

Sultan Qaboos University
Journal of Arts & Social Science



جامعة السلطان قابوس
مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية

دور وسائل الإعلام العمانية الجماهيرية في التنشئة السياسية «دراسة استطلاعية في اتجاهات الجمهور»

أنور محمد الرواس

أستاذ مشارك
قسم الإعلام
كلية الآداب والعلوم الاجتماعية
جامعة السلطان قابوس

دور وسائل الإعلام العمانية الجماهيرية في التنشئة السياسية «دراسة استطلاعية»

أنور محمد الرواس

مستخلص:

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن اتجاهات الجمهور حول الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام العمانية الجماهيرية في عملية التنشئة السياسية. وتندرج الدراسة ضمن الدراسات الاستطلاعية، حيث قام الباحث بتصميم استمارة استبيان تم تطبيقها على عينة قوامها ٣٠٠ مفردة، تم توزيع أفرادها على ستة فئات هي الهيئة الأكاديمية، وأعضاء مجلس عمان، وفئة العاملين في المجال الإعلامي، وفئة الإداريين في القطاعين العام والخاص، وفئة القيادات السياسية والعسكرية، وفئة طلاب الجامعة. وأظهرت نتائج هذه الدراسة الاستطلاعية أن وسائل الإعلام تربعت على صدارة المؤسسات المعنية بالتنشئة السياسية، وربما يكون السبب في ذلك مقدرتها على التأثير وتشكيل الاتجاهات السياسية بسبب طبيعتها الجماهيرية وتنوع مضامينها. كما تشير النتائج إلى أن تكوين الاتجاهات الفكرية والسياسية يمثل الدور الأول للمؤسسات المعنية بالتنشئة السياسية. أما من حيث مظاهر ممارسة التنشئة السياسية، فيستنتج من النتائج أن الانتخابات تصدرت ترتيب هذه المظاهر، ربما بسبب اهتمام المواطنين بالعملية السياسية والمشاركة في الانتخابات. وأوضحت النتائج وجود اختلاف من حيث اتجاهات عينة الدراسة حول وجود دور للإعلام العماني الجماهيري في التنشئة السياسية.

الكلمات الدالة: وسائل الإعلام العمانية، التنشئة السياسية، اتجاهات الجمهور

The Role of Omani Mass Media in Political Socialization Exploratory Study

Anwar Mohamad Al Rawas

Abstract: The study aims to explore the perspectives of Omani viewers on the role of Omani mass media in the political socialization process. The study uses a questionnaire with a sample of ٣٠٠ respondents, divided into six categories: academics, members of the Council of Oman, media specialists, administrators in the public and private sectors, political and military leaders, and university students. The results of this exploratory study show that respondents generally rate mass media as the first institution of political socialization. The reason for this result may be attributed to the ability of mass media to influence and shape political views, due to their wide coverage and diversity of content. The results also indicate that forming intellectual and political perspectives represents the primary role of institutions concerned with political socialization. With respect to the various manifestations of political socialization practices, the results show that the elections are the main embodiment of such political socialization practices. This can perhaps be attributed to the citizens' interest in the political process and their active participation in the elections. The results also show some differences in the views of the respondents regarding the role of the Omani mass media in political socialization.

Keywords: Omani media, Political socialization, Audience attitudes

مقدمة:

أصبح ليس مقصوراً على توصيل الأنباء والآراء والأفكار داخل المجتمع، ولكنه يعد حلقة الوصل التي تربط الفرد بالعالم الخارجي. ويلاحظ إن الإعلام يرتبط بنظام الحكم في المجتمع، وعلى سبيل المثال، يدعو الإعلام في نظم الحكم الديمقراطية إلى حرية الفرد في الاختيار ومناقشة قرارات الحكام، وفي نظم الحكم الشمولية، يلاحظ أن الإعلام يعمل على تدعيم سلطات الطبقة الحاكمة ومساندتها في القرارات التي تتخذها (نجم، ٢٠٠٤: ١٤١).

وقد برز دور وسائل الإعلام في عملية التنشئة السياسية في الآونة الأخيرة باعتبارها أدوات لتوفير كم كبير من المعلومات عن الأحداث الجارية، وتتدخل في تشكيل أفكار الأفراد، وبث المعتقدات السياسية بما يتناسب مع التوجه السياسي الحاكم. وقد أثبتت البحوث أن أكثر الآراء الجديدة التي يكتسبها الشباب يكون مصدرها المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام. وتبدو العلاقة الوثيقة بين الإعلام والتنشئة السياسية من خلال الوظيفة الديمقراطية للإعلام، إذ تعتبر أجهزة الإعلام مكاناً تلتقي حوله كافة الأطراف، فهي منابر للناس، وأداة لقادة الرأي، ويتجلى ذلك في افتتاحيات الصحف، وبريد القراء، ومطالب المستمعين والمشاهدين وما شابه ذلك. وكلما توسعت الوسائل في هذا الدور تقدم المجتمع. وتستطيع الوظيفة الديمقراطية للإعلام المعاصر من توسيع دائرة مسؤولية الفرد في صنع القرارات الوطنية وفي إدارة شؤون الوطن، وتبادل الأفكار والحوار حول القضايا وهذا من شأنه إثارة حماس الناس للمشاركة في الحياة العامة ودفعهم للتفكير في الحلول السلمية لمشاكلهم العامة (محمد، ١٩٩٢: ٢٠٣).

وسائل الإعلام والتنشئة السياسية:

لا شك أن وسائل الإعلام تشكل نسقاً جزئياً داخل نسق أعم هو المجتمع الذي توجد فيه، وتؤثر مضامين الرسائل الإعلامية، سلباً أو إيجاباً، في الأنساق الاجتماعية مما يترك أثراً فعالاً في إحداث التغيرات الثقافية والمعرفية، خاصة إذا كانت المضامين المذكورة تحتوي على أفكار ومعلومات تختلف عن مضامين المعلومات السائدة، ولهذا لم يعد الإعلام موضوعاً اجتماعياً هامشياً، وإنما تحول إلى موضوع مركزي في قياس مستوى النضوج والتقدم الاجتماعي، ويستخدم أيضاً في صياغة أنماط التفكير والسلوك والتفاعل الاجتماعي وتشكيل العلاقات الاجتماعية، ولم يعد دور وسائل الإعلام ثانوياً، وإنما يمتد إلى أعماق المجتمع ليسهم في صياغة عاداته وتقاليده وثقافته وقيمه وكذلك صياغة اتجاهاته (الديلمي، ٢٠٠٢: ٥٣). وربما كانت الصحافة من أبرز وسائل الإعلام استخداماً في

تعد التنشئة السياسية Political Socialization أحد الموضوعات التي لاقت اهتماماً من قبل الباحثين في مجالات العلوم الاجتماعية المختلفة، حيث تعتمد جميع المجتمعات الإنسانية في تماسكها وتطورها على ما يتوفر لديها من فهم مشترك للقيم والعادات والتقاليد التي تسود المجتمع، والتي تطبع سلوك أعضاء المجتمع بطابع معين يميزه عن سلوك أعضاء المجتمعات الأخرى. وتبدو أهمية التنشئة السياسية أيضاً في توحيد مشاعر المجتمع واتجاهاتهم نحو تحقيق أهداف معينة (سعد، ١٩٨٨: ١٤١).

وتهتم التنشئة السياسية بالدراسة المنظمة للسلوك والاتجاهات السياسية للفرد، مثل من الذي يدلي بصوته في الانتخابات ومن الذي لا يدلي بصوته؟ كيف ولماذا ينخرط الناس في الحياة السياسية؟ وماذا يعرف الناس عن الكيفية التي تعمل بها حكومتهم. كما تهتم التنشئة السياسية بتفسير أصل العديد من القيم السياسية والسلوك السياسي. فالحياة السياسية تتسم بوجود أوجه شبه واختلاف من حيث الارتباطات السياسية وتقييم القيادات والسياسات العامة. فبعض الناس لديهم إحساس قوي بالولاء لوطنهم وبعضهم يشارك بإيجابية في الحياة السياسية، والبعض الآخر لا يهتم بهذه المشاركة وقد يتخذ موقفاً لا مبالياً من الأنشطة السياسية بصفة عامة أو ربما يأخذ موقفاً ضدها (سالم، ٢٠٠٠: ٤٠-٤١). ويمكن القول إن الغرض الأساسي من الاهتمام بالتنشئة السياسية يكمن في فهم العلاقات بين النظام السياسي والأفراد المكونين له. والتنشئة السياسية عملية مستمرة ودائمة، ولا تتوقف عند فترة زمنية معينة، بل تمتد إلى المراحل المختلفة من الحياة. ولذلك تستخدم التنشئة السياسية عادة لوصف تلك العملية التي يكتسب الفرد من خلالها اتجاهاته السياسية. وهناك منظمات عديدة تسهم في عملية التنشئة السياسية مثل الأسرة والمدرسة والمسجد والحزب السياسي، بالإضافة إلى وسائل الإعلام (محمد، ١٩٨٠: ٧٤-٧٦).

ولما كانت هذه الدراسة تركز على دور وسائل الإعلام في عملية التنشئة السياسية، يجب التأكيد على أن إحدى الوظائف الأساسية للإعلام تكمن في تحقيق عمليات التنشئة السياسية. وقد أكد «هاردت Hardt» على أن وظيفة الإعلام تكمن في ربط المجتمع والعمل على تماسكه، والمساعدة على تبادل الآراء والأفكار بين الطبقة الحاكمة وعامة الشعب، والعمل على استيعاب مشاكل المواطنين ومحاولة حلها. ويؤكد أيضاً على أن الإعلام هو الأداة الوحيدة القادرة على إحداث التغيير المناسب. وقد ذهب بعض الباحثين في تفسيره لوظيفة الإعلام، بأنه

العديدة التي تميزه عن وسائل الاتصال الأخرى، حيث يستقبل فيه المشاهد حاستي النظر والسمع، مقارنة مع بقية وسائل الاتصال الأخرى. وإذا حدثت مقارنة بين التلفزيون ووسائل الاتصال الأخرى، فيقدر بعض الباحثين تأثير الأول في المشاهدين بثلاثة أضعاف تأثير الإذاعة، ويأتي ذلك من أن برامج التلفزيون تستطيع أن تشعر المواطن بالألفة والصدقة، بالإضافة إلى تأثير الصوت والصورة في آن واحد (التهامي، ١٩٦٦: ١٠٨-١٠٩). ويمكن استخدام التلفزيون على نطاق واسع في عمليات التنمية بالمجتمعات النامية، إذ يتم استخدامه في تعليم المواطنين، وتزويد الأفراد بالحقائق الهامة.

ويستدل مما سبق أن وسائل الإعلام في العصر الراهن أصبحت أداة أساسية من أدوات التنشئة السياسية، فهي تلعب دورا أساسيا في تشكيل اتجاهات الجماهير، وتمارس دورا هاما في التأثير على سلوك الأفراد، وإبراز العادات والتقاليد التي تعمل على زيادة الارتباط بين أفراد المجتمع الواحد.

المفاهيم الأساسية:

١- التنشئة السياسية Political Socialization

توجد تعريفات عديدة لمفهوم التنشئة السياسية، ولعل أبرزها تعريف "وليام ميتشل" الذي ذكر بأنها محاولة لتدريب الناس على أن يفعلوا ما يتطلبه النظام، أي اكتساب المعايير والقيم والمهارات المرغوبة والمفيدة في هذا المجتمع (مهنا، ٢٠٠٣: ٥٤-٥٩). أما "محمد علي محمد" فقد عرفها بأنها إحدى العمليات الاجتماعية التي عن طريقها يتحصل الفرد على المعلومات والقيم والاتجاهات التي تتعلق أو ترتبط بالنسق السياسي لمجتمعهم، وأشار إلى أن عملية التنشئة السياسية تبدأ في غالبية المجتمعات الإنسانية في سن مبكرة، حيث يبدأ الأطفال في تكوين عالمهم السياسي في هذا السن بواسطة ارتباطهم وتزويدهم ببعض الشعارات السياسية التي يسمعونها أو التي قد يرون رسومها مثل صور الزعماء السياسيين. وقد عرف "ألmond ويلول" التنشئة السياسية بأنها العملية التي يتم من خلالها غرس القيم والاتجاهات السياسية منذ الطفولة حتى النضج (محمد، ١٩٨٠: ٢٣٥). ومن خلال التعريفات السابقة يتحدد مفهومنا للتنشئة السياسية في "التوجهات السياسية التي يكتسبها الفرد منذ مرحلة الطفولة، ويساهم في غرسها مجموعة من المؤسسات التربوية مثل الأسرة والمدرسة ووسائل الإعلام".

٢- وسائل الإعلام العمانية الجماهيرية The Omani Mass Media: المقصود بوسائل الإعلام العمانية الجماهيرية في

عملية التنشئة السياسية في الستينيات والسبعينيات من القرن العشرين، حيث لم تقتصر أهميتها على النواحي الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وإنما امتدت لتشمل نواحي الحياة وعلى رأسها الناحية الوطنية. وقد كانت الصوت المسئول عن القضايا العامة. ولم يكن دورها إيجابيا بشكل دائم، وإنما استخدمت في بعض الأحيان من أجل زرع الفرقة، لكن اختلف هذا الدور على مدار التاريخ من دولة إلى أخرى، وأصبحت تمثل الصوت الأساسي للشعب وتعبر عن الحقيقة وتسهم في تشييد وتدعيم التنشئة السياسية. وقد برزت أهمية الصحافة في عملية التنشئة السياسية من خلال دورها في تبصير الأفراد بأهمية السياسات والخطط الاجتماعية والاقتصادية التي يعدها النظام السياسي وينفذها بمعاونة الجهازين الآخرين (الإذاعة والتلفزيون). وقد أصبحت الحكومات تستخدمها في إيجاد الاستقرار والتعبئة الاجتماعية الواسعة، وصارت الصحافة رمزا عصريا وحاجة حضارية كبرى للحكومات والمجتمعات، وتثير قلق الديكتاتوريين. وفي هذا الصدد قال "دياز" رئيس جمهورية المكسيك السابق "أود أن أكون صاحب معامل الحبر والورق لأحرقها". وباختصار الصحيفة هي "مجموع عالما بصورة مصغرة معروض أمامنا ببنية وبروح الثقافة، وأنها مجموع عالما البشري بماديته وفكره وعواطفه، وبظواهره الجائشة والباطنية" (نجم، ٢٠٠٤: ١٤١)

أما دور الإذاعة في عملية التنشئة السياسية، فيذكر التاريخ أن الإذاعة لعبت دورا بارزا خلال الحرب العالمية الأولى، واستخدمت كوسيلة فعالة في الحرب النفسية. وكانت الوسيلة العملية الوحيدة المتاحة لنشر الأخبار ووجهات النظر على نطاق واسع وبشكل سريع خاصة في ظل تباعد المسافات بين الشعوب. ولما كانت الإذاعة من بين الوسائل المعنية بالرسالة الإخبارية، فقد أصبحت في العصر الحديث ضمن الوسائل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام في المجتمعات الحديثة. ولهذا نجد أن الأنظمة الحاكمة في الوطن العربي تسخر تلك الوسائل لخدمة أهدافها التنموية والسياسية وتخضعها لسيطرتها من خلال امتلاكها الكلي أو الجزئي عبر الدعم الحكومي الذي تقدمه، وتفرض رقابة مستمرة على مضامين رسائلها عبر جملة من القوانين التي تشكل إطارا عمليا لأداء تلك المؤسسات.

