

المسئولية الاجتماعية والأمنية للإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي لشئون المملكة الداخلية وأثره على التنمية المستدامة

د. وجدي حلمي عيد عبد الظاهر*

الملخص

سعت الدراسة للتعرف علي المسئولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام السعودي بكل أنواعها المختلفة في مواجهة التدخل الخارجي لشئون المملكة الداخلية، وأثر ذلك على تحقيق أهداف التنمية المستدامة، بالإضافة الي قياس درجة رضا الجمهور وثقته نحو ما تقدمه هذه الوسائل، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة قوامها (400) مفردة ممن يتابعون وسائل الإعلام السعودي وفقاً للخصائص الديموجرافية (النوع، المستوى التعليمي، السن، الحالة الاجتماعية)، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن نسبة 40.2% من أفراد العينة يتابعوا وسائل الاعلام السعودي في تناولها للأحداث الخاصة بالتدخل الخارجي في الشئون الداخلية للمملكة دائماً، ونسبة 51.8% منهم يتابعونها أحياناً، ونسبة 8% منهم نادراً ما يتابعونها، وأن الجمهور العام اعتمد بشكل كبير على المصادر الاعلامية التالية في جمع المعلومات الخاصة بالتدخل الخارجي في الشئون الداخلية للمملكة العربية السعودية: القنوات الفضائية العربية الخاصة، والقنوات الفضائية الأجنبية، والقنوات الفضائية العربية الحكومية، بينما الصفوة اعتمدوا بشكل كبير القنوات الفضائية العربية الخاصة، والقنوات الفضائية العربية الحكومية، والقنوات الفضائية الأجنبية، والمحطات الإذاعية السعودية، والتلفزيون السعودي علي التوالي، كما أثبتت نتائج الفروض وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين درجة ثقة المبحوثين في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشئون الداخلية للمملكة العربية السعودية والمصادر الاعلامية التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات، كما أكدت النتائج أيضاً وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دور الاعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشئون الداخلية للمملكة العربية السعودية من وجهة نظر المبحوثين ودرجة الرضا عن هذه الوسائل.

الكلمات الرئيسية:

المسئولية الاجتماعية والأمنية - الإعلام السعودي - تدخل وسائل الإعلام
الأجنبية - التنمية المستدامة

* أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام، جامعة المنوفية.

**The social and security responsibilities of the governmental
Saudi Arabia media in confrontation of foreign media
intervention and its impact on sustainable development of
the Kingdom**

Abstract

Wagdy Helmy Eid Abd El Zaher^()**

The study tried to identify the social and security responsibilities of the governmental Saudi media in confrontation of foreign media intervention and its impact on sustainable development of the Kingdom. The study tried also to test the degree of satisfaction and confidence of the governmental Saudi Arabia media in handling the foreign media intervention in various socio-economic issues in Saudi community. The study has been applied on a random sample of 400 individual media audience comprising various gender, education levels, ages, marital status, etc. The study concluded that ~ 40 % of the audience always follow the governmental Saudi media. ~ 51 % of the studied sample watch the governmental Saudi Arabia media on irregular basis. Only, 8 % of the studied sample rarely watch these media. The study asserted that the massive public Saudi audience relies in their media information on the private Arabic governmental satellite channels. The statistical analysis discloses that there is a relationship between the confidence level in the governmental Saudi media regarding its treatment of the foreign intervention and the media sources of information collection. The statistical analysis of the studied sample proved that there is a relationship between the role of the governmental Saudi Arabia in the treatment of foreign intervention and the degree of satisfaction of these media.

Keywords:

The social and security responsibilities - The governmental Saudi Arabia media in confrontation of foreign media intervention- Sustainable development.

(**) Associate Professor - Faculty of Mass Communication - Menoufiya University

مقدمة:

يحتل الاتصال والمعلومات والمعرفة مكانة محورية في تقدم البشر وفي مناحي حياتهم وأسباب رفاهيتهم، وتكنولوجيا المعلومات والاتصال - التقليدية منها والحديث - تتيح للناس، في كل أنحاء العالم، إمكانيات جديدة وفرصاً للارتقاء في سلم التنمية، فحتى تعمل مجتمعات المعرفة بصورة فعالة لا بد من تبادل المعلومات بصورة حرة ونشر المعلومات والأفكار والمعرفة على نطاق واسع، من خلال وسائل الإعلام التقليدية و من خلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة على حد سواء. وفي هذا السياق فإن حرية التعبير والتداول الحر للمعلومات والأفكار والمعارف والانتفاع الحر والمتكافئ بها، تشكل عناصر أساسية لتمكين الناس وضمان مشاركتهم في تنمية مجتمعاتهم.

وتقوم وسائل الإعلام في العصر الحديث بأدوار هامة في الشعوب والمجتمعات، فتسلط الأضواء على الأحداث السلبية التي تعوق مسيرة التنمية في المجتمعات المتقدمة والنامية، وتساهم أيضاً في أخذ زمام المبادرة في تحقيق الخطط التنموية، وإثارة عمليات المعرفة والوعي والسلوك التي تؤدي بدورها الي تحقيق تنمية وتطوير المجتمعات بشكل عام.

وتعتبر قضايا التنمية من أهم القضايا الانسانية الملحة التي لا غنى عنها للدول، وبخاصة الدول النامية أو الأقل نمواً، وذلك لدعمها لخطط التنمية المستدامة في المجتمع، وتأتي أهمية التنمية المستدامة من منطلق اهتمام العالم بها في مواجهة الفقر والبطالة.

وقد خلق النظام العالمي الجديد وما تبعه من نظام اعلامي أيضاً جديد سلسلة من التحديات أمام العالم عموماً والعالم النامي خصوصاً تلك التحديات تتمثل أول ما تتمثل في قضايا التنمية المستدامة فلم يعد لوسائل الإعلام كما يتصورها البعض وسيلة للتسلية أو الترفيه، بل أصبح للإعلام دوره في حث الشعوب علي التعاون والنضال من أجل إحداث تنمية حقيقية في مجتمعاتهم بما تمتلكه وسائل الاعلام من قدرة علي استنهاض الطاقات وتوجيه الانتباه نحو الوسائل والأهداف التي ينشدها المجتمع من أجل الارتقاء بالمجتمع وتحقيق ما يصبو اليه.

وأن مسؤولية وسائل الاعلام تجاه عملية التنمية المستدامة هي تزويد المجتمع بأكبر قدر من الحقائق والمعلومات الدقيقة التي يمكن للمعنيين بالتنمية التحقق من صحتها والتأكد من دقتها والتثبت من مصدرها ، بقدر ما في وسائل الاعلام من حقائق ومعلومات دقيقة ، بقدر تحقيق أهداف التنمية ، ويركز الكثير من العلماء المهتمين بدور الإعلام في التنمية علي هذه النقطة ويسمون الدور الذي يضطلع به الاعلام في تطوير المجتمعات باسم الهندسة الاجتماعية للإعلام الجماهيري ، خاصة وأن هذا الدور ينصب علي كيفية توجيه الجمهور لخدمة الرخاء الانساني. وتتضح

المعادلة التي دعت الي تسمية دور الإعلام "بالهندسة الاجتماعية " اذا عرفنا أن الهدف الجوهرى للتنمية الاجتماعية لا يمكن تحقيقه بدون رفع المستوى الاقتصادي باستخدام برامج ومشروعات التنمية الاقتصادية والاجتماعية لتوفير الخدمات وإشاعة العدالة ، تلك التي تثير في نفوس أفراد المجتمع مشاعر الولاء لمجتمعهم ، والتي ترتبط به كل مصالحهم الحيوية ارتباطاً قوياً ، وما دامت تنمية أفراد المجتمع وبيئتهم المادية من الأهداف الأساسية للتخطيط ، فمن الضروري أن يتم إنجاز هذه المسئوليات وفق خطة مدروسة قائمة علي تخطيط شامل لكافة الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والاعلامية (1).

مشكلة الدراسة:

نظراً لتزايد أهمية الدور الذي تقدمه وسائل الإعلام في التعبير عن قضايا المجتمع، ومساهمتها في تشكيل ثقافة الجمهور بما تعكسه من قضايا الحياة اليومية للمجتمع(2)، كما أن وسائل الإعلام الحكومية أصبحت تواجه منافسة حقيقية نتيجة لتعدد وسائل الإعلام الخاصة وسعيها لجذب الجمهور وتلبية احتياجاته بتحررها من الرقابة والسيطرة الحكومية المفروضة عليها بشكل تدريجي(3) ، كما تعكس وسائل الإعلام مدى أهمية المسئولية الاجتماعية والأمنية التي ينبغي التعرف عليها في إظهار الأداء الحكومي لخدمة الصالح العام لتحقيق التوازن بين حرية التعبير ومصصلحة المجتمع، وغرس قيم الولاء والانتماء للوطن، والحفاظ علي هوية الدولة.

وبناءً على ما سبق يمكن تحديد مشكلة البحث في " التعرف على المسئولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام السعودي بكل أنواعها المختلفة في مواجهة التدخل الخارجي لشئون المملكة الداخلية، وأثر ذلك على تحقيق أهداف التنمية المستدامة، بالإضافة الي رصد العلاقة التفاعلية بين وسائل الإعلام السعودي ودرجة رضا الجمهور وثقته نحو ما تقدمه هذه الوسائل في دعم وتعزيز أهداف التنمية المستدامة من أجل حثه في بناء وطنه، ورفع كفاءته الإنتاجية، فضلاً عن توعيته بمخاطر التدخلات الخارجية والحفاظ علي الأمن القومي للمملكة".

أهداف الدراسة:

- (1) التعرف على مفهوم المسئولية الاجتماعية والأمنية للإعلام السعودي تجاه ما يحدث من تدخلات خارجية في سياسة المملكة العربية السعودية.
- (2) رصد أهم أشكال التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة.
- (3) التعرف علي أهم المصادر الاعلامية التي تعتمد عليها في جمع المعلومات الخاصة بالتدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية، ودرجة الاعتماد عليها.

4) تقييم دور الإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية.

5) الكشف عن مدى مساهمة الاعلام السعودي في تكوين رأي عام عربي ضد التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة.

6) التحقق من فعالية دور الإعلام السعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة.

أهمية الدراسة:

1) أهمية الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام السعودي في التعبير عن قضايا الاجتماعية والأمنية في المملكة.

2) تفسير العلاقة بين دور الاعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية ودرجة رضاهم عنها.

3) مساهمة وسائل الإعلام السعودي في امداد الجمهور السعودي بالمعلومات الصحيحة في مواجهة التدخل الخارجي لشئون المملكة الداخلية وأثره على التنمية المستدامة.

4) قياس العلاقة بين أهمية نشر التوعية الأمنية من خلال الاعلام السعودي ضد التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة والخصائص الديموجرافية للمبجوثين.

الدراسات السابقة:

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

أوضحت نتائج دراسة حازم أنور البنا (2012) (4) بأن التلفزيون السعودي جاء في المرتبة الأولى من حيث اعتماد الجمهور عليه كمصدر من المصادر الإعلامية أثناء الأزمة، كما تبين وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين اعتماد الجمهور علي المصادر الإعلامية والخصائص الديموجرافية، كما توصلت دراسة شعبان الناصري (2009) (5) إلي عدم تأثير عامل اختلاف ملكية الصحيفتين (حكومية وخاصة) علي مضامينها ومواقفهما من الغزو العراقي، كما أثبتت النتائج تأثير الموقف السياسي للحكومة الإماراتية تجاه الغزو العراقي واحتلاله علي مواقف الصحيفتين (حكومية وخاصة) منها، في حين انتهت دراسة مؤيد خلف الدليمي (2008) (6) إلي اهتمام جريدة الأهرام بتغطية الشأن العراقي بشكل كبير مع تأييدها للسياسة الأمريكية تجاه العراق، ومعارضة جريدة الأسبوع للسياسة الأمريكية في العراق، أظهرت نتائج النتائج الدراسة عدم شرعية الحرب التي شنتها الولايات

المتحدة الأمريكية ضد العراق، كما أظهرت دراسة هدير فوزي جاسم (2007) (7) أن أغلب الصحف العربية تعبر عن سياسة أنظمتها الحاكمة، كما توصلت النتائج تبين مواقف الصحف العربية من الأزمة العراقية في أثناء الحرب وما بعدها، شمولية التغطية الإعلامية العربية الواسعة للشأن العراقي، وبخاصة الصحافة، وأكدت استهدفت دراسة حنان جنيد (2007) (8) علي تنوع مصادر المعلومات وأساليب تقديم المضمون في صحيفتي الدراسة، تشابه الصحيفتان من حيث دورية الصدور واهتمامها بالافتتاحية والمقالات والاهتمامات، في حين أثبتت دراسة مرعي مذكور (2005) (9) أن صورة السعودية لدى المصريين كانت صورة ايجابية وطيبة بنسبة 72.7%، وأوضحت النتائج أيضاً تأثير المصريين بالاتصال الشخصي وتغيير الصورة السلبية لبعض المبحوثين، كما أكدت النتائج استقرار السعودية في ذهن المصري العام باعتبارها بلد الله الحرام، كما خلصت دراسة شفيق الرحمن عبدالله (2004) (10) إلي أن وسائل الإعلام الغربية أظهرتها عدائها للمملكة العربية السعودية ، كما انتهت النتائج إلي وجود ثلاث قضايا محورية تدور حولها الحملات العدائية للمملكة، وهي قضية حقوق الإنسان، وقضية حقوق المرأة، وفي الجانب الثقافي والتعليمي تتوجه هذه الحملات إلى مناهج الدراسة وأنها تغذي الإرهاب وتدعو إلى العنف، وانتهت دراسة أحمد تركستاني (2004) (11) إلي أن الصورة الذهنية لدى العينة ليست متسقة مع الصورة السلبية الموجودة في وسائل الإعلام، حيث أنها أقل حدة وأكثر مرونة من الصورة السلبية الجامدة في وسائل الإعلام الغربية الأخرى، كما أوضحت النتائج أن التلفزيون هو الوسيلة الأولى التي اعتمدت عليها العينة الكندية كمصدر للمعلومات، أثبتت النتائج أن وسائل الإعلام الغربية قد أسهمت اسهاماً كبيراً في نقل الصورة المشوهة والنمطية عن العرب والمسلمين، في حين أشارت نتائج دراسة سها فاضل (2002) (12) إلي أن الإرهاب جاء في مقدمة الموضوعات المثارة عن الدول العربية في كل من صحيفتي الأهرام و USA Today ، تلتها الموضوعات الخاصة بالأصولية الإسلامية ، في حين جاءت مصر والعراق والسعودية وفلسطين والسلطة الفلسطينية ولبنان وسوريا في مقدمة الدول ظهوراً في الأهرام المصرية، في حين كانت أكثر الدول ظهوراً علي صفحات الصحيفة الأمريكية: السودان واليمن والعراق والصومال والسعودية ومصر والجزائر وارتبط ذلك فيها بالعنف، كما بينت دراسة محمد حسام الدين (2001) (13) أن الاهتمام بالعالم العربي تركز علي بقضايا الصراع العربي الإسرائيلي، والأزمة الغربية مع العراق، وجماعات العنف السياسي وفعاليتها في العالم العربي، كما كشفت الدراسة أيضاً أن رجال الأعمال يمثلون مركز الثقل في العالم الإسلامي كقوى فاعلة داخلية، في حين جاءت المؤسسات التنفيذية في المركز الثاني كمركز ثقل فعلي في شؤون العالم الإسلامي.

ثانياً: دراسات خاصة بالمسئولية الاجتماعية ووسائل الإعلام والتنمية المستدامة:

أكدت دراسة هبة شاهين (2014) (14) ارتفاع نسبة اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام المصرية للحصول على الأخبار المتعلقة بالأحداث الإرهابية بنسبة 92 %، وتصدرت القنوات الفضائية المصرية الخاصة قائمة وسائل التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة الأحداث الإرهابية، في حين أثبتت دراسة رباب رأفت الجمال (2012) (15) أنه كلما زاد استخدام المغتربين للمواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات حول الأحداث السياسية في مصر بعد الثورة ، زادت الاهتمام بهذه الأحداث، كما أثبتت النتائج أن المواقع الإخبارية استطاعت ان تخلق مجالاً عاماً أحدث للمغتربين عينة الدراسة مستوي معرفياً بالأحداث السياسية في مصر عقب الثورة، كما أشارت النتائج وجود علاقة ارتباط دالة بين التأثير المعرفي ومستوى الاهتمام، وانتهت دراسة أمال الغزاوي ودينا عرابي (2012) (16) إلى أن قضية "البطجة والانفلات الأمني" جاءت في مقدمة أهم ثلاث قضايا من قضايا الوطن التي تحدثت عنها وسائل الإعلام بعد الأحداث الأخيرة بنسبة 42% ، ثم "شهداء الثورة" في المرتبة الثانية بنسبة 40.7%، و" محاكمة النظام السابق" في المرتبة الثالثة بنسبة 17.3%، كما أوضحت الدراسة أن 43% من المبحوثين أكدوا على أن وسائل الإعلام تنقل الواقع المصري كما هو، بينما يري 36% من المبحوثين أن تلك الوسائل تقدم صورة سيئة عن مصر، في حين يري 21% منهم أنها تقدم صورة جيدة عن مصر، وأظهرت نتائج دراسة سارة عبداللطيف (2012) (17) إلى ظهور اهتمام مكثف بأبعاد المسؤولية الأخلاقية للبرامج نحو المجتمع، وتشمل احترام "حق الجمهور في المعرفة" 34.7% حيث تقاربت نسبتها في القنوات الحكومية والخاصة، وجاء "الدفاع عن المصالح العامة للمجتمع" في الترتيب الثاني ، ثم "الدفاع عن القيم الدينية والأخلاقية للمجتمع" ، وأخيراً بلغت نسبة "احترام المبادئ السياسية للمجتمع" 6% ، وتوصلت دراسة أمال حسن الغزاوي (2009) (18) إلى أن أقل البرامج نقداً للحكومة برنامج "البيت بيتك" لأنه يذاع على القناة الثانية الحكومية ، كما كانت أبرز الانتقادات الموجهة للحكومة " الحكومة تتعامل بسلبية في كثير من المشكلات ثم " الفساد في استغلال السلطة" تليها "الحكومة تعبر عن مصالح فئة معينة"، في حين انتهت دراسة أحمد أحمد عثمان (2008) (19) الي أن جاء تناول للموضوعات المختلفة بشكل متوسطاً لمستوى الالتزام بأبعاد المسؤولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي كما عكسته برامج المشاركة بالراديو في تناول أغلبية هذه الموضوعات، كما تبين عدم وجود تعارض بين الالتزام بأبعاد المسؤولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي ومستوى ممارسة حرية التعبير، كما بينت دراسة أشرف جلال حسن (2008) (20) إلى أن الشبكات الغربية تتحاز ضد القضايا العربية وتقدمها بصورة متحيزة ومشوهة بدرجات نسبية، كما ثبت وجود اختلاف أولويات كل من القنوات الغربية وقناة الجزيرة داخل كل قضية، وتوصلت دراسة أميرة سمير (2008) (21) إلى أن ما

