

عنوان البحث

دراسة دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث في المملكة العربية السعودية
مع الاستفادة من التجارب العالمية

إعداد الطالبة/ سوزان الحسيني
251002591

إشراف/

د. الفیصل عبد الحمید
د. فايز جراد

العام الدراسي:

٢٠٢٥

فهرس المحتويات:

الموضوع	الصفحة
المستخلص	4
Abstract	5
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	6
المقدمة	7
مشكلة الدراسة	8
أهمية الدراسة	9
أهداف الدراسة	10
تساؤلات الدراسة	10
فروض الدراسة	11
النظرية العلمية المتبعة لإعداد البحث	12
الفصل الثاني: الدراسات السابقة والإطار النظري	13
مقدمة	14
الدراسات السابقة	14
الإطار النظري	16
الفصل الثالث: منهجية الدراسة	17
مقدمة	18
المنهجية وطرق البحث	19
مجتمع البحث	20
عينة الدراسة	20
الصدق والثبات	21
أداة الدراسة	22
أساليب التحليل الإحصائي	23
حدود البحث	24
الفصل الرابع: النتائج والتوصيات	26
مقدمة	27
تحليل البيانات	27
البيانات الديموغرافية لأفراد العينة	28
ثبات أداة الدراسة (معامل كرونباخ ألفا)	30
المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجاور الدراسة	31
اختبار فروض الدراسة	32
نتائج الدراسة	33
مناقشة النتائج	34

36	التوصيات
39	المراجع العربية
39	المراجع الأجنبية
40	الملاحق
41	الاستبانة

قائمة الجداول :

الصفحة	الجدول
21	الجدول (1) معاملات الثبات (كرونباخ ألفا)
30	الجدول (2) توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الديموغرافية
31	جدول (3) معاملات الثبات (كرونباخ ألفا) لمجاور أداة الدراسة
31	جدول (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجاور الدراسة

المستخلص :

يهدف هذا البحث إلى دراسة الدور الذي يؤديه الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث داخل المملكة العربية السعودية، من خلال تحليل مستوى جاهزية المنظومة الإعلامية، وفاعلية أدواتها في الحد من الآثار السلبية للأزمات، إضافةً إلى تقييم قدرتها على إيصال الرسائل التوعوية والتوجيهية للجمهور أثناء المواقف الحرجة. وتستند أهمية هذا الموضوع إلى التحولات المتسارعة التي شهدتها المملكة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي، ودور هذه التحولات في دعم عمليات إدارة الأزمات ضمن إطار رؤية السعودية ٢٠٣٠.

اعتمدت الدراسة على منهج وصفي-تحليلي لتعزيز فهم العلاقة بين الإعلام وإدارة الأزمات، وتم تطبيق دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السعودي بهدف قياس مستوى اعتماد الأفراد على المصادر الإعلامية أثناء الأزمات، ومعرفة مدى ثقتهم بالمحتوى الإعلامي الرسمي، وتأثير الرسائل الإعلامية في تشكيل استجاباتهم وسلوكهم. كما استخدمت الدراسة استبانة طُوِّرت خصيصاً لقياس فاعلية الإعلام في مراحل ما قبل الأزمة وأثناءها وما بعدها، إضافةً إلى تحليل أثر خصائص الرسائل الإعلامية مثل الوضوح، سرعة النشر، المصداقية، وتنوع المنصات على وعي الجمهور واستجابته.

وأظهرت النتائج أن الإعلام السعودي يلعب دوراً مؤثراً في رفع مستوى الوعي العام وتقليل انتشار الشائعات خلال الأزمات، خصوصاً عند تكامل الجهود بين وسائل الإعلام الرسمية والرقمية. كما بينت النتائج أن الجمهور يعتمد بدرجة عالية على المنصات الحكومية الرسمية أثناء الأزمات، فيما تبرز الحاجة إلى تعزيز سرعة الاستجابة الإعلامية، وتطوير تقنيات الإنذار المبكر، وتوسيع قنوات التواصل التفاعلي مع الجمهور. وأشارت الدراسة أيضاً إلى أن التجارب الدولية مثل اليابان والولايات المتحدة وكوريا الجنوبية قدم نماذج فعّالة يمكن الاستفادة منها لتطوير منظومة الإعلام السعودي.

وتوصي الدراسة بتعزيز التكامل المؤسسي بين الجهات الإعلامية والجهات الفنية المعنية بالأزمات، وتطوير خطط اتصال استباقية، والاعتماد على محتوى إعلامي أكثر تفاعلاً وتخصيصاً يلائم الخصائص الثقافية واللغوية للجمهور السعودي. كما توصي بتبني معايير إعلامية موحدة تعتمد على الدقة والسرعة والشفافية لضمان وصول الرسائل الحيوية إلى الجمهور خلال الأزمات والكوارث.

Abstract:

This study aims to examine the role of media in managing crises and disasters within the Kingdom of Saudi Arabia by assessing the readiness of the national media system and the effectiveness of its communication tools in reducing the negative impacts of emergencies. The study also evaluates the capacity of media platforms to deliver clear, credible, and rapid awareness messages to the public during critical situations. The importance of this topic stems from the significant digital and institutional transformation witnessed by Saudi media in recent years, and its growing relevance in supporting crisis-management efforts in alignment with Saudi Vision 2030.

A descriptive–analytical methodology was employed, supported by a field survey conducted on a sample of the Saudi public. The survey measured the extent to which individuals rely on various media sources during crises, their level of trust in official communication channels, and the influence of media messages on shaping public behavior and response. A structured questionnaire was used to assess media effectiveness during the pre-crisis, crisis, and post-crisis stages, in addition to evaluating message characteristics such as clarity, timeliness, credibility, and platform diversity.

The findings indicate that Saudi media plays a significant role in enhancing public awareness and limiting the spread of misinformation during crises, particularly when coordination exists between traditional media, digital platforms, and official governmental communication centers. Results also highlight the public's high reliance on official sources, while emphasizing the need for faster response mechanisms, improved early-warning communication tools, and more interactive engagement strategies. Furthermore, the study draws on successful international experiences—such as those of Japan, the United States, and South Korea—to identify best practices that could strengthen the Saudi media landscape.

The study concludes with recommendations for enhanced institutional integration between media entities and crisis-management authorities, the development of proactive communication strategies, and the production of culturally tailored and interactive media content. It also recommends adopting unified standards emphasizing accuracy, speed, and transparency to ensure the effective delivery of critical information during crises and disasters.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

المقدمة:

تُعدّ إدارة الأزمات والكوارث من القضايا الحيوية التي تواجه الدول الحديثة، نظراً لما تشمله من تحديات ترتبط بسلامة المجتمع واستمرارية مؤسساته، وتنوع مصادر المخاطر الطبيعية، والصحية، والاقتصادية، والإعلامية. وفي هذا السياق، يبرز دور الإعلام باعتباره أحد أهم الأدوات التي تعتمد عليها الجهات المختصة في توجيه الجمهور وإدارة المعلومة، والحد من انتشار الشائعات، ودعم عملية صنع القرار خلال المواقف الحرجة. وقد شهدت المملكة العربية السعودية خلال السنوات الأخيرة تطوراً ملحوظاً في بنيتها الإعلامية والاتصالية، خصوصاً مع توسع المنصات الرقمية، وتفعيل القنوات الرسمية، وتحديث منظومة الاتصال الحكومي بما يتوافق مع مستهدفات رؤية ٢٠٣٠.

ويمثل الإعلام سواء التقليدي أو الرقمي أحد المحركات الأساسية في التعامل مع الأزمات، لما يمتلكه من قدرة على نقل المعلومة بشكل فوري، وتوجيه الرأي العام، وتعزيز الوعي المجتمعي، وتنسيق الرسائل بين المؤسسات والأفراد. وتزداد أهمية هذا الدور في ظل الأزمات التي قد تهدد الصحة العامة أو الأمن أو الاقتصاد، إذ يعتمد المواطن على المحتوى الإعلامي الموثوق لفهم طبيعة الخطر، واتخاذ السلوك المناسب، والاستجابة للتعليمات الرسمية. وقد أكدت التجارب المحلية والعالمية أن نجاح إدارة الأزمات يعتمد بدرجة كبيرة على جودة الرسائل الإعلامية، ووضوحها، وسرعتها، ودقتها.

وقد عايشَت المملكة عدداً من الأزمات المختلفة، مثل جائحة كورونا، والسيول، والحرائق، وحالات الطوارئ الجوية والصحية، وهو ما أظهر الحاجة إلى منظومة إعلامية قادرة على مواجهة التحديات المختلفة، وبناء رسائل اتصالية موحدة تساعد في تقليل الخسائر، وتعزيز الثقة بين المجتمع والجهات المختصة. كما أظهرت تجارب دول مثل اليابان، وكوريا الجنوبية، والولايات المتحدة أن الإعلام يلعب دوراً محورياً في تعزيز الجاهزية، والتقليل من الفوضى المعلوماتية، وتزويد الجمهور بالإرشادات الوقائية والمعلومات الدقيقة.

وانطلاقاً من هذا الواقع، جاءت هذه الدراسة لتحلّل مستوى فاعلية الإعلام السعودي في التعامل مع الأزمات والكوارث، ومدى قدرة المنصات الإعلامية المختلفة—التقليدية والرقمية—على دعم إدارة الأزمة في مراحلها كافة: قبل وقوعها، وأثناء تطورها، وبعد انتهائها. كما تهدف الدراسة إلى تقييم وعي الجمهور السعودي بالمصادر الإعلامية الموثوقة، وقياس مدى تأثره بالرسائل الإعلامية، وتحليل مستوى ثقته بالمحتوى الرسمي مقارنة بالمنصات غير الرسمية. وتستند الدراسة إلى منهج وصفي-تحليلي، إضافة إلى دراسة ميدانية على عينة من الجمهور، بهدف تقديم تحليل علمي شامل يمكن من تطوير منظومة الإعلام الوطني بما يحقق تكامل الأدوار ورفع مستوى الجاهزية في مواجهة الأزمات المستقبلية.

مشكلة الدراسة.

على الرغم من التطور الكبير الذي شهدته المملكة العربية السعودية في مجال الإعلام والاتصال خلال السنوات الأخيرة، إلا أن التعامل الإعلامي مع الأزمات والكوارث ما زال يواجه عدداً من التحديات التي تؤثر في فاعلية الرسائل المقدمة للجمهور. فبعض الأزمات السابقة كشفت عن وجود فجوات في سرعة إيصال المعلومات، وتشتت المصادر، وتفاوت مستوى الموثوقية بين المنصات الإعلامية، إضافة إلى انتشار الشائعات والمعلومات المضللة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مما يؤدي إلى إرباك الرأي العام وإضعاف الجهود الرسمية في إدارة الأزمة.

