مصادر الرأي العام العراقي عن أزمة محافظة البصرة خلال عام ٢٠١٨

ا.م .د. علي عبدالهادي عبد الامير

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

البريد الإلكتروني Email : alialkarki1981@gmail.com

الكلمات المفتاحية: الرأي العام ،أزمة ،مصادر .

كيفية اقتباس البحث

عبد الامير ، علي عبدالهادي ، مصادر الرأي العام العراقي عن أزمة محافظة البصرة خلال عام ٢٠١٨،مجلة مركز بابل للدراسات الانسانية، تموز ٢٠٢٥،المجلد:١٥ ،العدد:٤ .

هذا البحث من نوع الوصول المفتوح مرخص بموجب رخصة المشاع الإبداعي لحقوق التأليف والنشر (Creative Commons Attribution) تتيح فقط للآخرين تحميل البحث ومشاركته مع الآخرين بشرط نَسب العمل الأصلي للمؤلف، ودون القيام بأي تعديل أو استخدامه لأغراض تجارية.

مفهرسة في Indexed
IASJ

مسجلة في Registered
ROAD

Iraqi public opinion sources on the Basra Governorate crisis during 2018

Asstaint Prof Dr.Ali.Abdulalhadi Alkarki
Ministry of Higher Education of Sciences

Keywords : publicopinin,cricis,source.

How To Cite This Article
Alkarki, Ali.Abdulalhadi, Iraqi public opinion sources on the Basra Governorate crisis during 2018, Journal Of Babylon Center For Humanities Studies, July 2025,Volume:15,Issue 4.

This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.

Abstract

This study seeks to identify the most important media sources that the public relies on to learn about the news, events, and developments of the Basra Governorate crisis during 2018, and the developments that it witnessed in a way that contributed to the emergence of popular protests demanding the improvement of the service and living conditions of the governorate, as it is a governorate with a major economic dimension that contributes to strengthening Iraq's financial capacity. The researcher followed the survey method as it is one of the basic methods that seek to collect information from the public to reach accurate scientific results, as the researcher used the questionnaire tool by distributing it to a representative sample of the Iraqi public amounting to (210) in three Iraqi governorates (Wasit, Kirkuk, Basra). The research reached several results represented by:

.١ All members of the research sample indicated that they constantly follow up on public opinion issues, with (64) repetitions and a percentage of (31.52)%.

2. All members of the research sample indicated that they follow up on the Basra Governorate crisis, with (203) repetitions and a percentage of 100%.
3. (118) items, at a percentage of (58.1%), indicated that materials published through new media, including news, information, and images, contribute to shaping public opinion regarding the Basra Governorate crisis to a greater extent than those published by traditional media. This is an indication of the superiority of new media over traditional media. 7. New media provides a greater opportunity to interact with the events of the Basra Governorate crisis compared to traditional media, with (129) repetitions and a percentage of (63.5%).

ملخص

تسعى هذه الدراسة الى التعرف على أهم المصادر الاعلامية التي يعتمد عليها الجمهور في معرفة اخبار واحداث وتطورات أزمة محافظة البصرة خلال عام ٢٠١٨ وما شهدته من تطورات بالشكل الذي أسهم في ظهور الاحتجاجات الشعبية للمطالبة بتحسين الواقع الخدمي والمعاشي للمحافظة بوصفها محافظة ذات بعد اقتصادي كبير يسهم في تعزيز المقدرة المالية للعراق .ولقد اتبع الباحث المنهج المسحي كونه من المناهج الأساسية التي تسعى الى جمع المعلومات من الجمهور للوصول الى نتائج علمية دقيقة ،حيث استعان الباحث بأداة الاستبانة عن طريق توزيعها على عينة ممثلة من الجمهور العراقي بلغت (٢١٠) في ثلاث محافظات عراقية (واسط، ، البصرة ،كركوك) ولقد توصل البحث الى عدة نتائج تمثلت ب:

١.اشار جميع افراد عينة البحث الى متابعة قضايا الرأي العام بصورة دائمة بواقع (٦٤) تكرار وبنسبة مئوية (٣١,٥٢)%.

٢.اشار جميع افراد عينة البحث الى متابعتهم لأزمة محافظة البصرة ب (٢٠٣) تكرار وبنسبة مئوية ١٠٠%.

٣.اشار (١١٨) مفردة وبنبة مئوية (٥٨,١%) الى ان المواد المنشورة عبر الاعلام الجديد من اخبار ومعلومات وصور تسهم في تشكيل راي عام بشان ازمة محافظة البصرة بصورة اكبر مما تنشره وسائل الاعلام التقليدية .وهذا مؤشر على تفوق الاعلام الجديد على الوسائل التقليدية .

٧.اتاحة وسائل الاعلام الجديد فرصة اكبر للتفاعل مع احداث ازمة محافظة البصرة مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية ب (١٢٩) تكرار وبنسبة مئوية (٦٣,٥%).

مقدمـــــة

تمثل وسائل الإعلام احدى الادوات الفاعلة التي يعتمد عليها الجمهور في تشكيل معرفته حول الاحداث والقضايا ذات الصلة بحياته اليومية ويبدأ بممارسة طقوسه في التماس المعلومات

والاعتماد عليها في تبني الاتجاهات ورسم الانطباعات في ذاكرته العقلية ،لذا بدأت البحوث الإعلامية بالاتجاه نحو معرفة اهم المصادر التي يعتمد عليها الجمهور بشكل عام خاصة خلال الأزمات ذات المساس بحياته اليومية فمن عادة الجماهير ان تمارس سلوكا معينا في التماس المعلومات وتبنيها ومعرفة اهم الاحداث والتطورات فكلما اشتدت الازمة ازدادت حاجة الرأي العام الى مصدر للمعلومات ومع التطورات التكنولوجية الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي وما تمارسه من وظيفة اخبارية جعلتها تمثل احدى مصادر الجمهور عن مختلف الاحداث ومنها الازمات المجتمعية . وعلى هذا الاساس جاء هذا البحث لمعرفة اهم المصادر التي تشكل معرفة الجمهور بأزمة محافظة البصرة بوصفها تعرضت لازمات عديدة واهمها ازمة الخدمات على الرغم من كونها محافظة ذات ثروة من الناحية الاقتصادية وتعد المصدر الرئيس لثروة العراق النفطية الى جانب معرفة اهم مصادر معلومات الجمهور واتجاهاته ازاء مختلف القضايا ذات الصلة بموضوع أزمة محافظة البصرة بالاعتماد على اداة الاستبيان الموزعة على عينة ممثلة من الجمهور العراقي واستخراج البيانات ومعالجتها إحصائيا وصولا الى عدد من النتائج بما يتسق مع الهدف من اجراء البحث .

