

دور الإعلام الأمني في دعم صورة المملكة العربية السعودية لدى الحجاج والمعتمرين والتصدي للحملات الإعلامية الموجهة من الخارج

وجدى حلمي عيد عبد الظاهر، محمد علي محمد غريب
جامعة أم القرى

ملخص البحث:

يلعب الإعلام الأمني دورًا مهمًا في مجال الأمن وتقريب المسافات ما بين الإعلام والأمن وإيصال المعلومة الأمنية وتزويد المتلقي بالمعارف الأمنية والمعلومات، كما يتيح الإعلام الأمني المعرفة التامة بالقضايا الأمنية بعيدًا عن حجب المعلومات وإخفائها. ويقوم بالدور التوعوي ويقدم النصيحة للمجتمع فيما يتعلق بإجراءات حماية الأزواج والممتلكات العامة والخاصة، وكل ما من شأنه أن يجنب المواطن من الوقوع في الجريمة، والترهيب من عواقب ارتكابها على الفرد والمجتمع. كما يؤكد الإعلام الأمني دوره وأهميته من خلال العمل على مساعدة العاملين في سلك الأمن في القيام بواجبهم ورفع روحهم المعنوية إزاء ما يقومون به من أعمال في سبيل الحفاظ على سلامة واستقرار المجتمع.

وتقف وزارة الداخلية السعودية لتحقيق غاية الأمن والسلامة لكل الحشود الكبيرة من الحجاج، وثقافات متنوعة، ولغات متعددة، ليبقى الإنجاز الأمني حاضرًا في رحلة الحج من لحظة الوصول وحتى المغادرة، كما تبقى عزيمة رجال الأمن عالية ومتجددة للتضحية، وتحمل شرف المهمة، وتكليف المسؤولية، وذلك ضمن منظومة عمل متكاملة، وتخطيط يبدأ بعد نهاية كل موسم حج.

وبناءً على ما سبق يمكن تحديد مشكلة الدراسة في " التعرف على دور الإعلام الأمني بكل أشكاله المختلفة في دعم صورة المملكة العربية السعودية لدى الحجاج والمعتمرين والتصدي للحملات الإعلامية الموجهة من الخارج وأثر ذلك على تحقيق الاستقرار والأمن والأمان تجاه الحجاج فترة الحج، وأداء مناسكهم الدينية علي أكمل وجه، بالإضافة إلى رصد العلاقة التفاعلية بين وسائل الإعلام السعودي الأمني ودرجة رضا الحجاج والمعتمرين وثقتهم نحو ما يقدمه الإعلام الأمني في دعم وتعزيز الرسالة الدينية والخدمات الأمنية التي تستهدفها وسائل الإعلام الموجهة في تشوية صورة المملكة العربية السعودية وكيفية التصدي لها، فضلاً عن توعيته بمخاطر هذه التداخلات الخارجية والحفاظ على أمن وسلامة الحجاج والمعتمرين".

وطبقت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة قوامها (٤٠٠) مفردة من جنسيات العالم الإسلامي المختلفة من الحجاج والمعتمرين وفقاً للخصائص الديموجرافية (النوع، المستوى التعليمي، السن، والحالة الاجتماعية).

نتائج الدراسة:

أولاً: أهم النتائج العامة للدراسة:

- ١- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة ٧٣% من الحجاج والمعتمرين يتابعون وسائل الإعلام السعودي الأمني في فترة الحج، وذلك لحرصهم الشديد بمعرفة كل ما هو جديد متعلق بالأمور المرتبطة بالحج، بينما أشار ٢٧% من الحجاج والمعتمرين لم يتابعوا وسائل الإعلام السعودي الأمني في فترة الحج.
- ٢- أكدت نتائج الدراسة أن من أهم أسباب متابعة المبحوثين للإعلام السعودي الأمني هي: التعرف على الأخطار التي تواجههم أثناء الازدحام في فترات الوقوف علي عرفات ورمي الجمرات بنسبة ٨٢,٢%، في حين جاءت نسبة ٧٧% يتابعونه لسلامتهم

وأمنهم، وتلاها نسبة ٧٥% منهم يتابعونه للوقاية من الحوادث والأزمات، ونسبة ٧٢% منهم يتابعونه للتعرف علي كيفية مواجهة الأزمات المختلفة وكيفية التغلب عليها، ونسبة ٥٨,٥% منهم يتابعونه لمعرفة الإستراتيجيات الأمنية والوقائية التي تضعها المملكة في فترة الحج، ونسبة ٥٥% منهم يتابعونه لتقديم معلومات حقيقية صادقة ودقيقة عن الخدمات التي تقدمها الأجهزة الأمنية في المملكة في فترة الحج، ونسبة ٤٨,٢% منهم يتابعونه بسبب الثقة في صحة المعلومات والأخبار المقدمة من خلال هذه الوسائل.

٣- أشارت نتائج الدراسة إلى أن أفراد العينة اعتمدوا بشكل كبير على المصادر الإعلامية التالية في جمع المعلومات الخاصة بالأمن والسلامة في فترة الحج، ودرجة الاعتماد عليها هي: القنوات التلفزيونية السعودية بمتوسط ٢,٦٧، شبكات التواصل الاجتماعي بمتوسط ٢,٤٧، القنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة بمتوسط ٢,٢٩، كما الصحف الإلكترونية السعودية والعربية بمتوسط ٢,٠٩، كما أكدت النتائج أيضاً أن أفراد العينة اعتمدوا بشكل ضعيف على المصادر الاعلامية التالية في جمع المعلومات الخاصة بالأمن والسلامة في فترة الحج، ودرجة الاعتماد عليها هي: القنوات الفضائية الأجنبية بمتوسط ٠,٧٧، المطبوعات الخاصة بالحج بمتوسط ٢,٣٢.

٤- أظهرت نتائج الدراسة أن من أهم اسباب عدم متابعة الحجاج والمعتمرين للإعلام السعودي الأمني هي: المبالغة في نشر الأخبار الأمنية في فترة الحج جاءت بنسبة ٦١%، كما تلاها عدم بث المعلومات الأمنية في التوقيت المناسب بنسبة ٥٢%، في حين جاء القصور في جوانب التغطية الإخبارية للأحداث الأمنية بنسبة ٤٨%، ثم تلاها عدم التخطيط الجيد للرسائل الأمنية من حيث المضمون بنسبة ٥٠%، كما جاءت صورة رجل الأمن من خلال استغلال نفوذه علي الحجاج والمعتمرين بنسبة ٣٦%، وأخيراً جاءت عدم تعاون رجال الأمن في ارشادهم وتوعيتهم للحجاج بنسبة ٢٥%.

٥- أوضحت النتائج أن نسبة ٦٩% من أفراد العينة يروا أن دور الإعلام السعودي الأمني في نشر التوعية الأمنية في فترة الحج يتمثل في صدق مضمون الخطاب الإعلامي الأمني الموجه للحجاج في إطار الشفافية، ونسبة ٦١% منهم يرون أن تقديم رسائل إعلامية تظهر التعاون والتلاحم بين قوى الأمن والحجاج، ونسبة ٥٣,٢% منهم يرون أن اختيار التوقيت المناسب لبث الرسالة الإعلامية الأمنية الموجهة، ونسبة ٤٩,٨% منهم يرون أن عدم الإساءة للأخرين باستخدام مفردات سلبية، ونسبة ٤٠% منهم يرون أن إبراز الدور الإيجابي الأمني في فترة الحج، ونسبة ٣٩% منهم يرون أن حث الحجاج على مشاركة رجال الأمن والتعاون معهم في محاربة الحملات الخارجية الموجهة من الخارج في فترة الحج، ونسبة ٣٥% يرون ضرورة التعاون والتنسيق بين الجهات الأمنية والاعلامية في إعداد خطة شاملة للتوعية الإعلامية الأمنية.

