يحصل الباحث على مستل واحد لبحثه، ونسخة من المجلة، وإذا رغب في الحصول على نسخة أخرى فعليه شراؤها بسعر (١٥) الف دينار.
- ٢٠- تعبر الأبحاث المنشورة في المجلة عن آراء أصحابها لا عن رأي المجلة.
- ٢١- ترسل البحوث على العنوان الآتي: (بغداد - شارع فلسطين المركز الوطني لعلوم القرآن)
- أو البريد الإلكتروني: (off_research@sed.gov.iq) بعد دفع الأجور في الحساب المصرفي العائد إلى الدائرة.
- ٢٢- لا تلتزم المجلة بنشر البحوث التي تُخلُّ بشروط من هذه الشروط .



مَجَلَّةُ السُّكَّانِيَّةِ اِجْتِمَاعِيَّةٌ فَصَلِيَّةٌ تَصَدَّرُ عَنْ دَائِرَةِ البُّحُوثِ وَالدِّرَاسَاتِ فِي ذِيوَانِ الوَقْتِ الشَّيْبَانِيِّ
محتوى العدد (١٠) شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٥ م المجلد الخامس

ت	عنوانات البحوث	اسم الباحث	ص
١	واقع المرأة المسلمة بين المرجعية الدينية والعولمة مقارنة سوسيولوجية	م.د. فاطمة عبد الزهرة عبد الجليل	٨
٢	أثر اسلوب القصد المعاكس في خفض الاحباط الوجودي لدى طلبة الجامعة	أ.م.د. وفاء شاكر عبد الكريم	٢٤
٣	الحقوق والالتزامات في المنطقة الاقتصادية الخالصة في ظل اتفاقية الامم المتحدة ١٩٨٢	م.د. علي عبد مسلم صاحب م.م. رافع عبد الجبار نوشي	٤٢
٤	تقويم مستوى رضا العملاء عن خدمات بلدية الشعلة	م.د. سعد عبد اللطيف صالح	٧٢
٥	منهج أهل البيت (عليهم السلام) في الوسطية والاعتدال «دراسة في توازن قوى النفس الثلاث»	محمد شمال شراد أ.م.د. رافع محمد جواد	٨٤
٦	أسماء الفواكة والخضروات في لکنات أو ألحان مركز مدينة كركوك التركمانية	م.د. جاسم زين العابدين جاسم	٩٦
٧	الاستشراق الإعلامي المعاصر ودوره في تشكيل وعي الشباب إتجاه الهوية والدين: دراسة تاريخية	م.د. خضر صلاح مهدي	١١٨
٨	سيمبولوجيا الخطاب الشعري عند دعبل الخزاعي قراءة في الأساق الرمزية والسياسية	م.د. صلاح راهي إبراهيم	١٣٠
٩	دور نابليون بونابرت الأول العسكري في الثورة الفرنسية «١٧٦٩ - ١٧٩٧»	م.د. عماد كاطع خضير عباس	١٤٨
١٠	فاعلية نموذج TWA في اكتساب المفاهيم التاريخية لدى طلاب الصف السادس الاعدادي	م.د. فراس زيون شلش	١٦٤
١١	واقع أصحاب الديانات الوضعية قبل الغزو المغولي لبغداد وموقفهم منه	م.د. حاتم خلف نجم	١٨٠
١٢	أثر استخدام الرحلات الميدانية في تدريس الجغرافية وترسيخ المعلومة لطلاب المرحلة المتوسطة	م.م. سناء بلاسم محمد رسن	١٩٤
١٣	ضغوط العمل وتأثيرها في الاداء الوظيفي «دراسة استطلاعية لعينة من الشركات السياحية»	م.م. اميرة حمود حسن م.م. نيراس عبد الحسن فيحان م.م. صفا محمد ساجد إبراهيم	٢١٠
١٤	قصص النساء والخلاص من الآخر في سرد العصور المتأخرة	م.م. أماني حبيب يحيى أ.د. ناجح سالم موسى	٢٢٨
١٥	الرصد الصوتي عند زكريا الأنصاري في كتابه أسنى المطالب في شرح روض الطالب «الابدال والاعلال أنموذجاً»	م.م. جنان سامي عبيد أ.د. عبد الله حميد حسين	٢٤٠
١٦	أثر استراتيجية النوافذ الأربع المتحركة المقترحة في تنمية نوايا السلوك البيئي لدى طالبات الصف الأول متوسط	م.م. سحى عبد الكاظم عبد العالي	٢٥٨
١٧	حماية المستهلك بين متطلبات السوق الحرة والضمانات القانونية في القانون المدني	م.م. صفاء عامر يوسف	٢٧٤
١٨	جدلية الموت والحياة في رواية واترفون	م.م. عهود جبار عبد الله	٢٩٤
١٩	التعليم في العصر العباسي، مؤسساته، ومناهجه، وأثره الحضاري	م.م. احمد عبد الكاظم محمد	٣١٨
٢٠	آيات الدفع في القرآن الكريم دراسة موضوعية	م.م. هند عامر فاضل	٣٢٨
٢١	Historical Impact of Modern Technology on Actors' Performance in English Theatre	researcher Hussein Mezher Jasim	٣٣٨
٢٢	الوصايا النبوية وأثرها في المجتمع الإسلامي	الباحثة: زهراء أحمد حسين	٣٦٨
٢٣	الاعلام وصناعة الراي العام حول النفط	الباحث: عدي علي صغير	٣٧٨
٢٤	دور شعبة التعليم عن بُعد في دعم التعليم الإلكتروني في مدارس تربية بغداد الكرخ الثالثة	الباحث: علي حسن هادي	٣٩٢
٢٥	دور المرأة في بناء الأسرة من خلال المنهج القرآني للسيدة الزهراء (عليها السلام) أنموذجاً	م.د. عمر زهير علي	٤٠٠
٢٦	العرف العشائري في الفقه الاسلامي (التزويج القسري إنموذجاً)	م.م. أسراء مهند كامل	٤١٢

فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (١٠) المجلد الخامس
السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



الاعلام وصناعة الراي العام حول النفط

الباحث: عدي علي صغير
جامعة الأديان والمذاهب/ كلية العلوم الإجتماعية والإعلام والعلاقات



فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (١٠) المجلد الخامس

السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م

المستخلص:

يهدف هذا البحث إلى دراسة دور الإعلام في صناعة الرأي العام حول القضايا النفطية مع التركيز على تأثير الإعلام التقليدي والرقمي على وعي الجمهور واتجاهاته الاقتصادية والاستثمارية. يركز البحث على تحليل العلاقة بين التغطية الإعلامية ومواقف الجمهور والمستثمرين وكذلك التحديات والفرص المرتبطة بالإعلام النفطي. استخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي والاستقصائي بالإضافة إلى تحليل المحتوى الإعلامي لجمع بيانات دقيقة من الجمهور والمستثمرين والصحفيين. تشير النتائج إلى أن الإعلام يلعب دوراً محورياً في تشكيل الوعي العام واتخاذ القرارات الاقتصادية، مع ضرورة مواجهة التحديات المرتبطة بالمعلومات المضللة والضغط السياسي لتحقيق تأثير إيجابي على الرأي العام والسياسات النفطية.