الإطار المنهجي للبحث

اولا: مشكلة البحث

يتطلب تحديد مشكلة البحث تحديد النقاط الأساسية للمشكلة فضلاً عن تحديد العوامل الرئيسة التي اسهمت في اختيار الباحث لمشكلة بحثه وبذلك فان مشكلة البحث تحدد بـ **(ما هي المصادر الاعلامية التي يتبناها الرأي العام العراقي للتعرف على المعلومات المنشورة بشان الازمات المحلية ذات المساس المباشر بحياته اليومية).**

ثانيا: أهمية البحث.

تتمثل أهمية البحث الحالي في

١.يعد من البحوث في مجال الاعلام التي تهتم ببيان اهم المصادر التي يعتمد عليها الجمهور للتعرف على طبيعة تطورات الازمة المحلية وما تصاحبها من تأثيرات على حياته اليومية خاصة الازمات الخدمية في قطاعات الماء والكهرباء.

٢.اضافة في مجال البحوث الاعلامية التي انجزت بشان ازمة محافظة البصرة كونها المورد الرئيس للاقتصاد العراقي فضلا عن انها تعتبر المنفذ البحري للعراق .

ثالثا: هدف البحث

يهدف البحث إلى:.

١.بيان اهم مصادر المعلومات للرأي العام من وسائل الاعلام التقليدية والحديثة.

٢. اجراء مقارنة اولية بشان مدى اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام التقليدية ومواقع التواصل الاجتماعي بشأن التعرف على تطورات الازمات المحلية ذات المساس بحياته اليومية.

رابعا: منهج البحث وأدواته

استعان الباحث بالمنهج ألمسحي بوصفه منهجا يهتم بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم فالمنهج المسحي أسلوب في البحث يتم عن طريقه جمع المعلومات والبيانات عن ظاهرة معينة، بقصد التعرف على الظاهرة التي ندرسها وتحديد الوضع الحالي لها والتعرف على جوانب القوة والضعف فيها من أجل معرفة مدى صلاحية هذا الوضع لأحداث تغييرات جزئية أو أساسية فيه عن طريق خطوات منهجية وموضوعية مما يوفر جانبا كبيرا من الوقت والنفقات والجهد المبذول. ولأجل تحقيق أهداف هذا البحث على وفق هذا المنهج ،تمت الاستعانة بصحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات في إطار البحوث الاستكشافية الوصفية التي تهدف إلى اكتشاف ظاهرة معينة أو مجموعة من الظواهر وإلقاء المزيد من الضوء عليها أما بهدف تكوين أو تحديد مشكلة معينة بدقة قبل البدء بدراستها أو وضع مجموعة من الفروض في مشكلة محددة بغرض اختباره.

خامسا: عينة البحث

تعد العينة المتاحة من أنواع العينات غير الاحتمالية ،وتختار عن عمد بما يتناسب مع تحقيق هدف بحثي معين، إذ يقوم الباحث باختيار مفردات العينة في ضوء انطباق سمات أو خصائص معينة عليهم ،ويستبعد في ذلك الذين لا تتوافر فيهم هذه السمات ،. وفي هذا البحث تم اختيار(٢١٠) مفردة من الجمهور في محافظة **(واسط ،البصرة ، كركوك)**وفقا لهذا النوع من العينات، كون جمهور هذه المحافظات يمتلك سمات مشتركة من حيث الشعور بالأزمة والتأثيرات المحتملة سواء كانت على المستوى الاقتصادي او الاجتماعي بما يسمح في تحقيق أهداف البحث وابراز النتائج العلمية بصورة علمية دقيقة.

سادسا: أداة جمع البيانات

قام الباحث بتصميم استمارة استبيان تضمنت نوعين من الاسئلة ،الاسئلة الديموغرافية المتعلقة بأفراد عينة البحث من الجمهور العراقي والأسئلة المتعلقة بأهم المصادر من وسائل الاعلام التقليدية والحديثة التي يعتمد عليها في استقاء معلوماته بشان الازمات المحلية التي تمر بها محافظة البصرة لما تتمتع به من خصوصية اقتصادية تسهم في اثراء الاقتصاد العراقي ،وتم عرضها على مجموعة من الاساتذة من تخصص الاعلام (*) وتم تعديل الاستمارة على وفق

ملاحظاتهم بما يجعل الاستمارة قابلة للتطبيق على الجمهور المستهدف وتم احتساب نسبة الصدق والثبات بالتركيز على اعادة توزيع الاستبانة على ما يمثل (١٠%) من مجموع افراد العينة اذ بلغت (٢١) مفردة ،وتم استخراج نسبة الثبات بلغت (٨٨,٦%) وهي نسبة مقبولة من الناحية العلمية تدل على ثبات مضمون اسئلة الاستمارة الموجهة للجمهور.

سابعا: الدراسات السابقة

تمثل الدراسات السابقة الرصيد المعرفي الذي يمكن للباحث ان يلجا اليه في التعرف عن الموضوعات العلمية الاخرى المشابهة لفكرة بحثه من حيث الفكرة والمنهج والإجراءات المستخدمة في تحصيل النتائج العلمية الدقيقة ،ومن خلال الاطلاع على البحوث المنشورة في المواقع الالكترونية برز لدينا عدد من الدراسات تمثلت ب:

دراسة عبدالحميد(٢٠٢٣)

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الاعلام التقليدية والرقمية في تكوين معرفتهم لرؤية مصر (٢٠٣٠) الخاصة باستراتيجية التنمية المستدامة بمحاورها الاساسية بالإضافة الى رصد مدى ثقة الجمهور في تلك الوسائل الاعلامية، والتعرف على شكل الاستفادة منها وتحديد تأثير واتجاهات المتلقي نحوها ،ولقد توصلت الدراسة الى عدة نتائج تمثلت (عبدالحميد غ.، ٢٠٢٣) ب:.

١.تفوق وسائل الاعلام الرقمية على الوسائل التقليدية حيث تحظى باستمرارية المتابعة من الجمهور.

٢.ارتفاع نسبة معرفة العينة برؤية مصر (٢٠٣٠) مما يساعد على التأسيس المعرفي بأهمية رؤية مصر ٢٠٣٠ .

٣.اثبتت الدراسة ان كثافة التعرض اليومي للمشاهدة عبر وسائل الإعلام يساعد بشكل كبير على صياغة رسائل توعوية تؤثر في وعي الجمهور المستهدف .