٦- أكدت نتائج الدراسة أن نسبة ٦٠,٣% من أفراد العينة يرون أن وسائل الإعلام السعودي الأمني قدمت لهم معلومات عن عدم الازدحام عند رمي الجمرات و تنظيم حركة الحشود وتوجيههم للطرق الصحيحة، ونسبة ٥٠,٦% من هم يرون أن وسائل الإعلام السعودي الأمني قدمت لهم معلومات عن تسهيل وتيسير أداء الحجاج لنسكهم في أجواء أمنة مفعمة بالروحانية، ونسبة ٤٨,٨% قدمت لهم معلومات عن عدم الافتراش في أماكن مناسك الحج، ونسبة ٤٥,٥% قدمت لهم معلومات عن الوقاية من الحرائق ومكافحتها، ونسبة ٤١,٨% قدمت لهم معلومات ارشادية عن تحديد المسارات الصحيحة لضيوف الرحمن بعدة لغات في الدخول والخروج للمسجد الحرام، ونسبة ٣٨,٢% قدمت لهم معلومات عن تقديم الخدمات الإسعافية لهم عند الحاجة، ونسبة ٣٥% قدمت لهم معلومات عن سلامة وأمن الحجاج بداية من استقبالهم في المنافذ البرية والجوية وحتى مغادرتهم لبلادهم، ونسبة ٣١,٤% قدمت لهم معلومات عن كيفية مواجهة المخاطر والأزمات.

٧- بينت نتائج الدراسة أن أكثر الأشكال الفنية التي عرضتها وسائل الإعلام السعودي للحصول على المعلومات الأمنية في فترة الحج والعمرة تمثلت في: معلومات أمنية مكتوبة بنسبة ٣٠,٣%، تلاها معلومات أمنية مسموعة بنسبة ٢٦,٢%، وجاءت المعلومات الأمنية المدعمة بالصور الفوتوغرافية بنسبة ١٩%، كما جاءت المعلومات الأمنية بالصور المرئية بنسبة ١٧,٥%، في جاءت المعلومات الأمنية مدعمة بالرسومات التوضيحية بنسبة ٧%، وتؤكد هذه النتائج علي ضعف الإعلام السعودي

الأمني في دعم معلوماته الأمنية بالصور المرئية فهي تمثل عنصر جذب للمشاهد وأكثر تأثيراً له من الأشكال الفنية الأخرى، وذلك لأن الصورة تمثل الموضوعية والمصدقية في نقل الأحداث وبخاصة أوقات الأزمات.

8- أشارت النتائج إلى أن أفراد العينة يثقون بدرجة كبيرة في وسائل الإعلام السعودي الأمني في فترة الحج والعمرة. وجاءت القنوات التلفزيونية السعودية، وشبكات التواصل الاجتماعي السعودي بدرجة ثقة كبيرة، في حين جاءت الصحف السعودية الورقية والصحف الإلكترونية السعودية بدرجة ثقة متوسطة، كما جاءت المحطات الإذاعية السعودية بدرجة ثقة ضعيفة.

9- أثبتت نتائج الدراسة أن نسبة 75,5% من أفراد العينة يرون أن دور الإعلام السعودي الأمني في التصدي للحملات الخارجية الموجهة من الخارج في فترة الحج من وجهة نظر المبحوثين لإعلام الحجاج والمعتمرين بالأحداث الجارية المتعلقة بالحج، ونسبة 69% منهم يرون أن دور الإعلام الأمني القضاء على الشائعات والفتن، ونسبة 51,5% منهم يرون أن دوره تثقيف الحجاج والمعتمرين بالدفاع الاجتماعي ضد الحملات الخارجية الموجهة من الخارج، ونسبة 44% منهم يرون أن دور استضافة قادة الرأي والمفكرين لتوضيح خطورة وأهمية الحملات الخارجية الموجهة من الخارج.

10- بينت نتائج الدراسة أن نسبة 39,5% من أفراد العينة يرون مساهمة القنوات الفضائية العربية في تكوين رأي عام عربي ضد الحملات الخارجية الموجهة من الخارج في فترة الحج إلى حد كبير، ونسبة 45,8% منهم يرون مساهمتها إلى حد ما، ونسبة 14,7% منهم يرون عدم مساهمتها.

11- انتهت نتائج الدراسة إلى أن نسبة 37,7% من أفراد العينة راضون جداً عن الإعلام السعودي الأمني في التصدي للحملات الخارجية الموجهة من الخارج في فترة الحج من وجهة نظرهم، ونسبة 43,3% منهم راضون إلى حد ما، ونسبة 19% منهم غير راضين.

ثانياً نتائج فروض الدراسة:

خلصت الدراسة إلى مجموعة النتائج أهمها:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دور الاعلام الأمني السعودي في نشر التوعية الأمنية في فترة الحج والخصائص الديموغرافية للمبحوثين في متغيري (النوع، السن)، بينما لم يثبت جزئياً في متغير التعليم.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دور الإعلام الأمني السعودي في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية السعودية في فترة الحج والخصائص الديموغرافية للمبحوثين من حيث (الفئات العمرية، والنوع)، بينما لم يثبت صحته جزئياً في التعليم.
- قبول الفرض القائل بأنه تختلف أسباب متابعة الحجاج والمعتمرين للإعلام الأمني السعودي في مواجهة الحملات الإعلامية الخارجية للمملكة باختلاف درجة متابعتهم لوسائل الإعلام الأمني السعودي جزئياً، فيما عدا تقديم معلومات وحقائق يصعب الوصول لها واستضافة خبراء ومتخصصين للرد على الشائعات والأكاذيب الموجهة من الخارج.
- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة المبحوثين في وسائل الإعلام الأمني السعودي لتناولها أحداث الحج والمصادر الإعلامية التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات.
- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين ثقة المبحوثين في وسائل الإعلام الأمني السعودي في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية السعودية في فترة الحج ودرجة متابعتهم لهذه الوسائل.
- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دور الاعلام الأمني السعودي في مواجهة الحملات الإعلامية الخارجية للمملكة من وجهة نظر الحجاج والمعتمرين ودرجة الرضا عن هذه الوسائل.
- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دور الاعلام الأمني السعودي في تحقيق أهداف المملكة العربية السعودية في مواجهة الحملات الإعلامية الخارجية للمملكة لها وأسباب عدم التأثير لمواجهة هذه الحملات الخارجية على وسائل الإعلام العربية.

في ظل التطورات الهائلة التي شهدتها العالم منذ أواخر القرن العشرين حتى الآن خاصة في مجال الاتصال وتكنولوجيا المعلومات أصبح العالم قرية كونية صغيرة لا يمكن فصلها إعلامياً، فقد أصبحنا نعيش عصر الأقمار الصناعية وما تنقله من معلومات وأخبار، وما أحدثته من تقارب ثقافي ومعرفي أتاح اطلاع الفرد على أحداث العالم حين حدوثها، مما زاد تأثير الإعلام ووسائله وقدرته على الهيمنة على الأفراد والمجتمعات^(١).

والأمن لا يقل أهمية عن الإعلام فهو من الاحتياجات الأساسية للفرد والمجتمع، فقد اتسع تأثير الإعلام ليشمل كل جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية، والسياسية، والبيئية، والثقافية، والوطنية. ومع التطور في المجتمعات كان لابد أن ينشأ مفهوم جديد يساير التقدم الذي حدث في المجال الأمني، هذا من الجانب الأمني، أما جانب الإعلام فقد اعتراه التطور الكبير أيضاً، الأمر الذي أدى إلى زيادة التدفق الإعلامي عبر الوسائل المختلفة التي تنقل الأخبار لاسيما الأمنية فتعددت المصادر الخاصة به^(٢).

