



استراتيجيات مفهوم الأمن الإعلامي وأهمية تطبيقها في أوقات الأزمات الأمنية

Strategies for the media Security concept and its application in times of security crises

خلود عبدالله ملياني *

جامعة الملك عبدالعزيز (السعودية) ، kmelyani@kau.edu.sa

تاريخ النشر: 2020/10/29

تاريخ القبول: 2020/09/27

تاريخ الاستلام: 2020/8/7

الملخص

إن أهمية الإعلام وارتباطه بقضية الأمن الوطني والأزمات الأمنية قد تعاظمت في كثير من الدول في ظل ثورة الاتصالات وظهور أشكال و وسائل جديدة من الإعلامي. إلا أن هذه الوسائل الإعلامية الجديدة قد تحولت في العصر الحالي إلى أدوات تستخدمها البعض في أوقات الأزمات بشكل سلبي قد يهدد الأمن والسلم الاجتماعي خاصة مع غياب تطبيق الأمن الإعلامي الناتج عن غياب خطة استراتيجية إعلامية تعمل على توظيف وسائل الإعلام في أوقات الأزمات الأمنية، وأصبح ذلك من أكثر التحديات التي تواجه الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية والتربوية معاً. لذا تسعى هذه الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية وآرائهم نحو أهم استراتيجيات تعميم مفهوم الأمن الإعلامي في أوقات الأزمات الأمنية ودورها في إدارة هذه الأزمات. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن تفعيل استراتيجيات الأمن الإعلامي في أوقات الأزمات الأمنية سوف يعزز الشعور بالانتماء والمواطنة والمحافظة على الهوية الوطنية يكفل الارتقاء بالأداء الإعلامي وفقاً لقواعد المهنية المتمثلة بتقديم الخدمة الإخبارية، والمعلومة الصحيحة، و يحقق الأمن الوطني مما يحافظ على أمن البلاد واستقرارها.

الكلمات المفتاحية: الأمن الإعلامي، الأزمات الأمنية، النخبة.

Abstract

The importance of the media and its link to the issue of national security and security crises has increased in many countries in light of the communications revolution and the emergence of new forms and means of media. However, these new media outlets have transformed in the current era into tools that some use in times of crises in a negative way that may threaten security and social peace, especially with the absence of the application of media security resulting from the absence of a media strategic plan that employs the media in times of security crises. The most common challenges facing media professionals and media and educational institutions together. Therefore, this study seeks to analyze and interpret the academic and media elite trends and their opinions towards the most important strategies for popularizing the concept of media security in times of security crises and its role in managing these crises.

Key words: Media security, security crises, the elite.



مقدمة:

في ظل تفاقم الأزمات في مختلف مناحي الحياة السياسية والاقتصادية والبيئية والاجتماعية، وعلى كافة المستويات المحلية والإقليمية والدولية في العقود الأخيرة بشكل خاص، برز موضوع الإعلام والأزمات، أو إعلام الأزمات بكل وسائله التقليدية والجديدة، المقننة والبديلة وإعلام المواطن، ومستوياته المختلفة الوطنية والمحلية والقومية والإقليمية، والدولية الموجهة للآخر، خاصة في عصر الإعلام الفضائي والإعلام بلا حدود وإعلام الإنترنت كركن أساسي من أركان مواجهة الأزمة واحتوائها. إن أهمية الإعلام وارتباطه بقضية الأمن الوطني والأزمات الأمنية قد تعاضمت في كثير من الدول في ظل ثورة الاتصالات وظهور أشكال و وسائل جديدة من الإعلام التي حولت العالم إلى قرية كونية واحدة وما أحدثته من تغيرات كبيرة في المجال والمحتوى الإعلامي. إلا أن هذه الوسائل الإعلامية الجديدة قد تحولت في العصر الحالي إلى أدوات تستخدمها بعض التنظيمات والجهات في أوقات الأزمات بشكل سلبي قد يهدد الأمن والسلم الاجتماعي خاصة مع غياب ما يعرف بالأمن الإعلامي الناتج عن غياب خطة استراتيجية إعلامية تعمل على توظيف وسائل الإعلام في أوقات الأزمات الأمنية، وأصبح ذلك من أكثر التحديات التي تواجه الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية والتربوية معاً. وتعميم مفهوم الأمن الإعلامي يحتاج إلى استخدام استراتيجيات تساعد في تطبيقه وتساهم خطة استراتيجية إعلامية تعمل على تحسين الأداء الإعلامي وتوظيف وسائل الإعلام لخدمة الوطن خاصة في أوقات الأزمات،

مشكلة الدراسة:

تعد الأزمات الأمنية من أخطر التهديدات التي تواجه الدول نظراً لأنها تمس كيانها الداخلي وتهدد أمن مجتمعاتها وإذا كانت التهديدات الخارجية التي تواجه دولة ما تعود بالدرجة الأولى إلى مطامع وأهداف الآخرين وتتم بأدواتهم ووسائلهم المباشرة فإن الأزمات الداخلية تسعى إلى تحقيق مخططاتها عن طريق غير مباشرة عبر أدوات داخل الدولة نفسها مستغلة طبيعة الظروف السياسية المحيطة كما أنها ترجع في أحيان أخرى إلى تمزق شديد في النسيج الاجتماعي داخل الدولة بحيث تشعر فئة من فئاته بالرغبة الشديدة في الإضرار بالمجتمع الذي تعيش فيه فتلجأ إلى أعمال التخريب التي تضر بأمن المجتمع وتهدد سلامته أو القيام بالأعمال الإرهابية لتتلف الممتلكات العامة والخاصة (العال، 2018) وهذه الأعمال الإرهابية هي استخدام غير قانوني وغير مشروع للقوة أو العنف تجاه الأشخاص أو الممتلكات لإكراه الحكومة أو الشعب أو جماعة معينة على تحقيق أهداف سياسية أو مصالح اجتماعية. والإعلام - سواء التقليدي أو الجديد - يلعب دوراً كبيراً أثناء الأزمات الأمنية قد يؤثر سلباً وإيجاباً في تفاعلات هذه الأزمات، فهو إما أن يساهم في احتوائها بكفاءة وفعالية، وإما أن يتحول إلى وسيلة لإثارة البلبلة في الرأي العام، وأحياناً قد يُستخدم لتضليله وتغييبه. وهنا قد تكمن المشكلة الحقيقية، فبينما يفترض في وسائل الإعلام أن يقوم بدور فاعل إيجابي في التعامل مع الأزمات إلا أن المدقق في المشهد العام قد يجد الكثير من مواطن الخلل والقصور في الأداء الإعلامي أثناء الأزمات الأمنية. الأمر الذي يشير إلى أن الخلل والقصور في الأداء الإعلامي أثناء الأزمات الأمنية ربما يرتبط بغياب مفهوم الأمن الإعلامي وتطبيق استراتيجياته التي تعمل على تراعي الأبعاد الأمنية في كل مخرجات الإعلام وتنظم استخدام وسائل الإعلام بمقتضى القوانين والأنظمة ومراعاة النشر الإعلامي الصادق للحقائق والثوابت الأمنية. والآراء والاتجاهات المتصلة بها. من هنا تظهر الحاجة إلى وجود استراتيجيات لتعميم مفهوم الأمن الإعلامي مثل اتباع المؤسسات الإعلامية للأساليب والأسس



والمعايير المهنية في العمل الإعلامي المؤسسي المحترف. لذا تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على أهمية استراتيجيات تعميم الأمن الإعلامي في أوقات الأزمات الأمنية والتأثيرات المحتملة لتطبيق هذه الاستراتيجيات.

أهداف البحث:

في ضوء المشكلة البحثية التي يختص بها البحث، وفي ضوء أنه يسعى لتقديم إضافة تستكمل ما انتهت إليه الدراسات السابقة التي اهتمت بدراسة الأداء الإعلامي تتحدد أهداف الدراسة الحالية في الأهداف التالية:

١. تقدير الأهمية النسبية لاستراتيجيات تعميم مفهوم الأمن الإعلامي أثناء الأزمات الأمنية.

٢. تقييم استراتيجيات الأمن الإعلامي والتأثيرات الناتجة عنها أثناء الأزمات الأمنية.

٣. طرح رؤى مستقبلية لتطوير الأمن الإعلامي فيما يتعلق بالقضايا ذات الصلة المباشرة بالأمن والاستقرار الوطني، وبما يمثل مرجعية لصانعي القرار والسياسات الإعلامية لتقويم أداء وسائل الإعلام.

أهمية البحث:

تكمن أهمية الدراسة في الجوانب التالية:

- كثافة الاهتمام الإعلامي بالأزمات الأمنية والدور الفاعل لوسائل الإعلام المختلفة في تغطية الأحداث الأمنية وأثره الواضح في تكوين الرأي العام.

- تزايد الجدل حول كيفية تحقيق التوازن بين الحرية والمسؤولية المجتمعية كقضية معقدة في الأداء الإعلامي، وتقييم أداء وسائل الإعلام في أوقات الأزمات.

- صياغة رؤى مستقبلية تسهم في تطوير الأمن الإعلامي فيما يتعلق بالقضايا ذات الصلة المباشرة بالأمن والاستقرار الوطني، وبما يمثل مرجعية لصانعي القرار والسياسات الإعلامية لتقويم أداء وسائل الإعلام.