دراسة المشهداني (٢٠٢٠)

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على اتجاهات مقالات قادة الراي الخليجي في صحف (الشرق الاوسط ،القبس ،الوطن العمانية ،الخليج، العرب، الوطن) ازاء ازمة محافظة البصرة لعام ٢٠١٨ باستخدام اداة تحليل المضمون للمدة من ٢٠١٨/٧/١الى ٢٠١٨/١٢/٣١ حيث توصلت الى عدة نتائج تمثلت ب:. (المشهداني، ٢٠٢٠)

١.ركزت المقالات في صحف عينة الدراسة على ابراز موقف الحكومة العراقية من خلال التركيز على اتجاه توفير الحكومة العراقية للخدمات المقدمة للمواطنين حيث حصل هذا الاتجاه على المرتبة الاولى في الفئات الفرعية بتكرار مقداره(٤٠) وبنسبة مئوية (٣١,٢٥%) من مجمل المقالات .

٢.ابرزت المقالات المطالب الشعبية للمتظاهرين والمحتجين والتي طالبت بضرورة الارتقاء بالواقع الخدمي لمحافظة البصرة فضلا عن توفير فرص العمل والعمل على تغيير الواقع الصحي ولقد حصل هذا الاتجاه على (١١٠) تكرار وبنسبة مئوية بلغت (١٥,٦%) من مجمل الاتجاهات.

دراسة محمد(٢٠١٨)

هدفت هذه الدراسة الى الكشف عن مضمون التغطية الاخبارية لوكالة (هنا الجنوب) وكيف تناولت ازمة محافظة البصرة بوصفها ازمة محلية نتج عنها عدد من التظاهرات والاحتجاجات ،ولقد توصلت الى عدد من النتائج تمثلت ب:. (محمد، ٢٠١٨)

١.اعطت وكالة (هنا الجنوب) عبر الموقع الاخباري التابع لها اهمية للصورة الصحفية كأحد عناصر الابراز في معالجة الوكالة لازمة البصرة ومن ثم مقاطع الفيديو.

٢.اعتمدت الوكالة على الخبر الصحفي في معالجتها لأزمة محافظة البصرة لغرض نقل الوقائع بصورتها السردية فضلا عن فن التقرير الصحفي المكمل للأخبار .

٣.قدمت وكالة (هنا الجنوب) تحليلات مختلفة للحلول التي تساهم في الخروج من الازمة فضلا عن إبراز التدخلات السياسية والدينية المطروحة للخروج منها.

دراسة (الخليل،٢٠١٥)

هدفت هذه الدراسة الى معرفة اعتماد جمهور مدينة الموصل العراقية الفضائية مصدرا للمعلومات عن الشأن المحلي ومعرفة اكثر الموضوعات التي يتابعها الجمهور في قناة الموصلية الفضائية ولقد توصلت الى نتائج عدة:. (الخليل، ٢٠١٥)

١.اعتمد الجمهور العراقي في مدينة الموصل على (قناة الموصل) بصورة كبيرة جدا بلغت نسبتها (٧٢%).

٢.اكثر الموضوعات التي يتابعها الجمهور العراقي هي الموضوعات الاجتماعية.

الاطار النظري للبحث

المصدر او القائم بالاتصال

يمكن الاشارة الى المصدر او القائم بالاتصال بانه مقدم الرسالة للجمهور وقد يكون اول شخص يواجه المتلقي عند مشاهدة الاخبار التلفزيونية ويؤثر تقسيم الجمهور للمصدر على ادراك المصداقية ككل وترتبط مصداقية المصدر على مرسل المعلومات وهو عادة ما يكون المؤسسة او الشخصية الاخبارية الناقلة للمعلومات (الحميد، ٢٠١٩).وقد يطلق عليه البعض المرسل (**sender**) والبعض الاخر يطلق عليه (**initiator**) او من يبادر بالاتصال وهو ما يقوم بإرسال الرسائل وهنا يجب ان نفرق بين المصدر والقائم بالاتصال (**communicator**) فأحيانا قد يكون المصدر هو نفسه القائم بالاتصال ،وفي احيان اخرى قد لا يحدث هذا في وخصوصا في حالة الاتصال الجماهيري وقد يكون المرسل شخصا او جماعات او منظمات (درويش، ٢٠١٢، صفحة ٤٨) لذا يمكن ان يصنف القائمون بالاتصال الى نوعين وفقا لمدى الاتصال وطبيعته وذلك على النحو الاتي:.

القائمون بالاتصال الجماهيري من المحترفين الذين يعملون في وسائل الاعلام المختلفة ،الصحافة والراديو والتلفزيون وفي المجالات الاتصالية المتعددة كالدعاية والاعلان والتسويق .

القائمون بالاتصال الشخصي : اي الاشخاص الذين يسهمون في توصيل الرسالة الاعلامية والتأثير في الجمهور عن طريق الاتصال المباشر ،بدلا من الاعتماد على الوسائل الاعلامية الجماهيرية (امام، ٢٠٠٤، صفحة ٧٥).ومن الاهمية بمكان الاشارة الى انه يقع على القائم بالاتصال مهمة ادارة الازمة من خلال تقديم كافة المعلومات المتاحة عن الازمة بالسرعة المطلوبة واعتماد القائم بالاتصال على مبدأ الصراحة والوضوح مع الجمهور ووسائل الاعلام سوف يحقق الكثير من الجوانب الايجابية تتمثل ب (قدري، ٢٠٠٨، صفحة ٢٦٢):.

١.اعتبار المنظمة مصدراً مسؤولا للمعلومات الموثوق بها وعدم الاعتماد على مصادر اخرى قد تقدم معلومات خاطئة او غير صحيحة ومشوهة .

٢. القضاء على الشائعات في حالة ظهورها لان تدفق المعلومات والحقائق وتوفيرها مع تكرارها بصفة منتظمة هو السبيل للقضاء على الشائعات

٣.مواجهة خصوم المنظمة ومنافسيها فقد يستغلون تأخر المنظمة في تقديم المعلومات للنيل من سمعة المنظمة .

٤.القضاء على القلق والتوتر الذي يسري بين الجماهير في اللحظات الاولى التي تعقب حدوث الازمة .

٥.اظهار المنظمة بمظهر ايجابي قوامه السيطرة على الاحداث واعتبارها اهم مصادر الانباء .