يقارب من نصف العينة 9،45% يعتمدون على القنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة بوصفها المصدر الأساسي للحصول على الأخبار والمعلومات السياسية، وتأتي في المرتبة الثانية القنوات المصرية الحكومية بنسبة 9،27%، كما يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط درجات المعرفة السياسية بين المجموعة المعتمدة على القنوات المصرية والعربية الخاصة والمجموعة المعتمدة على القنوات المصرية الحكومية، وذلك لصالح المجموعة المعتمدة على القنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة، كما خلصت دراسة **نسمة البطريق (2008)** (22) إلى أن صحيفة الأهرام تناولت قضايا كأحد وأهم القضايا الاجتماعية انطلاقاً من مسئوليتها الاجتماعية المحورية وهي تكوين رأي عام فاعل يستطيع التصدي لتلك القضية، في حين أكدت دراسة **حازم أنور محمد البنا (2008)** (23) أن الصورة الحقيقية للأخبار التي تجرى من حولي جاءت في المرتبة الأولى لأسباب مشاهدة المبحوثين للقنوات العربية الخاصة بنسبة 16.61%، تلاها في المرتبة الثانية أنها تفتح ملفات حساسة وموضوعات جريئة لا تتعرض لها بقية القنوات الأخرى بنسبة 8.59%، وأكدت النتائج أيضاً أن الفضائيات العربية الخاصة في ممارستها لعملها تقدم درجة مرتفعة من الالتزام بأخلاقيات الإعلام بنسبة 9.12% في مقابل 6.9% يرون أنها تقدم درجة منخفضة من الالتزام بأخلاقيات الإعلام، وأشارت نتائج دراسة **سعد بن سعود آل سعود (2006)** (24) إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بين الاعتماد على وسائل الإعلام السعودية في الحصول على المعرفة السياسية والمتغيرات الديموجرافية لصالح متغيري السفر إلى الخارج والدخل الشهري، كما أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام السعودية في الحصول على المعرفة السياسية ودرجة الثقة في محتوى وسائل الإعلام السعودية، وانتهت دراسة **كاتلين سوهار Kathleen Sohar (2005)** (25) أن المبحوثين اختلفوا في تقييمهم للبرنامج ما بين انه برنامج إخباري أو ترفيهي، كما أكدت النتائج بأن مصداقية برنامج الرأي يؤثر على مدى تبنى الجمهور لما يعرضه من معلومات ومضامين سياسية من خلال المصادر التي يعتمد عليها والضيوف السياسيين في البرنامج، وأخيراً أثبتت دراسة **عادل عبد الغفار فرج (2003)** (26) أن القضايا السياسية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 40.3%، تلتها القضايا الثقافية 16.1% والاقتصادية 11.3% والاجتماعية 8.1%، وأوضحت النتائج أيضاً وجود اختلاف واضح في توازن الاهتمام بأبعاد المسؤولية الأخلاقية المختلفة، حيث تركز برامج الرأي على أبعاد المسؤولية الأخلاقية نحو المجتمع بنسبة 98.4% في حين يضعف اهتمامها بأبعاد المسؤولية الأخلاقية نحو الأفراد والدولة والعالم، ووجدت اختلافات ذات دلالة إحصائية في درجة المسؤولية الاجتماعية لبرامج الرأي باختلاف الخصائص الديموجرافية.

حدود الإفادة من الدراسات السابقة:

- 1- كشفت معظم نتائج الدراسات السابقة على أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في التدخلات الخارجية في الشؤون الداخلية للدول العربية والصورة الذهنية لها، وأيضاً دورها في التنمية المستدامة والمسؤولية الاجتماعية تجاه هذه القضايا، وهذا يؤكد على أهمية الدراسة الحالية موضوع الدراسة.
- 2- الاستفادة من الأطر النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة، وخاصة ما اعتمدت منها على نظرية المسؤولية الاجتماعية ونموذج التلقي بشكل أساسي والمناهج والادوات البحثية المستخدمة.
- 3- دعمت نتائج هذه الدراسات معرفة الباحث بأهمية موضوع الدراسة الجديدة، بالتعرف على المسؤولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام السعودي بكل أنواعها المختلفة في مواجهة التدخل الخارجي لشئون المملكة الداخلية، وأثر ذلك على تحقيق أهداف التنمية المستدامة التي تشكل المصدر الحقيقي للمعلومات للفئات العمرية المختلفة.
- 4- الاستفادة من هذه الدراسات في بلورة وصياغة المشكلة البحثية، وبناء تساؤلات وفروض الدراسة، وتفسير بعض نتائج الدراسة في ضوء ما خرجت به نتائج الدراسة الحالية في إطارها الكمي ومقارنتها بنتائج الدراسات والبحوث الأخرى.

الإطار النظري للدراسة:

أولاً: نظرية المسؤولية الاجتماعية:

تعتمد الدراسة في بنائها النظري وتطوير فروضها على نظريتي المسؤولية الاجتماعية، والمجال العام. ويوضح بلدوين Baldwin أن مصطلح المسؤولية يشتمل على المواقف الأخلاقية والاجتماعية وهي واجب مرتبط بأفعال إرادية⁽²⁷⁾، ويستخدم ديني البوت كلمة المسؤولية مرادفاً لكلمة الإلزام وينظر إلى المسؤولية من خلال ثلاث فئات وهي:

أولاً: مسؤولية الإعلام اتجاه المجتمع العام: ويتحقق ذلك من خلال إتاحة المعلومات وعدم إلحاق الضرر بالآخرين.

ثانياً: مسؤولية الإعلام تجاه المجتمع المحلي: وتشمل: نشر ما يتوقعه الأفراد من المجتمع وما يتوقعه المجتمع من الأفراد، وإبلاغ الناس بما يحقق صالحهم الآن وفي المستقبل⁽²⁸⁾.

ثالثاً: مسؤولية الإعلام اتجاه نفسه: وذلك من خلال أداء الرسالة الإعلامية بأقصى قدر من الدقة والأمانة والصدق والموضوعية بما يعتقد انه في صالح المجتمع⁽²⁹⁾.

وتتعدد أنواع المسؤولية منها: المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية والقانونية (30) ولكل من هذه المسؤوليات خصائصها التي تميزها عن الأنواع الأخرى (31).

وتعتبر المسؤولية الاجتماعية نوع من الشعور بالواجب الاجتماعي والقدرة على تحمله والقيام به كما أن لها مظاهر سلوكية فهي المسؤولية المهنية والإخلاص في العمل وإنجازه وإتقانه وبذل أقصى جهد والتفاني فيه (32) وتتمثل في التعاون والإيثار والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر والاهتمام بالمشكلات الاجتماعية والمساعدة على حلها وتنمية المجتمع وتطويره (33).

أبعاد نظرية المسؤولية الاجتماعية:

تركز نظرية المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام على ثلاثة أبعاد رئيسية يتصل البعد الأول بالوظائف التي ينبغي أن يؤديها الإعلام المعاصر، والثاني بمعايير الأداء، والثالث بالقيم المهنية التي ينبغي مراعاتها في العمل الإعلامي (34).

وتشكل معايير الأداء الإعلامي في مجملها العام الضوابط الأخلاقية والقانونية التي تحكم ممارسة العمل الإعلامي في إطار من المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية التي تحتم على الإعلام أن يقوم بواجبه تجاه المجتمع كما ينعم بحقه في الحرية وكذلك عرض الحقائق والمعلومات التي تدعم الديمقراطية وتضمن مشاركة الرأي العام في الأحداث الجارية (35).

وقد أضاف دنيس ما كويل إلى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية تقوم على دراسة وظائف الإعلام في الدول النامية واختلاف تطبيقاتها عن الدول المتقدمة ونظرية المشاركة الديمقراطية التي تقرض الحد من نفوذ المؤسسات الإعلامية والاحتكارات والتأكيد على أهمية إعطاء الفرصة لمختلف فئات المجتمع والجماعات والأقليات في ممارسة حقوقها في الاتصال والحصول على خدمات وسائل الإعلام (36).

ثانياً: نموذج التلقي Reception Model:

تقوم فكرة نموذج التلقي على أن الفرد المتلقي للمعلومات في أي موقف يعتمد بشكل أساسي على وسائل الإعلام في استقبال المعلومات، ويتأثر في ذلك بالعديد من العوامل مثل نمط استخدام الوسيلة، نوع المضمون، واهتمامات المتلقي واتفاق المضمون مع اتجاهاته الراهنة (37)، ويقصد بالشخص المتلقي للمعلومات في عملية الاستقبال بأنه شخص نشط يقوم باختيار المادة الإعلامية ويتفاعل معها، ويزداد التفاعل في حالة اتفاق المضمون مع توقعاته (38).

وترتبط عملية التلقي مباشرة بفكرة تكوين المعنى عند الجمهور المتلقي، من خلال التعامل مع النصوص المقروءة والمرئية (39)، وتتعدد دوافع التلقي لمضمون وسائل الإعلام لدى الجمهور ويأتي في مقدمتها أهمية المضمون، بجانب تأثير

عمليات الفهم والإدراك والخبرات السابقة للمتلقي (40) وحجم تعرضه للوسيلة الإعلامية وطبيعة انتماءاته، ومدى اتفائه مع اتجاهات المتلقي (41).

وقد استفاد الباحث من نظرية المسؤولية الاجتماعية باعتبارها الأكثر ملاءمة لدراسة تأثير المسؤولية الاجتماعية والأمنية للإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي لشئون المملكة الداخلية وأثره على التنمية المستدامة، كما تستفيد الدراسة من نموذج التلقي للتعرف على العوامل المؤثرة في إدراك وفهم الجمهور المتلقي للمعلومات والموضوعات المرتبطة بموضوع الدراسة.

تساؤلات وفروض الدراسة:

أولاً: تساؤلات الدراسة:

- (1) ما مفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام السعودي لدى الباحثين؟
- (2) ما أشكال التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة من وجهة نظر الباحثين؟
- (3) ما مدى متابعة الباحثين لوسائل الإعلام السعودي في تناولها للأحداث الخاصة بالتدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة؟
- (4) ما أسباب متابعة الباحثين للإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة؟
- (5) ما المصادر الإعلامية التي يعتمد عليها الباحثين في جمع المعلومات الخاصة بالتدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية، ودرجة الاعتماد عليها؟
- (6) ما درجة ثقة الباحثين في وسائل الإعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية؟
- (7) ما أسباب ثقة الباحثين في وسائل الإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في شؤون المملكة؟
- (8) ما دور الإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في شؤون المملكة من وجهة نظر الباحثين؟
- (9) ما دور الإعلام السعودي في نشر التوعية الأمنية ضد التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة؟
- (10) ما مدي مساهمة الإعلام السعودي في تكوين رأي عام عربي ضد التدخل الخارجي في الشؤون المملكة؟

- 11) ما درجة رضا المبحوثين للإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة؟
- 12) ما أسباب عدم تأثير التدخل الخارجي على التنمية المستدامة بالمملكة العربية السعودية؟
- 13) ما دور الاعلام السعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة؟
- 14) ما الحلول والمقترحات لمواجهة التدخلات الخارجية من خلال وسائل الاعلام السعودي في دعم التنمية المستدامة؟

ثانياً: فروض الدراسة:

الفرض الأول: تختلف أسباب متابعة المبحوثين للإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في شؤون الداخلية للمملكة باختلاف درجة متابعتهم لوسائل الإعلام السعودي.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين درجة ثقة المبحوثين في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية والمصادر الاعلامية التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين ثقة المبحوثين في وسائل الإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة ودرجة متابعتهم لهذه الوسائل.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين دور الاعلام السعودي في نشر التوعية الأمنية ضد التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة والخصائص الديموجرافية للمبحوثين (النوع، العمر، التعليم).

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دور الاعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية من وجهة نظر المبحوثين ودرجة الرضا عن هذه الوسائل.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دور الاعلام السعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة وأسباب عدم التأثير للتدخل الخارجي على التنمية المستدامة.

الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين دور الاعلام السعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة والخصائص الديموجرافية للمبحوثين (النوع، العمر، التعليم).

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، حيث تستهدف تلك الدراسة معرفة المسؤولية الاجتماعية والأمنية للإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي لشؤون المملكة الداخلية وأثره على التنمية المستدامة.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح بأسلوب المسح بالعينة لجمهور وسائل الإعلام، بغرض معرفة دور وسائل الاعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي لشؤون المملكة الداخلية، فضلاً عن التعرف على المسؤولية الاجتماعية والأمنية لهذه الوسائل، وتأثير ذلك على التنمية المستدامة.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع هذه الدراسة في جمهور المملكة العربية السعودية بكل فئاته وخصائصه الديموجرافية ممن يتابعون وسائل الإعلام السعودي.

عينة الدراسة:

طبقت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة قوامها (400) مفردة ممن يتابعون وسائل الإعلام السعودي وفقاً للخصائص الديموجرافية (النوع، المستوى التعليمي، السن، الحالة الاجتماعية).

أسلوب جمع البيانات:

تعتمد هذه الدراسة على استمارة الاستقصاء كأداة لجمع المعلومات المطلوبة للإجابة على فروض وتساؤلات الدراسة، وقد تم تصميم هذه الاستمارة بالاستناد إلى أهداف الدراسة ومجالها وحدودها، كما تم الاستفادة من الدراسات السابقة في هذا المجال في وضع فئات الاستبيان وصياغة التساؤلات البحثية وبناء المقاييس اللازمة في الدراسة، ومرت استمارة الاستقصاء بمرحلتين هما:

- **صدق الاستمارة:** تم عرض الاستمارة على مجموعة من الخبراء والمحكمين ذوي العلاقة من أعضاء هيئة التدريس من الباحثين والأكاديميين (***) وجمع

ملاحظاتهم على الاستمارة وإجراء التعديلات المطلوبة على أداة الدراسة للوصول إلى الشكل النهائي القابل للتطبيق، وبلغ معدل الاتفاق بين المحكمين بنسبة 85%، مما يؤكد صلاحية الاستمارة للتطبيق.

- **ثبات الاستمارة:** تم تحقيق الثبات من إعادة تطبيق استمارة الاستقصاء (- Test Retest) على مجموعة المبحوثين بنسبة 10% من عينة الدراسة 20 مفردة بعد أسبوعين من انتهاء التطبيق الميداني للاستمارة وبلغ معامل الثبات الكلي 0.92 وهو معامل على درجة مقبولة لثبات صحيفة الاستقصاء بالمقابلة ويشير إلى صلاحيتها للتطبيق.

خصائص العينة:

جدول (1) يوضح خصائص العينة

إجمالي ن=400		الصفوة ن=100		الجمهور العام ن=300		العينة	
ك	%	ك	%	ك	%	المتغير	
256	64	62	62	194	64.7	ذكور	النوع
144	36	38	38	106	35.3	إناث	
400	100	100	100	300	100	الإجمالي	
11	2.8	0	0	11	3.7	أقل من 20 سنة	العمر
121	30.2	0	0	121	40.3	من 20 إلى 30 سنة	
167	41.8	35	35	132	44	من 30 إلى 40 سنة	
68	17	46	46	22	7.3	من 40 إلى 50 سنة	
33	8.2	19	19	14	4.7	من 50 سنة فأكثر	
400	100	100	100	300	100	الإجمالي	المستوى التعليمي
23	5.8	0	0	23	7.7	متوسط	
24	6	0	0	24	8	ثانوية	
288	72	65	65	223	74.3	جامعي	
65	16.2	35	35	30	10	دراسات عليا	
400	100	100	100	300	100	الإجمالي	المهنة
107	26.8	0	0	107	35.7	طالب	
83	20.8	0	0	83	27.7	حرفي	
110	27.5	0	0	110	36.7	طبيب - مهندس - مدرس - محاسب	
19	4.8	19	19	0	0	استاذ جامعي	
8	2	8	8	0	0	رجل اعمال	
16	4	16	16	0	0	خبير اعلامي	
9	2.2	9	9	0	0	استشاري طبيب	
13	3.2	13	13	0	0	استشاري مهندس	
10	2.5	10	10	0	0	علماء دين	
7	1.8	7	7	0	0	رجل امن	
9	2.2	9	9	0	0	مدير / مدير عام	
9	2.2	9	9	0	0	خبير اجتماعي/ نفسي	
400	100	100	100	300	100	الإجمالي	

المعالجة الإحصائية للبيانات:

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

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

- اختبار كاي² (**Chi Square Test**) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (**Nominal**)

- اختبار (**T- Test**) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (**Interval Or Ratio**)

- تحليل التباين ذي البعد الواحد (**One Analysis of Variance**) المعروف اختصاراً باسم **ANOVA** لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (**Interval Or Ratio**)

- الاختبارات البعدية (**Post Hoc Tests**) بطريقة اقل فرق معنوي (**Least Significance Difference**) والمعروف اختصاراً باسم (**LSD**) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت **ANOVA** وجود فروق دالة إحصائية بينها.

- معامل ارتباط بيرسون.

- معامل ارتباط سبيرمان.

نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج العامة للدراسة:

1- الفروق بين الجمهور العام والصفوة في مفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (2) يوضح الفروق بين الجمهور العام والصفوة في مفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام

معامل التوافق	مستوى معنوية د ح 1	نكا	إجمالي ن=400		الصفوة ن=100		الجمهور العام ن=300		مفهوم المسؤولية الاجتماعية للجمهور
			%	ك	%	ك	%	ك	
0.301	0.001	39.771	46.8	187	62.3	74	37.7	113	1-ديمقراطية الاتصال والإعلام
0.204	0.001	17.418	80.8	323	95	95	76	228	2- الحفاظ على هوية الدولة
0.245	0.001	25.522	73.8	295	93	93	67.3	202	3- غرس قيم الولاء والانتماء للوطن
0.429	0.001	89.977	53	212	94	94	39.3	118	4- تعزيز ثقافة الحوار بين أفراد المجتمع
0.495	0.001	129.610	39.8	159	88	88	23.7	71	5- التوازن في عرض الموضوعات والقضايا في وسائل الإعلام
0.308	0.001	42.049	67.8	271	94	94	59	177	6- الصدق والموضوعية في عرض الرسالة الإعلامية
0.423	0.001	87.032	45.8	183	86	86	32.3	97	7- الرقابة على ممارسة المهنة الإعلامية من خلال الرأي العام
0.451	0.001	102.393	47.2	189	91	91	32.7	98	8- رصد المخالفات التي يرتكبها بعض الأفراد والمؤسسات داخل وخارج الدولة
0.384	0.001	69.120	50	200	86	86	38	114	9- تبادل الحوار والتلاقي والتواصل بين أفراد المجتمع
0.354	0.001	57.319	52.2	209	85	85	41.3	124	10- إيجاد صيغة التزام مجتمعية بين وسائل الإعلام والمجتمع
0.440	0.001	96.265	44.8	179	87	87	30.7	92	11- التنوع في عرض مضامين الرسالة الإعلامية

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 80.8% من أفراد العينة يروا أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام هو الحفاظ على هوية الدولة، ونسبة 73.8% منهم يروا أنه غرس قيم الولاء والانتماء للوطن، ونسبة 67.8% منهم يروا أنه الصدق والموضوعية في عرض الرسالة الإعلامية، ونسبة 53% منهم تعزيز يروا أنه ثقافة الحوار بين أفراد المجتمع، ونسبة 52.2% منهم يروا أنه إيجاد صيغة التزام مجتمعية بين وسائل الإعلام والمجتمع.

وتعكس بيانات الجدول السابق وعي المبحوثين وادراكهم لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام، مما يدل على أهمية وسائل الإعلام والدور الذي تقوم به في توعية الجمهور تجاه القضايا والموضوعات الحالية.

كما يتضح أيضاً أن نسبة 76% من أفراد العينة الجمهور العام يروا أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام هو الحفاظ على هوية الدولة، ونسبة 67.3% منهم يروا أنه غرس قيم الولاء والانتماء للوطن، ونسبة 59% منهم يروا أنه الصدق والموضوعية في عرض الرسالة الإعلامية، ونسبة 41.3% منهم يروا أنه إيجاد صيغة التزام مجتمعية بين وسائل الإعلام والمجتمع، ونسبة 39.3% منهم تعزيز يروا أنه ثقافة الحوار بين أفراد المجتمع، ونسبة 95% من أفراد العينة الصفوة يروا أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام هو الحفاظ على هوية الدولة، ونسبة 94% منهم يروا أنه الصدق والموضوعية في عرض الرسالة الإعلامية، ونسبة 94% منهم تعزيز يروا أنه ثقافة الحوار بين أفراد المجتمع، ونسبة 93% منهم يروا أنه غرس قيم الولاء والانتماء للوطن، ونسبة 91% منهم يروا أنه رصد المخالفات التي يرتكبها بعض الأفراد والمؤسسات داخل وخارج الدولة.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الجمهور العام والصفوة في مفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة 0.001.

وهذه النتيجة منطقية لدرجة كبيرة نظراً لما يتميز به جمهور الصفوة من تنوع تعرضه لوسائل الإعلام المختلفة، وحرصه الدائم في الحصول على المعلومات الخاصة بوطنه، فضلاً عن امتلاكه واستخدامات للتقنيات الحديثة لوسائل الإعلام، والتي تجعله يحصل على معلومات متنوعة بسهولة ويسر.

2- الفروق بين الجمهور العام والصفوة في اشكال التدخل الخارجي في الشئون الداخلية للمملكة:

جدول (3) يوضح الفروق بين الجمهور العام والصفوة في اشكال التدخل الخارجي في الشئون الداخلية للمملكة

معامل التوافق	مستوى معنوية د ح 1	كا2	إجمالي ن=400		الصفوة ن=100		الجمهور العام ن=300		اشكال التدخل الخارجي
			ك	%	ك	%	ك	%	
0.279	0.001	33.636	265	66.2	90	90	175	58.3	1- تمويل الجماعات المسلحة والإرهابية لتغيير الحكم في دول المنطقة
0.345	0.001	53.872	209	52.2	84	84	125	41.7	2- الاعتداءات على مقر البعثات الدبلوماسية السعودية في الخارج
0.151	0.01	9.370	317	79.2	90	90	227	75.7	3- إشاعة الفتن وإلحاق الخراب والدمار بالمنطقة

0.355	0.001	57.620	54.2	217	87	87	43.3	130	4- انتهاك الدول المجاورة لقواعد القانون الدولي والاساءة لمبدأ حسن الجوار
0.277	0.001	33.212	59.5	238	84	84	51.3	154	5- تهديد الدول المجاورة للمنطقة بحجة امتلاكها للسلاح النووي
0.242	0.001	24.958	62	248	83	83	55	165	6- الترويج للعديد من الأفكار والقضايا المتطرفة من أجل زعزعة الأمن السعودي
0.349	0.001	55.505	48.8	195	81	81	38	114	7- تصريحات الدول المجاورة بتهديد الأمن القومي السعودي
0.322	0.001	46.242	55.8	223	85	85	46	138	8- دعم الحوثيين وامدادهم بالأسلحة لتفكيك وحدة المنطقة العربية
0.291	0.001	37.085	54.8	219	81	81	46	138	9- نشر الفوضى ومحاولة زعزعة الاستقرار السياسي والأمني والاقتصادي للمملكة
0.398	0.001	75.458	41	164	78	78	28.7	86	10- تهريب السلاح والمتفجرات إلى دول الخليج من أجل زعزعة الأوضاع الأمنية
0.361	0.001	60.003	47.5	190	81	81	36.3	109	11- التجنيد لبعض أبناء المنطقة في تنفيذ العمليات الإرهابية

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 79.2% من أفراد العينة يروا أن أشكال التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة اشاعة الفتن والحق الخراب والدمار بالمنطقة، ونسبة 66.2% منهم يروا أنه تمويل الجماعات المسلحة والإرهابية لتغيير الحكم في دول المنطقة، ونسبة 62% منهم يروا أنه الترويج للعديد من الأفكار والقضايا المتطرفة من أجل زعزعة الأمن السعودي، ونسبة 59.5% منهم يروا أنه تهديد الدول المجاورة للمنطقة بحجة امتلاكها للسلاح النووي، ونسبة 55.8% منهم يروا أنه دعم الحوثيين وامدادهم بالأسلحة لتفكيك وحدة المنطقة العربية.

وهذا يؤكد على الدور الكبير الذي تقدمه وسائل الإعلام المختلفة في ظل التدفق المعلوماتي والتنوع في الأشكال الإعلامية، واهتمام الجمهور بمتابعة أشكال التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة، وتطوراته من وسائل الإعلام المتعددة، لما تتميز به وسائل الإعلام من تنوع في الموضوعات وإفراد مساحات واسعة لعرض أشكال التدخل وتداعياته الخطيرة.

كذلك يتضح أيضا أن نسبة 75.7% من أفراد العينة الجمهور العام يروا أن أشكال التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة اشاعة الفتن والحق الخراب والدمار بالمنطقة، ونسبة 58.3% منهم يروا أنه تمويل الجماعات المسلحة والإرهابية لتغيير الحكم في دول المنطقة، ونسبة 55% منهم يروا أنه الترويج للعديد من الأفكار والقضايا المتطرفة من أجل زعزعة الأمن السعودي، ونسبة 51.3% منهم يروا أنه تهديد الدول المجاورة للمنطقة بحجة امتلاكها للسلاح النووي، ونسبة 90% من أفراد العينة الصفاة يروا أن أشكال التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة اشاعة الفتن والحق الخراب والدمار بالمنطقة، ونسبة 90% منهم يروا أنه تمويل الجماعات

المسلحة والإرهابية لتغيير الحكم في دول المنطقة، ونسبة 87% منهم يروا أنه انتهاك الدول المجاورة لقواعد القانون الدولي والاساءة لمبدأ حسن الجوار، ونسبة 85% منهم يروا أنه دعم الحوثيين وامدادهم بالأسلحة لتفكيك وحدة المنطقة العربية، ونسبة 84% منهم يروا أنه تهديد الدول المجاورة للمنطقة بحجة امتلاكها للسلاح النووي.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الجمهور العام والصفوة في اشكال التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة، حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة 0.001.

3- الفروق بين الجمهور العام والصفوة في مدى متابعة وسائل الاعلام السعودي في تناولها للأحداث الخاصة بالتدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة:

جدول (4) يوضح الفروق بين الجمهور العام والصفوة في مدى متابعة وسائل الاعلام السعودي في تناولها للأحداث الخاصة بالتدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة

مستوى معنوية د ح 2	كا2	إجمالي		الصفوة		الجمهور العام		الجمهور متابعة وسائل الاعلام
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.876 غير دالة	0.264	40.2	161	41	41	40	120	دائما
		51.8	207	50	50	52.3	157	أحيانا
		8	32	9	9	7.7	23	نادرا
		100	400	100	100	100	300	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 40.2% من أفراد العينة يتابعوا وسائل الاعلام السعودي في تناولها للأحداث الخاصة بالتدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة دائما، ونسبة 51.8% منهم يتابعونها أحيانا، ونسبة 8% منهم نادرا ما يتابعونها.

وهذه نتيجة منطقية وتوضح أهمية دور وسائل الإعلام المختلفة ومسئوليتها الاجتماعية تجاه قضايا المجتمع في إشباع احتياجات الجمهور الاتصالية نحو قضاياها، وفق الأداء المهني التي تتميز به هذه الوسائل بالسرعة والدقة، وكذلك حرص الجمهور السعودي في معرفة القضايا والأحداث التي تهمة وبخاصة أحداث التدخلات الخارجية في شؤون المملكة العربية السعودية، والتي تمس أمنه وحياته بطريقة مباشرة وبالتالي يلجأ لمتابعة وسائل الإعلام المختلفة لمعرفة المزيد من هذه الأحداث.

كما يتضح أيضا أن نسبة 40% من أفراد العينة الجمهور العام يتابعوا وسائل الاعلام السعودي في تناولها للأحداث الخاصة بالتدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة دائما، ونسبة 52.3% منهم يتابعونها أحيانا، ونسبة 7.7% منهم نادرا ما يتابعونها، ونسبة 41% من أفراد العينة الصفوة يتابعوا وسائل الاعلام

السعودي في تناولها للأحداث الخاصة بالتدخل الخارجي في الشؤون الداخلية المملكة دائماً، ونسبة 50% منهم يتابعونها أحياناً، ونسبة 9% منهم نادراً ما يتابعونها.

كذلك يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الجمهور العام والصفوة في مدى متابعة وسائل الاعلام السعودي في تناولها للأحداث الخاصة بالتدخل الخارجي في الشؤون الداخلية المملكة، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 0.264$ وهي غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

4- الفروق بين الجمهور العام والصفوة في اسباب متابعة للإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في شؤون الداخلية للمملكة:

جدول (5) يوضح الفروق بين الجمهور العام والصفوة في اسباب متابعة للإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في شؤون الداخلية للمملكة

معامل التوافق	مستوى معنوية د ح 1	كا	إجمالي ن=400		الصفوة ن=200		الجمهور العام ن=200		اسباب المتابعة
			%	ك	%	ك	%	ك	
0.154	0.01	9.744	52.5	210	66	66	48	144	1- معرفة الاستراتيجيات التي تضعها المملكة في مواجهة التدخل الخارجي في شؤونها الداخلية
0.105	0.05	4.244	76.2	305	84	84	73.7	221	2- كشف المؤامرات الخارجية التي تدعو الي تفكيك وحدة الوطن
-	0.137	206	68	272	74	74	66	198	3- تقديم معلومات حقيقية صادقة ودقيقة
0.225	0.001	21.315	42.2	169	62	62	35.7	107	4- الثقة في صحة المعلومات والأخبار المقدمة من خلال هذه الوسائل
0.286	0.001	35.750	37	148	62	62	28.7	86	5- عمق المعالجة والتحليل للتدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة
0.243	0.001	25.132	29.2	117	49	49	22.7	68	6- اظهار الحقائق التي تخفيها وسائل الإعلام الخارجي عن هذا التدخلات
0.341	0.001	52.525	22	88	48	48	13.3	40	7- تقديم معلومات وحقائق يصعب الوصول لها
0.174	0.001	12.553	36.2	145	51	51	31.3	94	8- التوعية بأخطار واضرار التدخل الخارجي وأثره على المجتمع
0.326	0.001	47.420	21.5	86	46	46	13.3	40	9- استضافة خبراء ومتخصصين للرد على الشائعات والأكاذيب الموجهة من الخارج
0.310	0.001	42.595	36.8	147	64	64	27.7	83	10- تعرض كافة المعلومات والآراء التي بالتدخلات الخارجية
0.262	0.001	29.523	37.2	149	60	60	29.7	89	11- تساعد على فهم الأحداث المرتبطة بالتدخلات الخارجية

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 73.7% من أفراد العينة الجمهور العام يتابعوا الإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في شئون الداخلية للمملكة لكشف المؤامرات الخارجية التي تدعو الي تفتيت وحدة الوطن، ونسبة 66% منهم يتابعونه لتقديم معلومات حقيقية صادقة ودقيقة، ونسبة 48% منهم يتابعونه لمعرفة الاستراتيجيات التي تضعها المملكة في مواجهة التدخل الخارجي في شئونها الداخلية، ونسبة 35.7% منهم يتابعونه بسبب الثقة في صحة المعلومات والأخبار المقدمة من خلال هذه الوسائل، و نسبة 84% من أفراد العينة الصفوة يتابعوا الإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في شئون الداخلية للمملكة لكشف المؤامرات الخارجية التي تدعو الي تفتيت وحدة الوطن، ونسبة 74% منهم يتابعونه لتقديم معلومات حقيقية صادقة ودقيقة، ونسبة 66% منهم يتابعونه لمعرفة الاستراتيجيات التي تضعها المملكة في مواجهة التدخل الخارجي في شئونها الداخلية، ونسبة 62% منهم يتابعونه بسبب الثقة في صحة المعلومات والأخبار المقدمة من خلال هذه الوسائل، ونسبة 64% منهم يتابعونه تعرض كافة المعلومات والآراء التي بالتدخلات الخارجية، ونسبة 62% منهم يتابعونه بسبب عمق المعالجة والتحليل للتدخل الخارجي في الشئون الداخلية للمملكة.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الجمهور العام والصفوة في اسباب متابعة للإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في شئون الداخلية للمملكة لصالح الصفوة، حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.05، فيما عدا تقديم معلومات حقيقية صادقة ودقيقة لم يكن هناك فروق، حيث كانت قيمة كا2 غير دالة عند مستوى 0.05.

وهذا يؤكد علي أنه إذا كان الإعلام يهدف علي تحقيق الإرشاد والتعليم والتوعية في الظروف العادية، فإنه يصبح أشد ضرورة وأهمية في أوقات الشدة والأزمات وبخاصة التدخلات الخارجية في شؤون الدول، لأن ذلك يؤثر بطريقة أو بأخرى علي سلامة المواطنين، وانتظام العملية الإنتاجية ، وبالتالي يصبح الطلب علي المعلومات والأسباب لمتابعة وسائل الإعلام طلباً ملحاً من كافة فئات وشرائح المجتمع، ومن هنا تبرز أهمية استعداد القائمين علي وسائل الإعلام للتصدي لكل جديد وتطور في هذه التدخلات، لكي يعرف الجمهور المؤامرات الخارجية التي تدعو الي تفتيت وحدة الوطن، وكذلك التوعية بمخاطر وأضرار هذا التدخل الخارجي وأثره على المجتمع، وفهم الأحداث المرتبطة بهذه التدخلات.

5- المصادر الاعلامية التي يعتمد عليها المبحوثين في جمع المعلومات الخاصة بالتدخل الخارجي في الشئون الداخلية للمملكة العربية السعودية:

جدول (6) يوضح المصادر الاعلامية التي يعتمد عليها المبحوثين في جمع المعلومات الخاصة بالتدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية

الاتجاه	المتوسط المرجح	ضعيفة		متوسطة		كبيرة		درجة الاستخدام	المصدر
		%	ك	%	ك	%	ك		
متوسطة	2.27	17	68	38.8	155	44.2	177		التلفزيون السعودي
متوسطة	2.12	7.8	31	72.2	289	20	80		الصحف السعودية
متوسطة	2.15	14.2	57	57	228	28.8	115		الصحف العربية القومية
متوسطة	2.14	14.2	57	57.2	229	28.5	114		الصحف العربية الخاصة
متوسطة	2.06	22.5	90	49.2	197	28.2	113		المواقع الالكترونية
متوسطة	2.15	31	124	23.5	94	45.5	182		وكالة الانباء السعودية
متوسطة	2.13	16	64	55.2	221	28.8	115		الصحف الالكترونية السعودية
متوسطة	2.29	16.5	66	38.5	154	45	180		المحطات الإذاعية السعودية
كبيرة	2.45	8.2	33	38.5	154	53.2	213		القنوات الفضائية العربية الحكومية
كبيرة	2.62	8.2	33	21.8	87	70	280		القنوات الفضائية العربية الخاصة
ضعيفة	0.85	69.3	277	14.2	57	16.5	66		القنوات الفضائية الأجنبية
كبيرة	2.41	10	40	23.8	95	66.2	265		قادة الرأي والمفكرين
متوسطة	2.09	16.5	66	57.2	229	26.2	105		الاتصال الشخصي
ضعيفة	0.71	60	240	25	100	15	60		الكتب
كبيرة	2.41	17.5	70	32.5	130	50	200		الصحف الالكترونية العربية
كبيرة	2.02	18.6	74	30.2	121	51.2	205		شبكات التواصل الاجتماعي

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة اعتمدوا بشكل كبير على المصادر الاعلامية التالية في جمع المعلومات الخاصة بالتدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية هم:

- القنوات الفضائية العربية الخاصة بمتوسط 2.62.
- القنوات الفضائية العربية الحكومية بمتوسط 2.45.
- قادة الرأي والمفكرين، وأيضا الصحف الإلكترونية العربية بمتوسط 2.41.
- شبكات التواصل الاجتماعي بمتوسط 2.02.

