

## مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام العُمانية

### في مجال القضايا المجتمعية بسلطنة عمان

حنان بنت محمود بن عودة أحمد\*

أ.د. ليلى حسين السيد\*\*

د. داليا عبد المنعم\*\*\*

#### المقدمة :

إن وسائل الإعلام العُمانية من المصادر الأساسية للمعلومة، التي يبني عليها الأفراد مواقفهم، وتقوم عليها اتجاهات المجتمع حيال الأحداث الجارية، سواء بالقبول أو الرفض؛ إذ تقدّم وسائل الإعلام العُمانية بكافة أشكالها دورًا ملموسًا في تشكيل موقف الجمهور المتلقي من القضايا المطروحة على الساحة المحلية والدولية، ولا يتوقف تغيير الاتجاه والموقف على القضايا العامة أو الأحداث المثارة، بل يمتد إلى القيم وأنماط السلوك، إذ نجد أن اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام العُمانية يختلف باختلاف حاجاتهم ورغباتهم واهتمامهم أيضًا حول القضايا المثارة، ومن هنا قدر للإعلام العُماني أن يتبنى أنموذج التطور المتدرج ليسهم في البناء وتطور المجتمع من حيث مصداقية المضمون، وصفاء الرسالة المتطورة مع حركة التطور الاجتماعي، التي تشهدها سلطنة عُمان في كافة الأصعدة، فالإعلام العُماني بحاجة إلى الأدوات الهيكلية لنشر رسالته، ومن جانب آخر بحاجة إلى معالجة موضوعية ومنهجية قائمة على توفير المعرفة والعلم والمعلومات والثقافة إلى الشعب.

ومن ثمّ فإن دور الإعلام هنا، دور حيوي ومهم، إذ يتماشى الطرح الإعلامي مع حاجة الناس إلى المعرفة والمعلومة والخبر اليقين والترفيه الأهداف وطرح قضايا المجتمع، ولأن وسائل الإعلام ذات طبيعة جماهيرية يعتمد الجمهور العُماني عليها مصدرًا للمعلومات حول القضايا التي تهتمه، فإن

\* باحثة دكتوراه بقسم الإعلام – كلية الآداب جامعة حلوان

\*\* أستاذ بقسم الإعلام – كلية الآداب بجامعة حلوان

\*\*\* مدرس بقسم الإعلام – كلية الآداب بجامعة حلوان

ذلك يجعل لها القدرة على جمع الناس وتحديد ما يصح لهم وما لا يصح، ولو بقدر ما من خلال طرح آراء معينة، وتوجيه سلوك نحو القضية المطروحة.

ومن هنا برز دور المؤسسات الإعلامية العُمانية بأجهزتها المختلفة وبوسائلها المختلفة (المقروءة والسمعية والمرئية والالكترونية) التقليدية والحديثة، الحكومية والخاصة وعلى رأسها وزارة الإعلام العُمانية للاهتمام بالبرامج التي تعنى بطرح القضايا المجتمعية عبر وسائلها وتعزيز مراكزها الإعلامية لإمداد الجمهور العُمانى بكافة قطاعاته ومرادله العمرية المختلفة، بالمعلومات والمعرفة، نظراً لما تمتلكه هذه الوسائل الإعلامية من قدرات هائلة على جذب الجماهير والتفاعل معهم، مما يخدم أهدافها وطموحاتها وخططها المستقبلية.

وتهتم هذه الدراسة بالتعرف على مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام العمانية في مجال القضايا المجتمعية في سلطنة عمان.

#### الدراسات السابقة:

تستعرض الباحثة عدد من الدراسات والبحوث السابقة التي تهدف إلى معرفة مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام العمانية في مجال المعرفة بالقضايا المجتمعية: وهذه الدراسات هي:

1- دراسة "نوال عبد الرزاق عسكر النقبي"، عام 2018، بعنوان "اعتماد الجمهور الإماراتي على مواقع التواصل الاجتماعي والفضائيات العربية المتخصصة في الحصول على المعلومات المتعلقة بقضية الثورات العربية"<sup>(1)</sup>.

تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور الإماراتي على مواقع التواصل الاجتماعي والفضائيات العربية المتخصصة في الحصول على المعلومات المتعلقة بالثورات العربية، وطبقت الدراسة على عينة متاحة من مواطني دولة الإمارات العربية المتحدة و من سكان مناطق (أبو ظبي ودبي والشارقة ورأس الخيمة وعجمان وأم القيوين والفجيرة) على (400) مفردة باختلاف خصائصهم ومتغيراتهم الديموجرافية، ومن

أهم النتائج التي توصلت إليها، تشير النتائج إلى تركيز التغريدات على اختلاف توجهاتها على إبراز الأحداث على المستوى العربي، وليس التركيز على دولة محددة لتوجيه الأقرء والمشاركين إلى التركيز على الأحداث العربية، ودور الدول في كل حدث، وإبراز الاختلافات بين الدول في السياسات التي تنتهجها نحو الأحداث العربية المشتركة أو الخاصة بكل دولة بعينها.

2- دراسة "مطر علي مطر المطيري"، عام 2017، بعنوان "اعتماد الجمهور الكويتي على وسائل الإعلام التقليدية ومواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول القضايا الكويتية والعربية"<sup>(2)</sup>.

هدفت الدراسة للتعرف على مدى اعتماد الجمهور الكويتي على مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام التقليدية في الحصول على المعلومات حول القضايا الكويتية والعربية، وفي الكشف عن أوجه التشابه والاختلاف بين وسائل الإعلام التقليدية ومواقع التواصل الاجتماعي، عبر شبكة المعلومات للوقوف على مدى مصداقيتها في نقل الأخبار، ووضع قائمة بالمشكلات التي تواجه المواطن الكويتي في الحصول على المعلومات حول القضايا الكويتية والعربية في دولة الكويت، واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وعلى منهج المسح من خلال دراسة ميدانية متعمقة على عينة من المواطنين الكويتيين، واستخدمت طريقة المقارنة للمقارنة بين مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام التقليدية، وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج وهي، يرتفع معدل الاستخدام اليومي لشبكة المعلومات بوسائطها المختلفة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، إذ إن ما يزيد عن (80%) من العينة يستخدمون شبكة المعلومات يوميًا، يليها التلفزيون بفارق كبير.

3- دراسة "محمد زيد محمد عبيدات"، عام 2017، بعنوان "العلاقة بين الاعتماد على الصحافة الإلكترونية الأردنية ومستوى المعرفة بقضايا الفساد لدى الجمهور الأردني واتجاهاته نحوها"<sup>(3)</sup>.

هدفت الدراسة لتوضيح العلاقة بين الاعتماد على الصحافة الإلكترونية الأردنية ومستوى المعرفة بقضايا الفساد لدى الجمهور الأردني واتجاهاته نحوها، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، وذلك من خلال القياس الكمي للتعرف على دور الصحافة الأردنية في تشكيل اتجاهات الجمهور الأردني نحو قضايا الفساد، إذ تم توزيع الاستبانة على عينة عشوائية بلغ قوامها (500) مواطن من المجتمع الأردني، وتم تحليل ثلاث صحف إلكترونية أردنية لكشف تغطية الصحف الأردنية لقضايا الفساد، وأظهرت نتائج الدراسة إلى أن أكثر الأشكال الصحفية التي رصدت قضايا الفساد هي صحيفة الرأي كانت المقال حيث شكلت ما يقارب نصف حجم المواد التي غطت قضايا الفساد في صحيفة الرأي، أما صحيفة السبيل، فقد احتل الخبر النصيب الأكبر، الذي يقارب نصف حجم التغطية لقضايا الفساد، كما واحتلت فئة الكتاب النصيب الأكبر في الإسهام في هذه التغطية في صحيفة الرأي،

#### 4- دراسة "خالد بن محمد الكثيري"، عام 2015، بعنوان "دور وسائل الإعلام العُمانية في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الرأي العام العُماني" (4).