ويلعب الإعلام الأمني دوراً مهماً في مجال الأمن وتقريب المسافات ما بين الإعلام والأمن وإيصال المعلومة الأمنية وتزويد المتلقي بالمعارف الأمنية والمعلومات، كما يتيح الإعلام الأمني المعرفة التامة بالقضايا الأمنية بعيداً عن حجب المعلومات وإخفائها. ويقوم بالدور التوعوي ويقدم النصيحة للمجتمع فيما يتعلق بإجراءات حماية الأرواح والممتلكات العامة والخاصة، وكل ما من شأنه أن يجنب المواطن من الوقوع في الجريمة، والترهيب من عواقب ارتكابها على الفرد والمجتمع، كما يؤكد الإعلام الأمني دوره وأهميته من خلال العمل على مساعدة العاملين في سلك الأمن في القيام بواجبهم ورفع روحهم المعنوية إزاء ما يقومون به من أعمال في سبيل الحفاظ على سلامة واستقرار المجتمع^(٣). وأصبح الإعلام في عصر العولمة- وبفضل التطور التكنولوجي الهائل في المجالات الاتصالية المختلفة -يشغل موقعاً مركزياً في الإستراتيجيات والسياسات والاقتصاديات للنظام الجديد الذي بدأ يتشكل في العقدين الأخيرين من القرن العشرين، والمنظومة الإعلامية أصبحت تنافس المؤسسات التربوية والتعليمية في تلقين النشء والأجيال الجديدة أنماط سلوكية ومعرفية مختلفة^(٤).

وتعتبر عملية نشر المعلومات الأمنية أحد المهام التي تقوم بها وسائل الاتصال الجماهيرية للتأثير على المعرفة والفهم والوعي الأمني لدى الجمهور المتلقي، ولذلك تستطيع وسائل الاتصال الجماهيرية أن تقدم كثير من الإرشادات والتوجيهات التوعوية الأمنية للمواطنين، وبخاصة في المخاطر والأزمات^(٥).

وبناءً على ما سبق فإن استخدام وسائل الإعلام والتكنولوجيا الحديثة للتوعية الأمنية للحجاج في أداء مناسك حجهم وإرشادهم لما يسهل عليهم هذا الحج ويوفر لهم قدرًا كبيرًا من السلامة والأمن أثناء الأزمات -لا قدر الله -منذ مغادرتهم لبلادهم وحتى عودتهم إليها بسلام وأمان، وحيث إن ثقافة التعامل مع الحشود من جانب الحجاج تكاد تكون مفقودة إضافة إلى تباين الخلفيات الاجتماعية والعيادات والتقاليد بين الحجاج القادمين من دول مختلفة ، لذا ينبغي أن تهتم بتوعية الحشود أمنياً في مسار مواز لتقديم الخدمة ذاتها وذلك لاعتبارات عدة^(٦):

١- طبيعة الحشود وما ينتاب الإنسان فيها من توتر وخوف على نفسه وتحفظ في السلوك والتصرف.

(١) Michael, P. & Sulltivan, International Relation, Theories and evidence (Arizona & University, Arizona ٢٠٠١) p. ١٢٠.

(٢) إسماعيل سلمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني (الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢) ص ٩-١٠.

(٣) إسماعيل سلمان أبو جلال، مرجع سابق، ص ١٠-١١.

(٤) إيناس أبو يوسف، الصورة الذهنية لرجل الأمن، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد الرابع أكتوبر. ديسمبر ٢٠٠١) ص ١.

(٥) Phillip Davison, "Mass Media System and Effects", (New York: CBS, College Publishing Co., ١٩٨٢) P. ١٨٤.

(٦) محمد بن علي الشريف، محمد جاهين، مدى فعالية اللوحات الإرشادية والتوعوية للحشود في المنطقة المركزية والمشاعر المقدسة السعودية، مكة المكرمة، جامعة أم القرى، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج، ١٤٣٠ هـ ص ٤.

- ٢- الزحام وما يصاحبه من ضغط نفسي وتوتر عصبي يؤدي إلى رد فعل سلبي.
- ٣- المواقف والظروف الطارئة التي من الوارد أن يتعرض لها أي حاج ومعتمر والتصرفات الملائمة لهذه المواقف والظروف الطارئة حتى يؤمن لنفسه ولمصاحبيه السلامة دون خروج عن الإطار الشرعي لأداء المناسك.

مشكلة الدراسة:

تمثل المسئولية الأمنية في الحج «حجر الزاوية» لجميع المجهودات المبذولة من حكومة خادم الحرمين الشريفين، بما يحقق ضمان أمن وسلامة الحجاج وعودتهم إلى ديارهم سالمين.

وتقف وزارة الداخلية السعودية لتحقيق غاية الأمن والسلامة لكل الحشود الكبيرة من الحجاج، وثقافات متنوعة، ولغات متعددة، ليبقى الإنجاز الأمني حاضرًا في رحلة الحج من لحظة الوصول وحتى المغادرة، كما تبقى عزيمة رجال الأمن عالية ومتجددة للتضحية، وتحمل شرف المهمة، وتكليف المسئولية، وذلك ضمن منظومة عمل متكاملة، وتخطيط يبدأ بعد نهاية كل موسم حج.

وبناءً على ما سبق يمكن تحديد مشكلة الدراسة في " التعرف على دور الإعلام الأمني بكل أشكاله المختلفة في دعم صورة المملكة العربية السعودية لدى الحجاج والمعتمرين والتصدي للحملة الإعلامية الموجهة من الخارج وأثر ذلك على تحقيق الاستقرار والأمن والأمان تجاه الحجاج فترة الحج، وأداء مناسكهم الدينية علي أكمل وجه، بالإضافة الي رصد العلاقة التفاعلية بين وسائل الإعلام السعودي الأمني ودرجة رضا الحجاج والمعتمرين وثقتهم نحو ما يقدمه الإعلام الأمني في دعم وتعزيز الرسالة الدينية والخدمات الأمنية التي تستهدفها وسائل الإعلام الموجهة في تشويه صورة المملكة العربية السعودية وكيفية التصدي لها، فضلاً عن توعيته بمخاطر هذه التدخلات الخارجية والحفاظ علي أمن وسلامة الحجاج والمعتمرين".

أهمية الدراسة:

- ١- تسليط الضوء على أهمية دور الإعلام الأمني في دعم صورة المملكة العربية السعودية لدى الحجاج والمعتمرين والتصدي للحملة الإعلامية الموجهة من الخارج.
- ٢- إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية السعودية للحجاج والمعتمرين في فترة الحج.
- ٣- تقييم مستوى أداء الإعلام الأمني.
- ٤- معرفة المصادر الإعلامية الأكثر فاعلية للتأثير على الحجاج والمعتمرين في التعرف على الخدمات المقدمة للحجاج والمعتمرين.
- ٥- إعداد برامج إعلامية أمنية مدروسة في دعم وتعزيز الرسالة الدينية والخدمات الأمنية التي تستهدفها وسائل الإعلام الموجهة في تشويه صورة المملكة العربية السعودية وكيفية التصدي لها.
- ٦- رصد العلاقة التفاعلية بين الإعلام السعودي الأمني ودرجة رضا الحجاج والمعتمرين وثقتهم نحو ما يقدمه الإعلام الأمني.
- ٧- توعية الحجاج والمعتمرين بمخاطر التدخلات الخارجية من وسائل الإعلام الأجنبية من أجل الحفاظ على أمن وسلامة الحجاج والمعتمرين.
- ٨- دعم القنوات الفضائية العربية للحجاج من خلال المشاركة الجماهيرية لخدمة قضاياهم وتقريب وجهات النظر المختلفة، وتكوين رأي عام موحد ضد الحملة الإعلامية الموجهة من الخارج والتصدي لها.

