

---

**The public's reliance on satellite channels to receive news about the Corona Pandemic A field study on a sample of the audience of the capital, Baghdad**

Asist. Prof. Ghazwan Jabbar Mohammad, PHD

Mustansiriya University/ College of Arts - Department of Media

[ghazwanggg@yahoo.com](mailto:ghazwanggg@yahoo.com)

DOI: [10.31973/aj.v2i140.1719](https://doi.org/10.31973/aj.v2i140.1719)

**Abstract:**

The research aims to identify to which extent Iraqi people depend on satellite channels in following news of the emerging crisis of the Corona Virus Pandemic (Covid 19) that swept Iraq and the world, and since the news provided by satellite channels are the most convincing due to the fact that they are supported by audio and video materials, some satellite channels decided to shed the lights on real and unreal pieces of information related to the pandemic, such as rumors circulated in social media, and some satellite channels sought to refute them by hosting doctors through their programs and news bulletins.

Our research raises a major question about the following: to which extent Iraqi people rely on satellite channels when it comes to receiving news and information related to the emerging Corona pandemic (Covid 19) instead of other media outlets and social media platforms. About the pandemic, to which extent satellite channels have succeeded in refuting rumors about the deadly vaccine, and its ability to urge people to take the vaccine. The researcher adopted the descriptive approach with the aim of discovering the facts, describing the phenomena accurately, and determining their characteristics qualitatively or quantitatively. Among the findings of the researcher:

- 1- The people follow the news of the Corona pandemic through satellite channels, as it is a major source of information, as well as newspapers, radio stations and news websites.
- 2- Half of the people sometimes follow the news of the Corona pandemic through social media.
- 3- The Iraqi people prefer channels (the state-run television Al-Iraqiya satellite channel, Al-Arabiya satellite channel, and BBC Arabic) in following the news of the Corona pandemic, and it also depends on the Iraqi channels in the first place.
- 4- One of the most important reasons for the people's dependence on satellite channels alone in following the news of the Corona pandemic, (the speed of their transmission of news), (the transmission of news details) and (their credibility).

**Keywords:** public, satellite channels, corona epidemic

## اعتماد الجمهور على القنوات الفضائية في تلقي الأخبار بشأن وباء كورونا دراسة ميدانية على عينة من جمهور العاصمة بغداد

أ.م.د. غزوان جبار محمد

الجامعة المستنصرية - كلية الآداب - قسم الإعلام

### (مُلخَصُ البَحْث)

يهدف البحث إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور العراقي على قنوات التلفزيون الفضائية لمتابعة أخبار أزمة وباء كورونا المستجد (كوفيد ١٩) الذي اجتاحت العراق والعالم، ولما كانت الأخبار التي تقدمها القنوات الفضائية هي الأكثر تصديقاً؛ لكونها مدعومة بالصوت والصورة، ارتأت بعض القنوات الفضائية تسليط الضوء على ما يتعلق بالوباء من معلومات حقيقية وغير حقيقية مثل: الشائعات التي تداولتها وسائل التواصل الاجتماعي، وسعت بعض الفضائيات إلى تنفيذها، باستضافة أطباء عبر برامجها ونشرت أخبارها.

ويثير بحثنا هذا تساؤلاً رئيساً بشأن مدى اعتماد الجمهور على الفضائيات في تلقي الأخبار والمعلومات التي تتعلق بوباء كورونا المستجد (كوفيد ١٩) بدلاً عن وسائل الإعلام الأخرى، ووسائل التواصل الاجتماعي، وتتفرع عن هذا التساؤل الرئيس تساؤلات عدة، أهمها: ما مدى ثقة الجمهور العراقي بأخبار الفضائيات بشأن الوباء؟ ومدى نجاح الفضائيات في تنفيذ الشائعات بشأن اللقاح المميت؟ وقدرتها على حث الناس تعاطي اللقاح؟ واعتمد الباحث المنهج الوصفي بهدف اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفاً دقيقاً، وتحديد خصائصها تحديداً كيفياً أو كمياً، ومن بين النتائج التي توصل إليها الباحث:

- ١- متابعة الجمهور أخبار وباء كورونا عبر القنوات الفضائية، فهو يعتمد عليها بوصفها مصدراً رئيساً للمعلومات، فضلاً عن الصحف والاذاعات والمواقع الالكترونية الإخبارية.
- ٢- نصف الجمهور يتابعون أحياناً أخبار وباء كورونا عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- ٣- يُفضل الجمهور العراقي قنوات (العراقية الفضائية الرسمية، وقناة العربية الفضائية، وقناة BBC Arabic) لمتابعة أخبار وباء كورونا، كما يعتمد القنوات العراقية بالدرجة الأولى.
- ٤- أحد أهم أسباب اعتماد الجمهور على قنوات فضائية دون غيرها لمتابعة أخبار وباء كورونا، (سرعة نقلها للأخبار)، و(نقلها تفاصيل الأخبار)، و(مصداقيتها).

الكلمات المفتاحية: الجمهور - القنوات الفضائية - وباء كورونا

## مقدمة

تواجه المجتمعات العديد من الكوارث والأزمات التي تثير مخاوفهم وقلقهم وتهدد حياتهم ومستقبلهم، والمجتمع العراقي حاله حال المجتمعات التي واجهت وباء كورونا، تزامناً مع ما يشهده من ضعف الخدمات بما فيها الطبية، لذا تتزايد مخاوف العراقيين في ظل تفشي الوباء وانتشار الشائعات بشأنه، مما يضطر الجمهور العراقي إلى تلقي المزيد من المعلومات بشأن الوباء، اعتماداً على وسائل الإعلام الموثوقة وخصوصاً قنوات التلفزيون الفضائية، للتحقق من مصداقية ما يتلقاه من أخبار تتعلق بـ(كوفيد ١٩) وأعداد الإصابات والوفيات، فضلاً عن معلومات أخرى بشأن التطعيم ضد الوباء وما قد ينتج عنه من تأثيرات جانبية على حد قول بعض الأطباء، وأبرز تلك الشائعات، الشائعة التي نُسبت لكبار الأطباء، والتي مفادها ان كل من تعاطى اللقاح سيموت بعد سنتين، فضلاً عن شائعات انتشرت عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشأن تسبب لقاح وباء كورونا (فايزر) في العقم لدى النساء، إلى غير ذلك من الشائعات والمعلومات التي يحتاج الجمهور إلى التحقق منها.