كما يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة اعتمدوا بشكل ضعيف على المصادر الاعلامية التالية في جمع المعلومات الخاصة بالتدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية هما:

- القنوات الفضائية الأجنبية بمتوسط 0.85.
- الكتب بمتوسط 2.45.

في حين اعتمدوا بشكل متوسط على باقي المصادر الاعلامية في جمع المعلومات الخاصة بالتدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية.

وتعكس هذه النتيجة تفوق القنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة، وكذلك الصحف الإلكترونية العربية، وشبكات التواصل الاجتماعية لما تتمتع به هذه الوسائل من قدر كبير من التحليلات والتفسيرات العميقة التي تجعل المشاهد يكون وجهات نظر عميقة حول القضايا والموضوعات المثارة، كما عكست أيضا تفوق الاتصال الشخصي علي غير من المصادر الإعلامية إذ جاء قادة الرأي والمفكرين من أهم المصادر التي تم الاعتماد عليها في جمع المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة لما لديهم القدرة علي عرض الآراء والمعلومات المتعلقة بهذه القضايا بطريقة أكثر اقناعاً من غيرهم، في حين جاءت القنوات الفضائية الأجنبية في ترتيب ضعيفة وذلك لعدم ثقة الجمهور بها وذلك لوجود أجنات خارجية تتبناها هذه القنوات.

6- المصادر الاعلامية التي تعتمد عليها الجمهور العام والصفوة في جمع المعلومات الخاصة بالتدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة:

جدول (7) يوضح المصادر الاعلامية التي تعتمد عليها الجمهور العام والصفوة في جمع المعلومات الخاصة بالتدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة

المصدر	درجة الاستخدام	الجمهور العام			الصفوة	
		عدد النقاط	المتوسط المرجح	الاتجاه	عدد النقاط	المتوسط المرجح
التلفزيون السعودي		675	2.25	متوسطة	234	2.34
الصحف السعودية		624	2.08	متوسطة	225	2.25
الصحف العربية القومية		631	2.10	متوسطة	227	2.27
الصحف العربية الخاصة		629	2.09	متوسطة	228	2.28
المواقع الإلكترونية		598	1.99	متوسطة	225	2.25
وكالة الأنباء السعودية		627	2.09	متوسطة	231	2.31
الصحف الإلكترونية السعودية		624	2.08	متوسطة	227	2.27
المحطات الإذاعية السعودية		670	2.23	متوسطة	244	2.44
القنوات الفضائية العربية الحكومية		724	2.41	كبيرة	256	2.56
القنوات الفضائية العربية الخاصة		779	2.59	كبيرة	268	2.68
القنوات الفضائية الأجنبية		727	2.42	كبيرة	254	2.54
قادة الرأي والمفكرين		592	1.97	متوسطة	220	2.20
الاتصال الشخصي		618	2.06	متوسطة	221	2.21
الكتب		651	2.17	متوسطة	229	2.29
الصحف الإلكترونية العربية		651	2.17	متوسطة	230	2.30
شبكات التواصل الاجتماعي		594	1.98	متوسطة	214	2.14

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة من الجمهور العام اعتمدوا بشكل كبير على المصادر الاعلامية التالية في جمع المعلومات الخاصة بالتدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية: القنوات الفضائية العربية الخاصة

بمتوسط 2.59، والقنوات الفضائية الأجنبية بمتوسط 2.42، والقنوات الفضائية العربية الحكومية بمتوسط 2.41، في حين الذين اعتمدوا بشكل متوسط على باقي المصادر الإعلامية في جمع المعلومات الخاصة بالتدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية.

كما يتضح أيضا أن أفراد العينة من الصفوة اعتمدوا بشكل كبير على المصادر الإعلامية التالية في جمع المعلومات الخاصة بالتدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية: القنوات الفضائية العربية الخاصة بمتوسط 2.68، والقنوات الفضائية العربية الحكومية بمتوسط 2.56، والقنوات الفضائية الأجنبية بمتوسط 2.54، والمحطات الإذاعية السعودية بمتوسط 2.44، والتلفزيون السعودي بمتوسط 2.34، بينما الذين اعتمدوا بشكل متوسط على باقي المصادر الإعلامية في جمع المعلومات الخاصة بالتدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية.

7- درجة الثقة في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة:

جدول (8) يوضح درجة الثقة في وسائل الاعلام السعودي

درجة الثقة	المتوسط المرجح	لا أتق		أتق بدرجة قليلة		أتق بدرجة متوسطة		أتق بدرجة كبيرة		درجة الثقة الوسيلة الإعلامية	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
كبيرة	2.44	0	0	24	96	7.8	31	68.2	273	القناة الأولى السعودية	القنوات التلفزيونية السعودية
متوسطة	1.79	15.5	62	25	100	24.2	97	35.2	141	القناة الثانية السعودية	
كبيرة	2.28	0	0	32	128	7.8	31	60.2	241	القناة الإخبارية السعودية	
متوسطة	2.12	0	0	32.5	130	22.8	91	44.8	179	القناة الثقافية	
متوسطة	2.20	0	0	24.5	98	30.8	123	44.8	179	القناة الاقتصادية	المحطات الإذاعية السعودية
كبيرة	2.36	0	0	8.2	33	47.2	189	44.5	178	إذاعة القرآن الكريم	
متوسطة	2.06	8	32	23.2	93	24	96	44.8	179	إذاعة ألف ألف أف أم	
متوسطة	1.72	8	32	40	160	24	96	28	112	إذاعة ميكس أف أم MIX FM	
متوسطة	1.73	16	64	23.5	94	32.5	130	28	112	إذاعة جدة	
متوسطة	1.97	8.2	33	23.2	93	31.8	127	36.8	147	إذاعة نداء الإسلام	
متوسطة	1.97	8	32	23.2	93	32.5	130	36.2	145	إذاعة أم بي سي أف أم MBC FM	

متوسطة	1.89	8	32	23.5	94	40.5	162	28	112	إذاعة البرنامج العام	الصحف السعودية
متوسطة	1.97	8	32	23.2	93	32.8	131	36	144	إذاعة روتانا أف أم	
متوسطة	1.79	16	64	16.8	67	39	156	28.2	113	إذاعة الرياض	
متوسطة	1.73	16.5	66	8.2	33	30.2	121	45	180	عكاظ	
متوسطة	1.96	16.5	66	22.5	90	32.5	130	28.5	114	-المدنية	
متوسطة	1.71	8.5	34	23.2	93	32.2	129	36	144	الوطن	
متوسطة	1.80	8.5	34	40	160	23.2	93	28.2	113	الحياة	
متوسطة	1.83	23.5	94	8.2	33	32.2	129	36	144	الاتحاد	
متوسطة	1.57	15	60	16.2	65	39.8	159	29	116	البيان	
متوسطة	1.73	23.2	93	16.2	65	40.2	161	20.2	81	مكة	
متوسطة	1.88	23	92	17	68	24	96	36	144	الجزيرة	الصحف الالكترونية السعودية
متوسطة	1.88	16.5	66	15	60	32	128	36.5	146	صحيفة سبق الالكترونية	
متوسطة	1.56	16.5	66	14.8	59	32.8	131	36	144	صحيفة رعد الاعلامية	
متوسطة	1.88	16.5	66	14.8	59	32.8	131	36	144	صحيفة ماب نيوز الالكترونية	
متوسطة	1.56	24.5	98	23.2	93	24.2	97	28	112	صحيفة مكة الالكترونية	
متوسطة	1.71	25	100	14.8	59	24.2	97	36	144	صحيفة وأصل الالكترونية	
متوسطة	1.82	23	92	8.2	33	32.2	129	36.5	146	الفيث بوك	
متوسطة	1.66	23	92	16.2	65	32.8	131	28	112	التوتير	
متوسطة	1.81	15	60	24.8	99	24	96	36.2	145	الانستجرام	
متوسطة	1.81	15	60	24.8	99	24	96	36.2	145	الواتساب	
متوسطة	1.88	8.5	34	31.2	125	24	96	36.2	145	وكالة الأنباء السعودية	شركات التواصل الاجتماعي

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة يثقوا بدرجة كبيرة في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية: القناة الأولى السعودية بمتوسط 2.44، والقناة الإخبارية السعودية بمتوسط 2.28، وإذاعة القرآن الكريم بمتوسط 2.36 يثقوا بدرجة متوسطة في باقي وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية.

ويرجع اهتمام المبحوثين وثقتهم في متابعة القناة الأولى والقناة الإخبارية السعودية لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة لأنهما يمثلان القنوات الشرعية والرسمية للملكة، وثقة المبحوثين في المضمون الذي يقدم بهاتين القنوات، وكذلك ثقتهم في إذاعة القرآن الكريم لتقديمها معلومات من منظور إسلامي تحت المواطنين على المحافظة على أمن وسلامة المملكة وتوعيتهم بمخاطر هذه التدخلات الخارجية.

8- الفروق بين الجمهور العام والصفوة في درجة الثقة في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية:

جدول (9) يوضح الفروق بين متوسطي درجات الجمهور العام والصفوة في درجة الثقة في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية

مستوى معنوية د.ح398	ت	صفوة (ن=100)		جمهور عام (ن=300)		الجمهور الوسيلة
		ع	م	ع	م	
0.05	2.208-	3.62	11.6	3.79	10.6	القنوات التليفزيونية السعودية
0.001	3.632-	7.02	19.7	7.11	16.7	المحطات الاذاعية السعودية
0.01	2.672-	7.69	16.1	7.12	13.8	الصحف السعودية
0.05	2.358-	5.16	9.9	5.07	8.6	الصحف الالكترونية السعودية
0.05	2.014-	4.26	7.8	4.01	6.9	شبيكات التواصل الاجتماعي
0.05	1.967-	1.02	2.1	0.99	1.8	وكالة الأنباء السعودية

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الجمهور العام والصفوة في درجة الثقة في القنوات التليفزيونية السعودية لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية لصالح الصفوة، حيث كانت قيم (ت) دالة عند مستوى 0.05، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الجمهور العام والصفوة في درجة الثقة في المحطات الاذاعية السعودية لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية لصالح الصفوة، حيث كانت قيم (ت) دالة عند مستوى 0.001، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الجمهور العام والصفوة في درجة الثقة في الصحف السعودية لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية لصالح الصفوة، حيث كانت قيم (ت) دالة عند مستوى 0.01، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الجمهور العام والصفوة في درجة الثقة في الصحف الالكترونية السعودية لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية لصالح الصفوة، حيث كانت قيم (ت) دالة عند مستوى 0.05، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الجمهور العام والصفوة في درجة الثقة في شبكات التواصل الاجتماعي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية لصالح الصفوة، حيث كانت قيم (ت) دالة عند مستوى 0.05، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الجمهور العام والصفوة في درجة الثقة في وكالة الأنباء السعودية لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية لصالح الصفوة، حيث كانت قيم (ت) دالة عند مستوى 0.001

9- أسباب الثقة في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية:

جدول (10) يوضح اسباب الثقة في وسائل الاعلام السعودي

الدالة	2٤	التأثير السريع		سرعة التنظيم		تفاعلية		العمق		المصداقية		الخصائص الفنية		أكثر انتشارا		اسباب الثقة الوسيلة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.001	174.840	7.2	29	8.2	33	9	36	9	36	18.5	74	12.2	49	35.8	143	الثقة الأولى السعودية
0.001	92.240	7.5	30	8.2	33	10	40	18.2	73	9	36	20.8	83	26.2	105	الثقة الثانية السعودية
0.001	84.085	7.2	29	8.5	34	10.5	42	18.2	73	9.5	38	20.5	82	25.5	102	الثقة الاخبارية السعودية
0.001	80.865	7.5	30	8.5	34	10.2	41	18.5	74	18.5	74	10.5	42	26.2	105	الثقة الثقافية
0.001	47.580	7.5	30	8.2	33	10.2	41	18.2	73	18.8	75	18.5	74	18.5	74	الثقة الاقتصادية
0.001	101.025	7.2	29	8.5	34	10.2	41	9	36	28.5	114	18.5	74	18	72	اذاعة القرآن الكريم
0.001	95.600	7.5	30	8.5	34	10.5	42	9	36	28	112	18	72	18.5	74	اذاعة ألف ألف أم
0.001	47.055	7.5	30	9.5	38	9	36	18.5	74	18.5	74	18.2	73	18.8	75	اذاعة ميكنة أم
0.001	79.185	70.2	29	8.5	34	10.5	42	18.5	74	26.2	105	11	44	18	72	اذاعة جدة
0.001	47.405	7.5	30	8.5	34	10.2	41	18.2	73	17	68	20	80	18.5	74	اذاعة نداء الاسلام
0.001	50.730	7.2	29	8.2	33	10.2	41	19	76	17	68	20.2	81	18	72	اذاعة ام بي سي MBC أف أم FM
0.001	48.035	7.2	29	8.5	34	10.5	42	18.5	74	16.8	67	20	80	18.5	74	اذاعة البرنامج العلم
0.001	47.405	7.5	30	8.8	35	10	40	18.5	74	16.8	67	20	80	18.5	74	اذاعة روتانا أف أم
0.001	82.370	7.5	30	8.2	33	10.2	41	18.8	75	26.5	106	10.8	43	18	72	اذاعة الرياض
0.001	178.760	7.5	30	8.5	34	10.2	41	16.5	66	36.8	147	10.8	43	9.8	39	عكاظ
0.001	184.045	7.5	30	8.5	34	10.5	42	16.8	67	37	148	11	44	8.8	35	المدينة
0.001	187.090	7.5	30	8.5	34	10.2	41	16.8	67	37.2	149	9.8	39	10	40	الوطن
0.001	126.645	7.2	29	8.2	33	10.2	41	26.8	107	27	108	10.8	43	9.8	39	الحياة
0.001	82.020	7.2	29	8.5	34	10.8	43	26	104	17.8	71	19.8	79	10	40	الاتحاد
0.001	84.050	7.5	30	8.8	35	18.2	73	18.5	74	26.8	107	10.2	41	10	40	البيان
0.001	85.835	7.5	30	8.2	33	18	72	18.5	74	27	108	10.8	43	10	40	مكة
0.001	83.735	7.2	29	8.5	34	18	72	18.5	74	26.8	107	11	44	10	40	الجزيرة
0.001	128.305	7.5	30	18	72	18	72	8.8	35	27.2	109	19	76	1.5	6	صحيفة سبق الالكترونية
0.001	161.960	7.2	29	25.8	103	10	40	9.2	37	27.2	109	19	76	1.5	6	صحيفة رعد الاعلامية
0.001	109.880	7.5	30	25.5	102	11	44	18	72	17.5	70	19	76	1.5	6	صحيفة ماب نيوز الالكترونية
0.001	112.435	7.2	29	25.5	102	10.8	43	18.5	74	17.5	70	19	76	1.5	6	صحيفة مكة الالكترونية
0.001	119.645	7.5	30	25.5	102	19.8	79	9	36	17.8	71	19	76	1.5	6	صحيفة واصل الالكترونية

0.001	82.545	7.5	30	16.2	65	20	80	18.5	74	17.2	69	19	76	1.5	6	القيس بوك
0.001	83.840	7.2	29	16.2	65	19.8	79	18.5	74	17.5	70	19.2	77	1.5	6	التونير
0.001	93.115	7.5	30	8.5	34	10.2	41	27.8	111	17.5	70	19	76	9.5	38	الاستحرام
0.001	94.480	7.5	30	8.5	34	10.2	41	27.8	111	17.5	70	19.2	77	9.2	37	الرتساب
0.001	87.690	7.2	29	8.2	33	11	44	28	112	17.2	69	11	44	17.2	69	وكالة الأنباء السعودية

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في اسباب الثقة في وسائل الاعلام السعودية، حيث كانت قيمة كا2 دالة عند مستوى 0.001.

وهذه نتيجة منطقية تؤكد مدى ثقة المبحوثين في وسائل الإعلام السعودية المختلفة لقدرة هذه الوسائل على المنافسة وسرعة تقديم المعلومات وموضوعاتها، وعمق المعالجة لهذه الأحداث، فضلاً عن الخصائص الفنية التي تميز كل وسيلة إعلامية عن غيرها في التقنيات الحديثة لوسائل الإعلام.

10- الفروق بين الجمهور العام والصفوة في اسباب الثقة في وسائل الاعلام السعودية:

جدول (11) يوضح الفروق بين الجمهور العام والصفوة في اسباب الثقة في وسائل الاعلام السعودية

معامل التوافق	الدالة د.ح6	كا2	اسباب الثقة	الوسيلة
-	0.942	1.743	القناة الأولى السعودية	القنوات التلفزيونية السعودية
-	0.963	1.448	القناة الثانية السعودية	
-	0.903	2.170	القناة الإخبارية السعودية	
-	0.966	1.399	القناة الثقافية	
-	0.954	1.583	القناة الاقتصادية	
-	0.922	1.979	اذاعة القرآن الكريم	المحطات الإذاعية السعودية
-	0.966	1.396	اذاعة ألف ألف أم	
-	0.970	1.335	اذاعة ميكس أم	
-	0.924	1.955	اذاعة جدة	
-	0.950	1.631	اذاعة نداء الاسلام	
-	0.913	2.074	اذاعة ام بي سي أم إف إم MBC FM	
-	0.919	2.007	اذاعة البرنامج العام	
-	0.951	1.622	اذاعة روتانا أم	
-	0.950	1.637	اذاعة الرياض	
-	0.973	1.284	عكاظ	الصحف السعودية
-	0.969	1.349	المدينة	
-	0.948	1.668	الوطن	
-	0.939	1.773	الحياة	
-	0.946	1.689	الاتحاد	
-	0.805	3.031	البيان	
-	0.849	2.671	مكة	
-	0.931	1.872	الجزيرة	

-	0.820	2.910	صحيفة سبق الالكترونية	الصحف الالكترونية السعودية
-	0.939	1.776	صحيفة رعد الاعلامية	
-	0.658	4.137	صحيفة ماب نيوز الالكترونية	
-	0.848	2.682	صحيفة مكة الالكترونية	
-	0.949	1.646	صحيفة واصل الالكترونية	
-	0.941	1.758	القيس بوك	شبكات التواصل الاجتماعي
-	0.895	2.253	التوتير	
-	0.837	2.774	الانستجرام	
-	0.914	2.057	الواتساب	
-	0.765	3.342	وكالة الأنباء السعودية	

كذلك يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الجمهور العام والصفوة في اسباب الثقة في وسائل الاعلام السعودية، حيث كانت قيمة كا2 غير دالة عند مستوى 0.05.