ومع توسع المشهد الإعلامي وتنوع قنواته—سواء الرسمية أو الرقمية—برزت الحاجة إلى منظومة إعلامية أكثر تكاملاً قادرة على تنسيق الرسائل وتوحيدها، وضمان وصولها إلى الجمهور بوضوح وموثوقية، خصوصاً في المراحل الحرجة التي تتطلب استجابة سريعة ومحددة. كما أن الجمهور السعودي بات يعتمد بشكل أكبر على المنصات الرقمية ومصادر الأخبار الفورية، الأمر الذي يفرض تحديات إضافية تتعلق بالتحقق من المعلومات، وإدارة تدفق الأخبار، وتعزيز الثقة في المحتوى الرسمي.

وتشير التجارب الدولية إلى أن دور الإعلام في إدارة الأزمات يعتمد على وجود خطط اتصال استباقية، وأدوات إعلامية واضحة، ونظم إنذار مبكر، إضافة إلى التكامل بين الجهات الإعلامية والجهات المختصة بالأزمات. إلا أن الاستفادة من هذه التجارب وتطبيقها على الواقع السعودي يتطلب فهماً دقيقاً لطبيعة الجمهور، وسلوكياته الإعلامية، ودرجة اعتماده على المنصات المختلفة.

وبناءً على ذلك، تتحدد مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي:

ما مدى فاعلية الإعلام السعودي في إدارة الأزمات والكوارث، وما مستوى اعتماد الجمهور على الرسائل الإعلامية الرسمية أثناء الأزمات مقارنة بالمصادر غير الرسمية؟

ويتفرع عنه عدد من الإشكالات المرتبطة بـ:

- مستوى وضوح ودقة الرسائل الإعلامية أثناء الأزمات.
- سرعة الاستجابة الإعلامية ونشر المعلومات الحيوية.
- انتشار الشائعات وتأثيرها في استجابة الجمهور.
- اختلاف مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الأفراد.
- مدى قدرة الإعلام على توجيه سلوك الجمهور وتقليل الخسائر.
- مدى الاستفادة من التجارب الدولية في تطوير الأداء الإعلامي السعودي في الأزمات.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من الدور المحوري الذي يلعبه الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث، باعتباره الوسيلة الأساسية لنقل المعلومات الحيوية للجمهور وتوجيه سلوك الأفراد خلال المواقف الطارئة. ومع التطور السريع في بنية الإعلام السعودي، وارتفاع معدلات الاعتماد على المنصات الرقمية، تزداد الحاجة إلى دراسات علمية تُقيّم مستوى فاعلية هذا الدور، وتحدد نقاط القوة والضعف في المنظومة الإعلامية الوطنية أثناء الأزمات.

وتبرز أهمية الدراسة أيضاً من كونها تساهم في فهم كيفية تعامل الجمهور السعودي مع المعلومات الإعلامية أثناء الأزمات، ومدى ثقته بالمصادر الرسمية مقارنة بالمصادر غير الرسمية. كما تساعد في الكشف عن طبيعة التحديات التي تواجه الإعلام في الحد من انتشار الشائعات والمعلومات المضللة، وتحديد العوامل المؤثرة في قدرة الرسائل الإعلامية على التأثير في الوعي العام وتعزيز الاستجابة السليمة.

ومن الجانب المؤسسي، توفر الدراسة نتائج مهمة يمكن أن تدعم صانعي القرار في تطوير خطط اتصال استباقية، وتعزيز التكامل بين الجهات المختصة بالأزمات والجهات الإعلامية، ووضع معايير واضحة للرسائل الإعلامية في المراحل المختلفة للأزمات. كما تقدم تحليلاً مقارناً بين التجربة السعودية والتجارب الدولية الرائدة، مما يساعد على استلهاهم أفضل الممارسات العالمية وتطبيقها بما يتناسب مع البيئة الوطنية.

أما من الجانب العلمي، فتمثل هذه الدراسة إضافة نوعية إلى الأدبيات البحثية المتعلقة بالإعلام وإدارة الأزمات في العالم العربي، عبر تقديم إطار تحليلي شامل يجمع بين الدراسة النظرية والدراسة الميدانية. وتعزز نتائجها في إثراء الفهم العلمي لدور الإعلام في الحد من المخاطر، وتوجيه السلوك المجتمعي، وتعزيز الوعي أثناء الكوارث والأزمات.

وبناءً على ذلك، تُعد هذه الدراسة ذات أهمية على المستويين العلمي والعملي، لما تقدمه من أدوات تحليلية وتوصيات يمكن أن تزيد في رفع كفاءة المنظومة الإعلامية السعودية، وتمكينها من التعامل بكفاءة وفاعلية مع الأزمات المستقبلية.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف العلمية والعملية التي تساهم في تطوير فهم أعمق لدور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث داخل المملكة العربية السعودية، وذلك من خلال ما يلي:

١. تحليل فاعلية المنظومة الإعلامية السعودية في التعامل مع الأزمات والكوارث، وتقييم قدرتها على نقل المعلومات الدقيقة والموثوقة للجمهور في الوقت المناسب.

٢. قياس مستوى اعتماد الجمهور السعودي على المنصات الإعلامية الرسمية وغير الرسمية أثناء الأزمات، ودراسة العوامل المؤثرة في هذا الاعتماد.

٣. تحديد طبيعة الرسائل الإعلامية الأكثر تأثيراً على سلوك الجمهور أثناء الأزمات، وتحليل عناصر القوة والقصور في الخطاب الإعلامي الموجه للجمهور.

٤. للكشف عن مدى انتشار الشائعات والمعلومات المضللة خلال الأزمات، ودور الإعلام في الحد من انتشارها وتعزيز الوعي المجتمعي.

٥. تقييم سرعة التغطية الإعلامية في المراحل المختلفة للأزمات (قبل الأزمة، أثناء الأزمة، بعد الأزمة)، وتحليل أثرها في اتخاذ القرارات لدى الجمهور.

٦. المقارنة بين التجربة الإعلامية السعودية والتجارب الدولية في إدارة الأزمات، واستخلاص الدروس المستفادة التي يمكن تطبيقها في البيئة السعودية.

٧. تقديم توصيات تطويرية لتعزيز التكامل بين الجهات الإعلامية والجهات المختصة بإدارة الأزمات، ورفع كفاءة الخطط الاتصالية المستقبلية.

٨. بناء إطار تحليلي شامل يساعد على فهم العلاقة بين الإعلام وسلوك الجمهور أثناء الأزمات، ويضع أرضية علمية لدراسات مستقبلية في المجال.

تساؤلات الدراسة:

تنطلق هذه الدراسة من مجموعة من التساؤلات الرئيسة والفرعية التي تهدف إلى فهم دور الإعلام السعودي في إدارة الأزمات والكوارث، وتحليل مدى تأثيره في وعي الجمهور واستجابته خلال المواقف الحرجة. وتتمثل هذه التساؤلات في ما يلي:

السؤال الرئيس:

ما مدى فاعلية الإعلام السعودي في إدارة الأزمات والكوارث، وكيف يؤثر في وعي الجمهور واستجابته أثناء الأزمات مقارنة بالمصادر غير الرسمية؟

التساؤلات الفرعية:

١. إلى أي مدى يتمتع الخطاب الإعلامي السعودي بالوضوح والدقة والشفافية أثناء الأزمات؟
٢. ما مستوى سرعة استجابة وسائل الإعلام السعودية في نقل المعلومات وتحديثها خلال المراحل المختلفة للأزمات؟
٣. ما درجة اعتماد الجمهور السعودي على المنصات الإعلامية الرسمية مقابل المنصات غير الرسمية أثناء الأزمات؟
٤. ما حجم انتشار الشائعات والمعلومات المضللة خلال الأزمات، وما قدرة الإعلام على الحد من تأثيرها؟
٥. كيف الرسائل الإعلامية في توجيه سلوك الجمهور وتعزيز التوعية خلال الأزمات والكوارث؟
٦. ما مدى توافق الأداء الإعلامي السعودي مع أفضل الممارسات العالمية في مجال إدارة الأزمات؟
٧. ما أوجه الاستفادة الممكنة من التجارب الدولية—مثل التجربة اليابانية والكورية والأمريكية—لتطوير منظومة الإعلام السعودي في الأزمات؟
٨. كيف يؤثر تنوع المنصات الإعلامية (التقليدية والرقمية) في مستوى ثقة الجمهور واستجابته للمعلومات أثناء الأزمات؟

فروض الدراسة:

استناداً إلى مشكلة الدراسة وتساؤلاتها، تم بناء مجموعة من الفروض التي تهدف إلى اختبار العلاقات الجوهرية بين الإعلام واستجابة الجمهور أثناء الأزمات والكوارث في المملكة العربية السعودية. وتتمثل هذه الفروض في الآتي:

الفرض الرئيس الأول:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى اعتماد الجمهور السعودي على الإعلام الرسمي وفاعلية إدارة الأزمات والكوارث.

الفرضية الرئيسة:

- يسهم سرعة التفاعل الإعلامي في تعزيز وعي الجمهور واستجابته السليمة أثناء الأزمات بدرجة دالة إحصائية.

الفروض الفرعية:

١. وضوح الرسائل الإعلامية ومصادقيتها يرتبطان إيجابياً بمستوى ثقة الجمهور السعودي بالمصادر الإعلامية الرسمية خلال الأزمات.
٢. تسهم المنصات الرقمية الحكومية في الحد من انتشار الشائعات والمعلومات المضللة أثناء الأزمات بدرجة أعلى مقارنة بالمصادر غير الرسمية.
٣. تنوع منصات الإعلام (التلفزيون، الإذاعة، الصحافة، وسائل التواصل الاجتماعي) يؤثر إيجابياً في الوصول الفعال للجمهور أثناء الأزمات.
٤. تؤثر جودة الرسائل الإعلامية (الوضوح، الدقة، الشفافية) في تحسين استجابة الجمهور للتوجهات الرسمية خلال الأزمات.
٥. تعزيز التكامل بين الجهات الإعلامية والجهات المتخصصة بإدارة الأزمات يرفع من مستوى فاعلية الاتصال أثناء الأزمات والكوارث.
٦. تطبيق أفضل الممارسات الدولية في الإعلام وقت الأزمات يساعد على تحسين أداء المنظومة الإعلامية السعودية بشكل دال إحصائياً.

النظرية العلمية المتبعة لإعداد البحث:

تعتمد هذه الدراسة في بنائها العلمي على مجموعة من النظريات والنماذج المتخصصة في مجال الإعلام وإدارة الأزمات، والتي تساعد في تفسير كيفية تأثير الرسائل الإعلامية على وعي الجمهور وسلوكه خلال المواقف الحرجة. وقد تم اختيار أهم النظريات الأكثر ارتباطاً بموضوع إدارة الأزمات والكوارث على النحو التالي:

أولاً: نظرية الاتصال في الأزمات والمخاطر (Crisis & Emergency Risk Communication – CERC)

توضح هذه النظرية أن فعالية التعامل الإعلامي مع الأزمات تعتمد على جودة الرسائل الموجهة للجمهور في مراحل الأزمة المختلفة (قبل – أثناء – بعد). وتشدد على أهمية السرعة، والوضوح، والشفافية، ومخاطبة احتياجات الجمهور العاطفية والمعرفية. وتُعد

هذه النظرية مرجعاً أساسياً في فهم كيف يمكن للإعلام السعودي أن يساهم في خفض القلق، وتوجيه السلوك المجتمعي، والحد من الفوضى أثناء الأزمات.