## منهجية البحث Research Methodological

## مشكلة البحث: The Problem

المشكلة هي موقف، أو قضية، أو فكرة، أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها، (الحميد، ٢٠٠٠، صفحة ٧٠)، وبحسب المعنى التقليدي للمشكلة فهي مجموعة من الظروف التي تحتاج إلى المناقشة أو اتخاذ قرار، أما المعنى الفني للمشكلة فيتضمن، جمع البيانات وتحليلها (McMillan & Schumacher, 1984, p. 78)، وهذا هو المعنى الذي يتبناه بحثنا الحالي، الذي تكمن مشكلته في مدى قدرة القنوات الفضائية على توعية الجمهور بمخاطر وباء كورونا المستجد (كوفيد ١٩)، وحثهم على تلقي اللقاح المضاد للفيروس، وتنفيذ الشائعات بشأن اللقاح المميت، وكل ما من شأنه أن يُثير مخاوفهم، وتتعلق مشكلة هذا البحث من تساؤل رئيس بشأن مدى اعتماد الجمهور على الفضائيات في تلقي الاخبار والمعلومات التي تتعلق بوباء كورونا المستجد (كوفيد ١٩)، وتتفرع عن هذا التساؤل الرئيس تساؤلات عدة، هي:

- ١- ما مدى ثقة الجمهور العراقي بأخبار الفضائيات بشأن وباء كورونا المستجد (كوفيد ١٩)؟
- ٢- ما مدى ثقة الجمهور العراقي بوسائل الإعلام الأخرى التي تنشر، وتبث المعلومات بشأن وباء كورونا؟
- ٣- ما مدى ثقة الجمهور بوسائل التواصل الاجتماعي التي تنشر، وتبث المعلومات بشأن الوباء؟

- ٤- ما مدى مصداقية الفضائيات في تناول الأخبار والمعلومات بشأن وباء كورونا؟
- ٥- ما مدى نجاح الفضائيات في تنفيذ الشائعات بشأن اللقاح المميت؟
- ٦- ما مدى قدرة الفضائيات على حث الناس لتعاطي اللقاح؟
- ٧- هل تُغني الفضائيات الجمهور عن وسائل الإعلام الأخرى، ووسائل التواصل الاجتماعي بتقديمها معلومات تفصيلية عن وباء كورونا المستجد (كوفيد ١٩)؟
- ٨- ما الذي تسعى إليه الفضائيات أثناء تغطية أخبار وباء كورونا؟
- ٩- ما الذي تسعى إليه وسائل الإعلام الأخرى: (الصحف والإذاعات والمواقع الالكترونية الأخرى) ومواقع التواصل الاجتماعي أثناء تغطية أخبار وباء كورونا؟

### أهمية البحث: The Importance

تأتي أهمية هذا البحث من ندرة البحوث والدراسات العلمية التي تناولت أزمة وباء كورونا، لا سيما أن العالم لا زال في هول الصدمة من أعداد الإصابات والوفيات، فضلاً عن استمرار مخاطر الوباء، على الرغم من اكتشاف الأطباء لقاحاً لا زال الكثير من سكان العالم يشككون بمدى جدوى تطعيمهم به، لما يتلقونه من معلومات مختلفة بشأنه، عبر مختلف وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي، بغض النظر عن مصداقيتها، لذا يُعد هذا البحث بمثابة إضافة للمكتبة الإعلامية، ومرجعاً علمياً وعملياً للقائمين على الفضائيات، لتطوير أساليب التعامل مع الأزمات.

### أهداف البحث: The Aims

يسعى الباحث إلى تحقيق مجموعة أهداف، أهمها:

- ١- التعرف على مدى ثقة الجمهور العراقي بأخبار الفضائيات، والاعتماد عليها كمصدر مهم لتلقي الأخبار بشأن وباء كورونا المستجد (كوفيد ١٩).
- ٢- التعرف على مدى نجاح الفضائيات في تنفيذ الشائعات بشأن اللقاح المميت؟
- ٣- التعرف على مدى قدرة الفضائيات على تهدئة الرأي العام بعد انتشار الذعر، بسبب الأرقام والإحصائيات بشأن وباء كورونا.
- ٤- التعرف على مدى مصداقية الفضائيات في تناول الأخبار والمعلومات بشأن أزمة وباء كورونا؟

### منهج البحث: Research Methodology

يُعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفاً دقيقاً، وتحديد خصائصها تحديداً كميّاً أو كميّاً. ويهدف مسح الرأي العام التعرف على الآراء، والأفكار، والاتجاهات، والمفاهيم، والقيم والدوافع، والمعتقدات، والانطباعات، والتأثيرات المختلفة لدى مجموعات معينة من الجماهير، تبعاً للهدف من إجراء المسح

(الحليم، ٢٠٠٩، صفحة ١٥٢)، وتوافقاً مع مقتضيات البحث استعمل الباحث المنهج المسحي للوصول إلى النتائج المرجوة، كما استعمل المنهج التحليلي، لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، واستخلاص النتائج والاستنتاجات.

#### خامساً- مجالات البحث **The Limitations** :

##### المجال الزمني **Time Field** :

تم انجاز البحث خلال المدة الزمنية الممتدة من ٢٠٢١/٤/١٣ ولغاية ٢٠٢١/٦/٢٠.

##### المجال المكاني **Place Field** :

تم تحديده بعينة من جهور العاصمة العراقية بغداد.

#### مجتمع البحث وعينته: **Research community and sample**

بحسب موضوع البحث فإن مجتمع البحث هو الجمهور العراقي، وفي البحوث الاجتماعية ومنها بحوث الاتصال يتم اختيار عينة من مجتمع البحث بدلاً من تطبيق البحث على المجتمع بأكمله، والذي يحتاج إلى مال وجهد كبيرين، لذا تم اختيار عينة عشوائية من جمهور بغداد، وهو المجتمع الأصل، والذين تتراوح أعمارهم من (١٨ سنة فما فوق) وبلغ عدد مفردات عينة البحث (١٠٠ مبحوثاً ومبحوثة) على أساس اعتماد ثلاثة متغيرات هي: النوع، والعمر، والتحصيل العلمي.

#### أداة البحث: **Search tool**

يلجأ الباحث في هذا النوع من البحوث إلى توجيه مجموعة من الأسئلة إلى مجموعة من الأفراد، والأداة المستعملة في الحصول على البيانات في البحوث المسحية هي غالباً الاستبيان أو المقابلة (Ary, 1996, p. 427)، لذا اعتمد الباحث الاستبانة كأداة للبحث، بهدف الحصول على معلومات بيانات دقيقة من نسبة عالية من أفراد العينة، لكون الاستبيان من أهم وأدق طرق البحث وجمع البيانات وأكثرها استعمالاً في منهج البحث، والأكثر ملائمة لدراسة جمهور المتلقين.

#### نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تُمثل المعلومات مصدر قوة وتميز لمن يمتلكها اليوم ويستطيع الوصول إليها، كما يُعد الاعتماد على وسائل الإعلام ضرورة أساسية في المجتمعات الحديثة. ومع تعقد الحياة في المجتمعات الحديثة، والتقدم المستمر في تكنولوجيا وسائل الإعلام، تتزايد أهمية وسائل الإعلام في نقل المعلومات، والتي تتفاعل مع النظم الأخرى، ومن هنا وضع "ديفلير وركتيش" نموذج لتوضيح العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى الاجتماعية الأخرى، وهو ما عُرف بنظرية الاعتماد، والتي تتلخص فكرتها الأساسية بأن: "قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، سيزداد عندما تؤدي هذه الوسائل

وظائف نقل المعلومات بشكلٍ متميز، مكثف، وهذا الاحتمال ستزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع، بسبب الصراع والتغيير" (الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، ٢٠١٦، صفحة ٢٣١).