الدراسات السابقة:

أولاً: دراسات خاصة بالإعلام والتدخلات الخارجية في الشؤون الداخلية للدول العربية والصورة الذهنية لها:

١. تناولت دراسة حازم أنور البنا (٢٠١٢) (١) التعرف على دور وسائل الإعلام السعودي في منطقة جازان نحو أحداث الحد الجنوبي

(١) حازم أنور البنا ، دور وسائل في تشكيل معارف واتجاهات الرأي العام السعودي في منطقة جازان نحو أحداث الحد الجنوبي السعودي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (جامعة القاهرة، كلية الإعلام ، مجلد ١١، العدد ٢، أبريل - يونيو ٢٠١٢) ص ص ١٤٥ - ١٩٥.

للمتسللين الحوثيين، واتجاهات الجمهور نحوها، وأوضحت النتائج أن التلفزيون السعودي جاء في المرتبة الأولى من حيث اعتماد الجمهور عليه كمصدر من المصادر الإعلامية أثناء الأزمة، كما تبين وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين اعتماد الجمهور على المصادر الإعلامية والخصائص الديموجرافية.

٢. اهتمت دراسة سلطان عجي منيخر (٢٠٠٨)^(١) بالتعرف على قياس معارف الجمهور السعودي نحو قضايا الإرهاب من حيث ماهية إدراكهم لمفهوم الإرهاب وأسبابه ودوافع القائمين به وقياس توقعاتهم للأثار المترتبة عليه، وأثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام السعودية وطبيعة ومدى معرفته بقضايا الإرهاب بوجه عام، ووجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد الجمهور السعودي علي وسائل الإعلام السعودية وطبيعة مدى معرفته بقضايا إرهابية محددة.

٣. اهتمت دراسة خالد ناصر نجم (٢٠٠٦)^(٢) حول التغطية الصحفية السعودية للعمليات الإرهابية التي جرت في السعودية، وانتهت نتائج الدراسة إلى تزايد اعتماد الصحف السعودية عينة الدراسة في تغطيتها للعمليات الإرهابية على كوادرها الصحفية وانخفاض نسبة اعتمادها على الكتاب والخبراء والمختصين من خارج الصحيفة، كما أظهرت النتائج أن فئة الجمهور المستهدف جاءت على التوالي هي، فئة كبار السن في الترتيب الأول، تلاها فئة الشباب في الترتيب الثاني.

٤. تناولت دراسة تركي صالح العقباني (٢٠٠٦)^(٣) التعرف على مدى إسهام الإعلام الأمني " الصحف المحلية اليومية السعودية "في معالجة الظاهرة الإرهابية، وأوضحت النتائج أن معظم المادة الصحفية المتعلقة بالأحداث الإرهابية كانت تنشر في الصفحات الداخلية، كما تبين أن غلب الطابع الإخباري على الصحف المحلية اليومية السعودية في تغطيتها للحدث الإرهابي، أشارت النتائج بأن معظم المواد الصحفية المنشورة في الصحف المدروسة كانت مدعومة بالصور.

٥. أثبتت دراسة فهد عبد العزيز عسكره (٢٠٠٥)^(٤) حول تقويم طبيعة تعامل وسائل الإعلام السعودية مع قضايا الإرهاب التي شهدتها المملكة العربية السعودية أن هناك ضعفاً للإعلام الرسمي (الإذاعة والتلفزيون) في معالجة قضايا الإرهاب، كما أشارت النتائج إلى عدم التوظيف المهني لما توافر لديها من معلومات حول الأبعاد المختلفة للإرهاب.

٦. حاولت دراسة اسماعيل وصفي الأغا (٢٠٠٤)^(٥) معرفة طريقة المعالجة الصحفية لظاهرة الإرهاب، وأظهرت النتائج أن الصحف العربية اليومية تفتقر في تغطيتها لقضايا إستراتيجية واضحة ومتكاملة، وأدى غياب هذه الإستراتيجية إلى الافتقار إلى المنهجية الواضحة في التصدي لموضوع الإرهاب، وسيطرة النمط الإخباري في الصحف اليومية الإخبارية، وسيطرة الوظيفة الإخبارية علي التغطية التي تقدمها هذه الصحف، وأثبتت النتائج أن غياب مساهمة الخبراء في الكتابة في هذه الصحف أدى إلى حرمان المؤسسة الصحفية العربية من رافد يمكن أن يسهم في تقديم تغطية تتمتع بالمصداقية والفعالية.

(١) سلطان عجي منيخر، " دور وسائل الاتصال في تشكيل معرف الجمهور السعودي نحو قضايا الإرهاب "، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٨).

(٢) خالد ناصر نجم، تغطية الصحافة السعودية للعمليات الإرهابية، رسالة ماجستير غير منشورة (السعودية: جامعة نايف، كلية الدراسات العليا، ٢٠٠٦).

(٣) تركي صالح العقباني، مدى إسهام الإعلام الأمني في معالجة الظاهرة الإرهابية: دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة (الرياض، جامعة نايف، كلية الإعلام، ٢٠٠٦).

(٤) فهد عبد العزيز عسكره (٢٠٠٥)، "التعامل الإعلامي مع قضايا الإرهاب في المملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية كيفية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد السادس، العدد الأول، يناير/يونيو ٢٠٠٥) ص ٢٤٩ - ٢٩٣.

(٥) اسماعيل وصفي الأغا، معالجة الصحف العربية لظاهرة الإرهاب، رسالة ماجستير غير منشورة (السعودية: جامعة نايف للعلوم الأمنية، كلية الدراسات العليا، ٢٠٠٤).

٧. تناولت دراسة شفيق الرحمن عبدالله (٢٠٠٤) ^(١) الأساليب التي تلجأ إليها وسائل الإعلام الغربية لتشويه صورة السعودية، وجميعها تركز على مهاجمة الأوضاع السياسية والأوضاع الاجتماعية والأوضاع الثقافية، وخلصت النتائج إلى أن وسائل الإعلام الغربية أظهرت عداها للمملكة العربية السعودية. كما انتهت النتائج إلى وجود ثلاث قضايا محورية تدور حولها الحملات العدائية للمملكة، وهي قضية حقوق الإنسان، وقضية حقوق المرأة، وفي الجانب الثقافي والتعليقي تتوجه هذه الحملات إلى مناهج الدراسة وأنها تغذي الإرهاب وتدعو إلى العنف.

٨. خلصت دراسة أحمد تركستاني (٢٠٠٤) ^(٢) حول التعرف على الصورة الذهنية للسعودية من الجمهور الكندي، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الصورة الذهنية لدى العينة ليست متسقة مع الصورة السلبية الموجودة في وسائل الإعلام، حيث إنها أقل حدة وأكثر مرونة من الصورة السلبية الجامدة في وسائل الإعلام الغربية الأخرى، كما أوضحت النتائج أن التلفزيون هو الوسيلة الأولى التي اعتمدت عليها العينة الكندية كمصدر للمعلومات، وأثبتت النتائج أن وسائل الإعلام الغربية قد أسهمت إسهامًا كبيرًا في نقل الصورة المشوهة والنمطية عن العرب والمسلمين.

٩. توصلت دراسة ريتشل كرامر Rachel Kramer (٢٠٠٣) ^(٣) حول استخدام الإرهابيين لشبكة المعلومات الدولية وتحليل مضمون مواقع الإرهاب إلى عدم وجود علاقة ارتباطية بين بناء الأجندة حول الأحداث الإرهابية وصنع القرار السياسي، كما أشارت النتائج إلى أن التغطية الإخبارية للإرهاب تميل للطابع الجنائي أكثر من الجانب السياسي.