الجمهور وتعريفاته

يشير مفهوم الجمهور الى تكوين اجتماعي غير محدد الشكل يشترك أعضاؤه في مصالح نتجت بغير الاتصال الشخصي والجماهير على اختلافها تتفق عامة وهي انها ليست منظمة تنظيما رسميا او شكليا وبالرغم من انها قد تؤدي الى قيام منظمات رسمية كما ان اعضاءها لا يتصلون اتصالا مباشرا ببعضهم البعض بالرغم من اجتماعهم في صعيد واحد لإشباع هوايتهم المشتركة (محمود، ٢٠٠٩، صفحة ٢١). ويرى تعريف اخر ان الجمهور هو جمع من الناس تربطهم مصلحة أو اهتمامات مشتركة إزاء مسائل أو مواقف يثار حولها الجدل ، وهم ليسوا بالضرورة تجمعهم حدود جغرافية او طبيعة محدودة ، فالجمهور تجمع افراد كبير سواء أكانوا مجتمعين في بقعة محددة او انتشروا في مساحة واسعة وهم لا يعرفون بعضهم بعضاً شخصيا بل يستجيبون لقضية او مشكلة واحدة تجمعهم ، كما يتصف الجمهور بالوعي والادراك لمصالحه المشتركة التي تجمع بينهم وهو الذي يساعد على انبثاق رأي عام لهم نحو القضية او المسألة التي يشتركون فيها نفسها)) (البكري، ٢٠٠١، صفحة ٦٢) (والجماهير على اختلافها تتفق في صفة عامة وهي انها ليست منظمة تنظيما رسميا او شكليا وبالرغم من انها قد تؤدي الى قيام منظمات رسمية كما ان اعضاءها لا يتصلون اتصالا مباشراً ببعضهم البعض بالرغم من اجتماعهم في صعيد واحد لاجتماع هوايتهم المشتركة. ومما سبق يتضح ان الجمهور يتصف بكونه (زويلف، ٢٠٠٣، صفحة ١٠٢) .

١. جماعة وليس فردا .
٢. يتصف بالوعي والإدراك .
٣. قد يكون الجمهور مؤلفا من ثلاثة أفراد أو أكثر .
٤. ليس من الضرورة أن يكونوا مجتمعين في مكان واحد .
٥. تربطهم قضية مشتركة .
٦. يتأثرون تأثيرا جماعيا بالنسبة لبعض الأحداث.

الجانب الميداني للبحث

المحور الاول: المعلومات الديموغرافية

١- النوع الاجتماعي

جدول (١) توزيع أفراد العينة حسب النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	126	62.1
أنثى	77	37.9
المجموع	203	100.0

من خلال نتائج الجدول (١) يتبين ان عدد الذكور في (عينة البحث) كانت (١٢٦) مفردة وبنسبة مئوية (٦٢,١)% ونسبة الاناث (٧٧) مفردة وبنسبة مئوية (٣٧.٩) % مما يشير الى ان عدد الذكور كان اكثر من عدد الاناث في (عينة البحث) من افراد الجمهور العراقي .

٢- العمر

جدول (٢) توزيع أفراد العينة بحسب فئاتهم العمرية

العمر	التكرار	النسبة المئوية
١٨-٢٢	92	45.3
٢٣-٢٦	53	26.1
٢٧-٣٠	13	6.4
٣١-٣٤	12	5.9
٣٥-٣٩	12	5.9
٤٠ فما فوق	21	10.3
المجموع	203	%100

حصلت الفئة العمرية من (١٨-٢٢) بواقع (٩٢) مفردة وبنسبة مئوية بلغت (٤٥,٣) بالمرتبة الأولى بينما حصلت الفئة العمرية من (٢٣-٢٦) على (٥٣) مفردة وبنسبة مئوية (٢٦,١%) في حين حصلت الفئة العمرية من (٢٧-٣٠) وبنسبة مئوية (٦,٤) % والفئة العمرية من (٣١-٣٤) على (١٢) مفردة وبنسبة مئوية بلغت (٥,٩) تلتها الفئة العمرية من

(٣١-٣٤) ب (١٢) مفردة ايضا وبنسبة مئوية (٥,٩%) في حين حصلت الفئة العمرية من (

مدى متابعة قضايا الراي العام ؟	التكرار	النسبة المئوية
دائما	٦٤	٣١,٥٢
احياناً	١٣٩	٦٨.٤٨
ابداً	صفر	صفر
المجموع	203	100

٤١ فما فوق) على (٢١) مفردة وبنسبة مئوية بلغت (١٠,٣%)

جدول (٣) يوضح اجابات افراد العينة بشان مدى متابعة قضايا الراي العام

اشارت (٦٤) مفردة من عينة البحث بانهم دائما ما يتابعون قضايا الراي العام وبنسبة مئوية (٣١,٥٢%) في حين اشار (١٣٩) مفردة الى انهم (احيانا) ما يتابعون قضايا الراي العام وبنسبة مئوية (٦٨,٤٨) ولم يشر أي منهم الى انهم (ابدا) لا يتابعون قضايا الراي العام .

جدول (٤) اجابات أفراد العينة المبحوثة حول اهم قضايا الراي العام التي تثير اهتمامهم

اهم قضايا الراي العام التي تثير اهتمام الجمهور(عينة البحث)			المرتبة
انواع القضايا	التكرار	النسبة المئوية	
خدمية	204	25.1%	1
اقتصادية	203	25.0%	2
سياسية	202	24.9%	3
اجتماعية	20٠	25.0%	٤
المجموع	812	100.0%	

يوضح جدول (٤) جاءت القضايا الخدمية بالمرتبة الأولى ب (٢٠٤) تكرار وجاءت القضايا الاقتصادية بالمرتبة الثانية ب (٢٠٣) تكرار وجاءت القضايا السياسية بالمرتبة الثالثة ب (٢٠٢) تكرار في حين حصلت القضايا الاجتماعية على (٢٠٠) تكرار وحصلت على المرتبة الرابعة .وهذا يتفق مع ان قضية محافظة البصرة هي قضية خدمية بالأساس تحتاج إلى تنمية حقيقة في البنى التحتية الخاصة بها كونها مصدر العراق الاول من النفط من حيث الانتاج والتصدير.