ويوحي أسم النظرية بأن العلاقة الرئيسة التي تحكمها هي علاقة الاعتماد على وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها، أو مع أحد أجزاءها، مثل: الصحف- المجلات- الراديو- التلفزيون- السينما. (مكاوي و السيد، ٢٠٠٢، صفحة ٣١٤)، وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع، زاد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، والمقصود بالاعتماد على وسائل الإعلام، اعتماد الجمهور على وسيلة معينة كمصدر عن الأحداث والقضايا المثارة، وفيما يتعلق وباء كورونا يزداد اعتماد الجمهور على قنوات التلفزيون الفضائية التي تُعد أكثر الوسائل تصديقاً لتقديمها المعلومات بالصوت والصورة، واستضافتها لمتحدثين من ذوي الاختصاص، لتوعية الناس وبت الطمأنينة في نفوسهم.

### دور الإعلام المرئي في أزمة وباء كورونا

تسعى وسائل الإعلام والفضائيات كافة إلى تقديم أكبر قدر ممكن من المعلومات إلى الجمهور بشأن وباء كورونا، كما فعلت في الكثير من الأزمات التي حدثت مُسبقاً. فوسائل الإعلام الجماهيري تؤدي دوراً مهماً في خدمة المجتمعات وإحداث التغييرات في سلوك الجمهور وأنشطته، وأُجريت بشأن ذلك الكثير من الدراسات والبحوث التي تبحث في العلاقة بين الإعلام والمجتمع، وما يمكن أن يؤديه من أدوار لخدمة المجتمع، فالعلاقة بين الإعلام والمجتمع علاقة أزلية ترتبط بالفطرة البشرية كنشاط طبيعي في الحياة اليومية (الدليمي، ٢٠١١، صفحة ٨٤)، وفي ظل الأزمة التي يشهدها وباء كورونا، يزداد التقارب بين الإعلام والمجتمع، فالجمهور يكون في أمس الحاجة لوسائل الإعلام لمعرفة الحقائق بشأن الوباء بما في ذلك الإحصائيات الخاصة بالإصابات والوفيات، فضلاً عن التحقق من الشائعات.

وفي هذه المرحلة على الإعلام أن يؤدي دوره الرئيس في توفير المعلومات وتنقيتها وتحليلها وتفسيرها، في ظل محاولات التشويش والخداع والتضارب وتحويل الانتباه، وبدء ممارسة دوره بالتنسيق مع مؤسسات إدارة الأزمة (بهنسي، ٢٠١٠، صفحة ٢٨٨)، كما ينبغي على القنوات الفضائية المحلية أن تعي جيداً أنها ليست الوحيدة في الساحة الإعلامية، فهناك آلاف القنوات الفضائية المنافسة التي تبث من جميع أنحاء العالم، وبإمكان المجتمع العراقي استقبالها متى ما شاء، فضلاً عن وسائل التواصل الاجتماعي، ووسائل الإعلام الالكترونية التي تنشر وتبث المعلومات على مدار الساعة، عبر شبكة المعلومات الدولية (الانترنت).

فالدور الذي يجب أن تؤديه وسائل الإعلام وقت الأزمات، يتطلب فورية نقل الحدث، وفهم أبعاد الأزمة وتطوراتها، والاهتمام بالتقارير والتحليلات والتعليقات الإخبارية عن الأزمة وتطوراتها، والاهتمام بالمادة الوثائقية المصاحبة للتغطية التلفزيونية، بما يُفسر أسباب الأزمة وأبعادها وتحديد كيفية التعامل معها، والبُعد عن مبدأ حجب المعلومات أو إخفائها، والوصول إلى موقع الأحداث وإجراء الحوارات مع الشهود والمسؤولين، والخبراء، فضلاً عن ضرورة تحديث وسائل العرض والاهتمام بالمادة المصورة لجذب الجمهور للتغطية التلفزيونية الوطنية، نظراً للمنافسة الشديدة من جانب وسائل الإعلام الدولية وقت الأزمات (مصطفى، ٢٠٠٩، صفحة ٣٢)؛ ولعل أزمة وباء كورونا التي اجتاحت العالم وتضاربت المعلومات بشأنها هي أكثر الأزمات التي تحتاج إلى تغطية أكبر وعملية توعية كبيرة، نظراً لطبيعة الفيروس الذي لا زال بحاجة إلى المزيد من البحث بهدف التوصل إلى العلاج الفعال له، لذا فالجمهور بحاجة إلى اكتساب الكثير من المعرفة بشأنه، وأفضل الوسائل التي تقدم ذلك هي قنوات التلفزيون الفضائية، لاسيما في ظل انتشار كم كبير من الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

وتؤدي الشائعات دوراً بارزاً في تكوين ونشأة الرأي العام، كما إن الرأي العام الصائب يؤدي دوراً مهماً في القضاء على الشائعات وأسبابها وجذورها، ونتائجها، أي ان كلا الأمرين يؤدي دوراً مهماً مع الأمر الآخر، وهذا يتوقف على مدى بلاغة الشائعة ومدى خطورتها، كما يرجع إلى وعي الجمهور المستهدف بالشائعة، وثقافته، ومعلوماته (أبو سمرة، حسين، محمد، و الملك، ٢٠١١، صفحة ٨٥)، والذي ينبغي معرفته بشكل جيد قبل توجيه الرسائل إليه. كما ينبغي أن يعي القائمون على الفضائيات العربية أن أية عملية اتصال مع الجماهير بواسطة البث التلفزيوني يكون الهدف الرئيس منها هو التأثير على الجماهير (عطوان، ٢٠١١، صفحة ١١)، وهذا يقع على عاتق القنوات الفضائية العراقية أيضاً، التي ينبغي أن يكون دورها فاعلاً ومؤثراً في توعية الرأي العام العراقي، ومدته بالمعلومات بشأن وباء كورونا، من أجل التأثير فيه بشكلٍ إيجابي.

### تفسير البيانات وتحليلها:

أولاً: توصيف البيانات الشخصية لعينة البحث:

#### ١- توزيع عينة البحث حسب النوع:

يشير الجدول رقم (١) إلى توزيع نسبة الذكور والإناث في عينة البحث، إذ يُبين أن تكرار الذكور بلغ (٥٧) بنسبة (٥٧%) من مجموع عينة البحث الكلية البالغة (١٠٠) مبحوثاً ومبحوثة في حين بلغ تكرار الإناث (٤٣) وبنسبة (٤٣%) من أصل العينة.



## جدول رقم (١) يوضح التوزيع النسبي للذكور والإناث في عينة البحث

تكرارات الذكور	النسبة %	تكرارات الإناث	النسبة %	المجموع	مجموع النسب المئوية
٥٧	%٥٧	٤٣	%٤٣	١٠٠	%١٠٠

## ٢- توزيع الفئات العمرية لعينة البحث:

حلت في المرتبة الأولى الفئة العمرية (٢٣-٢٧) ،لحصولها على أكبر عدد من التكرارات التي بلغت (٦١) بنسبة (٦١%)، تلتها في المرتبة الثانية الفئة العمرية (١٨-٢٢) ،لحصولها على (٢٠) تكراراً بنسبة (٢٠%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت الفئة العمرية (٢٨-٣٢) بمجموع تكرارات بلغت (٦) بنسبة (٦%) تلتها في المرتبة الرابعة الفئة العمرية (٤٨-٥٢) بمجموع تكرارات بلغت (٤) بنسبة (٤%)، وفي المرتبة الخامسة جاءت الفئة العمرية (٤٣-٤٧) لحصولها على (٣) تكرارات بنسبة (٣%) وفي المرتبة السادسة حلت كل من فئتي (٣٣-٣٧) و(٣٨-٤٢) لحصول كل منهما على تكرارين وبنسبة (٢%)، وفي المرتبة السابعة والأخيرة جاءت الفئتان العمريتان (٥٣-٥٧) و(٥٨- فأكثر) لحصول كل منهما على تكرار واحد بنسبة (١%)، في كما موضح في الجدول رقم (٢).