الإطار النظري:

استندت الدراسة إلى نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام كإطار نظري لها. حيث تركز نظرية المسؤولية الاجتماعية على ثلاثة أبعاد أساسية، يتصل البعد الأول بتحديد الوظائف الإعلامية التي ينبغي أن تقدمها وسائل الإعلام لأفراد المجتمع (وظائف سياسية، تعليمية، ثقافية، اقتصادية) ويتصل البعد الثاني بمعايير الأداء الإعلامي التي تشكل في مجملها الضوابط الأخلاقية والقانونية التي تحكم ممارسة العمل الإعلامي، والمقصود بها موثيق العمل الإعلامي والتشريعات والقوانين والمعايير المهنية التي تضعها الهيئات الإعلامية المختلفة، فضلاً عن المعايير الأخلاقية للقائمين بالاتصال. أما السلوكيات التي ينبغي مراعاتها من جانب الصحفيين لتحقيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية أو بمعنى آخر منظومة القيم المهنية التي تحكم سلوكيات الصحفيين في أداء وظائفهم (العال م، 2018) أما جذور أخلاقيات المسؤولية الاجتماعية Ethics Responsibility



Social فتعود إلى الجهود العلمية التي قامت بها "لجنة هوتشنز" Commission Hutchins لدراسة وسائل الإعلام بأمريكا في العام 1947 ، وأوصت الصحفيين وغيرهم من العاملين في وسائل الإعلام باتخاذ القرارات التي تخدم المسؤولية المجتمعية إزاء الآخرين، وتناصر هذه النظرية المسؤولية الاجتماعية بوصفها غاية الأنشطة الإعلامية ونتيجتها في الوقت نفسه، داعية وسائل الإعلام الجديد إلى تعزيز مسؤوليتها الاجتماعية، وليس حريتها فحسب، وذلك باتخاذ القرارات التي تخدم المسؤولية المجتمعية، كما تحكم نظرية المسؤولية الاجتماعية على الأفعال من خلال تأثيرها الجيد على المجتمع (Vivian, 2010) وتعد نظرية المسؤولية الاجتماعية تعديلاً أو تكييفاً لمبادئ الحرية الإعلامية وتوجيهها لخدمة المجتمع في إطار أخلاقيات الممارسة المهنية التي تضمن في النهاية أسلوباً للعمل والأداء يخدم حرية الفرد والمجتمع معاً. فوفقاً لهذه النظرية أو نموذج اهتمام الجمهور public model interest؛ فإن الحق في حرية النشر يلزمه واجبات نحو المجتمع الكبير، تتجاوز الاهتمامات الشخصية، وهي رؤية إيجابية للحرية، إذ أنها تتضمن بعض الغايات الاجتماعية المنظورة، كما ترى أن من يمتلكون وسائل الإعلام يعدون موضع ثقة الجمهور trust public أو يمثلونهم stewardship أكثر من كونهم أصحاب ملكية خاصة، يتمتعون بامتيازات غير محدودة (D, 2010) ومن ثم فهي تؤكد ضرورة موازنة الصحافة بين الربح المادي والخدمة بالنظر إلى مصلحة الجمهور (K, 2012) ووفقاً لهذا المنظور؛ فلا تمثل نظرية المسؤولية الاجتماعية نيلاً من حرية وسائل الإعلام، بقدر ما تهدف لترشيد أداؤها في إطار مسؤوليتها المجتمعية، وحماية أطراف العملية الاتصالية من جور بعضها على بعض. إذ تذهب هذه النظرية إلى أن السيطرة على مضمون وسائل الإعلام هي بأيدي الصحفيين، ويتوقع منهم أن يتصرفوا وفقاً لمصلحة الجمهور، ولا توجد وسائل تجبرهم على خدمة الجمهور. فهم أحرار لتقرير ما الخدمات التي يحتاجها الجمهور، وهم من يراقبون مدى فاعلية هذه الخدمات. فوسائل الإعلام المسؤولة ستحافظ على معايير عالية من خلال التزام ذاتي، ولكن هذا لا يمنع من تدخل الحكومة (D, Mass Communication theory, 2010)

وتتمثل المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية في الآتي:

- هناك التزامات على وسائل الإعلام تجاه المجتمع.

- الأخبار التي تقدمها وسائل الإعلام لا بد أن تكون صادقة ودقيقة وعادلة وموضوعية وتتصل بالمجتمع.

- ينبغي أن تكون وسائل الإعلام حرة، ولكن يتم تنظيمها ذاتياً.

- لا بد أن تتبع وسائل الإعلام مبادئ أخلاقية متفق عليها وممارسة مهنية.

- في بعض الظروف؛ ربما تحتاج الحكومة إلى التدخل لحماية مصلحة الجمهور (McQuil, 170-171). وقد واجهت نظرية المسؤولية الاجتماعية عدداً من الانتقادات، أبرزها أنها تبرر الوضع القائم، و تساعد على استمراره.

الدراسات السابقة:

يشغل الأداء الإعلامي مكانة بحثية مهمة في أدبيات الدراسات التي تناولت الإعلام والأزمات. ويرجع ذلك إلى أهمية الأعلام كأداة رئيسية من أدوات التعامل مع الأزمات المختلفة. إلا أن التراكم العلمي العربي في مجال الأمن الإعلامي و إعلام الأزمات لا يزال شحيحاً وبحاجة إلى مزيد من الدراسات العربية والمحلية وأن ما هو موجود في هذا المجال إنما يمثل بدايات رائدة في



هذا المجال البحثي الهام. وقد أسفر المسح العلمي للدراسات السابقة عن وجود بعض الدراسات ذات الصلة بموضوع هذه الدراسة. وبالرجوع إلى الدراسات السابقة وجدت الباحثة أبحاثاً رئيسيين للدراسات السابقة فيما يخص تناول الإعلام والأزمات. الاتجاه الأول وهو الذي يركز على دراسة أداء وسائل الإعلام في الأزمات وتحديد ملامح الدور الذي قامت به من خلال التعرض لأزمات محددة ودراسة المضامين الإعلامية التي قدمتها هذه الوسائل تجاه هذه الأزمات. أما الاتجاه الثاني فيركز على تناول المهنية وأخلاقيات الإعلام.

وبناء على ما سبق نستعرض أهم الدراسات السابقة التي تناول الإعلام والأزمات وأبرز نتائجها في الاتجاهين.

فيما يتعلق برصد وتحليل مدى كفاءة أو قصور الأداء الإعلامي في إدارة الأزمات، يمكن إجمال أبرز ما أشارت إليه الدراسات السابقة بما يلي:

- وجدت الدراسات السابقة مثل (هويدا سيد مصطفى، 1994) (مصطفى، 1994)، التي تناولت دور الإعلام في إدارة الأزمات الداخلية إلى أنه توجد ثلاثة مستويات من الدور الإعلامي في إدارة الأزمات وهي: الإعلام الناقل: وهو ناقل للتصريحات والبيانات المختلفة وفقاً لاتجاهات السلطة السياسية، والإعلام الراصد أو الواصف: وهو الذي يتابع وقائع الحدث وتطوراته المختلفة، وإعلام الرأي: وهو الذي يتخذ شكل التحليلات والتعليقات ويخرج محتواه عن مستوى النقل ليؤكد رأى أو اتجاه معين سواء ما يتعلق بجزئية معينة من الحدث أو بالحدث جملة.

- تعتمد بعض التغطيات الصحفية إلى التحيز في تناول الأزمات بما يتفق والموقف السياسي للدولة التي تمثلها، فقد اتجهت التغطية الصحفية التي قدمتها صحف "الثورة العراقية"، و"الأنوار اللبنانية"، و"الأهرام المصرية" لأزمة الخليج الثانية إلى وصف الأخبار التي تؤيد موقفها السياسي من أزمة حرب الخليج الثانية بالإيجابية وإعطائها صور محببة، ووصف الأخبار التي تعارض هذا الموقف بالسلبية وإعطائها صور غير محببة (عيد، 1997). كما أكد البشر (البشر، 2003) أن الصحافة السعودية أن التغطية الصحفية للأزمات الأمنية لا يرقى إلى المستوى المهني المطلوب وأن مظاهر القصور في الأداء مرتبط بالمؤسسة الصحفية.

- ضعف أدوات الإعلام الرسمي في التعامل مع الأزمات الأمنية مثل قضايا الإرهاب وضالة تأثيره في الجمهور، كما اتسم أداء الإعلام الرسمي بوصفه إعلاماً تعبويّاً يعمل بشكل روتيني؛ مما يفقده مصداقية الجمهور. كذلك وجدت الدراسات السابقة سطحية تناول قضايا الإرهاب وتسليط الإعلام الضوء على الحدث أكثر من التركيز على أسباب ظاهرة الإرهاب وجذورها العميقة، مع غياب التغطية التحليلية والتفسيرية وآليات المواجهة (شاهين، 2014).