الكلمات المفتاحية: الإعلام النفطي، الرأي العام، صناعة الرأي العام، الإعلام الرقمي، السياسات النفطية

Abstract:

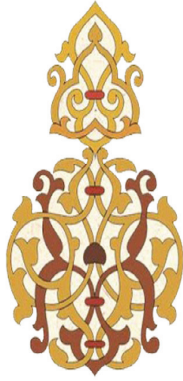
This research aims to examine the role of the media in shaping public opinion on oil-related issues, with a particular focus on the impact of traditional and digital media on public awareness and economic and investment orientations. The study analyzes the relationship between media coverage and the attitudes of the public and investors, as well as the challenges and opportunities associated with oil-related media. A descriptive, analytical, and survey-based methodology was employed, in addition to media content analysis, to collect accurate data from the public, investors, and journalists. The findings indicate that the media plays a central role in shaping public awareness and influencing economic decision-making, underscoring the need to address challenges related to misinformation and political pressures in order to achieve a positive impact on public opinion and oil policies.

Keywords: Oil media, public opinion, public opinion formation, digital media, oil policies

المقدمة:

يُعتبر النفط من الموارد الاقتصادية الحيوية التي تلعب دوراً مركزياً في استقرار الاقتصاد الوطني والدولي لما له من تأثير مباشر على النمو الاقتصادي والموازنة المالية للدولة والاستثمارات المحلية والدولية. ومع تزايد الاعتماد على النفط كمصدر للطاقة وتداول أسعاره في الأسواق العالمية أصبح من الضروري فهم كيفية تشكيل الرأي العام حول القضايا النفطية ومدى تأثيره على القرارات الاقتصادية والسياسات الحكومية.

يلعب الإعلام دوراً محورياً كأداة لتوصيل المعلومات وتحليل الأحداث وتوجيه الرأي العام فهو لا يقتصر على كونه ناقلاً للمعلومات فحسب بل أصبح فاعلاً في تشكيل المواقف والاتجاهات الاقتصادية والسياسية. وقد شهدت العقود الأخيرة تحولاً كبيراً في أساليب الإعلام حيث توسع نطاق الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي مما أتاح للجمهور الوصول إلى المعلومات بشكل أسرع وأكثر تنوعاً ولكنه في الوقت ذاته خلق تحديات مرتبطة بدقة المعلومات وموثوقيتها.



السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م





يمثل الإعلام التقليدي مثل الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون قناة رئيسية لنقل الأخبار والتحليلات الاقتصادية والسياسية ويعتمد على أسلوب التحقق من المعلومات قبل نشرها، ما يجعله مصدرًا موثوقًا نسبيًا للجمهور. أما الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي فقد ساهمت في تسريع انتشار المعلومات وتوفير فرص للتفاعل والمشاركة المجتمعية لكنها غالبًا ما تواجه مشكلات تتعلق بالأخبار المضللة وتشتت الانتباه وتأثير الدعاية الإعلامية على قرارات الجمهور والمستثمرين.

إن دراسة العلاقة بين الإعلام وصناعة الرأي العام في قطاع النفط تمثل أهمية كبيرة على عدة مستويات. فهي تساعد صانعي السياسات على فهم اتجاهات الرأي العام وتأثير الإعلام على القرارات الاقتصادية كما تساعد المستثمرين على تقييم تأثير الأخبار والتحليلات الإعلامية على أسواق النفط واستراتيجيات الاستثمار. بالإضافة إلى ذلك، تقدم الدراسة رؤى حول تحديات الإعلام النفطي مثل الضغوط السياسية والاقتصادية وأزمة الثقة بين وسائل الإعلام والجمهور وتوضح كيف يمكن للإعلام أن يتحول إلى أداة فعالة لتعزيز الوعي العام ودعم السياسات الاقتصادية المستدامة.

وفي ظل التغيرات السريعة في أساليب الإعلام وزيادة الاعتماد على المنصات الرقمية أصبح من الضروري دراسة أثر الإعلام التقليدي والرقمي على وعي الجمهور واتجاهاته تجاه القضايا النفطية وتحليل كيفية تفاعله مع المعلومات المنشورة وتأثير ذلك على صناعة الرأي العام والقرارات الاستثمارية. كما يهدف البحث إلى استكشاف الفرص المتاحة لتعزيز دور الإعلام في التوعية الاقتصادية وتحسين كفاءته في توجيه الرأي العام بشكل موضوعي وفعال، مع تقديم توصيات عملية لتحسين جودة التغطية الإعلامية في قطاع النفط.

أهداف البحث:

قياس تأثير الإعلام التقليدي والرقمي على وعي الجمهور بالقضايا النفطية المختلفة.

دراسة تأثير الأخبار والتحليلات الإعلامية على مواقف الجمهور تجاه السياسات النفطية.

تقييم العلاقة بين التغطية الإعلامية للنفط واتجاهات المستثمرين في الأسواق النفطية.

التعرف على التحديات التي تواجه الإعلام النفطي في نقل المعلومات الدقيقة والموضوعية.

اقتراح توصيات عملية لتعزيز فعالية الإعلام النفطي في توعية الجمهور ودعم السياسات الاقتصادية.

مشكلة البحث:

انتشار الأخبار المضللة أو غير الدقيقة حول النفط وتأثيرها على وعي الجمهور والمستثمرين.

وجود ضغوط سياسية واقتصادية تؤثر على موضوعية الإعلام وتحد من استقلاليته.

ضعف الثقة بين الجمهور ووسائل الإعلام في نقل المعلومات المتعلقة بالسياسات النفطية والاقتصاد النفطي.

أهمية البحث

يساهم البحث في فهم دور الإعلام في صناعة الرأي العام حول القضايا النفطية وهو أمر أساسي لصانعي السياسات والمستثمرين.

يسلط البحث الضوء على التحديات والفرص المرتبطة بالإعلام النفطي مما يساعد في تحسين جودة التغطية الإعلامية وزيادة مصداقيتها. يوفر البحث توصيات عملية لتعزيز الوعي الاقتصادي العام وتحسين قدرة الإعلام على توجيه الرأي العام بشكل إيجابي.

فرضيات البحث

الإعلام التقليدي والرقمي له تأثير مباشر وملحوظ على وعي الجمهور بالقضايا النفطية.

الأخبار والتحليلات الإعلامية تؤثر على مواقف الجمهور والمستثمرين تجاه السياسات النفطية.

الإعلام النفطي يواجه تحديات مثل المعلومات المضللة والضغوط السياسية ما يقلل من فعاليته في صناعة الرأي العام.

الإعلام الرقمي يمكن أن يكون أكثر فاعلية من الإعلام التقليدي في التأثير على اتجاهات الجمهور بسرعة وانتشار أوسع.





فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (١٠) المجلد الخامس السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م

تحسين جودة التغطية الإعلامية وزيادة مصداقيتها يؤدي إلى تعزيز وعي الجمهور وتحسين اتخاذ القرارات الاقتصادية والاستثمارية.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: دور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام حول السياسات النفطية
تعد دراسة محمد جواد كاظم عبد العابدي (2024) واحدة من الدراسات التي ركزت على العلاقة بين الإعلام والرأي العام في العراق من خلال تحليل دور وسائل الإعلام العراقية في تشكيل وعي الجمهور تجاه استراتيجية وزارة النفط. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت المقابلات المتعمقة مع 14 خبيراً في الإعلام الاقتصادي لجمع المعلومات. أظهرت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي والصحافة الإلكترونية هي الأكثر تأثيراً في تشكيل الرأي العام، بينما لم ينجح الإعلام التقليدي في أداء دوره بالشكل المتوقع.

الفرق مع الدراسة الحالية:

رغم أهمية الدراسة فإنها اقتصرت على خبراء الإعلام ولم تشرك الجمهور العام أو المستثمرين كما لم تربط النتائج بشكل مباشر بين الإعلام وصناعة الرأي العام والسياسات النفطية. أما الدراسة الحالية، فهي شاملة أكثر إذ تربط بين الإعلام التقليدي والرقمي والجمهور والمستثمرين والسياسات النفطية مع استخدام أدوات بحثية متنوعة تشمل الاستبيانات والمقابلات وتحليل المحتوى الإعلامي، ما يتيح فهماً أوسع لتأثير الإعلام على الرأي العام وصنع السياسات.