11- الفروق بين الجمهور العام والصفوة في مدى التفاعل في الموضوعات الخاصة بالتدخل الخارجي في شئون المملكة الداخلية:

جدول (12) يوضح الفروق بين الجمهور العام والصفوة في مدى التفاعل في الموضوعات الخاصة بالتدخل الخارجي في شئون المملكة الداخلية

مستوى معنوية د ح 1	كا2	إجمالي		الصفوة		الجمهور العام		الجمهور مدى التفاعل
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.01	8.038	67.5	270	79	79	63.7	191	نعم
		32.5	130	21	21	36.3	109	لا
		100	400	100	100	100	300	الإجمالي

معامل التوافق = 0.140

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 67.5% من أفراد العينة يتفاعلوا في الموضوعات الخاصة بالتدخل الخارجي في شئون المملكة الداخلية.

كما يتضح أيضا أن نسبة 63.7% من أفراد العينة الجمهور العام يتفاعلوا في الموضوعات الخاصة بالتدخل الخارجي في شئون المملكة الداخلية، ونسبة 79% من أفراد العينة الصفوة يتفاعلوا في الموضوعات الخاصة بالتدخل الخارجي في شئون المملكة الداخلية.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الجمهور العام والصفوة في مدى التفاعل في الموضوعات الخاصة بالتدخل الخارجي في شئون المملكة الداخلية، حيث كانت قيمة كا2 = 8.038 وهي دالة عند مستوى دلالة 0.01.

12- الفروق بين الجمهور العام والصفوة في نوع التفاعل والمشاركة في الموضوعات الخاصة بالتدخل الخارجي في شئون المملكة الداخلية:

جدول (13) يوضح الفروق بين الجمهور العام والصفوة في نوع التفاعل والمشاركة في الموضوعات الخاصة بالتدخل الخارجي في شئون المملكة الداخلية

معامل التوافق	مستوى معنوية د ح 1	كا 2	إجمالي ن=270		الصفوة ن=96		الجمهور العام ن=174		نوع التفاعل	الجمهور
			%	ك	%	ك	%	ك		
-	0.725	0.124	54.8	148	56.2	54	54	94	1-مناقشة ما تم عرضه مع الأصدقاء	
-	0.837	0.042	71.1	192	71.9	69	70.7	123	2- المداخلات الهاتفية في البرامج	
-	0.902	0.015	70.4	190	70.8	68	70.1	122	3- مراسلة المحررين والصحفيين	
-	0.554	0.350	55.9	151	58.3	56	54.6	95	4- إضافة تعليقات عبر شبكات التواصل الاجتماعي.	
-	0.844	0.039	27.4	74	28.1	27	27	47	5- الاشتراك في الخدمات الإخبارية عن طريق الهاتف الجوال	
-	0.807	0.060	11.9	32	12.5	12	11.5	20	6- البحث عبر الإنترنت عن المواقف التاريخية العدائية لبعض الدول ضد المملكة	

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 71.1% من أفراد العينة يشاركون في الموضوعات الخاصة بالتدخل الخارجي في شئون المملكة الداخلية من خلال المداخلات الهاتفية في البرامج، ونسبة 70.4% منهم يشاركون بمراسلة المحررين والصحفيين، ونسبة 55.9% منهم يشاركون إضافة تعليقات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ونسبة 54.8% منهم شاركوا من خلال مناقشة ما تم عرضه مع الأصدقاء.

بينما يتضح أيضا أن نسبة 61.1% من أفراد العينة الجمهور العام يشاركون في الموضوعات الخاصة بالتدخل الخارجي في شئون المملكة الداخلية من خلال المداخلات الهاتفية في البرامج، ونسبة 70.4% منهم يشاركون بمراسلة المحررين والصحفيين، ونسبة 55.9% منهم يشاركون إضافة تعليقات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ونسبة 54.8% منهم شاركوا من خلال مناقشة ما تم عرضه مع الأصدقاء، ونسبة 56.1% من أفراد العينة الصفوة يشاركون في الموضوعات الخاصة بالتدخل الخارجي في شئون المملكة الداخلية من خلال المداخلات الهاتفية في البرامج، ونسبة 70.4% منهم يشاركون بمراسلة المحررين والصحفيين، ونسبة 55.9% منهم يشاركون إضافة تعليقات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ونسبة 54.8% منهم شاركوا من خلال مناقشة ما تم عرضه مع الأصدقاء.

كذلك يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الجمهور العام والصفوة في نوع التفاعل والمشاركة في الموضوعات الخاصة بالتدخل الخارجي في شئون المملكة الداخلية، حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

13- الفروق بين الجمهور العام والصفوة في دور الاعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشئون الداخلية للمملكة العربية السعودية:

جدول (14) يوضح الفروق بين الجمهور العام والصفوة في دور الاعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشئون الداخلية للمملكة العربية السعودية

معامل التوافق	مستوى معنوية د ح 1	كا2	إجمالي ن=400		الصفوة ن=100		الجمهور العام ن=300		الجمهور	دور الاعلام
			ك	%	ك	%	ك	%		
-	0.227	1.460	302	75.5	80	80	222	74	1- اعلام الجمهور السعودي بالأحداث الجارية	
0.132	0.01	7.060	206	51.5	63	63	143	47.7	2- تثقيف المواطنين بالدفاع الاجتماعي ضد التدخل الخارجي	
-	0.286	1.138	300	75	79	79	221	73.7	3- القضاء على الشائعات والفتن	
0.183	0.001	13.853	176	44	60	60	116	38.7	4- استضافة قادة الرأي والمفكرين لتوضيح خطورة التدخل الخارجي	
0.182	0.001	13.757	114	28.5	43	43	71	23.7	5- كشف المؤامرة الخارجية ضد التدخل في شئون المملكة	
0.193	0.001	15.402	118	29.5	45	45	73	24.3	6- اظهار الصورة السلبية لحكام ومسئولي بعض الدول في زعزعة الأمن وعدم الاستقرار في الخليج العربي	

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 74% من أفراد العينة الجمهور العام يروا أن دور الاعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشئون الداخلية للمملكة العربية السعودية اعلام الجمهور السعودي بالأحداث الجارية، ونسبة 73.7% منهم يروا أن دورها القضاء على الشائعات والفتن، ونسبة 47.7% منهم يروا أن دورها تثقيف المواطنين بالدفاع الاجتماعي ضد التدخل الخارجي، ونسبة 24.3% منهم يروا أن دورها اظهار الصورة السلبية لحكام ومسئولي بعض الدول في زعزعة الأمن وعدم الاستقرار في الخليج العربي، و نسبة 80% من أفراد العينة الصفوة يروا أن دور الاعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشئون الداخلية للمملكة العربية السعودية اعلام الجمهور السعودي بالأحداث الجارية، ونسبة 79% منهم يروا أن دورها القضاء على الشائعات والفتن، ونسبة 63% منهم يروا أن دورها تثقيف المواطنين بالدفاع الاجتماعي ضد التدخل الخارجي، ونسبة 60% منهم يروا أن دورها استضافة قادة الرأي والمفكرين لتوضيح خطورة التدخل الخارجي.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الجمهور العام والصفوة في دور الاعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشئون الداخلية

للمملكة العربية السعودية لصالح الصفوة، حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة اقل من 0.05، بينما لم يكن بينهم فروق في اعلام الجمهور السعودي بالأحداث الجارية و القضاء على الشائعات والفتن حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى 0.05.

14- الفروق بين الجمهور العام والصفوة في دور الاعلام السعودي في نشر التوعية الأمنية ضد التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة:

جدول (15) يوضح الفروق بين الجمهور العام والصفوة في دور الاعلام السعودي في نشر التوعية الأمنية ضد التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة

معامل التوافق	مستوى معنوية د ح 1	كا	إجمالي ن=400		الصفوة ن=100		الجمهور العام ن=300		الجمهور دور الاعلام
			%	ك	%	ك	%	ك	
-	0.0687	0.162	75.5	302	77	77	75	225	1-صدق الخطاب الاعلامي الأمني الموجه للجمهور في اطار الشفافية
-	0.182	1.779	45.2	181	51	51	43.3	130	2-الموضوعية والبعد عن الذاتية الفردية
0.104	0.05	4.406	43	172	52	52	40	120	3-ايراز النماذج المشرفة في المجتمع حتى تكون قدوة للآخرين
-	0.155	2.018	61	244	67	67	59	177	4-الانسجام مع ثقافة وقيم وتقاليد المجتمع وعدم التناقض معها
-	0.183	1.771	53.2	213	59	59	51.3	154	5-اختيار التوقيت المناسب لبث الرسالة الاعلامية الأمنية الموجهة
-	0.225	1.474	52.8	211	58	58	51	153	6-عدم الاساءة للآخرين باستخدام مفردات سلبية
-	0.483	0.493	42	168	45	45	41	123	7-تقديم رسائل اعلامية تظهر التعاون والتلاحم بين قوى الأمن والجمهور
-	0.346	0.889	19.8	79	23	23	18.7	56	8-ايراز الدور الايجابي الأمني في المجتمع
-	0.171	1.876	26.8	107	32	32	25	75	9-حث الجمهور على مشاركة رجال الأمن والتعاون معهم في محاربة القضايا المتطرفة
-	0.239	1.386	26.5	106	31	31	25	75	10-الابتعاد عن اللغة السوقية والمبتذلة في الرسالة الاعلامية الأمنية
-	0.171	1.876	26.8	107	32	32	25	75	11-التعاون والتنسيق بين الجهات الأمنية والاعلامية في اعداد خطة شاملة للتوعية الاعلامية الأمنية

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 75.5% من أفراد العينة يروا أن دور الاعلام السعودي في نشر التوعية الأمنية ضد التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة يتمثل في صدق الخطاب الاعلامي الأمني الموجه للجمهور في إطار

الشفافية، ونسبة 61% منهم يروا أنه الانسجام مع ثقافة وقيم وتقاليد المجتمع وعدم التناقض معها، ونسبة 53.2% منهم يروا أنها اختيار التوقيت المناسب لبث الرسالة الاعلامية الأمنية الموجهة، ونسبة 52.8% منهم يروا أنه عدم الاساءة للآخرين باستخدام مفردات سلبية.

ويتضح كذلك أن نسبة 75% من أفراد العينة الجمهور العام يروا أن دور الاعلام السعودي في نشر التوعية الأمنية ضد التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة يتمثل في صدق الخطاب الاعلامي الأمني الموجه للجمهور في اطار الشفافية، ونسبة 59% منهم يروا أنه الانسجام مع ثقافة وقيم وتقاليد المجتمع وعدم التناقض معها، ونسبة 51.3% منهم يروا أنها اختيار التوقيت المناسب لبث الرسالة الاعلامية الأمنية الموجهة، ونسبة 51% منهم يروا أنه عدم الاساءة للآخرين باستخدام مفردات سلبية، و نسبة 77% من أفراد العينة الصفوة يروا أن دور الاعلام السعودي في نشر التوعية الأمنية ضد التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة يتمثل في صدق الخطاب الاعلامي الأمني الموجه للجمهور في اطار الشفافية، ونسبة 67% منهم يروا أنه الانسجام مع ثقافة وقيم وتقاليد المجتمع وعدم التناقض معها، ونسبة 59% منهم يروا أنها اختيار التوقيت المناسب لبث الرسالة الاعلامية الأمنية الموجهة، ونسبة 58% منهم يروا أنه عدم الاساءة للآخرين باستخدام مفردات سلبية.

كذلك يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الجمهور العام والصفوة في دور الاعلام السعودي في نشر التوعية الأمنية ضد التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى دلالة 0.05، وكانت هناك فروق في ابراز النماذج المشرفة في المجتمع حتى تكون قدوة للآخرين لصالح الصفوة حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة 0.05.

15- الفروق بين الجمهور العام والصفوة في مدى مساهمة الاعلام السعودية في تكوين رأي عام عربي ضد التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة:

جدول (16) يوضح الفروق بين الجمهور العام والصفوة في مدى مساهمة الاعلام السعودية في تكوين رأي عام عربي ضد التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة

مستوى معنوية د ح 2	كا 2	إجمالي		الصفوة		الجمهور العام		الجمهور مدى المساهمة
		ك	%	ك	%	ك	%	
0.362 غير دالة	2.034	158	39.5	45	45	113	37.7	ساهم الي حد كبير
		175	43.8	38	38	137	45.7	ساهم إلى حد ما
		67	16.8	17	17	50	16.7	لم يساهم
		400	100	100	100	300	100	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 39.5% من أفراد العينة يروا مساهمة وسائل الإعلام السعودية في تكوين رأي عام عربي ضد التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة الى حد كبير، ونسبة 43.8% منهم يروا مساهمتها الى حد ما، ونسبة 16.8% منهم يروا عدم مساهمتها.

كما يتضح أيضا أن نسبة 37.7% من أفراد العينة الجمهور العام يروا مساهمة وسائل الإعلام السعودية في تكوين رأي عام عربي ضد التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة الى حد كبير، ونسبة 45.7% منهم يروا مساهمتها الى حد ما، ونسبة 16.7% منهم يروا عدم مساهمتها، ونسبة 45% من أفراد العينة الصفوة يروا مساهمة وسائل الإعلام السعودية في تكوين رأي عام عربي ضد التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة الى حد كبير، ونسبة 38% منهم يروا مساهمتها الى حد ما، ونسبة 17% منهم يروا عدم مساهمتها.

كذلك يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الجمهور العام والصفوة في مدى مساهمة الإعلام السعودي في تكوين رأي عام عربي ضد التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة، حيث كانت قيمة $t = 2.034$ وهي غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

16- الفروق بين الجمهور العام والصفوة في درجة الرضا عن الإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة:

جدول (17) يوضح الفروق بين الجمهور العام والصفوة في درجة الرضا عن الإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة

مستوى معنوية د ح 2	كا	إجمالي		الصفوة		الجمهور العام		الجمهور درجة الرضا
		ك	%	ك	%	ك	%	
0.001	45.257	127	31.8	12	12	115	38.3	راضي جدا
		213	53.2	55	55	158	52.7	راضي الى حد ما
		60	15	33	33	27	9	غير راضي
		400	100	100	100	300	100	الإجمالي

معامل التوافق = 0.319

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 31.8% من أفراد العينة راضين جدا عن الإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة، ونسبة 53.2% منهم راضين الى حد ما، ونسبة 15% منهم غير راضين.

بينما تضح كذلك أن نسبة 38.3% من أفراد العينة الجمهور العام راضين جدا عن الإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة،

ونسبة 52.7% منهم راضين الى حد ما، ونسبة 9% منهم غير راضين، ونسبة 12% من أفراد العينة الصفوة راضين جدا عن الإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة، ونسبة 55% منهم راضين الى حد ما، ونسبة 33% منهم غير راضين.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الجمهور العام والصفوة في الشعور درجة الرضا عن الإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة، حيث كانت قيم $\chi^2 = 45.257$ وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001.

17- الفروق بين الجمهور العام والصفوة في مدى تأثير التدخل الخارجي في شؤون المملكة على التنمية المستدامة:

جدول (18) يوضح الفروق بين الجمهور العام والصفوة في مدى تأثير التدخل الخارجي في شؤون المملكة على التنمية المستدامة

مستوى معنوية د ح	كا	إجمالي		الصفوة		الجمهور العام		الجمهور مدى التأثير
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.001	34.769	47.5	190	73	73	39	117	أثر الى حد كبير
		44.5	178	23	23	51.7	155	أثر الى حد ما
		8	32	4	4	9.3	28	لم يؤثر
		100	400	100	100	100	300	الإجمالي

معامل التوافق = 0.283

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 47.5% من أفراد العينة يروا تأثير التدخل الخارجي في شؤون المملكة على التنمية المستدامة الى حد كبير، ونسبة 44.5% منهم يروا تأثيرها الى حد ما، ونسبة 8% منهم يروا عدم تأثير التدخل الخارجي في شؤون المملكة على التنمية المستدامة.

وتضح كذلك أن نسبة 39% من أفراد العينة الجمهور العام يروا تأثير التدخل الخارجي في شؤون المملكة على التنمية المستدامة الى حد كبير، ونسبة 51.7% منهم يروا تأثيرها الى حد ما، ونسبة 9.3% منهم يروا عدم تأثير التدخل الخارجي في شؤون المملكة على التنمية المستدامة، ونسبة 73% من أفراد العينة الصفوة يروا تأثير التدخل الخارجي في شؤون المملكة على التنمية المستدامة الى حد كبير، ونسبة 23% منهم يروا تأثيرها الى حد ما، ونسبة 4% منهم يروا عدم تأثير التدخل الخارجي في شؤون المملكة على التنمية المستدامة.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الجمهور العام والصفوة في مدى تأثير التدخل الخارجي في شؤون المملكة على التنمية المستدامة، حيث كانت قيم $\chi^2 = 34.769$ وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001.

18- الفروق بين الجمهور العام والصفوة في أسباب عدم تأثير التدخل الخارجي على التنمية المستدامة بالمملكة العربية السعودية:

جدول (19) يوضح الفروق بين الجمهور العام والصفوة في أسباب عدم تأثير التدخل الخارجي على التنمية المستدامة بالمملكة العربية السعودية

معامل التوافق	مستوى معنوية د ح 1	كا	إجمالي ن=32		الصفوة ن=4		الجمهور العام ن=28		الاسباب
			ك	%	ك	%	ك	%	
-	0.217	1.524	75	24	100	4	71.4	20	1-سأهم الاعلام السعودي في توعية لجمهور بمخاطر التدخل الخارجي في شؤون المملكة
-	0.217	1.524	75	24	100	4	71.4	20	2- مصداقية وسائل الاعلام السعودي في تغطية الأحداث
-	0.788	0.073	43.8	14	50	2	42.9	12	3- قدم الاعلام السعودي عرض تفصيلي للقضية وايجاد الحلول لها
-	0.181	1.789	28.1	9	0	0	32.1	9	4- استضافة الخبراء والمتخصصين من خلال وسائل الاعلام لمعالجة هذا التدخل
-	0.581	0.305	37.5	12	50	2	35.7	10	5- أبرز الاعلام السعودي دور الجهات الأمنية في مواجهة التدخل الخارجي
-	0.122	2.395	34.4	11	0	0	39.3	11	6- ساعد الاعلام السعودي على توحيد وجهات النظر المختلفة
-	0.872	0.026	21.9	7	25	1	21.4	6	7- التخطيط الجيد للرسائل الاعلامية وتوحيد مضامينها في جميع وسائل الاعلام السعودي لمواجهة هذا التدخل

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 75% من أفراد العينة يروا أن أسباب عدم تأثير التدخل الخارجي على التنمية المستدامة بالمملكة العربية السعودية ساهم الاعلام السعودي في توعية لجمهور بمخاطر التدخل الخارجي في شؤون المملكة، ونسبة 75% منهم يروا أنه لم يؤثر بسبب مصداقية وسائل الاعلام السعودي في تغطية الأحداث، ونسبة 43.8% منهم يروا أنه لم يؤثر أبرز الاعلام السعودي دور الجهات الأمنية في مواجهة التدخل الخارجي، ونسبة 34.4% منهم يروا أنه لم يؤثر ساعد الاعلام السعودي على توحيد وجهات النظر المختلفة.