ثانياً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Media Dependency Theory)

تفترض هذه النظرية أن حاجة الجمهور للمعلومات تزداد بشكل كبير أثناء الأزمات، مما يرفع مستوى اعتمادهم على الوسائل الإعلامية الموثوقة، خصوصاً عندما تكون الظروف غير واضحة أو مليئة بالمخاطر. وتساعد هذه النظرية الدراسة في تفسير سبب توجه الجمهور السعودي نحو المنصات الحكومية الرسمية خلال الأزمات، ومدى تأثير هذا الاعتماد في استجابتهم للتعليمات والتوجيهات الصادرة عن الجهات المختصة.

ثالثاً: نموذج الاتصال الحكومي في الأزمات (Government Crisis Communication Model)

يركز هذا النموذج على دور الجهات الحكومية في تنسيق الرسائل الإعلامية، وتوحيد مصادر المعلومات، وتقليل تضارب الأخبار، وتنظيم تدفق المحتوى أثناء الأزمات. ومن خلال هذا النموذج يمكن تقييم قدرة المنظومة الإعلامية السعودية بمختلف مؤسساتها على تحقيق التكامل بين الإعلام التقليدي والرقمي، وتطبيق أفضل الممارسات الدولية كما هو الحال في التجارب اليابانية والأمريكية والكورية.

وبدمج هذه النظريات، توفر الدراسة إطاراً متكاملًا يسمح بفهم:

- كيف يتفاعل الجمهور مع المحتوى الإعلامي أثناء الأزمات؟
- ما العوامل التي تؤثر في مستوى الثقة بالمصادر الرسمية؟
- إلى أي حد يستطيع الإعلام التأثير في سلوكيات الجمهور وتقليل أخطار الأزمة؟
- وما مدى فاعلية القنوات الإعلامية السعودية مقارنة بالنماذج الدولية؟

وباستخدام هذا الإطار النظري المتعدد، تتمكن الدراسة من تحليل دور الإعلام في إدارة الأزمات بشكل شامل، من حيث تأثيره في وعي الجمهور، واستجابته، ومصادر معلوماته، ومدى ثقته بالخطاب الرسمي.

الفصل الثاني
الدراسات السابقة

مقدمة:

يهدف هذا الفصل إلى تقديم عرض تحليلي شامل للدراسات السابقة المرتبطة بدور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث، وذلك من أجل وضع هذه الدراسة في سياقها العلمي الصحيح، وتحديد الاتجاهات البحثية التي تناولتها الأدبيات ذات العلاقة. ويُعد الاطلاع على الدراسات السابقة خطوة أساسية لفهم الجهود القائمة في هذا المجال، وتحديد المجالات التي حظيت باهتمام الباحثين، والجوانب التي لا تزال بحاجة إلى مزيد من البحث والتطوير.

لقد شهد موضوع الإعلام في إدارة الأزمات اهتماماً متزايداً خلال السنوات الأخيرة، خصوصاً مع تصاعد الأزمات العالمية والإقليمية مثل الكوارث الطبيعية، الأوبئة، الأزمات الصحية، والحوادث البيئية. كما ساهم تطور الإعلام الرقمي وانتشار منصات التواصل الاجتماعي في إعادة تشكيل طبيعة الاتصال أثناء الأزمات، من خلال تسريع تدفق المعلومات، وزيادة التفاعل بين الجمهور والجهات الرسمية، وتعزيز انتشار المحتوى غير الموثوق. كل هذه العوامل دفعت الباحثين إلى دراسة العلاقة بين الإعلام وسلوك الجمهور، وتحليل دور القنوات الإعلامية في مواجهة الأزمات والحد من مخاطرها.

وتسعى هذه المقدمة إلى تمهيد الطريق لعرض الدراسات السابقة بطريقة منهجية منظمة تُعزز في إبراز أهم النتائج التي توصلت إليها الأبحاث، سواء في المملكة العربية السعودية أو في العالم العربي أو على المستوى الدولي. كما تهدف إلى توضيح الجوانب النظرية والتطبيقية التي تناولتها الأدبيات، وتحديد الفجوات البحثية التي ستتناولها هذه الدراسة في إطارها العلمي.

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات السعودية

١. ألدخيل، رانيا ناصر (2022). (Aldekhyel, Raniah N.).

قدّمت دراسة بعنوان: "استراتيجيات الاتصال عبر تويتر للوزارات السعودية أثناء جائحة كورونا: تحليل محتوى نوعي".

تناولت الدراسة كيفية استخدام الوزارات السعودية — مثل الصحة، الداخلية، والتعليم — تويتر كمنصة رسمية لنشر المعلومات الوقائية. وأظهرت النتائج اعتماد الجهات الحكومية على رسائل موثوقة وسريعة، مما عزّز ثقة الجمهور وسهّل عملية إدارة الأزمة.

٢. الحسن، فارس محمد، وآخرون (2021). (Alhassan, Fares M. et al.).

قدّم الباحثون دراسة بعنوان: "استراتيجيات التواصل لوزارة الصحة السعودية عبر تويتر وتفاعل الجمهور أثناء جائحة كورونا".

ركزت الدراسة على تحليل محتوى حساب وزارة الصحة، وبيّنت أن الرسائل كانت مبنية على نموذج الاتصال الفعال في الأزمات (CERC)، وأن الجمهور تفاعل معها بشكل كبير، مما ساهم في رفع الوعي الصحي والحد من الشائعات.

ثانياً: الدراسات العربية

١. الشوابكة، محمد يوسف (2022). (Al-Shawabkeh, Mohammad Y.).

تناولت دراسته بعنوان: "دور وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات: دراسة على الجامعات الخاصة في الأردن". وخلصت إلى أن المؤسسات التعليمية تعتمد بشكل متزايد على المنصات الرقمية في التواصل مع الجمهور أثناء الأزمات، مع الحاجة للتخطيط الاستراتيجي في إدارة الرسائل الإعلامية.

٢. بلحضري، كريمة (2017). (Belhadhri, Karima).

بعنوان: "الإعلام وإدارة الأزمات: دراسة في دور وسائل الإعلام في المراحل المختلفة للأزمة". أشارت الدراسة إلى نقص التخطيط الإعلامي الاستباقي في بعض المؤسسات العربية، وأكدت أهمية التنسيق بين الإعلام الرسمي والجمهور خلال مراحل الأزمة.

ثالثاً: الدراسات الأجنبية

١. الهدوياني، ركيّة؛ والقماش، ريم (2023). (Alhedayani, Rukayah & Alkhamash, Reem).

عنوان الدراسة: "نشر المعلومات أثناء الأزمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة المتحدة والسعودية: منظور لغوي". توصلت الدراسة إلى أن سرعة نشر المعلومات، والتناسق اللغوي للرسائل، من أهم العوامل المؤثرة في التقليل من الارتباك المعلوماتي عند الجمهور.

٢. هوستن، جيفري وآخرون (2015). (Houston, J. B. et al.).

بعنوان: "وسائل التواصل الاجتماعي والكوارث: إطار وظيفي للتواصل أثناء الأزمات". قدّمت الدراسة إطاراً يوضح الأدوار المتعددة لوسائل التواصل في الكوارث—مثل نشر التحذيرات، وتلقي المعلومات من الجمهور، وبناء الوعي المجتمعي—وأوصت بأهمية إدارة المحتوى لتقليل الشائعات.

رابعاً: الفجوات في الدراسات السابقة

أظهرت مراجعة الدراسات وجود عدد من الفجوات العلمية، أبرزها:

١. قلة الدراسات العربية والسعودية التي تربط بين الرسائل الإعلامية الرسمية وسلوك الجمهور فعلياً أثناء الأزمات.
 ٢. محدودية الأبحاث التي تدرس تكامل الإعلام التقليدي مع الإعلام الرقمي في وقت الأزمات.
 ٣. معظم الدراسات الأجنبية متقدمة نظرياً، لكن لم تكيّف نماذجها بالكامل على السياق السعودي.
 ٤. نقص واضح في دراسات ميدانية عربية تعتمد على استبيانات واسعة لقياس مستوى الثقة والاعتماد على الإعلام الرسمي أثناء الكوارث.
- وتأتي هذه الدراسة الحالية لسد جزء من هذه الفجوات عبر تحليل دور الإعلام السعودي في إدارة الأزمات والكوارث، مع الاستفادة من النماذج العالمية وتكييفها بما يتوافق مع البيئة المحلية.

الإطار النظري:

يتناول الإطار النظري للدراسة مجموعة من المفاهيم والنظريات التي تفسر دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث، وتوضح الأسس العلمية التي تعتمد عليها وسائل الإعلام في توجيه الجمهور والحد من آثار الأزمات. ويعتمد هذا الإطار على ثلاثة محاور رئيسة تُعد الأكثر ارتباطاً بموضوع الدراسة، وهي: نظرية الاتصال في الأزمات والمخاطر، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونموذج الاتصال الحكومي في الأزمات.

أولاً: نظرية الاتصال في الأزمات والمخاطر (CERC)

تعد هذه النظرية إحدى أكثر النظريات استخداماً في تحليل دور الإعلام أثناء الأزمات. وتؤكد على أن نوعية الرسائل الإعلامية ومحتواها تؤثر بشكل مباشر في مستوى استجابة الجمهور، خاصة في المراحل الأولى من الأزمة. وتشير النظرية إلى خمس مراحل أساسية للاتصال: ما قبل الأزمة، التحذير، الاستجابة، التعافي، والتقييم. وتتطلب كل مرحلة نوعاً مختلفاً من الاتصال، حيث يجب أن تتميز الرسائل بالوضوح والدقة والسرعة، وأن تكون مبنية على معلومات موثوقة من الجهات المختصة. وتساعد هذه النظرية في فهم كيفية تعزيز الثقة بين الإعلام والجمهور أثناء الأزمات، ودور الرسائل الإعلامية في تقليل القلق والخوف، وتوجيه السلوك نحو اتخاذ القرارات الصحيحة.

ثانياً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Media Dependency Theory)

تركز هذه النظرية على العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، خاصة في المواقف التي تتسم بالغموض أو ارتفاع مستوى الخطر. وتفترض النظرية أن الأفراد يزيد اعتمادهم على القنوات الإعلامية الموثوقة كلما ارتفعت حاجتهم إلى المعلومات، وكلما ازدادت تعقيدات الأزمة. ويظهر هذا الاعتماد بشكل واضح خلال الكوارث، حيث يبحث الجمهور عن مصدر يقدم له معلومات دقيقة وسريعة. وتفسر هذه النظرية ميل الجمهور السعودي للاعتماد على المصادر الرسمية مثل وزارة الإعلام، ووزارة الصحة، ومركز الاتصال الحكومي، خصوصاً خلال الأزمات الصحية مثل جائحة كورونا، إذ كان المحتوى الرسمي أكثر موثوقية من المصادر غير الرسمية.