الدراسة الثانية: استقراء مستقبل صناعة النفط في العراق ومكانته في السوق الدولية

قدمت دراسة يوسف محمد خلف الحديشي وآخرون (2021) تحليلاً شاملاً لتاريخ صناعة النفط في العراق ومكانتها في الأسواق العالمية مع التركيز على الموارد الطبيعية الأخرى مثل الغاز والمعادن. اعتمد البحث على التحليل التاريخي والجغرافي والسياسي والتكنولوجي والاقتصادي وسعى لتقديم رؤية مستقبلية لموقع العراق النفطي مع الابتعاد عن التأثيرات السياسية. ركزت الدراسة على بيانات تاريخية وجيولوجية وتجارية لتوضيح أهمية النفط في الاقتصاد العراقي والمنافسة الدولية على موارده.

الفرق مع الدراسة الحالية:
الدراسة الثانية تحليلية وتاريخية ولم تتناول الإعلام أو تأثيره على الرأي العام أو السياسات النفطية. بينما الدراسة الحالية تركز على العلاقة بين الإعلام والرأي العام والسياسات النفطية مع دراسة تأثير الإعلام التقليدي والرقمي على وعي الجمهور والمستثمرين مما يجعلها أكثر تطبيقية وذات قيمة عملية.

الدراسة الثالثة: العوامل المؤثرة في فاعلية تنفيذ السياسات النفطية العامة

تناولت دراسة ياسر حميد محمد الهاشمي (2025) العوامل التي تؤثر على تنفيذ السياسات النفطية في وزارة النفط العراقية مثل العوامل السياسية والجيوسياسية والمناخية والتكنولوجية. ركز البحث على تحديد التحديات التي تواجه الصناعة النفطية العراقية وتحليل تأثير تقلبات أسعار النفط والصدمات الخارجية على الاقتصاد والمجتمع، مع تقديم توصيات لتعزيز الاستقرار وتحسين هيكل قطاع النفط.

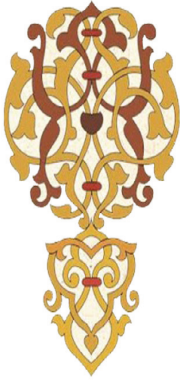
الفرق مع الدراسة الحالية:

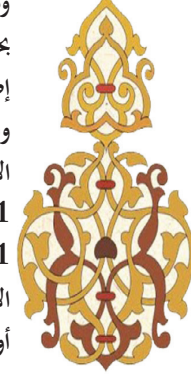
الدراسة الثالثة تركيزها إداري وتحليلي على تنفيذ السياسات، ولم تتطرق إلى دور الإعلام في صناعة الرأي العام أو تأثيره على السياسات النفطية. في المقابل الدراسة الحالية تجمع بين تحليل الإعلام وأثره على الرأي العام وتأثيره على المستثمرين والسياسات النفطية ما يمنحها بعداً شاملاً يربط النظرية بالتطبيق العملي.

خلاصة مقارنة الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية

بينما ركزت الدراسات السابقة على جانب محدد من النفط أو الإعلام أو السياسات، تقدم الدراسة الحالية رؤية شاملة

السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م





ومتكاملة حيث تجمع بين الإعلام التقليدي والرقمي والرأي العام والمستثمرين والسياسات النفطية مع استخدام أدوات بحثية متعددة (استبيانات ومقابلات وتحليل محتوى) لضمان شمولية النتائج وتطبيقية التوصيات. هذا يجعل الدراسة الحالية إضافة علمية وعملية جديدة حيث توضح كيف يمكن للإعلام أن يساهم في توجيه الرأي العام ودعم القرارات الاقتصادية والسياسات النفطية في العراق.

الاطار النظري

1. مفهوم الإعلام

1.1 تعريف الإعلام

الإعلام يُعرف في الأدبيات الأكاديمية على أنه الوسيلة المنهجية لنقل المعلومات والأخبار والبيانات التفسيرية من الأفراد أو المؤسسات إلى الجمهور بهدف التثقيف والتأثير أو التوجيه. يُعتبر الإعلام من الركائز الأساسية في تشكيل وعي المجتمع وصياغة الرأي العام إذ يلعب دوراً محورياً في توجيه القرارات الاقتصادية والسياسية بما في ذلك القضايا المتعلقة بالموارد الطبيعية مثل النفط.

يمكن تصنيف الإعلام إلى نوعين رئيسيين:

الإعلام التقليدي: يشمل الصحافة المطبوعة والإذاعة والتلفزيون. يتميز بكونه وسيلة ذات مصداقية عالية نتيجة الالتزام بالمعايير المهنية والتحريرية إلا أن سرعة نشر المعلومات فيه محدودة مقارنة بالإعلام الرقمي. الإعلام الرقمي: يشمل الإنترنت والمنصات الإخبارية الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي. يتميز هذا النوع بقدرة عالية على سرعة الانتشار والتفاعل المباشر مع الجمهور ما يجعله أداة فعالة في تشكيل الرأي العام رغم تعرضه أحياناً لانتشار المعلومات غير الدقيقة أو المضللة.

1.2 وظائف الإعلام

يمارس الإعلام عدة وظائف رئيسية تؤثر بصورة مباشرة على تكوين الرأي العام خاصة في القضايا الاقتصادية الحيوية: الوظيفة الإخبارية: تتعلق بنقل الأحداث والوقائع بشكل موضوعي مثل أسعار النفط واكتشاف الحقول النفطية الجديدة والسياسات النفطية للدول. تساهم هذه الوظيفة في توفير المعلومات الدقيقة والموثوقة لصانعي القرار والجمهور العام. الوظيفة التحليلية: تتجاوز مجرد نقل الأخبار لتقديم تفسير وتحليل علمي للظواهر مثل دراسة أسباب تقلب أسعار النفط أو تأثير الأزمات السياسية على الإنتاج النفطي. تمكن هذه الوظيفة الجمهور من فهم السياق الاقتصادي والسياسي للقطاع النفطي واتخاذ مواقف واعية.

الوظيفة التثقيفية أو التوجيهية: تهدف إلى التأثير على مواقف الجمهور وسلوكياته من خلال المحتوى الإعلامي سواء بشكل مباشر أو غير مباشر. ويشمل ذلك الحملات الإعلامية والبرامج التحليلية والتقارير الاستقصائية التي تسعى لتشكيل وجهات نظر محددة حول القضايا النفطية بما يؤثر على المستثمرين وصناع القرار السياسي والاقتصادي.

أنواع الإعلام وتأثيرها على الرأي العام 1.3

تختلف قدرة الإعلام على تشكيل الرأي العام باختلاف نوعه ومصداقيته:

الإعلام الرسمي: غالباً ما تديره الدولة أو المؤسسات الكبرى ويتركز على تعزيز السياسات الرسمية وتوجيه الرأي العام بما يتماشى مع مصالح هذه المؤسسات. يمتاز هذا النوع بتأثيره الكبير على الجمهور لكنه قد يتسم أحياناً بالتحيز أو الرقابة

على المعلومات 5.