- أيضاً أشارت الدراسات السابقة مثل (حسني، 2004) إلى أداء الإعلام في أوقات الأزمات فيما يخص مستوى موضوعية المضمون حيث أكدت النتائج أنه غلبت على معالجات عينة من الصحف العربية لأحداث انتفاضة الأقصى الميل إلى إبراز وجهة نظر واحدة، والتأكيد عليها، في حين جاء حضور وجهات النظر الأخرى بشكل عارض نسبياً.

- تقوم الصحف بدور غير مهني في التعامل مع الأحداث والأزمات الأمنية حيث تغلب على المعالجة الصحفية اللهجة والكتابات والصياغات العدائية، في مقابل عدم الاهتمام بالتركيز على توظيف اللهجة المعتدلة والحيادية في صياغة المواد الصحفية



المرتبطة بالأزمة أو المشكلة، وهو ما كشفت عنه دراسة الدور الذي تقوم به الصحف المصرية في تناول الموضوع الطائفي (علي، يونيو- ديسمبر 2006)، وهو أيضاً ما أكدته (عمران، 2011) من أن الصحافة السعودية لا تهتم بالفنون الصحفية عند تناولها لموضوع الأزمة بل تركز على الخبر، وافتقار تغطيتها الصحفية لبعض المعايير الإخبارية المهمة والتي تتمثل في عمق تناول للأحداث والشمول.

فيما يتعلق بالضوابط المهنية والأخلاقية لممارسة الإعلام، يمكن إجمال أبرز ما أشارت إليه الدراسات السابقة فيما يلي:

- ضرورة الالتزام بدليل ارشادي أخلاقي للعاملين في الإعلام. وضرورة وجود نموذج معياري للأخلاقيات المطبقة في الممارسة الإعلامية، وأن الإعلام الآن العمل الإعلامي لا يستهدف الأثارة بقدر الاهتمام بتقديم المعلومات الصحيحة للجمهور (ربحي، 2016).

- أشارت الدراسات إلى أن هناك ثلاثة مبادئ يمكن أن تشكل أساساً لفهم أخلاقيات الخطاب الإعلامي في ظل الإعلام الجديد. وهي مبدأ المصادقية، التسلسل أو النتائج المبررة، ومبدأ الإنسانية (A, 2001). وأن هناك مجموعة من القواعد التقليدية الأساسية التي يمكن أن تشكل منطلقاً جيداً للبحث في أخلاقيات الممارسة الإعلامية على الانترنت: الصدق، الموضوعية، الدقة، حماية ومساندة الحق، ومراعاة الخصوصية (Yeshua, 2001).

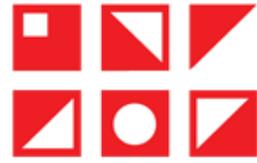
- موثيق الشرف المنظمة لأخلاقيات الممارسة الإعلامية على الانترنت يجب أن تأخذ في الاعتبار القيم المحلية السائدة داخل المجتمع الذي تعمل فيه الوسيلة (T, Empowerment as a universal ethic in globalism, 2004).

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما أكثر وسائل الإعلام التي تعتمد عليها عينة الدراسة كمصدر لمعلومات وأخبار أثناء الأزمات الأمنية؟
- 2- ما درجة اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام في التعرف على القضايا والأحداث أثناء الأزمات الأمنية؟
- 3- ما أسباب اعتماد عينة الدراسة على تلك الوسائل كمصدر للمعلومات والأخبار أثناء الأزمات الأمنية؟
- 4- ما أكثر القضايا الإعلامية التي تتناولها وسائل الإعلام أثناء الأزمات الأمنية؟
- 5- ما تقييم النخبة لمدى مهنية وأخلاقية تناول وسائل الإعلام للأخبار في أوقات الأزمات الأمنية؟
- 5- ما أهم استراتيجيات تعميم الأمن الإعلامي أثناء الأزمات الأمنية من وجهة نظر عينة الدراسة؟
- 6- ما أهم التأثيرات الناتجة عن تطبيق استراتيجيات تعميم الأمن الإعلامي في أثناء الأزمات الأمنية؟

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الكمية الوصفية survey descriptive التي تهتم بدراسة الوضع القائم، للحصول على حقائق جديدة حوله، وهذه الحقائق يمكن أن تأخذ أشكالاً مختلفة، كزيادة مستوى المعرفة، أو إصدار تعميم جديد، وقد تؤدي هذه الحقائق مزيداً من الاقتراب insight من العناصر المتحركة في الموضوع الذي يتم دراسته، أو تقود لاكتشاف علاقات سببية جديدة، وتصميماً أكثر دقة للمشكلة المراد حلها وغيرها من الحقائق الأخرى (Clamorin, 2008, 70) وقد



اعتمدت الدراسة على منهج المسح الذي يؤدي دوراً وصفيًا وتفسيريًا بشرح الأحداث والظواهر التي يتم دراستها (الجمال، 1999: 143)، والمتمثلة هنا في تقصي اتجاهات النخبة نحو استراتيجيات الأمن الإعلامي في أوقات الأزمات الأمنية. كما تعرف الباحثة Kendall المسح على أنه العملية المتكاملة التي ينتقي بموجبها الباحث عينة تمثيلية من مجتمع بحث محدد بغية الإجابة على أسئلة تتعلق بمواقفهم أو آرائهم مسائل أو سلوكيات بعينها (أمين، 2017) .

الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

مجتمع الدراسة: تمثل مجتمع الدراسة في النخبتين الإعلامية والأكاديمية ممن يقطنون مدينة الرياض، بوصفها مركز صناعة القرار السياسي، وفيها تتواجد المقرات الرئيسة للقنوات التلفزيونية: الحكومية وغير الحكومية؛ فضلاً عن محطات البث الرئيسية، بالإضافة إلى تركيز مكاتب مراسلي مختلف الوسائل الإعلامية العربية والدولية في هذه العاصمة. ويرجع اختيار الباحث تطبيق الدراسة على النخبتين: الإعلامية والأكاديمية نظراً لأن أفراد هذه الفئة أكثر قرباً لموضوع الدراسة الحالية وبالتالي لديهم القدرة على تقديم الرؤى الموضوعية والعلمية مقارنة بغيرهم من أفراد النخب المجتمعية الأخرى.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان باعتبارها وسيلة علمية تستخدم لسبر أغوار المبحوثين ومعرفة معلوماتهم واتجاهاتهم وآرائهم في موضوع ما. وتم تصميم استمارة الاستبيان الميدانية وذلك في ضوء المشكلة والهدف من الدراسة، فضلاً عن تساؤلات الدراسة ونظراً لاتساع نطاق عينة الدراسة جغرافياً فقد تم تطبيق الاستبيان إلكترونياً وإرساله عبر البريد الإلكتروني وتطبيقات الأجهزة الذكية بالرجوع إلى المتخصصين في ذلك.

عينة الدراسة:

نظراً لعدم وجود إطار عام للعينة sample frame شامل وحديث، يتضمن النخبة السعودية: الإعلامية والأكاديمية، يمكن من اختيار عينة احتمالية probability sample ممثلة لمجتمع الدراسة، فقد اعتمد الباحث على أسلوب العينة المتاحة sample available أو الملائمة (Wimmer RD, 2006) convenience sample ويقوم هذا الأسلوب على اختيار الأفراد الذين يمكن الوصول إليهم (L, 2012)، بحيث يمثلون مجتمع الدراسة، وبلغ أفراد العينة 114 مبحوثاً من النخبة الإعلامية والأكاديمية. وقد اشتملت عينة النخبة الإعلامية عدداً من القيادات والخبراء والممارسين في مختلف وسائل الإعلام: المطبوعة والمرئية والتفاعلية؛ الرسمية وغير الرسمية، أما النخبة الأكاديمية فقد تمثلت في أساتذة الإعلام في عدد من الجامعات السعودية.

وقد توزعت عينة الدراسة على النحو الآتي:

اعتمدت الباحثة في سحب العينة على عينة الحصص Quota Sample¹ حيث تعمدت إلى اختيار أفراد العينة من الجماعات أو الفئات التي تشكل مجتمع البحث دون أي اعتبار آخر.



خصائص عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	العينة	
66	99	الذكور	النوع
34	51	الإناث	
64	96	أكاديمية	نوع النخبة
36	54	إعلامية	
51.3	77	من 30 إلى أقل من 40 عام	السن
41.3	62	من 40 إلى أقل من 50 عام	
7.2	11	من 50 عام فأكثر	
100	150=ن	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق رقم (1) أن إجمالي العينة بلغ 150 مفردة حيث بلغت نسبة الذكور 66% مقابل 34% من الإناث، وأن نسبة الأكاديميون 64% مقابل 36% من الإعلاميين كما كانت أعلى نسبة لمن تتراوح أعمارهم ما بين 30-40 عاما بنسبة 51.3%.

اختبار الصدق والثبات:

• اختبار الصدق (Validity):

ويقصد به صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث، وتم القيام بعرض البيانات (صحيفة الاستبيان) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في مناهج البحث والإعلام والإحصاء، إجراء بعض التعديلات بناء على آرائهم واقتراحاتهم بحيث أصبحت تقيس بالفعل ما صممت لقياسه وتحقق أهداف الدراسة.