كما يتضح أيضا أن نسبة 71.4% من أفراد العينة الجمهور العام يروا أن أسباب عدم تأثير التدخل الخارجي على التنمية المستدامة بالمملكة العربية السعودية ساهم الاعلام السعودي في توعية لجمهور بمخاطر التدخل الخارجي في شؤون المملكة، ونسبة 71.4% منهم يروا أنه لم يؤثر بسبب مصداقية وسائل الاعلام السعودي في تغطية الأحداث، ونسبة 42.9% منهم يروا أنه لم يؤثر أبرز الاعلام السعودي دور الجهات الأمنية في مواجهة التدخل الخارجي، ونسبة 39.3% منهم يروا أنه لم يؤثر ساعد الاعلام السعودي على توحيد وجهات النظر المختلفة، ونسبة

100% من أفراد العينة الصفوة يروا أن أسباب عدم تأثير التدخل الخارجي على التنمية المستدامة بالمملكة العربية السعودية ساهم الاعلام السعودي في توعية لجمهور بمخاطر التدخل الخارجي في شؤون المملكة، ونسبة 100% منهم يروا أنه لم يؤثر بسبب مصداقية وسائل الاعلام السعودي في تغطية الأحداث، ونسبة 50% منهم يروا أنه لم يؤثر ابرز الاعلام السعودي دور الجهات الأمنية في مواجهة التدخل الخارجي، ونسبة 50% منهم يروا أنه لم يؤثر ابرز الاعلام السعودي دور الجهات الأمنية في مواجهة التدخل الخارجي.

كذلك يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الجمهور العام والصفوة في أسباب عدم تأثير التدخل الخارجي على التنمية المستدامة بالمملكة العربية السعودية حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

19- الفروق بين الجمهور العام والصفوة في دور الاعلام السعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة:

جدول (20) يوضح الفروق بين الجمهور العام والصفوة في دور الاعلام السعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة

معامل التوافق	مستوى معنوية د ح 1	كا2	إجمالي ن=366		الصفوة ن=173		الجمهور العام ن=193		الجمهور الدور
			%	ك	%	ك	%	ك	
0.162	0.001	10.832	50.8	203	65	65	46	138	1-توعية الجمهور بزيادة الانتاج والحد من الاستهلاك
0.147	0.001	9.452	57.2	229	70	70	53	159	2- الدعوة الي ربط التكنولوجيا الحديثة بأهداف تنمية المجتمع
0.165	0.001	11.21	49.5	198	64	64	44.7	134	3- حماية البيئة من التلوث والمحافظة على سمات وخصائص الطبيعة
-	0.073	3.205	51.2	205	59	59	48.7	146	4- التوفيق بين حاجات الأجيال الحالية والمستقبلية
-	0.353	0.862	45	180	49	49	43.7	131	5- تحديد وتطوير هياكل الانتاج والاستثمار
-	0.451	0.567	45.8	183	49	49	44.7	134	6- العمل على الحد من مشكلة البطالة
-	0.087	2.936	29.2	117	36	36	27	81	7- ترشيد الاستهلاك والإعلان عن سلوك استهلاكي جديد
-	0.259	1.274	38.2	153	43	43	36.7	110	8- دعم المؤسسات التعليمية والصحية وتطويرها لتقديم خدماتها على الوجه الأكمل

0.154	0.01	9.725	21	84	32	32	17.3	52	9- تجنب الصراعات والمشكلات التي تقلل من فعاليات تشغيل الموارد البشرية في العمل
0.137	0.01	7.602	28.2	113	39	39	24.7	74	10- توعية الشباب بمخاطر وأضرار الأفكار المتطرفة
0.111	0.05	4.967	35.8	143	45	45	32.7	98	11- حث أفراد المجتمع في بناء الوطن ورفع الكفاءة الانتاجية
0.137	0.01	7.602	28.2	113	39	39	24.7	74	12- توعية المجتمع بمخاطر التدخلات الخارجية والحفاظ على الأمن القومي للوطن
0.137	0.01	7.602	28.2	113	39	39	24.7	74	13- المحافظة على هوية الوطن وتعزيز قيم الانتماء
0.137	0.01	7.602	28.2	113	39	39	24.7	74	14- المحافظة على القيم والعادات والتقاليد لأفراد المجتمع
0.151	0.01	9.396	30.8	123	43	43	26.7	80	15- شغل أوقات فراغ الشباب بالأنشطة الرياضية والاجتماعية والثقافية

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 57.2% من أفراد العينة يروا أن دور الاعلام السعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة الدعوة الي ربط التكنولوجيا الحديثة بأهداف تنمية المجتمع، ونسبة 51.2% منهم يروا أنه التوفيق بين حاجات الأجيال الحالية والمستقبلية، ونسبة 50.8% منهم يروا أنه إتباع الموضة العالمية والتي لا تتناسب مع قيمنا وتقاليدنا وأخذ ثقافات الغير بصورة سيئة، ونسبة 49.5% منهم يروا أنه حماية البيئة من التلوث والمحافظة على سمات وخصائص الطبيعة.

ويتضح كذلك أن نسبة 53% من أفراد العينة الجمهور العام يروا أن دور الاعلام السعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة الدعوة الي ربط التكنولوجيا الحديثة بأهداف تنمية المجتمع، ونسبة 48.7% منهم يروا أنه التوفيق بين حاجات الأجيال الحالية والمستقبلية، ونسبة 46% منهم يروا أنه إتباع الموضة العالمية والتي لا تتناسب مع قيمنا وتقاليدنا وأخذ ثقافات الغير بصورة سيئة، ونسبة 44.7% منهم يروا أنه حماية البيئة من التلوث والمحافظة علي سمات وخصائص الطبيعة، ونسبة 70% من أفراد العينة الصفوة يروا أن دور الاعلام السعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة الدعوة الي ربط التكنولوجيا الحديثة بأهداف تنمية المجتمع، ونسبة 64% منهم يروا أنه حماية البيئة من التلوث والمحافظة علي سمات وخصائص الطبيعة، ونسبة 59% منهم يروا أنه التوفيق بين حاجات الأجيال الحالية والمستقبلية، ونسبة 65% منهم يروا أنه إتباع الموضة العالمية والتي لا تتناسب مع قيمنا وتقاليدنا وأخذ ثقافات الغير بصورة سيئة.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الجمهور العام والصفوة في دور الاعلام السعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة لصالح الصفوة حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة اقل من 0.05، بينما لم يكن بينهم فروق في التوفيق بين حاجات الأجيال الحالية والمستقبلية و تحديد وتطوير هياكل الانتاج والاستثمار و العمل على الحد من مشكلة البطالة و ترشيد الاستهلاك والإعلان عن سلوك استهلاكي جديد و دعم المؤسسات التعليمية والصحية وتطويرها لتقديم خدماتها على الوجه الأكمل حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى 0.05.

20- الفروق بين الجمهور العام والصفوة في الحلول والمقترحات لمواجهة التدخلات الخارجية من خلال وسائل الاعلام السعودي في دعم التنمية المستدامة:

جدول (21) يوضح الفروق بين الجمهور العام والصفوة في الحلول والمقترحات لمواجهة التدخلات الخارجية من خلال وسائل الاعلام السعودي في دعم التنمية المستدامة

معامل التوافق	مستوى معنوية د ح 1	كا2	الإجمالي ن=400		الصفوة ن=100		الجمهور العام ن=300		الجمهور المقترحات
			ك	%	ك	%	ك	%	
0.177	0.001	12.963	72	288	86	86	67.3	202	1- اعداد خطة اعلامية شاملة للتوعية الأمنية وتطويرها في ضوء المستجدات اللاحقة
0.253	0.001	27.464	56.5	226	79	79	49	147	2- التعرف بأنشطة الأجهزة الأمنية لإبراز وتوضيح أهمية الأمن في المجتمع
0.246	0.001	25.675	66.2	265	87	87	59.3	178	3- المساهمة في وضع استراتيجية اعلامية أمنية لمواجهة أي تدخلات خارجية
0.204	0.001	17.318	73	292	89	89	67.7	203	4- تحصين المجتمع السعودي ضد القضايا المتطرفة بالقيم الدينية والأخلاقية والتربوية
0.250	0.001	26.594	67	268	88	88	60	180	5- توجيه المواطن السعودي نحو التحلي بالسلوك السليم واحترام القوانين والأنظمة
0.303	0.001	40.434	47.5	190	75	75	38.3	115	6- توعية المواطن بطرق الوقاية من الأفكار المتطرفة

0.373	0.001	65.308	39.8	159	74	74	28.3	85	7- المساهمة في تكوين رأي عام يتعاون مع الأجهزة المختصة في الوقاية من الأفكار المتطرفة ومكافحتها
0.376	0.001	65.857	40.5	162	75	75	29	87	8- تطوير المؤسسات الاعلامية للنهوض بمسئولياتها في الوقاية من الافكار المتطرفة
0.323	0.001	46.642	46.5	186	76	76	36.7	110	9- وضع ضوابط علمية وتقنية تحكيم التبادل الاعلامي للظواهر والمسائل ذات الأبعاد الأمنية
0.283	0.001	34.851	53.5	214	79	79	45	135	10- ابراز دور الأجهزة الأمنية في الحفاظ على الأمن والاستقرار
0.283	0.001	46.642	46.5	186	76	76	36.7	110	11- تفعيل الدور التربوي للتربية والتعليم السعودي في غرس قيم الولاء والانتماء للوطن
0.345	0.001	54.067	46.2	185	78	78	35.7	107	12- التعاون العربي في مجال التوعية الأمنية والوقاية من الشائعات والقضايا الخارجية المتطرفة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 67.7% من أفراد العينة الجمهور العام يقترحوا لمواجهة التدخلات الخارجية من خلال وسائل الاعلام السعودي في دعم التنمية المستدامة تحصين المجتمع السعودي ضد القضايا المتطرفة بالقيم الدينية والأخلاقية والتربوية ، ونسبة 67.3% منهم يقترحوا اعداد خطة اعلامية شاملة للتوعية الأمنية وتطويرها في ضوء المستجدات اللاحقة ، ونسبة 60% منهم يقترحوا توجيه المواطن السعودي نحو التحلي بالسلوك السليم واحترام القوانين والأنظمة، ونسبة 59.3% منهم يقترحوا المساهمة في وضع استراتيجية اعلامية امنية لمواجهة أي تدخلات الخارجية، و نسبة 89% من أفراد العينة الصفوة يقترحوا لمواجهة التدخلات الخارجية من خلال وسائل الاعلام السعودي في دعم التنمية المستدامة تحصين المجتمع السعودي ضد القضايا المتطرفة بالقيم الدينية والأخلاقية والتربوية، ونسبة 88% منهم يقترحوا توجيه المواطن السعودي نحو التحلي بالسلوك السليم واحترام القوانين والأنظمة ، ونسبة 87% منهم يقترحوا المساهمة في وضع استراتيجية اعلامية امنية لمواجهة أي تدخلات الخارجية، ونسبة 86% منهم يقترحوا اعداد خطة اعلامية شاملة للتوعية الأمنية وتطويرها في ضوء المستجدات اللاحقة.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الجمهور العام والصفوة في الحلول والمقترحات لمواجهة التدخلات الخارجية من خلال وسائل الإعلام السعودي في دعم التنمية المستدامة حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة 0.001.

ثانياً: فروض الدراسة:

الفرض الأول: تختلف أسباب متابعة المبحوثين للإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في شئون الداخلية للمملكة باختلاف درجة متابعتهم لوسائل الإعلام السعودي.

جدول (22) يوضح العلاقة بين أسباب متابعة الإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في شئون الداخلية للمملكة ودرجة متابعتهم لوسائل الإعلام السعودي

معامل التوافق	مستوى معنوية د ح 2	كا 2	دائما ن=161		أحيانا ن=207		نادرا ن=32		درجة المتابعة	اسباب المتابعة
			%	ك	%	ك	%	ك		
			0.316	0.001	44.456	59	95	40.1		
0.471	0.001	114.100	96.9	156	70	145	12.5	4	2- كشف المؤامرات الخارجية التي تدعو الي تقويت وحدة الوطن	
0.381	0.001	68.041	60.9	98	82.1	170	12.5	4	3- تقديم معلومات حقيقية صادقة ودقيقة	
0.328	0.001	48.245	34.8	56	39.1	81	100	32	4- الثقة في صحة المعلومات والأخبار المقدمة من خلال هذه الوسائل	
0.166	0.01	11.402	39.8	64	39.1	81	9.4	3	5- عمق المعالجة والتحليل للتدخل الخارجي في الشئون الداخلية للمملكة	
0.420	0.001	85.568	19.9	32	25.6	53	100	32	6- اظهار الحقائق التي تخفيها وسائل الإعلام الخارجي عن هذا التدخلات	
-	0.058	5.694	18	29	26.6	55	12.5	4	7- تقديم معلومات وحقائق يصعب الوصول لها	
0.324	0.001	46.792	55.9	90	24.6	51	12.5	4	8- التوعية بأخطار وأضرار التدخل الخارجي وأثره على المجتمع	
-	0.092	4.762	18	29	25.6	53	12.5	4	9- استضافة خبراء ومتخصصين للرد على الشائعات والأكاذيب الموجهة من الخارج	
0.288	0.001	36.072	54	87	26.6	55	15.6	5	10- تعرض كافة المعلومات والآراء التي بالتدخلات الخارجية	
0.162	0.01	10.785	22.5	54	43.5	90	15.6	5	11- تساعد على فهم الأحداث المرتبطة بالتدخلات الخارجية	

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة باختلاف درجة متابعتهم لوسائل الإعلام السعودي في أسباب متابعة المبحوثين للإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في شئون الداخلية للمملكة حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة اقل من 0.05، فيما عدا تقديم معلومات وحقائق يصعب الوصول لها واستضافة خبراء ومتخصصين للرد على الشائعات والأكاذيب الموجهة من الخارج لم يكن هناك فروق حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى 0.05.

وبذلك يتم قبول الفرض القائل بأنه تختلف أسباب متابعة المبحوثين للإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في شئون الداخلية للمملكة باختلاف درجة متابعتهم لوسائل الإعلام السعودي جزئياً، فيما عدا تقديم معلومات وحقائق يصعب الوصول لها واستضافة خبراء ومتخصصين للرد على الشائعات والأكاذيب الموجهة من الخارج.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين درجة ثقة المبحوثين في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشئون الداخلية للمملكة العربية السعودية والمصادر الاعلامية التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات.

جدول (23) يوضح العلاقة بين درجة ثقة المبحوثين في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشئون الداخلية للمملكة العربية السعودية والمصادر الاعلامية التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات

مستوى معنوية	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	درجة الثقة في وسائل الاعلام السعودي المصادر الاعلامية التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات
0.01	متوسط	طردي	**0.491	التليفزيون السعودي
0.01	متوسط	طردي	**0.496	الصحف السعودية
0.01	متوسط	طردي	**0.321	الصحف العربية القومية
0.01	متوسط	طردي	**0.314	الصحف العربية الخاصة
0.01	متوسط	طردي	**0.488	المواقع الالكترونية
0.01	متوسط	طردي	**0.576	وكالة الانباء السعودية
0.01	متوسط	طردي	**0.404	الصحف الالكترونية السعودية
0.01	متوسط	طردي	**0.377	المحطات الإذاعية السعودية
0.01	قوي	طردي	**0.704	القنوات الفضائية العربية الحكومية
0.01	قوي	طردي	**0.743	القنوات الفضائية العربية الخاصة
0.01	ضعيف	طردي	**0.267	القنوات الفضائية الأجنبية
0.01	قوي	طردي	**0.638	قادة الرأي والمفكرين
0.01	قوي	طردي	**0.634	الاتصال الشخصي
0.01	ضعيف	طردي	**0.203	الكتب
0.01	قوي	طردي	**0.759	الصحف الالكترونية العربية
0.01	قوي	طردي	**0.631	شبكات التواصل الاجتماعي

- يتضح من الجدول السابق: وجود علاقة طردية متوسطة بين درجة ثقة المبحوثين في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية والتلفزيون السعودي التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات، حيث كانت ($0.3 > r > 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية متوسطة بين درجة ثقة المبحوثين في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية والصحف السعودية التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات، حيث كانت ($0.3 > r > 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية متوسطة بين درجة ثقة المبحوثين في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية والصحف العربية القومية التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات، حيث كانت ($0.3 > r > 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية متوسطة بين درجة ثقة المبحوثين في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية والصحف العربية الخاصة التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات، حيث كانت ($0.3 > r > 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية متوسطة بين درجة ثقة المبحوثين في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية والمواقع الالكترونية التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات، حيث كانت ($0.3 > r > 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية متوسطة بين درجة ثقة المبحوثين في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية ووكالة الانباء السعودية التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات، حيث كانت ($0.3 > r > 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية متوسطة بين درجة ثقة المبحوثين في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية والصحف الالكترونية السعودية التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات، حيث كانت ($0.3 > r > 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية متوسطة بين درجة ثقة المبحوثين في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية والمحطات الإذاعية السعودية التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات، حيث كانت ($0.3 > r > 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية قوي بين درجة ثقة المبحوثين في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية والقنوات الفضائية العربية الحكومية التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات، حيث كانت ($r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية قوي بين درجة ثقة المبحوثين في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية والقنوات الفضائية العربية الخاصة التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات، حيث كانت ($r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين درجة ثقة المبحوثين في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية والقنوات الفضائية الأجنبية التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات، حيث كانت ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية قوية بين درجة ثقة المبحوثين في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية وقادة الرأي والمفكرين التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات، حيث كانت ($r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية قوية بين درجة ثقة المبحوثين في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية والاتصال الشخصي التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات، حيث كانت ($r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين درجة ثقة المبحوثين في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية والكتب التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات، حيث كانت ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية قوية بين درجة ثقة المبحوثين في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية الصحف الالكترونية العربية التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات، حيث كانت ($r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية قوية بين درجة ثقة المبحوثين في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية وشبكات التواصل الاجتماعي التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات، حيث كانت ($r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

وبذلك يتم قبول صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين درجة ثقة المبحوثين في وسائل الاعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية والمصادر الاعلامية التي تم الاعتماد في جمع هذه المعلومات.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين ثقة المبحوثين في وسائل الإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة ودرجة متابعتهم لهذه الوسائل.