١	حسان. (٢٠٠٦). أسواق النفط العالمية
٢	حمزة. (٢٠٠٧). القطاع الخاص والخصخصة في الصناعة النفطية
٣	مظهر محمد. (٢٠٠٩). الربيع النفطي والاستبداد الشرقي
٤	عماد الدين محمد. (٢٠١٣). العوامل التي أثرت على أسعار النفط العالمية
٥	عماد الدين محمد. (٢٠١٣). العوامل التي أثرت على أسعار النفط العالمية



فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (١٠) المجلد الخامس

السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



٣٨٣

الإعلام المستقل: يمثل الإعلام الذي يعمل بعيداً عن السيطرة الحكومية المباشرة ويتميز بالقدرة على تقديم تحليلات موضوعية وانتقادات بناءة. يسهم الإعلام المستقل في إثراء النقاش العام وتوفير توازن المعلومات المتاحة للجمهور. 6. الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي: يمتاز بقدرته على نشر الأخبار بسرعة كبيرة والتفاعل المباشر مع الجمهور مما يتيح تشكيل موجات رأي عام متسارعة حول القضايا المختلفة بما فيها قطاع النفط. حيث يتطلب هذا النوع من الإعلام تحليلاً دقيقاً للمحتوى والمصادر لتجنب التضليل أو انتشار المعلومات المغلوطة.

مفهوم الرأي العام

2.1 تعريف الرأي العام

الرأي العام يُعرف في الدراسات الأكاديمية على أنه الموقف الجماعي الذي يعكس اتجاهات وآراء المجتمع تجاه قضية محددة. ويتميز بكونه ليس مجرد مجموعة من الآراء الفردية بل تجسيداً للاتجاهات الاجتماعية والثقافية والسياسية للمجتمع. ويمكن توضيح هذا التعريف من خلال النقاط التالية:

تجسيد الاتجاهات الاجتماعية: يعكس الرأي العام القيم والمعتقدات السائدة في المجتمع تجاه قضية معينة مثل القضايا الاقتصادية والسياسية المرتبطة بالنفط.

البعد المعرفي: يشير إلى مستوى اطلاع الجمهور على المعلومات والحقائق المتعلقة بالقضية بما في ذلك البيانات الاقتصادية والسياسات النفطية.

البعد الموقفي والسلوكي: يتعلق بكيفية تأثير المعلومات على مواقف وسلوكيات الجمهور بما في ذلك اتخاذ القرارات أو تبني مواقف محددة تجاه القضايا النفطية.

الاستجابة للقضايا الحيوية: يظهر الرأي العام في استجابات المجتمع للتغيرات الاقتصادية والسياسية مثل ارتفاع أسعار النفط أو تغييرات الإنتاج والسياسات النفطية. 7

2.2 أهمية الرأي العام

يلعب الرأي العام دوراً محورياً في التأثير على السياسات والقرارات الاقتصادية ويمكن تلخيص أهميته بالنقاط التالية: توجيه السياسات الاقتصادية والسياسية: يمكن للضغط الشعبي أن يدفع الحكومات إلى تعديل سياساتها النفطية بما يشمل الإنتاج والتسعير والتعاقد مع الشركات الأجنبية.

تأثيره على الاستثمارات النفطية: يلجأ المستثمرون إلى دراسة توجهات الرأي العام لتقييم استقرار السوق ومستوى المخاطر الاقتصادية.

إدارة الأزمات الاقتصادية والاجتماعية: يعكس الرأي العام قدرة المجتمع على تقبل الأزمات النفطية ما يمكن صناع القرار من اتخاذ إجراءات وقائية لتقليل التوترات.

تعزيز أو تقليل المخاطر السياسية: دعم الرأي العام أو معارضته للقرارات الحكومية يؤثر بشكل مباشر على ثقة الجمهور في السياسات الاقتصادية والسياسية. 8

2.3 عوامل تكوين الرأي العام

تحدد آراء الجمهور بواسطة مجموعة من العوامل المتداخلة، ومن أبرزها:
الإعلام:

يعد المصدر الرئيس للمعلومات والتحليلات سواء من الإعلام التقليدي أو الرقمي.

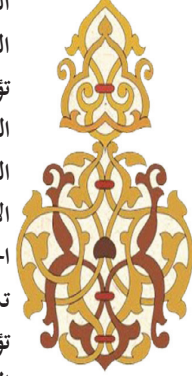
يساهم في تشكيل مواقف الجمهور وزيادة وعيه بالقضايا النفطية. 9

٦ عبید. (٢٠٢٠). تطور مفهوم القوة في العلاقات الدولية المعاصرة

٧. حسين. (١٢ يونيو ٢٠٢١). تحديات الغزو الثقافي على المجتمعات العربية: الآثار وآليات المواجهة

٨. زايد. (٢٠٢٤). السياسة الثقافية الأمريكية تجاه الوطن العربي: دبلوماسية ثقافية أم إمبريالية ثقافية؟

٩. سمير. (٢٠١٣). التلاعب بالعقول: دور الإعلام في الثورة المضادة



الثقافة والقيم الاجتماعية: تؤثر المعتقدات والقيم السائدة في المجتمع على كيفية استقبال المعلومات وتفسيرها. العوامل الاقتصادية: تشمل الحالة الاقتصادية العامة ومستوى المعيشة، حيث أن تقلبات أسعار النفط أو الأزمات الاقتصادية تؤثر بشكل مباشر على مواقف الجمهور.

العوامل السياسية:

السياسات الحكومية والقوانين المتعلقة بالنفط تحدد البيئة التي يُبنى فيها الرأي العام.

الإعلام الرسمي والسياسات الحكومية يمكن أن يوجها المواقف الشعبية لدعم أو معارضة قرارات معينة. 10. الخبرات الشخصية والتجارب السابقة:

تشمل تجارب الأفراد مع قطاع النفط، مثل ارتفاع الأسعار أو الانقطاعات في التوريد.

تؤثر هذه الخبرات على تفسير المعلومات وتكوين مواقف مستتيرة.

العلاقة بين المعرفة الإعلامية والمواقف:

الجمهور المطلع على مصادر موثوقة ومتنوعة يميل إلى تكوين مواقف أكثر توازناً.

الاعتماد على مصادر محدودة أو متحيزة قد يؤدي إلى تشكيل آراء مغلوطة أو منحازة.

3. صناعة الرأي العام

3.1 تعريف صناعة الرأي العام

صناعة الرأي العام تُعرف بأنها العمليات المنظمة والاستراتيجية التي تقوم بها الجهات الإعلامية أو السياسية بهدف توجيه مواقف الجمهور تجاه قضية محددة. وهي ليست مجرد نشر للمعلومات بل تشمل تصميم الرسائل الإعلامية، اختيار وسائل نشرها وتحديد توقيتها وتأثيرها على الجمهور. 11.

خصائص صناعة الرأي العام:

توجيه المواقف الجماعية: تهدف إلى تشكيل وجهات نظر الجمهور حول قضايا محددة مثل سياسات إنتاج النفط أو تقلبات الأسعار لتصبح المواقف العامة متنسقة مع الرسائل المراد إيصالها.

استخدام استراتيجيات متعددة ومتزامنة: تشمل الإعلام التقليدي والرقمي والحملات الإعلانية والتحليلات الاقتصادية والرموز البصرية لضمان وصول الرسائل بأكثر من شكل إلى مختلف شرائح المجتمع.

أثر طويل المدى: لا يقتصر تأثيرها على الوقت الفوري، بل تهدف إلى تثبيت مواقف وسلوكيات محددة لدى الجمهور على المدى المتوسط والطويل مما يساهم في توجيه السياسات العامة والاستثمارات الاقتصادية. 12.

3.2 آليات صناعة الرأي العام

تقوم صناعة الرأي العام على مجموعة من الآليات المتكاملة التي تعمل معاً لتشكيل موقف جماهيري محدد:

الأخبار والتقارير والتحليلات المتكررة: نشر الأخبار بشكل دوري ومنظم يعمل على تعزيز الرسائل الإعلامية الرئيسية وتثبيت المواقف لدى الجمهور.

التحليلات الاقتصادية والسياسية مثل تفسير أسباب ارتفاع أسعار النفط أو تأثير الأزمات الجيوسياسية على الإنتاج، تساعد الجمهور على فهم الأحداث بعمق واستيعاب السياق الاقتصادي والسياسي.