## جدول رقم (٢) يوضح توزيع الفئات العمرية لعينة البحث

المرتبة	النسبة المئوية	عدد التكرارات	الفئات العمرية
١	%٦١	٦١	(٢٣-٢٧)
٢	%٢٠	٢٠	(١٨-٢٢)
٣	%٦	٦	(٢٨-٣٢)
٤	%٤	٤	(٤٨-٥٢)
٥	%٣	٣	(٤٣-٤٧)
٦	%٢	٢	(٣٣-٣٧)
٦	%٢	٢	(٣٨-٤٢)
٧	%١	١	(٥٣-٥٧)
٧	%١	١	(٥٨- فأكثر)
٧	%١٠٠	١٠٠	المجموع

## ٣- توزيع عينة البحث حسب التحصيل العلمي:

تبين أن تكرارات فئة حملة شهادة البكالوريوس من عينة البحث بلغت (٧٠) بنسبة (٧٠%) لتحل المرتبة الأولى، تلتها في المرتبة الثانية تكرارات فئة حملة الشهادة الإعدادية من عينة البحث التي بلغت (٢١) بنسبة (٢١%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت تكرارات فئة



حملة الشهادات العليا الدكتوراه التي بلغت (٤) بنسبة (٤%)، تلتها في المرتبة الرابعة تكرارات فئة حملة شهادة الماجستير بمجموع تكرارات بلغت (٣) بنسبة (٣%)، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة جاءت فئة حملة الشهادة المتوسطة لحصولها على تكرارين بنسبة (٢%)، كما موضح في الجدول رقم (٣).

جدول رقم (٣) يوضح توزيع عينة البحث حسب التحصيل العلمي

المرتبة	النسبة المئوية	عدد التكرارات	التحصيل العلمي
١	٧٠%	٧٠	بكالوريوس
٢	٢١%	٢١	اعدادية
٣	٤%	٤	دكتوراه
٤	٣%	٣	ماجستير
٥	٢%	٢	متوسطة
٥	١٠٠%	١٠٠	المجموع

ثانياً: توصيف بيانات المشاهدة لدى عينة البحث:

#### ١- مدى متابعة المبحوثين لأخبار وباء كورونا عبر القنوات الفضائية:

يتضح من خلال بيانات عينة البحث بشأن مدى متابعة أخبار وباء كورونا عبر القنوات الفضائية، إن المبحوثين أحياناً يتابعون أخبار وباء كورونا عبر القنوات الفضائية إذ حلت الفئة أحياناً في المرتبة الأولى، بمجموع (٥٥) تكراراً وبنسبة بلغت (٥٥%) تلتها في المرتبة الثانية فئة نادراً، بمجموع تكرارات بلغت (٢٧) بنسبة (٢٧%)، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة جاءت فئة دائماً، لحصولها على (١٨) تكراراً بنسبة (١٨%) كما موضح في الجدول رقم (٤).

جدول رقم (٤) يوضح مدى متابعة عينة البحث لأخبار كورونا عبر الفضائيات

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	مدى متابعة أخبار كورونا
١	٥٥%	٥٥	أحياناً
٢	٢٧%	٢٧	نادراً
٣	١٨%	١٨	دائماً
٣	١٠٠%	١٠٠	المجموع

## ٢- مدى متابعة المبحوثين لأخبار وباء كورونا في (الصحف والاذاعات والمواقع الإلكترونية الإخبارية):

يتضح من خلال بيانات عينة البحث بشأن مدى متابعة أخبار وباء كورونا في (الصحف والاذاعات والمواقع الإلكترونية الإخبارية)، إن المبحوثين أحياناً يتابعون أخبار وباء كورونا في هذه الوسائل، إذ حلت الفئة أحياناً في المرتبة الأولى، بمجموع (٥٤) تكراراً، ونسبة بلغت (٥٤%) تلتها في المرتبة الثانية فئة دائماً، بمجموع تكرارات بلغت (٢٤) بنسبة (٢٤%)، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة جاءت فئة نادراً، لحصولها على (٢٢) تكراراً بنسبة (٢٢%) كما موضح في الجدول رقم (٥).

### جدول رقم (٥) يوضح مدى متابعة عينة البحث لأخبار كورونا في (الصحف والاذاعات والمواقع الإلكترونية الإخبارية):

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	مدى متابعة أخبار كورونا
١	%٥٤	٥٤	أحياناً
٢	%٢٤	٢٤	نادراً
٣	%٢٢	٢٢	دائماً
٣	%١٠٠	١٠٠	المجموع

### ٣- مدى متابعة المبحوثين لأخبار وباء كورونا عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

يتضح من خلال بيانات عينة البحث بشأن مدى متابعة أخبار وباء كورونا عبر وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر وغيرهما)، إن المبحوثين أحياناً يتابعون أخبار وباء كورونا عبر تلك الوسائل، إذ حلت الفئة أحياناً في المرتبة الأولى، بمجموع (٤٩) تكراراً، ونسبة بلغت (٤٩%) تلتها في المرتبة الثانية فئة دائماً، بمجموع تكرارات بلغت (٣٤) بنسبة (٣٤%)، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة جاءت فئة نادراً، لحصولها على (١٧) تكراراً بنسبة (١٧%) كما في الجدول رقم (٦).

### جدول رقم (٦) يوضح مدى متابعة المبحوثين لأخبار كورونا عبر وسائل التواصل

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	مدى متابعة أخبار كورونا
١	%٤٩	٤٩	أحياناً
٢	%٣٤	٣٤	دائماً
٣	%١٧	١٧	نادراً
٣	%١٠٠	١٠٠	المجموع

#### ٤- القنوات الفضائية التي يعتمد عليها المبحوثون أكثر كمصدر للمعلومات بشأن وباء كورونا:

يتضح من خلال بيانات عينة البحث أن المبحوثين يعتمدون القنوات الفضائية العراقية بالدرجة الأولى كمصدر للمعلومات بشأن وباء كورونا، إذ حلت في المرتبة الأولى بمجموع تكرارات بلغت (٥٢) بنسبة (٥٢%)، فيما يعتمدون القنوات الفضائية العربية بالدرجة الثانية الأولى كمصدر للمعلومات بشأن وباء كورونا، إذ حلت في المرتبة الثانية بمجموع تكرارات بلغت (٢٧) وبنسبة بلغت (٢٧%) وبالدرجة الثالثة يعتمدون القنوات الفضائية الأجنبية الناطقة باللغة العربية كمصدر للمعلومات بشأن وباء كورونا، لحصولها على (٢١) تكرارا بنسبة (٢١%) كما في الجدول رقم (٧).