جدول (٥)يوضح الوسائل الإعلامية التي يتابع من خلالها الجمهور أهم القضايا الداخلية الخاصة بالشأن العراقي

مدى متابعة الجمهور ازمه محافظة البصرة خلال الاشهر القليلة الماضية من العام(٢٠١٩)		
نعم	**التكرار**	**النسبة المئوية**
	203	**100**
لا	**٠**	**٠**
المجموع	**203**	**%100**

يبين الجدول (٥) اهم الوسائل الاعلامية التقليدية والحديثة التي يتابع من خلالها الجمهور اهم القضايا الخاصة بالشأن الداخلي حيث اشارت (٢٠) مفردة وبنسبة مئوية (٩,٩%) الى انهم يتابعون هذه القضايا من خلال وسائل الاعلام التقليدية واشارت(٧٩) مفردة وبنسبة مئوية (٣٨,٩%) الى انهم يتابعون هذه القضايا من خلال مواقع الاعلام الجديد (كالفيس بوك والتويتر واليوتيوب) في حين اشار (١٠٤) مفردة وبنسبة مئوية (٥١,٢%) الى انهم يتابعون القضايا الداخلية الخاصة بالشأن العراقي من خلال الوسائل التقليدية والأعلام الجديد مما يعطي مؤشرا الى ان الجمهور العراقي يختار الوسائل الاعلامية وفقا لحاجاته من المعلومات التي تحقق له الاشباع المعرفي الذي يمكنه في بعض الاحيان من اتخاذ القرار او يتخذ موقفا خلال ازمة معينة.

جدول (٦) يوضح مدى متابعة الجمهور العراقي (عينة البحث) لأزمة محافظة البصرة

الوسائل الإعلامية التي يتابع من خلالها الجمهور (عينة البحث) القضايا الداخلية التي تشغل الرأي العام العراقي		
وسائل الاعلام التقليدية (الصحف ،الراديو،التلفزيون)	**التكرار**	**النسبة المئوية**
	20	**9.9**
الاعلام الجديد(مواقع التواصل الاجتماعي مثل:الفيس بوك،وتويتر ،ويوتيوب)	**79**	**38.9**
وسائل الاعلام التقليدية والاعلام الجديد معا	**104**	**51.2**
المجموع	**203**	**100.0**

أشارت جميع مفردات عينة البحث ب (٢٠٣) تكرار وبنسبة مئوية (١٠٠%) الى انهم يتابعون أزمة محافظة البصرة ولم يشر اي منهم الى انه لا يتابع تلك الأزمة كونها قد حظيت بتغطية

واسعة من وسائل الإعلام التقليدية والحديثة فضلا عن استضافة عدد من البرامج على مختلف القنوات الحزبية والمستقلة لشخصيات عراقية عملت في المجال السياسي والخدمي الخاص بمحافظة البصرة للحديث عن ملف الخدمات الخاص بها .

جدول (٧) يوضح أسباب أزمة محافظ البصرة من وجهة نظر الجمهور العراقي(عينة البحث)

الأسباب الخاصة بالأزمة	التكرار	النسبة	المرتبة
ضعف مستوى أداء الأجهزة الخدمية	126	24.2%	الاولى
عدم صيانة محطات المياه بشكل دوري	98	18.8%	الثانية
عدم منح المحافظة حصتها من البترو دولار	81	15.5%	الثالثة
قلة فرص العمل في المحافظة	80	15.4%	الرابعة
قلة التخصيصات المالية للمحافظة	77	14.8%	الخامسة
عوامل خارجية سببت تلوث للمياه	59	11.3%	السادسة
المجموع	521	100.0%	

جاء سبب (ضعف مستوى اداء الأجهزة الخدمية) في **المرتبة الاولى** كأحد أسباب أزمة محافظة البصرة ب (١٢٦) تكرار وبنسبة مئوية مقدارها (٤٢.٢%) وجاء في **المرتبة الثانية** سبب(عدم صيانة محطات المياه بشكل دوري) ب(٩٨) تكرار وبنسبة مئوية(١٨.٨%) ، في حين جاء عدم منح محافظة البصرة حصتها من (البترودولار) ب(٨١) تكرار وبنسبة مئوية (١٥.٥%) بالمرتبة الثالثة وحصل سبب (قلة فرص العمل في المحافظة) على المرتبة الرابعة ب (٨٠) تكرار وبنسبة مئوية (١٥.٤%) فضلا عن أسباب أخرى تمثلت ب(قلة التخصيصات المالية للمحافظة) ب (٧٧) تكرار و (١٤.٨%) بالمرتبة الخامسة وعوامل خارجية سببت تلوث للمياه ب(٥٩) تكرار و (١١,٣%) بالمرتبة السادسة.

جدول(٨) يوضح اجابات الجمهور العراقي بشان نجاح وسائل الإعلام والتقليدية والإعلام الجديد في تقديم تصورات واضحة عن مشكلة محافظة البصرة للجمهور في باقي المحافظات العراقية

مدى نجاح وسائل الإعلام والتقليدية والاعلام الجديد في تقديم تصورات واضحة عن مشكلة محافظة البصرة للجمهور في باقي المحافظات / البدائل	التكرار	النسبة المئوية
موافق بشدة	44	21.7
موافق	113	55.7

غير موافق	16	7.9
غير موافق بشدة	14	6.9
لا رأي لي	16	7.9
المجموع	203	100.0

أشارت (٤٤) مفردة من مفردات عينة البحث الى بديل (موافق) وبنسبة مئوية (٢١,٧%) في حين أشارت (١١٣) مفردة الى بديل موافق (١١٣) وبنسبة مئويـــة(٥٥,٧%) واشارت (١٦) مفردة الى بديل غير موافق وبنسبة مئوية (٧,٩%) واشارت (١٤) مفردة الى بديل (غير موافق بشدة وبنسبة مئوية (٦,٩%) في حين أشارت (١٦) مفردة الى (لا راي لي) وبنسبة مئوية (٧,٩%) مما يشير الى وجود موافقة من قبل افراد الجمهور العراقي بشان دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة بشان تقديم التصورات عن أزمة محافظة البصرة وتكوين رأي عام حولها لدى جمهور باقي المحافظات .