تهدف الدراسة إلى قياس درجة الارتباط بين ترتيب أولويات وسائل الإعلام العُمانية لا سيما الصحافة والتلفزيون، وأولويات القضايا السياسية لدى الرأي العام العُماني، وذلك من خلال تحديد أبرز القضايا السياسية التي تركز عليها الصحافة والتلفزيون العُماني، واتبعت الدراسة نظرية ترتيب الأولويات ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، التي اعتمدت على منهج المسح لتحليل مضمون (الصحافة التلفزيون) عينة الدراسة، واستبيان على عينة عمدية من الرأي العام العُماني، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، أن القضايا السياسية تحتل المرتبة الأولى من إجمالي عدد أيام التحليل في صحيفتي عُمان والزمن، ويرجع ذلك لاهتمام السلطنة وتوجه الإعلام المقروء للقضايا السياسية، وأن السياسة الإعلامية في السلطنة تحرص على إبراز القضايا السياسية سواء المتعلقة بالسلطنة أو العربية والدولية، وأوضحت النتائج مدى الاعتماد على عناصر الإبراز داخل القوالب

الفنية المستخدمة في التلفزيون العُماني تمثلت في: تصوير موقع الحدث، صور ثابتة، مادة فلمية أرشيفية، تقرير خارجي.

5- دراسة "Anicia Peters" أنيسيا بيترز، عام 2013، بعنوان "وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الحياة الاجتماعية والقضايا الثقافية في المجتمع"<sup>(5)</sup>.

هدفت الدراسة إلى تحديد أهمية البحث عن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي - تحديداً فيسبوك - على الثقافات والحياة الاجتماعية. تمت هذه الدراسة على عينة من الطلاب الانامبيين والأمركيين (تعدت المئة طالب، وأكثر من عشر مجموعات تتكون من عشرة طلاب لكل مجموعة) واتبعت عدة أساليب لجمع البيانات؛ مثل استخدام قاعدة بيانات فيسبوك وإجراء مقابلات مع عدة مجموعات، بالإضافة إلى جمع استبيانات إلكترونية، وأظهرت نتائج الدراسة أن

استخدام فيسبوك له أثر على ثقافة الشخص إلكترونيا فقط، ولم يتعد هذا التأثير إلى حياة الشخص في الواقع، واستخدام فيسبوك بكثرة يؤثر في ثقافة الشخص إلكترونيا.

6- دراسة "Rebecca Sawyer" ريببكا سوير، عام 2011، بعنوان "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة على قضايا التكيف مع الثقافات المختلفة"<sup>(6)</sup>.

هدفت الدراسة على فهم أهمية وسائل التواصل الاجتماعي وإسهامها في مساعدة الشخص على التكيف مع الثقافات المختلفة حوله. تمت الدراسة على عدد من طلاب المبتعثين للدراسة في مرحلة البكالوريوس والماجستير في جامعة (رود ايلاند) في الولايات المتحدة الأمريكية من خلال عدة مقابلات ونقاشات حول طرق تكيف الطلاب مع ثقافة البلد الحالي، وأظهرت نتائج الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي (متمثلة في فيسبوك والتويتير واللينكدان وغيرها) أسهمت في سرعة تأقلم الطلاب المبتعثين في البلد الآخر (الولايات المتحدة الأمريكية) ويتم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة الوعي الثقافي للبلد المضيف.

7- دراسة لكلٍ من " Wojciech Biernacki, Anita Bokwa, Bolesław Domański, Jarosław Działek, Karol Janas and Tomasz Padlo " فويتش بيرناكي، أنيتا بوكوا، بوليساو دوماسكي، ياروساو دزاييك، كارول ياناس وتوماس بادشو، عام 2009، بعنوان "وسائل الإعلام كمصدر معلومات حول الظواهر وقضايا الطبيعة الخارقة في جنوب بولندا"<sup>(7)</sup>

تهدف الدراسة إلى تحليل وتحديد اعتماد معرفة الجمهور بالظروف المناخية الخارقة؛ مثل الفيضانات، والانزلاقات الأرضية، والرياح القوية تحديداً في القرى النائية جنوب بولندا، وتحديد اعتماد الجمهور على الوسائل الإعلامية المختلفة لمعرفة التنبؤات المناخية لهذه الظواهر. واعتمدت الدراسة على منهج جمع وتحليل البيانات لـ (6) مناطق مأهولة بالسكان، في جنوب بولندا على مدار السنوات بين (2005) و(2008) مع إجراء مقابلات لبعض السكان الذين اختبروا مثل هذه الأجواء والذين لم يختبروها، وأظهرت نتائج الدراسة أن الجمهور يعد التجارب السابقة عنصراً مهماً لتحديد مفهوم هذه الظواهر بشكل أساسي، وبالرغم من أهمية التجارب السابقة إلا أن (68%) من المشاركين في الدراسة يعتمدون على وسائل الإعلام في معرفة التوقعات المناخية.

وقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة، وتمثلت الاستفادة فيما يلي:

1- ساهمت الدراسات السابقة في التحديد الدقيق لمشكلة الدراسة وصياغة تساؤلات البحث، كما ساعدت الباحثة في تفسير نتائج الدراسة ومقارنتها بدراسات الباحثين الآخرين.

2- من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة ونتائجها والأطر النظرية التي استخدمتها، رأت الباحثة أن يكون الإطار النظري المناسب للدراسة الحالية هو أنموذج الاعتماد على وسائل الإعلام؛ إذ وجد أن أغلب الدراسات السابقة تلجأ إلى استخدام نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في أوقات الأزمات والصراع، والبحث عن معلومات عن قضايا تهمهم.

### مشكلة البحث:

في ضوء سعي وسائل الإعلام العُمانية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي ترتبط ارتباطاً مباشراً بالمجتمع، تستهدف أبرز قضايا المجتمع وتتفرد في برامجها لبث كل ما هو متعلق بالبرامج والمواد الصحفية التي تطرح القضايا المجتمعية وأهمية إمداد المعلومات للجمهور، لذا تتبلور المشكلة البحثية في التعرف على مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام العُمانية المختلفة الحكومية والخاصة، المقروءة والمسموعة والمرئية (الإذاعة والتلفزيون والصحافة والإلكترونية)، وإمداد الجمهور للمعلومات حول القضايا المجتمعية بسلطنة عمان.

### أهمية الدراسة:

تهتم الدراسة بمدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام العُمانية لإمدادهم بالمعلومات الخاصة بالقضايا المجتمعية، وتركز الدراسة على الجمهور العُماني لأن المجتمع وزيادة معرفتهم بالقضايا المجتمعية سبب رئيس لاتخاذ السلوك والدلول المناسبة لتلك القضايا، وللتماشي مع العصر والحفاظ على هويته وموقفه في ظل عصر العولمة، والغزو الثقافي وكثرة وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيره.

### أهداف الدراسة:

#### يتمثل الهدف الرئيس لهذه الدراسة:

في تسليط الضوء على مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام العُمانية في الإمداد بالمعلومات حول القضايا المجتمعية لدى الجمهور، وذلك من خلال البرامج والمواد المقدمة عبر وسائل الإعلام المختلفة، ويندرج تحت هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية على النحو الآتي:

- 1- الكشف عن حجم تأثير التعرض للمضمون الإعلامي في وسائل الإعلام العُمانية، والأساليب التي تستخدمها لإمداد الجمهور العُماني بالمعلومات الكافية حول القضايا المجتمعية.

2- رصد أسباب اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام العُمانية لإكسابهم معلومات حول القضايا المجتمعية.