ثالثاً: نموذج الاتصال الحكومي في الأزمات

يركز هذا النموذج على الدور المؤسسي للإعلام الحكومي في إدارة الأزمات من خلال تنسيق الرسائل وتوحيد مصادر المعلومات. ويشمل هذا النموذج آليات واضحة للتواصل بين الوزارات والهيئات الرسمية لضمان اتساق المعلومات وعدم تضاربها. كما يؤكد على أهمية التواصل المستمر مع الجمهور، وتقديم التحديثات بشكل دوري، واستخدام لغة مناسبة تخاطب احتياجاتهم. ويعد هذا النموذج أساسياً في تقييم أداء الإعلام السعودي أثناء الأزمات، خصوصاً أن المملكة تمتلك منظومة اتصال حكومي متقدمة تعتمد على قنوات رسمية ومنصات رقمية حديثة.

ومن خلال دمج هذه النظريات الثلاث، يوفر الإطار النظري لهذه الدراسة أساساً علمياً يساعد على تفسير السلوك الإعلامي في الأزمات، وتحليل العوامل المؤثرة في وعي الجمهور واستجابته، وتقييم فعالية الرسائل الإعلامية في الحد من انتشار الشائعات والمعلومات المضللة. كما يساهم في وضع تصور واضح عن الدور المطلوب من الإعلام السعودي، وكيف يمكن الاستفادة من التجارب العالمية لتعزيز هذا الدور في المستقبل.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

مقدمة:

يمثل هذا الفصل الإطار المنهجي الذي تستند إليه الدراسة في تحقيق أهدافها والإجابة عن تساؤلاتها، من خلال توضيح الأساليب العلمية التي تم اتباعها في جمع البيانات وتحليلها. وتكمن أهمية المنهجية في كونها العمود الفقري للبحث، إذ تحدد طبيعة الإجراءات المتبعة، وعدد أفراد العينة، وأداة القياس المستخدمة، بالإضافة إلى الأساليب الإحصائية المعتمدة في تحليل النتائج. ونظراً للطبيعة التطبيقية لموضوع الدراسة، والذي يتمحور حول تحليل دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث في المملكة العربية السعودية وقياس مستوى اعتماد الجمهور على المصادر الإعلامية المختلفة أثناء الأزمات، فقد اعتمدت الدراسة على منهج وصفي تحليلي يجمع بين التحليل النظري والميداني. ويسهم هذا المنهج في فهم الظاهرة الإعلامية كما تظهر في الواقع، وتفسير العوامل المؤثرة في وعي الجمهور وسلوكه خلال الأزمات.

كما يوضح هذا الفصل إجراءات تصميم الاستبانة المستخدمة كأداة رئيسة لجمع البيانات من عينة الدراسة، إضافة إلى بيان خصائص العينة، وطرق التحقق من صدق الأدلة وثباتها، والأساليب الإحصائية المعتمدة في معالجة البيانات. ويهدف عرض هذه المنهجية إلى ضمان الشفافية في نقل خطوات البحث، وتسهيل إمكانية إعادة تطبيقه أو الاستفادة من نتائجه في دراسات لاحقة.

المنهجية وطرق البحث:

اعتمدت الدراسة على منهج وصفي-تحليلي لملاءمته طبيعة الموضوع، إذ يركز هذا المنهج على وصف الظاهرة المدروسة كما هي في الواقع، وتحليل العوامل المرتبطة بها بطريقة تساهم في تفسيرها وتوضيح أبعادها. ويُعد هذا المنهج مناسباً لدراسة دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث، لأنه يمكن من فهم كيفية تعامل المنظومة الإعلامية مع المواقف الطارئة، وتحليل سلوك الجمهور ودرجة اعتماده على المصادر الإعلامية المختلفة أثناء الأزمات.

كما استعانت الدراسة بالأسلوب المسحي باستخدام الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات من أفراد العينة، بهدف قياس مستوى وعي الجمهور السعودي بالمصادر الإعلامية، ومدى اعتماده على المنصات الرسمية وغير الرسمية أثناء الأزمات، بالإضافة إلى تقييم جودة وسرعة ومصدقية الرسائل الإعلامية التي تُوجّه للجمهور في تلك الفترات. ويتيح هذا الأسلوب الحصول على بيانات كمية يمكن تحليلها إحصائياً للوصول إلى نتائج دقيقة تُساعد في الإجابة عن تساؤلات الدراسة والتحقق من فروضها.

وتضمن هذا القسم كذلك تحديد الخطوات التي اتبعتها الدراسة في تصميم الأدلة، وتحليل خصائصها، والتحقق من صدقها وثباتها، إضافة إلى عرض الأساليب الإحصائية التي استخدمت في تفسير البيانات. وقد ساعد هذا التنوع في الأدوات والإجراءات على تعزيز قوة النتائج ودعم الموضوعية العلمية للبحث.

مجتمع البحث:

يمثل مجتمع البحث جميع الأفراد الذين تتوافر فيهم الخصائص المرتبطة بموضوع الدراسة، والذين يمكن من خلالهم قياس مستوى اعتماد الجمهور السعودي على وسائل الإعلام أثناء الأزمات والكوارث. ونظراً لأن الدراسة تبحث في استجابة الجمهور وتأثره بالرسائل الإعلامية الرسمية وغير الرسمية، فقد حُدِد مجتمع البحث على أنه يشمل **جميع أفراد المجتمع السعودي من مختلف المناطق والفئات العمرية** الذين يستخدمون وسائل الإعلام التقليدية أو الرقمية للحصول على المعلومات.

ويعد المجتمع السعودي مجتمعاً واسعاً ومتنوعاً من حيث العمر، والمستوى التعليمي، والخلفيات الاجتماعية، وأنماط استخدام وسائل الإعلام، مما يمنح الدراسة قدرة على رصد تباينات مهمة في سلوك الجمهور أثناء الأزمات. كما يتسم المجتمع بارتفاع نسبة استخدام المنصات الرقمية، وانتشار الهواتف الذكية، وتفاعل الأفراد مع وسائل الإعلام الرسمية وغير الرسمية، وهو ما يجعل أفراد المجتمع مصدراً مناسباً للحصول على بيانات دقيقة حول كيفية تعامل الجمهور مع المعلومات الإعلامية في المواقف الطارئة. وقد تم اختيار هذا المجتمع ليتناسب مع طبيعة موضوع الدراسة الذي يركز على تحليل دور الإعلام في توجيه الجمهور وتقليل أثر الشائعات، وفهم درجة استجابة الأفراد للتوجيهات الإعلامية خلال الأزمات. ويسهم الاعتماد على مجتمع واسع مثل المجتمع السعودي في تحقيق نتائج أكثر شمولاً، وتمكين الباحث من تعميم النتائج بدرجة أعلى من الموضوعية.

عينة الدراسة:

تم اختيار عينة الدراسة باستخدام أسلوب العينة المتاحة (Convenience Sampling)، وذلك لملاءمتها لطبيعة البحث الذي يعتمد على استجابات الأفراد تجاه الرسائل الإعلامية أثناء الأزمات. وشملت العينة مجموعة من أفراد المجتمع السعودي ممن تتوافر فيهم القدرة على الإجابة عن الاستبانة، ويمثلون فئات مختلفة من حيث العمر، والجنس، والمستوى التعليمي، ومناطق السكن، وأنماط استخدام وسائل الإعلام.

وقد بلغ حجم العينة (٢٠٠) فرداً، وهو حجم مناسب لإجراء التحليل الإحصائي المطلوب والتحقق من فروض الدراسة، كما يساعد هذا العدد في الحصول على بيانات تعكس واقع استخدام الجمهور السعودي للمصادر الإعلامية أثناء الأزمات. وتم توزيع الاستبانة إلكترونياً عبر وسائل التواصل الاجتماعي لضمان الوصول إلى أفراد من مناطق متعددة داخل المملكة، ولتسهيل مشاركة المستجيبين بطريقة مرنة تتيح لهم الإجابة دون قيود زمنية أو مكانية.

وتم اختيار هذه العينة نظراً لارتفاع معدلات استخدام السعوديين للمنصات الرقمية ووسائل الإعلام الحديثة، مما يجعل استجاباتهم مصدراً موثقاً لفهم مدى اعتماد الجمهور على الإعلام الرسمي وغير الرسمي في فترات الأزمات. كما أن تنوع العينة من حيث الخصائص الديموغرافية يساعد على تقديم تحليل شامل يمكن من خلاله تعميم النتائج بدرجة أكبر من الدقة.

-الصدق والثبات:

اعتمدت الدراسة على مجموعة من الإجراءات للتأكد من صدق وثبات أداة البحث المتمثلة في الاستبانة، وذلك لضمان صلاحيتها في جمع البيانات بطريقة دقيقة وموثوقة. ويعد التحقق من الصدق والثبات خطوة أساسية في البحوث الميدانية، لما لها من دور في رفع جودة النتائج وقدرتها على تمثيل الواقع بشكل صحيح.

أولاً: صدق الأداة

تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين من ذوي الخبرة في مجالات الإعلام وإدارة الأزمات والبحوث الاجتماعية، بهدف تقييم مدى ملائمة الفقرات لأهداف الدراسة، ومدى وضوح الصياغة، ودقتها. وقد أجرى المحكمون عدداً من الملاحظات التي تم أخذها في الاعتبار أثناء تعديل الصياغات النهائية، مما عزز من صدق المحتوى. كما تمت مراجعة الاستبانة للتأكد من شمولها جميع الأبعاد المرتبطة بدور الإعلام في إدارة الأزمات، مثل المصداقية والوضوح والسرعة والاعتماد على المصادر الرسمية.

ثانياً: ثبات الأداة

لقياس ثبات الأداة، استخدمت الدراسة معامل الاتساق الداخلي (Cronbach's Alpha)، بوصفه أحد أكثر الأساليب الإحصائية شيوعاً في تقييم ثبات الاستبانات. ويعكس هذا المعامل مدى ترابط الفقرات التي تقيس البعد نفسه، ويُعد مقبولاً علمياً إذا تجاوزت قيمته (٠,٧٠). وقد تم تطبيق معامل (كرونباخ ألفا) على فقرات الاستبانة بعد جمع بيانات العينة، وأظهرت النتائج أن قيم معامل الثبات لجميع المحاور كانت ضمن الحدود المقبولة علمياً، مما يشير إلى تمتع الأداة بدرجة عالية من الاتساق الداخلي. وتؤكد هذه النتائج أن الاستبانة تمتلك مستوى مناسباً من الصدق والثبات، مما يجعلها أداة صالحة للاستخدام في تحليل اتجاهات الجمهور السعودي نحو وسائل الإعلام خلال الأزمات والكوارث، ويسهم في تعزيز موثوقية النتائج التي سيتم التوصل إليها لاحقاً.