جدول (٩) يوضح اجابات أفراد الجمهور العراقي (عينة البحث) بشأن مدى قدرة وسائل الإعلام التقليدية والإعلام الجديد في تحفيز المنظمات الانسانية والأفراد من العراقيين في تقديم المساعدات الى محافظة البصرة ؟

قدرة وسائل الاعلام والتقليدية والاعلام الجديد في تحفير المنظمات الانسانية والافراد من العراقيين في تقديم المساعدات الى محافظة البصرة / البدائل	التكرار	النسبة المئوية
موافق بشدة	57	28.1
موافق	103	50.7
غير موافق	16	7.9
غير موافق بشدة	13	6.4
لا رأي لي	14	6.9

يبين الجدول (٩) مدى قدرة وسائل الإعلام والتقليدية والإعلام الجديد في تحفيز المنظمات الانسانية والأفراد من العراقيين في تقديم المساعدات الى محافظة البصرة حيث أشارت (٥٧) مفردة من مفردات عينة البحث الى بديل (موافق بشدة) وبنسبة مئوية (٢٨,١%) في حين

أشارت (١٠٣) مفردة الى بديل موافق وبنسبة مئويـــة(٥٠,٧%) واشارت (١٦) مفردة الى بديل غير موافق وبنسبة مئوية (٧,٩%) وأشارت (١٣) مفردة الى غير موافق بشدة وبنسبة مئوية (٦,٤%) في حين أشارت (١٤) مفردة الى (لا راي لي) وبنسبة مئوية (٦,٩%) وهذا يشير الى وجود اتجاه موافق بشان دور وسائل الاعلام التقليدية والحديثة في تحفيز المنظمات الانسانية بشان تقديم المساعدات الإنسانية الى محافظة البصرة

جدول (١٠) يوضح مدى اسهام وسائل الاعلام التقليدية والاعلام الجديد في زيادة معرفة الجمهور عن ازمة محافظة البصرة

اسهمت وسائل الاعلام التقليدية والاعلام الجديد في زيادة معرفتي عن ازمة محافظة البصرة / البدائل	التكرار	النسبة المئوية
موافق بشدة	56	27.6
موافق	125	61.6
غير موافق	6	3.0
غير موافق بشدة	8	3.9
لا راي لي	8	3.9
المجموع	203	%100

يبين جدول (١٠) مدى اسهام وسائل الاعلام التقليدية والاعلام الجديد في زيادة معرفة الجمهور عن ازمة محافظة البصرة حيث أشارت (٥٦) مفردة من مفردات عينة البحث الى بديل (موافق بشدة) وبنسبة مئوية (٢٧,٦%) في حين أشارت (١٢٥) مفردة الى بديل موافق وبنسبة مئويـــة(٦١,٦%) وأشارت (٦) مفردات الى بديل غير موافق وبنسبة مئوية (٣%) وأشارت (٨) مفردات الى بديل غير موافق بشدة وبنسبة مئوية (٣,٩%) في حين أشارت (٨) مفردات الى (لا راي لي) وبنسبة مئوية (٣,٩%) وهذا يشير الى وجود اتجاه موافق بشان دور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في تأدية وظائفهما في نشر الوعي والمعرفة عن مجمل الأمور المتعلقة بالبنى التحتية للمحافظات بشكل عام ومحافظة البصرة بشكل خاص .

جدول (١١) يوضح اجابات أفراد الجمهور العراقي (عينة البحث) بشأن دور وسائل الاعلام التقليدية والحديثة بتعزيز الرغبة لدى الجمهور بتقديم المساعدة لأهالي محافظة البصرة من خلال المنظمات الإنسانية العراقية

عززت وسائل الاعلام الرغبة لدي بتقديم المساعدة لأهالي محافظة البصرة من خلال المنظمات الانسانية العراقية.	التكرار	النسبة المئوية
موافق بشدة	46	22.7
موافق	119	58.6
غير موافق	13	6.4
غير موافق بشدة	12	5.9
لا راي لي	13	6.4
المجموع	203	100

أشارت (٤٦) مفردة من مفردات عينة البحث الى بديل (موافق بشدة) وبنسبة مئوية (٢٢,٧%) في حين أشارت (١١٩) مفردة الى بديل موافق وبنسبة مئويـــة(٥٨,٦%) وأشارت (١٣) مفردة الى بديل غير موافق وبنسبة مئوية (٦,٤%) وأشارت (١٢) مفردات الى بديل غير موافق بشدة وبنسبة مئوية (٥,٩%) في حين أشارت (١٣) مفردة الى (لا راي لي) وبنسبة مئوية (٦,٤%) وهذا يشير الى وجود اتجاه موافق بشان دور وسائل الاعلام التقليدية والحديثة في تعزيز الرغبة لدى الجمهور .

جدول (١٢) يوضح مدى اسهام الصور التي عرضتها وسائل الاعلام التقليدية والاعلام الجديد في ترسيخ القناعة لدى الراي العام بان ازمة محافظة البصرة ازمة انسانية

الصور التي عرضتها وسائل الاعلام التقليدية والاعلام الجديد رسخت قناعة لدى الراي العام بانها ازمة انسانية البدائل	التكرار	النسبة المئوية
موافق بشدة	64	31.5
موافق	106	52.2
غير موافق	12	5.9

غير موافق بشدة	15	7.4
لا راي لي	6	3.0

أشارت (٦٤) مفردة من مفردات عينة البحث الى بديل (موافق بشدة) وبنسبة مئوية (٣١,٥%) في حين أشارت (١٠٦) مفردة الى بديل موافق وبنسبة مئويـــة(٥٢,٢%) وأشارت (١٢) مفردة الى بديل غير موافق وبنسبة مئوية (٥,٩%) وأشارت (١٥) مفردة الى بديل غير موافق بشدة وبنسبة مئوية (٧,٤%) في حين أشارت (٦) مفردات الى (لا راي لي) وبنسبة مئوية (٣%) وهذا يشير الى وجود اتجاه موافق بشان دور الصور المنقولة عن ازمة محافظة البصرة في تشكيل اتجاهات الجمهور نحوها واعتبارها أزمة انسانية تستحق بذل جهود كبيرة من الاجهزة الحكومية المعنية لتجاوزها .

جدول (١٣) يوضح اجابات أفراد الجمهور العراقي (عينة البحث) حول تمكين تغطية وسائل الاعلام التقليدية والاعلام الجديد من التعرف على جهود المرجعية الدينية في تقديم المساعدات وتوفير الخدمات للمحافظة

مكنتني تغطية وسائل الاعلام التقليدية والاعلام الجديد من التعرف على جهود المرجعية الدينية في تقديم المساعدات وتوفير الخدمات للمحافظة / البدائل	التكرار	النسبة المئوية
موافق بشدة	47	23.2
موافق	108	53.2
غير موافق	16	7.9
غير موافق بشدة	9	4.4
لا راي لي	23	11.3
المجموع	٢٠٣	١٠٠

أشارت (٤٧) مفردة من مفردات عينة البحث الى بديل (موافق بشدة) وبنسبة مئوية (٢٣,٢%) في حين أشارت (١٠٨) مفردة الى بديل موافق وبنسبة مئويـــة(٥٣,٢%) وأشارت (١٦) مفردة الى بديل غير موافق وبنسبة مئوية (٧,٩%) وأشارت (٩) مفردات الى بديل غير موافق بشدة وبنسبة مئوية (٤,٤%) في حين أشارت (٢٣) مفردة الى بديل (لا راي لي) وبنسبة مئوية (١١,٣%) وهذا يشير الى وجود اتجاه موافق بشان دور وسائل الاعلام التقليدية

والجديدة بشان توضيح جهود المرجعية الدينية في ضرورة استنفار الجهود الحكومية لمحاولة ايجاد حلول ناجعة لازمة محافظ البصرة .