الحملات الإعلامية والتسويق الإعلامي:

تصميم حملات إعلامية مركزة تهدف إلى توجيه الرأي العام نحو موقف محدد أو دعم سياسات معينة.

تشمل هذه الحملات استخدام الوسائل التقليدية والرقمية لضمان انتشار الرسائل بشكل واسع وفعال بين شرائح المجتمع

١٠. كمال. (٢٠١٦). إشكالية ثروة النفط وتداعيات الديمقراطية في العراق

١١. سعود. (٢٠٢١): القوة الناعمة للتعاون الثقافي الدولي

١٢. كولن ل. التحديات التي تواجه أمن الطاقة.



فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (١٠) المجلد الخامس السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



المختلفة، مع مراعاة توقيت نشرها وطريقة عرضها. 13
الرموز والصور والشعارات الإعلامية:

استخدام العناصر البصرية لتعزيز الرسائل الإعلامية وإحداث تأثير نفسي مباشر على الجمهور.
تعمل الصور والشعارات والرموز على تسهيل استيعاب الرسائل وتثبيتها في الوعي الجماعي، ما يزيد من فعالية حملات
صناعة الرأي العام. 14
التفاعل مع الجمهور:

الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي توفر آليات للتفاعل المباشر مع الجمهور، مما يتيح قياس ردود الفعل وتعديل
الرسائل وفقاً لمستوى قبولها أو اعتراض الجمهور.
هذه المرونة تجعل صناعة الرأي العام أكثر ديناميكية وفاعلية في التأثير على المواقف.

3.3 الإعلام كأداة في صناعة الرأي العام النفطي

يلعب الإعلام دوراً محورياً في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا النفطية، ويمكن توضيح ذلك من خلال النقاط التالية:
التغطية الإعلامية لأزمات النفط والأسعار:

الإعلام ينقل الأخبار المتعلقة بتقلبات الأسعار والأزمات الإنتاجية والتوترات الجيوسياسية، مما يؤثر على تصورات الجمهور
والمستثمرين.

يساهم في تفسير الأحداث الاقتصادية وتقديم السياق الضروري لفهم تداعياتها على الأسواق المحلية والدولية.
تعزيز أو تقليل المخاوف الاقتصادية والسياسية:

من خلال تحليل الأخبار واختيار لغة التقارير، يستطيع الإعلام توجيه استجابة الجمهور للمخاطر الاقتصادية مثل التخفيف
من الملح خلال أزمة نفطية أو توجيه دعم السياسات الحكومية عند الحاجة.

تتيح هذه العملية للإعلام تشكيل توقعات الجمهور وتوجيه سلوكه بما يخدم الاستقرار الاقتصادي والسياسي. 15

أمثلة عملية على تأثير الإعلام في قطاع النفط:

الأزمات النفطية العالمية: تغطية أسعار النفط وتقلباتها في وسائل الإعلام العالمية وكيفية تأثيرها على المستثمرين والأسواق
المالية.

الحملات الإعلامية الوطنية: استخدام الإعلام لترويج مشاريع نفطية وطنية أو تعزيز سياسات الطاقة المستدامة، مما يؤدي
إلى تأثير مباشر على استجابة الجمهور وسلوك المستثمرين.

الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي: دراسة كيفية انتشار الأخبار والتحليلات حول قرارات الإنتاج والتسعير
وتأثيرها على تكوين الرأي العام بسرعة وديناميكية غير مسبوقة. 16

العلاقة بين الإعلام والنفط

4.1 الإعلام وتأثيره على المعرفة العامة بالنفط

يلعب الإعلام دوراً محورياً في تشكيل المعرفة العامة حول قطاع النفط، إذ يعتبر المصدر الرئيسي لنقل المعلومات الاقتصادية
والسياسية المتعلقة بالإنتاج النفطي وأسعار النفط والعقود والسياسات النفطية. من خلال التغطية المستمرة والدقيقة يتمكن
الجمهور من فهم التقلبات في الأسواق النفطية وتأثيرها على الاقتصاد الوطني والدولي. كما يتيح الإعلام تفسير السياسات

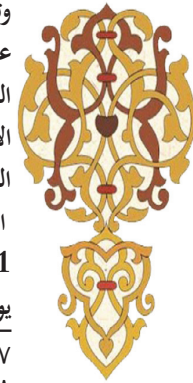
13. Sapru, R.K. (2010). Public Policy: Art and Craft of Policy Analysis.

14. عماد الدين محمد. (2013). العوامل التي أثرت على أسعار النفط العالمية

15. مالك دحام. (2011). النفط والاحتلال في العراق

16. حسني. (12 يونيو 2021). تحديات الغزو الثقافي على المجتمعات العربية: الآثار وآليات

المواجهة



الحكومية المرتبطة بالنفط مثل قرارات الإنتاج أو التوزيع وتوضيح خلفياتها الاقتصادية والسياسية مما يعزز وعي الجمهور ويُمكنه من اتخاذ مواقف قائمة على المعرفة الدقيقة والحقائق الاقتصادية. 17

يُسهم الإعلام في توسيع مدارك الجمهور حول أهمية النفط كمورد اقتصادي واستراتيجي، حيث يوفر تحليلات شاملة حول تأثير النفط على أسعار الطاقة والميزانيات الوطنية والعلاقات الاقتصادية الدولية. فالتغطية الإعلامية المتوازنة والموضوعية تسهم في بناء وعي اقتصادي يسمح للمستثمرين والمواطنين بفهم تأثيرات السياسات النفطية واتخاذ قرارات مستنيرة سواء في المجال الاستثماري أو في تقييم السياسات الحكومية.

4.2 الإعلام والتأثير على السياسة العامة والاستثمارات النفطية

يمثل الإعلام أداة فعالة للتأثير على صناعة الرأي العام وتوجيه السياسات العامة، حيث يمكن استخدامه لتعزيز دعم الجمهور لسياسات الطاقة الوطنية أو للتأثير على القرارات الحكومية عند الحاجة. كما يؤثر الإعلام بشكل مباشر على المستثمرين والأسواق المالية، إذ يعتمد المستثمرون على الأخبار والتقارير الإعلامية لتقدير المخاطر وتحليل الاتجاهات المستقبلية واتخاذ قرارات استثمارية دقيقة في قطاع النفط. 18

التحليلات الإعلامية المتعمقة توفر للجمهور معلومات واضحة حول أزمات النفط وتقلبات الأسعار بما في ذلك العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة مثل الصراعات الجيوسياسية أو تغير الطلب العالمي على النفط. هذا التفسير يساعد في تكوين مواقف واعية لدى الجمهور والمستثمرين ويُمكنهم من اتخاذ قرارات عقلانية تتعلق بالاستثمار أو التخطيط الاقتصادي. وبالإضافة إلى ذلك يمكن للإعلام أن يسلط الضوء على سياسات الإنتاج والتسعير ويقدم توقعات مستقبلية مبنية على تحليلات دقيقة مما يعزز قدرة الجمهور على فهم السياق الاقتصادي والسياسي الذي يتم فيه اتخاذ القرارات النفطية. 19

4.3 الإعلام النفطي الرقمي مقابل الإعلام التقليدي

يمثل الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي أدوات مختلفة في تأثيرها على الرأي العام والمعرفة الاقتصادية. يتميز الإعلام الرقمي بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية بسرعة نشر الأخبار وانتشارها على نطاق واسع، مع القدرة على الوصول إلى جمهور متنوع ومتفاعل. كما يسمح التفاعل المباشر مع الجمهور بقياس ردود الفعل بشكل فوري وتكييف الرسائل الإعلامية بما يتناسب مع مستوى قبولها أو اعتراض الجمهور ما يجعل صناعة الرأي العام أكثر ديناميكية وفعالية. 20