جدول (24) يوضح العلاقة بين ثقة المبحوثين في وسائل الإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة ودرجة متابعتهم لهذه الوسائل

مستوى معنوية	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	درجة المتابعة
0.01	متوسط	طردي	**0.566	القنوات التليفزيونية السعودية
0.01	متوسط	طردي	**0.425	المحطات الاذاعية السعودية
0.01	متوسط	طردي	**0.401	الصحف السعودية
0.01	متوسط	طردي	**0.467	الصحف الالكترونية السعودية
0.01	قوي	طردي	**0.718	شبكات التواصل الاجتماعي
0.01	متوسط	طردي	**0.512	وكالة الأنباء السعودية

يتضح من الجدول السابق: وجود علاقة طردية متوسطة بين ثقة المبحوثين في القنوات التليفزيونية السعودية في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة ودرجة متابعتهم لهذه الوسائل، حيث كانت ($0.3 < r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية متوسطة بين ثقة المبحوثين في المحطات الاذاعية السعودية في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة ودرجة متابعتهم لهذه الوسائل، حيث كانت ($0.3 < r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية متوسطة بين ثقة المبحوثين في الصحف السعودية في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة ودرجة متابعتهم لهذه الوسائل، حيث كانت ($0.3 < r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية متوسطة بين ثقة المبحوثين في الصحف الالكترونية السعودية في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة ودرجة متابعتهم لهذه الوسائل، حيث كانت ($0.3 < r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية قوية بين ثقة المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة ودرجة متابعتهم لهذه الوسائل، حيث كانت ($r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية متوسطة بين ثقة المبحوثين في وكالة الأنباء السعودية في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة ودرجة متابعتهم لهذه الوسائل، حيث كانت ($0.3 > r > 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

وبناءً على ذلك يتم قبول صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين ثقة المبحوثين في وسائل الإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة ودرجة متابعتهم لهذه الوسائل.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين دور الاعلام السعودي في نشر التوعية الأمنية ضد التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة والخصائص الديموجرافية للمبحوثين (النوع، العمر، التعليم).

4(أ)- الفروق بين النوع (ذكور- إناث) في دور الاعلام السعودي في نشر التوعية الأمنية ضد التدخل الخارجي:

جدول (25) يوضح الفروق بين النوع في دور الاعلام السعودي في نشر التوعية الأمنية ضد التدخل الخارجي

معامل التوافق	الدلالة د ح 1	كا	الإجمالي ن=400		إناث ن=144		ذكور ن=256		النوع
			%	ك	%	ك	%	ك	
-	0.368	0.812	75.5	302	72.9	105	77	197	1-صدق الخطاب الاعلامي الأمني الموجه للجمهور في إطار الشفافية
0.106	0.05	4.521	45.2	181	38.2	55	49.2	126	2- الموضوعية والبعد عن الذاتية الفردية
0.104	0.05	4.356	43	172	36.1	52	46.9	120	3-إبراز النماذج المشرفة في المجتمع حتى تكون قدوة للآخرين
-	0.144	2.134	61	244	56.2	81	63.7	163	4-الانسجام مع ثقافة وقيم وتقاليد المجتمع وعدم التناقض معها
-	0.236	1.406	53.2	213	49.3	71	55.5	142	5-اختيار التوقيت المناسب لبث الرسالة الاعلامية الأمنية الموجهة
-	0.146	2.109	52.8	211	47.9	69	55.5	142	6-عدم الاساءة للآخرين باستخدام مفردات سلبية
-	0.114	2.492	42	168	36.8	53	44.9	215	7-تقديم رسائل اعلامية تظهر التعاون والتلاحم بين قوى الأمن والجمهور
0.173	0.001	12.366	19.8	79	10.4	15	25	64	8-إبراز الدور الإيجابي الأمني في المجتمع
0.123	0.05	6.129	26.8	107	19.4	28	30.9	79	9-حث الجمهور على مشاركة رجال الأمن والتعاون معهم في محاربة القضايا المتطرفة
0.119	0.05	5.751	26.5	106	19.4	28	30.5	78	10-الابتعاد عن اللغة السوقية والمبتذلة في الرسالة الاعلامية الأمنية
0.123	0.05	6.129	26.8	107	19.4	28	30.9	79	11-التعاون والتنسيق بين الجهات الأمنية والاعلامية في اعداد خطة شاملة للتوعية الاعلامية الأمنية

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الإناث في دور الاعلام السعودي في نشر التوعية الأمنية ضد التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.05، فيما عدا صدق الخطاب الاعلامي الأمني الموجه للجمهور في اطار الشفافية و الانسجام مع ثقافة وقيم وتقاليد المجتمع وعدم التناقض معها و اختيار التوقيت المناسب لبث الرسالة الاعلامية الأمنية الموجهة و تقديم رسائل اعلامية تظهر التعاون والتلاحم بين قوى الأمن والجمهور لم يكن هناك فروق حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى 0.05.

4 (ب)- الفروق بين الفئات العمرية في دور الاعلام السعودي في نشر التوعية الأمنية ضد التدخل الخارجي:

جدول (26) يوضح الفروق بين فئات السن في دور الاعلام السعودي في نشر التوعية الأمنية ضد التدخل الخارجي

معامل التوافق	الدلالة	كا2	أكثر من 50		40-50 سنة		30-40 سنة		20-30 سنة		أقل من 20 سنة		السن	دور الاعلام
			ن=14		ن=24		ن=139		ن=204		ن=19			
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
0.213	0.001	19.058	78.6	11	83.3	20	64	89	79.9	163	100	19	صدق الخطاب الاعلامي الأمني الموجه للجمهور في اطار الشفافية	
0.235	0.001	23.277	50	7	70.8	17	34.5	48	52	106	15.8	3	2- الموضوعية والبعد عن الذاتية الفردية	
0.219	0.001	20.086	50	7	66.7	16	33.1	46	49	100	15.8	3	3- إبراز النماذج المشرفة في المجتمع حتى تكون قوة للأخريين	
0.284	0.001	35.140	64.3	9	79.2	19	49.6	69	70.6	144	15.8	3	4- الانسجام مع ثقافة وقيم وتقاليد المجتمع وعدم التناقض معها	
0.239	0.001	24.319	57.1	8	75	18	43.9	61	60.3	123	15.8	3	5- اختيار التوقيت المناسب لبث الرسالة الاعلامية الأمنية الموجهة	
0.200	0.01	16.638	57.1	8	75	18	56.8	79	50.5	103	15.8	3	6- عدم الاساءة للأخريين باستخدام مفردات سلبية	
0.198	0.01	16.295	57.1	8	62.5	15	48.9	68	36.3	74	15.8	3	7- تقديم رسائل اعلامية تظهر التعاون والتلاحم بين قوى الأمن والجمهور	
0.293	0.001	37.461	35.7	5	50	12	28.8	40	9.3	19	15.8	3	8- إبراز الدور الايجابي الأمني في المجتمع	
0.168	0.05	11.585	42.9	6	50	12	21.6	30	27.5	56	15.8	3	9- حث الجمهور على مشاركة رجال الأمن والتعاون معهم في محاربة القضايا المنطرفة	
0.172	0.05	12.209	42.9	6	50	12	20.9	29	27.5	56	15.8	3	10- الابتعاد عن اللغة السوقية والمبتذلة في الرسالة الاعلامية الأمنية	
0.172	0.05	12.246	42.9	6	50	12	20.9	29	27.9	57	15.8	3	11- التعاون والتنسيق بين الجهات الأمنية والاعلامية في اعداد خطة شاملة للتوعية الاعلامية الأمنية	

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة باختلاف الفئة العمرية في دور الاعلام السعودي في نشر التوعية الأمنية ضد التدخل الخارجي في شئون المملكة حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.05.

4(ج)- الفروق بين المؤهلات في دور الاعلام السعودي في نشر التوعية الأمنية ضد التدخل الخارجي:

جدول (27) يوضح الفروق بين فئات المؤهل في دور الاعلام السعودي في نشر التوعية الأمنية ضد التدخل الخارجي

معامل التوافق	الدلالة د ح 3	كا2	دراسات عليا ن=37		جامعي ن=299		ثانوية ن=32		متوسط ن=32		التعليم	دور الاعلام
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
0.529	0.001	155.210	16.2	6	86.5	258	100	32	18.8	6	1-صدق الخطاب الاعلامي الأمني الموجه للجمهور في إطار الشفافية	
0.321	0.001	46.092	8.1	3	54.8	164	25	8	18.8	6	2- الموضوعية والبعد عن الذاتية الفردية	
0.293	0.001	37.490	16.2	6	43.8	131	25	8	84.4	27	3- ابراز النماذج المشرفة في المجتمع حتى تكون قدوة للآخرين	
0.382	0.001	68.433	18.9	7	65.9	197	25	8	100	32	4- الانسجام مع ثقافة وقيم وتقاليد المجتمع وعدم التناقض معها	
0.352	0.001	56.488	18.9	7	55.5	166	25	8	100	32	5- اختيار التوقيت المناسب لبث الرسالة الإعلامية الأمنية الموجهة	
0.378	0.001	66.639	94.6	35	45.8	137	25	8	96.9	31	6- عدم الاساءة للآخرين باستخدام مفردات سلبية	
0.453	0.001	103.447	94.6	35	32.8	98	12.5	4	96.9	31	7- تقديم رسائل اعلامية تظهر التعاون والتلاحم بين قوى الأمن والجمهور	
0.472	0.001	114.729	86.5	32	12.7	38	12.5	4	15.6	5	8- ابراز الدور الايجابي الأمني في المجتمع	
0.426	0.001	88.615	18.9	7	21.7	65	12.5	4	96.9	31	9- بحث الجمهور على مشاركة رجال الأمن والتعاون معهم في محاربة القضايا المتطرفة	
0.429	0.001	90.077	16.2	6	21.7	65	12.5	4	96.9	31	10- الابتعاد عن اللغة السوقية والمنتزلة في الرسالة الاعلامية الأمنية	
0.427	0.001	89.058	16.2	6	22.1	66	12.5	4	96.9	31	11- التعاون والتنسيق بين الجهات الأمنية والاعلامية في اعداد خطة شاملة للتوعية الاعلامية الأمنية	

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة باختلاف المؤهلات العملية في دور الاعلام السعودي في نشر التوعية الأمنية ضد التدخل الخارجي في شئون المملكة حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.05.

مما يؤكد قبول صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دور الاعلام السعودي في نشر التوعية الأمنية ضد التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة والخصائص الديموجرافية للمبوحين (النوع، العمر، التعليم).

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دور الاعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية من وجهة نظر المبوحين ودرجة الرضا عن هذه الوسائل.

جدول (28) يوضح العلاقة بين دور الاعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية من وجهة نظر المبوحين ودرجة الرضا عن هذه الوسائل

معامل التوافق	مستوى معنوية د ح 2	كا	راضي جدا ن=127		راضي الى حد ما ن=213		غير راضي ن=60		درجة الرضا دور الاعلام
			%	ك	%	ك	%	ك	
0.172	0.01	12.211	77.2	98	70	149	91.7	55	اعلام الجمهور السعودي بالأحداث الجارية
0.293	0.001	37.528	33.1	42	54.5	116	80	48	2- تثقيف المواطنين بالدفاع الاجتماعي ضد التدخل الخارجي
0.161	0.01	10.605	73.2	93	71.4	152	91.7	55	3- القضاء على الشائعات والفتن
0.418	0.001	84.645	12.6	16	53.5	114	76.7	46	4- استضافة قادة الرأي والمفكرين لتوضيح خطورة التدخل الخارجي
0.301	0.001	39.927	11.8	15	41.8	89	16.7	10	5- كشف المؤامرة الخارجية ضد التدخل في شؤون المملكة
0.326	0.001	47.523	11	14	44.1	94	16.7	10	6- اظهار الصورة السلبية لحكام ومسئولي بعض الدول في زعزعة الأمن وعدم الاستقرار في الخليج العربي

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين دور الاعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية من وجهة نظر المبوحين ودرجة الرضا عن هذه الوسائل، حيث كانت قيم كا دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.05.

وقد ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دور الاعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية من وجهة نظر المبحوثين ودرجة الرضا عن هذه الوسائل.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دور الاعلام السعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة وأسباب عدم التأثير للتدخل الخارجي على التنمية المستدامة.

جدول (29) يوضح العلاقة بين دور الاعلام السعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة وأسباب عدم التأثير للتدخل الخارجي على التنمية المستدامة

المتغير	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى معنوية
دور الاعلام السعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة	0.222**	طردي	ضعيف	0.01
أسباب عدم التأثير للتدخل الخارجي على التنمية المستدامة				

يتضح من الجدول السابق: وجود علاقة طردية ضعيفة بين دور الاعلام السعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة وأسباب عدم التأثير للتدخل الخارجي على التنمية المستدامة، حيث كانت ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01، أي أنه كلما زاد دور الاعلام السعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة زادت أسباب عدم التأثير للتدخل الخارجي على التنمية المستدامة.

وبناء على ذلك يتم عدم قبول صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دور الاعلام السعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة وأسباب عدم التأثير للتدخل الخارجي على التنمية المستدامة.

وهذا يؤكد على عدم تأثر الجمهور السعودي بوسائل الإعلام الخارجية في التدخل الداخلي لشؤون المملكة، بما يدعم حرصه ووعيه وموقفه تجاه الاشاعات والأكاذيب التي تبت من خلال هذه الوسائل، وتغرس في نفسه مشاعر الولاء والانتماء لوطنه، ويأتي هذا بدافع المسؤولية الاجتماعية والأمنية للمواطن.

الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين دور الاعلام لسعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة والخصائص الديموجرافية للمبحوثين (النوع، العمر، التعليم).

7(أ)- الفروق بين النوع (ذكور - إناث) في دور الاعلام السعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة:

جدول (30) يوضح الفروق بين النوع في دور الاعلام السعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة

معامل التوافق	الدلالة د ح 1	كا	الإجمالي ن=400		إناث ن=144		ذكور ن=256		النوع دور الاعلام
			%	ك	%	ك	%	ك	
-	0.689	0.160	50.8	203	52.1	75	50	128	1-توعية الجمهور بزيادة الانتاج والحد من الاستهلاك
-	0.743	0.108	57.2	229	58.4	84	56.6	145	2- الدعوة الي ربط التكنولوجيا الحديثة بأهداف تنمية المجتمع
-	0.881	0.023	49.5	198	50	72	49.2	126	3- حماية البيئة من التلوث والمحافظة على سمات وخصائص الطبيعة
-	0.560	0.340	51.2	205	49.3	71	52.3	134	4- التوفيق بين حاجات الأجيال الحالية والمستقبلية
-	0.426	0.633	45	180	42.4	61	46.5	119	5- تحديد وتطوير هياكل الانتاج والاستثمار
-	0.547	0.363	45.8	183	43.8	63	46.9	120	6- العمل على الحد من مشكلة البطالة
-	0.627	0.236	29.2	117	27.8	40	30.1	77	7- ترشيد الاستهلاك والإعلان عن سلوك استهلاكي جديد
-	0.656	0.199	38.2	153	36.8	53	39.1	100	8- دعم المؤسسات التعليمية والصحية وتطويرها لتقديم خدماتها على الوجه الأكمل
-	0.751	0.101	21	84	20.1	29	21.5	55	9- تجنب الصراعات والمشكلات التي تقلل من فعاليات تشغيل الموارد البشرية في العمل
-	0.697	0.151	28.2	113	27.1	39	28.9	74	10- توعية الشباب بمخاطر وأضرار الأفكار المتطرفة
-	0.748	0.103	35.8	143	34.7	50	36.3	93	11- حث أفراد المجتمع في بناء الوطن ورفع الكفاءة الانتاجية
-	0.0.697	0.151	28.2	113	27.1	39	28.9	74	12- توعية المجتمع بمخاطر التدخلات الخارجية والحفاظ على الأمن القومي للوطن
-	0.0.697	0.151	28.2	113	27.1	39	28.9	74	13- المحافظة على هوية الوطن وتعزيز قيم الانتماء
-	0.0.697	0.151	28.2	113	27.1	39	28.9	74	14- المحافظة على القيم والعادات والتقاليد لأفراد المجتمع
-	0.401	0.705	30.8	123	33.3	48	29.3	75	15- شغل أوقات فراغ الشباب بالأنشطة الرياضية والاجتماعية والثقافية

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذكور وافراد العينة الاناث في دور الاعلام لسعودي في تحقيق أهداف التنمية

المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

7(ب)- الفروق بين الفئات العمرية في دور الاعلام السعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة:

جدول (31) يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين فئات السن في دور الاعلام السعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة

معامل التوافق	الدلالة	كا2	50 فئات		40-50 سنة		30-40 سنة		20-30 سنة		أقل من 20 سنة		السن	دور الاعلام
			ن=14		ن=24		ن=139		ن=204		ن=19			
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
0.241	0.001	24.582	64.3	9	62.5	15	39.6	55	59.3	121	15.8	3	1-توعية الجمهور بزيادة الانتاج والحد من الاستهلاك	
0.242	0.001	24.791	64.3	9	75	18	46	64	58.3	119	100	19	2- الدعوة الي ربط التكنولوجيا الحديثة بأهداف تنمية المجتمع	
0.252	0.001	27.142	57.1	8	70.8	17	37.4	52	57.8	118	15.8	3	3- حماية البيئة من التلوث والمحافظة على سمات وخصائص الطبيعة	
0.245	0.001	25.436	57.1	8	70.8	17	40.3	56	59.3	121	15.8	3	4- التوفيق بين حاجات الأجيال الحالية والمستقبلية	
-	0.058	9.118	50	7	66.74	16	44.6	62	44.6	91	21.1	4	5- تحديد وتطوير هيكل الانتاج والاستثمار	
0.154	0.05	9.744	57.1	8	66.7	16	46	64	44.6	91	21.1	4	6- العمل على الحد من مشكلة البطالة	
0.164	0.05	11.041	42.9	6	54.2	13	30.9	43	25	51	21.1	4	7- ترشيد الاستهلاك والإعلان عن سلوك استهلاكي جديد	
0.160	0.05	10.443	50	7	62.5	15	40.3	56	34.8	71	21.1	4	8- دعم المؤسسات التعليمية والصحية وتطويرها لتقديم خدماتها على الوجه الأكمل	
0.230	0.001	22.269	35.7	5	45.8	11	10.1	14	24.5	50	21.1	4	9- تجنب الصراعات والمشكلات التي تقلل من فعاليات تشغيل الموارد البشرية في العمل	
0.207	0.001	17.957	42.9	6	50	12	17.3	24	32.8	67	21.1	4	10- توعية الشباب بمخاطر وأضرار الأفكار المتطرفة	
0.319	0.001	45.319	50	7	54.2	13	25.9	36	33.3	68	100	19	11- حث أفراد المجتمع في بناء الوطن ورفع الكفاءة الانتاجية	
0.207	0.001	17.957	42.9	6	50	12	17.3	24	32.8	67	21.1	4	12- توعية المجتمع بمخاطر التدخلات الخارجية والحفاظ على الأمن القومي للوطن	
0.207	0.001	17.957	42.9	6	50	12	17.3	24	32.8	67	21.1	4	13- المحافظة على هوية الوطن وتعزيز قيم الانتماء	
0.207	0.001	17.957	42.9	6	50	12	17.3	24	32.8	67	21.1	4	14- المحافظة على القيم والعادات والتقاليد لأفراد المجتمع	
0.184	0.01	14.046	28.6	4	25	6	23	32	38.7	79	10.5	2	15- شغل أوقات فراغ الشباب بالأنشطة الرياضية والاجتماعية والثقافية	

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة باختلاف الفئة العمرية في دور الاعلام السعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.05، فيما عدا تحديد وتطوير هياكل الانتاج والاستثمار لم يكن هناك فروق حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى 0.05.