جدول (١٤) يوضح اجابات الجمهور العراقي (عينة البحث) بشأن قيام وسائل الاعلام التقليدية والاعلام الجديد بالدعوة الى تفعيل اداء الاجهزة الخدمية في محافظة البصرة وتقييم عملها بشكل مستمر

ضرورة قيام وسائل الاعلام التقليدية والاعلام الجديد بالدعوة الى تفعيل اداء الاجهزة الخدمية في محافظة البصرة وتقييم عملها بشكل مستمر / البدائل	التكرار	النسبة المئوية
موافق بشدة	83	40.9
موافق	97	47.8
غير موافق	11	5.4
غير موافق بشدة	12	5.9
لا راي لي	٠	٠
المجموع	203	100.0

أشارت (٨٣) مفردة من مفردات عينة البحث الى بديل (موافق بشدة) وبنسبة مئوية (٤٠,٩%) في حين أشارت (٩٧) مفردة الى بديل موافق وبنسبة مئويـــة(٤٧,٨%) وأشارت (١١) مفردة الى بديل غير موافق وبنسبة مئوية (٥,٤%) وأشارت (١٢) مفردة الى بديل غير موافق بشدة وبنسبة مئوية (٥,٩%) في حين لم يشر اي منهم الى بديل (لا راي لي) وهذا يشير الى وجود اتجاه موافق بشان دور وسائل الاعلام التقليدية والجديدة بشان تركيز الضوء على عمل الاجهزة الخدمية ومحاولة عرض الانجازات الحقيقية المتحققة بما يسهم في توفير خدمات تعود بالنفع على جمهور محافظة البصرة

جدول (١٥) يوضح اجابات الجمهور بشان مجموعة من العبارات الخاصة بتشكيل الرأي العام بشان الخدمات

الفقرة	البدائل	موافق	محايد	معارض
يؤدي التلفزيون والصحف دورا أساسيا في تقديم قضايا الرأي ولفت انظار الجمهور اليها	ت	145	51	7
	%	٧١,٤	٢٥,١	٣,٤
المواد المنشورة عبر الاعلام الجديد من اخبار ومعلومات وصور وفيديوهات تسهم في تشكيل الراي العام بشكل اكبر من ما تنشره وسائل الاعلام التقليدية	ت	١١٨	٧٥	١٠
	%	58.1	36.9	4.9

يثق الجمهور بالمعلومات المقدمة من خلال الوسائل التقليدية مقارنة بالإعلام الجديد لوضوح مصادرها	ت	74	107	22
	%	36.5	52.7	10.8
تؤدي مواقع الفيس بوك ويوتيوب وتويتر دورا اكبر من وسائل الاعلام التقليدية في تشكيل الراي العام لدى الجمهور	ت	141	54	8
	%	69.5	26.6	3.9
تتيح وسائل الاعلام الجديد فرصة اكبر للتفاعل مع الاحداث مقارنة بالوسائل التقليدية	ت	129	62	12
	%	63.5	30.5	5.9
تسهم وسائل الاعلام الجديد في ابراز اتجاهات الجمهور نحو اداء الاجهزة الخدمية بصورة اكثر حرية من وسائل الاعلام التقليدية	ت	١١٥	٧٤	١٤
	%	٥٦.٦	٣٦,٥	٦,٩
تمتلك وسائل الاعلام التقليدية تغطية اوسع للازمة مقارنة بوسائل الاعلام الجديد	ت	٧٨	٨٥	٤٠
	%	٣٨,٤	٤١.٩	١٩,٧

١. **يؤدي التلفزيون والصحف دورا أساسيا في تقديم قضايا الرأي ولفت انظار الجمهور اليه:** اشارت (١٤٥) مفردة الى بديل موافق وبنسبة مئوية (٧١.٤ %) واشار (٥١) مفردة الى بديل محايد وبنسبة مئوية (٢٥.١%) واشارت (٧) مفردة الى بديل محايد وبنسبة مئوية بلغت (٣.٤%).

٢. **المواد المنشورة عبر الاعلام الجديد من اخبار ومعلومات وصور وفيديوهات تسهم في تشكيل الراي العام بشكل اكبر من ما تنشره وسائل الاعلام التقليدية:** اشارت (١١٨) مفردة الى بديل موافق وبنسبة مئوية (٥٨,١%) واشار (٧٥) مفردة الى بديل محايد وبنسبة مئوية (٣٦.٩%) واشارت (١٠) مفردة الى بديل محايد وبنسبة مئوية بلغت (٤.٩%).

٣. **يثق الجمهور بالمعلومات المقدمة من خلال الوسائل التقليدية مقارنة بالاعلام الجديد لوضوح مصادرها:** اشارت (٧٤) مفردة الى بديل موافق وبنسبة مئوية (٣٦.٥%) واشار (١٠٧) مفردة الى بديل محايد وبنسبة مئوية (٥٢.٧%) واشارت (٢٢) مفردة الى بديل محايد وبنسبة مئوية بلغت (١٠.٨%).

٤. **تؤدي مواقع(الفيس بوك ويوتيوب وتويتر) دور اكبر من وسائل الاعلام التقليدية في تشكيل الراي العام لدى الجمهور:** اشارت (١٤١) مفردة الى بديل موافق وبنسبة مئوية (٦٩,٥%) واشار (٥٤) مفردة الى بديل محايد وبنسبة مئوية (٢٦.٦%) واشارت (٨) مفردات الى بديل محايد وبنسبة مئوية بلغت (٣.٩%).

٥. **تتيح وسائل الاعلام الجديد فرصة اكبر للتفاعل مع الاحداث مقارنة بالوسائل التقليدية:** اشارت (١٢٩) مفردة الى بديل موافق وبنسبة مئوية (٦٣,٥%) واشارت (٦٢) مفردة الى بديل محايد وبنسبة مئوية (٣٠.٥%) واشارت (١٢) مفردات الى بديل محايد وبنسبة مئوية بلغت (٥.٩%).