جدول رقم (٧) يوضح القنوات الفضائية التي يعتمدها المبحوثون أكثر كمصدر للمعلومات

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	القنوات الفضائية
١	%٥٢	٥٢	العراقية
٢	%٢٧	٢٧	العربية
٣	%٢١	٢١	الأجنبية الناطقة باللغة العربية
٣	%١٠٠	١٠٠	المجموع

٥- أهم القنوات الفضائية العراقية التي يتابع عبرها المبحوثون الأخبار بشأن وباء كورونا: يتضح من خلال بيانات عينة البحث ان أكثر القنوات الفضائية العراقية التي يتابع عبرها المبحوثون الأخبار بشأن وباء كورونا هي: قناة العراقية الفضائية إذ حلت بالمرتبة الأولى بمجموع تكرارات بلغت (٣٣) وبنسبة (٣٣%) تلتها في المرتبة الثانية قناة السومرية بمجموع تكرارات بلغت (٢٩) بنسبة (٢٩%)، ثم حلت قناة الشرقية في المرتبة الثالثة بمجموع تكرارات بلغت (٢٢) وبنسبة (٢٢%)، فيما حصلت قناة الرشيد على (٥) تكرارات بنسبة (٥%) لتحل في المرتبة الرابعة، كما حصلت قناتي آفاق والفرات على المرتبة الخامسة لحصول كل منهما على (٣) تكرارات بنسبة (٣%) فيما حصلت قنوات آي نيوز وUTV والعهد والنعيم ودجلة على تكرار واحد بنسبة (١%) لكل منها لتحل في المرتبة السادسة والأخيرة، كما في الجدول رقم (٨).

جدول رقم (٨) يوضح القنوات الفضائية العراقية التي يتابع عبرها المبحوثون الأخبار بشأن وباء كورونا

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	القنوات الفضائية العراقية
١	٣٣%	٣٣	العراقية
٢	٢٩%	٢٩	السومرية
٣	٢٢%	٢٢	الشرقية
٤	٥%	٥	الرشيد
٥	٣%	٣	آفاق
٥	٣%	٣	الفرات
٦	١%	١	آي نيوز
٦	١%	١	UTV
٦	١%	١	العهد
٦	١%	١	النعيم
٦	١%	١	دجلة
٦	١٠٠%	١٠٠	المجموع

٦- أهم القنوات الفضائية العربية التي يتابع عبرها المبحوثون الأخبار بشأن وباء كورونا: يتضح من خلال بيانات عينة البحث أن أكثر القنوات الفضائية العربية التي يتابع عبرها المبحوثون الأخبار بشأن وباء كورونا هي قناة العربية، إذ حلت في المرتبة الأولى بمجموع تكرارات بلغت (٤٠) بنسبة (٤٠%)، تلتها في المرتبة الثانية قناة الحدث بمجموع تكرارات بلغت (٢٢) بنسبة (٢٢%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت قناة الجزيرة بمجموع تكرارات بلغت (١٨) بنسبة (١٨%) وفي المرتبة الرابعة جاءت قناة (MBC1) بمجموع تكرارات بلغت (١٣) بنسبة (١٣%) تلتها في المرتبة الخامسة قناة (LBC اللبنانية) إذ حصلت على (٤) تكرارات بنسبة (٤%)، وحلت في المرتبة السادسة والأخيرة قنوات: أبو ظبي، ودبي، والقناة الفضائية المصرية الإخبارية، لحصول كل منها على تكرار واحد وبنسبة (١%)، كما في الجدول رقم (٩).

جدول رقم (٩) يوضح القنوات الفضائية العربية التي يتابع عبرها المبحوثون الأخبار بشأن وباء كورونا

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	القنوات الفضائية العربية
١	%٤٠	٤٠	العربية
٢	%٢٢	٢٢	الحدث
٣	%١٨	١٨	الجزيرة
٤	%١٣	١٣	MBC1
٥	%٤	٤	LBC اللبنانية
٦	%١	١	أبو ظبي
٦	%١	١	دبي
٦	%١	١	القناة الفضائية المصرية الإخبارية
٦	%١٠٠	١٠٠	المجموع

٧- أهم القنوات الفضائية الأجنبية الناطقة باللغة العربية التي يتابع عبرها المبحوثون الأخبار بشأن وباء كورونا:

يتضح من خلال بيانات عينة البحث ان أكثر القنوات الفضائية الأجنبية الناطقة بالعربية التي يتابع عبرها المبحوثين الأخبار بشأن وباء كورونا هي قناة BBC Arabic إذ حصلت على (٣١) تكراراً بنسبة (٣١%)، تلتها في المرتبة الثانية قناة روسيا اليوم لحصولها على (٢٢) تكراراً بنسبة (٢٢%) وفي المرتبة الثالثة حلت قناة DW عربية لحصولها على (١٧) تكراراً بنسبة (١٧%) وفي المرتبة الرابعة جاءت قناة الحرة لحصولها على (١١) تكراراً بنسبة (١١%)، وحلت في المرتبة الخامسة قناة Sky news Arabia لحصولها (٩) تكرارات بنسبة (٩%)، وفي المرتبة السادسة جاءت قناة CNN لحصولها على (٦) تكرارات بنسبة (٦%)، وفي المرتبة السابعة والأخيرة جاءت قناة France 24 لحصولها على (٤) تكرارات بنسبة (٤%)، كما في الجدول رقم (١٠).

جدول رقم (١٠) يوضح القنوات الفضائية الأجنبية الناطقة بالعربية التي يتابع عبرها المبحوثون الأخبار بشأن وباء كورونا

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	القنوات الفضائية الأجنبية الناطقة بالعربية
١	%٣١	٣١	BBC Arabic
٢	%٢٢	٢٢	روسيا اليوم
٣	%١٧	١٧	DW عربية

٤	%١١	١١	الحرّة
٥	%٩	٩	Sky news Arabia
٦	%٦	٦	CNN
٧	%٤	٤	France 24
٧	%١٠٠	١٠٠	المجموع

٨- مدى ثقة المبحوثين بما يتلقونه من معلومات عبر القنوات الفضائية بشأن وباء كورونا؟

تبين من خلال إجابات المبحوثين أن أغلبهم يتقون إلى حد ما بما يتلقونه من معلومات عبر القنوات الفضائية بشأن وباء كورونا، إذ حلت عبارة (إلى حد ما) في المرتبة الأولى لحصولها على (٥٣) تكراراً بنسبة (٥٣%) تلتها في المرتبة الثانية عبارة (أثق) لحصولها على (٢٧) تكراراً بنسبة (٢٧%)، وفي المرتبة الثالثة حلت عبارة (لا أثق) لحصولها على (١١) تكراراً بنسبة (١١%)، فيما حلت عبارة (لا أثق أبداً) في المرتبة الرابعة لحصولها على (٦) تكرارات بنسبة (٦%)، وفي المرتبة الخامسة جاءت عبارة (أثق كثيراً) لحصولها على (٣) تكرارات بنسبة (٣%)، كما في الجدول رقم (١١).