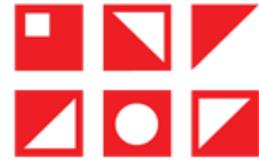
• اختبار الثبات (Reliability)

يعنى محاولة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وهو ما تم على النحو التالي:
تم تطبيق اختبار الثبات على عينة تمثل 10% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستبيان، ثم أعادت تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة 5% من الباحثين بعد أسبوعين من الاختبار الأول، والذي وصل إلى 93%، مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحياتها للتطبيق وتعميم النتائج.

الإطار الزمني لجمع البيانات:

تم إجراء الدراسة الميدانية وتطبيق المسح وجمع البيانات على مدار شهري فبراير ومارس من عام 2020.
النتائج العامة للدراسة:

1 - أكثر وسائل الإعلام التي تعتمد عليها النخبة كمصدر للمعلومات والأخبار أثناء الأزمات الأمنية:



جدول (2) أكثر وسائل الإعلام التي تعتمد عليها النخبة كمصدر للمعلومات والأخبار أثناء الأزمات الأمنية

الدلالة	قيمة z	الإجمالي		النخبة الإعلامية		النخبة الأكاديمية		العينة الوسائل
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	1.305	80.70 %	121	73.30 %	55	88.00 %	66	تويتر
0.01	3.049	76.00	114	65.30	49	86.70	65	الصحف الإلكترونية
غير دالة	1.260	75.30 %	113	80.00 %	60	70.70 %	53	الصحف الورقية
غير دالة	1.321	71.30 %	107	66.70 %	50	76.00 %	57	القنوات التلفزيونية الفضائية والأرضية
غير دالة	1.368	65.30	98	70.70	53	60.00	45	المواقع الإخبارية الإلكترونية
0.05	2.267	58.00	87	52.00	39	64.00	48	مواقع القنوات الفضائية
غير دالة	1.484	53.30	80	58.70	44	48.00	36	اليوتيوب
غير دالة	1.635	42.00	63	48.00	36	36.00	27	الإنستغرام
غير دالة	1.736	34.70 %	52	29.30 %	22	40.00 %	30	الإذاعة (الراديو)
غير دالة	1.407	26.70	40	24.00	18	29.30	22	الفيسبوك
غير دالة	1.235	21.30	32	18.70	14	24.00	18	المدونات
غير دالة	0.751	18.00	27	16.00	12	20.00	15	سناپ شات
			150		75		75	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق رقم (2) إلى أكثر وسائل الإعلام التي يعتمد الباحثون عليها كمصدر للمعلومات والأخبار وفقاً لنوع النخبة، حيث جاء في الترتيب الأول تويتر بنسبة بلغت 80.70%، موزعة بين 88% من إجمالي مفردات عينة النخبة الأكاديمية في مقابل 73.30% من إجمالي مفردات عينة النخبة الإعلامية وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.305 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%. وجاء في الترتيب الثاني الصحف الإلكترونية بنسبة بلغت 76%، موزعة بين 86.70% من إجمالي مفردات عينة النخبة الأكاديمية في مقابل 65.30% من إجمالي مفردات عينة النخبة الإعلامية، كما ثبت إن الفارق بين النسبتين دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 3.49 وهي أكبر من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99%. وجاء في الترتيب الثالث الصحف الورقية بنسبة بلغت 75.30%، موزعة بين 70.70% من إجمالي مفردات عينة النخبة الأكاديمية في مقابل 80% من إجمالي مفردات عينة النخبة الإعلامية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.260 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%. وجاء في الترتيب الرابع القنوات التلفزيونية الفضائية والأرضية بنسبة بلغت 71.30%، موزعة بين 76% من إجمالي مفردات عينة النخبة الإعلامية ف مقابل 66.70% من إجمالي مفردات عينة النخبة الأكاديمية، وتتقارب النسبتان،



حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.321 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%. وجاء في الترتيب الخامس المواقع الإخبارية الإلكترونية بنسبة بلغت 65.30%، موزعة بين 60% من إجمالي مفردات عينة النخبة الأكاديمية في مقابل 70.70% من إجمالي مفردات عينة النخبة الإعلامية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.38 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%، ويتضح من هذه البيانات مدى تزايد الاقبال والمتابعة للنخب الإعلامية على الإعلام الجديد كتويتر في استقاء معلوماتهم في أوقات الأزمات.

2 - درجات اعتماد العينة على وسائل الإعلام في التعرف على القضايا والأحداث أثناء الأزمات الأمنية:

جدول (3)

درجات اعتماد العينة على وسائل الإعلام في التعرف على القضايا والأحداث أثناء الأزمات الأمنية

العينة		النخبة الأكاديمية		النخبة الإعلامية		الإجمالي	
درجات الاعتماد		ك	%	ك	%	ك	%
أعتمد عليها بدرجة كبيرة.		45	60.00%	49	65.30%	94	62.70%
أعتمد عليها بدرجة متوسطة		24	32.00%	17	22.70%	41	27.30%
أعتمد عليها بدرجة منخفضة		6	8.00%	9	12.00%	15	10.00%
الإجمالي		75	100	75	100	150	100

قيمة $\chi^2 = 1.965$ درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.374 الدلالة = غير دالة

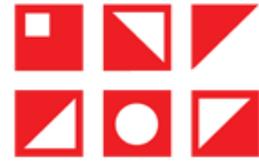
يتضح من الجدول السابق: أن 62.70% من الباحثين يعتمدون على وسائل الإعلام في أوقات الأزمات الأمنية (بدرجة كبيرة)، ويعتمد عليها 27.30% منهم (بدرجة متوسطة)، وفي المقابل يعتمد عليها 10% فقط (بدرجة منخفضة). وهذه النتيجة جاءت متوافقة مع دراسة (الداغر، دور الاعلام الجديد في تشكيل معارف و اتجاهات الشباب الجامعي نحو ظاهرة الارهاب على شبكة الانترنت دراسة ميدانية ، 2016) التي أظهرت أن شبكات التواصل الاجتماعي جاءت في مقدمة وسائل الاتصال التي يعتمد عليها الباحثين في الحصول على المعلومات عن ظاهرة الإرهاب.

3- أسباب اعتماد العينة على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات والأخبار أثناء الأزمات الأمنية:

جدول (4)

أسباب اعتماد العينة على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات والأخبار أثناء الأزمات الأمنية

الدلالة	قيمة z	الإجمالي		النخبة الأكاديمية		النخبة الإعلامية		العينة	الأسباب
		ك	%	ك	%	ك	%		



غير دالة	1.407	%79.30	119	%74.70	56	%84.00	63	لأنها تتميز بسرعة التغطية والفورية في نقل الأحداث والقضايا في الأزمات الأمنية.
غير دالة	1.005	%79.30	119	%76.00	57	%82.70	62	لأنها تركز على متابعة القضايا الأمنية التي تهتم المواطنين
غير دالة	1.430	%70.70	106	%76.00	57	%65.30	49	لأنها تسهل الحصول على الأخبار والمعلومات
غير دالة	0.533	%70.00	105	%68.00	51	%72.00	54	لأنها تناقش القضايا الأمنية بمصداقية وتتمتع بالأمانة في نقل المعلومات.
غير دالة	0.816	%54.00	81	%50.70	38	%57.30	43	لأنها تعرض وجهات النظر المختلفة حول القضايا والأحداث
غير دالة	0.490	%54.00	81	%52.00	39	%56.00	42	لأنها تراعى الصدق والموضوعية في عرض المعلومات والأخبار.
غير دالة	1.957	%46.70	70	%38.70	29	%54.70	41	لأنها تتميز بالمتابعة المستمرة للأحداث والتحليلات.
غير دالة	0.654	%45.30	68	%42.70	32	%48.00	36	لأنها تعالج بعمق الموضوعات وتفصيلها.
غير دالة	0.170	%35.30	53	%36.00	27	%34.70	26	لأنها تتمتع بدرجة عالية من الحرية في التعبير عن الرأي
			150		75		75	الاجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أسباب اعتماد العينة على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات والأخبار ، حيث جاء في الترتيب الأول " لأنها تتميز بسرعة التغطية والفورية في نقل الأحداث". بنسبة بلغت %79.30، موزعة بين %84 من إجمالي مفردات عينة النخبة الأكاديمية في مقابل %74.70 من إجمالي مفردات عينة النخبة الإعلامية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.407 وهي أقل من القيمة الجدولية التي تشير لوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة %95. وجاء أيضاً في نفس الترتيب الأول " لأنها تركز على متابعة القضايا الأمنية التي تهتم المواطنين " بنسبة بلغت %79.30، موزعة بين %82.70 من إجمالي مفردات عينة النخبة الأكاديمية في مقابل %76 من إجمالي مفردات عينة النخبة الإعلامية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.005 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة %95. وجاء في الترتيب الثاني أيضاً " لأنها تسهل الحصول على الأخبار والمعلومات " بنسبة بلغت %70.70، موزعة بين %65.30 من إجمالي مفردات عينة النخبة الأكاديمية في مقابل %76 من إجمالي مفردات عينة النخبة الإعلامية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.430 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بنسبة %95. وجاء في الترتيب الثالث أنها لأنها تناقش القضايا الأمنية بمصداقية وتتمتع بالأمانة في نقل المعلومات بنسبة بلغت %70، موزعة بين %72 من إجمالي مفردات عينة النخبة الأكاديمية في مقابل %68 من إجمالي مفردات عينة النخبة