١٠. اهتمت دراسة محمود عبد الرؤوف كامل (٢٠٠٢) ^(٤) بالتعرف على صورة العرب والمسلمين لدى الرأي العام الغربي التي تضمنتها صحيفة الأهرام ويكلي الموجبة للغرب، وأظهرت النتائج أن أحداث سبتمبر وتداعياتها قد أثارت انتباه واهتمام المثقفين من الرأي العام الغربي وخاصة الأمريكي، كما اتضح الفهم الجيد للمبوهة لمفهوم الإسلام وحقوق المسلمين والعرب.

١١. حاولت دراسة سها فاضل (٢٠٠٢) ^(٥) حول صورة الدول العربية في الصحف المصرية والأمريكية بعد أحداث سبتمبر، وأظهرت النتائج أن الإرهاب جاء في مقدمة الموضوعات المثارة عن الدول العربية في كل من صحيفتي الأهرام USA Today، تلها الموضوعات الخاصة بالأصولية الإسلامية، في حين جاءت مصر والعراق والسعودية وفلسطين والسلطة الفلسطينية ولبنان وسوريا في مقدمة الدول ظهورًا في الأهرام المصرية، في حين كانت أكثر الدول ظهورًا علي صفحات الصحيفة الأمريكية: السودان واليمن والعراق والصومال والسعودية ومصر والجزائر وارتبط ذلك فيما بالعنف.

(١) شفيق الرحمن عبد الله، "صورة المملكة العربية السعودية في وسائل الإعلام المرئية: دراسة لبعض البرامج التلفزيونية الأسترالية قبل وبعد أحداث سبتمبر"، المنتدى الإعلامي السنوي الثالث: صورة المملكة العربية السعودية في العالم (السعودية، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ٢-٥ أكتوبر ٢٠٠٤).

(٢) أحمد سيف الدين تركستاني، "صورة المملكة العربية السعودية في أذهان الكنديين: دراسة ميدانية في الصورة الذهنية وإسهام وسائل الإعلام في تكوينها"، المنتدى الإعلامي السنوي الثالث: صورة المملكة العربية السعودية في العالم (الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ٢-٥ أكتوبر ٢٠٠٤).

(٣) Rachel Kramer، "Internet use by terrorists and content analysis of terrorist websites"، Mass communication (Vol. 43, 2005) P.15

(٤) محمود عبد الرؤوف كامل، صورة العرب والمسلمين لدى الرأي العام الغربي قبل وبعد ١١ سبتمبر ٢٠٠١: دراسة تحليلية مقارنة لرسائل القراء في موقع صحيفة الأهرام ويكلي على الانترنت، المؤتمر العلمي الثامن لكلية الإعلام (الجامعة، القاهرة، كلية الإعلام، الجزء الثاني، مايو ٢٠٠٢). ص ٧٨٣ - ٨١٤.

(٥) سها فاضل، "صورة الدول الغربية في الصحف اليومية المصرية والأمريكية بعد أحداث ١١ سبتمبر: دراسة تحليلية مقارنة"، المؤتمر العلمي السنوي الثامن لكلية الإعلام وصورة الغرب والمسلمين، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، الجزء الأول مايو ٢٠٠٢) ص ٢٢١.

١٢. تناولت دراسة يوسف أحمد الغامدي (٢٠٠٠) ^(١) التعرف على الوظائف الإيجابية للإعلام الأمني في الوقاية من الإرهاب، وأظهرت النتائج أن ٧٣% من المحوئين بأهمية الإعلام الأمني في مكافحة الإرهاب على مستوى الصحافة العربية والجامعة العربية، كما أوضحت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية بين أهمية الإعلام الأمني والتوعية الدينية للمحوئين، وأشارت النتائج وجود علاقة إيجابية طردية بين الأحداث الأمنية وتدريب الكوادر الإعلامية للتعامل مع الأحداث الأمنية بكفاءة عالية.

الإطار النظري للدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة في بنائها النظري وتطوير فروضها على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Mass Media Dependency Theory، ويعد مدخل اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام Dependency جزءاً من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الذي يشكل بدوره علاقات الجمهور مع هذه الوسائل، فالأفراد مثل النظم الاجتماعية يقيمون علاقات اعتماد على وسائل الإعلام لأن الأفراد توجههم الأهداف وبعض أهدافهم تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام ^(١). والأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدرًا من مصادر تحقيق أهدافهم فالفرد يهدف إلى تأكيد حقه في المعرفة لاتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة ويحتاج إلى التسلية والترفيه كهدف أيضاً في نفس الوقت ^(٢).

فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

ويقوم مدخل اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام على دعامتين رئيسيتين:

الأولى: أن هناك أهدافاً للأفراد يبيغون تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة سواء أكانت هذه الأهداف شخصية أم اجتماعية.

الثانية: اعتبار نظام وسائل الإعلام نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد، وتتمثل هذه المصادر في مراحل استيفاء المعلومات ونشرها، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات وهي: جمع المعلومات التي نحتاج إلى معرفتها، وتنسيق المعلومات لكي تخرج بالصورة المناسبة ونشر المعلومات أو القدرة على توزيعها إلى جمهور غير محدد ^(٣). ويرجع أسباب اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في حاجتهم إلى الحصول على المعلومات وفهم ما يدور في البيئة المحيطة بهم، مما يؤدي إلى خلق حاجة من توجيه لديهم في كيفية التعامل مع المواقف الطارئة ^(٤)، ويهدف مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام إلى الكشف عن الأسباب التي تجعل وسائل الإعلام أحياناً قوية ومباشرة وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وحقيقية إلى حد ما ^(٥).

ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:

١- فهم ومعرفة ما يدور بالبيئة المحيطة ومعرفة الذات مثل التعلم والحصول على الخبرات وكذلك الفهم الاجتماعي مثل معرفة أشياء من العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.

٢- التوجيه حيث وسائل الإعلام بتوجيه الجمهور في إطار أخلاقيات المجتمع والضوابط الاجتماعية السائدة

٣- التسلية: حيث تقوم وسائل الإعلام بتقديم التسلية وموضوعات الترفيه التي تساهم في تحقيق الاسترخاء والتخلص من الملل والهروب من ضغوط الحياة اليومية ^(٦).

الفروض الرئيسة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يتمثل الفرض الرئيس لنظرية الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة، وكما لعبت الوسيلة دوراً مهماً في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدى الأشخاص، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيداً ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام ^(٧).

(١) يوسف أحمد الغامدي، الوظائف الإيجابية للإعلام الأمني في الوقاية من الإرهاب، رسالة ماجستير غير منشورة (الرياض، جامعة نايف، كلية الإعلام، ٢٠٠٠).