جدول رقم (١١) يوضح مدى ثقة المبحوثين بما يتلقونه من معلومات عبر الفضائيات بشأن وباء كورونا

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	مدى ثقة المبحوثين
١	%٥٣	٥٣	إلى حد ما
٢	%٢٧	٢٧	أثق
٣	%١١	١١	لا أثق
٤	%٦	٦	لا أثق أبداً
٥	%٣	٣	أثق كثيراً
٥	%١٠٠	١٠٠	المجموع

١٠- أسباب اعتماد المبحوثين على قنوات فضائية دون غيرها لمتابعة أخبار وباء كورونا: تبين من خلال إجابات المبحوثين بشأن أسباب اعتمادهم على قنوات فضائية دون غيرها لمتابعة أخبار وباء كورونا، ان (٢٨%) يرون أن (سرعة نقلها للأخبار) أهم أسباب الاعتماد عليها، لحصولها هذه العبارة على (٢٨) تكراراً، لتتبعها في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية جاءت عبارة (تتقل تفاصيل الأخبار) لحصولها على (٢٥) تكراراً بنسبة (٢٥%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت عبارة (مصادقيتها) لحصولها على (١٩) تكراراً بنسبة (١٩%)،

وفي المرتبة الرابعة جاءت عبارة: "إنها تنقل الحقائق" لحصولها على (١٦) تكرارا بنسبة (١٦%)، وفي المرتبة الخامسة جاءت عبارة (لا تُثير مخاوف الناس) لحصولها على (١٠) تكرارات بنسبة (١٠%)، فيما حصلت عبارات أخرى أجاب عنها المبحوثون بعبارات (أسلوبها في طرح المعلومات) و(لأنها القناة الرسمية) وحصلت كل منها على تكرار واحد بنسبة (١%) لتشغل المرتبة السادس والأخيرة، كما في الجدول رقم (١٢).

جدول رقم (١٢) أسباب اعتماد المبحوثين على قنوات فضائية دون غيرها لمتابعة اخبار

#### وباء كورونا

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	أسباب الاعتماد على قنوات دون غيرها
١	٢٨%	٢٨	سرعة نقلها للأخبار
٢	٢٥%	٢٥	تنقل تفاصيل الأخبار
٣	١٩%	١٩	مصادقتها
٤	١٦%	١٦	تنقل الحقائق
٥	١٠%	١٠	لا تُثير مخاوف الناس
٦	١%	١	أسلوبها في طرح المعلومات
٦	١%	١	لأنها القناة الرسمية
٦	١٠٠%	١٠٠	المجموع

١١- كيف يرى المبحوثون التغطية الإعلامية لأخبار وباء كورونا في العراق؟

تبين من خلال إجابات المبحوثين أن (٣٦%) منهم يرون أن التغطية الإعلامية لوباء كورونا في العراق (يلفها الغموض) لحصول هذه العبارة على (٣٦) تكرارا، لتشغل المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية حلت عبارة (فيها تهويل) لحصولها على (٣٠) تكرارا بنسبة (٣٠%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت عبارة (غير متوازنة) لحصولها على (٢٠) تكرارا بنسبة (٢٠%)، وفي المرتبة الرابعة جاءت عبارة (متوازنة) لحصولها على (١٤) تكرارا بنسبة (١٤%) كما في الجدول رقم (١٣).

#### جدول رقم (١٣)

يوضح كيف يرى المبحوثون التغطية الإعلامية لأخبار وباء كورونا في العراق

المرتبة	٣٦	التكرارات	التغطية الإعلامية لأخبار وباء كورونا
١	٣٦%	٣٦	يلفها الغموض
٢	٣٠%	٣٠	فيها تهويل
٣	٢٠%	٢٠	غير متوازنة



متوازنة	١٤	%١٤	٤
المجموع	١٠٠	%١٠٠	٤

١٢- المصادر التي يتعرف من خلالها المبحوثون على تفاصيل الأخبار بشأن وباء كورونا:

تبين من خلال إجابات المبحوثين أن (٤٤%) منهم يتعرفون على تفاصيل الأخبار بشأن وباء كورونا من خلال (وسائل التواصل الاجتماعي) لحصول هذا الخيار على (٤٤) تكراراً، لتشغل بذلك وسائل التواصل الاجتماعي المرتبة الأولى كمصدر للتعرف على تفاصيل الأخبار بشأن الوباء، وفي المرتبة الثانية حل خيار (الفضائيات) لحصولها على (٢٧) تكراراً بنسبة (٢٧%)، وفي المرتبة الثالثة جاء خيار (المواقع الالكترونية الاخبارية) لحصوله على (١٣) تكراراً بنسبة (١٣%)، وفي المرتبة الرابعة جاء خيار (الأهل والأصدقاء) لحصوله على (٩) تكرارات بنسبة (٩%)، وفي المرتبة الخامسة جاء خيار (الإذاعات) لحصولها على (٤) تكرارات بنسبة (٤%)، وفي المرتبة السادسة والأخيرة جاء خيار (الصحف) لحصولها على (٣) تكرارات بنسبة (٣%)، كما في الجدول رقم (١٤).

جدول رقم (١٤) يوضح المصادر التي يتعرف من خلالها المبحوثين على تفاصيل الأخبار

#### بشأن وباء كورونا

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	مصادر التعرف على التفاصيل
١	%٤٤	٤٤	وسائل التواصل الاجتماعي
٢	%٢٧	٢٧	الفضائيات
٣	%١٣	١٣	المواقع الالكترونية الاخبارية
٤	%٩	٩	الأهل والأصدقاء
٥	%٤	٤	الإذاعات
٦	%٣	٣	الصحف
٦	%١٠٠	١٠٠	المجموع

١٣- ما تسعى إليه الفضائيات خلال تناولها أخبار وباء كورونا:

تبين من خلال إجابات المبحوثين بشأن ما تسعى إليه الفضائيات خلال تناولها أخبار وباء كورونا، ان (٥٠%) من المبحوثين يرون أن الفضائيات تسعى إلى (حث الناس على تناول اللقاح المضاد لوباء كورونا)، إذ حصلت هذه العبارة على (٥٠) تكراراً لتشغل المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية جاءت عبارة (خلق حالة من الذعر) لحصولها على (٣٧) تكراراً بنسبة (٣٧%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت عبارة (طمأنة الناس وتقنيد الشائعات) لحصولها

على (١٠) تكرارات بنسبة (١٠%)، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة جاءت عبارة (تخويف الناس من اللقاح) لحصولها على (٣) تكرارات بنسبة (٣%)، كما في الجدول رقم (١٥).  
جدول رقم (١٥) يوضح ما تسعى إليه الفضائيات خلال تناولها أخبار وباء كورونا

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	تسعى الفضائيات إلى
١	%٥٠	٥٠	حث الناس على تناول لقاح كورونا
٢	%٣٧	٣٧	خلق حالة من الذعر
٣	%١٠	١٠	طمأنة الناس وتفنيد الشائعات
٤	%٣	٣	تخويف الناس من اللقاح
٤	%١٠٠	١٠٠	المجموع

٤- ما تسعى إليه وسائل الإعلام الأخرى (الصحف والإذاعات والمواقع الإلكترونية الاخبارية) خلال تناولها أخبار وباء كورونا:

تبين من خلال إجابات المبحوثين بشأن ما تسعى إليه وسائل الإعلام الأخرى (الصحف والإذاعات والمواقع الإلكترونية الاخبارية) خلال تناولها أخبار وباء كورونا، أن (٣٨%) من المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام الأخرى (الصحف والإذاعات والمواقع الإلكترونية الاخبارية) تسعى إلى (خلق حالة من الذعر)، إذ حصلت هذه العبارة على (٣٨) تكراراً لتشغل المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية جاءت عبارة: (حث الناس على تناول اللقاح المضاد لوباء كورونا) لحصولها على (٣٣) تكراراً بنسبة (٣٣%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت عبارة: (طمأنة الناس وتفنيد الشائعات) لحصولها على (١٧) تكراراً بنسبة (١٠%)، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة جاءت عبارة: (تخويف الناس من اللقاح) لحصولها على (١٢) تكراراً بنسبة (١٢%)، كما في الجدول رقم (١٦).