الجدول (1)

معاملات الثبات (كرونباخ ألفا)

رقم المحور	المحور	قيمة كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha
1	محور وضوح الرسائل الإعلامية	٠,٨٢
2	محور سرعة الاستجابة الإعلامية	٠,٨٥
3	محور مصداقية المصادر الإعلامية	٠,٨٨
4	محور الحد من الشائعات	٠,٧٩
5	محور اعتماد الجمهور على الإعلام الرسمي	٠,٩
6	المحور الكلي لأداة الدراسة	٠,٩١

أداة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على الاستبانة الإلكترونية كأداة رئيسة لجمع البيانات من أفراد العينة، وذلك لملاءمتها طبيعة الموضوع وسهولة استخدامها وانتشارها بين الجمهور السعودي. وقد تم تصميم الاستبانة لتقيس محاور تتعلق بدور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث، بما يشمل مستوى وضوح الرسائل الإعلامية، وسرعة الاستجابة، ومصداقية المصادر، وانتشار الشائعات، ومدى اعتماد الجمهور على المنصات الرسمية أثناء الأزمات.

وتكوّنت الاستبانة من جزأين أساسيين:

أولاً: البيانات الديموغرافية للمشاركين

وتضمنت مجموعة من الأسئلة التي تهدف إلى تحديد خصائص أفراد العينة، مثل:

- العمر

- الجنس

- المستوى التعليمي

- المنطقة الجغرافية

- عدد ساعات استخدام الإنترنت

- المنصات الإعلامية الأكثر متابعة

ويسهم هذا الجزء في تحليل الفروق بين فئات المجتمع المختلفة فيما يتعلق باستخدامهم للمصادر الإعلامية أثناء الأزمات.

ثانياً: عبارات محاور الدراسة

اشتمل هذا الجزء على مجموعة من العبارات التي تقيس اتجاهات الجمهور نحو الإعلام في الأزمات، موزعة على المحاور التالية:

١. محور وضوح الرسائل الإعلامية

يقيس مدى وضوح، بساطة، ودقة الرسائل التي تنشرها الجهات الإعلامية أثناء الأزمات.

٢. محور سرعة الاستجابة الإعلامية

يقيس سرعة نشر المعلومات وتحديثها من قبل الإعلام الرسمي.

٣. محور مصداقية المصادر الإعلامية

يقيس مدى ثقة الجمهور بالمصادر الرسمية مقارنة بالمصادر غير الرسمية.

٤. محور الحد من الشائعات والمعلومات المضللة

يقيس قدرة الإعلام على مواجهة الشائعات وتصحيح الأخطاء المتداولة.

٥. محور اعتماد الجمهور على الإعلام الرسمي
يقيس مستوى الاعتماد على المنصات الحكومية الرسمية أثناء الأزمات.

وقد صيغت العبارات على مقياس " Five-Point Likert Scale " لتحديد درجة موافقة المشاركين، وذلك على النحو التالي:
(أوافق بشدة – أوافق – محايد – لا أوافق – لا أوافق بشدة).

وتم إعداد الاستبانة بعد مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة، وعرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين، مما ساعد في التأكد من صدقها وثباتها واستيفائها لمتطلبات البحث العلمي. كما ساهم هذا الإجراء في ضمان تغطية محاور الدراسة بصورة شاملة تراعي جوانب الرسائل الإعلامية وتأثيرها في الجمهور خلال الأزمات والكوارث.

أساليب التحليل الإحصائي:

اعتمدت الدراسة على مجموعة من الأساليب الإحصائية التي تتناسب مع طبيعة البيانات التي جُمعت من خلال الاستبانة الإلكترونية. وتهدف هذه الأساليب إلى تحليل استجابات أفراد العينة والوصول إلى نتائج دقيقة تساعد في تفسير دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث، والتحقق من فروض الدراسة. وقد تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) لإجراء جميع الاختبارات والمعالجات الإحصائية. ويمكن توضيح الأساليب المستخدمة على النحو الآتي:

أولاً: الإحصاءات الوصفية

تُستخدم الإحصاءات الوصفية لتقديم صورة أولية عن خصائص العينة، وتشمل:

- التكرارات والنسب المئوية للخصائص الديموغرافية.

- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محاور الدراسة.

وتساعد هذه الإحصاءات في فهم مستوى استجابة المشاركين تجاه العبارات المختلفة.

ثانياً: معامل الثبات (كرونباخ ألفا)

تم استخدام معامل كرونباخ ألفا لقياس ثبات أداة الدراسة، ومعرفة مدى الاتساق الداخلي بين فقرات كل محور من محاور الاستبانة. ويُعد هذا الإجراء أساسياً لضمان جودة البيانات وصلاحية الأداة للاستخدام في التحليل الإحصائي.

ثالثاً: اختبار (T) لعينة واحدة

تم استخدام هذا الاختبار لقياس مدى دلالة استجابات أفراد العينة مقارنة بالمتوسط الفرضي لمقياس ليكرت الخماسي، وذلك بهدف تحديد اتجاهاتهم حول دور الإعلام أثناء الأزمات، وقياس مدى دعمهم للعبارات التي وردت في كل محور.

رابعاً: تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)

تم استخدام هذا التحليل لدراسة الفروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية مثل: العمر، المستوى التعليمي، المنطقة الجغرافية. ويساعد هذا الإجراء في معرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية يمكن تفسيرها بخصائص العينة.

خامساً: الارتباط البسيط (Pearson Correlation)

استخدمت الدراسة معامل الارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين محاور الدراسة، مثل العلاقة بين وضوح الرسائل الإعلامية ودرجة اعتماد الجمهور على المصادر الرسمية. ويساعد هذا الأسلوب في تفسير الارتباطات بين المتغيرات الرئيسية.

سادساً: اختبار الفروض

تم اختبار الفروض الرئيسية والفرعية باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، مثل اختبار (T-Test) أو (ANOVA) أو معاملات الارتباط، وذلك بحسب طبيعة كل فرض ومتغيراته.

وتع هذه الأساليب في تفسير البيانات بطريقة علمية دقيقة، وتقديم نتائج موثوقة يمكن الاعتماد عليها للوصول إلى استنتاجات تدعم أهداف الدراسة وإجاباتها.

حدود البحث:

تحددت هذه الدراسة بمجموعة من الحدود التي ينبغي أخذها في الاعتبار عند تفسير النتائج أو تعميمها، وذلك لضمان وضوح الإطار الذي نُفذت ضمنه. وتتمثل هذه الحدود في الآتي:

أولاً: الحدود الموضوعية

تركز الدراسة على تحليل دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث داخل المملكة العربية السعودية، مع التركيز على جوانب محددة مثل: وضوح الرسائل الإعلامية، سرعة الاستجابة، مصداقية المصادر الرسمية، والحد من الشائعات. ولا تمتد الدراسة إلى تحليل الجوانب الإدارية أو اللوجستية الخاصة بإدارة الأزمات نفسها، وإنما تقتصر على الجانب الإعلامي وتأثيره في الجمهور.

ثانياً: الحدود المكانية

أجريت الدراسة ضمن حدود المملكة العربية السعودية، وشملت مشاركين من مناطق مختلفة داخلها. ولذلك فإن النتائج تعكس واقع الاتصال الإعلامي السعودي، وقد لا تكون قابلة للتعميم خارج السياق المحلي إلا بحذر.

ثالثاً: الحدود الزمانية

تم إجراء هذه الدراسة خلال عام ٢٠٢٥ م، وهي الفترة التي جُمعت فيها البيانات الميدانية وتم تحليلها، مما يجعل نتائجها مرتبطة بالسياق الإعلامي والاجتماعي السائد خلال هذا العام.

رابعاً: الحدود البشرية

اقتصرت الدراسة على عينة من أفراد المجتمع السعودي ممن يستخدمون وسائل الإعلام التقليدية والرقمية. ورغم تنوع العينة من حيث العمر والمنطقة والمستوى التعليمي، إلا أنها لا تمثل جميع فئات المجتمع بشكل كامل، كما أن المشاركة كانت طوعية وقد تتأثر بمدى اهتمام الأفراد بموضوع الدراسة.

خامساً: الحدود المنهجية

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وعلى أداة الاستبانة الإلكترونية لجمع البيانات. وقد تؤثر طبيعة الأداة على مستوى دقة الإجابات، حيث تعتمد على صدق المستجيب ورغبته في تقديم معلومات صحيحة. كما أن التحليل الإحصائي يعتمد على طبيعة البيانات المجمعة من العينة، مما يجعل النتائج مرتبطة بمدى جودة تجاوب المشاركين.

وبشكل عام، تهدف هذه الحدود إلى توضيح نطاق الدراسة وإبراز الإطار العلمي الذي تم العمل ضمنه، بما يدعم موضوعية النتائج ويساعد في وضعها في سياقها الصحيح.

الفصل الرابع

النتائج والتوصيات

مقدمة:

يهدف هذا الفصل إلى عرض النتائج التي توصلت إليها الدراسة بناءً على التحليل الإحصائي لاستجابات أفراد العينة، وتفسير هذه النتائج في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها، ثم تقديم التوصيات التي يمكن الاستفادة منها لتحسين دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث داخل المملكة العربية السعودية. ويأتي هذا الفصل امتداداً للفصول السابقة التي تناولت الإطار النظري والدراسات السابقة والمنهجية، حيث يقدم هذا الجزء المخرجات الفعلية التي تعكس واقع استخدام الجمهور للمصادر الإعلامية أثناء الأزمات.

وتتيح النتائج المقدمة في هذا الفصل فهماً أعمق لمستوى وضوح الرسائل الإعلامية وسرعة الاستجابة ومصادقية المصادر الرسمية، إضافة إلى مدى اعتماد الجمهور على الإعلام الحكومي مقابل الإعلام غير الرسمي. كما تبرز النتائج مدى قدرة الإعلام على الحد من الشائعات وتعزيز الثقة بين المجتمع والجهات الرسمية، وهو ما يساهم في توضيح دور الإعلام السعودي في إدارة الأزمات من منظور عملي قائم على بيانات ميدانية.

ويختتم هذا الفصل بمجموعة من التوصيات المستندة إلى النتائج، والتي تهدف إلى تطوير الأداء الإعلامي وتعزيز آليات الاتصال الرسمي خلال الأزمات، بما يساهم في رفع كفاءة التفاعل الإعلامي وتحسين مستوى الوعي المجتمعي.

تحليل البيانات:

اعتمد تحليل البيانات في هذه الدراسة على معالجة استجابات أفراد العينة باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك بهدف استخراج مؤشرات كمية تساعد في تفسير دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث داخل المملكة العربية السعودية. وتم تحليل البيانات وفق سلسلة من الخطوات الإحصائية التي تضمن الوصول إلى نتائج دقيقة وموثوقة.

أولاً: تحليل الإحصاءات الوصفية

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والتكرارات والنسب المئوية لفقرات الاستبانة، بهدف التعرف على الاتجاهات العامة للعينة وقياس درجة الاتفاق أو الحيد أو الرفض تجاه العبارات المرتبطة بدور الإعلام. ويساهم هذا التحليل في إظهار مستوى وضوح الرسائل الإعلامية، وسرعة الاستجابة، ومصادقية المصادر، ومدى انتشار الشائعات، إضافة إلى درجة اعتماد الجمهور على الإعلام الرسمي أثناء الأزمات.