وبالنسبة لدور التلفزيون في عملية التنشئة السياسية، فبدون شك أصبح هذا الجهاز الخطير يمارس دورا هاما في كافة المجالات، خاصة بالنسبة للقضايا السياسية، حيث يستخدم في الدعاية الانتخابية من خلال إظهار شخصيات سياسية لم تكن معروفة والدفع بها إلى دائرة الأضواء. وقد برزت أهمية التلفزيون في عملية التنشئة السياسية من خلال الخصائص

التنشئة السياسية حتى بين الطلبة الأجانب. وأشارت النتائج أيضا إلى أن قراء الصحف بشكل مستمر تثير لديهم اهتماما كبيرا بالقضايا الداخلية والنية للمشاركة في العملية السياسية.

٣- أميرة محمد العباسي (٢٠٠١): المشاركة السياسية للمرأة المصرية ودور الإعلام في تفعيل هذه المشاركة حاولت الباحثة رصد مؤشرات واقع المشاركة السياسية للمرأة المصرية وبصفة خاصة في صورها التقليدية المباشرة، والدور الذي يمكن للإعلام القيام به لتفعيل هذه المشاركة، إيمانا بأن قاعدة هذه المشاركة لا بد وأن تتأسس على مستوى مقبول من الوعي والثقافة السياسية عن طريق ما توفره وسائل الإعلام للجمهور من أبناء ومعلومات وآراء عما يحيط بهم من الأحداث والقضايا الجارية. وقد أظهرت نتائج الدراسة الضعف الحاد في مستويات ممارسة المرأة المصرية -عينة الدراسة- لأنشطة المشاركة السياسية في صورها التقليدية (كالمشاركة الانتخابية- الانتماء الحزبي- الاهتمام السياسي) مما يشير إلى ضعف الدور السياسي الذي تقوم به المرأة بوجه عام.

٤- إيناس أبو يوسف (٢٠٠١): الوعي السياسي والانتخابي لدى طلاب الجامعات

ركزت الباحثة في دراستها على اختبار وعي الطلاب الجامعيين السياسي والانتخابي قبيل الانتخابات البرلمانية في مصر ٢٠٠٠ على أساس أن الوعي هو أول درجات المشاركة الفاعلة التي تعد الدافع والمحرك الرئيسي في عملية التنمية الشاملة، كما سعت الدراسة إلى إبراز دور الإعلام في تشكيل وعي الطلاب بما يسمى بثقافة المشاركة لمعرفة تأثير الاتصال المباشر والجماهيري على توجهات عينة من طلاب جامعة القاهرة تجاه المشاركة في الحياة الجامعية والعمل العام والحياة السياسية وتصوراتهم تجاه الأداء السياسي الحزبي في مصر، والأسباب التي تكمن وراء إسهامهم في المشاركة العامة أو إهمالهم عنها. وقد أبرزت نتائج الدراسة أن هناك إجماعا من طلاب الجامعات عن المشاركة في عضوية إتحاد الطلبة، ويرى معظم الباحثين أن هذه الاتحادات لا تمثلهم وغير مسموح لها إلا بممارسة الأنشطة السطحية والتافهة مما جعل هذه الاتحادات من وجهة نظر الطلاب المبعوثين مضیعة للوقت وغير مجدية.

٥- جمال عبد العظيم أحمد، (٢٠٠١): دور الصحافة في المشاركة السياسية لدى قادة الرأي

تناول الباحث في دراسته واحدة من أهم قضايا المجتمع المصري وهي قضية الانتخابات البرلمانية وحدود المشاركة الجماهيرية فيها، حيث ركز على دور الصحافة في قضية المشاركة باعتبارها أهم وسيلة جماهيرية يعتمد عليها الأحزاب جميعا في تسويق برامجها ومرشحها للرأي العام. وقد أفرزت التيارات السياسية

هذه الدراسة هي مؤسسة عمان للصحافة والأخبار والنشر والإعلان وهي مؤسسة تملكها الدولة بالكامل (حيث يصدر عنها صحيفتي عمان، وصحيفة الأوبزيرفر (Oman Observer)، والمؤسسة العمانية للصحافة والطباعة والنشر ذات ملكية خاصة (حيث تصدر عنها صحيفة الوطن)، ودار مسقط للصحافة والنشر والتوزيع ذات ملكية خاصة (حيث يصدر عنها صحيفتي الشيبية وتايمز أوف عمان Times of Oman)، وكذلك إذاعة وتليفزيون سلطنة عمان اللتين تملكهما الدولة.

الدراسات السابقة:

١. Martin (2011): الاستخدامات الاخبارية والتنشئة السياسية

بين الشباب الأردني

تناولت هذه الدراسة العلاقة بين الشباب الأردني واستخدام الأخبار ومشاعرهم تجاه الحكومتين الأردنية والأميركية. وقد اعتمدت الدراسة على قياس صياغة تقديم الأخبار التقليدية (مثل الصحف المطبوعة والبريد الإلكتروني ومصادر الشخصية)، كما اعتمدت الدراسة أيضا على القوالب الإخبارية لوسائل الإعلام الجديدة مثل المدونات، والرسائل النصية والبريد الإلكتروني. فيما تم قياس مؤشرات التنشئة السياسية من خلال مؤشرات الثقة السياسية والتقييم لحكومة الولايات المتحدة. وتشير النتائج إلى أن الأردنيين الشباب عينة الدراسة اعتمدت في معظمها على نشرات الأخبار في التلفزيون والصحف والاتصالات الشخصية للحصول على معلومات حول الأحداث الجارية، بينما كانت وجهة نظر عينة الدراسة سلبية عن الحكومة الأميركية عندما استخدمت العينة نشرات الأخبار التلفزيونية، إضافة إلى الاعتماد على المصادر الشخصية.

٢. Kononova (2011): دور وسائل الإعلام في عملية التنشئة الاجتماعية للطلاب الأجانب تجاه السياسة الأمريكية.

هدفت هذه الدراسة إلى اكتشاف دور وسائل الإعلام في عملية التنشئة السياسية بين الطلبة الأجانب في الولايات المتحدة خلال الانتخابات الرئاسية لعام ٢٠٠٨. وركزت الدراسة على مجموعة من غير الناخبين الذين قد يصبحوا مواطنين أو يعودون إلى بلدانهم الأصلية. وركزت الدراسة على تأثير استخدام وسائل الإعلام باعتبارها واحدة من المصادر الرئيسية للمعلومات السياسية للأجانب، مع التركيز على تأثير الصحف والتلفزيون والأخبار الإلكترونية على جوانب مخرجات السلوك للتنشئة السياسية، مثل المصالح السياسية، والكفاءة، والثقة، والمواقف تجاه المرشحين السياسيين، والنية للمشاركة في العملية السياسية الأميركية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الصحف والبرامج الإخبارية التلفزيونية لها تأثير كبير على

الكافية للجمهور لكي يلم بأبعاد وتطورات هذه العملية وكل ما يتعلق بها من أحداث بما يسهم في رفع درجة الوعي بهذه العملية وتكوين خلفية كافية من المعلومات الخاصة بها.

٧- إيمان نعمان جمعة، (٢٠٠١): حدود تأثير التغطية الإعلامية لمجلس الشعب على صورته الذهنية وانعكاساتها على المشاركة في الانتخابات البرلمانية ٢٠٠٠

تناولت الباحثة في دراستها حدود تأثير التغطية الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام المصرية حول مجلس الشعب في تشكيل الصورة الذهنية للمجلس وأعضائه في مكوناتها المعرفية والوجدانية لدى الرأي العام. وتناولت الباحثة حدود كل من التأثير الإعلامي والصورة الذهنية للمجلس لدى الأفراد في بناء وتشكيل النوايا السلوكية نحو الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠٠٠. وما أحيط بها من متغيرات تمثلت في حكم المحكمة الدستورية العليا، وما أعقبها من اهتمام مكثف على المستويات الرسمية والإعلامية بكافة اتجاهاتها واتماءاتها.

وقد أوضحت نتائج الدراسة في إجمالها أن المناخ السياسي السائد والنسق الثقافي السياسي المتوازن وطبيعة الصورة الذهنية المكونة بفعل أحداث سياسية ملموسة تمثل العوامل التي تحدد المساحة التي يمكن أن يشغلها الإعلام كمتغير له فعاليته في مجال المشاركة السياسية بصفة عامة والانتخابات بصفة خاصة، هذا من جانب، ومن جانب آخر فإن مستوى الأداء الإعلامي غير المتطور يزيد من تقليل هذه المساحة المتروكة لوسائل الإعلام في ظل حدوث متغيرات يفترض تأثيرها إيجابيا في تفعيل المشاركة. وأشارت نتائج الدراسة إلى فشل وسائل الإعلام في تصحيح صورة البيئة السياسية في مصر وتشجيع الأفراد على المشاركة السياسية بأبعادها المختلفة.

٨- أميمة محمد عمران، ٢٠٠١: دور وسائل الإعلام في مشاركة المرأة في العمل السياسي

هدفت هذه الدراسة التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في مجال المشاركة السياسية للمرأة الريفية من خلال دراسة العلاقة بين تعرضها لوسائل الإعلام ومشاركتها بشكل واع وفعال في صنع القرار السياسي من خلال أنماط المشاركة السياسية المختلفة. وقد توصلت الباحثة إلى وجود علاقة ايجابية بين تعرض المرأة للراديو ومعدل مشاركتها في صنع القرار السياسي، فالسيدات الأكثر تعرضا للراديو أكثر مشاركة في العمل السياسي. كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة قوية بين تعرض المرأة للمواد السياسية بوسائل الإعلام المختلفة ومعدل مشاركتها في صنع القرار. وتشير نتائج الدراسة إلى تنامي اتجاه المشاركة السياسية لدى المتابعات للمواد السياسية بوسائل الإعلام، وهو ما يؤكد على أهمية

والأحزاب الكثيرة الموجودة على الساحة السياسية تيارات صحفية حزبية وقومية تعددت مرجعياتها الفكرية وسياساتها التحريرية وكان لكل منها أثرها في العملية الانتخابية، ولذا كان من المهم الربط بين السياق السياسي والسياسي الصحفي في إطار قضية المشاركة، وتوضيح نتائج الدراسة اعتماد قادة الرأي على وسائل الإعلام في الحصول على معلوماتهم السياسية، الأمر الذي يؤكد الاعتماد المتبادل ما بين الجماهير ووسائل الإعلام ولكن اعتمادية الجماهير على وسائل الإعلام تتم بشكل أكبر. كما برز أن ارتفاع نسبة المشاركة في الانتخابات لدى قادة الرأي في الريف عن قادة الرأي في المدينة ووجد أن هذا لا يرجع إلى زيادة في النضج السياسي، وإنما للطابع العائلي والعصبيات المسيطرة في الريف على العملية الانتخابية. كما أبرزت النتائج أن المظهر الأول لمشاركة قادة الرأي هو الاهتمام بالمسائل العامة باعتبارها قضايا قومية يهتم بها المواطنون، كما أشارت النتائج أن الدافع الأول لاعتماد قادة الرأي على النظام الاتصالي هو رغبتهم في الحصول على معلومات عن المشاركة السياسية ممثلة في الانتخابات البرلمانية تمكنهم من العمل من أجل الصالح العام.

٦- هويدا مصطفى، (٢٠٠١): استطلاع عينة من النخبة السياسية والإعلامية حول التغطية التليفزيونية للانتخابات مجلس الشعب لعام ٢٠٠٠

حاولت الباحثة التعرف على الدور الذي لعبته التغطية التليفزيونية لانتخابات مجلس الشعب لعام ٢٠٠٠، وتقويم مدى فاعلية هذا الدور من خلال استطلاع عينة من النخبة السياسية والإعلامية للوقوف على آرائها تجاه ما قدمته هذه التغطية طوال المراحل المختلفة التي مرت بها الانتخابات لاسيما وأنها قد اكتسبت أهمية خاصة، حيث شهدت تكثيفا إعلاميا وتطورا في الأشكال والأساليب البرمجية حيث استحدثت بعض الأشكال البرمجية لمناقشة سير العملية الانتخابية مع إفساح المجال أمام كافة المرشحين السياسيين لتقديم برامجهم الانتخابية.

وأوضحت النتائج عدم نجاح التغطية في تقديم وجوه حزبية مختلفة، حيث اكتفت برموز وقيادات الأحزاب فقط دون الكوادر الأخرى، كما أن تركيز التغطية كان على قيادات الحزب الحاكم أكثر من الأحزاب الأخرى مما عكس عدم توازن في تمثيل الأحزاب المختلفة. فيما لم يحظ المرشحون المستقلون بالوقت الكافي للتغطية التليفزيونية لتكوين صورة واضحة عن برنامج كل مرشح، وطالبت نصف عينة الدراسة بإعطاء مدة زمنية بين ١٠ إلى ١٥ دقيقة لكل مرشح مستقل لعرض برنامجه الانتخابي وتعريف الجمهور به. وقد أوضحت نتائج الدراسة أن التغطية التليفزيونية قد نجحت إلى حد ما في نقل المعرفة

والديمقراطية وبخاصة في عملية المشاركة السياسية.