الإعلامية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0533 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

4 أكثر القضايا الإعلامية التي تناولها وسائل الإعلام في أوقات الأزمات الأمنية من وجهة نظر العينة:

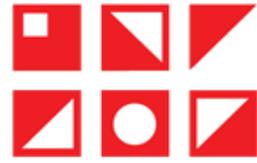
جدول (5)

أكثر القضايا الإعلامية التي تناولها وسائل الإعلام في أثناء الأزمات الأمنية

الدالة	قيمة z	الإجمالي		النخبة الإعلامية		النخبة الأكاديمية		العينة القضايا
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	0.795	78.70 %	118	81.30 %	61	76.00 %	57	قضايا الحروب والصراعات
غير دالة	1.699	75.30 %	113	81.30 %	61	69.30 %	52	القضايا المتعلقة بالاعتصامات والشغب المسلح
غير دالة	0.331	58.70 %	88	57.30 %	43	60.00 %	45	القضايا المتعلقة بالعمليات الارهابية
0.05	2.951	56.00 %	84	44.00 %	33	68.00 %	51	القضايا المتعلقة بالتطرف الفكري والديني
غير دالة	0.328	44.00 %	66	42.70 %	32	45.30 %	34	القضايا المتعلقة بالخطف والاختيالات
			150		75		75	الاجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أكثر القضايا الإعلامية التي تناولها وسائل الإعلام في أوقات الأزمات الأمنية ، حيث جاء في الترتيب الأول " قضايا الحروب والصراعات " بنسبة بلغت 78.70%، موزعة بين 76% من إجمالي مفردات عينة النخبة الأكاديمية في مقابل 81.30% من إجمالي مفردات عينة النخبة الإعلامية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.795 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%. وجاء في الترتيب الثاني القضايا المتعلقة بالاعتصامات والشغب المسلح بنسبة بلغت 75.30%، موزعة بين 69.30% من إجمالي مفردات عينة النخبة الأكاديمية في مقابل 81.30% من إجمالي مفردات عينة النخبة الإعلامية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.699 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب الثالث القضايا المتعلقة بالعمليات الارهابية بنسبة بلغت 58.70%، موزعة بين 60% من إجمالي مفردات عينة النخبة الأكاديمية في مقابل 57.30% من إجمالي مفردات عينة النخبة الإعلامية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.331 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.



وجاء في الترتيب الرابع القضايا المتعلقة بالتطرف الديني والفكري بنسبة بلغت 56%، موزعة بين 68% من إجمالي مفردات عينة النخبة الأكاديمية في مقابل 44% من إجمالي مفردات عينة النخبة الإعلامية، وتتقارب النسبتان، وثبت إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 2.951 وهي أكبر من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%. وجاء في الترتيب الخامس القضايا المتعلقة بالخطف والاعتقالات بنسبة بلغت 44%، موزعة بين 45.30% من إجمالي مفردات عينة النخبة الأكاديمية في مقابل 42.70% من إجمالي مفردات عينة النخبة الإعلامية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.328 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

5 - درجة الثقة في وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات الأمنية

جدول (6)

درجات ثقة المبحوثين في وسائل الإعلام الجديدة كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات الأمنية

العينة		النخبة الإعلامية		النخبة الأكاديمية		الإجمالي	
درجات الثقة		ك	%	ك	%	ك	%
أثق فيها بدرجة كبيرة		8	10.70%	11	14.70%	19	12.70%
أثق فيها بدرجة منخفضة		56	74.70%	27	36.00%	83	55.30%
أثق فيها بدرجة متوسطة		11	14.70%	37	49.30%	48	32.00%
الإجمالي		75	100	75	100	150	100

قيمة $\chi^2 = 25.029$ درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.000 الدلالة = 0.001

يتضح من الجدول السابق: أن 12,7% فقط من المبحوثين يثقون في وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات الأمنية (بدرجة كبيرة) وهي نسبة ضئيلة توضح مدى إيمان عينة الدراسة بأن ما ينشر علي وسائل الإعلام غير موثوق فيه، بينما أظهرت النتائج أن 55.30% من عينة الدراسة يثق بدرجة منخفضة فيما تناقله وسائل الإعلام من أخبار (بدرجة متوسطة)، وفي المقابل يثق فيها 32% منهم (بدرجة متوسطة).

6 - تقييم النخبة لمدى مهنية وأخلاقية تناول وسائل الإعلام للأخبار في أوقات الأزمات الأمنية:

جدول (7)

تقييم النخبة لمدى مهنية وأخلاقية تناول وسائل الإعلام للأخبار في أوقات الأزمات الأمنية



المتوسط ط	الاستجابة			عبارات المقياس
	موافق	محايد	معارض	
2.84	133 88.70 %	10 %6.70	7 %4.70	ك % لا تراعى التوازن ولا تطرح مختلف وجهات النظر عند تغطيتها أخبار الأزمات الأمنية والأحداث المتصلة بها
2.77	122 81.30	22 14.70	6 %4.00	ك % غلبة السبق الإعلامي على دقه ما ينشر من أخبار بشأن بعض القضايا الأمنية.
2.69	117 78.00 %	19 12.70 %	14 %9.30	ك % تعتمد المبالغة والتهويل في تغطيتها لضحايا أعمال القتل والعنف المصاحبة للأزمات الأمنية
2.67	114 76.00	23 15.30	13 %8.70	ك % التغطية الإعلامية التي يقدمها الإعلام في أوقات الأزمات غالبًا ما تتسم بالسطحية وعدم التحليل والتفسير
2.60	107 71.30 %	26 17.30 %	17 11.30 %	ك % التغطية الإعلامية التي يقدمها الإعلام لقضايا الأزمات الأمنية غالبًا ما تتسم بالارتجال وعدم التخطيط.
2.57	105 70.00	25 16.70	20 13.30	ك % عدم المنهجية والحرفية عند تناول الأحداث والقضايا المتعلقة بالأزمات الأمنية.
2.53	94 62.70 %	42 28.00 %	14 %9.30	ك % لديها أجنحة مسبقة تشكل الأخبار والبرامج التي تقدمها عن قضايا الأزمات الأمنية بما يخدم تلك الأجنحة
2.38	95 63.30 %	17 11.30 %	38 25.30 %	ك % تتعامل مع الأحداث والقضايا الأمنية بحياد وموضوعية
2.29	82 54.70	30 20.00	38 25.30	ك % تقديم تفسير وتحليل شامل وعميق للجوانب المختلفة للأحداث الأمنية
2.23	68 45.30	48 32.00	34 22.70	ك % تتحرى صحة المعلومات ودقتها قبل النشر
2.16	61 40.70 %	52 34.70 %	37 24.70 %	ك % تراعى التوازن من خلال طرح مختلف وجهات النظر عند تغطيتها أخبار الأزمات الأمنية
2.14	65 43.30 %	41 27.30 %	44 29.30 %	ك % تحرص غالبًا على نسبة الأخبار إلى مصادرها ونادرًا ما تذيب الأخبار مجهولة المصدر
2.05	60 40.00 %	38 25.30 %	52 34.70 %	ك % تقديم وقائع وبيانات صحيحة ودقيقة عن الجوانب المختلفة للأحداث والقضايا الأمنية
150				الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن (عدم مراعاة التوازن وعدم طرح مختلف وجهات النظر عند تغطيتها أخبار الأزمات الأمنية والأحداث المتصلة بها) جاء في مقدمة استجابات الباحثين حول مهنية وأخلاقية تناول وسائل الإعلام للأخبار المتعلقة بالأزمات الأمنية بمتوسط 2.84، ثم (غلبة السبق الإعلامي على دقه ما ينشر من أخبار بشأن بعض القضايا الأمنية). في المرتبة الثانية بمتوسط 2.77، (تعتمد المبالغة والتهويل في تغطيتها لضحايا أعمال القتل والعنف



المصاحبة للأزمات الأمنية) في المرتبة الثالثة بمتوسط 2.69، ثم (التغطية الإعلامية التي يقدمها الإعلام في أوقات الأزمات غالبًا ما تتسم بالسطحية وعدم التحليل والتفسير) في المرتبة الرابعة بمتوسط 2.67، ثم (التغطية الإعلامية التي يقدمها الإعلام لقضايا الأزمات الأمنية غالبًا ما تتسم بالارتجال وعدم التخطيط.) في المرتبة الخامسة بمتوسط 2.60.