3- رصد الدوافع التي تجعل المبحوثين يعتمدون كثيرًا على وسائل الإعلام العُمانية؛ للحصول على معلومات عن القضايا المجتمعية العُمانية.

#### تساؤلات الدراسة:

أ- تساؤلات الدراسة الميدانية المتعمقة للخبراء والعاملين في وسائل الإعلام العُمانية في مجال القضايا المجتمعية:

1- ما أسباب اهتمام الخبراء والعاملين في الإعلام العُمانى عينة الدراسة بالعمل في مجال القضايا المجتمعية العُمانية؟

2- ما أبرز القضايا المجتمعية التي تم طرحها في وسائل الإعلام العُمانية (التلفزيون والإذاعة والصحافة)؟

3- ما رأي الخبراء في دور الإعلام العُمانى في طرح القضايا المجتمعية؟

4- ما رأي الخبراء في السياسة الإعلامية العُمانية تجاه قضايا المجتمع العُمانية؟

#### ب- تساؤلات الدراسة الميدانية:

1- ما الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة الميدانية؟

2- ما درجة تعرض الجمهور لوسائل الإعلام العُمانية؟

3- ما تقييم رأي الجمهور لأداء الإعلام العُمانى في طرح القضايا المجتمعية؟

4- ما القضايا المحلية التي يحرص الجمهور على متابعتها عبر وسائل الإعلام العُمانية؟

5- ما حاجات ودوافع الجمهور للتعرض والاعتماد على الوسائل الإعلامية العُمانية؟

### التصميم المنهجي للدراسة:

#### منهج ونوع الدراسة

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، إذ تستهدف وصف المواقف أو الظواهر والأحداث وجمع الحقائق الدقيقة، وتهدف هذه الدراسة وصف سبب اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام العمانية في الإمداد بالمعلومات حول القضايا المجتمعية لدى الجمهور.

#### مجتمع وعينة الدراسة

يشمل مجتمع الدراسة كلا من:

- الخبراء والعاملين في وسائل الإعلام العمانية المختلفة الحكومية والخاصة والممارسين للعمل الإعلامي في مجال القضايا المجتمعية في سلطنة عمان.
- عينة قوامه (398) فردا من الجمهور العماني، وهو مجتمع عام ومتاح ذكورا وإناثا من محافظة مسقط ومحافظة الباطنة شمال ومحافظة الباطنة جنوب، ومحافظة الداخلية، من الفئة العمرية من عمر (18-60) سنة أو تزيد.

#### أدوات جمع البيانات:

تم تجميع البيانات المطلوبة للبحث من خلال استخدام الأداة الآتية:

- **دليل المقابلة المتعمقة:** أجرت الباحثة مقابلة شخصية متعمقة، ووزعت دليل المقابلة على المسؤولين والخبراء والعاملين في وسائل الإعلام العمانية جميعها (الإذاعة والتلفزيون والصحافة)، في القطاعين الحكومي والخاص والمختصين في مجال القضايا المجتمعية تحديداً.
- **الاستبانة:** طبقت الباحثة استبانة الاستبانة على (398) مفردة من الجمهور العماني العام؛ بهدف التعرف على مدى اعتمادهم على وسائل الإعلام العمانية المختلفة في الإمداد بالمعلومات حول القضايا المجتمعية.

### أدوات تحليل البيانات:

أجرت الباحثة التحليل الإحصائي لبيانات هذه الدراسة من خلال برنامج (SPSS).

### الاطار النظري للدراسة:

#### نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

أصبح من المتفق عليه بين عدد كبير من الباحثين أنه لا توجد نظرية أو مدخل نظري واحد قادر على تفسير تأثيرات وسائل الإعلام، وعلى توضيح طريقة استخدام الأفراد لها وتعاملهم معها، ومن ثم برزت الحاجة البحثية إلى استخدام الأطر النظرية المتكاملة، ولا يخضع الباحث نظريات الإعلام لعمليات تفاضل، وإنما يخضعها لعمليات تكامل؛ ليتمكن الخروج بصورة عامة كلية لتأثيرات وسائل الإعلام بدلا من الخروج بصورة جزئية ضيقة لها(8)، وذلك بعد ما حدث في أواخر الستينيات بعد ظهرت بعض الدراسات، التي بينت تأثيرات وسائل الإعلام، وقد اصطلح على تسميتها بنظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام، وتعرف هذه النماذج بأنها نماذج تفاعلية، تأخذ في عين الاعتبار جميع العناصر والظروف المحيطة بالعملية الاتصالية، وتندرج إلى وسائل الإعلام على أنها نظم اجتماعية، ذات طبيعة بنائية، تتفاعل مع النظم الأخرى في المجتمع، بالإضافة إلى الخصائص النفسية والاجتماعية لأعضاء الجمهور(9).

وقد أصبح من المسلمات الرئيسية لنموذج الاعتماد على وسائل الإعلام، أن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام بصفقتها مصدرا للمعلومات يتزايد في حالة وجود أهداف للتغيير الاجتماعي، وما تشمله هذه التغييرات من تحديات بناءة أو ممارسات جديدة تؤثر في بناء الترتيب الاجتماعي، وفي هذه الحالات يتزايد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام بصفقتها مصدرا للمعلومات، وتساعد الفرد على القيام بعملية بناء هذا الترتيب الاجتماعي، وأنه إذا كانت هناك حاجات أو أهداف للفرد تجعله يعتمد على وسائل الإعلام لتحقيقها في ظروف

الاستقرار والتوازن، فإن احتمال تزايد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام يكون كبيراً في ظل الصراع أو التغيير أو حالات عدم التوازن<sup>(10)</sup>.

**وتقوم علاقات الاعتماد بوسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما<sup>(11)</sup>:**

**الأهداف:** لكي تحقق الأهداف الشخصية والاجتماعية للأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح.

**المصادر:** أن يسعى الأفراد والمنظمات المختلفة إلى الوسائل التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلوماتي يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم.

وتعدُّ نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام امتداداً لنظرية الاستخدامات والإشباع، والفارق بينهما أن نظرية الاستخدامات والإشباع تركز على الجمهور، بينما نظرية الاعتماد تركز على الأهداف فقد ركز روكيتش وديفلير على العلاقة بين المجتمع، وسلوك الجمهور، ومحتوى الرسالة<sup>(12)</sup>.

ولذلك يقوم المنظور الخاص باعتماد الأفراد على وسائل الإعلام على دعائمين رئيسيين:

**الأولى:** أن هناك أهدافاً للأفراد يريدون تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة<sup>(13)</sup>.

**الثانية:** كون نظام وسائل الإعلام نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد، وتتمثل المصادر في مراحل استقاء المعلومات ونشرها، مروراً بعملية الإعداد والترتيب والتنسيق لهذه المعلومات ثم نشرها<sup>(14)</sup>.

### أولاً: وسائل الإعلام العُمانية

اقترن ظهور وسائل الإعلام الحديثة في سلطنة عُمان بتولي السلطان قابوس مقاليد الحكم في البلاد في (23 من يوليو 1970)، وشهدت السلطنة تحولات جذرية في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والإعلامية. فقد

أدركت القيادة الجديدة تأثير الاتصال والإعلام، وأهميته في التوعية والمشاركة في صنع القرار بين الحكومة وأفراد المجتمع المحلي، وكان أول المشاريع التنموية التي أقدمت الحكومة الجديدة على تنفيذها هي: (15) شراء إذاعة صغيرة ، ثم تم إطلاق بثها بعد أسبوع واحد من العهد الجديد الذي أطل بفجره على السلطنة، أما الكلمة المطبوعة، فكان لها حضورها ومساهماتها الفعالة منذ الأيام الأولى، إذ تم إصدار نشرة تتكون من أربع صفحات باللغتين العربية والإنجليزية، وتتضمن أهم المستجدات والإنجازات التي حققتها الحكومة الجديدة، وهكذا توالى ظهور وسائل الإعلام الأخرى في سلطنة عُمان؛ كالصحف، والمجلات، والتلفزيون، ووكالة الأنباء العُمانية، وكان للإعلام العُماني دور مهم ومحوري في خدمة التنمية الاقتصادية والاجتماعية طوال العقود الماضية.