مشكلة الدراسة وأهميتها:

تأتي أهمية الدراسة من خلال الدور الذي يشكله الإعلام الجماهيري في عملية التنشئة السياسية، وقد برزت أهمية هذا الدور في السنوات القليلة الماضية بفضل الثورة التكنولوجية الحديثة في مجال الاتصال. وقد استفادت أجهزة الإعلام من هذه الثورة في تقديم المواد والبرامج التي تعمل على تشكيل الاتجاهات السياسية وتفعيل أنماط المشاركة السياسية على نطاق واسع. ومن هنا تتحدد مشكلة هذه الدراسة الاستطلاعية في دراسة اتجاهات الجمهور العماني نحو دور وسائل الإعلام العمانية الجماهيرية في عملية التنشئة السياسية في المجتمع العماني.

أسئلة الدراسة:

تنطلق هذه الدراسة للإجابة على سؤال رئيسي يتمثل في معرفة اتجاهات الجمهور العماني لدور وسائل الإعلام العمانية الجماهيرية في عملية التنشئة السياسية. وللإجابة على هذا السؤال توجد مجموعة أسئلة فرعية هي:

- ١- ما هي المؤسسات المعنية بالتنشئة السياسية من وجهة نظر عينة الدراسة؟
- ٢- ما هي الأدوار التي تمارسها المؤسسات المعنية بالتنشئة السياسية من وجهة نظر عينة الدراسة؟
- ٣- ما هي مظاهر المشاركة في عملية التنشئة السياسية من وجهة نظر عينة الدراسة؟
- ٤- ما هي اتجاهات عينة الدراسة حول دور وسائل الإعلام في عملية التنشئة السياسية؟
- ٥- ما هي الوسائل الإعلامية الأكثر تأثيراً في عملية التنشئة السياسية من وجهة نظر عينة الدراسة؟
- ٦- ما هي مجالات مساهمة وسائل الإعلام الجماهيرية في التنشئة السياسية في المجتمع العماني من وجهة نظر عينة الدراسة؟
- ٧- ما هو الدور المتوقع لوسائل الإعلام الجماهيرية العمانية في عملية التنشئة السياسية من وجهة نظر عينة الدراسة؟
- ٨- ما هو مستوى اهتمام وسائل الاعلام العمانية الجماهيرية بعملية التنشئة السياسية من وجهة نظر عينة الدراسة؟

منهجية الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الاستطلاعية، حيث تحاول الكشف عن اتجاهات الجمهور حول الدور الذي تلعبه وسائل

الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في مجال المشاركة السياسية للمرأة من خلال ما تعرضه من مواد سياسية وما تطرحه من قضايا ومشكلات.

٩- Wei و Leung، 1998، دراسة مجتمعية حول دور وسائل الإعلام في التنشئة السياسية في الصين وتايوان هدفت الدراسة إلى المقارنة بين مجموعتين متماثلتين في الثقافة المجتمعية، حتى وإن اختلفتا سياسياً، في دور وسائل الإعلام في التنشئة السياسية. تشير نتائج الدراسة إلى أن المجموعتين اللتين تمثلان عينة الدراسة والتي تم اختيارها من المدن الرئيسية في الصين وتايوان، تحملان وجهات نظر سلبية تجاه السياسة على الرغم من وجود اختلاف في المتغيرات الاجتماعية والسياسية خلال العقد الماضي. وقد يكون التشابه نتيجة لتراث ثقافي مشترك ارتبط بتأثير القيم التقليدية من خلال الطاعة والخضوع للسلطة. وأوضحت نتائج الدراسة أيضاً أن مجموعة المدن الصينية كانت أكثر سلبية، بينما كانت مجموعة تايوان أكثر إيجابية تجاه السلطات. وأوضحت النتائج أن حجم اهتمام كلا المجموعتين بوسائل الإعلام دفع باتجاه وجود ارتباط وثيق مع مواقف السلطات والكفاءة السياسية. وأظهرت النتائج أن وسائل الإعلام لها تأثير كبير على مجموعة تايوان من خلال تعرضها لتلك الوسائل. إضافة لذلك، أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية مستدامة بين الأخبار السياسية والموقف تجاه السلطات والكفاءة السياسية، خاصة فيما يتعلق بالمتغيرات الديمغرافية.

١٠- يوسف غلوم، كاترين ماير، شيري لوكير، ١٩٩٧: المشاركة السياسية في الكويت

حاول الباحثون دراسة المشاركة السياسية في الكويت كمجتمع عربي مسلم، لمعرفة الحوافز التي تشجع الكويتيين على المشاركة السياسية بأبعادها المختلفة. هذا فضلاً عن محاولة إلقاء الضوء على الجوانب النظرية والعملية المتعلقة بالإسلام كعقيدة، وفحص ما إذا كانت تشكل حافزاً أم معوقاً للمشاركة السياسية في الكويت، كمجتمع عربي مسلم. وأكدت نتائج الدراسة أهمية الهوية الشخصية في عملية المشاركة السياسية، فأفراد العينة في هذه الدراسة وبخاصة النساء المؤمنات بالقومية العربية، لم يشاركن في النشاطات السياسية بشكل فعال، إذ أن هويات تلك الفئة لم تكن مقبولة في الوسط السياسي والثقافي بعد الاحتلال. وفي المقابل، فإن أفراد العينة من المحافظين المسلمين والذين لا يؤيدون الحركات الإسلامية خارج الكويت، كانوا أكثر فعالية سياسياً من الذين يؤيدون الحركات الإسلامية في العالم الإسلامي. ولم تؤيد نتائج هذا البحث الفرضية المتعلقة بتضارب الإسلام

الذكورية، وقد تراوحت النسبة بين ٢١,٥٪ للذكور، و ٨,٢٪ للإناث. وربما يرجع السبب في ذلك إلى كون المجتمع العماني مجتمعاً محافظاً تمارس فيه القبيلة دوراً مهماً في الحياة العامة، ويتضح ذلك من خلال انتخابات مجلس الشورى، حيث لم تحظى المرأة بعضوية المجلس منذ إنشائه في عام ١٩٩١ إلا امرأتان لدورتين متتاليتين ١٩٩٥-١٩٩٧ و ١٩٩٨-٢٠٠٠. فيما كانت النظرة مختلفة بالنسبة لمجلس الدولة المعين، فنجد أن المرأة تحظى باهتمام من قبل القيادة العمانية من خلال تخصيص كوتة للمرأة العمانية حيث بلغ عدد العضوات بالمجلس خلال الدورة الثالثة للمجلس ٨ عضوات من أصل ٥٩ عضواً أي بنسبة ١٣,٦٪.

٢ - خصائص عينة الدراسة من حيث السن:

أما من حيث خصائص عينة الدراسة من حيث السن فتشير بيانات الجدول رقم (٢) إلى تصدر الفئة العمرية من ٤٠-٤٥ سنة بحصولها على المرتبة الأولى بنسبة ٢٠,٣٪ من إجمالي الفئات العمرية، وتوزعت هذه النسبة على فئات الدراسة كالتالي: فئة القيادات السياسية والعسكرية ٣١,١٪، وفئة مجلسي الدولة والشورى ٢٩,٥٪، وحصلت فئة الإداريون في القطاعين العام والخاص على ١٦,٤٪، فيما حصلت كل من فئتي الهيئة الأكاديمية، والعاملون في المجال الإعلامي على ١١,٥٪. وربما يرجع ذلك التفاوت إلى التراكم المهني والخبرة التخصصية بين القطاعات المختلفة، وهو مؤشر إيجابي يميز بين الخبرات التراكمية (النضج السياسي) وخبرة الجيل الشاب في المجالين الأكاديمي والإعلامي. فيما جاءت الفئة العمرية من ٣٥-٤٠ سنة في المرتبة الثانية من إجمالي الفئات العمرية بنسبة ١٩,٧٪، وتوزعت نسبتها على فئات الدراسة كالتالي: فئة القيادات السياسية والعسكرية ٤٢,٣٪، وفئة الإداريون في القطاعين العام والخاص ١٦,٩٪، وفئة العاملون في المجال الإعلامي ١٥,٣٪، وحصلت فئة

الإعلام العمانية الجماهيرية في عملية التنشئة السياسية. وقام الباحث بتصميم استمارة استبيان تم تطبيقها على عينة ملائمة بمحافظة مسقط لكونها العاصمة وباعتبارها المركز الرئيسي للدولة ومؤسساتها التشريعية والتنفيذية المدنية منها والعسكرية، واستخدم الباحث المعالجات الإحصائية المتمثلة بجدوال النسب المئوية في التعامل مع أسئلة استمارة الاستبيان.

عينة الدراسة وخصائصها:

١ - خصائص عينة الدراسة من حيث النوع:

بلغت عينة الدراسة ٣٠٠ مفردة، وقد شكلت فئة الذكور نسبة ٦٣,٤٪، فيما بلغت نسبة الإناث ٣٦,٦٪. وقد تم توزيع أفراد عينة الدراسة على ستة فئات هي الهيئة الأكاديمية (وهم أعضاء هيئة التدريس من العمانيين من مختلف الكليات بجامعة السلطان قابوس). وأعضاء مجلس عمان (المكون من مجلس الدولة وأعضاءه معينون بمراسيم سلطانية، ومجلس الشورى الذي يتم اختيار أعضائه بالانتخاب المباشر). وفئة العاملون في المجال الإعلامي (وهم العاملون العمانيون في المؤسسات الإعلامية العمانية المختلفة وهي الصحافة والإذاعة والتلفزيون ووكالة الأنباء العمانية). وفئة الإداريون في القطاعين العام والخاص (وهم من العمانيين الذين يعملون في المؤسسات الحكومية والقطاع الخاص). وفئة القيادات السياسية والعسكرية (وتتكون هذه الفئة من وكلاء الوزارات، والمستشارون في الوزارات، ومن هم في الرتب العسكرية العليا من رتبة مقدم فما فوق). وفئة طلاب الجامعة (الذين يدرسون في جامعة السلطان قابوس). ويستنتج من بيانات الجدول رقم (١) أن هناك سيطرة ذكورية تركزت في فئة مجلس عمان (الدولة والشورى) حيث تراوحت النسبة بين ٢٣,١٪ للذكور، و ٥,٥٪ للإناث. وكذلك هناك تفاوت واضح في فئة القيادات السياسية والعسكرية من حيث السيطرة

جدول رقم (١) خصائص عينة الدراسة من حيث النوع

المجموع	طلاب الجامعة		القيادات السياسية والعسكرية		الإداريون في القطاع العام والخاص		العاملون في المجال الإعلامي		مجلسي الدولة والشورى		الهيئة الأكاديمية		الفئات	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	*ك	ذكر	أنثى
٦٣,٤	١٩,٠	٥٠	٢٥	٨٢	٤١	٥٠	٢٥	٥٠	٢٥	٨٨	٤٤	٦٠	٣٠	ك
	١٠٠		١٣,٢		٢١,٥		١٣,٢		٢٣,١		١٥,٨		١٥,٨	%
٣٦,٦	١١,٠	٥٠	٢٥	١٨	٩	٥٠	٢٥	٥٠	٢٥	١٢	٦	٤٠	٢٠	ك
	١٠٠		٢٢,٧		٨,٢		٢٢,٧		٥,٥		١٨,٢		١٨,٢	%
١٠٠	٣٠٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٠	المجموع

* "ك" تشير إلى أفراد العينة.

التعليمي، فتشير بيانات الجدول رقم (٣) إلى حصول المستوى التعليمي الجامعي على المرتبة الأولى بنسبة ٥٩٪ من إجمالي العينة، وتوزعت نسبتها على فئات الدراسة كالتالي: فئة طلاب الجامعة ٢٨,٣٪، ثم فئة الإداريون في القطاعين العام والخاص ٢٠,٣٪، وفئة القيادات السياسية والعسكرية ١٨,٦٪، وفئة العاملون في المجال الإعلامي ١٩,٨٪ وتعد هذه النسبة متدنية نسبياً، وحصلت فئة القيادات السياسية والعسكرية على ١٨,٦٪، بينما حصلت فئة مجلسي الدولة والشورى على ١٣٪. واحتل المستوى التعليمي فوق الجامعي على المرتبة الثانية بنسبة ٢٨,٧٪ من إجمالي عينة الدراسة، وقد توزعت هذه النسبة على فئات الدراسة كالتالي: فئة الهيئة الأكاديمية ٥٨,٣٪ ويعد ذلك أمراً طبيعياً، ثم فئة القيادات السياسية والعسكرية ١٦,٢٪، وفئة مجلسي الدولة والشورى ١٠,٥٪، وفئة العاملون في المجال الإعلامي على ٨,١٪، وفئة الإداريون

الهيئة الأكاديمية على ١٣,٦٪، فيما حصلت فئة مجلسي الدولة والشورى على ١١,٩٪. واحتلت الفئة العمرية من ٤٥ سنة فأكثر المرتبة الأخيرة بنسبة ١١,٣٪ من إجمالي الفئة العمرية، وتوزعت نسبتها على فئات الدراسة كالتالي: فئة مجلسي الدولة والشورى ٦٧,٦٪، وفئة القيادات السياسية والعسكرية ١٧,٧٪، بينما حصلت كل من فئتي الهيئة الأكاديمية، والعاملون في المجال الإعلامي على ٥,٩٪ كل منهما، وفئة الإداريون في القطاعين العام والخاص ٢,٩٪. ويتضح من بيانات الجدول أن هناك تفاوتاً في مستويات العمر بين كافة الفئات، مما يعطي مؤشراً إيجابياً للحصول على إجابات متنوعة حول دور وسائل الإعلام العمانية الجماهيرية في التنشئة السياسية في المجتمع العماني.