7 أهم استراتيجيات الأمن الإعلامي في أوقات الأزمات الأمنية:

جدول (8)

استجابات العينة حول أهم استراتيجيات الأمن الإعلامي في أوقات الأزمات

المتوسط	موافق	محايد	معارض	الاستجابة	
				ك	عبارات المقياس
2.93	141 94.00 %	7 4.70 %	2 1.30 %	ك %	اتباع المؤسسات الإعلامية للأساليب والأسس والمعايير المهنية في العمل الإعلامي المؤسسي المحترف.
2.92	139 92.70 %	10 6.70 %	1 0.70 %	ك %	الاهتمام بالتطوير والتدريب والتأهيل المهني والأخلاقي للعاملين في مجال الإعلام.
2.91	140 93.30 %	7 4.70 %	3 2.00 %	ك %	توظيف التربية الإعلامية التي تهدف إلى غرس إطار معرفي وقيمي لدى أفراد مجتمع قادر على الكشف عن الرسائل المغلوطة التي تحملها بعض الأخبار في وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي.
2.91	141 94.00 %	5 3.30 %	4 2.70 %	ك %	وضع قوانين وسياسات تلزم القائم بالاتصال بممارسة الرقابة الذاتية
2.90	140 93.30 %	5 3.30 %	5 3.30 %	ك %	تضمين البرامج والمواد الإعلامية المختلفة القيم المتعلقة بالحفاظ على الأمن والأمان.
2.88	136 90.70 %	10 6.70 %	4 2.70 %	ك %	سن وتفعيل موثيق شرف إعلامية يكون بمثابة مرجعية واضحة وثابتة للعاملين في المجال الإعلامي.
2.88	133 88.70 %	16 10.70 %	1 0.70 %	ك %	اهتمام أقسام وكليات الإعلام في الجامعات بالنقد الإعلامي الذي يعزز القراءة النقدية للمنتج الإعلامي، والارتقاء بمستواه المهني.
2.87	135 90.00 %	10 6.70 %	5 3.30 %	ك %	استخدام ما يعرف بالإعلام المضاد، الذي يقوم على أساس تقديم رسائل إعلامية تقوم على أساس استقاء معلومات صحيحة ودقيقة والاستعانة بالخبراء والمختصين، والاعتماد على مصادر موثوقة.
2.87	134 89.30 %	12 8.00 %	4 2.70 %	ك %	تفعيل دور المؤسسات الإعلامية غير الحكومية المعنية بمراقبة الأداء الإعلامي وتقييمه.
2.85	135 90.00 %	8 5.30 %	7 4.70 %	ك %	سن القوانين والتشريعات التي تضبط أداء وسائل الإعلام وتنظمه.
2.83	132 88.00 %	10 6.70 %	8 5.30 %	ك %	إجراء البحوث والدراسات التي تهتم بدور الأمن الإعلامي في معالجة الأداء الإعلامية في جميع وسائل الإعلام التقليدية والجديدة.
2.82	129	15	6	ك	وضع ضوابط قانونية للعمل الإعلامي بهدف حمايته من الأخطاء.



	86.00 %	10.00 %	4.00 %	%	
2.82	127	19	4	ك	وضع استراتيجيات إعلامية واضحة لمواجهة ترويج الغرب لقيم إعلامية لا تتوافق مع المجتمع العربية.
	84.70 %	12.70 %	2.70 %	%	
150					الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن (اتباع المؤسسات الإعلامية للأساليب والأسس والمعايير المهنية في العمل الإعلامي المؤسسي المحترف). جاء في مقدمة استجابات الباحثين حول أهم الاستراتيجيات التي يمكن أن تبناها المؤسسات الإعلامية لتأكيد أهمية دور الأمن الإعلامي في أوقات الأزمات الأمنية بمتوسط 2.93، ثم (الاهتمام بالتطوير والتدريب والتأهيل المهني والأخلاقي للعاملين في مجال الإعلام). في المرتبة الثانية بمتوسط 2.92 وهو ما يتفق مع دراسة الشامي (سعيد، 2014) التي أكدت أهمية تطوير مستوى التأهيل المهني والأخلاقي للصحفيين وإشعارهم بأهمية المسؤولية الاجتماعية، و(توظيف التربية الإعلامية التي تهدف إلى غرس إطار معرفي وقيمي لدى أفراد مجتمع قادر على الكشف عن الرسائل المغلوطة التي تحملها بعض الأخبار في وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي، وضع قوانين وسياسات تلزم القائم بالاتصال بممارسة الرقابة الذاتية). في المرتبة الثالثة بمتوسط 2.91، ثم (تضمين البرامج والمواد الإعلامية المختلفة القيم المتعلقة بالحفاظ على الأمن والأمان) في المرتبة الرابعة بمتوسط 2.90، ثم (سن وتفعيل موثيق شرف إعلامية يكون بمثابة مرجعية واضحة وثابتة للعاملين في المجال الإعلامي). في المرتبة الخامسة بمتوسط 2.88. وتتقارب النتائج السابقة مع ما توصلت له الباحثة من استعراض للدراسات السابقة حسب أكد (الداغر، مرجع سابق) بضرورة سرعة إقرار ميثاق الشرف الصحفي والبدء في تنفيذه وأهمية استحداث قوانين تتناسب مع التطور الإعلامي ومراقبة الأداء الإعلامي.

وفي السياق نفسه يرى الدكتور صالح فلاق شبرة بأن المسؤولية الاجتماعية تقتضي تحميل المؤسسة الإعلامية أدواراً إيجابية بطريقة طوعية وبدون تدخل من السلطة أو الجهات التنظيمية، أي أن مشاركتها في تطهير المجتمع وعملها على إحداث التوازن والارتصاف للأنماط المعيارية الاجتماعية يكون نابعا من فئات مهنية وأخلاقية تستبعد المصلحة الربحية أو الإيديولوجية وتقترب أكثر من تحقيق الأمن الاجتماعي والرفع العام (شبرة، 2020).

8 - درجة أهمية تفعيل استراتيجيات الأمن الإعلامي في أوقات الأزمات الأمنية من وجهة نظر العينة:

جدول (9)

درجة أهمية تفعيل دور الأمن الإعلامي في أوقات الأزمات الأمنية من وجهة نظر العينة

العينة		النخبة الإعلامية		النخبة الأكاديمية		درجات الأهمية
ك	%	ك	%	ك	%	
30	40.00%	28	37.30%	58	38.70%	مهمة بدرجة كبيرة.
45	60.00%	47	62.70%	92	61.30%	مهمة بدرجة متوسطة
75	100	75	100	150	100	الإجمالي

قيمة كا² = 0.112 درجة الحرية = 1 مستوى المعنوية = 0.737 الدلالة = غير دالة



يتضح من الجدول السابق: أن 38.70% من العينة يرون أهمية تفعيل استراتيجيات الأمن الإعلامي في أوقات الأزمات الأمنية (بدرجة كبيرة)، بينما يري 61.30% منهم انه مهم (بدرجة متوسطة). وبحساب قيمة χ^2 بلغت (0.112) عند درجة حرية = (1) ، وهي قيمة غير دالة إحصائيا، عند مستوي دلالة (0.05).

9 تأثيرات تطبيق استراتيجيات الأمن الإعلامي في أوقات الأزمات الأمنية:

جدول (10)

استجابات المبحوثين حول تأثيرات تطبيق استراتيجيات الأمن الإعلامي في أوقات الأزمات الأمنية

المتوسط	موافق	محايد	معارض	الاستجابة	
				عبارات المقياس	ك
2.63	107 71.30 %	31 20.70 %	12 8.00 %	ك	تعزز الشعور بالانتماء والمواطنة وتحافظ على الهوية الوطنية.
2.60	94 62.70 %	52 34.70 %	4 2.70 %	ك	تكفل الارتقاء بالأداء الإعلامي وفقاً لقواعد المهنية المتمثلة بتقديم الخدمة الإخبارية، والمعلومة الصحيحة
2.60	103 68.70 %	35 23.30 %	12 8.00 %	ك	تحقق الأمن الوطني مما يحافظ على أمن الوطن واستقراره
2.59	101 67.30 %	37 24.70 %	12 8.00 %	ك	حماية الوطن وتحصين المجتمع من الغزو الإعلامي الخارجي.
2.57	100 66.70 %	36 24.00 %	14 9.30 %	ك	تعزز الدور التربوي والتعليمي لمؤسسات المجتمع.
2.56	90 60.00 %	54 36.00 %	6 4.00 %	ك	تساعد على خلق التوازن الإعلامي الذي يشمل مرونة الأداء، وواقعية العرض، وشمولية الفكر.
2.56	93 62.00 %	48 32.00 %	9 6.00 %	ك	توفر أدوات إعلامية تساعد على مواجهة كافة أشكال الخطاب الإعلامي المضاد
2.56	87 58.00 %	60 40.00 %	3 2.00 %	ك	تحد من أشكال التبعية الإعلامية وتحصين وسائل الإعلام من عمليات الغزو الثقافي الإعلامي الغربي
2.54	94 62.70 %	43 28.70 %	13 8.70 %	ك	ضبط أداء وسائل الإعلام ووضع حد لحالة الانفلات الإعلامي التي تعيشها الساحة الإعلامية حالياً
2.48	91 60.70 %	41 27.30 %	18 12.00 %	ك	تخلق محتوى إعلامي هادف ومتوازن وموضوعي ينبع من قيم وتقاليد وعادات وهوية المجتمع.
2.44	88 58.70 %	41 27.30 %	21 14.00 %	ك	تساهم بصورة فعالة في دعم الاستقرار السياسي وحماية الوحدة الوطنية.
150				الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق: أن (تعزز الشعور بالانتماء والمواطنة ويحافظ على الهوية الوطنية). جاء في مقدمة استجابات المبحوثين حول التأثيرات المختلفة لتفعيل استراتيجيات الأمن الإعلامي في أوقات الأزمات الأمنية بمتوسط 2.63، ثم (تكفل



الارتقاء بالأداء الإعلامي وفقاً لقواعد المهنة المتمثلة بتقديم الخدمة الإخبارية، والمعلومة الصحيحة، و تحقيق الأمن الوطني مما يحافظ على أمن البلاد واستقرارها) في المرتبة الثانية بمتوسط 2.60، و(حماية الوطن وتحصين المجتمع من الغزو الإعلامي الخارجي) في المرتبة الثالثة بمتوسط 2.59، ثم (تعزز الدور التربوي والتعليمي للمؤسسات المجتمع) في المرتبة الرابعة بمتوسط 2.57، ثم (تساعد على خلق التوازن الإعلامي الذي يشمل مرونة الأداء، وواقعية العرض، وشمولية الفكر، يوفر أدوات إعلامية تساعد على مواجهة كافة أشكال الخطاب الإعلامي المضاد، وتحد من أشكال التبعية الإعلامية وتحصين وسائل الإعلام من عمليات الغزو الثقافي والاختراقات الإعلامية الغربية) في المرتبة الخامسة بمتوسط 2.56.