تساؤلات وفروض الدراسة:

أولاً: تساؤلات الدراسة:

- ١- ما أهمية الإعلام الأمني في دعم صورة المملكة العربية السعودية؟
- ٢- ما مدى متابعة الحجاج والمعتمرين لوسائل الاعلام السعودي الأمني في فترة الحج؟
- ٣- ما اسباب متابعة الحجاج والمعتمرين للإعلام السعودي الأمني؟
- ٤- ما المصادر الاعلامية التي يعتمد عليها الحجاج والمعتمرين في جمع المعلومات الخاصة بالأمن والسلامة في فترة الحج، ودرجة الاعتماد عليها؟
- ٥- ما دور الاعلام السعودي في نشر التوعية الأمنية لدى الحجاج والمعتمرين في فترة الحج؟
- ٦- ما نوعية المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام السعودي الأمني للحجاج والمعتمرين؟
- ٧- ما أكثر الأشكال الفنية التي عرضتها وسائل الإعلام السعودي في الحصول على المعلومات الأمنية في فترة الحج والعمرة؟
- ٨- ما درجة ثقة الحجاج والمعتمرين في وسائل الإعلام السعودي الأمني؟
- ٩- ما أسباب ثقة الحجاج والمعتمرين في وسائل الإعلام السعودي الأمني في التصدي للحملات الخارجية الموجبة من الخارجة في فترة الحج؟
- ١٠- ما دور الإعلام السعودي الأمني في التصدي للحملات الخارجية الموجبة من الخارج في فترة الحج من وجهة نظر المبحوثين؟
- ١١- ما مدي مساهمة القنوات الفضائية العربية في تكوين رأي عام عربي ضد الحملات الخارجية الموجبة من الخارج في فترة الحج؟
- ١٢- ما أسباب عدم متابعة الحجاج والمعتمرين للإعلام السعودي الأمني؟
- ١٣- ما درجة رضا الحجاج والمعتمرين للإعلام السعودي الأمني؟

ثانياً: فروض الدراسة:

- الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين دور الاعلام الأمني السعودي في نشر التوعية الأمنية في فترة الحج والخصائص الديموجرافية للمبحوثين.
- الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين دور الاعلام الأمني السعودي في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية السعودية في فترة الحج والخصائص الديموجرافية للمبحوثين.
- الفرض الثالث: تختلف أسباب متابعة الحجاج والمعتمرين للإعلام الأمني السعودي في مواجهة الحملات الإعلامية الخارجية للمملكة باختلاف درجة متابعتهم لوسائل الإعلام الأمني السعودي.
- الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة المبحوثين في وسائل الاعلام الأمني السعودي لتناولها أحداث الحج والمصادر الإعلامية التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات.
- الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين ثقة المبحوثين في وسائل الإعلام الأمني السعودي في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية السعودية في فترة الحج ودرجة متابعتهم لهذه الوسائل.
- الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دور الاعلام الأمني السعودي في مواجهة الحملات الإعلامية الخارجية للمملكة من وجهة نظر الحجاج والمعتمرين ودرجة الرضا عن هذه الوسائل.
- الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دور الاعلام الأمني السعودي في تحقيق أهداف المملكة العربية السعودية في مواجهة الحملات الإعلامية الخارجية للمملكة لها وأسباب عدم التأثير لمواجهة هذه الحملات الخارجية على وسائل الإعلام العربية.

منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح باستخدام أسلوب المسح بالعينة لجمهور وسائل الإعلام الذين جاءوا إلى مكة المكرمة والمدينة المنورة لأداء مناسك الحج والعمرة، بغرض معرفة دور الإعلام الأمني في دعم صورة المملكة العربية السعودية لدى الحجاج والمعتمرين والتصدي للحملة الإعلامية الموجهة من الخارج.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع هذه الدراسة في جمهور الحجاج والمعتمرين بكل فئاته وخصائصه الديموغرافية من جميع جنسيات العالم الإسلامي المختلفة، والذين يقيمون في مكة بالمملكة العربية السعودية أثناء أداءهم لمناسك الحج والعمرة الناطقين باللغة العربية.

عينة الدراسة:

طبقت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة قوامها (٤٠٠) مفردة من جنسيات العالم الإسلامي المختلفة من الحجاج والمعتمرين وفقاً للخصائص الديموغرافية (النوع، المستوى التعليمي، السن، والحالة الاجتماعية).

أدوات جمع المعلومات والبيانات:

تم الاعتماد على استمارة استقصاء في جمع المعلومات والبيانات عن الموضوع المراد دراسته، كما تمت الاستفادة من الدراسات السابقة في هذا المجال في وضع فئات الاستبيان وصياغة التساؤلات البحثية وبناء المقاييس اللازمة في الدراسة لقياس الهدف من الدراسة، ومرت استمارة الاستقصاء بمرحلتين هما:

- صدق الاستمارة: تم عرض الاستمارة على مجموعة من الخبراء والمحكمين ذوي العلاقة من أعضاء هيئة التدريس من الباحثين والأكاديميين (**). وجمع ملاحظاتهم على الاستمارة وإجراء التعديلات المطلوبة على أداة الدراسة للوصول إلى الشكل النهائي القابل للتطبيق، وبلغ معدل الاتفاق بين المحكمين بنسبة ٨٧%، مما يؤكد صلاحية الاستمارة للتطبيق.
- ثبات الاستمارة: تم إجراء اختبار الثبات لقياس مدى تطابق إجابات المبحوثين، وذلك من خلال إعادة تطبيق الاستمارة Re-Test بعد مرور أسبوعين من تطبيق الاستمارة، بنسبة ٥٥% من إجمالي عينة الدراسة الأصلية، وقد روعي عند اختيار عينة الثبات أن تكون من دول وجنسيات ومستويات اجتماعية مختلفة، وبلغت نسبة معامل الارتباط ٨٩,٠% وهي نسبة مرتفعة تؤكد صلاحية الاستمارة ومدى قابليتها للتطبيق.

خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (١) توزيع عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات

المتغيرات	ك	%
النوع	٢٠٨	٥٢
ذكور		

(**) عرض الباحث الاستمارة على السادة المحكمين التالية أسماؤهم:

أ. د / محمود يوسف - عميد كلية الإعلام - جامعة العلوم الحديثة بالإمارات.

أ. د / محمود حسن إسماعيل - أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس.

أ. د / عادل عبد الغفار - أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام بجامعة النهضة.

أ. د / أشرف أحمد عبد المغيث - أستاذ الإعلام بكلية الإعلام بجامعة القاهرة.

أ. د / أمال حسن غزاوي - أستاذ الإعلام بكلية الآداب بجامعة الملك عبد العزيز.

أ. د / عبد العزيز السيد - أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام بجامعة جنوب الوادي.

٤٨	١٩٢	إناث	
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	
١٦	٦٤	أسيوي ناطق باللغة العربية	الجنسية واللغة المتحدث بها
٢٦	١٠٤	أسيوي غير ناطق باللغة العربية	
٣٠	١٢٠	أفريقي ناطق باللغة العربية	
١٢	٤٨	أفريقي غير ناطق باللغة العربية	
١٣	٥٢	أوروبا	
٣	١٢	أمريكا	
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	
٤	١٦	أقل من ٢٠ سنة	
١٢	٤٨	من ٢٠ إلى ٣٠ سنة	
٣٢,٥	١٣٠	من ٣٠ إلى ٤٠ سنة	
٣١,٥	١٢٦	من ٤٠ إلى ٥٠ سنة	
٢٠	٨٠	من ٥٠ سنة فأكثر	
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	
١٦	٦٤	أمي	التعليم
١٠	٤٠	يقراً ويكتب	
٢٠	٨٠	متوسط	
٢١	٨٤	ثانوية	
٣٠	١٢٠	جامعي	
٣	١٢	دراسات عليا	
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	

المعالجة الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS " Statistical Package for the Social Science ، وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية في تحليل بيانات الدراسة.