#### - نشأة الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بسلطنة عُمان:

من أهم التطورات التي حدثت في المجال الإذاعي والتلفزيوني في سلطنة عُمان، صدور المرسوم السلطاني رقم (2010/108)، بإنشاء الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون وإصدار نظامها، ففضت المادة الأولى بإنشاء هيئة عامة تسمى "الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون" تكون لها الشخصية الاعتبارية، وتتمتع بامتيازات السلطة العامة وبالاستقلال المالي والإداري، ويكون لها أهلية إدارة أموالها والتصرف فيها، وتباشر نشاطها وفق الأسس التجارية، وقضت المادة الثانية من المرسوم أن يكون مقر الهيئة محافظة مسقط، ويجوز إنشاء فروع لها داخل السلطنة أو مكاتب خارجها حسب مقتضيات المصلحة العامة، وذلك بقرار مجلس إدارتها، أما المادة الثالثة من المرسوم فقد تضمنت ما يأتي: تؤول إلى الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون جميع الحقوق، والالتزامات، والمخصصات، والمتعلقات الإدارية، والخدمية، والأصول الرأسمالية الخاصة بالمديرية العامة للإذاعة، والمديرية العامة للتلفزيون، والمديرية العامة للهندسة بوزارة الإعلام، ويؤول إليها كل ما يتعلق بالعمل الإذاعي والتلفزيوني من مقومات مادية ومعنوية، بينما نصت المادة الرابعة من المرسوم على نقل جميع الموظفين بالمديريات المشار إليها، إلى الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، وفي أكتوبر من عام (2011)، صدر مرسوم سلطاني آخر يحمل رقم (2011/100)

قضى بتعديل بعض أحكام المرسوم السلطاني رقم (2010/108)، الخاص بإنشاء الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، فقد قضى المرسوم بنقل تبعية الهيئة من وزير الإعلام إلى مجلس الوزراء، وتم تعيين الدكتور عبد الله الحراسي رئيساً لها. (16)

#### - نشأة الصحافة العُمانية:

تعود البدايات الأولى لنشأة وظهور الصحافة العُمانية إلى عام (1911)، وذلك على خلاف التوجه السائد، بأن عُمان والعُمانيين لم يعرفوا الصحافة قبل عام (1970)، وتشير مجموعة من الدراسات والبحوث بأن الوجود العُماني في شرق أفريقيا، منذ تأسيس سلطنة عربية عُمانية في زنجبار عام (1832)، عندما نقل السلطان سعيد بن سلطان مقر حكمه من عُمان إلى زنجبار حتى الثورة الزنجية العنصرية، قد أسهم في نشأة الصحافة العُمانية على الرغم من صدورها خارج حدود سلطنة عُمان، وقد صدر عدد من الصحف في زنجبار تنسب إلى شخصيات عُمانية كانت وراء إصدارها؛ مثل النجاح، والفلق، والنهضة، والمرشد (17).

#### - الإذاعة والتلفزيون ودورها في قضايا المجتمع العُماني:

إن الإذاعة في سلطنة عُمان كان له دور بارز ومهم، وسباق في التأثير في المجتمع العُماني؛ كونه من أوائل وسائل الإعلام التي أنشئت في سلطنة عُمان، ومنذ نشأتها والإذاعة سبّاقة في مناقشة قضايا تهم عامة الناس والمواطنين بشكل خاص.

كما واهتمت الإذاعة منذ نشأتها بإذاعة وتقديم برامج ومواد تتحدث عن قضايا المجتمع العُماني، وتتنوع في طريقة العرض والأسلوب، وإعداد برامج حوارية تعالج قضية اجتماعية أو نفسية، عن طريق طرح الموضوع أو المشكلة على ضيف البرنامج، الذي عادة ما يكون طبيباً نفسياً أو أخصائياً اجتماعياً (18).

لم يحظ جهاز اتصالي بحجم هذا الاهتمام الذي حظي به التلفزيون في مجال تأثيره في الأفراد والمجتمع، فقد ركز عدد كبير من الباحثين في مجالات

متعددة من العلوم الاجتماعية على التلفزيون وأثره حتى أصبح من المستحيل تعقب كل هذه الدراسات، وتسجيلها جميعاً، ولكن يمكن القول إن دراسات تأثير التلفزيون تغطي معظم مجالات الاجتماعية، فمن علم النفس، إلى علم الاجتماع، إلى العلوم السياسية وحتى اللغويات، تمتد الدراسات الباحثة في أثر وتأثير التلفزيون، فلا يكاد يخلو بلد -فيه بث تلفزيوني- من دراسات تناول أثره في المجتمع. إن عدد الدراسات التي اهتمت بأثر التلفزيون في الحياة السياسية كبير، وقد جاء ذلك نتيجة عدد من الملاحظات حول السلوك السياسي للمواطنين من جراء مشاهدة المواد السياسية في التلفزيون، ففي الغرب تعذر أحداث مثل حرب فيتنام في السبعينيات، ومواجهة السود للاضطهاد العنصري في أمريكا في الستينيات، وحرب فرنسا على الجزائر، واغتيال جون كينيدي، ومارتن لوتر كينج، من الأحداث التي أثر في التلفزيون على اتجاهات الناس وتمكن من إيجاد رأي عام حول تلك القضايا، وهو ما استدل به الباحثون على قوة تأثير التلفزيون في المجتمع.<sup>(19)</sup> ويعد التلفزيون من أكثر وسائل الإعلام تأثيراً واستحوذاً على نفوس المشاهدين بما يقدمه من برامج تعمل على تربية الفرد وتنقيفه بالمعلومات، وتزويده بالخبرات الجديدة في إطار من العرض الأشائق الذي يواكب المبادئ السيكلوجية لعملية التعليم.

#### - برامج التواصل الاجتماعي ودورها في قضايا المجتمع العُماني:

نالت وسائل التواصل الاجتماعي أهمية واسعة وتأثيراً عميقاً، وأصبحت ذات دور أساسي ورئيس في توجيه المجتمعات العربية، بحسب خبراء هذا المجال، وحركت تلك القوة التي اكتسبتها وسائل التواصل الاجتماعي؛ مثل: (فيسبوك، وتويتر، وإنستجرام، وسناب شات) السلطة نحو السعي لاحتوائها أو التعامل معها، وذلك عند انطلاق شرارة الربيع العربي خاصة، فكان لها دور مهم ومحوري في نقل وتداول الأخبار والمعلومات حول الاحتجاجات، وأصبح الإقبال شديداً عليها في المجتمع العربي. هذا ما ظهر جلياً بعد ثورات الربيع العربي وكان كل المشكلات، والقضايا السياسية والاجتماعية، وحتى الاقتصادية التي تورد العالم

العربي كلها كانت معلقة ومؤجلة إلى حين ظهرت تلك الوسائل، التي جعلت ساحة المناقشات لهذه القضايا منفذاً على وسائلها المختلفة(20).

هذا الأمر أدى إلى ظهور تساؤلات كثيرة حول مدى تحريك وسائل وبرامج التواصل الاجتماعي الجمهور والتأثير فيهم، واعتماد وسائل الإعلام الأخرى على ما يتداوله رواد وسائل التواصل الاجتماعي بجذب اهتمامهم، وقد شهدت سلطنة عُمان في (17 فبراير 2011) مظاهرات واعتصامات ومطالبات بالتغيير والإصلاح(21).