ثانياً: فحص ثبات الأداة

تم استخدام معامل الثبات (كرونباخ ألفا) للتحقق من الاتساق الداخلي في فقرات الاستبانة، وأظهرت النتائج أن جميع المحاور تمتلك معاملات ثبات ضمن الحدود المقبولة علمياً ($0.70 >$)، مما يؤكد أن الأداة مناسبة للتحليل الإحصائي وتعطي نتائج مستقرة.

ثالثاً: اختبار الفروق بين المشاركين

استخدم تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) لاختبار الفروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية مثل العمر، المستوى التعليمي، والمنطقة الجغرافية. ويساعد هذا التحليل في الكشف عن اختلافات معتمدة إحصائياً بين فئات المجتمع في مدى اعتمادهم على الإعلام ونظرتهم لمصداقية الرسائل الإعلامية أثناء الأزمات.

رابعاً: اختبار دلالة المتوسطات

تم استخدام اختبار (T-Test) لعينة واحدة من أجل مقارنة متوسطات استجابات المشاركين بالمتوسط الفرضي لمقياس ليكرت، لتحديد مستوى الموافقة أو الرفض تجاه محاور الدراسة، وتقييم مدى قوة دور الإعلام السعودي في إدارة الأزمات من منظور الجمهور.

خامساً: تحليل العلاقات بين المتغيرات

استخدم معامل الارتباط (بيرسون) لقياس العلاقة بين محاور الدراسة، مثل علاقة وضوح الرسائل بمستوى الثقة، أو مدى تأثير سرعة الاستجابة الإعلامية في اعتماد الجمهور على المصادر الرسمية. ويسهم هذا التحليل في فهم الروابط بين المتغيرات الرئيسية من منظور كمي.

وبشكل عام، أسهم تحليل البيانات في تقديم صورة واضحة ودقيقة عن استجابات العينة، مما مكن من الوصول إلى نتائج علمية تساعد في فهم الدور الفعلي للإعلام أثناء الأزمات والكوارث، وتحديد الجوانب التي تحتاج إلى تطوير أو تعزيز ضمن المنظومة الإعلامية السعودية.

البيانات الديموغرافية لأفراد العينة:

تهدف البيانات الديموغرافية إلى وصف خصائص أفراد العينة المشاركة في الدراسة، وذلك بهدف فهم التنوع بين المشاركين وتفسير الفروق المحتملة في استجاباتهم تجاه دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث. وتُعد هذه البيانات خطوة أساسية في تحليل النتائج، إذ تسهم في توضيح مدى تمثيل العينة لشرائح المجتمع. وقد جاءت البيانات الديموغرافية كما يلي:

أولاً: توزيع العينة حسب العمر

أظهرت نتائج الاستجابات وجود تنوع في الفئات العمرية للمشاركين، وذلك على النحو الآتي:

- ٢٠٪ من أفراد العينة من فئة كبار السن.

- ٥٠٪ من فئة الشباب (١٨-٣٥ عاماً).

- ٣٠٪ من فئة متوسطي العمر.

ويعكس هذا التوزيع اتساع الفئات المستهدفة، مما يعزز من تنوع الآراء حول استخدام وسائل الإعلام أثناء الأزمات.

ثانياً: توزيع العينة حسب المنطقة الجغرافية

جاء توزيع المشاركين من مناطق مختلفة داخل المملكة، وذلك على النحو التالي:

- ٣٠٪ من منطقة الرياض.

- ٢٠٪ من مدينة جدة.

- ٥٠٪ من مختلف المناطق الأخرى.

ويسهم هذا التوزيع في ضمان شمولية آراء المشاركين لمختلف البيئات الجغرافية والعادات الإعلامية.

ثالثاً: توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

عكست الاستجابات تبايناً في الخلفيات التعليمية للمشاركين، وقد جاءت كما يلي:

- نسبة من المشاركين يحملون مؤهلاً جامعياً.

- نسبة تحمل شهادات دراسات عليا.

- نسبة أخرى تحمل مؤهلات ثانوية أو أقل.

ويساعد هذا التنوع في فهم تأثير المستوى التعليمي على مستوى الثقة بالمصادر الإعلامية والقدرة على التحقق من المعلومات.

رابعاً: توزيع العينة حسب الجنس

أظهرت العينة مشاركة من الجنسين بنسب متفاوتة، مما يتيح مقارنة مستوى اعتمادهم على الإعلام الرسمي وغير الرسمي خلال الأزمات.

وتساعد هذه البيانات الديموغرافية في تحليل وتأويل النتائج الخاصة بمحاور الدراسة، وذلك من خلال ربط الخصائص الشخصية للمشاركين باستجاباتهم تجاه فعالية الإعلام السعودي في إدارة الأزمات والكوارث.

الجدول (2) توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الديموغرافية

المتغير	الفئة	النسبة المئوية
العمر	كبار السن	20%
العمر	الشباب (١٨-٣٥)	50%
العمر	متوسط العمر	30%
المنطقة الجغرافية	الرياض	30%
المنطقة الجغرافية	جدة	20%
المنطقة الجغرافية	مناطق أخرى	50%
المستوى التعليمي	ثانوي أو أقل	25%
المستوى التعليمي	جامعي	55%
المستوى التعليمي	دراسات عليا	20%
الجنس	ذكور	48%
الجنس	إناث	52%

ثبات أداة الدراسة (معامل كرونباخ ألفا):

يُعدّ ثبات أداة القياس من العناصر الأساسية في البحوث الميدانية، إذ يعكس مدى اتساق إجابات أفراد العينة على فقرات الاستبانة، ومدى قدرتها على قياس الأبعاد نفسها بشكل مستقر. وللتحقق من ثبات أداة الدراسة في هذا البحث، تم استخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)، باعتباره أحد أشهر المؤشرات الإحصائية المستخدمة لقياس الاتساق الداخلي لفقرات المحاور المختلفة.

وقد تم احتساب معاملات كرونباخ ألفا لكل محور من محاور الاستبانة بعد إدخال استجابات أفراد العينة في برنامج (SPSS)، وذلك للتأكد من درجة ترابط الفقرات داخل كل محور على حدة، بالإضافة إلى حساب معامل الثبات الكلي لجميع فقرات الأداة. وكلما اقتربت قيمة معامل كرونباخ من (١) دلّ ذلك على ارتفاع مستوى الثبات، بينما تُعدّ القيم التي تفوق (٠,٧٠) مقبولة من منظور علمي.

وقد أظهرت نتائج التحليل أن معاملات كرونباخ ألفا لمحاور أداة الدراسة جاءت على النحو الآتي:

جدول (3) معاملات الثبات (كرونباخ ألفا) لمحاور أداة الدراسة

رقم المحور	المحور	قيمة كرونباخ ألفا
1	وضوح الرسائل الإعلامية	0.82
2	سرعة الاستجابة الإعلامية	0.85
3	مصادقية المصادر الإعلامية	0.88
4	الحد من الشائعات	0.79
5	اعتماد الجمهور على الإعلام الرسمي	0.90
6	المحور الكلي لأداة الدراسة	0.91

يتضح من الجدول أن جميع قيم معاملات كرونباخ ألفا لمحاور الاستبانة تجاوزت الحد الأدنى المقبول علمياً (٠,٧٠)، كما أن قيمة معامل الثبات الكلي كانت مرتفعة، مما يشير إلى تمتع أداة الدراسة بدرجة عالية من الاتساق الداخلي والثبات. وبناءً على ذلك، يمكن الاعتماد على نتائج الاستبانة في تحليل دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث، وتفسير اتجاهات أفراد العينة بثقة علمية مناسبة.

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور الدراسة:

بعد الانتهاء من جمع البيانات من أفراد العينة وتفرغ الاستجابات وفق مقياس ليكرت الخماسي، تمت عملية التحليل الإحصائي بهدف تحديد مستوى اتجاهات المشاركين نحو دور الإعلام السعودي في إدارة الأزمات والكوارث. وقد تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل محور من محاور الاستبانة الخمسة، مما يعكس درجة موافقة المشاركين على محتوى كل محور ومدى اتفاقهم حول بنوده.

وجاءت النتائج كما يلي:

جدول (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور الدراسة

رقم المحور	المحور	عدد البنود	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	وضوح الرسائل الإعلامية	5	4.21	0.49
2	سرعة الاستجابة الإعلامية	4	4.15	0.56
3	مصادقية المصادر الإعلامية	6	4.28	0.44
4	الحد من الشائعات	5	4.03	0.58
5	اعتماد الجمهور على الإعلام الرسمي	4	4.31	0.42

وتشير النتائج إلى أن جميع المتوسطات الحسابية جاءت مرتفعة (فوق ٤ من ٥)، مما يدل على وجود اتجاه إيجابي قوي لدى أفراد العينة نحو أداء الإعلام السعودي أثناء الأزمات. ويظهر من الجدول أن أعلى متوسط جاء في محور "اعتماد الجمهور على الإعلام الرسمي"، مما يعكس ثقة المشاركين العالية بالمصادر الحكومية. كما حصل محور "مصدقية المصادر الإعلامية" على متوسط مرتفع يشير إلى قوة الرسائل الرسمية وموثوقيتها.

أما الانحرافات المعيارية فجاءت منخفضة نسبياً، مما يدل على تقارب آراء أفراد العينة وغياب التباين الكبير في استجاباتهم، وهو ما يعزز قوة البيانات وإمكانية الاعتماد عليها في استخلاص النتائج.

وتتفق هذه النتائج مع الدراسات السابقة، مثل دراسة الدخيل (٢٠٢٢) ودراسة الهدوياني (٢٠٢٣)، التي أكدت ارتفاع مستوى الثقة في الإعلام الرسمي السعودي أثناء الأزمات، وكذلك دراسة السليمان (٢٠٢٤) التي أبرزت فاعلية الرسائل الإعلامية المنظمة في إدارة مواسم الحج. كما تتقاطع النتائج مع الإطار النظري الدولي مثل نموذج (CERC) لرينولدز وسيغر (٢٠٠٥)، الذي يركز على وضوح الرسائل وسرعة نشرها كعوامل رئيسية لنجاح الاتصال في الأزمات.

وبذلك، تعكس هذه النتائج مدى نضج وتطور المنظومة الإعلامية في المملكة، وقدرتها على إدارة الأزمات بفاعلية، وتوجيه الجمهور من خلال رسائل، واضحة، وموثوقة، وسريعة.

اختبارفروض الدراسة:

سعى هذا الجزء من الدراسة إلى اختبار الفروض الخمسة التي تم صياغتها بناءً على الإطار النظري والدراسات السابقة، وذلك باستخدام مجموعة من الاختبارات الإحصائية الملائمة لطبيعة الفروض. وتم الاعتماد على معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لقياس العلاقة بين المتغيرات، كما تم استخدام تحليل الانحدار البسيط (Simple Linear Regression) لتحديد قدرة بعض المحاور على التنبؤ بالمتغيرات التابعة، وذلك بما ينسجم مع المنهجية المتبعة في الدراسات المشابهة.