10 - أهم التحديات التي تواجه تفعيل استراتيجيات الأمن الإعلامي في أوقات الأزمات الأمنية

جدول (11)

استجابات الباحثين حول أهم التحديات التي تواجه تفعيل استراتيجيات الأمن الإعلامي في أوقات الأزمات الأمنية

المتوسط	موافق	محايد	معارض	الاستجابة	
				عبارات المقياس	ك
2.90	137 91.30 %	11 7.30 %	2 1.30 %	ك %	الافتقار إلى أي سند تشريعي يحدد مفهوم الأمن الاعلامي للعاملين في الإعلام.
2.85	131 87.30 %	16 10.70 %	3 2.00 %	ك %	غياب تشريعات وقوانين واضحة تكفل حرية الاعلام وتحدد طبيعة العلاقة بين المؤسسة الاعلامية والمؤسسات التنفيذية.
2.83	128 85.30 %	19 12.70 %	3 2.00 %	ك %	افتقار العاملين في الإعلام إلى الكثير من المؤهلات والمهارات واليات العمل والتدريب المهني.
2.83	125 83.30 %	24 16.00 %	1 0.70 %	ك %	ظهور التطفيف الإعلامي والذي يشير إلى تجزئية في نقل الحقائق، وانتقائية للقضايا والموضوعات والمواقف والنتائج حسب المصلحة.
2.81	127 84.70 %	18 12.00 %	5 3.30 %	ك %	ظهور التشخيص الإعلامي الذي يتعامل مع الأشخاص والزعامات على حساب القضايا الأساسية.
2.81	131 87.30 %	10 6.70 %	9 6.00 %	ك %	عدم الموازنة بين الحرية والمسؤولية في أداء العاملين في الإعلام.
2.79	122 81.30 %	24 16.00 %	4 2.70 %	ك %	غياب مفهوم حارس البوابة وظهور ما يعرف بصحافة المواطن في الإعلام الجديد.
150				الاجمالي	

يتضح من الجدول السابق: أن (الافتقار إلى أي سند تشريعي يحدد مفهوم الأمن الاعلامي للعاملين في وسائل الإعلام، ويسمح لأي فرد أن يطلق على نفسه مواطناً صحفياً). جاء في مقدمة استجابات الباحثين حول أهم التحديات التي تواجه تفعيل استراتيجيات الأمن الإعلامي في أوقات الأزمات الأمنية بمتوسط 2.90، ثم (غياب تشريعات وقوانين واضحة تكفل حرية الاعلام وتحدد طبيعة العلاقة بين المؤسسة الاعلامية والمؤسسات التنفيذية) في المرتبة الثانية بمتوسط 2.85، و(افتقار العاملين في الإعلام إلى الكثير من المؤهلات والمهارات واليات العمل والتدريب المهني، ظهور التطفيف الإعلامي والذي يشير إلى تجزئية في



نقل الحقائق، وانتقائية للقضايا والموضوعات والمواقف والنتائج حسب المصلحة). في المرتبة الثالثة بمتوسط 2.83. ثم (ظهور التشخيص الإعلامي الذي يتعامل مع الأشخاص والزعامات على حساب القضايا الأساسية. وعدم الموازنة بين الحرية والمسؤولية في أداء العاملين في الإعلام). في المرتبة الرابعة بمتوسط 2.81، ثم (غياب مفهوم حارس البوابة وظهور ما يعرف بصحافة المواطن في الإعلام الجديد). في المرتبة الخامسة بمتوسط 2.79.

مناقشة النتائج:

تمثل الأزمات ومنها الأزمات الأمنية اختباراً حقيقياً لوسائل الإعلام والاتصال، وبخاصة ما يتعلق بمدى التزامها بالأداء المهني والأخلاقي في تغطيتها للأحداث المتصلة بالأزمات ونقل أخبارها إلى الجمهور. وضرورة الالتزام بأسس الممارسة المهنية ومبادئها الأخلاقية، غير أن نتائج هذه الدراسة قد أبرزت عدداً من المؤشرات فيما يتعلق بأداء وسائل الإعلام في أوقات الأزمات وأهمية تطبيق استراتيجيات تعميم مفهوم الأمن الإعلامي في هذه الأزمات وذلك كالتالي:

- في الوقت الذي ارتفعت فيه نسبة تعرض واعتماد النخبة على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار أثناء الأزمات الأمنية مقابل وتراجع الإعلام التقليدي من فضائيات وصحف ورقية. وهو ما يشير إلى أهمية وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار أثناء الأزمات الأمنية. إلا أن محدودية وضعف ثقافتهم فيها يشيران إلى عدم التلازم بين معدل التعرض والاعتماد على وسائل الإعلام من ناحية؛ والثقة فيها من ناحية أخرى، فالفرد قد يتعرض للوسيلة بدافع حب الاستطلاع، والتعرف على ما الذي تقدمه الوسيلة، وكيف تقدمه. وهذه النتيجة قد تكون مؤشر على أن وسائل الإعلام التقليدية والجديدة على وجه خاص، تعاني من أزمة ثقة بينها وبين النخبة الإعلامية والأكاديمية التي شملتها هذه الدراسة، فقد ارتفعت نسبة عدم الثقة في هذه الوسائل مجتمعة، وصلت نسبتها 55% وقد يرجع ذلك إلى عدد من جوانب الخلل: المهني والأخلاقي التي انتابت أداء وسائل الإعلام، وفقاً لنتائج تقييم النخبة ومدى التزام هذه الوسائل بمعايير التغطية المهنية والأخلاقية حيث أشارت النخبة إلى عدم مراعاة وسائل الإعلام التوازن من خلال طرح مختلف وجهات النظر عند تغطيتها أخبار الأزمات الأمنية والأحداث المتصلة بها، وغلبة السبق الإعلامي على دقة ما ينشر من أخبار بشأن بعض القضايا الأمنية. وبالتالي فمستوى ثقة النخبة في الوسيلة الإعلامية، هي في نهاية المطاف محصلة لمستوى أدائها المهني والتزامها الأخلاقي على مدى فترة زمنية غالباً ما تكون طويلة أو متوسطة، وقد تكون قصيرة في بعض الحالات وفقاً لوتيرة الأحداث وأهميتها.

- أوضحت النتائج أن من أهم الاستراتيجيات التي يمكن أن تتبناها المؤسسات الإعلامية لتعميم مفهوم الأمن الإعلامي في أوقات الأزمات الأمنية هي اتباع المؤسسات الإعلامية للأساليب والأسس والمعايير المهنية في العمل الإعلامي المؤسسي المحترف، الاهتمام بالتطوير والتأهيل المهني والأخلاقي للعاملين في مجال الإعلام، وتوظيف التربية الإعلامية التي تهدف إلى غرس إطار معرفي وقيمي لدى أفراد مجتمع قادر على الكشف عن الرسائل المغلوطة التي تحملها بعض الأخبار في وسائل الإعلام وشبكات التواصل ووضع قوانين وسياسات تلزم القائم بالاتصال بممارسة الرقابة الذاتية وهو ما أكدته دراسة الغزوي وملياني (الله، 2017) من أن تفعيل دور التربية الإعلامية التي تهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم والمشاركة فيها بصورة فعالة. وهو أيضاً ما يؤكد ضرورة تفعيل هذه الاستراتيجيات في القوانين والتشريعات الخاصة بتنظيم العمل والأداء الإعلامي لضمان أن تلتزم وسائل الإعلام بأداء مهني عالي خاصة في أوقات الأزمات.