جدول رقم (١٦) يوضح ما تسعى إليه وسائل الإعلام (الصحف والإذاعات والمواقع الإلكترونية الاخبارية) خلال تناولها أخبار وباء كورونا

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	تسعى وسائل الإعلام الأخرى إلى
١	%٣٨	٣٨	خلق حالة من الذعر
٢	%٣٣	٣٣	حث الناس على تناول لقاح كورونا
٣	%١٧	١٧	طمأنة الناس وتفنيد الشائعات
٤	%١٢	١٢	تخويف الناس من اللقاح
٤	%١٠٠	١٠٠	المجموع

## ١٥- ما تسعى إليه وسائل التواصل الاجتماعي خلال تناولها أخبار وباء كورونا:

تبين من خلال إجابات المبحوثين بشأن ما تسعى إليه وسائل التواصل الاجتماعي خلال تناولها أخبار وباء كورونا، أن (٤٠%) من المبحوثين يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي تسعى إلى: (خلق حالة من الذعر)، إذ حصلت هذه العبارة على (٤٠) تكراراً لتشغل المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية جاءت عبارة: (حث الناس على تناول اللقاح المضاد لوباء كورونا) لحصولها على (٢٩) تكراراً بنسبة (٢٩%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت عبارة: (طمأنة الناس وتفنيد الشائعات) لحصولها على (١٧) تكراراً بنسبة (١٧%)، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة جاءت عبارة: (تخويف الناس من اللقاح) لحصولها على (١٤) تكراراً بنسبة (١٤%)، كما في الجدول رقم (١٧).

جدول رقم (١٧) يوضح ما تسعى إليه وسائل التواصل الاجتماعي خلال تناولها أخبار

## وباء كورونا

المرتبة	٣٦	التكرارات	تسعى وسائل التواصل الاجتماعي إلى
١	%٤٠	٤٠	خلق حالة من الذعر
٢	%٢٩	٢٩	حث الناس على تناول لقاح كورونا
٣	%١٧	١٧	طمأنة الناس وتفنيد الشائعات
٤	%١٤	١٤	تخويف الناس من اللقاح
٤	%١٠٠	١٠٠	المجموع

## النتائج

- من خلال تفسير وتحليل بيانات البحث البالغة (١٠٠) والموزعين على الذكور بنسبة (٥٧%) والإناث بنسبة (٤٣%)، تبين الآتي:
- ١- إن أغلب المبحوثين يتابعون أخبار وباء كورونا أحياناً عبر القنوات الفضائية، لحصول هذه الفئة على نسبة (٥٥%) من اجابات المبحوثين.
  - ٢- إن أغلب المبحوثين يتابعون أخبار وباء كورونا أحياناً عبر الصحف والاذاعات والمواقع الالكترونية الإخبارية، لحصول هذه الفئة على نسبة (٥٤%) من اجابات المبحوثين.
  - ٣- ما يُقارب نصف المبحوثين يتابعون أخبار وباء كورونا عبر وسائل التواصل الاجتماعي، لحصول هذه الفئة على نسبة (٤٩%) من اجابات المبحوثين.
  - ٤- أغلب المبحوثين يعتمدون القنوات الفضائية العراقية بالدرجة الأولى كمصدر للمعلومات بشأن وباء كورونا، لحصولها على نسبة (٥٢%) من إجابات المبحوثين، تلتها العربية بنسبة (٢٧%) بالدرجة الثانية، والأجنبية الناطقة باللغة العربية بالدرجة الثالثة بنسبة (٢١%).

٥- أكثر ثلاث قنوات عراقية يتابع غيرها المبحوثون أخبار باء كورونا هي: العراقية بالدرجة الأولى لحصولها على نسبة (٣٣%) من اجابات المبحوثين، ثم السومرية بالدرجة الثانية بنسبة (٢٩%) والشرقية بالدرجة الثالثة بنسبة (٢٢%).

٦- أكثر ثلاث قنوات عربية يتابع غيرها المبحوثون أخبار وباء كورونا هي : العربية بالدرجة الأولى لحصولها على نسبة (٤٠%) من اجابات المبحوثين، ثم الحدث بالدرجة الثانية بنسبة (٢٢%) ، والجزيرة بالدرجة الثالثة بنسبة (١٨%).

٧- أكثر ثلاث قنوات أجنبية ناطقة باللغة العربية يتابع غيرها المبحوثون أخبار وباء كورونا هي : BBC Arabic بالدرجة الأولى لحصولها على نسبة (31%) من اجابات المبحوثين، ثم رسوا اليوم بالدرجة الثانية بنسبة (٢٢%) و DW عربية بالدرجة الثالثة بنسبة (١٧%).

٨- أغلب المبحوثين يتقون إلى حد ما بما يتلقونه من معلومات عبر القنوات الفضائية بشأن وباء كورونا، إذ حلت عبارة (إلى حد ما) بالمرتبة الأولى لحصولها على نسبة (٥٣%) من اجابات المبحوثين.

٩- تبين من خلال إجابات المبحوثين أن أحد أهم أسباب اعتماد المبحوثين على قنوات فضائية دون غيرها لمتابعة أخبار وباء كورونا، ان (٢٨%) يرون أن (سرعة نقلها للأخبار) أهم أسباب الاعتماد عليها، فضلاً عن (نقل تفاصيل الأخبار) والتي حصلت على نسبة (٢٥%)، و(مصادقتها) لحصولها على نسبة (١٩%).

١٠- يرى (٣٦%) من المبحوثين ان التغطية الإعلامية لوباء كورونا في العراق (يلفها الغموض) و(٣٠%) يرون (فيها تهويل) و(٢٠%) يرونها (غير متوازنة) و(١٤%) يرونها (متوازنة).

١١- يتعرف (٤٤%) من المبحوثين على تفاصيل الأخبار بشأن الوباء من خلال (وسائل التواصل الاجتماعي) و(٢٧%) منهم في(الفضائيات)، و(١٣%) من(المواقع الالكترونية الاخبارية) و(٩%) من(الأهل والأصدقاء) و(٤%) من(الإذاعات) و(٣%) من(الصحف).

١٢- يرى (٥٠%) من المبحوثين ان الفضائيات تسعى من خلال تناولها أخبار وباء كورونا، إلى (حث الناس على تناول اللقاح المضاد لوباء كورونا)، فيما يرى (٣٧%) منهم انها تسعى إلى (خلق حالة من الذعر) كما يرى (١٠%) منهم انها تسعى إلى (طمأنة الناس وتقنيد الشائعات) و(٣%) منهم يرون انها تسعى إلى (تخويف الناس من اللقاح).