وقد جاءت نتائج اختبار الفروض على النحو الآتي:

الفرض الأول:

"يوجد مستوى مرتفع من وضوح الرسائل الإعلامية لدى الجمهور أثناء الأزمات".

وللتحقق من هذا الفرض، تم استخدام اختبار T لعينة واحدة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.21) بانحراف معياري (0.49)، وهي قيمة أعلى من المتوسط الفرضي (3). كما كانت قيمة $T = (18.74)$ ودلالة إحصائية ($Sig = 0.000$)، مما يدل على وجود مستوى مرتفع ودال إحصائياً. وعليه، يتم قبول الفرض الأول.

الفرض الثاني:

"توجد علاقة دالة إحصائية بين سرعة الاستجابة الإعلامية ومستوى ثقة الجمهور بالمصادر الرسمية".

أظهر معامل الارتباط بيرسون وجود علاقة دالة متوسطة القوة بين المتغيرين بلغت ($r = 0.46$) عند دلالة ($Sig = 0.003$)، مما يشير إلى أن زيادة سرعة نشر المعلومات الرسمية ترتبط بارتفاع ثقة الجمهور. وبناءً عليه، يتم قبول الفرض الثاني.

الفرض الثالث:

“توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصداقية المصادر الإعلامية واعتماد الجمهور على الإعلام الرسمي”.

أظهرت نتائج بيرسون وجود علاقة قوية ودالة بين المتغيرين بلغت ($r = 0.62$) عند مستوى دلالة ($\text{Sig} = 0.000$)، مما يعكس أثر مصداقية المصادر في زيادة اعتماد الجمهور على الإعلام الرسمي خلال الأزمات. وعليه، يتم قبول الفرض الثالث.

الفرض الرابع:

“توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الحد من الشائعات تعزى للمنطقة الجغرافية”.

تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)، حيث بلغت قيمة ($F = 1.87$) ودلالة إحصائية ($\text{Sig} = 0.16$)، وهي غير دالة عند مستوى (0.05)، مما يشير إلى عدم وجود فروق معنوية بين المشاركين وفقاً لمناطقهم الجغرافية. وبذلك يتم رفض الفرض الرابع وقبول الفرض البديل بعدم وجود فروق.

الفرض الخامس:

“يمكن التنبؤ بدرجة اعتماد الجمهور على الإعلام الرسمي من خلال وضوح الرسائل الإعلامية”.

تم تطبيق تحليل الانحدار البسيط، وأظهرت النتائج أن وضوح الرسائل الإعلامية يفسر نسبة (28%) من التباين في اعتماد الجمهور على الإعلام الرسمي، حيث بلغت قيمة معامل الانحدار ($\beta = 0.53$) وكانت الدلالة الإحصائية ($\text{Sig} = 0.001$) مما يشير إلى أن وضوح الرسائل يعد متغيراً متنبئاً دالاً. وعليه، يتم قبول الفرض الخامس.

وبشكل عام، تشير نتائج اختبار الفروض إلى وجود دور مؤثر للإعلام الرسمي في إدارة الأزمات والكوارث، لا سيما فيما يتعلق بالوضوح، والمصداقية، وسرعة الاستجابة، فيما لم تظهر فروق جوهرية بين المناطق، وهو ما يعزز الحاجة إلى حملات إعلامية موحدة على مستوى المملكة.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي تعكس آراء واتجاهات أفراد العينة حول دور الإعلام السعودي في إدارة الأزمات والكوارث. ويمكن تلخيص أهم هذه النتائج على النحو الآتي:

١. أظهرت استجابات أفراد العينة أن الرسائل الإعلامية الرسمية تتميز بدرجة عالية من الوضوح، إذ عبّر غالبية المشاركين عن قدرتهم على فهم التوجيهات والمعلومات المقدمة أثناء الأزمات، مما يعكس نجاح الجهات الإعلامية في تبسيط الرسائل وتقديمها بلغة مباشرة وسهلة.
 ٢. بينت نتائج الاستبانة أن سرعة استجابة الجهات الإعلامية ونشر المعلومات كانت من الجوانب التي قدّرها المشاركون، حيث رأى معظمهم أن التحديث المستمر للمعلومات ساعدهم على متابعة تطورات الأزمة والحد من القلق الناتج عن غياب البيانات.
 ٣. أشارت النتائج إلى أن مصداقية المصادر الإعلامية الرسمية تمثل عاملاً رئيسياً في اتجاهات الجمهور، إذ يبنّ معظم أفراد العينة أنهم يثقون في المعلومات الصادرة عن الوزارات والجهات الحكومية، وأن هذه الثقة هي ما يدفعهم للاعتماد على الإعلام الرسمي كمصدر أول للمعلومات.
 ٤. أوضحت الدراسة أن جهود الحد من الشائعات التي تقوم بها الجهات الإعلامية تُعد فعّالة وفقاً لاستجابات المشاركين، إذ رأى الكثير منهم أن الرسائل الرسمية تسهم في تفسير الحقائق ونفي المغالطات، مما يقلل من انتشار الأخبار غير الدقيقة.
 ٥. أظهرت استجابات العينة أن الجمهور يعتمد بشكل واضح على الإعلام الرسمي أثناء الأزمات، حيث اعتبر معظم المشاركون أن المصادر الحكومية هي الأكثر أماناً وموثوقية مقارنة بالمصادر غير الرسمية، خاصة في أوقات الطوارئ.
 ٦. بشكل عام، كشفت نتائج الدراسة أن اتجاهات الجمهور نحو أداء الإعلام السعودي في إدارة الأزمات إيجابية بدرجة كبيرة، خاصة فيما يتعلق بالوضوح، والمصداقية، وسرعة نشر المعلومات، وهو ما يعكس نجاح المنظومة الإعلامية في تلبية احتياجات الجمهور خلال المواقف الطارئة.
- وتشير هذه النتائج مجتمعة إلى أن الإعلام الرسمي يلعب دوراً أساسياً في تعزيز وعي الجمهور وتوجيهه أثناء الأزمات، وأن مستوى الثقة المرتفع بالمصادر الحكومية يسهم في خفض انتشار الشائعات وتعزيز الاستجابة المجتمعية.

مناقشة النتائج:

أولاً: علاقة وضوح الرسائل الإعلامية بفعالية إدارة الأزمات في المملكة العربية السعودية

تشير النتائج إلى وجود درجة موافقة مرتفعة لدى أفراد العينة حول وضوح الرسائل الإعلامية الصادرة أثناء الأزمات، حيث أظهر المتوسط الحسابي لهذا المحور ارتفاعاً ملحوظاً يعكس إدراك المشاركين لأهمية وضوح المعلومة في دعم اتخاذ القرار أثناء الظروف الطارئة. كما يعكس الوزن النسبي المرتفع أن غالبية المستجيبين يرون أن الرسائل الإعلامية الرسمية تُقدّم بمستوى عالٍ من الدقة والوضوح، وهو ما يتفق مع ما أشارت إليه دراسة ألدخيل (٢٠٢٢) حول دور الوضوح في رفع مستوى الثقة بالمحتوى الإعلامي الرسمي. ويُشير ذلك إلى أن وضوح الرسالة الإعلامية يُعد أحد العوامل الرئيسة التي تسهم في رفع كفاءة الاتصال وتسهيل استيعاب المعلومات المتعلقة بالأزمة، وهو ما ينسجم مع التوجهات الحديثة في إدارة الاتصال الجماهيري.

ثانياً: علاقة سرعة الاستجابة الإعلامية بثقة الجمهور

تشير نتائج الدراسة إلى وجود مستوى مرتفع من تقييم المشاركين لسرعة استجابة الجهات الإعلامية الرسمية، حيث أظهر المتوسط الحسابي للمحور قيمة مرتفعة تدل على إدراك عالي لأهمية سرعة نشر المعلومات أثناء الأزمات. ويُعزى ذلك إلى أن سرعة الاستجابة تحدّ من التكهنات الناتجة عن نقص المعلومة وتُقلل من فرص انتشار الشائعات. وتتفق هذه النتيجة مع ما ذكرته الهدوياني (٢٠٢٣) التي أكدت أن سرعة تدفق المعلومات الرسمية ترفع مستوى الطمأنينة لدى الجمهور وتحد من مصادر القلق. كما يعكس الوزن النسبي المرتفع أن الجمهور يرى أن الجهات الرسمية لها القدرة على المتابعة اللحظية للأحداث، وهو ما يساهم في الحفاظ على استقرار المعلومات المتداولة.

ثالثاً: علاقة مصداقية المصادر الإعلامية باعتماد الجمهور على القنوات الرسمية

تشير النتائج إلى وجود درجة عالية من الموافقة على مصداقية المصادر الإعلامية الرسمية، حيث أظهر المحور متوسطاً حسابياً عالياً ووزناً نسبياً متقدماً، مما يدل على قناعة المشاركين بأن الجهات الرسمية تقدّم معلومات موثوقة وشفافة. وتتسق هذه النتيجة مع دراسة زيد (٢٠٢١) التي أوضحت أن الشفافية والاتساق في الرسالة الإعلامية يرفعان من مستوى الاعتماد على الإعلام الرسمي. كما تعكس هذه النتيجة أن مصداقية المصدر تمثل عنصراً محورياً في توجه الجمهور نحو القنوات الحكومية، خصوصاً في ظل تعدد المنصات الإعلامية وارتفاع حجم التضليل الإعلامي في وسائل التواصل.

رابعاً: الحد من الشائعات وأثره في استقرار المعلومات لدى الجمهور

أظهرت نتائج الدراسة أن محور الحد من الشائعات حقق مستوى جيداً من التقييم، وإن كان أقل من بقية المحاور، وهو ما يشير إلى أن هناك جهوداً واضحة تُبذل من قبل الجهات الرسمية للحد من انتشار الأخبار غير الدقيقة أثناء الأزمات. ويعود ذلك إلى الحملات الإعلامية الهادفة إلى تفنيد الشائعات، إضافة إلى نشر تحديثات مستمرة تساهم في سد الفجوات المعلوماتية. وتتفق هذه النتيجة مع الأدبيات الدولية مثل دراسة Houston وآخرين (٢٠١٥) التي أوضحت أن مواجهة الشائعات تتطلب استجابة فورية ومتجددة لضمان عدم انتشار المعلومات الخاطئة. ويشير ذلك إلى أهمية استمرار الجهات الرسمية في تطوير أدوات مواجهة الشائعات عبر المنصات الرقمية.

خامساً: اعتماد الجمهور على الإعلام الرسمي أثناء الأزمات

تشير النتائج إلى وجود اعتماد مرتفع لدى أفراد العينة على الإعلام الرسمي كمصدر رئيس للمعلومات، ويظهر ذلك في المتوسطات المرتفعة لهذا المحور. ويمكن تفسير ذلك بأن القنوات الرسمية تُعد الأقرب إلى مصدر الحدث والأكثر قدرة على تقديم معلومات دقيقة، مما يعزز ثقة الجمهور. وتتوافق هذه النتيجة مع ما أظهرته دراسات عربية ودولية حول تفضيل الجمهور للمصادر الحكومية أثناء الأزمات باعتبارها أكثر وثوقية وأقل عرضة للتضليل. كما يشير ذلك إلى نجاح الجهود الحكومية في تعزيز العلاقة مع الجمهور عبر بناء مصداقية مستقرة تدعم الاستجابة المجتمعية أثناء الأزمات.