٣- خصائص عينة الدراسة من حيث المستوى التعليمي: وفيما يتعلق بخصائص عينة الدراسة من حيث المستوى

جدول رقم (٢) خصائص عينة الدراسة من حيث السن

الفئات	الهيئة الأكاديمية		مجلسي الدولة والشورى		العاملون في المجال الإعلامي		الإداريون في القطاع العام والخاص		القيادات السياسية والعسكرية		طلاب الجامعة		المجموع
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	
٢٥-٢٠	ك	-	-	-	٤	٢	١٢	٦	-	-	٥٠	١٠٠	١٩,٣
	٪	-	-	-	-	٣,٥	١٠,٣	-	-	-	٨٦,٢	-	١٠٠
٣٠-٢٥	ك	١٦	٣٢	-	-	١٣	٢٦	٩	١٨	-	-	-	١٢,٧
	٪	٤٢,١	-	-	-	٣٤,٢	٢٣,٧	-	-	-	-	-	١٠٠
٣٥-٣٠	ك	١٧	٣٤	٢	٤	١٧	٣٤	١٤	٢٨	-	-	-	١٦,٧
	٪	٣٤	-	٤	-	٣٤	-	٢٨	-	-	-	-	١٠٠
٤٠-٣٥	ك	٨	١٦	٧	١٤	٩	١٨	١٠	٢٠	٢٥	٥٠	-	١٩,٧
	٪	١٣,٦	-	١١,٩	-	١٥,٣	-	١٦,٩	-	٤٢,٣	-	-	١٠٠
٤٥-٤٠	ك	٧	١٤	١٨	٣٦	٧	١٤	١٠	٢٠	١٩	٣٨	-	٢٠,٣
	٪	١١,٥	-	٢٩,٥	-	١١,٥	-	١٦,٤	-	٣١,١	-	-	١٠٠
+ ٤٥	ك	٢	٤	٢٣	٤٦	٢	٤	١	٢	٦	١٢	-	١١,٣
	٪	٥,٩	-	٦٧,٦	-	٥,٩	-	٢,٩	-	١٧,٧	-	-	١٠٠
المجموع	ك	٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٣٠٠	١٠٠

جدول رقم (٣) خصائص عينة الدراسة من حيث المستوى التعليمي

الفئات	الهيئة الأكاديمية		مجلسي الدولة والشورى		العاملون في المجال الإعلامي		الإداريون في القطاعين العام والخاص		القيادات السياسية والعسكرية		طلاب الجامعة	الإجمالي
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
إعدادي	ك	-	-	-	-	-	١	-	-	-	-	١
	٪	-	-	-	-	-	١٠٠	-	-	-	-	٠,٣
ثانوي	ك	-	١٨	-	٨	-	٧	-	٣	-	-	٣٦
	٪	-	-	-	٥٠	-	١٩,٤	-	٨,٤	-	-	١٢
جامعي	ك	-	٢٣	-	٣٥	-	٣٦	-	٢٣	-	٥٠	١٧٧
	٪	-	٢٣	-	٣٥	-	٢٠,٣	-	١٨,٦	-	٢٨,٣	٥٩
فوق الجامعي	ك	٥٠	٩	٧	٧	٧	٦	٦	١٤	-	-	٨٦
	٪	٥٨,٣	-	١٠,٥	-	٨,١	-	١٦,٢	-	-	-	٢٨,٧
الإجمالي	ك	٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٠	٣٠٠	٣٠٠

الإذاعية بشقيها المرئي والمسموع. ومن بين هذه الأنماط المقالات والتحقيقات والمقابلات على صعيد المؤسسات الصحفية والبرامج الحوارية والتسجيلية والاذاعية على صعيد المؤسسات الإذاعية.

وحصلت مؤسسة الجامعة على المرتبة الثانية بنسبة ٢٢,٨٪ من إجمالي المؤسسات التي تؤدي دورا في عملية التنشئة السياسية، وقد توزعت هذه النسبة على فئات الدراسة كالتالي: فقد حصلت كل من فئتي القيادات السياسية والعسكرية، وطلاب الجامعة على ١٨,٣٪ في كل منهما، فيما حصلت فئتي مجلسي الدولة والشورى، والعاملون في المجال الإعلامي على ١٧,٣٪ في كل منهما، وحصلت فئة الإداريون في القطاعين العام والخاص على ١٥,٧٪، وفئة الهيئة الأكاديمية ١٣,١٪، وربما يعود السبب في ارتفاع نسبة دور الجامعة في عملية التنشئة السياسية إلى كون الجامعة إحدى المنابر العلمية التي تساهم في بناء الإنسان علميا ومعرفيا، ويكتسب المنتسبون إليها وهم من فئة الشباب الثقة بالنفس، وإدراك حقوقهم وواجباتهم السياسية.

تلتها في المرتبة الثالثة الأسرة بنسبة بلغت ١٧,٠٪، ثم الجمعيات السياسية بنسبة وصلت ١٣,٥٪، ثم المدرسة بنسبة بلغت ٧,٣٪ وجاءت الجمعيات غير الرسمية بالمرتبة الأخيرة بنسبة مقدارها ٦,٢٪.

• الأدوار التي تمارسها المؤسسات المعنية بالتنشئة السياسية

في القطاعين العام والخاص ٦,٩٪. ويستنتج من النتائج إلى أن سلطنة عمان من الدول التي تهتم بالتعليم وتضعه ضمن أولويات خططها التنموية، وبالتالي فإن التشريعات والنظم توجه مكونات الدولة إلى الاهتمام بالتعليم والحث على تقديم رؤية تعليمية تساهم في عملية البناء للدولة العمانية.

نتائج الدراسة الاستطلاعية

• المؤسسات المعنية بالتنشئة السياسية في المجتمع العماني من وجهة نظر عينة الدراسة:

فيما يتعلق بالمؤسسات التي تؤدي دورا في عملية التنشئة السياسية في المجتمع العماني من وجهة نظر عينة الدراسة، تشير بيانات الجدول رقم (٤) إلى أن وسائل الإعلام هي المؤسسة التي احتلت المرتبة الأولى من بين مؤسسات التنشئة السياسية بنسبة ٣١,٩٪، وتوزعت نسبتها على فئات الدراسة كالتالي: فئة مجلسي الدولة والشورى ١٧,٩٪، فيما حصلت كل من فئات الهيئة الأكاديمية، والعاملون في المجال الإعلامي، والقيادات السياسية والعسكرية على ١٦,٨٪، وفئة طلاب الجامعة ١٦,١٪، وفئة الإداريون في القطاعين العام والخاص ١٥,٦٪، وربما يرد السبب في ذلك إلى أن وسائل الإعلام لديها المقدر على التأثير وتشكيل الاتجاهات السياسية بسبب طبيعتها الجماهيرية وتنوع مضامينها فهي تخاطب شرائح متنوعة وعريضة في المجتمع من خلال أنماط متنوعة سواء على صعيد الصحافة المقررة أو الوسائل

جدول رقم (٤) المؤسسات التي تؤدي دورا في عملية التنشئة السياسية في المجتمع العماني

الفئات المتغيرات	الهيئة الأكاديمية	مجلسي الدولة والشورى	العاملون في المجال الإعلامي	الإداريون في القطاعين العام والخاص	القيادات السياسية والعسكرية	طلاب الجامعة	الإجمالي		
								ك	٪
١- الأسرة	٢٢	٢٣	٢٣	٢٥	٢٦	٢٤	١٤٣	ك	٪
٢- المدرسة	١٢	١٥	١٠	٧	٨	٩	٦١	ك	٪
٣- الجامعة	٢٥	٣٣	٣٣	٣٠	٣٥	٣٥	١٩١	ك	٪
٤- وسائل الإعلام	٤٥	٤٨	٤٥	٤٢	٤٥	٤٣	٢٦٨	ك	٪
٥- الجمعيات غير الرسمية	١٠	٩	١١	١٢	٧	٣	٥٢	ك	٪
٦- الجمعيات السياسية	٢٢	٢٦	١٨	١٥	١٦	١٦	١١٣	ك	٪
٧- أخرى تذكر	-	-	٤	١	٣	٣	١١	ك	٪
الإجمالي	١٣٦	١٥٤	١٤٤	١٣٢	١٤٠	١٣٣	٨٣٩		

والعاملون في المجال الإعلامي إذ بلغت ١٦,٧٪ في كل منهما، وفئة الإداريون في القطاعين العام والخاص ١٥٪، وفئة طلاب الجامعة ١٠,٨٪.

ويستنتج من إجابات المبحوثين أن أهم الأدوار التي تقوم بها مؤسسات التنشئة السياسية من وجهة نظر عينة الدراسة تركز على تكوين الاتجاهات السياسية والفكرية حيث جاء هذا الدور في المرتبة الأولى، في حين جاءت الأدوار الأخرى متقاربة من حيث اتجاهات الجمهور نحوها. وهذا يشير إلى أهمية كافة الأدوار التي يفترض أن تقوم بها مؤسسات التنشئة السياسية في إطار شمولي، والتي تشمل إلى جانب تكوين الاتجاهات السياسية والفكرية، توعية الجمهور بدوره السياسي، والاعداد لأداء هذا الدور، فضلا عن تعليم الجمهور مهارات الحوار والمشاركة السياسية، وتوعية المجتمع بالحقوق والواجبات، والحث على المشاركة في الانتخابات.

• مظاهر ممارسة التنشئة السياسية في المجتمع العماني: تبرز بيانات الجدول رقم (٦) حصول الانتخابات على المرتبة الأولى من بين مظاهر ممارسة التنشئة السياسية بنسبة ١٩,٩٪، وربما يرجع السبب في تصدر قضية الانتخابات مظاهر التنشئة السياسية إلى دخول سلطنة عمان مرحلة جديدة من عملية المشاركة السياسية من خلال ممارسة المواطنين العمانيين حقهم السياسي في الانتخابات لعضوية مجلس الشورى الذي صدر بحقه مرسوم سلطانيا رقم ٩١/٩ بإنشائه في نوفمبر عام ١٩٩١ يكون أعضائه منتخبيين من قبل أفراد الشعب العماني. ففي الدورات الماضية حددت الدولة مجموعة

من وجهة نظر عينة الدراسة

أما عن أدوار مؤسسات التنشئة السياسية في المجتمع العماني، فتوضح بيانات الجدول رقم (٥) أن الدور المتصل بتكوين الاتجاهات الفكرية والسياسية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ١٩,٤٪، وتوزعت هذه النسبة على فئات الدراسة كالتالي: فقد حصلت فئتي الهيئة الأكاديمية، والقيادات السياسية والعسكرية على ١٧,٧٪ في كل منهما، وفئة طلاب الجامعة ١٧,٢٪، بينما حصلت فئة مجلسي الدولة والشورى على ١٦,٧٪، وفئة العاملون في المجال الإعلامي ١٦,٣٪، وفئة الإداريون في القطاعين العام والخاص ١٤,٤٪ من إجمالي إجابات المبحوثين الذين يعتقدون بأن المؤسسات يمكن أن تساهم في تكوين الاتجاهات الفكرية والسياسية.

فيما حصل دور توعية الجمهور بدوره السياسي في المجتمع العماني على المرتبة الثانية بنسبة ١٨,٩٪، وتوزعت نسبتها على فئات الدراسة كالتالي: فئة العاملون في المجال الإعلامي ١٨,١٪، وحصلت كل من فئات الهيئة الأكاديمية، ومجلسي الدولة والشورى، والإداريون في القطاعين العام والخاص، والقيادات السياسية والعسكرية ١٦,٧٪ في كل منهم، وفئة طلاب الجامعة ١٢,٤٪ من إجمالي من الذين ذكروا دور المؤسسات المعنية بالتنشئة السياسية.

وبالنسبة لدور مؤسسات التنشئة السياسية في الإعداد الجيد لأداء الأدوار السياسية فقد جاءت هذا الدور في المرتبة الأخيرة بنسبة ١٠,٩٪، وقد توزعت النسبة على فئات الدراسة كالتالي: فئة مجلسي الدولة والشورى ٢١,٧٪، وفئة القيادات السياسية والعسكرية ١٩,١٪، بينما تساوت نسبة الهيئة الأكاديمية،

جدول رقم (٥) دور المؤسسات المعنية بالتنشئة السياسية في المجتمع العماني

المتغيرات	الفئات						
	الهيئة الأكاديمية	مجلسي الدولة والشورى	العاملون في المجال الإعلامي	الإداريون في القطاعين العام والخاص	القيادات السياسية والعسكرية	طلاب الجامعة	الإجمالي
١- توعية الجمهور بدوره السياسي	٣٧	٣٧	٣٨	٣٧	٣٥	٢٦	٢١٠
٢- تكوين الاتجاهات الفكرية والسياسية	١٧,٦	١٧,٦	١٨,١	١٧,٦	١٦,٧	١٢,٤	١٨,٩
٣- الإعداد لأداء الأدوار السياسية	٢٠	٢٦	٢٠	١٨	٢٣	١٣	١٢٠
٤- تعليم الجمهور الحوار والمشاركة السياسية	١٧,٥	١٨,٥	١٦	١٨,٥	١٥,٥	١٤	١٨,١
٥- توعية المجتمع بالحقوق والواجبات	٣٤	٤٠	٣٧	٣٥	٢٩	٢٧	٢٠٢
٦- الحث على المشاركة في الانتخابات	١٣,٨	٢٢,٦	١٩,٥	١٦,٤	١٨,٩	٨,٨	١٤,٤
الإجمالي	١٨٦	٢١٢	١٩٣	١٨٤	١٨٦	١٤٥	١١٠٦

السياسية والعسكرية ١٥,٤٪ في كل منهما، وفئة الإداريون في القطاعين العام والخاص ٧,٧٪.

• اتجاهات عينة الدراسة حول دور وسائل الإعلام في عملية التنشئة السياسية

توضح بيانات الجدول رقم (٧) دور الإعلام الجماهيري في التنشئة السياسية في المجتمع العماني، وجود تباين في إجابات المبحوثين حول هذا الدور، فقد أشار ٤٤٪ من عينة الدراسة إلى وجود دور للإعلام الجماهيري في التنشئة السياسية، وتوزعت هذه النسبة على فئات الدراسة كالتالي: فئة العاملون في المجال الإعلامي ٢٣,٥٪، ثم فئة القيادات السياسية والعسكرية ١٦,٧٪، وفئة الإداريون في القطاعين العام والخاص، وطلاب الجامعة ١٥,٩٪ في كل منهما، وحصلت فئة أعضاء الهيئة الأكاديمية على ١٤,٤٪، وفئة مجلسي الدولة والشورى ١٣,٦٪ من إجمالي الذين أشاروا إلى وجود دور للإعلام في عملية التنشئة السياسية.

أما الذين أشاروا إلى محدودية دور الإعلام الجماهيري في عملية التنشئة السياسية في المجتمع العماني، فقد كانت نسبتهم ٤٢,٣٪، وقد توزعت هذه النسبة على فئات الدراسة كالتالي: فئة مجلسي الدولة والشورى ٢٢,٨٪، بينما تساوت النسبة في فئتي الإداريون في القطاعين العام والخاص، وطلاب الجامعة إذ بلغت ١٧,٣٪ في كل منهما، ثم فئة القيادات السياسية والعسكرية ١٦,٦٪، وفئة الهيئة الأكاديمية ١٤,٢٪، وفئة العاملون في المجال الإعلامي ١١,٨٪ من إجمالي الذين أشاروا إلى وجود دور محدود للإعلام في التنشئة السياسية في المجتمع العماني. فيما أشار ١٣,٧٪ من أفراد العينة، إلى عدم وجود دور للإعلام الجماهيري في التنشئة السياسية في المجتمع العماني وتوزعت هذه النسبة على فئات الدراسة كالتالي: فئة الهيئة الأكاديمية ٣١,٧٪، ثم فئات الإداريون في القطاعين العام والخاص، والقيادات السياسية والعسكرية، وطلاب الجامعة بنسبة ١٧,١٪ في كل منهم، بينما حصلت فئة العاملون في المجال الإعلامي على ٩,٧٪، وفئة مجلسي الدولة والشورى ٧,٣٪.