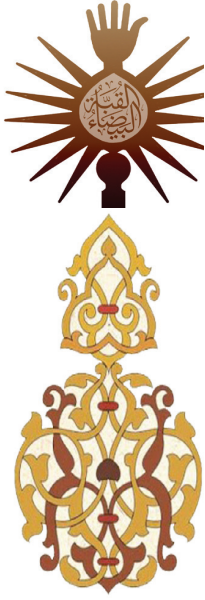
في المقابل الإعلام التقليدي والذي يشمل الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون يتميز بالمصداقية العالية والاستقرار ويعتمد على تقديم تحليلات عميقة ومعلومات دقيقة تُمكن الجمهور من فهم السياسات النفطية على المدى الطويل. تأثير الإعلام التقليدي أبطأ من الرقمي لكنه أكثر قدرة على تثبيت المواقف وبناء الثقة بين الجمهور والرسائل الإعلامية. وتتجلى الفروق العملية بين الإعلام الرقمي والتقليدي في القطاع النفطي من خلال: تغطية الأخبار الطارئة وتقلبات الأسعار على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، التي تؤثر سريعاً على توقعات المستثمرين وأسواق النفط، مقابل البرامج التحليلية في التلفزيون والصحف التي تقدم تفسيراً معمقاً للسياسات النفطية وتأثيراتها على الاقتصاد الوطني واستقرار الأسواق. كلا الشكلين يلعب دوراً مكملًا، حيث يوفر الإعلام الرقمي سرعة ومرونة في التأثير، بينما يوفر الإعلام التقليدي المصداقية والتحليل الشامل الذي يعزز وعي الجمهور على المدى الطويل.

التحديات والفرص في الإعلام النفطي

5.1 التحديات

يواجه الإعلام النفطي تحديات متعددة تؤثر على قدرته على تقديم معلومات دقيقة وموضوعية للجمهور وصانعي القرار.

- ١٧ سعود. (٢٠٢١). قول في مقال: القوة الناعمة للتعاون الثقافي الدولي
- ١٨ كولن ل. التحديات التي تواجه أمن الطاقة
- ١٩ علي خليفة. (٢٠٠٩). الطفرة النفطية الثالثة: قراءة في دواعي وحجم الطفرة وانعكاسات الأزمة المالية العالمية
- ٢٠ عصام. (٢٠٠٥). صناعة النفط والسياسة النفطية في العراق



فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (١٠) المجلد الخامس

السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م

أحد أبرز هذه التحديات هو انتشار الأخبار المغلوطة أو المضللة حول النفط، والتي قد تنتشر بسرعة عبر وسائل الإعلام التقليدية أو الرقمية، مما يؤدي إلى تشويه صورة الواقع الاقتصادي ويخلق ارتباكاً بين الجمهور والمستثمرين. هذه الأخبار المضللة قد تتعلق بتقلبات الأسعار، إنتاج النفط، أو السياسات الحكومية، وتنعكس سلباً على توقعات الأسواق والقرارات الاستثمارية.

كما يمثل الضغط السياسي والاقتصادي تحدياً رئيسياً آخر، إذ قد تتعرض وسائل الإعلام لتأثيرات من الحكومات أو الشركات الكبرى بهدف توجيه الرسائل بما يخدم مصالح محددة ما يقلل من حياد الإعلام ويؤثر على موضوعيته. إضافة إلى ذلك يعاني الإعلام النفطي أحياناً من أزمة ثقة بين الجمهور ووسائل الإعلام حيث يؤدي فقدان المصداقية إلى ضعف التأثير على الرأي العام وتراجع قدرة الإعلام على توجيه المواقف، خصوصاً في ظل زيادة المنافسة بين المصادر الإعلامية وتفشي المعلومات المضللة على الإنترنت. هذه التحديات تجعل من الضروري تبني استراتيجيات دقيقة لتعزيز المصداقية وتحسين جودة المحتوى الإعلامي لضمان تأثير فعال في الجمهور وصانعي القرار.

5.2 الفرص

بالرغم من التحديات، يوفر الإعلام النفطي فرصاً كبيرة لتعزيز الوعي العام والمشاركة المجتمعية. يمكن للإعلام أن يساهم في تعزيز معرفة الجمهور بالقضايا النفطية، بما يشمل فهم آليات الإنتاج والتوزيع، تأثير الأسعار على الاقتصاد، والسياسات النفطية الوطنية والدولية. هذه المعرفة تساعد الجمهور والمستثمرين على اتخاذ قرارات مبنية على معلومات دقيقة وتحليل موضوعي للحقائق الاقتصادية.

كما يتيح الإعلام الرقمي أداة فعالة لتعزيز المشاركة المجتمعية في القضايا الاقتصادية، من خلال تفاعل الجمهور مع الأخبار والتحليلات والتعبير عن آرائهم، مما يدعم الرقابة المجتمعية ويزيد من الشفافية في صناعة القرار. توفر التغطية الإعلامية المتخصصة لأزمات النفط وتحليل آثارها الاقتصادية والسياسية فرصة لصانعي القرار لتحسين السياسات الحكومية وتقليل المخاطر المستقبلية، حيث تساعد التحليلات الإعلامية في تقييم أبعاد الأزمات واقتراح حلول مدروسة.

يمكن أيضاً استخدام الإعلام لتسليط الضوء على الجهود الوطنية في إدارة الموارد النفطية وإبراز الإنجازات والسياسات الاستراتيجية مما يعزز ثقة الجمهور ويقوي العلاقة بين المجتمع ووسائل الإعلام. بالتالي يشكل الإعلام النفطي منصة قوية ليس فقط لنقل الأخبار بل لبناء وعي اقتصادي مستنير وتحفيز المشاركة المجتمعية ودعم السياسات الاقتصادية المستدامة. الإطار العملي للبحث:

يهدف الإطار العملي لهذا البحث إلى تحويل المفاهيم النظرية المتعلقة بالإعلام وصناعة الرأي العام في قطاع النفط إلى دراسة تطبيقية قابلة للتحليل والقياس. ويركز هذا الإطار على تقييم مدى تأثير الإعلام التقليدي والرقمي على وعي الجمهور واتجاهاته تجاه القضايا النفطية، وتحليل العلاقة بين التغطية الإعلامية ومواقف الجمهور والمستثمرين، مع التعرف على التحديات والفرص المرتبطة بالإعلام النفطي.

1. أهداف الدراسة العملية

تركز الدراسة العملية على تحقيق الأهداف التالية:

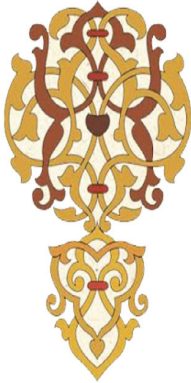
قياس تأثير الإعلام التقليدي والرقمي على وعي الجمهور بالقضايا النفطية المختلفة، بما يشمل الإنتاج، الأسعار، والسياسات الحكومية.

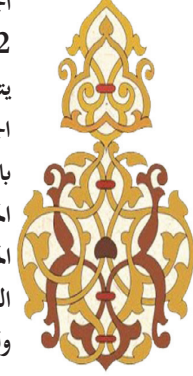
دراسة مدى تأثير الأخبار والتحليلات الإعلامية على مواقف الجمهور تجاه السياسات النفطية وتكوين الرأي العام حول هذه القضايا.

تقييم العلاقة بين التغطية الإعلامية للنفط واتجاهات المستثمرين في الأسواق النفطية، وفهم كيفية تأثيرها على القرارات الاستثمارية.