نتائج الدراسة:

أولاً: أهم النتائج العامة للدراسة:

- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة ٧٣% من الحجاج والمعتمرين يتابعون وسائل الإعلام السعودي الأمني في فترة الحج، وذلك لحرصهم الشديد بمعرفة كل ما هو جديد متعلق بالأمور المرتبطة بالحج، بينما أشار ٢٧% من الحجاج والمعتمرين لم يتابعوا وسائل الإعلام السعودي الأمني في فترة الحج.
- أكدت نتائج الدراسة أن من أهم أسباب متابعة المبحوثين للإعلام السعودي الأمني هو: التعرف علي الأخطار التي تواجههم أثناء الأزدحام في فترات الوقوف علي عرفات ورمي الجمرات بنسبة ٨٢,٢%، في حين جاءت نسبة ٧٧% يتابعونه لسلامتهم وأمنهم، وتلاها

نسبة ٧٥% منهم يتابعونه للوقاية من الحوادث والأزمات، ونسبة ٧٢% منهم يتابعونه للتعرف على كيفية مواجهة الأزمات المختلفة وكيفية التغلب عليها، ونسبة ٥٨,٥% منهم يتابعونه لمعرفة الاستراتيجيات الأمنية والوقائية التي تضعها المملكة في فترة الحج، ونسبة ٥٥% منهم يتابعونه لتقديم معلومات حقيقية صادقة ودقيقة عن الخدمات التي تقدمها الأجهزة الأمنية في المملكة في فترة الحج، ونسبة ٤٨,٢% منهم يتابعونه بسبب الثقة في صحة المعلومات والأخبار المقدمة من خلال هذه الوسائل.

وهذا يؤكد على أنه إذا كان الإعلام يهدف إلى تحقيق الإرشاد والتعليم والتوعية في الظروف العادية، فإنه يصبح أشد ضرورة وأهمية في أوقات الشدة والأزمات وبخاصة في فترة الحج والعمرة، لأن ذلك يؤثر بطريقة أو بأخرى على سلامة وأمن الحجاج والمعتمرين، وأداء مناسكهم الدينية بسهولة ويسر، ومن ثم يصبح الطلب على المعلومات والأسباب المتابعة وسائل الإعلام الأمني طلباً ملئاً من كافة فئات وشرائح الحجاج والمعتمرين، ومن هنا تبرز أهمية استعداد القائمين على وسائل الإعلام السعودي الأمني للتصدي لكل جديد وتطور في فترة الحج والعمرة وبخاصة أوقات الأزمات، لكي يعرف الحجاج المؤامرات الخارجية التي تدعو إلى تفتيت وحدة العالم الإسلامي واستغلال فترة الحج للترويج وإشاعة الفوضى وعدم الاستقرار.

٣) أشارت نتائج الدراسة إلى أن أفراد العينة اعتمدوا بشكل كبير على المصادر الإعلامية التالية في جمع المعلومات الخاصة بالأمن والسلامة في فترة الحج، ودرجة الاعتماد عليها هي: القنوات التلفزيونية السعودية بمتوسط ٢,٦٧، شبكات التواصل الاجتماعي بمتوسط ٢,٤٧، القنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة بمتوسط ٢,٢٩، كما أن الصحف الإلكترونية السعودية والعربية بمتوسط ٢,٠٩، كما أكدت النتائج أيضاً أن أفراد العينة اعتمدوا بشكل ضعيف على المصادر الإعلامية التالية في جمع المعلومات الخاصة بالأمن والسلامة في فترة الحج، ودرجة الاعتماد عليها هي: القنوات الفضائية الأجنبية بمتوسط ٠,٠٧٧، المطبوعات الخاصة بالحج بمتوسط ٢,٣٢.

وتعكس هذه النتيجة تفوق القنوات التلفزيونية السعودية والقنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة، وشبكات التواصل الاجتماعية لما تتمتع به هذه الوسائل من قدر كبير من التحليلات والتفسيرات العميقة التي تجعل المشاهد يكون وجهات نظر عميقة حول المعلومات الخاصة بالأمن والسلامة في فترة الحج، في حين جاءت القنوات الفضائية الأجنبية في ترتيب ضعيفة وذلك لعدم ثقة الجمهور بها وذلك لوجود أجدات خارجية تتبناها هذه القنوات.

٤) أظهرت نتائج الدراسة أن من أهم أسباب عدم متابعة الحجاج والمعتمرين للإعلام السعودي الأمني هي: المبالغة في نشر الأخبار الأمنية في فترة الحج جاءت بنسبة ٦١%، كما تلاها عدم بث المعلومات الأمنية في التوقيت المناسب بنسبة ٥٢%، في حين جاء القصور في جوانب التغطية الإخبارية للأحداث الأمنية بنسبة ٤٨%، ثم تلاها عدم التخطيط الجيد للرسائل الأمنية من حيث المضمون بنسبة ٥٠%، كما جاءت صورة رجل الأمن من خلال استغلال نفوذه على الحجاج والمعتمرين بنسبة ٣٦%، وأخيراً جاءت عدم تعاون رجال الأمن في إرشادهم وتوعيتهم للحجاج بنسبة ٢٥%.

وتعكس هذه النتيجة رغم نسبتها الضئيلة على أنه يجب على الإعلام الأمني إظهار الصورة الحقيقية لرجل الأمن من خلال سلوكياته الإيجابية في التعامل مع الحجاج والمعتمرين وهدهد الأعصاب، وكسر حاجز الخوف بينه وبين الحاج، وبث الثقة والطمأنينة في نفوسهم، فقد نجح الإعلام الأمني في نقل الصورة الإيجابية لرجال الأمن في حج عام ١٤٣٧ هـ وتعاونهم مع الحجاج من خلال مساعدة كبار السن والضعفاء للوصول إلى رمي الجمرات، وإعطاء زجاجات المياه الباردة لهم، ورش رذاذ الماء على وجوههم أثناء الإزدحام في أوقات الظهيرة والجو الحار، والإجابة عن كل تساؤلات الحجاج رغم تكرارها دون ملل أو ضيق من خلال إظهار مشاعر الحب والتقدير لهم، وتوزيع الورد عليهم.

٥) أوضحت النتائج أن نسبة ٦٩% من أفراد العينة يرون أن دور الإعلام السعودي الأمني في نشر التوعية الأمنية في فترة الحج يتمثل في صدق مضمون الخطاب الاعلامي الأمني الموجه للحجاج في إطار الشفافية، ونسبة ٦١% منهم يرون أن تقديم رسائل إعلامية تظهر التعاون والتلاحم بين قوى الأمن والحجاج، ونسبة ٥٣,٢% منهم يرون أن اختيار التوقيت المناسب لبث الرسالة الاعلامية الأمنية الموجهة، ونسبة ٤٩,٨% منهم يرون أن عدم الاساءة للأخريين باستخدام مفردات سلبية، ونسبة ٤٠% منهم يرون أن إبراز

الدور الإيجابي الأمني في فترة الحج، ونسبة ٣٩% منهم يرون أن حث الحجاج على مشاركة رجال الأمن والتعاون معهم في محاربة الحملات الخارجية الموجبة من الخارج في فترة الحج، ونسبة ٣٥% يرون ضرورة التعاون والتنسيق بين الجهات الأمنية والإعلامية في إعداد خطة شاملة للتوعية الإعلامية الأمنية.

(٦) أكدت نتائج الدراسة أن نسبة ٦٠,٣% من أفراد العينة يرون أن وسائل الإعلام السعودي الأمني قدمت لهم معلومات عن عدم الازدحام عند رمي الجمرات وتنظيم حركة الحشود وتوجيههم للطرق الصحيحة، ونسبة ٥٠,٦% من هم يرون أن وسائل الإعلام السعودي الأمني قدمت لهم معلومات عن تسهيل وتيسير أداء الحجاج لنسكهم في أجواء آمنة مفعمة بالروحانية، ونسبة ٤٨,٨% قدمت لهم معلومات عن عدم الافتراض في أماكن مناسك الحج، ونسبة ٤٥,٥% قدمت لهم معلومات عن الوقاية من الحرائق ومكافحتها، ونسبة ٤١,٨% قدمت لهم معلومات عن إرشادية عن تحديد المسارات الصحيحة لضيوف الرحمن بعدة لغات في الدخول والخروج للمسجد الحرام، ونسبة ٣٨,٢% قدمت لهم معلومات عن تقديم الخدمات الإسعافية لهم عند الحاجة، ونسبة ٣٥% قدمت لهم معلومات عن سلامة وأمن الحجاج بداية من استقبالهم في المنافذ البرية والجوية وحتى مغادرتهم لبلادهم، ونسبة ٣١,٤% قدمت لهم معلومات عن كيفية مواجهة المخاطر والأزمات.