#### ثانياً: الدراسة الخاصة بالمقابلات المتعمقة

يتضمن هذا الجزء عرض نتائج الدراسة الخاصة بالمقابلات المتعمقة على عينة من الخبراء العاملين في مجال الإعلام والقضايا المجتمعية في سلطنة عُمان، وكانت كالاتي:

نتائج الدراسة على عينة الخبراء: مدى اهتمام الخبراء والمسؤولين بالقضايا المجتمعية وطرحها في الوسائل الإعلامية العُمانية:

#### جدول رقم (1)

أسباب اهتمام الخبراء عينة الدراسة بطرح القضايا المجتمعية في البرامج والمواد الإعلامية

النسبة %	التكرار	الأسباب
32.3%	12	تلامس مشاكل المجتمع العُماني
27%	10	التفاعل مع المجتمع
24.3%	9	نشر الوعي المجتمعي حول القضايا
5.4%	2	لإيجاد الحلول للمشكلات
100%	37	المجموع

يتضح من الجدول السابق رقم (1) أن (32.3%) من الخبراء عينة الدراسة يجدون أن سبب اهتمامهم بطرح القضايا المجتمعية لأنها "تلامس مشاكل المجتمع العُماني" بالمرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية كان السبب "التفاعل مع المجتمع" وذلك بنسبة (27%)، وفي حين تبلغ نسبة الذين يجدون أن سبب اهتمامهم بطرح القضايا هو "نشر الوعي المجتمعي حول القضايا"

مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام العُمانية في مجال القضايا المجتمعية بسلطنة عمان

بنسبة (24.3%)، أما نسبة الخبراء الذين يرون أن سبب اهتمامهم بطرح القضايا كان لسبب "لإيجاد الحلول للمشكلات" وذلك بنسبة (5.4%).

### جدول رقم (2)

القضايا المجتمعية التي يحرص الخبراء عينة الدراسة على طرحها في وسائل الإعلام

النسبة %	التكرار	القضية
24.3%	9	الأسرة والطفل
16.2%	6	التعليم
3.1%	3	الباحثين عن عمل
3.1%	3	الاقتصاد
3.1%	3	الصحة
3.1%	3	الشباب
27.1%	10	كل قضايا المجتمع
100%	37	المجموع

يتضح من الجدول رقم (2) أن (27.1%)، من الخبراء عينة الدراسة يحرصون على طرح القضايا المجتمعية التي تختص "بكافة القضايا المجتمعية"، وهي نسبة متقاربة جداً مع قضايا "الأسرة والطفل" وذلك بنسبة (24.3%)، أما في مجال "التعليم" فهي بنسبة (16.2%)، واهتم الخبراء بكل من "الصحة والاقتصاد والشباب والباحثين عن العمل" بالنسبة نفسها وهي (3.1%)، وترى الباحثة أن الخبراء حريصون جداً على طرح كافة القضايا المجتمعية، وتحديد قضايا الأسرة والطفل، وهذا ما يفسر أن الأسرة هي الأنواء الأساسية في المجتمع العُماني، فإن بناء الأسرة والطفل والاهتمام بطرح قضاياها واهتماماته، والحلول لكل ما يخص الأسرة شيء أساسي عند الخبراء عينة الدراسة

### جدول رقم (3)

رأي الخبراء عينة الدراسة في دور الإعلام العُماني في طرح القضايا المجتمعية

النسبة %	التكرار	الرأي
56.8%	21	جيد

لا بأس	6	16.2%
غير جيد	10	27%
المجموع	37	100%

يوضح الجدول السابق رقم (3) رأي الخبراء عينة الدراسة في دور الإعلام العُماني في طرح القضايا المجتمعية، واتضح أن (56.8%) من الخبراء يرون أن دور الإعلام العُماني "جيد"، وله دور بارز وواضح في طرح القضايا المجتمعية، و(27%) من عينة الدراسة يرون أن الدور الإعلامي العُماني "غير جيد"، و(16.2%) من الخبراء يرون أنه "لا بأس" بالدور الذي يقدمه الإعلام العُماني في طرحه للقضايا المجتمعية، ويتبين للباحثة من خلال آراء الخبراء أن أكثر من نصف الخبراء عينة الدراسة يرون أن الدور الإعلامي في طرح القضايا المجتمعية هو دور جيد، ويقدم كافة المعلومات للجمهور، ويلبي رغباتهم وحاجاتهم للمعرفة، حول القضايا وأبرز الحلول لتلك المشكلات، إذ للإعلام دور بارز في تناول القضايا المجتمعية، ونؤكد هنا أن الإعلام ليس جهة تنفيذية لهذه القضايا، وإنما دوره يكمن في تناول هذه القضايا وفي المقابل أيضاً إبراز الجهود المبذولة من الجهات المعنية لحل هذه القضايا.

#### جدول رقم (4)

#### رأي الخبراء عينة الدراسة في سياسة الإعلام العُماني اتجاه قضايا المجتمع العُماني

النسبة %	التكرار	السياسة الإعلامية العُمانية
56.8%	21	متزنة
27%	10	متحفظة
10.8%	4	محايدة
5.4%	2	موجهة
100%	37	المجموع

الجدول رقم (4) يوضح رأي الخبراء عينة الدراسة في سياسة الإعلام العُماني اتجاه قضايا المجتمع العُماني، فيرى الخبراء بنسبة (56.8%) أن سياسة وسائل الإعلام العُماني اتجاه قضايا المجتمع العُماني سياسة "متزنة"، و(27%) من الخبراء عينة الدراسة يرون أنها سياسة "متحفظة"، واتضح أن (10.8%) من الخبراء عينة الدراسة يرون السياسة الإعلامية حول القضايا المجتمعية سياسة "محايدة"، وبنسبة (5.4%) يرونها سياسة "موجهة"، وتفسر

مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام العُمانية في مجال القضايا المجتمعية بسلطنة عمان

الباحثة هذه النتيجة أن أكثر من نصف الخبراء عينة الدراسة يرون أن السياسة الإعلامية اتجاه قضايا المجتمع وطرحها، هي سياسة متزنة، ويتعاملون مع هذه القضايا والمشكلات باتزان شديد لا يفعلون بكثرة، ولا يتهاونون مع هذه القضايا، وأعتقد أن هذه السياسة هي الأفضل فعلا.

### ثالثا: الدراسة الميدانية

يتضمن هذا الجزء عرض النتائج المتعلقة بالاستبيان الذي تم طرحه على الجمهور العماني لمعرفة مدى اعتمادهم على الوسائل الإعلامية العمانية لإمدادهم بالمعلومات حول القضايا المجتمعية في سلطنة عمان، وكانت كالآتي:

أولا: من حيث الخصائص الديموغرافية:  
1- خصائص العينة من حيث النوع:

#### جدول رقم (5) توزيع العينة من حيث النوع

النوع	تكرار	نسبة %
ذكر	216	54.3
أنثى	182	45.7
مجموع	398	100

يبين الجدول أعلاه أن نسبة الذكور الذين قاموا بحلّ الاستبانة أعلى من نسبة الإناث بنسبة (8.6%)؛ فنسبة الذكور المستجيبين (54.3%)، في المقابل نسبة الإناث (45.7%).

#### جدول رقم (6)

#### توزيع العينة من حيث متغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	تكرار	نسبة %
أعزب	140	35.2
متزوج	245	61.6
مطلق	10	2.5
أرمل	3	0.8
مجموع	398	100

يتضح من الجدول رقم (6) أن معظم أفراد عينة الدراسة هم المتزوجون. إذ يشكل المتزوجون في العينة (61.6%)، تليها فئة العُزاب بنسبة (35.2%)، يليها المطلقون بنسبة (2.5%).