- كما يشير ترتيب أسباب اعتماد النخبة التي تناولتها الدراسة الإعلام كمصدر للأخبار في أوقات الأزمات إلى أن النخبة الإعلامية تعلي من قيمة السرعة في نقل الحدث ومتابعة تطوراته في المقام الأول، فقد تصدرت هذه الأسباب "سرعة التغطية والفورية في نقل الأحداث" و"متابعة القضايا الأمنية التي تهم المواطنين"، وهو ما يتناسب وطبيعة عمله كوسائل إعلامية كما أنه يتسق والتوجه الراهن لوسائل الإعلام اللاهثة وراء هذه القيمة الخبرية، وإعلائها -غالباً- على كل ما عداها من القيم الخبرية الأخرى، حتى ولو كان ذلك على حساب الدقة والموضوعية. في حين جاءت أسباب مثل لأنها تناقش القضايا بمصداقية وتمتع بالأمانة في نقل المعلومات، ولأنها تعرض وجهات النظر المختلفة حول القضايا والأحداث في ترتيب منخفض بالنسبة للنخبة فيشير إلى مدى ضعف مصداقية وسائل الإعلام لدى النخبة، وتلك إشكالية تستدعي أخذها بعين الاعتبار من قبل القائمين على وسائل الإعلام والاتصال، فالمصداقية تعتبر أحد المبادئ الأساسية التي يجب أن تتصف بها هذه الوسائل.

- أكدت نتائج الدراسة إلى أن تفعيل استراتيجيات الأمن الإعلامي في أوقات الأزمات الأمنية سوف يعزز الشعور بالانتماء والمواطنة والمحافظة على الهوية الوطنية يكفل الارتقاء بالأداء الإعلامي وفقاً لقواعد المهنة المتمثلة بتقديم الخدمة الإخبارية، والمعلومة الصحيحة، و يحقق الأمن الوطني مما يحافظ على أمن البلاد واستقرارها وأن هذه من تأثيرات تفعيل استراتيجيات الأمن الإعلامي حماية الوطن وتحصين المجتمع من الغزو الإعلامي الخارجي ثم تعزيز الدور التربوي والتعليمي لمؤسسات المجتمع كذلك تساعد على خلق التوازن الإعلامي الذي يشمل مرونة الأداء، وواقعية العرض، وشمولية الفكر، يوفر أدوات إعلامية تساعد على مواجهة كافة أشكال الخطاب الإعلامي المضاد، وتحد من أشكال التبعية الإعلامية وتحصين وسائل الإعلام من عمليات الغزو الثقافي والاختراقات الإعلامية الغربية.

- توصلت نتائج الدراسة إلى أن الافتقار إلى أي سند تشريعي يحدد مفهوم الأمن الاعلامي للعاملين في وسائل الإعلام، ويسمح لأي فرد أن يطلق على نفسه مواطناً صحفياً جاء في مقدمة التحديات التي تواجه تفعيل استراتيجيات الأمن الإعلامي في أوقات الأزمات الأمنية، كذلك غياب تشريعات وقوانين واضحة تكفل حرية الإعلام وتحدد طبيعة العلاقة بين المؤسسة الإعلامية والمؤسسات التنفيذية، وافتقار العاملين في الإعلام إلى الكثير من المؤهلات والمهارات وآليات العمل والتدريب المهني، وظهور التطفيف الإعلامي والذي يشير إلى تجزئية في نقل الحقائق، وانتقائية للقضايا والموضوعات والمواقف والنتائج حسب المصلحة، كذلك ظهور التشخيص الإعلامي الذي يتعامل مع الأشخاص والزعامات على حساب القضايا الأساسية. وعدم الموازنة بين الحرية والمسؤولية في أداء العاملين في الإعلام وهذه النتيجة تؤكد ما تم الإشارة إليه سابقاً أن هناك ضرورة سن قوانين وتشريعات تحدد مفهوم الأمن الإعلامي خاصة في ظل تطور تكنولوجيا الاتصال والإعلام وانتشار استخدام الإعلام الجديد الذي أفرز المواطن الصحفي الذي قد يفتقر إلى المهنية في العمل الإعلامي. كذلك لا بد من إنعاش قواعد تحدد أخلاقيات العمل الإعلامي، في أشكاله وإشكالياته وموثيقه، وتجعل العاملين بالمهنة يعملون ضمن دائرة المصداقية وموضوعية تناول وعدم الانحياز واستقاء الأخبار من مصادرها والنزاهة في تناول الأحداث.

المراجع:

- 1- Baran SJ and Davis D K .*Mass Communication theory -Foundation ferment end future* . Boston: Wadsworth. 2012



- 2- Brislin T .*Empowerment as a universal ethic in globalism* .in journal of mass media ethics 19-2:130-137. 2004
- 3- Brislin T .*Empowerment as a universal ethic in globalism* . in journal of mass media ethics. 2004
- 4- Gravetter F and Forzano L .*Research Methods of the Behavioral* . science 4th ed Bkmont Wadsworth.2012
- 5- J Vivian .*The Media of Mass Communication* ,9th .Boston: Allyn and Bacon.2010
- 6- Mark Deuze - daphna Yeshua .*Online Journalists face new ethical dilemmas* . Lessons from the netherlands ,journal of mass ethics 16:4,273-292 2001 .
- 7- McQuail D .*Mass Communication theory* .Sage.2010
- 8- McQuail D .*McQuail's Mass Communication theory*6 .th Ed .Sage.2010
- 9- McQuail D .*McQuail's Mass Communication theory* ,6th Ed .sage.2010
- 10- Mominik JR Wimmer RD .*Mass Media Research an Introduction*8 . th ed CA , Thomson Wadsworth.2006
- 11- Stephen J .A .*Philosophical Foundations for Global Journalism Ethivs* . journal of mass ethics 20:1,3 21 DOI :10 1207/s15327728 jmme2001-2.2001
- 12 - الداغر. (بلا تاريخ). مرجع سابق .
- 13 - الداغر. (بلا تاريخ). مرجع سابق .
- 14 - الغزاوي ، امال حسن و ملياني ، خلود عبد الله. اتجاهات النخبة نحو تفعيل دور الامن الاعلامي في مواجهة التطرف و الارهاب عبر وسائل الاعلام الجديد . المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الاعلان ، 11، 1-54. 2017
- 15 - إيمان حسني.. معالجة الصحف العربية و الدولية لاحداث الانتفاضة . القاهرة : كلية الاعلام . 2004
- 16 - بقدوري عز الدين عيسى رنجي.. اخلاقيات العمل الصحفي في الجزائر ، الاذاعات المحلية بالغرب الجزائري .2016
- 17 - بن عمرة بلقاسم أمين. المسوح الافتراضية ،نحو فهم إجرائي للرهانات المنهجية و الاستمولوجية . مجلة الاتصال الاجتماعي ، المجلد 4 ، العدد 11-12 ص 168 . 2017
- 18 - شامي عبد الرحمن محمد سعيد. اتجاهات النخبة نحو التغطية التلفزيونية لانتفاضة الشباب اليمني . الاردن: المجلة الاردنية للعلوم الاجتماعية مع 7 ع ، 3 صص 357 - 393 . 2014
- 19 - صالح فلاق شبرة. الامن الاجتماعي و المسؤولية الاخلاقية لوسائل الاعلام و الاتصال الحديثة في الجزائر . المجلد 7 ، 2020 ص 24 . 2020.
- 20 - مجدي الداغر. دور الاعلام الجديد في تشكيل معارف و اتجاهات الشباب الجامعي نحو ظاهرة الارهاب على شبكة الانترنت دراسة ميدانية . الكويت: مجاة الاداب و العلوم الاجتماعية العدد36 ،ص88-98 . 2016
- 21 - مجدي الداغر. (بلا تاريخ)..



- 22 - محمد بن سعود البشر. التغطية الصحفية لأحداث التفجيرات الالهائية في مدينة الرياض . جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية : بحث مقدم للمؤتر العالمي عن موقف الاسلام من الارهاب . 2003
- 23 - محمود عبد الفتاح عيد.. دور وسائل الاعلام كأداة للصراع -دراسة تطبيقية على حرب الخليج ،ماجستير. قسم العلاقات العامة و الاعلان ، جامعة القاهرة. 1997
- 24 - مياد عبد العال. البرامج الحوارية في التلفزيون المصري و علاقتها بالحرية و المسؤولية الاجتماعية. جامعة عين شمس ، مصر: كلية البنات للاداب و العلوم و التربية، ع19، ج1. 2018
- 25 - ميادة عبد العال.. المرجع السابق . 2018
- 26 - نسرين عمران. دور الصحافة السعودية في التعامل مع الازمات و الكوارث : دراسة تحليلية لصحف عكاظ و الرياض و الوطن . عمان : كلية الاعلام ، جامعة الشرق الاوسط . 2011
- 27 - هبة شاهين. المسؤولية الاجتماعية و الامنية لوسائل الاعلام في تناول قضايا الارهاب ،دراسة تطبيقية على الجمهور و الصفوة الاعلامية و الامنية. جامعة نايف العربية للعلوم الامنية ، المؤتمر العلمي حول دور الاعلام العربي في التصدي لظاهرة الارهاب . 2014
- 28 - هناء السيد محمد علي.. معالجة الصحف المصرية لاحداث محرم بك الطائفية عام 2005. القاهرة : المجلة المصرية لبحوث الراي العام ، المجلد السابع ، العدد 2 . 2006
- 29 - هويدا سيد مصطفى. التناول الاخباري للقضايا و الشؤون العربية في التلفزيون -داسة تطبيقية على ازمة الخليج. جامعة القاهرة : قسم الاذاعة ، كلية الاعلام . 1994