ويتضح من البيانات السابقة أن أفراد العينة مختلفون من حيث اتجاهاتهم حول وجود دور للإعلام العماني الجماهيري في التنشئة السياسية، وربما يكون السبب وراء ذلك اختلاف رؤى العمانيين حول دور وسائل الإعلام في هذا المجال، فبعضهم

من الشيوخ والأعيان والمثقفين ورجال الأعمال ليختاروا بالتصويت الحر المباشر ممثلهم في مجلس الشورى، وربما يعود السبب في ذلك إلى حداثة التجربة على الشعب العماني وتوعيته بأهمية الديمقراطية، وبعد مرور أكثر من عشر سنوات على قيام مجلس الشورى، أقرت الدولة قانوناً جديداً يسمح لكافة المواطنين العمانيين من الجنسين من الذين وصلوا إلى سن الواحدة والعشرين في اختيار ممثلهم في الدورة الخامسة التي بدأت مع بداية عام ٢٠٠٤.

أما المظهر الثاني من مظاهر التنشئة السياسية فقد تمثل في السبلة العمانية، وقد حصلت على نسبة ١٥,٦٪ من بين مجموع آراء المبحوثين في مظاهر التنشئة السياسية، وربما يعود السبب في احتلال السبلة العمانية الترتيب الثاني من بين مجموع مظاهر التنشئة السياسية إلى تمسك المجتمع العماني بتقاليد وأعرافه القبلية، حيث تعقد الجلسات في رحاب تلك السبلة التي تعنى بدراسة الأوضاع التي تهم القبيلة مثل قضية انتخابات مجلس الشورى وما يصاحبها من تحالفات في دعم مرشح تختاره مجموعة من القبائل، وهو ما يقابله في بعض الدول العربية والأجنبية فكرة الأحزاب. وتعد السبلة العمانية أيضاً بقراءة المتغيرات السياسية والاقتصادية التي تطرأ على الساحة المحلية والعربية الدولية. وتوزعت هذه النسبة على فئات الدراسة كالتالي: فئة طلاب الجامعة ٢١,٤٪، وفئة العاملون في المجال الإعلامي ١٨,٦٪، وفئة الهيئة الأكاديمية ١٧,١٪، وفئة الإداريون في القطاعين العام والخاص ١٦,٤٪، وفئة القيادات السياسية والعسكرية ١٣,٦٪، وفئة مجلسي الدولة والشورى ١٢,٩٪.

وبالنسبة للاتحادات الطلابية فقد جاءت في المرتبة العاشرة بنسبة ٢,٩٪ من بين مجموع آراء المبحوثين في مظاهر التنشئة السياسية في المجتمع العماني، وربما يعود السبب في انخفاض هذه النسبة إلى عدم وجود دور للاتحادات الطلابية التي تنشأ داخل أروقة الجامعات، وهذا المصطلح غير موجود في جامعة السلطان قابوس أو في بقية المؤسسات التعليمية الأخرى، حيث يستعاض عنه بالجماعات الطلابية التي يقتصر دورها على مناقشة الجوانب الطلابية مع عمادة شؤون الطلاب، ولا يحق لها الاشتغال بالسياسية. وتوزعت هذه النسبة على فئات الدراسة كالتالي: فئة طلاب الجامعة ٢٣,١٪، وفئتي مجلسي الدولة والشورى، والعاملون في المجال الإعلامي ١٩,٢٪ في كل منهما، وفئتي الهيئة الأكاديمية، والقيادات

*السبلة العمانية هو مكان يجتمع فيه شيوخ القبيلة وأعيانها لتدارس الأوضاع التي تهم القبيلة بشكل خاص والبلد بشكل عام، وهذا المصطلح متداول في سلطنة عمان، ويقابله في بعض البلدان العربية الديوانية في الكويت، والمضافة في الأردن وبلاد الشام.

جدول رقم (٦) مظاهر التنشئة السياسية في المجتمع العماني

الإجمالي	طلاب الجامعة	القيادات السياسية والعسكرية	الإداريون في القطاعين العام والخاص	العاملون في المجال الإعلامي	مجلسي الدولة والشورى	الهيئة الأكاديمية	الفئات	
							ك	المتغيرات
١٧٩	٢٢	٣٣	٢٧	٢٩	٤٠	٢٨	ك	١- الانتخابات
١٩,٩	١٢,٢	١٨,٤	١٥,١	١٦,٢	٢٢,٥	١٥,٦	%	
٩٦	٩	١٦	١٢	١٦	٢٤	١٩	ك	٢- الندوات الفكرية والسياسية
١٠,٧	٩,٣	١٦,٧	١٢,٥	١٦,٧	٢٥	١٩,٨	%	
٧٤	٦	١١	١٧	١٧	١٣	١٠	ك	٣- الكتابات والمؤلفات
٨,٣	٨,١	١٤,٨	٢٣,٠	٢٣,٠	١٧,٦	١٣,٥	%	
١٤٠	٣٠	١٩	٢٣	٢٦	١٨	٢٤	ك	٤- السبلة العمانية
١٥,٦	٢١,٤	١٣,٦	١٦,٤	١٨,٦	١٢,٩	١٧,١	%	
٢٦	٦	٤	٢	٥	٥	٤	ك	٥- الاتحادات الطلابية
٢,٩	٢٣,١	١٥,٤	٧,٧	١٩,٢	١٩,٢	١٥,٤	%	
٦١	١٦	٥	١١	٩	١١	٩	ك	٦- الانتماءات القبلية
٦,٨	٢٦,٢	٨,٢	١٨,٠	١٤,٨	١٨,٠	١٤,٨	%	
١١٨	١٢	٢٣	١٣	٢٣	٢٩	١٨	ك	٧- الحوارات التليفزيونية والإذاعية
١٣,٢	١٠,٢	١٩,٤	١١,٠	١٩,٥	٢٤,٦	١٥,٣	%	
٢٢	١	٥	٢	٦	٥	٣	ك	٨- عضوية الجمعيات الأهلية
٢,٥	٤,٦	٢٢,٧	٩,١	٢٧,٣	٢٢,٧	١٣,٦	%	
٤٤	٥	٧	٧	٨	١١	٦	ك	٩- المشاركة في العمل التطوعي
٤,٩	١١,٤	١٥,٩	١٥,٩	١٨,٢	٢٥	١٣,٦	%	
٩٠	١٣	١٧	١٧	١٥	١٦	١٢	ك	١٠- الانخراط في المناقشات العامة
١٠,١	١٤,٤	١٨,٩	١٨,٩	١٦,٧	١٧,٨	١٣,٣	%	
٣٨	٤	٣	٦	٧	١٢	٦	ك	١١- البرامج وقدرتها على تفعيل الدور السياسي
٤,٢	١٠,٥	٧,٩	١٥,٨	١٨,٤	٣١,٦	١٥,٨	%	
٨	-	٢	١	-	١	٤	ك	١٢- أخرى تذكر
٠,٩	-	٢٥	١٢,٥	-	١٢,٥	٥٠	%	
٨٩٦	١٢٤	١٤٥	١٣٨	١٦١	١٨٥	١٤٣		الإجمالي

جدول رقم (٧) يوضح دور الإعلام في التنشئة السياسية في المجتمع العماني

الإجمالي	طلاب الجامعة	القيادات السياسية والعسكرية	الإداريون في القطاعين العام والخاص	العاملون في المجال الإعلامي	مجلسي الدولة والشورى	الهيئة الأكاديمية	الفئات	
							ك	المتغيرات
١٣٢	٢١	٢٢	٢١	٣١	١٨	١٩	ك	نعم
٤٤	١٥,٩	١٦,٧	١٥,٩	٢٣,٥	١٣,٦	١٤,٤	%	
٤١	٧	٧	٧	٤	٣	١٣	ك	لا
١٣,٧	١٧,١	١٧,١	١٧,١	٩,٧	٧,٣	٣١,٧	%	
١٢٧	٢٢	٢١	٢٢	١٥	٢٩	١٨	ك	إلى حد ما
٤٢,٣	١٧,٣	١٦,٦	١٧,٣	١١,٨	٢٢,٨	١٤,٢	%	
٣٠٠	٥٠	٥٠	٥٠	٥٠	٥٠	٥٠		الإجمالي

الجوانب التنموية التقليدية كما هو الحال بالنسبة لتليفزيون سلطنة عمان على اعتبار أن الوسيطتين مملوكتان للدولة، وبالتالي فإن النشاط التنموي غير السياسي يكون على سلم الخريطة البرمجية لكلا الوسيطتين.

• مجالات مساهمة وسائل الإعلام الجماهيرية في التنشئة السياسية في المجتمع العماني:

في إطار مجالات مساهمة وسائل الإعلام الجماهيرية في عملية التنشئة السياسية في المجتمع العماني، يوضح الجدول رقم (٩) أن توفير المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام لأفراد عينة الدراسة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٢٥,١٪، وتوزعت هذه النسبة على فئات الدراسة كالتالي: فئة مجلسي الدولة والشورى ١٩٪، وفئة العاملون في المجال الإعلامي ١٧,٥٪، وفئة القيادات السياسية والعسكرية ١٧,١٪، بينما حصلت فئتي الإداريون في القطاعين العام والخاص، وطلاب الجامعة على ١٥,٦٪ في كل منهما، وفئة الهيئة الأكاديمية ١٥,٢٪.

وأما فيما يتعلق بتوسيع دوائر الحوار حول الموضوعات والقضايا السياسية فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة ٢٠,٨٪، حيث توزعت هذه النسبة على فئات الدراسة كالتالي: فئة مجلسي الدولة والشورى ٢٠,٥٪، وفئة العاملون في المجال الإعلامي ١٩,٤٪، فيما حصلت فئة الإداريون في القطاعين العام والخاص على ١٦,٦٪، وفئة طلاب الجامعة ١٦٪، وفئة القيادات السياسية والعسكرية ١٤,٩٪، وفئة الهيئة الأكاديمية ١٢,٦٪. تلتها مجال تشكيل المفاهيم والتصورات ثم فرص التعبير عن الرأي بعدها الحث على انماط من السلوك ثم تحديد الاحتياجات.

ويتضح من البيانات السابقة أن مجالات مساهمة الإعلام العماني متنوعة وهذا يقضي بضرورة أن توفر وسائل الإعلام حقائب معلوماتية ومعرفية تخدم التوازن بين هذه المجالات.

• الدور المتوقع لوسائل الإعلام العمانية الجماهيرية في عملية التنشئة السياسية:

يوضح الجدول رقم (١٠) إجابات الجمهور حول الدور المتوقع لوسائل الإعلام العمانية الجماهيرية في التنشئة السياسية، حيث تشير البيانات إلى أن قضية إلغاء القيود المفروضة على المضمون السياسي لوسائل الإعلام العمانية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ١٦٪، وربما يرجع السبب في تصدر هذه القضية إلى آمال المبحوثين التي يعقدونها على وسائل الإعلام الجماهيرية العمانية في عملية التنشئة السياسية. وقد توزعت هذه النسبة على فئات الدراسة كالتالي: فئة طلاب الجامعة

يعتقد بوجود هذا الدور في حين يرى البعض الآخر أن هذا الدور يتسم بالمحدودية، وفي الوقت ذاته يرى آخرون وهم النسبة الأقل بأنه لا يوجد دور لهذه الوسائل في عملية التنشئة السياسية. ويمكن تفسير هذه النتائج انطلاقاً من الدور الذي رسم لوسائل الإعلام التي اهتمت بصورة أكبر بالمجالات التنموية الأخرى خلال الفترة السابقة، إلى جانب سياسات التدرج في تعزيز مشاركة الجمهور في العملية السياسية.

• الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيراً في التنشئة السياسية في المجتمع العماني:

تشير بيانات الجدول رقم (٨) إلى أن القنوات الفضائية العربية هي الوسيلة الأكثر تأثيراً في التنشئة السياسية في المجتمع العماني حيث بلغت نسبتها ٢٦,٧٪، وتوزعت هذه النسبة على فئات الدراسة كالتالي: فئة مجلسي الدولة والشورى ٢١,٥٪، ثم فئة القيادات السياسية والعسكرية ٢٠,٩٪، وفئة الإداريون في القطاعين العام والخاص ١٦٪، فيما حصلت فئة العاملون في المجال الإعلامي على ١٥,٨٪، وفئة طلاب الجامعة ١٢٪، بينما حصلت فئة الهيئة الأكاديمية على ١٠,٨٪، من الذين أشاروا بأن القنوات الفضائية تساهم في التنشئة السياسية لدى أفراد المجتمع العماني. ويتضح من خلال قراءة إجابات المبحوثين أن النخب السياسية في المجتمع العماني تتأثر بالمعروض الخارجي عبر ما تقدمه القنوات الفضائية العربية من برامج حوارية سياسية وأحداث إخبارية تبث على الهواء مباشرة أكثر مما يقدمه تليفزيون سلطنة عمان من برامج حوارية سياسية وأحداث إخبارية. وجاءت الصحافة العمانية في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٥,٤٪ تلتها شبكة الانترنت بنسبة بلغت ١٩,٧٪.

أما تليفزيون سلطنة عمان فقد حصل على المرتبة الرابعة من بين الوسائل الأكثر تأثيراً في التنشئة السياسية في المجتمع العماني بنسبة ١٦,٨٪، وربما يرجع سبب حصول تليفزيون سلطنة عمان على ترتيب متأخر من بين وسائل الإعلام العمانية المعنية بالتنشئة السياسية، نظراً للسياسة البرمجية التي لا زالت تناقش أموراً تقليدية أو تنموية خارج دائرة الاهتمام بالشأن السياسي.