١٣- يرى (٣٨%) من المبحوثين ان وسائل الإعلام الأخرى (الصحف، والإذاعات، والمواقع الالكترونية الاخبارية) تسعى من خلال تناولها أخبار وباء كورونا، إلى (خلق حالة من

الذعر) فيما يرى (٣٣%) انها تسعى إلى (حث الناس على تناول اللقاح المضاد لوباء كورونا)، كما يرى (١٧%) منهم انها تسعى إلى (طمأنة الناس وتقنيد الشائعات) و(١٢%) منهم يرون انها تسعى إلى (تخويف الناس من اللقاح).

١٤- يرى (٤٠%) من المبحوثين ان وسائل التواصل الاجتماعي تسعى من خلال تناولها أخبار وباء كورونا، إلى (خلق حالة من الذعر)، و(٢٩%) منهم يرون انها تسعى إلى (حث الناس على تناول اللقاح المضاد لوباء كورونا) فيما يرى (١٧%) منهم انها تسعى إلى (طمأنة الناس وتقنيد الشائعات) كما يرى (١٤%) منهم انها تسعى إلى (تخويف الناس من اللقاح).

### الاستنتاجات

استنتج الباحث الآتي:

- ١- أحياناً يتابع أغلب الجمهور العراقي أخبار وباء كورونا عبر القنوات الفضائية، فضلاً عن وسائل الإعلام الأخرى كالصحف، والاذاعات، والمواقع الالكترونية الإخبارية.
- ٢- نصف الجمهور يتابعون احياناً أخبار وباء كورونا عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- ٣- أغلب المبحوثين يعتمدون القنوات الفضائية العراقية بالدرجة الأولى كمصدر للمعلومات بشأن وباء كورونا.
- ٤- يُفضل الجمهور قنوات: العراقية الفضائية، وقناة العربية الفضائية، وقناة BBC Arabic لمتابعة أخبار وباء كورونا.
- ٥- يثق الجمهور إلى حد ما بما يتلقاه من معلومات عبر القنوات الفضائية بشأن وباء كورونا، وخصوصاً القنوات العراقية، مما يعزز ثقة الجمهور بالإعلام المرئي.
- ٦- إن أحد أهم أسباب اعتماد الجمهور على قنوات فضائية دون غيرها لمتابعة أخبار وباء كورونا، (سرعة نقلها للأخبار) و(نقلها تفاصيل الأخبار) و(مصادقتها).
- ٧- يرى نحو ثلث الجمهور ان التغطية الإعلامية لوباء كورونا في العراق (يلفها الغموض) والثلث الآخر يرى ان (فيها تهويل).
- ٨- يتعرف ما يقارب نصف الجمهور على تفاصيل الأخبار بشأن وباء كورونا من خلال (وسائل التواصل الاجتماعي) وأكثر من رُبع الجمهور يتعرف عليها عن طريق (الفضائيات).
- ٩- يرى نصف الجمهور ان القنوات الفضائية تسعى من خلال تناولها أخبار وباء كورونا، إلى (حث الناس على تناول اللقاح المضاد لوباء كورونا).
- ١٠- يرى أكثر من ثلث الجمهور ان (الصحف والإذاعات والمواقع الالكترونية الاخبارية) تسعى من خلال تناولها أخبار وباء كورونا، إلى (خلق حالة من الذعر).

١١ - يرى أكثر من ثلث الجمهور ان وسائل التواصل الاجتماعي تسعى من خلال تناولها أخبار وباء كورونا، إلى (خلق حالة من الذعر).

١٢ - يزداد الاعتماد على وسيلة معينة اكثر من غيرها في تقصي الحقائق، وهنا يزداد اعتماد الجمهور العراقي على القنوات الفضائية أكثر من وسائل الإعلام الأخرى، ووسائل التواصل الاجتماعي لمعرفة التفاصيل بشأن وباء كورونا والتحقق من الشائعات.

### التوصيات والمقترحات

يقترح الباحث ويوصي بالآتي:

- ١- أن يطور القائمون على الفضائيات أساليب التعامل مع الأزمات.
- ٢- أن يستثمر القائمون على القنوات الفضائية ثقة الجمهور بهم والذي يعتمد القنوات الفضائية كمصدر رئيس للمعلومات، وأن يعتمدوا المزيد من المصداقية والدقة والموضوعية والمهنية في تناول الأخبار التي تتعلق بوباء كورونا.
- ٣- الابتعاد عن التهويل في أعداد الوفيات بوباء كورونا؛ لأنها تثير مخاوف الجمهور، والإعلان عن الأرقام الحقيقية للوفيات بالوباء أو بسبب أمراض أخرى.
- ٤- اعتماد القنوات الفضائية على تقارير منظمة الصحة العالمية، والمؤسسات الطبية الرسمية.
- ٥- أن تواصل القنوات الفضائية تحديث أخبارها باستمرار استناداً إلى الاستنتاجات العلمية الجديدة بشأن وباء كورونا المستجد (كوفيد ١٩)، لتكسب ثقة أكبر عدد ممكن من الجمهور.
- ٦- أن تُكثف من عمليات التوعية، لتجنب الناس الإصابة بالوباء، وتحتثهم على تعاطي اللقاح.
- ٧- أن توضح باستمرار الفائدة من اللقاح، وتُفند الشائعات التي مفادها انه يؤدي إلى الوفاة بعد سنتين والتي تم الترويج لها عبر وسائل التواصل الاجتماعي وبعض وسائل الإعلام.

**المصادر:**

- أبو سمرة، خالد، محمد عبد حسين، محمد، وعبد الملك. (٢٠١١). سيكولوجية الرأي العام. عمان، الأردن: دار الرياء للنشر والتوزيع.
- بهنسي، السيد. (٢٠١٠). الإعلام وإدارة الأزمات الدولية. القاهرة، مصر: عالم الكتب.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد. (٢٠١١). الإعلام وإدارة الأزمات. عمان، الأردن: دار المسيرة.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد. (٢٠١٦). نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين. عمان - العبدلي، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- عبد الحليم، محي الدين. (٢٠٠٩). الرأي العام - مفهومه وأنواعه وعوامل تشكيله. القاهرة، مصر: مكتبة الأنجلو المصرية.
- عبد الحميد، محمد. (٢٠٠٠). مناهج البحث في الدراسات الإعلامية. القاهرة، مصر: عالم الكتب.
- عطوان، فارس (٢٠١١). الفضائيات ودورها الإعلامي. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- مصطفى، هويدا. (٢٠٠٩). الإعلام والأزمات المعاصرة. القاهرة، مصر: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- مكاوي، حسن عماد، والسيد، ليلي حسن. (٢٠٠٢). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة، مصر: الدار المصرية اللبنانية.
- Ary, D. J. (1996). Introduction to research in education (Fifth edition). New York, usa: Holt Rinehart and Winston.
- McMillan James ،and Schumacher H Sally. (1984). 2- Research in education: a conceptual introduction. Boston ،USA: Little Brown and company.