(٧) بينت نتائج الدراسة أن أكثر الأشكال الفنية التي عرضتها وسائل الإعلام السعودي للحصول على المعلومات الأمنية في فترة الحج والعمرة تمثلت في: معلومات أمنية مكتوبة بنسبة ٣٠,٣%، تلاها معلومات أمنية مسموعة بنسبة ٢٦,٢%، وجاءت المعلومات الأمنية المدعمة بالصور الفوتوغرافية بنسبة ١٩%، كما جاءت المعلومات الأمنية بالصور المرئية بنسبة ١٧,٥%، في جاءت المعلومات الأمنية مدعمة بالرسومات التوضيحية بنسبة ٧%، وتؤكد هذه النتائج علي ضعف الإعلام السعودي الأمني في دعم معلوماته الأمنية بالصور المرئية فهي تمثل عنصر جذب للمشاهد وأكثر تأثيراً له من الأشكال الفنية الأخرى، وذلك لأن الصورة تمثل الموضوعية والمصدقية في نقل الأحداث وبخاصة أوقات الأزمات.

(٨) أشارت النتائج إلي أن أفراد العينة يثقون بدرجة كبيرة في وسائل الإعلام السعودي الأمني في فترة الحج والعمرة، وجاءت القنوات التلفزيونية السعودية، وشبكات التواصل الاجتماعي السعودي بدرجة ثقة كبيرة، في حين جاءت الصحف السعودية الورقية والصحف الإلكترونية السعودية بدرجة ثقة متوسطة، كما جاءت المحطات الإذاعية السعودية بدرجة ثقة ضعيفة.

(٩) أثبتت نتائج الدراسة أن نسبة ٧٥,٥% من أفراد العينة يرون أن دور الإعلام السعودي الأمني في التصدي للحملات الخارجية الموجبة من الخارج في فترة الحج من وجهة نظر المبحوثين لإعلام الحجاج والمعتمرين بالأحداث الجارية المتعلقة بالحج، ونسبة ٦٩% منهم يرون أن دور الإعلام الأمني القضاء على الشائعات والفتن، ونسبة ٥١,٥% منهم يرون أن دوره تثقيف الحجاج والمعتمرين بالدفاع الاجتماعي ضد الحملات الخارجية الموجبة من الخارج، ونسبة ٤٤% منهم يرون أن دوره استضافة قادة الرأي والمفكرين لتوضيح خطورة وأهمية الحملات الخارجية الموجبة من الخارج.

(١٠) بينت نتائج الدراسة أن نسبة ٣٩,٥% من أفراد العينة يرون مساهمة القنوات الفضائية العربية في تكوين رأي عام عربي ضد الحملات الخارجية الموجبة من الخارج في فترة الحج إلى حد كبير، ونسبة ٤٥,٨% منهم يرون مساهمتها إلى حد ما، ونسبة ١٤,٧% منهم يرون عدم مساهمتها.

(١١) انتهت نتائج الدراسة إلي أن نسبة ٣٧,٧% من أفراد العينة راضون جداً عن الإعلام السعودي الأمني في التصدي للحملات الخارجية الموجبة من الخارج في فترة الحج من وجهة نظرهم، ونسبة ٤٣,٣% منهم راضون إلى حد ما، ونسبة ١٩% منهم غير راضين.

ثانياً: نتائج فروض الدراسة:

خلصت الدراسة إلى مجموعة النتائج أهمها:

- وجود فروق ذات دلالة احصائية بين دور الإعلام الأمني السعودي في نشر التوعية الأمنية في فترة الحج والخصائص الديموغرافية للمبحوثين في متغيري (النوع، السن)، بينما لم يثبت جزئياً في متغير التعليم.

- وجود فروق ذات دلالة احصائية بين دور الإعلام الأمني السعودي في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية السعودية في فترة الحج والخصائص الديموجرافية للمبحوثين من حيث (الفئات العمرية، والنوع)، بينما لم يثبت صحته جزئياً في التعليم.
- قبول الفرض القائل بأنه تختلف أسباب متابعة الحجاج والمعتمرين للإعلام الأمني السعودي في مواجهة الحملات الإعلامية الخارجية للمملكة باختلاف درجة متابعتهم لوسائل الإعلام الأمني السعودي جزئياً، فيما عدا تقديم معلومات وحقائق يصعب الوصول لها واستضافة خبراء ومتخصصين للرد على الشائعات والأكاذيب الموجهة من الخارج.
- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة المبحوثين في وسائل الاعلام الأمني السعودي لتناولها أحداث الحج والمصادر الإعلامية التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات.
- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين ثقة المبحوثين في وسائل الإعلام الأمني السعودي في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية السعودية في فترة الحج ودرجة متابعتهم لهذه الوسائل.
- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دور الاعلام الأمني السعودي في مواجهة الحملات الإعلامية الخارجية للمملكة من وجهة نظر الحجاج والمعتمرين ودرجة الرضا عن هذه الوسائل.
- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دور الاعلام الأمني السعودي في تحقيق أهداف المملكة العربية السعودية في مواجهة الحملات الإعلامية الخارجية للمملكة لها وأسباب عدم التأثير لمواجهة هذه الحملات الخارجية على وسائل الإعلام العربية.

توصيات الدراسة:

- ١- ضرورة تبني وسائل الإعلام السعودي الأمني لإظهار الحقيقية لرجال الأمن أثناء الحج، وتخصيص البرامج القادرة على توعية الجمهور بمخاطر والتنصدي للحملات الإعلامية الموجهة من الخارج ضد المملكة العربية السعودية، وأثارها على الحجاج.
- ٢- وضع ملامح إستراتيجية إعلامية أمنية شاملة لجميع وسائل الإعلام السعودي بإمكانها توفير مناخ ملائم للتنسيق بين مختلف الأطراف والجهات المعنية وتوحيد جهودها لمواجهة الحملات الإعلامية الموجهة من الخارج ضد المملكة العربية السعودية في تشويه صورتها في فترة الحج.
- ٣- العمل على إيجاد علاقة إيجابية بين وسائل الإعلام السعودي الأمني والحجاج للقضاء على الشائعات والأكاذيب الخارجية التي تبثها الوسائل الإعلامية المعادية لتفادي السلبيات التي تشوه صورة رجال الأمن لدى الحجاج والمعتمرين.
- ٤- إعداد وتدريب كوادر إعلامية أمنية مؤهلة ومزودة بالمعدات والأجهزة الفنية الحديثة لتوصيل الرسالة الإعلامية السليمة، وصياغتها بطريقة موضوعية وهادفة تحقق شمولية الرسالة الإعلامية الأمنية الهادفة بكافة عناصرها.
- ٥- التنسيق بين القنوات الفضائية العربية والإسلامية (الحكومية والخاصة) لعمل خطة إعلامية موحد لوضع آليات وضوابط تشريعية لضبط الأداء الإعلامي الأمني الإسلامي، وإلزام هذه القنوات بالمسئولية المجتمعية الأمنية تجاه الحجاج والمعتمرين.