وبالنسبة لإذاعة سلطنة عمان فقد حصلت على المرتبة الأخيرة بنسبة ١١,٤٪ من بين الوسائل الأكثر تأثيراً في التنشئة السياسية، وربما يكون السبب في انخفاض نسبة حصول إذاعة سلطنة عمان على مكانة متقدمة بين وسائل الإعلام العمانية إلى عدم وجود برامج سياسية تستقطب المستمع العماني، إضافة إلى أن إذاعة سلطنة عمان تركز في برامجها على

جدول رقم (٨) يوضح الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيراً في التنشئة السياسية في المجتمع العماني

الإجمالي	طلاب الجامعة	القيادات السياسية والعسكرية	الإداريون في القطاعين العام والخاص	العاملون في المجال الإعلامي	مجلسي الدولة والشورى	الهيئة الأكاديمية	الفئات	
							المتغيرات	
١٥٠	٢٦	٣١	٢٤	٢٣	٢٨	١٨	ك	١- الصحافة المحلية
٢٥,٤	١٧,٣	٢٠,٧	١٦	١٥,٣	١٨,٧	١٢	%	
٦٧	٢٠	١١	٧	١٤	٥	١٠	ك	٢- راديو سلطنة عمان
١١,٤	٢٩,٨	١٦,٤	١٠,٥	٢٠,٩	٧,٥	١٤,٩	%	
٩٩	٢٠	١٧	١٢	١٨	٢١	١١	ك	٣- التلفزيون العماني
١٦,٨	٢٠,٣	١٧,٢	١٢,١	١٨,١	٢١,٢	١١,١	%	
١١٦	٢٦	٢٣	١٥	١٨	١٨	١٦	ك	٤- الإنترنت
١٩,٧	٢٢,٥	١٩,٨	١٢,٩	١٥,٥	١٥,٥	١٣,٨	%	
١٥٨	١٩	٣٣	٣٠	٢٥	٣٤	١٧	ك	٥- القنوات الفضائية العربية
٢٦,٧	١٢	٢٠,٩	١٩	١٥,٨	٢١,٥	١٠,٨	%	
٥٩٠	١١١	١١٥	٨٨	٩٨	١٠٦	٧٢		الإجمالي

جدول رقم (٩) مجالات مساهمة وسائل الإعلام الجماهيرية في عملية التنشئة السياسية في المجتمع العماني

الإجمالي	طلاب الجامعة	القيادات السياسية والعسكرية	الإداريون في القطاعين العام والخاص	العاملون في المجال الإعلامي	مجلسي الدولة والشورى	الهيئة الأكاديمية	الفئات	
							المتغيرات	
٢١١	٢٣	٣٦	٢٣	٢٧	٤٠	٣٢	ك	١- توفير المعلومات
٢٥,١	١٥,٦	١٧,١	١٥,٦	١٧,٥	١٩	١٥,٢	%	
١٢٣	١٨	٢٢	١٥	٢٦	٢٣	١٩	ك	٢- تشكيل المفاهيم والتصورات
١٤,٦	١٤,٦	١٧,٩	١٢,٢	٢١,١	١٨,٧	١٥,٥	%	
٩٠	١٧	١٧	١٥	١٧	١١	١٣	ك	٣- بلورة الاتجاهات
١٠,٧	١٨,٩	١٨,٩	١٦,٧	١٨,٩	١٢,٢	١٤,٤	%	
٥٢	١٧	٣	٧	٧	٩	٩	ك	٤- الحث على أنماط من السلوك
٦,٢	٣٢,٦	٥,٨	١٣,٥	١٣,٥	١٧,٣	١٧,٣	%	
١٧٥	٢٨	٢٦	٢٩	٣٤	٣٦	٢٢	ك	٥- توسيع دوائر الحوار
٢٠,٨	١٦	١٤,٩	١٦,٦	١٩,٤	٢٠,٥	١٢,٦	%	
١١٣	٢٠	١٦	٢٢	٢٣	١٦	١٦	ك	٦- فرص التعبير عن الرأي
١٣,٤	١٧,٧	١٤,٢	١٩,٤	٢٠,٣	١٤,٢	١٤,٢	%	
٧٧	١٤	١١	١٤	٩	١٦	١٣	ك	٧- تحديد الاحتياجات
٩,٢	١٨,٢	١٤,٣	١٨,٢	١١,٧	٢٠,٧	١٦,٩	%	
٨٤١	١٤٧	١٣١	١٣٥	١٥٣	١٥١	١٢٤		الإجمالي

برامج سياسية تتناول موضوعات الحوار والمشاركة إلى غياب ظهور القيادات السياسية في البرامج الإذاعية والتلفزيونية والتحقيقات الصحفية في المؤسسات الإعلامية العمانية، إضافة إلى عدم وجود خطة إعلامية واضحة للبرامج والتحقيقات التي تتناول موضوعات الحوار والمشاركة السياسية. وقد توزعت نسب قضية استضافة القيادات السياسية العمانية على فئات الدراسة كالتالي: حيث حصلت كل من فئتي مجلسي الدولة والشورى، والعاملون في المجال الإعلامي على ١٨,٦٪ في كل

١٨,٣٪، ثم فئة الإداريون في القطاعين العام والخاص ١٧,٤٪، وفئة الهيئة الأكاديمية ١٦,٥٪، وحصلت كل من فئتي مجلسي الدولة والشورى، والقيادات السياسية والعسكرية على ١٦,١٪ في كل منهما، وفئة العاملون في المجال الإعلامي ١٥,٦٪. أما مسألتي استضافة وسائل الإعلام القيادات السياسية العمانية، وتقديم برامج حوارية سياسية فقد جاءت في الترتيب الثاني والثاني مكرر بنسبة ١٥,٤٪، وربما يعود السبب في ارتفاع نسبة آراء الباحثين بالنسبة للمطالبة بتقديم

إعادة النظر في ذلك. وقد توزعت نسب آراء المبحوثين حول هذه القضية على فئات الدراسة كالتالي: فئة مجلسي الدولة والشورى ٢١,٥٪، ثم فئة القيادات السياسية والعسكرية ١٨,٦٪، وفئة العاملون في المجال الإعلامي ١٧,٤٪، وفئة طلاب الجامعة ١٦,٩٪، وفئة الهيئة الأكاديمية ١٥,١٪، وفئة الإداريون في القطاعين العام والخاص ١٠,٥٪. وبالنسبة للندوات الإذاعية والتلفزيونية المعنية بالتنشئة السياسية فقد نالت هذه القضية ١٢,٢٪ من مجموع آراء المبحوثين بشأن الدور المتوقع لوسائل الإعلام العمانية. وقد توزعت إجابات المبحوثين على فئات الدراسة كالتالي: فئة مجلسي الدولة والشورى ١٩,٨٪، ثم فئة القيادات السياسية والعسكرية ١٨,٦٪، وفئة الإداريون في القطاعين العام والخاص ١٦,٩٪، وفئة العاملون في المجال الإعلامي ١٦,٣٪، وفئة الهيئة الأكاديمية ١٤,٥٪، وفئة طلاب الجامعة ١٣,٩٪. وتبين النتائج السابقة ضرورة أن يقوم الاعلام العماني بتطوير ادائه في مجال التنشئة السياسية من خلال فتح نوافذ لطرح القضايا السياسية من خلال منافذ واساليب متنوعة.

• التعرض للصحافة العمانية في مجال التنشئة السياسية:

منهما، ثم فئتي الهيئة الأكاديمية، وطلاب الجامعة ١٦,٣٪ في كل منهما، بينما حصلت فئة القيادات العسكرية والسياسية على ١٥,٨٪، وفئة الإداريون في القطاعين العام والخاص على ١٤,٤٪ من إجمالي من أشاروا إلى استضافة القيادات السياسية العمانية في وسائل الإعلام العمانية. أما فيما يتعلق بتقديم برامج سياسية تتناول موضوعات الحوار والمشاركة السياسية، فقد توزعت نسبتها على فئات الدراسة كالتالي: فئة الهيئة الأكاديمية ١٩٪، فيما حصلت كل من فئات مجلسي الدولة والشورى، والعاملون في المجال الإعلامي، والإداريون في القطاعين العام والخاص في النسبة على ١٦,٨٪ في كل منهم، وحصلت فئتي القيادات السياسية والعسكرية، وطلاب الجامعة على ١٥,٣٪ في كل منهما.

أما فيما يتعلق بإجراء موضوعات صحفية سياسية حول قضايا التنشئة السياسية، فقد احتلت هذه القضية المرتبة السادسة بنسبة ١٢,٦٪، وإذا حاولنا تفسير ارتفاع نسبة آراء المبحوثين بالنسبة للمطالبين بضرورة إجراء موضوعات صحفية فربما يرجع السبب في ذلك إلى أن الصحافة العمانية لا زالت غير مهتمة بصورة كبيرة بالقضايا السياسية الأمر الذي يستوجب

جدول رقم (١٠) الدور المتوقع لوسائل الإعلام العمانية في التنشئة السياسية

المتغيرات	الفئات	الهيئة الأكاديمية	مجلسي الدولة والشورى	العاملون في المجال الإعلامي	الإداريون في القطاعين العام والخاص	القيادات السياسية والعسكرية	طلاب الجامعة	الإجمالي		
									ك	٪
١- إجراء تحقيقات صحفية سياسية	ك	٢٦	٣٧	٣٠	١٨	٣٢	٢٩	١٧٢	ك	٪
٢- استضافة القيادات السياسية	ك	٣٤	٣٩	٣٩	٣٠	٣٣	٣٤	٢٠٩	ك	٪
٣- تقديم برامج حوارية سياسية	ك	٤٠	٣٥	٣٥	٣٥	٣٢	٣٢	٢٠٩	ك	٪
٤- ندوات تلفزيونية وإذاعية حول التنشئة السياسية	ك	٢٤	٣٣	٢٧	٢٨	٣١	٢٣	١٦٦	ك	٪
٥- مشاركة صانعي القرار السياسي أفراد المجتمع	ك	٣٢	٣٩	٣٧	٣١	٣٤	٣٢	٢٠٥	ك	٪
٦- برامج توعوية حول النظام السياسي والإداري للدولة	ك	٣١	٢٩	٢٩	٣٤	٢٣	٢٨	١٧٤	ك	٪
٧- إلغاء القيود المفروضة على المضمون الإعلامي	ك	٣٦	٣٥	٣٤	٣٨	٣٥	٤٠	٢١٨	ك	٪
٨- أخرى تذكر	ك	٢	١	١	١	٢	١	٨	ك	٪
الإجمالي		٢٢٥	٢٤٨	٢٣٢	٢١٥	٢٢٢	٢١٩	١٣٦١		

جدول رقم (١١) الصحف التي يحرص المبحوثين على قراءتها

الإجمالي	طلاب الجامعة	القيادات السياسية والعسكرية	الإداريون في القطاعين العام والخاص	العاملون في المجال الإعلامي	مجلسي الدولة والشورى	الهيئة الأكاديمية	الفئات المتغيرات	
							ك	%
١٩٤	٢٥	٣٦	٢٦	٣٨	٣٥	٣٤	ك	١ - عُمان
٣٧,٧	١٢,٩	١٨,٦	١٣,٤	١٩,٦	١٨	١٧,٥	%	
٢٥٠	٤٠	٤١	٤٦	٣٧	٤٦	٤٠	ك	٢ - الوطن
٤٨,٥	١٦	١٦,٤	١٨,٤	١٤,٨	١٨,٤	١٦	%	
٣١	٧	٤	٣	٧	١٠	-	ك	٣ - الشيبية
٦	٢٢,٦	١٢,٩	٩,٧	٢٢,٦	٣٢,٢	-	%	
١٩	٤	٤	٣	٣	٣	٢	ك	٤ - عمان أوبزيرفر
٣,٧	٢١,١	٢١,١	١٥,٨	١٥,٨	١٥,٨	١٠,٤	%	
٢١	٤	٥	٣	٣	٤	٢	ك	٥ - تايمز أوف عمان
٣,٧	١٩,١	٢٣,٨	١٤,٣	١٤,٣	١٩,١	٩,٥	%	
٥١٥	٨٠	٩٠	٨١	٨٨	٩٨	٧٨		الإجمالي

بنسبة متساوية بلغت ٣,٧٪.

ويستنتج من بيانات الدراسة أن حرص عينة الدراسة على قراءة صحيفة الوطن ربما لكونها الصحيفة العمانية الأولى التي صدرت في ٢٨ يناير عام ١٩٧١، وبالتالي يجد القارئ العماني فيها ضالته بحكم عدم ملكيتها للدولة، بينما تملك الدولة أسهم كل من جريدة عمان التي صدرت في ١٨ نوفمبر عام ١٩٧٢، وجريدة عمان أوبزيرفر التي صدرت في ١٥ نوفمبر عام ١٩٨١، وعلى الرغم من ملكية القطاع الخاص لصحيفة الشيبية التي صدرت في ٢ يناير عام ١٩٩٣، وتايمز أوف عمان التي صدرت في ٢٣ فبراير عام ١٩٧٥، إلا أنهما لم تحظيا باهتمام أفراد العينة كثيرا. ولعل عزوف القارئ العماني عن متابعة صحيفة الشيبية بشأن القضايا السياسية مرده إلى بداياتها التي ركزت على القضايا الشبابية والرياضة في حين تركز الصحافة العمانية الناطقة باللغة الإنجليزية على اهتمامات تتركز في مخاطبة الجاليات الأجنبية أكثر من كونها صحافة تتوجه إلى العمانيين.

• السمات التي تميز الصحافة المحلية بالنسبة لعملية التنشئة السياسية في المجتمع العماني:
تشير بيانات الجدول رقم (١٢) أن موضوع مساهمة الصحافة المحلية في مساعدة المواطنين على تكوين رأي حر احتل المرتبة الأولى بنسبة ٢٧,١٪، وتعتبر هذه النسبة عالية مقارنة ببقية الموضوعات التي تساهم بها الصحافة المحلية في عملية التنشئة السياسية في المجتمع العماني، وقد توزعت إجابات الجمهور على فئات الدراسة كالتالي: فئة مجلسي الدولة

يوضح الجدول رقم (١١) أن غالبية عينة الدراسة تفضل قراءة صحيفة الوطن للحصول على معلومات حول التنشئة السياسية. وتشير بيانات الدراسة إلى حصول صحيفة الوطن على نسبة ٤٨,٥٪ من مجموع آراء المبحوثين، واحتلت بذلك المرتبة الأولى. وقد توزعت نسبة آراء المبحوثين على فئات الدراسة كالتالي: فقد حصلت كل من فئتي مجلسي الدولة والشورى، والإداريون في القطاعين العام والخاص على ١٨,٤٪ في كل منهما، وفئة القيادات السياسية والعسكرية ١٦,٤٪، ثم فئتي الهيئة الأكاديمية، وطلاب الجامعة ١٦٪ في كل منهما، وفئة العاملون في المجال الإعلامي ١٤,٨٪، وهي النسبة الأقل في مستوى الحرص على قراءة صحيفة الوطن من إجمالي الذين يفضلونها على باقي الصحف المحلية.