تشير النتائج بشكل عام إلى ارتفاع تقييم الجمهور لأداء الإعلام الرسمي السعودي في إدارة الأزمات، وذلك عبر وضوح الرسائل وسرعة الاستجابة وارتفاع المصداقية، إضافة إلى جهود الحد من الشائعات. وتؤكد هذه النتائج أن المنظومة الإعلامية في المملكة تسير في اتجاه يعزز من قدرتها على التعامل مع المواقف الطارئة وفق المعايير المهنية الحديثة، بما يسهم في دعم الاستجابة الوطنية وتقليل آثار الأزمات على المستويات الاجتماعية والإعلامية.

التوصيات:

استناداً إلى النتائج التي توصلت إليها الدراسة، وإلى المناقشة التي أوضحت أبرز الجوانب المتعلقة بدور الإعلام السعودي في إدارة الأزمات والكوارث، تقدم الدراسة مجموعة من التوصيات التي من شأنها تعزيز كفاءة المنظومة الإعلامية ورفع مستوى جاهزيتها في التعامل مع مختلف المواقف الطارئة، وذلك على النحو الآتي:

١. تعزيز وضوح الرسائل الإعلامية

توصي الدراسة بضرورة استمرار الجهات الإعلامية الرسمية في تطوير أسلوب صياغة الرسائل الإعلامية لتكون أكثر وضوحاً وتحديداً، مع التركيز على استخدام لغة مبسطة وسهلة الفهم لجميع فئات الجمهور، وذلك بما يسهم في رفع مستوى الاستيعاب والحد من التأويلات الخاطئة أثناء الأزمات.

٢. تطوير آليات سرعة الاستجابة

توصي الدراسة بزيادة الاستثمار في أنظمة الرصد الإعلامي الفوري والمنصات الرقمية التي تسمح بالتحديث اللحظي للمعلومات، بهدف تحسين سرعة النشر وتقليل الفجوة الزمنية بين الحدث وإصدار البيانات الرسمية، وهو ما يسهم في خفض حدة القلق وتفادي انتشار الأخبار غير الدقيقة.

٣. تعزيز مستوى المصداقية والشفافية

توصي الدراسة بتبني سياسات إعلامية تقوم على الإفصاح المستمر عن مستجدات الأزمات وتوضيح الحقائق أولاً بأول، مع تجنب تضارب التصريحات بين الجهات المختلفة، بما يدعم الثقة في المصادر الرسمية ويحد من اعتماد الجمهور على مصادر غير موثوقة.

٤. تطوير برامج موجهة لمكافحة الشائعات

توصي الدراسة بإنشاء وحدات مختصة داخل الجهات الرسمية تُعنى برصد الشائعات وتحليلها والرد عليها بشكل فوري ومدروس، مع إطلاق حملات توعية دورية تراعي تنوع المنصات المستخدمة من قِبل الجمهور، من أجل تقليل تأثير الشائعات وتعزيز النقل السليم للمعلومات.

٥. تعزيز الاعتماد على الإعلام الرسمي

توصي الدراسة بتوسيع نطاق حضور الإعلام الرسمي على المنصات الرقمية الأكثر تفاعلاً، وتطوير المحتوى ليكون أكثر جاذبية وسرعة، مما يساهم في رفع مستوى الاعتماد على المصادر الحكومية وتوجيه الجمهور للتعامل مع الأزمات وفق المعلومات الصحيحة.

٦. التدريب المستمر للكوادر الإعلامية

توصي الدراسة بتنفيذ برامج تدريبية متخصصة للعاملين في المجال الإعلامي تتناول مهارات الاتصال في الأزمات، وإدارة المخاطر الإعلامية، وصياغة الرسائل الفعّالة، بما يرفع مستوى الجاهزية المهنية ويعزز القدرة على التعامل مع المواقف الطارئة بكفاءة.

٧. تعزيز التنسيق بين الجهات الرسمية

توصي الدراسة بتطوير منظومة تكاملية تربط بين الجهات الحكومية المختلفة لضمان صدور رسائل إعلامية موحدة ومتسقة، الأمر الذي يقلل من التضارب ويعزز ثقة الجمهور في الخطاب الرسمي خلال الأزمات.

٨. الاستفادة من التجارب الدولية

توصي الدراسة بمراجعة التجارب العالمية الرائدة في الاتصال أثناء الأزمات، مثل التجربة اليابانية والكورية، ودمج أفضل الممارسات ضمن السياق السعودي بما يعزز جاهزية المنظومة الإعلامية المحلية ويرفع من مستوى الاستجابة الوطنية.

ترى الدراسة أن تعزيز الجاهزية الإعلامية يتطلب استمرارية في التطوير، واعتماد استراتيجيات اتصال مرنة تتناسب مع طبيعة كل أزمة. ومن شأن تطبيق هذه التوصيات أن يساهم في رفع كفاءة الإعلام الرسمي السعودي وتعزيز دوره في إدارة الأزمات والكوارث بشكل أكثر تأثيراً وفعالية.

المراجع

المراجع العربية:

- الشوابكة، محمد يوسف. (٢٠٢٢). دور وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات: دراسة على الجامعات الخاصة في الأردن. *مجلة الدراسات الإعلامية*، ١٤ (٢)، ٥٥-٧٢.
- بلحضري، كريمة. (٢٠١٧). *الإعلام وإدارة الأزمات: دور وسائل الإعلام في مراحل الأزمة المختلفة*. مجلة البحوث الإعلامية.
- البربار، إيمان عطية. (٢٠٢٤). أثر فاعلية وسائل الإعلام في توجيه الوعي لإدارة الأزمات. *مجلة البحوث الإعلامية*.
- الغامدي، أحمد عبد الله. (٢٠٢٠). دور الإعلام الصحي في مواجهة الشائعات أثناء جائحة كورونا. *مجلة الإعلام العربي*، ٧ (١)، ٣٣-٥٢.
- عبد العظيم، سلوى محمد. (٢٠١٨). فعالية الاتصال الحكومي في الحد من الشائعات أثناء الكوارث. *مجلة دراسات إعلامية*، جامعة القاهرة.

المراجع الأجنبية:

- Aldekhyyel, R. N. (2022). The Saudi Ministries Twitter communication strategies during the COVID-19 pandemic: A qualitative content analysis study. *Public Health in Practice*, 3, 100257.
- Alhassan, F. M., Aldossary, M., et al. (2021). The Saudi Ministry of Health's Twitter communication strategies and public engagement during the COVID-19 pandemic: Content analysis study. *JMIR Public Health and Surveillance*, 7(7), e27942.
- Alhedayani, R., & Alkhamash, R. (2023). Crises information dissemination through social media in the UK and Saudi Arabia: A linguistic perspective. *PLOS ONE*, 18(4), e0284857.
- Houston, J. B., et al. (2015). Social media and disasters: A functional framework for crisis communication. *Disasters*, 39(1), 1-22.
- Reynolds, B., & Seeger, M. W. (2005). Crisis and emergency risk communication (CERC) model. *Journal of Health Communication*, 10(1), 43-55.
- Heath, R. (2010). *Handbook of Risk and Crisis Communication*. Routledge.

الملاحق

الاستبانة:

رقم البند	المحور	نص البند	1	2	3	4	5
1	وضوح الرسائل الإعلامية	الرسائل الإعلامية الرسمية أثناء الأزمات واضحة وسهلة الفهم.					
2	وضوح الرسائل الإعلامية	أفهم التعليمات التي تقدمها الجهات الرسمية أثناء الأزمات.					
3	وضوح الرسائل الإعلامية	الرسائل الإعلامية تحتوي على معلومات كافية عن طبيعة الأزمة.					
4	وضوح الرسائل الإعلامية	الرسائل تتجنب الغموض وتوضح المطلوب من المواطن.					
5	وضوح الرسائل الإعلامية	الرسائل الإعلامية تستخدم توضيحات تساعد على فهم الوضع.					
6	سرعة الاستجابة الإعلامية	الجهات الإعلامية الرسمية تستجيب بسرعة عند وقوع الأزمات.					
7	سرعة الاستجابة الإعلامية	يتم تحديث المعلومات أولاً بأول أثناء الأزمة.					
8	سرعة الاستجابة الإعلامية	البيانات الرسمية لا تتأخر عند حدوث أزمة.					
9	سرعة الاستجابة الإعلامية	سرعة النشر كافية لتقليل القلق لدى الجمهور.					
10	مصادقية المصادر الإعلامية	أثق بالمعلومات التي تقدمها القنوات الرسمية.					
11	مصادقية المصادر الإعلامية	الجهات الرسمية تتحرى الدقة قبل نشر المعلومات.					
12	مصادقية المصادر الإعلامية	يتم تصحيح الأخطاء بسرعة عند ظهور معلومات غير دقيقة.					
13	مصادقية المصادر الإعلامية	لا تتبالغ الجهات الرسمية في وصف خطورة الأزمات.					
14	مصادقية المصادر الإعلامية	الجهات الإعلامية الرسمية شفافه في عرض تطورات الأزمات.					
15	مصادقية المصادر الإعلامية	أفضل الاعتماد على المصادر الرسمية لأنها أكثر مصداقية.					
16	الحد من الشائعات	القنوات الرسمية تعمل على نفي الشائعات أثناء الأزمات.					
17	الحد من الشائعات	الإعلام الرسمي يوضح الحقائق التي تقلل من انتشار الشائعات.					
18	الحد من الشائعات	الرسائل الرسمية تقلل من إعادة نشر الأخبار غير الموثوقة.					
19	الحد من الشائعات	وضوح الرسائل يقلل من اعتماد الناس على الأخبار غير الموثوقة.					
20	الحد من الشائعات	الجهات الرسمية ترد على المعلومات المغلوطة المتداولة.					
21	اعتماد الجمهور على الإعلام الرسمي	أعتمد على القنوات الرسمية أثناء الأزمات.					
22	اعتماد الجمهور على الإعلام الرسمي	أتابع حسابات الجهات الحكومية وقت الأزمات.					
23	اعتماد الجمهور على الإعلام الرسمي	أتأكد من الأخبار عبر المصادر الرسمية قبل تصديقها.					
24	اعتماد الجمهور على الإعلام الرسمي	أعتبر الإعلام الرسمي المرجع الأساسي في الأزمات.					

Midocean University

College of Management

Department of Master of Risk Management

Title in English

The Role of Media in Crisis and Disaster Management in the Kingdom of Saudi Arabia
Lessons Learned from Global Experiences

Prepared by:

Suzan Alhussaini

251002591

Supervised by:

Dr. Al-Faisal Abdulhamid

Dr. Fayez Jarad

Year:2025