٦. **تسهم وسائل الاعلام الجديد في ابراز اتجاهات الجمهور نحو اداء الاجهزة الخدمية بصورة اكثر حرية من وسائل الاعلام التقليدية:** اشارت (١١٥) مفردة الى بديل موافق وبنسبة مئوية (٥٦.٦%) واشارت (٧٤) مفردة الى بديل محايد وبنسبة مئوية (٣٦.٥%) واشارت (١٤) مفردات الى بديل محايد وبنسبة مئوية بلغت (٦.٩%).

٧. **تمتلك وسائل الاعلام التقليدية تغطية اوسع للازمة مقارنة بوسائل الاعلام الجديد:** اشارت (٧٨) مفردة الى بديل موافق وبنسبة مئوية (٣٨.٤%) واشارت (٨٥) مفردة الى بديل محايد وبنسبة مئوية (٤١.٩%) واشارت (٤٠) مفردة الى بديل محايد وبنسبة مئوية بلغت (١٩.٧%).

<u>النتائج العامة للبحث</u>

١.اشار جميع افراد عينة البحث الى متابعة قضايا الراي العام بصورة دائمة بواقع (٦٤) تكرارا وبنسبة مئوية (٣١,٥٢)%.

٢. جاءت قضية الخدمات بالمرتبة الاولى من حيث القضايا التي يتابعها الجمهور العراقي ب (٢٠٤) تكرار وبنسبة مئوية (٢٥,١%).

٣.اشار جميع افراد عينة البحث الى متابعتهم لازمة محافظة البصرة ب (٢٠٣) تكرار وبنسبة مئوية ١٠٠%.

٤.**ضعف مستوى اداء الاجهزة الخدمية** من اهم اسباب ازمة محافظة البصرة ب (١٢٦) تكرار وبنسبة مئوية (٢٤,٢%).

٥.اشار (١٠٣) مفردة الى بديل موافق بشان قدرة وسائل الاعلام التقليدية والاعلام الجديد على تحفيز المنظمات الانسانية والافراد في تقديم المساعدات الى محافظة البصرة .

٦.اشار (١١٨) مفردة وبنبة مئوية (٥٨,١%) الى ان المواد المنشورة عبر الاعلام الجديد من اخبار ومعلومات وصور تسهم في تشكيل راي عام بشان ازمة محافظة البصرة بصورة اكبر مما تنشره وسائل الاعلام التقليدية .وهذا مؤشر على تفوق الاعلام الجديد على الوسائل التقليدية .

٧.اتاحة وسائل الاعلام الجديد فرصة اكبر للتفاعل مع احداث ازمة محافظة البصرة مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية ب (١٢٩) تكرار وبنسبة مئوية (٦٣,٥%).

قائمة المصادر والمراجع

١.جودت جاسم محمد. (٢٠١٨). معالجة المواقع الاخبارية الالكترونية لازمة احداث البصرة. *مجلة كلية التراث الجامعة، ع ٣٢* .

٢.عبد المجيد قدري. (٢٠٠٨). *اتصالات الازمة وادارة الازمات*. الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة .

٣.عبدالرحيم درويش. (٢٠١٢). *مقدمة في علم الاتصال*. القاهرة: عالم الكتب.

٤.عمرو عبد الحميد. (٢٠١٩). *العداء لوسائل الاعلام التحديات المهنية واستعادة ثقة الجمهور* . القاهرة : العربي للنشروالتوزيع.

٥.عمرو محمد عبدالحميد. (٢٠١٩). *العداء لوسائل الاعلام التحديات المهنية واستعادة ثقة الجمهور*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع .

٦.غادة محمود محمد عبدالحميد. (٢٠٢٣). اعتماد الجمهر على وسائل الاعلام الرقمية والتقليدية كمصادر للمعلومات حول رؤية مصر ٢٠٣٠. *مجلة الدراسات والبحوث، ع ١١* .

٧.فتح حاتم الخليل. (٢٠١٥). *اعتماد الجمهور قناة (الموصلية) الفضائية مصدرا للمعلومات حول الشان المحلي في الموصل* . عمان : جامعة الشرق الاوسط .

٨.فؤادة البكري. (٢٠٠١). *العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال*. القاهرة: دار تهضة الشرق.

٩.منى الحديدي،سلوى امام. (٢٠٠٤). *الاعلام والمجتمع*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية .

١٠.منى سفيان لبيب ،سعد سلمان المشهداني. (٢٠٢٠). ازمة البصرة في مقالات قادة الراي الخليجي لعام ٢٠١٨. *مجلة اداب الفراهيدي*(ع ٤٠).

١١.مهدي حسن زويلف. (٢٠٠٣). *العلاقات العامة نظريات واساليب*. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

١٢.موسى احمد محمود. (٢٠٠٩). *المدخل الى الاتصال الجماهيري*. المنصورة: المكتبة العصرية.

List of Sources and References

1.Jawdat Jassim Muhammad (2018). Electronic News Websites' Response to the Basra Events Crisis. Journal of the University of Heritage College, Issue 32.

2.Abdul Majeed Qadri (2008). Crisis Communications and Crisis Management. Alexandria: Dar Al-Jami'a Al-Jadida.

3.Abdul Rahim Darwish (2012). Introduction to Communication Science. Cairo: Alam Al-Kutub.

4.Amr Abdel Hamid (2019). Hostility to the Media: Professional Challenges and Restoring Public Trust. Cairo: Al-Arabi Publishing and Distribution.

5.Amr Muhammad Abdel Hamid (2019). Hostility to the Media: Professional Challenges and Restoring Public Trust. Cairo: Al-Arabi Publishing and Distribution.

6.Ghada Mahmoud Muhammad Abdel Hamid (2023). The Public's Reliance on Digital and Traditional Media as Sources of Information about Egypt's Vision 2030. Journal of Studies and Research, Issue 11.

7.Fath Hatem Al-Khalil. (2015). The public's reliance on Al-Mosuliya satellite channel as a source of information on local affairs in Mosul. Amman: Middle East University.

8.Fouada Al-Bakri. (2001). Public Relations between Planning and Communication. Cairo: Dar Tahdat Al-Sharq.
9.Mona Al-Hadidi, Salwa Imam. (2004). Media and Society. Cairo: Dar Al-Masryia Al-Lubnaniyya.
10.Mona Sufyan Labib, Saad Salman Al-Mashhadani. (2020). The Basra Crisis in the Articles of Gulf Opinion Leaders for 2018. Adab Al-Farahidi Journal (No. 40.(
11.Mahdi Hassan Zuwailf. (2003). Public Relations: Theories and Methods. Amman: Safaa Publishing and Distribution House.
12- Musa Ahmed Mahmoud. (2009). Introduction to Mass Communication. Mansoura: Modern Library.