### جدول رقم (7)

#### أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	تكرار	نسبة %
يقرأ ويكتب	16	4
ابتدائي	3	0.8
إعدادي	7	1.8
دبلوم عام/ ثانوي	64	16.1
دبلوم عام/ بعد الثانوية	63	15.8
جامعي/بكالوريوس	201	50.5
ماجستير	39	9.8
دكتوراه	5	1.3
مجموع	398	100

من خلال الجدول رقم (7) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي أن نسبة خريجي البكالوريوس هم النسبة الأعلى (50.5%)، يليها الدبلوم العام الثانوي بنسبة (16.1%)، يليها الدبلوم بعد الثانوية بنسبة (15.8%)، يليها الحاصلون على درجة الماجستير بنسبة (9.8%). وهي الشهادات الأعلى من بقية المستويات الأخرى.

### جدول رقم (8)

#### أفراد العينة حسب متغير العمر

العمر	تكرار	نسبة %
(20-29 سنة)	165	41.5
(30-39 سنة)	161	40.5
(40-49 سنة)	57	14.3
(50-59 سنة)	13	3.3
60 سنة فأكثر	2	0.6
مجموع	398	100

من خلال الجدول رقم (8) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر، أن النتائج تشير إلى أنه تركزت أعمار المبحوثين في الفئتين العمريتين (من 20 إلى 29) سنة بنسبة (41.9%)، والفئة العمرية (من 30 إلى 39) سنة بنسبة (40.5%)، يليها فئة (من 40 إلى 49) سنة بنسبة (14.4%)، ثم الفئة العمرية (من 50 إلى 59) سنة بنسبة (3.3%)، وأقل فئة عمرية هم (من 60 سنة فأكثر).

ثانياً: من حيث اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام العمادية للحصول على معلومات حول القضايا المجتمعية التي تهمهم وحاجاتهم ودوافعهم

### جدول رقم (9)

"درجة تعرض المبحوثين لوسائل الاتصال العُمانية"

(حجم العينة = 398)

مجموع	أتعرض لها بانتظام		أتعرض لها إلى حد ما		لا أتعرض لها		الوسائل
	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
398	28.1	112	48	191	23.9	95	الصحف الورقية
398	13.8	55	30.2	120	56	223	المجلات الورقية
398	13.6	54	54.8	218	31.7	126	التلفزيون
398	16.6	66	52.8	210	30.7	122	الراديو
398	24.9	99	42.5	169	32.7	130	المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية العُمانية
398	39.9	159	46	183	14.1	56	شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية العُمانية

يوضح الجدول رقم (9) درجة تعرض المبحوثين لوسائل الاتصال العُمانية، أشارت النتائج أن أفراد العينة الذين يتعرضون لوسيلة شبكات التواصل الاجتماعي التابعة للمؤسسات الإعلامية العُمانية كانت إجاباتهم (أتعرض لها) بالمرتبة الأولى بنسبة (48%)، وترى الباحثة - من النتائج - أن المبحوثين (يتعرضون) بشكل عام لوسائل الإعلام العُمانية أكثر من كونهم (يتعرضون لها بشكل منتظم)، ويرجع ذلك لظروف الحياة المختلفة والالتزامات لأفراد العينة؛ إذ إن أكثر وسيلة يتعرضون لها بشكل منتظم هي

مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام العُمانية في مجال القضايا المجتمعية بسلطنة عمان

"شبكات التواصل الاجتماعي التابعة للمؤسسات الإعلامية العُمانية"، ويتبين هنا أن التوجه للإعلام الحديث والإلكتروني لما فيه من سرعة هائلة في عملية النشر والتداول من قبل مستخدميها، وأكثر وسيلة (لا يتعرضون لها) هي "المجلات الورقية".

### جدول رقم (10)

#### "تقييم المبحوثين لأداء الإعلام العُمانية في طرح قضايا المجتمع العُمانية"

مستوى التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق		أوافق إلى حد ما		أوافق		العبارات
			نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
مرتفع	0.597	2.48	5.3	21	41.7	166	53	211	يغلب عليه وجهة النظر الرسمية
متوسط	0.677	2.29	12.6	50	45.7	182	41.7	166	يفتقد إلى التعمق في مناقشة القضايا المهمة
متوسط	0.669	2.26	12.8	51	48.7	194	38.4	153	يفتقر الطرح لعناصر الجاذبية والتشويق والابتكار
متوسط	0.654	2.18	14.1	56	54.3	216	31.7	126	يطرح وجهات نظر متكررة عند تناول القضايا
متوسط	0.712	2.18	17.8	71	46.2	184	35.9	143	لا توجد متابعة للقضايا التي يتم طرحها
متوسط	0.72	2.18	18.6	74	45.2	180	36.2	144	غياب متخصصين في طرح الموضوعات
متوسط	0.648	2.14	15.1	60	56.3	224	28.6	114	يعتمد الإعلام العُمانية على كوادر عُمانية مؤهلة
متوسط	0.742	2.14	21.4	85	43	171	35.7	142	المعالجة الإعلامية سطحية وتفتقر للأدلة
متوسط	0.703	2.12	19.3	77	49.2	196	31.4	125	يبث القضايا وينشرها في أوقات ووسائل مناسبة
متوسط	0.736	2.1	22.6	90	45	179	32.4	129	القضايا تناقش دون ربطها بواقع المجتمع
متوسط	0.674	1.94	25.9	103	54.3	216	19.8	79	يتسم طرح الإعلام العُمانية للقضايا بالدقة وعدم التحيز
متوسط	0.67	1.86	30.4	121	53.3	212	16.3	65	يطرح الإعلام العُمانية قضايا

مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام العُمانية في مجال القضايا المجتمعية بسلطنة عمان

متوسط	0.649	1.82	31.7	126	54.8	218	13.6	54	المجتمع بشكل متميز يتميز الطرح بجودة فنية عالية
متوسط	0.665	1.81	33.4	133	52.3	208	14.3	57	يستخدم الإعلام العُماني أساليب متطورة في الطرح

وترى الباحثة في جدول رقم (10) أنه في تقييم المستجيبين -عينة الدراسة- لأداء الإعلام العُماني في طرح قضايا المجتمع العُماني، تم ترتيب العبارات من الأكثر موافقة إلى الأقل موافقة، وجميع فقرات المحور مستوى تقييم متوسط ماعدا الفقرة (يغلب عليه وجهة النظر الرسمية)، فمستوى التقييم مرتفع.

جدول رقم (11)

"القضايا المحلية التي يحرص المبحوثون على متابعتها من وسائل الإعلام العُمانية"

مجموع	غير مهمة		إلى حد ما		مهمة		القضايا
	نسبة %	ت	نسبة %	ت	نسبة %	ت	
398	4	16	15.3	61	80.7	321	الباحثون عن العمل
398	5.3	21	20.4	81	74.4	296	التربية والتعليم
398	6	24	26.1	104	67.8	270	الأسرة والأطفال والمجتمع وقضايا التنشئة
398	6.3	25	26.1	104	67.6	269	الشؤون الصحية والأمراض والأمور الطبية
398	5.8	23	28.6	114	65.6	261	الحوادث المرورية
398	5	20	30.9	123	64.1	255	البيئة والطقس وقضايا المناخ
398	6	24	32.2	128	61.8	246	الأمّن والجريمة
398	6.3	25	33.4	133	60.3	240	قضايا الشباب والتحديات والفرص المتاحة
398	8	32	38.4	153	53.5	213	حماية المستهلك
398	8.5	34	38.2	152	53.3	212	الانتماء والهوية الوطنية
398	7.3	29	42.7	170	50	199	الشؤون الدينية والفقهية
398	9.3	37	42	167	48.7	194	قضايا المجتمع المدني
398	10.6	42	42.2	168	47.2	188	حقوق الإنسان والحريات العامة
398	10.3	41	44.5	177	45.2	180	القيم والعادات والتغيير في المجتمع
398	11.6	46	44	175	44.5	177	المرأة العاملة
398	11.1	44	44.7	178	44.2	176	التدريب والتطوير وتنمية القدرات الذاتية
398	10.8	43	45.2	180	44	175	ذوي الاحتياجات الخاصة
398	11.6	46	46.7	186	41.7	166	السياحة والخدمات السياحية

مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام العُمانية في مجال القضايا المجتمعية بسلطنة عمان

398	13.1	52	45.7	182	41.2	164	القضايا السياسية والشورى
398	14.1	56	49.7	198	36.2	144	الثقافة والأدب والفن
398	16.3	65	50.3	200	33.4	133	الشؤون القانونية والإدارية
398	24.9	99	43.7	174	31.4	125	الرياضة
398	38.4	153	43	171	18.6	74	الأسهم والعقار

يوضح الجدول السابق رقم (11) القضايا المحلية التي يحرص الباحثون على متابعتها من وسائل الإعلام العُمانية، وتوضح النتائج في الجدول القضايا المجتمعية مرتبة من الأكثر أهمية للمستجيبين إلى الأقل أهمية، تعتبر قضايا الباحثين عن العمل من أكثر القضايا اهتماما، وذلك بنسبة (80.7%)، تليها قضايا التربية والتعليم بنسبة (74.4%)، ثم قضايا الأسرة والأطفال وقضايا التنشئة بالمرتبة الثالثة بنسبة (67.8%)، وتفسر الباحثة من خلال نتائج الجدول السابق أن أكثر القضايا التي يهتم بها الباحثون، عينة الدراسة هي قضايا الباحثين عن العمل، لذلك اختارت الباحثة طرح قضية الباحثين عن العمل، بسلطنة عُمان، وأسبابها وتبعاتها في الفصل النظري الثالث من الدراسة الحالية، لوعيتها التام بأزمة الباحثين عن العمل بالسلطنة، فالتعيين موقوف منذ عام (2015)، وكل مخرجات التعليم العالي من جامعات، وكليات محلية ودولية هم باحثون عن العمل، وازدادت الطلبات في المدة الأخيرة لوجود؛ فقد أصدر صاحب الجلالة مرسوماً سلطانياً بضرورة تعيين (25000) مواطن في عام (2017)، إلا أن الوظائف غالبيتها كانت فنية، ومهنية، وفي القطاع الخاص وقد لا تناسب بعضهم، لا سيما الأعداد الهائلة التي ما زالت بانتظار دورها في التعيين، لذا ما زالت قضية الباحثين عن العمل هي الأولى بالسلطنة.

جدول رقم (12)

"الدوافع والحاجات التي تجعل الباحثين يتابعون البرامج والمواد الإعلامية عن القضايا المجتمعية التي تقدمها وسائل الإعلام العُمانية"

مستوى التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط	مجموع	لا أوافق		أوافق إلى حد ما		أوافق		العبارات
				نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
مرتفع	0.541	2.68	398	3.8	15	24.1	96	72.1	287	لأحصل على معلومات مهمة وجديدة
مرتفع	0.557	2.63	398	3.8	15	29.6	118	66.6	265	للتعرف على التحديات التي تواجه

مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام العُمانية في مجال القضايا المجتمعية بسلطنة عمان

المجتمع										
لتحقيق الخبرة والمعرفة عن قضايا المجتمع	مرتفع	0.57	2.58	398	4	16	33.7	134	62.3	248
لاكتساب مهارات في التعامل مع القضايا	مرتفع	0.625	2.47	398	7	28	39.2	156	53.8	214
للقدرة على مناقشة موضوعات مهمة عن المجتمع مع أفراد المجتمع	مرتفع	0.604	2.46	398	5.8	23	42.7	170	51.5	205
للمساهمة في تعزيز انتمائي لوطني ومجتمعي	مرتفع	0.673	2.43	398	10.3	41	35.9	143	53.8	214
لإيجاد حلول تحسن من أساليب الحياة الذي	مرتفع	0.67	2.41	398	10.3	41	38.4	153	51.3	204
تساعدني في حل بعض المشكلات	متوسط	0.683	2.3	398	12.8	51	44.5	177	42.7	170
لزيادة الشعور بالأمان	متوسط	0.714	2.29	398	15.1	60	40.5	161	44.5	177

وبالنظر إلى عبارات الجدول رقم (12) في متوسطاتها الحسابية، والترتيب الذي تحصلت عليه في تحديد موقف المبحوثين اتجاه الدوافع والحاجات، التي تجعل المبحوثين يتابعون البرامج والمواد الإعلامية عن القضايا المجتمعية التي تقدمها وسائل الإعلام العُمانية، فإننا نجد أن العبارة الخاصة "لأحصل على معلومات مهمة وجديدة" قد حصلت على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (2.68)، وهذا يدل على ارتفاع مستوى الموافقة، وترى الباحثة أن الدوافع والحاجات التي تجعل المبحوثين يتابعون البرامج والمواد الإعلامية عن القضايا المجتمعية التي تقدمها وسائل الإعلام العُمانية، هي للحصول على معلومات مهمة وجديدة عن القضايا المجتمعية بدرجة أولى؛ لذا فموقف أفراد عينة الدراسة اتجاه حاجات ودوافع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام العُمانية يتجه نحو الموقف الإيجابي.

من النتائج التي توصلت إليها الباحثة:

- سياسة الإعلام العماني اتجاه قضايا المجتمع العماني هي سياسة متزنة، وهناك مرونة في جوانب أخرى، متزنة في الطرح الذي لا يمكن أن يتدخل

في شؤون الآخرين، وسياسات الدول الأخرى، ومرنة في طرح قضايا المجتمع والبحث عن الحلول للكثير من تلك الإشكاليات.

- شبكات التواصل الاجتماعي التابعة للمؤسسات الإعلامية هي من أكثر الوسائل الإعلامية التي يتعرض لها الجمهور العماني، ويعتمد عليها للحصول على معلومات عن القضايا المجتمعية ومتابعة الأحداث الجارية في البلاد.
  - قضايا الباحثين عن العمل هي من أبرز وأولى القضايا، التي يحرص الجمهور على متابعتها من خلال وسائل الإعلام العمانية المختلفة (الصحف، والإذاعة، والتلفزيون، وشبكات التواصل الاجتماعي التابعة للمؤسسات الإعلامية العمانية، والمواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية العمانية).
  - إن الدوافع والحاجات التي تدفع الجمهور العماني لمتابعة البرامج والمواد الإعلامية المتخصصة عن القضايا المجتمعية التي تقدمها وسائل الإعلام العمانية كان من أبرزها الحصول على معلومات مهمة وجديدة، حول القضايا والأحداث الجارية وتحقق المعرفة اتجاهها.
- ملخص البحث:

يهدف هذا البحث إلى معرفة مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام العمانية المختلفة الحكومية والخاصة، المقروءة والمسموعة والمرئية، وإمداد الجمهور بالمعلومات حول القضايا المجتمعية بسلطنة عمان، وذلك من خلال دراسة ميدانية على الجمهور العماني، والوقوف على أداء هذه الوسائل ومدى تحقيقها الأهداف المرجوة في هذا الصدد، وقياس مدى اهتمام الجمهور العُماني في مجالات القضايا المجتمعية، ومعرفة أسباب تعرضهم للوسائل الإعلامية العمادية من خلال المواد والبرامج المتنوعة، ومدى الاستجابة لهذه المواد لإمدادهم بالمعلومات الكافية حول القضايا التي تهمهم.