التعرف على التحديات التي تواجه الإعلام النفطي، مثل انتشار الأخبار المغلوطة، الضغوط السياسية، وأزمة الثقة بين

السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م





الجمهور ووسائل الإعلام.

2. مجتمع الدراسة وعينتها

يتكون مجتمع الدراسة من ثلاث فئات رئيسية:

الجمهور العام: المواطنون الذين يتابعون الأخبار الإعلامية المتعلقة بالنفط سواء عبر الإعلام التقليدي أو الرقمي والمهتمين بالقضايا الاقتصادية والسياسات النفطية.

المستثمرون في قطاع النفط: الأفراد أو الشركات الذين يتخذون قرارات استثمارية مرتبطة بالقطاع النفطي أو الأسواق المرتبطة به.

الصحفيون والإعلاميون: العاملون في وسائل الإعلام التقليدية والرقمية والمتخصصون في التغطية الاقتصادية والنفطية ولديهم خبرة في تقديم المعلومات والتحليلات المتعلقة بالقطاع النفطي.

حجم العينة وطريقة اختيارها

لضمان تمثيل كافٍ لكل فئة مع تقليل حجم العينة بما يتناسب مع الموارد والوقت المتاح تم تحديد العينة كما يلي:

الجمهور العام: 100-120 مشارك مع مراعاة التنوع في الفئات العمرية والتعليمية والمهنية.

المستثمرون: 25-30 مشارك من الأفراد والشركات لتقييم تأثير الإعلام على القرارات الاستثمارية.

الصحفيون والإعلاميون: 10-15 مشارك، مع التركيز على الخبراء في الإعلام النفطي أو التغطية الاقتصادية.

أسلوب اختيار العينة:

العينة العشوائية البسيطة للجمهور والمستثمرين لضمان تمثيل شامل للفئات المختلفة.

العينة المقصودة للصحفيين والإعلاميين لضمان اختيار المشاركين ذوي الخبرة المباشرة في الإعلام النفطي.

اختياري للجمهور) لتقسيم المشاركين حسب العمر أو المستوى التعليمي أو مستوى متابعة الإعلام النفطي، واختيار نسبة صغيرة من كل طبقة لضمان تنوع وجهات النظر وموضوعية النتائج.

4. أدوات جمع البيانات

يعتمد البحث على الأدوات التالية لجمع بيانات دقيقة وشاملة:

الاستبيانات: تصميم استبيان لقياس وعي الجمهور بالقضايا النفطية ومدى تأثير الإعلام على مواقفهم واتجاهاتهم الاقتصادية والاستثمارية.

المقابلات الشخصية أو الإلكترونية: مع الصحفيين والإعلاميين المتخصصين، لفهم استراتيجيات صناعة الرأي العام والتحديات التي يواجهها الإعلام النفطي.

تحليل المحتوى الإعلامي: دراسة الأخبار والتقارير والتحليلات الإعلامية المتعلقة بالنفط خلال فترة زمنية محددة، لتقييم دقة المعلومات، أسلوب التغطية، ونغمة الرسائل الإعلامية.

5. منهجية البحث

يستخدم البحث مجموعة من المناهج العلمية التي تتيح تحليل العلاقة بين الإعلام والرأي العام في القطاع النفطي:

المنهج الوصفي التحليلي: لفهم طبيعة تأثير الإعلام على وعي الجمهور ومواقفهم تجاه القضايا النفطية وربط النظرية بالتطبيق العملي.

المنهج الاستقصائي (Survey): لجمع معلومات مباشرة من الجمهور والمستثمرين حول تأثير الأخبار الإعلامية على سلوكهم واتجاهاتهم.

تحليل المحتوى (Content Analysis): لدراسة التغطية الإعلامية التقليدية والرقمية وتحليل دقتها وموضوعيتها وتأثيرها على الرأي العام والمستثمرين.

جدول توزيع العينة وأدوات جمع البيانات



فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (١٠) المجلد الخامس
السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م

ملاحظات	أداة جمع البيانات	طريقة اختيار العينة	حجم العينة	الفئة المستهدفة
تغطية فئات عمرية	استبيانات	عشوائية	100-	الجمهور العام
وتعليمية متنوعة	إلكترونية وورقية	بسيطة / طبقية	120	
يشمل أفراد وشركات	استبيانات	عشوائية	30-25	المستثمرون
للاستثمار في النفط	إلكترونية وورقية	بسيطة		الصحفيون
اختيار من لديهم خبرة	مقابلات شخصية	مقصودة	15-10	والإعلاميون
مباشرة بالإعلام النفطي	أو إلكترونية			

الاستنتاجات

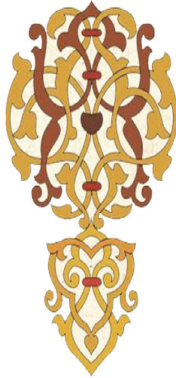
الإعلام، سواء التقليدي أو الرقمي، يلعب دورًا محوريًا في تشكيل وعي الجمهور بالقضايا النفطية ويؤثر على مواقفهم واتجاهاتهم الاقتصادية والاستثمارية. الأخبار والتحليلات الإعلامية تؤثر بشكل مباشر على اتجاهات المستثمرين وقراراتهم الاستثمارية في الأسواق النفطية خاصة عند التعامل مع معلومات دقيقة وموثوقة. الإعلام الرقمي يساهم في تسريع انتشار المعلومات وتفاعل الجمهور لكنه يواجه تحديات مرتبطة بالأخبار المضللة وضعف التحقق من المصادر. التغطية الإعلامية المتخصصة والمتوازنة تساهم في تعزيز الثقة بين الجمهور ووسائل الإعلام وتحسين القدرة على اتخاذ القرارات الاقتصادية والسياسات النفطية بشكل مستنير. التحديات المرتبطة بالإعلام النفطي مثل الضغوط السياسية والمعلومات المغلوطة تحتاج إلى استراتيجيات واضحة لضمان موضوعية الإعلام وتعزيز دوره كأداة فاعلة لتوعية الجمهور وصناعة الرأي العام. التوصيات

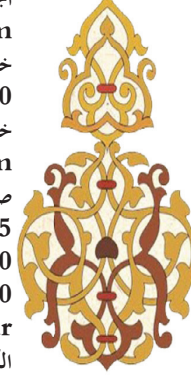
تعزيز مصداقية الإعلام النفطي من خلال تطوير معايير دقيقة للتحقق من الأخبار والمعلومات قبل نشرها. تشجيع استخدام الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي بشكل منظم لتعزيز مشاركة الجمهور في القضايا النفطية وزيادة وعيه الاقتصادي. تقديم تدريب متخصص للصحفيين والإعلاميين في مجال الإعلام النفطي لضمان دقة التحليل وموضوعية التغطية. تطوير آليات لمواجهة انتشار الأخبار المضللة والضغوط السياسية التي تؤثر على محتوى الإعلام النفطي. تشجيع التغطية الإعلامية المتوازنة والمستندة إلى البيانات لدعم سياسات الطاقة والاستثمارات النفطية وتعزيز وعي الجمهور بشكل مستدام.