أما جريدة عمان فقد جاءت في المرتبة الثانية من حيث حرص عينة الدراسة على قراءتها في مجال التنشئة السياسية بنسبة ٣٧,٧٪، من إجمالي عدد العينة، وتوزعت هذه النسبة على فئات الدراسة كالتالي: فئة العاملون في المجال الإعلامي ١٩,٦٪، ثم فئة القيادات السياسية والعسكرية ١٨,٦٪، وفئة مجلسي الدولة والشورى ١٨٪، وفئة الهيئة الأكاديمية ١٧,٥٪، وفئة الإداريون في القطاعين العام والخاص ١٣,٤٪، بينما يقل الحرص على قراءتها عند فئة طلاب الجامعة ١٢,٩٪. وتشير بيانات الدراسة أيضا إلى قلة اهتمام أفراد العينة بقراءة الصحف الأخرى، حيث حصلت صحيفة الشيبية على المرتبة الثالثة بنسبة ٦٪، أما فيما يتعلق بصحيفتي عمان أوبزيرفر Oman Observer، وتايمز أوف عمان Times of Oman الناطقتين باللغة الإنجليزية، فقد حصلتا على المرتبة الأخيرة

الإداريون في القطاعين العام والخاص ١٨,٣٪، وفئة الهيئة الأكاديمية ١٧,٢٪، فيما حصلت كل من فئتي القيادات السياسية والعسكرية، وطلاب الجامعة على ١٦,١٪ في كل منهما، وفئة العاملون في المجال الإعلامي ١٣,٤٪.

أما نسبة الذين يحرصون على متابعة برامج إذاعة سلطنة عمان فقد بلغت ٤٠٪، حيث توزعت نسبتها على فئات الدراسة كالتالي: فئة العاملون في المجال الإعلامي ٢١,٤٪، وحصلت كل من فئتي القيادات السياسية والعسكرية، وطلاب الجامعة على ١٧,٥٪ في كل منهما، وفئة الهيئة الأكاديمية ١٥,٨٪، وفئة الإداريون في القطاعين العام والخاص ١٤,٢٪، وفئة مجلسي الدولة والشورى ١٣,٣٪.

ويستنتج من تحليل البيانات السابقة أن السبب في عدم اهتمام عينة الدراسة بمتابعة برامج إذاعة سلطنة عمان ربما يعود إلى وجود البديل المرئي من قنوات فضائية متعددة تقدم مواد متنوعة تشبع بها رغبة الجمهور. وقد يرجع سبب عدم حرص الجمهور بمتابعة برامج إذاعة سلطنة عمان أيضا إلى عدم وجود برامج سياسية حوارية جادة تستقطب بها الجمهور العماني، وهو ما دفع بالجمهور العماني إلى إيجاد البديل المتاح عبر برامج حوارية جادة توفرها القنوات الفضائية العربية والأجنبية.

• سمات إذاعة سلطنة عمان بالنسبة لعملية التنشئة السياسية في المجتمع العماني:

وتوضح بيانات الجدول رقم (١٥) أن من الأسباب التي تجعل إذاعة سلطنة عمان تؤدي دورا في عملية التنشئة السياسية في المجتمع العماني هو أن الراديو يخاطب كافة فئات المجتمع وحصل بذلك على المرتبة الأولى بنسبة ٢٩,٥٪ من مجموع آراء المبحوثين، وتوزعت هذه النسبة على فئات الدراسة كالتالي: فئة العاملون في المجال الإعلامي ٢٣,٢٪، ثم فئة طلاب الجامعة في ٢١,١٪، وفئة القيادات السياسية والعسكرية ١٨,٩٪، وفئة مجلسي الدولة والشورى ١٥,٨٪، بينما حصلت فئتي الهيئة الأكاديمية، والإداريون في القطاعين العام والخاص على ١٠,٥٪ في كل منهما.

ومن بين الأسباب التي تجعل إذاعة سلطنة عمان تؤدي دورا في عملية التنشئة السياسية أن الراديو وسيلة الجمهور في المناطق البعيدة، حيث حصلت هذه القضية على المرتبة الثانية بنسبة ٢٧,٣٪ من مجموع آراء المبحوثين، وتوزعت هذه النسبة على فئات الدراسة كالتالي: فئة طلاب الجامعة ٢٦,٢٪، ثم فئة العاملون في المجال الإعلامي ١٩,٣٪، وفئة مجلسي الدولة والشورى ١٥,٩٪، وحصلت كل من فئتي الهيئة الأكاديمية،

والشورى ٢٤,٢٪، وفئة الهيئة الأكاديمية ٢١٪، وفئة العاملون في المجال الإعلامي ١٦,١٪، وفئة طلاب الجامعة ١٥,٣٪، وفئة القيادات السياسية والعسكرية ١٢,٩٪، وفئة الإداريون في القطاعين العام والخاص ١٠,٥٪.

أما الموضوعات الصحفية التي تمس مشكلات المجتمع فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة ٢٣,٩٪، وتوزعت هذه النسبة على فئات الدراسة كالتالي: فئة مجلسي الدولة والشورى ٢٣,٨٪، وفئة العاملون في المجال الإعلامي ١٨,٤٪، وحصلت كل من فئتي الهيئة الأكاديمية، وطلاب الجامعة على ١٥,٦٪ في كل منهما، وفئة القيادات السياسية والعسكرية ١٤,٧٪، وفئة الإداريون في القطاعين العام والخاص ١١,٩٪.

وجاءت فئة أخرى في المرتبة الثالثة في حين جاءت فئة تعرضها للمشاركة السياسية في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١٦,٧٪، ثم تلتها فئة أن معظم كتابها مثقفون بسبب بلغت ١١,٦٪.

٢-٤: مدى تأثير الصحافة العمانية بالنسبة لعملية التنشئة السياسية في المجتمع العماني:

وفيما يتعلق باجابات المبحوثين حول عبارة «للمصاحفة العمانية تأثير في عملية التنشئة السياسية في المجتمع العماني» فتوضح بيانات الجدول رقم (١٣) أن للمصاحفة العمانية تأثير في هذا الخصوص، فقد وافق على هذه العبارة نسبة ٥٩٪ من عينة الدراسة، فيما التزم موقف المحايد حيال تلك العبارة ٢١,٣٪، بينما رفضها ما نسبته ١٩,٧٪ من عينة الدراسة. ويمكن القول أنه وعلى الرغم من وجود رقابة مستمرة على المضمون الصحفي، إلا أن الصحافة استطاعت بطريقة مباشرة وغير مباشرة في إحداث هذا التأثير في عملية التنشئة السياسية لدى أفراد عينة الدراسة، وهو ما يحسب لها في إكفاء التوعية بأهمية التنشئة السياسية من خلال المقالات السياسية لكتاب عمانيين أو لكتاب عرب وأجانب، أو من خلال التحقيقات الصحفية حول قضايا لها علاقة مباشرة بالوضع المحلي التي تنشرها الصحافة العمانية للمساهمة في إحداث تغيير في آلية التفكير لدى أفراد المجتمع العماني بشكل عام.

• التعرض لإذاعة سلطنة عمان في مجال التنشئة السياسية: وفيما يتعلق بحرص الجمهور على متابعة برامج إذاعة سلطنة عمان في مجال التنشئة السياسية، يوضح الجدول رقم (١٤) قلة اهتمام أفراد عينة الدراسة بمتابعة برامج إذاعة سلطنة عمان، حيث بلغت نسبة الذين لا يتابعون برامج إذاعة سلطنة عمان ٦٠٪، وقد توزعت إجابات عينة الدراسة على فئات الدراسة كالتالي: فئة مجلسي الدولة والشورى ١٨,٩٪، وفئة

جدول رقم (١٢) السمات التي تميز الصحافة المحلية بالنسبة لعملية التنشئة السياسية في المجتمع العماني

الإجمالي	طلاب الجامعة	القيادات السياسية والعسكرية	الإداريون في القطاعين العام والخاص	العاملون في المجال الإعلامي	مجلسي الدولة والشورى	الهيئة الأكاديمية	الفئات	
							ك	رأي المبحوثين
٦١	١٥	٨	١٠	١٠	٧	١١	ك	١- موافق بشدة
٢٠,٣	٢٤,٦	١٣,١	١٦,٤	١٦,٤	١١,٥	١٨,٠	%	
١١٦	١٤	١٤	٢٣	٢٠	٢٤	٢١	ك	٢- موافق
٣٨,٧	١٢,١	١٢,١	١٩,٨	١٧,٢	٢٠,٧	١٨,١	%	
٦٤	١٠	١٧	١٠	١١	١٠	٦	ك	٣- محايد
٢١,٣	١٥,٦	٢٦,٦	١٥,٦	١٧,٢	١٥,٦	٩,٤	%	
٥٠	٩	٩	٧	٧	٧	١١	ك	٤- لا أوافق
١٦,٧	١٨	١٨	١٤	١٤	١٤	٢٢	%	
٩	٢	٢	-	٢	٢	١	ك	٥- لا أوافق بشدة
٣	٢٢,٢	٢٢,٢	-	٢٢,٢	٢٢,٢	١١,٢	%	
٣٠٠	٥٠	٥٠	٥٠	٥٠	٥٠	٥٠		الإجمالي

جدول رقم (١٣) يوضح تأثير الصحافة العمانية في التنشئة السياسية في المجتمع العماني

الإجمالي	طلاب الجامعة	القيادات السياسية والعسكرية	الإداريون في القطاعين العام والخاص	العاملون في المجال الإعلامي	مجلسي الدولة والشورى	الهيئة الأكاديمية	الفئات	
							ك	رأي المبحوثين
٦١	١٥	٨	١٠	١٠	٧	١١	ك	١- موافق بشدة
٢٠,٣	٢٤,٦	١٣,١	١٦,٤	١٦,٤	١١,٥	١٨,٠	%	
١١٦	١٤	١٤	٢٣	٢٠	٢٤	٢١	ك	٢- موافق
٣٨,٧	١٢,١	١٢,١	١٩,٨	١٧,٢	٢٠,٧	١٨,١	%	
٦٤	١٠	١٧	١٠	١١	١٠	٦	ك	٣- محايد
٢١,٣	١٥,٦	٢٦,٦	١٥,٦	١٧,٢	١٥,٦	٩,٤	%	
٥٠	٩	٩	٧	٧	٧	١١	ك	٤- لا أوافق
١٦,٧	١٨	١٨	١٤	١٤	١٤	٢٢	%	
٩	٢	٢	-	٢	٢	١	ك	٥- لا أوافق بشدة
٣	٢٢,٢	٢٢,٢	-	٢٢,٢	٢٢,٢	١١,٢	%	
٣٠٠	٥٠	٥٠	٥٠	٥٠	٥٠	٥٠		الإجمالي

جدول رقم (١٤) يوضح مدى حرص المبحوثين على متابعة برامج إذاعة سلطنة عمان

الإجمالي	طلاب الجامعة	القيادات السياسية والعسكرية	الإداريون في القطاعين العام والخاص	العاملون في المجال الإعلامي	مجلسي الدولة والشورى	الهيئة الأكاديمية	الفئات	
							ك	المتغيرات
١٢٠	٢١	٢١	١٧	٢٦	١٦	١٩	ك	نعم
٤٠	١٧,٥	١٧,٥	١٤,٢	٢١,٧	١٣,٣	١٥,٨	%	
١٨٠	٢٩	٢٩	٣٣	٢٤	٣٤	٣١	ك	لا
٦٠	١٦,١	١٦,١	١٨,٣	١٣,٤	١٨,٩	١٧,٢	%	
٣٠٠	٥٠	٥٠	٥٠	٥٠	٥٠	٥٠		الإجمالي

وتوزعت نسبتها على فئات الدراسة كالتالي: فئة العاملون في المجال الإعلامي ٢٦,٥٪، وفئة طلاب الجامعة ٢٣,٥٪، وفئة مجلسي الدولة الشورى ١٧,٧٪، وفئة القيادات السياسية والعسكرية ١٤,٧٪، وفئة الإداريون في القطاعين العام والخاص ١١,٨٪، وفئة الهيئة الأكاديمية ٥,٨٪.

تعرض الجمهور لتلفزيون سلطنة عمان: وتشير بيانات الجدول رقم (١٦) إلى متابعة ٦٤٪ من عينة الدراسة برامج تلفزيون سلطنة عمان، حيث توزعت هذه النسبة على فئات الدراسة كالتالي: فئة مجلسي الدولة والشورى ١٨,٢٪، ثم فئة العاملون في المجال الإعلامي ١٧,٧٪، وفئة القيادات السياسية والعسكرية ١٦,٢٪، وفئة الإداريون في القطاعين العام والخاص ١٣,٥٪، بينما تساوت النسبة في

والقيادات السياسية والعسكرية على ١٣,٦٪ في كل منهما، وفئة الإداريون في القطاعين العام والخاص ١١,٤٪. أما موضوع الأغلبية من الناس تمتلك جهاز راديو فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة ٢٦,٤٪ من مجموع آراء المبحوثين، حيث توزعت نسبتها على فئات الدراسة كالتالي: فئة العاملون في المجال الإعلامي ٢٣,٥٪، ثم فئة طلاب الجامعة ١٨,٨٪، وحصلت كل من فئتي مجلسي الدولة والشورى، والقيادات السياسية والعسكرية على ١٦,٥٪ في كل منهما، وفئة الهيئة الأكاديمية ١٢,٩٪، بينما حصلت فئة الإداريون في القطاعين العام والخاص على ١١,٨٪. وبالنسبة لاستماع معظم الناس إلى إذاعة سلطنة عمان فقد جاءت هذه القضية في المرتبة الرابعة بنسبة ١٠,٦٪ باعتبارها أحد الأسباب التي تؤدي دورا في عملية التنشئة السياسية.