المراجع العربية:

1. منى الحديدي وآخرون، "استخدامات الشباب العربي للقنوات الفضائية وتأثيراتها فيهم" دراسة حالة لطلاب معهد البحوث والدراسات العربية (جمهورية مصر العربية: القاهرة، معهد البحوث والدراسات العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 2006).
2. حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (جمهورية مصر العربية: القاهرة، الدار اللبنانية المصرية، الطبعة الخامسة، 2005).
3. أميرة النمر، "اعتماد المراهقين السعوديين على وسائل الإعلام في المعرفة بالقضايا المحلية والعربية والدولية - دراسة مقارنة بين الوسائل التقليدية والحديثة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثامن، العدد الرابع، أكتوبر/ديسمبر، 2007.
4. محمود أحمد محمود مزيد، اعتماد المراهقين على القنوات الإخبارية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد السادس، العدد الثاني، يونيو/ديسمبر 2005.
5. حازم الحمداني، الإعلام الحربي والعسكري، (الأردن، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010).
6. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (جمهورية مصر العربية: القاهرة، عالم الكتاب، الطبعة الثالثة، 2010).
7. محمد بن عوض المشيخي، الإعلام في الخليج العربي واقعه ومستقبله (سلطنة عُمان: مسقط، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، 2015).
8. محسن الكندي، الصحافة العمانية المهاجرة صحيفة الفلق وشخصياتها (لبنان: بيروت، رياض الريس للكتاب والنشر، 2001).
9. محمود قلندر، وسائل الاتصال والمجتمع (الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2015).

رسائل الماجستير والدكتوراه والبحوث العربية:

1. نوال عبدالرزاق عسكر النقبلي، اعتماد الجمهور الإماراتي على مواقع التواصل الاجتماعي والفضائيات العربية المتخصصة في الحصول على المعلومات المتعلقة بالثورات العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جمهورية مصر العربية: القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2018).
2. مطر علي مطر المطيري، اعتماد الجمهور الكويتي على وسائل الإعلام التقليدية ومواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول القضايا الكويتية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جمهورية مصر العربية: القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2017).
3. محمد زيد محمد عبيدات، العلاقة بين الاعتماد على الصحافة الإلكترونية الأردنية ومستوى المعرفة بقضايا الفساد لدى الجمهور الأردني واتجاهاته نحوها، رسالة دكتوراه غير

## مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام العُمانية في مجال القضايا المجتمعية بسلطنة عمان

منشورة (جمهورية مصر العربية: القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2017).

4. خالد بن محمد الكثيري، دور وسائل الإعلام العمانية في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الرأي العام، رسالة دكتوراه غير منشورة (جمهورية مصر العربية: القاهرة، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات السياسية، 2015).

5. هدى علي محمد حسن، العلاقة بين تعرض المرأة المصرية للقنوات الفضائية والمواقع الإخبارية على الإنترنت ومستوى المعرفة السياسية بالقضايا القومية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جمهورية مصر العربية: القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2016م).

6. محمد رضا محمد حبيب، "معالجة وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لقضايا الفساد في مصر"، رسالة دكتوراه غير منشورة (جمهورية مصر العربية: القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2013).

### المراجع الأجنبية:

1. Anicia Peters (2013), **Social Media and its Influence on Culture**, Iowa State University – Polytechnic of Namibia, Published ACM Press, Paris – France.
2. Rebecca Sawyer (2011), The Impact of New Social Media on Intercultural Adaptation, Senior Honor , Published Project Paper, University of Rhode Island, USA.
3. Wojciech Biernacki, Anita Bokwa, Boleslaw Domański, Jarosław Działek, Karol Janas and Tomasz Padło(2009), **Mass media as a source of information about extreme natural phenomena in Southern Poland**, Communicating Climate Change: Discourses, Mediations and Perceptions. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho Available from: [http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/climate\\_change](http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/climate_change).

- (1) نوال عبدالرزاق عسكر النعبي، اعتماد الجمهور الإماراتي على مواقع التواصل الاجتماعي والفضائيات العربية المتخصصة في الحصول على المعلومات المتعلقة بالثورات العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جمهورية مصر العربية: القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2018).
- (2) مطر علي مطر المطيري، اعتماد الجمهور الكويتي على وسائل الإعلام التقليدية ومواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول القضايا الكويتية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جمهورية مصر العربية: القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2017).
- (3) محمد زيد محمد عبيدات، العلاقة بين الاعتماد على الصحافة الإلكترونية الأردنية ومستوى المعرفة بقضايا الفساد لدى الجمهور الأردني واتجاهاته نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة (جمهورية مصر العربية: القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2017).
- (4) خالد بن محمد الكثيري، دور وسائل الإعلام العمانية في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الرأي العام، رسالة دكتوراه غير منشورة (جمهورية مصر العربية: القاهرة، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات السياسية، 2015).
- 5) Anicia Peters (2013), **Social Media and its Influence on Culture**, Iowa (State University – Polytechnic of Namibia, Published ACM Press, Paris – France.
- 6) Rebecca Sawyer (2011), **The Impact of New Social Media on Intercultural Adaptation**, Senior Honor , Published Project Paper, University of Rhode Island, USA
- (7) Wojciech Biernacki, Anita Bokwa, Bolesław Domański, Jarosław Działek, Karol Janas and Tomasz Padło(2009), **Mass media as a source of information about extreme natural phenomena in Southern Poland**, Communicating Climate Change: Discourses, Mediations and Perceptions. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho Available from: [http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/climate\\_change](http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/climate_change).
- (8) منى الحديدي وآخرون، "استخدامات الشباب العربي للقنوات الفضائية وتأثيراتها فيهم" دراسة حالة لطلاب معهد البحوث والدراسات العربية (جمهورية مصر العربية: القاهرة، معهد البحوث والدراسات العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 2006) ص29.
- (9) حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، (جمهورية مصر العربية: القاهرة، الدار اللبنانية المصرية، الطبعة الخامسة، 2005) ص288.

- (10) أميرة النمر، "اعتماد المراهقين السعوديين على وسائل الإعلام في المعرفة بالقضايا المحلية والعربية والدولية - دراسة مقارنة بين الوسائل التقليدية والحديثة، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد الثامن، العدد الرابع، أكتوبر/ديسمبر، 2007.
- (11) محمود أحمد محمود مزيد، اعتماد المراهقين على القنوات الإخبارية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد السادس، العدد الثاني، يونيو/ديسمبر 2005.
- (12) هدى علي محمد حسن، العلاقة بين تعرض المرأة المصرية للقنوات الفضائية والمواقع الإخبارية على الإنترنت ومستوى المعرفة السياسية بالقضايا القومية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جمهورية مصر العربية: القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2016م) ص 39.
- (13) حازم الحمداني، *الإعلام الحربي والعسكري*، (الأردن، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010) ص 39.
- (14) محمد عبد الحميد، *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير*، (جمهورية مصر العربية: القاهرة، عالم الكتاب، الطبعة الثالثة، 2010) ص 298.
- (15) محمد بن عوض المشيخي، *الإعلام في الخليج العربي واقعه ومستقبله* (سلطنة عُمان: مسقط، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، 2015) ص 23.
- (16) محمد بن عوض المشيخي، مرجع سابق، ص 27.
- (17) محسن الكندي، *الصحافة العمانية المهاجرة صحيفة الفلق وشخصياتها* (لبنان: بيروت، رياض الرئيس للكتب والنشر، 2001) ص 360.
- (18) محمد بن عوض المشيخي، مرجع سابق، ص 37.
- (19) محمود قلندر، *وسائل الاتصال والمجتمع* (الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2015) ص 150-151.
- (20) محمد رضا محمد حبيب، "معالجة وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لقضايا الفساد في مصر"، رسالة دكتوراه غير منشورة (جمهورية مصر العربية: القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2013) ص 89.
- (21) هلال بن علي الرشيد، استخدامات طلبة جامعة السلطان قابوس لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة (سلطنة عمان: مسقط، جامعة السلطان قابوس، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، 2014) ص 63.