المصادر العربية:

ابن منظور الأنصاري، محمد بن مكرم بن علي. أبو الفضل، جمال الدين. (1414 هـ). لسان العرب. الطبعة الثالثة، ج.6. بيروت: دار صادر. متاح على: <https://shamela.ws/book/1687>
البصري، كمال. (كانون الثاني 2016). إشكالية ثروة النفط وتداعيات الديمقراطية في العراق. المعهد العراقي للإصلاح الاقتصادي، بغداد. متاح على: <https://www.bayancenter.org/2016/01/1278/>
الجلبي، عصام. (2005). صناعة النفط والسياسة النفطية في العراق. برنامج «المستقبل العراق بعد إخماء الاحتلال»، أعمال ندوة مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت. متاح على: <https://www.amazon.com/Public-Policy-Art-Craft-Analysis/dp/8120339800>

السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م





- الجواهري، حمزة. (2007). القطاع الخاص والخصخصة في الصناعة النفطية. مجلة أبحاث عراقية، العدد 2. متاح على: <http://www.alwww.al-nnas.com/ARTICLE/Hjawahri/18oil1.htm>
- خضر، حسان. (2006). أسواق النفط العالمية. معهد التخطيط العربي بالكويت، مجلة جسر التنمية، العدد 57. متاح على: <https://www.arab-api.org/APIPublicationDetails.aspx?PublicationID=60>
- خليل، حماد. (1997). الطاقة في الخليج: تحديات وتهديدات. مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية. متاح على: <http://www.alharamain.co.uk/text/kotob/kotoba.htm>
- صالح، مظهر محمد. (2009). الربيع النفطي والاستبداد الشرقي. مجلة دراسات اقتصادية، بيت الحكمة، العدد 21، بغداد. متاح على <https://www.iraqoj.net/iasj?func=search&query=au:%22%D8%AF.%D9%85%D8%B8%D9%87%D8%B1%20%D9%85%D8%AD%D9%85%D8%AF%20%D8%B5%D8%A7%D9%84%D8%AD%20%D9%82%D8%A7%D8%B3%D9%85%22&uiLanguage=ar>
- الكواري، علي خليفة. (2009). الطفرة النفطية الثالثة: قراءة في دواعي وحجم الطفرة وانعكاسات الأزمة المالية العالمية. مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت. متاح على: <https://koha.birzeit.edu/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=54343>
- مجلة الترابط. (2011). المشروع الإصلاح الإداري العراقي في رحاب جامعة بغداد. بغداد. متاح على: <https://uobaghdad.edu.iq/?p=673>
- مجلة الحكمة. (تموز 2005). الثروة النفطية العراقية والتنمية الاقتصادية والتحول إلى الديمقراطية. العدد 40، بغداد. متاح على: <https://www.iasj.net/iasj/issue/10701>
- المزيني، عماد الدين محمد. (2013). العوامل التي أثرت على أسعار النفط العالمية. مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد 15، العدد 1. متاح على: <https://www.alazhar.edu.ps/journal/attachedFile.asp?seq1=2453>
- المعصوري، عبد علي، والجميلي، مالك دحام. (2011). النفط والاحتلال في العراق. بيروت: مركز حوراي للبحوث والدراسات الاستراتيجية. متاح على: <http://librarycatalog.bau.edu.lb/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?Bibliionumber=94300&querydesc=an%3A170375>
- المصادر الأجنبية والمصادر على الإنترنت
- Sapru, R.K. (2010). Public Policy: Art and Craft of Policy Analysis. New Delhi: Asoke K. Ghosh, PHI Learning Private Limited. متاح على: <https://www.amazon.com/Public-Policy-Art-Craft-Analysis/dp/8120339800>
- الحليمي، عبيد. (2020). تطور مفهوم القوة في العلاقات الدولية المعاصرة. المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والاقتصادية والسياسية. متاح على: <https://democraticac.de/?p=67404>
- حسن، علي. (2023). الدبلوماسية الثقافية: ذراع الحرب الناعمة الأبحج. مركز المعارف للدراسات الثقافية. متاح على: <https://almaarefcs.org/4775/339>
- شبكة النباء المعلوماتية. (2006). برامج التبادل التعليمي بين أمريكا والدول العربية: نوايا حسنة أم مصالح؟ متاح على: <https://annabaa.org/nbanews/57/304.htm>
- كاتب، سعود. (2021). قول في مقال: القوة الناعمة للتعاون الثقافي الدولي. موقع العربية. متاح على: <https://www.alarabiya.net/qafilah>
- حمدي، سمير. (2013). التلاعب بالعقول: دور الإعلام في الثورة المضادة. مجلة البيان، العدد 316. متاح على: <https://www.albayan.co.uk/MGZArticle2.aspx?ID=3164>
- اللامي، حسين. (12 يونيو 2021). تحديات الغزو الثقافي على المجتمعات العربية: الآثار وآليات المواجهة. مؤسسة الهدى للدراسات الاستراتيجية. متاح على: <https://alhudamissan.com/>
- الأميني، نور. (2018). الغزو الثقافي أو الفكري ظل أخطر بجميع المقاييس من الغزو العسكري. مجلة الداعي الشهرية، العدد 8. متاح على: <https://darululoom-deoband.com/arabicarticles/archives/4781>
- مصباح، زايد. (2024). السياسة الثقافية الأمريكية تجاه الوطن العربي: دبلوماسية ثقافية أم إمبريالية ثقافية؟ مركز دراسات الوحدة العربية. متاح على: <https://caus.org.lb>
- بول، كولن ل. التحديات التي تواجه أمن الطاقة. نشرة واشنطن، وزارة الخارجية الأمريكية. متاح على: <http://www.usinfo.state.gov/ar/archive2004Aug19-338542.htm>

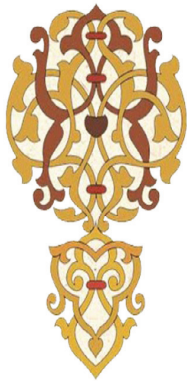


فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (١٠) المجلد الخامس

السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (١٠) المجلد الخامس
السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



Website address

White Dome Magazine
Republic of Iraq
Baghdad / Bab Al-Muadham
Opposite the Ministry of Health
Department of Research and Studies

Communications

managing editor
07739183761
P.O. Box: 33001

International standard number

ISSN3005_5830

Deposit number

In the House of Books and Documents (1127)

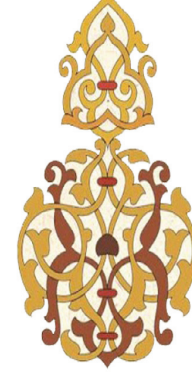
For the year 2023

e-mail

Email

off reserch@sed.gov.iq

hus65in@gmail.com



السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



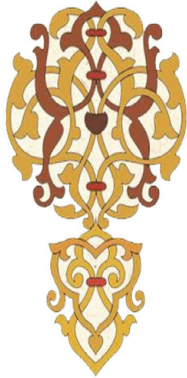


فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (١٠) المجلد الخامس

السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



General supervision the professor

Alaa Abdul Hussein Al-Qassam

Director General of the

Research and Studies Department editor

a . Dr . Sami Hammoud Haj Jassim

managing editor

Hussein Ali Muhammad Hassan Al-Hassani

Editorial staff

Mr. Dr. Ali Attia Sharqi Al-Kaabi

Mr. Dr. Ali Abdul Kanno

Mother. Dr . Muslim Hussein Attia

Mother. Dr . Amer Dahi Salman

a. M . Dr. Arkan Rahim Jabr

a. M . Dr . Ahmed Abdel Khudair

a. M . Dr . Aqeel Abbas Al-Raikan

M . Dr . Aqeel Rahim Al-Saadi

M. Dr.. Nawzad Safarbakhsh

M. Dr . Tariq Odeh Mary

Editorial staff from outside Iraq

a . Dr . Maha, good for you Nasser

Lebanese University / Lebanon

a . Dr . Muhammad Khaqani

Isfahan University / Iran

a . Dr . Khawla Khamri

Mohamed Al Sharif University / Algeria

a . Dr . Nour al-Din Abu Lihia

Batna University / Faculty of Islamic Sciences / Algeria

Proofreading

a . M . Dr. Ali Abdel Wahab Abbas

Translation

Ali Kazem Chehayeb