7(ج)- الفروق بين المؤهلات في دور الاعلام السعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة:

جدول (32) يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين فئات المستوى التعليمي في دور الاعلام السعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة

معامل التوافق	الدلالة د ح 3	كا2	دراسات عليا ن=37		جامعي ن=299		ثانوية ن=32		متوسط ن=32		دور الاعلام التعليم
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.244	0.001	25.374	29.7	11	52.5	157	28.1	9	81.2	26	1-توعية الجمهور بزيادة الانتاج والحد من الاستهلاك
0.293	0.001	37.551	29.7	11	54.2	162	93.8	30	81.2	26	2- الدعوة الي ربط التكنولوجيا الحديثة بأهداف تنمية المجتمع
0.260	0.001	28.940	29.7	11	51.5	154	21.9	7	81.2	26	3- حماية البيئة من التلوث والمحافظه على سمات وخصائص الطبيعة
0.379	0.001	66.926	21.6	8	54.2	162	9.4	3	100	32	4- التوفيق بين حاجات الأجيال الحالية والمستقبلية
0.306	0.001	41.396	83.8	31	45.8	137	12.5	4	25	8	5- تحديد وتطوير هياكل الانتاج والاستثمار
0.296	0.001	38.550	83.8	31	46.2	138	12.5	4	31.2	10	6- العمل على الحد من مشكلة البطالة
0.363	0.001	60.716	83.8	31	24.7	74	12.5	4	25	8	7- ترشيد الاستهلاك والإعلان عن سلوك استهلاكي جديد
0.311	0.001	42.700	83.8	31	36.1	108	12.5	4	31.2	10	8- دعم المؤسسات التعليمية والصحية

												وتطويرها لتقديم خدماتها على الوجه الأكمل
-	0.346	3.310										9- تجنب الصراعات والمشكلات التي تقلل من فعاليات تشغيل الموارد البشرية في العمل
-	0.107	6.086	13.5	5	22.4	67	12.5	4	25	8		10- توعية الشباب بمخاطر وأضرار الأفكار المتطرفة
0.281	0.001	34.173	21.6	8	33.8	101	81.2	26	25	8		11- حث أفراد المجتمع في بناء الوطن ورفع الكفاءة الانتاجية
-	0.107	6.086	21.6	8	31.1	93	12.5	4	25	8		12- توعية المجتمع بمخاطر التدخلات الخارجية والحفاظ على الأمن القومي للوطن
-	0.107	6.086	21.6	8	31.1	93	12.5	4	25	8		13- المحافظة على هوية الوطن وتعزيز قيم الانتماء
-	0.107	6.086	21.6	8	31.1	93	12.5	4	25	8		14- المحافظة على القيم والعادات والتقاليد لأفراد المجتمع
0.207	0.001	17.924	16.2	6	36.1	108	6.2	2	21.9	7		15- شغل أوقات فراغ الشباب بالأنشطة الرياضية والاجتماعية والثقافية

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة باختلاف المؤهلات العملية في دور الاعلام السعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.05، فيما عدا تجنب الصراعات والمشكلات التي تقلل من فعاليات تشغيل الموارد البشرية في العمل و توعية الشباب بمخاطر وأضرار الأفكار المتطرفة و توعية المجتمع بمخاطر التدخلات الخارجية والحفاظ على الأمن القومي للوطن و المحافظة على هوية الوطن وتعزيز قيم الانتماء و المحافظة على القيم والعادات والتقاليد لأفراد المجتمع لم يكن هناك فروق بينهم حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى 0.05.

وثبت صحة الفرض جزئياً في وجود فروق ذات دلالة احصائية بين دور الاعلام لسعودي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لمواجهة التدخلات الخارجية في شؤون المملكة والخصائص الديموجرافية للمبحوثين من حيث (الفئات العمرية، التعليم)، بينما لم يثبت صحته في النوع.

توصيات الدراسة:

- 1) ضرورة تبني وسائل الإعلام السعودي لقضايا التنمية المستدامة وربطها بالإطار المرجعي الذي يتفق مع الثقافة الإسلامية من خلال القرآن الكريم والسنة النبوية، وتخصيص البرامج القادرة على توعية الجمهور بمخاطر التدخلات الخارجية في الشؤون الداخلية للمملكة، وأثارها على التنمية.
- 2) العمل على وضع برامج تعزز الحوارات المتعددة والثقافات المختلفة، ووضع استراتيجيات لتطوير المنظومة التعليمية التي تعزز قيم المشاركة، والترابط المجتمعي بين فئات المجتمع، والتعريف بمخاطر التدخلات الخارجية ضد المملكة وكيفية مواجهتها.
- 3) ضرورة دعم جهود توسيع المشاركة الجماعية، وتحقيق التنمية المستدامة، والتواصل إلى التوازن الاجتماعي وتعزيز دور منظمات المجتمع المدني من أجل التصدي للتدخلات الخارجية التي تدعم العنف والتطرف.
- 4) وضع ملامح لاستراتيجية إعلامية شاملة لجميع وسائل السعودي بإمكانها توفير مناخ ملائم للتنسيق بين مختلف الأطراف والجهات المعنية وتوحيد جهودها لمواجهة التدخلات الخارجية في الشؤون الداخلية للمملكة للنهوض بمسيرة التنمية المستدامة للمملكة.
- 5) تنسيق السياسات الإعلامية المختلفة بين وسائل الإعلام السعودي فيما يتعلق بالتدخلات الخارجية والأمن القومي بالمملكة من خلال آليات وبرامج تعزز من مكانة المملكة، وتشجيع الشباب للنهوض بتنمية المملكة لتوحيد وحدة المملكة داخلياً وخارجياً.
- 6) عدم التعامل مع الأخبار والاحداث الخاصة بالتدخلات الخارجية في الشؤون الداخلية للمملكة علي أنها سبق إعلامي، ولكن يتم التعامل معها علي أنها عدوان علي أمن المملكة والمواطن لإحداث الفتن والمؤامرات.
- 7) العمل على إيجاد علاقة ايجابية بين وسائل الإعلام السعودي وخطط التنمية المستدام للقضاء على الشائعات والأكاذيب الخارجية التي تبيها وسائل الإعلامية المعادية لتفادي السلبيات التي تحول دون تنفيذ خطط التنمية المستدامة بالمملكة.

- (1) http://khaledfayyad.blogspot.com/2008/05/blog-post_6207.html (20- 2- 2016)
- (2) Bignel, J. **An Introduction to television to studies** (London: Roulade, 2003). P13.
- (3) Naomi Sakr. **Satellite Realms, Transnational television in the Middle East** (I.B. Tauris publishers, London & New York, 2001). P.1.
- (4) حازم أنور البنا ، دور وسائل في تشكيل معارف واتجاهات الرأي العام السعودي في منطقة جازان نحو أحداث الحد الجنوبي السعودي، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** (جامعة القاهرة، كلية الإعلام ، مجلد 11، العدد 2، أبريل - يونيو 2012) ص ص 145 - 195.
- (5) شعبان الناصري، " الإعلام والنزاعات الدولية: تحليل تغطية صحيفتين إماراتيتين عربيتين لغزو العراق واحتلاله عام 2003"، **المؤتمر العلمي السنوي الثامن لكلية الإعلام وصورة الغرب والمسلمين**، (جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا: كلية المعلومات والإعلام والعلوم الانسانية، 2009).
- (6) مؤيد خلف الدليمي، " حول اتجاهات الصحافة المصرية نحو السياسة الأمريكية في العراق دراسة تحليل مضمون المقال الافتتاحي في جريدة الأهرام والأسبوع "، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، (جامعة بغداد، كلية الإعلام، 2008).
- (7) هدير فوزي جاسم، " اتجاهات الصحف العربية ازاء الأوضاع في العراق: دراسة تحليلية في صحف الأهرام والدستور والاتحاد "، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، (جامعة بغداد، كلية الإعلام، 2007).
- (8) حنان جنيد، " المعالجة الصحفية للحرب الأنجلو الأمريكية على العراق في صحيفتي الأهرام والنيويورك تايمز خلال الفترة من 20 مارس 2003 – 4 مايو 2004: دراسة تحليلية "، **مجلة بحوث الرأي العام**، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد الثاني، 2004).
- (9) مرعي مذكور، " صورة لمملكة العربية السعودية لدى المصريين: دراسة ميدانية في أبعاد الصورة واتجاهاتها"، **المنتدى الاعلامي السنوي الثاني**، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، (<http://faculty.ksu.edu.sa/alkarni/DocLib3> (2016-4-26).
- (10) شفيق الرحمن عبد الله، "صورة المملكة العربية السعودية في وسائل الإعلام المرئية: دراسة لبعض البرامج التلفزيونية الأسترالية قبل وبعد أحداث سبتمبر"، **المنتدى الإعلامي السنوي الثالث: صورة المملكة العربية السعودية في العالم** (السعودية، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، 2-5 أكتوبر 2004).
- (11) أحمد سيف الدين تركستاني، "صورة المملكة العربية السعودية في أذهان الكنديين: دراسة ميدانية في الصورة الذهنية وإسهام وسائل الإعلام في تكوينها"، **المنتدى الإعلامي السنوي الثالث: صورة المملكة العربية السعودية في العالم** (الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، 2-5 أكتوبر، 2004).
- (12) سها فاضل، " صورة الدول الغربية في الصحف اليومية المصرية والأمريكية بعد أحداث 11 سبتمبر: دراسة تحليلية مقارنة "، **المؤتمر العلمي السنوي الثامن لكلية الإعلام وصورة الغرب والمسلمين**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، الجزء الأول مايو 2002) ص 221.

- (13) محمد حسام الدين، "التغطية الصحفية الغربية لشؤون العالم الإسلامي خلال التسعينات"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2001).
- (14) هبة شاهين، المسؤولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام في تناول قضايا الإرهاب: دراسة تطبيقية على الجمهور والصفوة والإعلامية والأمنية، المؤتمر العلمي حول دور الإعلام العربي في التصدي في التصدي لظاهرة الإرهاب 16-18 ديسمبر 2014 (الرياض، جامعة نايف للعلوم الأمنية، 2014)
- (15) رباب رأفت الجمال، " دور المواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل معارف واتجاهات المغتربين المصريين نحو الأحداث السياسية في مصر للفترة ما بعد ثورة 25 يناير- دراسة في إطار نظرية المجال العام"، المؤتمر العلمي الثامن عشر: الإعلام وبناء الدولة الحديثة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يوليو 2012).
- (16) أمال الغزاوي، دينا أحمد عرابي، " دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف وتكوين اتجاهات المصريين بالخارج نحو قضايا الوطن - دراسة ميدانية على عينة من العمالة المصرية بجدة بعد ثورة يناير"، المؤتمر العلمي الثامن عشر - الإعلام وبناء الدولة الحديثة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يوليو 2012).
- (17) سارة عبد اللطيف عبد الحليم، المسؤولية الاجتماعية للقطاعات الفضائية المصرية الحكومية و الخاصة كما تراها النخبة دراسة تحليلية و ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2012).
- (18) أمال حسن الغزاوي. المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التليفزيونية اليومية في تناول الأداء الحكومي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد الثالث، المجلد التاسع، يناير/ يونيو 2009) ص ص 1-63.
- (19) أحمد أحمد عثمان، حرية التعبير في برامج المشاركة بالراديو في إطار المسؤولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي، المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسؤولية. (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008)، ج 2. ص ص 657-734.
- (20) أشرف جلال حسن. حدود الحرية والمسؤولية المهنية في أداء الشبكات الإخبارية الفضائية العالمية وأثرها على اتجاه جمهور الأجانب نحو القضايا العربية: دراسة تطبيقية مقارنة، المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسؤولية (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008) ج 1. ص ص 43-132.
- (21) أميرة سمير. التأثيرات السياسية للقطاعات الفضائية المصرية والعربية الخاصة في إطار المسؤولية الاجتماعية، المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسؤولية (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008) ج 1. ص ص 133-183.
- (22) نسمة البطريق، المسؤولية الاجتماعية للإعلام تجاه قضايا العائد على التعليم، <http://www.pidegypt.org>، 2016/6/20.
- (23) حازم أنور محمد البنا، أخلاقيات الإعلام في الفضائيات العربية الخاصة كما يراها الجمهور المصري، المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسؤولية (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2008) ج 1، ص ص 183-276.
- (24) سعد بن سعود آل سعود، الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة الأمام، كلية الدعوة والإعلام، 2006).

- (25) Kathleen Sohar, "A Qualitative investigation of Daily Show Viewers: Symbolic Constructions of identification and credibility", **Unpublished PhD Thesis**, University of Florida, 2005, pp. 106 -125.
- (26) عادل عبد الغفار فرج، "أبعاد المسؤولية الاجتماعية للتقنوات الفضائية المصرية الخاصة: دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة (دريم 2)", **المؤتمر العلمي السنوي التاسع** (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، الجزء الثالث – مايو 2003) ص825-747.
- (27) James Black Win, *Dictionary Al Philosophy and Physiology*, (New York: Themacmill Company,1990) P.647
- (28) إمام عبد الفتاح، **فلسفة الأخلاق** (القاهرة: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1990) ص32
- (29) حسن عماد مكاوي، **أخلاقيات العمل الإعلامي، دراسة مقارنة** (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1994) ص167
- (30) على عبد الواحد وافي، **المسؤولية في الإسلام** (الرياض، دار السعودية للنشر والتوزيع، 1993) ص14
- (31) محمد إبراهيم الشافعي، **المسؤولية والجزاء في القرآن الكريم** (القاهرة: طبعة السنة المحمدية، 1892) ص39
- (32) سيد احمد عثمان، **المسؤولية الاجتماعية والشخصية المسلمة**، ط21(القاهرة، الانجلو المصرية 1989) ص53
- (33) محمود عكاشة، **علم النفس الاجتماعي**، ط1 (القاهرة، مطبعة الجمهورية، 1995) ص281
- (34) عادل عبد الغفار، **أبعاد المسؤولية الاجتماعية للتقنوات الفضائية المصرية الخاصة**، جامعة القاهرة كلية الإعلام، أبحاث المؤتمر العلمي التاسع، **أخلاقيات الأعلام بين النظرية والتطبيق**، الجزء الأول، مايو 2003 (ص755
- (35) ليلي عبد المجيد، **الصحافة في الوطن العربي**، ط2(القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 1990) ص55
- (36) Jensen Klaus, **the social origins and uses of media and communication research** (in Jensen p. Klaus (ed) *Handbook of media and communication research: Qualitative and Quantities Methodologies* Rutledge, London, 2002). P.277.
- (37) رباب رأفت الجمال، **مرجع سابق**، ص 12
- (38) Wallace – Kathleen – Bernadette: **And Reception Theory approach to the Poetry of Emily Dickinson**, *Dissertation Abstracts International*, Vol. 64 – No. 3 C, 2002, P. 532
- (39) Mc Williams-Heather-doy: **Gender equity issues in the depiction of Females "The instrumentalist"** Magazine – August 2000 – duly 2002, *Women's Studies, Mass Communication* Vol. 64 – No. 5A, 2003, 1575.
- (40) Duesenberg – Margaret: **Fiddle tunes on air: And Study of gat keeping and traditional music at the BBC up Scotland**, *Mass Communication*, Vol. 62, No 1, 2000.

⁴¹⁾ Livingston – Sonia – M: Making sense of Television: The Psychology of audience interpretation, **Series in Experimental Social Psychology**, Vol. 18, 1990, P. 17.

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

- 1- أ. د / ناصر الصالح – أستاذ الجغرافيا السياسية ومدير جامعة أم القرى سابقاً.
- 2- أ. د / محمود يوسف – عميد كلية الإعلام – جامعة العلوم الحديثة بالإمارات.
- 3- أ. د / محمود حسن إسماعيل – أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس.
- 4- أ. د / عبد الله محمد عبد الله – أستاذ البحوث الإنسانية بمعهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج – جامعة أم القرى.
- 5- أ. د / أشرف أحمد عبد المغيث – استاذ الإعلام بكلية الاعلام بجامعة القاهرة.
- 6- أ. د / أمال حسن غزاوي – استاذ الاعلام بكلية الآداب بجامعة الملك عبد العزيز.
- 7- أ. د / عبد العزيز السيد – أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام بجامعة جنوب الوادي.
- 8- د / محمد علي غريب – أستاذ الإعلام بجامعة ام القرى.