جدول رقم (١٥) الأسباب التي تجعل راديو سلطنة عمان يؤدي دورا في عملية التنشئة السياسية في المجتمع العماني

المتغيرات	الفئات						
	الأكاديمية	مجلسي الدولة والشورى	العاملون في المجال الإعلامي	الإداريون في القطاعين العام والخاص	القيادات السياسية والعسكرية	طلاب الجامعة	الإجمالي
١-الأغلبية تملك جهاز الراديو	١١	١٤	٢٠	١٠	١٤	١٦	٨٥
%	١٢,٩	١٦,٥	٢٣,٥	١١,٨	١٦,٥	١٨,٨	٢٦,٤
٢- يغلب عليه الحوارات السياسية	٣	١	٣	١	٥	٤	١٧
%	١٧,٧	٥,٨	١٧,٧	٥,٨	٢٩,٤	٢٣,٦	٥,٣
٣-معظم الناس تستمع إلى الراديو	٢	٦	٩	٤	٥	٨	٣٤
%	٥,٨	١٧,٧	٢٦,٥	١١,٨	١٤,٧	٢٣,٥	١٠,٦
٤-وسيلة الجمهور في المناطق البعيدة	١٢	١٤	١٧	١٠	١٢	٢٣	٨٨
%	١٣,٦	١٥,٩	١٩,٣	١١,٤	١٣,٦	٢٦,٢	٢٧,٣
٥-يخاطب كافة فئات المجتمع	١٠	١٥	٢٢	١٠	١٨	٢٠	٩٥
%	١٠,٥	١٥,٨	٢٣,٢	١٠,٥	١٨,٩	٢١,١	٢٩,٥
٦- أخرى تذكر	٢	-	١	-	-	-	٣
%	٦٦,٧	-	٣٣,٣	-	-	-	٠,٩
الإجمالي	٤٠	٥٠	٧٢	٣٥	٥٤	٧١	٣٢٢

جدول رقم (١٦) يوضح متابعة الجمهور لتلفزيون سلطنة عمان

المتغيرات	الفئات						
	الأكاديمية	مجلسي الدولة والشورى	العاملون في المجال الإعلامي	الإداريون في القطاعين العام والخاص	القيادات السياسية والعسكرية	طلاب الجامعة	الإجمالي
نعم	٣٣	٣٥	٣٤	٢٦	٣١	٢٣	١٩٢
%	١٧,٢	١٨,٢	١٧,٧	١٣,٥	١٦,٢	١٧,٢	٦٤
لا	١٧	١٥	١٦	٢٤	١٩	١٧	١٠٨
%	١٥,٨	١٣,٨	١٤,٨	٢٢,٢	١٧,٦	١٥,٨	٣٦
الإجمالي	٥٠	٥٠	٥٠	٥٠	٥٠	٥٠	٣٠٠

من مجموع آراء الجماهير في أنواع البرامج المعنية بالتنشئة السياسية، وربما يرجع اهتمام الجمهور بالنشرات الإخبارية إلى إبرازه للمراسيم السلطانية التي تعنى بالتعيينات في المناصب العليا للدولة، إضافة إلى معرفة الأحداث المحلية المصورة من خلال أنشطة الدولة المختلفة. وتوزعت هذه النسبة على فئات الدراسة كالتالي: فئة مجلسي الدولة والشورى ٢١,٢٪، ثم فئة العاملون في المجال الإعلامي ١٧,٩٪، وفئة الهيئة الأكاديمية ١٧,٢٪، وفئة القيادات السياسية والعسكرية ١٥,٩٪، بينما حصلت فئتي الإداريون في القطاعين العام والخاص، وطلاب الجامعة على ١٣,٩٪ في كل منهما.

أما برنامج شؤون الساعة فقد حصل على المرتبة الثانية بنسبة ١٩,٦٪ من مجموع آراء الجماهير السياسية، وربما يعود السبب في أن برنامج شؤون الساعة يعتبر من البرامج الحوارية التي استحدثت مؤخرا ضمن الخريطة البرمجية لتلفزيون سلطنة عمان، ويعنى البرنامج بتحليل الأوضاع السياسية العربية والدولية، ومن الملفت للانتباه أن برنامج شؤون الساعة يتعد عن مناقشة الأوضاع السياسية المحلية. وتوزعت إجابات الجمهور على فئات الدراسة كالتالي: فئة مجلسي الدولة والشورى ٢١,٦٪، وفئة القيادات السياسية والعسكرية ٢٠,٧٪، وفئة طلاب الجامعة ١٨,١٪، وفئة العاملون في المجال الإعلامي ١٧,٢٪، بينما حصلت فئتي الهيئة الأكاديمية،

فئتي الهيئة الأكاديمية، وطلاب الجامعة حيث بلغت ١٧,٢٪ في كل منهما. وفي مقابل النسبة السابقة المؤيدة توجد ٣٦٪ من أفراد عينة الدراسة لا يتابعون برامج تلفزيون سلطنة عمان، وتوزعت إجابات عينة الجمهور على فئات الدراسة كالتالي: فئة الإداريون في القطاعين العام والخاص ٢٢,٢٪، وفئة القيادات السياسية والعسكرية ١٧,٦٪، وحصلت فئتي الهيئة الأكاديمية، وطلاب الجامعة على ١٥,٨٪ في كل منهما، وفئة العاملون في المجال الإعلامي ١٤,٨٪، وفئة مجلسي الدولة والشورى ١٣,٨٪.

ويتضح من إجابات المبحوثين أن تلفزيون سلطنة عمان دخل مرحلة جديدة من التنافس الإعلامي لاستقطاب المزيد من المشاهدين، على الرغم من ارتفاع تمثيل العينة الذين يتابعون التلفزيون العماني، وذلك بسبب محاولات القائمين عليه في تطوير برامجه.

٤-٢: برامج تلفزيون سلطنة عمان المعنية بعملية التنشئة السياسية في المجتمع العماني:

وفيما يتعلق ببرامج تلفزيون سلطنة عمان المعنية بعملية التنشئة السياسية في المجتمع العماني، فتوضح بيانات الجدول رقم (١٧) أن النشرات الإخبارية التلفزيونية تنصدر إجابات الجمهور واحتلت بذلك المرتبة الأولى بنسبة ٢٥,٦٪

جدول رقم (١٧) برامج تلفزيون سلطنة عمان في عملية التنشئة السياسية في المجتمع العماني

المتغيرات	الفئات						
	الهيئة الأكاديمية	مجلسي الدولة والشورى	العاملون في المجال الإعلامي	الإداريون في القطاعين العام والخاص	القيادات السياسية والعسكرية	طلاب الجامعة	الإجمالي
١- شؤون الساعة	ك	١٣	٢٥	٢٠	١٣	٢١	١١٦
	٪	١١,٢	٢١,٦	١٧,٢	١١,٢	١٨,١	١٩,٦
٢- جلسات مجلس الشورى	ك	١٥	٢٤	١٧	١٦	١٦	١١٠
	٪	١٣,٦	٢١,٨	١٥,٤	١٤,٦	١٤,٦	١٨,٦
٣- نشرات الأخبار	ك	٢٦	٣٢	٢٧	٢١	٢١	١٥١
	٪	١٧,٢	٢١,٢	١٧,٩	١٣,٩	١٣,٩	٢٥,٦
٤- عمان في أسبوع	ك	٧	٢١	٨	٤	٧	٥٦
	٪	١٢,٥	٣٧,٥	١٤,٣	٧,١	١٢,٥	٩,٥
٥- واحة الفكر	ك	١٢	٩	٧	٧	٧	٤٧
	٪	٢٥,٥	١٩,٢	١٤,٩	١٤,٩	١٠,٦	٧,٩
٦- شؤون عائلية	ك	١٦	١٥	١١	٦	١٢	٧٦
	٪	٢١,١	١٩,٧	١٤,٥	٧,٨	١٥,٨	١٢,٩
٧- أخرى تذكر	ك	٣	٤	٢	٤	٩	٣٥
	٪	٨,٦	١١,٤	٥,٧	١١,٤	٢٥,٧	٥,٩
الإجمالي		٩٢	١٣٠	٩٢	٧١	٩٧	٥٩١

الانتخابات حيث يعتبر ذلك عملاً مسؤولاً للحفاظ على العملية السياسية. وقد انعكس ذلك في المشاركة الواسعة من قبل المواطنين العمانيين ذكورا وإناثاً ممن وصلوا سن الواحدة والعشرين سنة بهذه الانتخابات.

وتمثل اتجاهات عينة الدراسة حول دور وسائل الإعلام في عملية التنشئة السياسية في المجتمع العماني عاملاً مهماً، حيث أوضحت النتائج العامة للدراسة وجود اختلاف من حيث اتجاهات عينة الدراسة حول وجود دور للإعلام العماني الجماهيري في التنشئة السياسية، وربما يكون السبب في اختلاف رؤى العمانيين حول دور وسائل الإعلام العمانية هو الدور التنموي الذي رسم لها خلال الفترة السابقة.

حظيت القنوات الفضائية العربية باهتمام عينة الدراسة، حيث جاءت في المرتبة الأولى متقدمة بذلك على تليفزيون سلطنة عمان وإذاعة سلطنة عمان والصحافة العمانية، وربما يكون السبب في ذلك إلى أن النخب السياسية في المجتمع العماني تتأثر بالمعروض الخارجي عبر ما تقدمه القنوات الفضائية العربية من برامج حوارية سياسية وأحداث إخبارية تبث على الهواء مباشرة أكثر مما يقدمه تليفزيون سلطنة عمان من برامج حوارية سياسية وأحداث إخبارية.

هذه النتائج تدفع باتجاه قيام وسائل الإعلام العمانية بمجهودات أكبر في العملية السياسية مع التركيز في مضامينها على ما يعزز فكرة المشاركة السياسية من خلال طرح قضايا متنوعة تتصل بالابعاد السياسية المحلية والإقليمية والدولية على حد سواء. كما يمكن لوسائل الإعلام العمانية القيام بدور مزدوج يخدم العملية التنموية ويشجع المشاركة السياسية باعتبارها جزء لا يتجزأ من هذه العملية.

قائمة المراجع

المراجع العربية

أبو يوسف، إيناس، ٢٠٠١، الوعي السياسي والانتخابي لدى طلاب الجامعات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام جامعة القاهرة.

أحمد، جمال عبد العظيم، ٢٠٠١، دور الصحافة المصرية في المشاركة السياسية لدى قادة الرأي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام.

التهامي، مختار، ١٩٦٦، الإعلام والتحول الاشتراكي، دار المعارف بمصر، القاهرة، جمهورية مصر العربية.

الديلمي، حميد جاعد محسن، ٢٠٠٢، علم الاجتماع والإعلام - رؤية سوسيولوجية مستقبلية-، دار الشروق، عمان، الأردن.
العباسي، أميرة محمد، ٢٠٠١، المشاركة السياسية للمرأة

والقيادات السياسية والعسكرية على ١١,٢٪ في كل منهما. وبالنسبة لجلسات مجلس الشورى فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة ١٨,٦٪، وربما يرجع السبب في ارتفاع نسبة هذا المتغير لأن التليفزيون العماني يقدم تسجيلاً لوقائع مناقشات أعضاء مجلس الشورى مع الوزراء العمانيين المعنيين بالخدمات التنموية، ويتفادى التليفزيون النقل المباشر للمناقشات تحسباً لأي هفوة تقع بين الأعضاء والوزراء، وربما يعود السبب في ذلك أيضاً إلى أن المجتمع العماني لا زال مجتمعاً محافظاً وقبلياً، ولا يريد أن يطالع الجمهور على ما يدور في أروقة مجلس الشورى لأسباب نراها غير مقنعة وتحديداً لأداء المهنة الإعلامية التي تركز على توضيح الحقائق بموضوعية هذا من جانب، ومن جانب آخر فهذا الإجراء لا يعكس التطور الديمقراطي الذي ينشده المجتمع العماني. وقد توزعت هذه النسبة على فئات الدراسة كالتالي: فئة مجلسي الدولة والشورى ٢١,٨٪، ثم فئة القيادات السياسية والعسكرية ٢٠٪، وفئة العاملون في المجال الإعلامي ١٥,٤٪، وحصلت فئتي الإداريون في القطاعين العام والخاص، وطلاب الجامعة على ١٤,٦٪ في كل منهما، بينما حصلت فئة الهيئة الأكاديمية على ١٣,٦٪.

خلاصة: أستنتاجات وتوصيات

لم تعرف سلطنة عمان المشاركة السياسية تطبيقاً إلا من خلال مجلس الشورى عام ١٩٩١، حيث بدأت ملامح التوجهات السياسية من خلال مشاركة المواطنين في اختيار ممثليهم لعضوية مجلس الشورى. كما شهد عام ١٩٩٦ صدور النظام الأساسي للدولة الذي ينظم الحقوق والواجبات، ويدخل السلطنة مرحلة تشريعية رقابية لبناء دولة المؤسسات والقانون، وبالتالي فإن دراسة دور وسائل الإعلام العمانية الجماهيرية، ساهمت في تعزيز مفهوم التنشئة السياسية.

ويستنتج من النتائج أن وسائل الإعلام تربعت على صدارة المؤسسات المعنية بالتنشئة السياسية، وربما يكون السبب في ذلك لمقدرتها على التأثير وتشكيل الاتجاهات السياسية بسبب طبيعتها الجماهيرية وتنوع مضامينها، فهي تخاطب شرائح متنوعة وعريضة في المجتمع من خلال أنماط متنوعة سواء على صعيد الصحافة المقررة أو الوسائل الإذاعية بشقيها المرئي والمسموع.

كما تشير النتائج إلى أن تكوين الاتجاهات الفكرية والسياسية يمثل الدور الأول للمؤسسات المعنية بالتنشئة السياسية. أما من حيث مظاهر ممارسة التنشئة السياسية، فيستنتج من النتائج أن الانتخابات تصدرت ترتيب هذه المظاهر، ربما بسبب اهتمام المواطنين بالعملية السياسية والمشاركة في

among young Jordanians, International Communication Gazette, December 2011; vol. 73, 8: pp. 706-731

Wei Ran and Leung Louis, A Cross-Societal Study on the Role of the Mass Media in Political Socialization in China and Taiwan. International Communication Gazette, October 1998; vol. 60, 5: pp. 377-393.

المصرية ودور الإعلام في تفعيل هذه المشاركة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام.

جمعة، إيمان نعمان، ٢٠٠١، حدود تأثير التغطية الإعلامية لمجلس الشعب على صورته الذهنية وانعكاساتها على المشاركة في الانتخابات البرلمانية ٢٠٠٠، المجلة المصرية لبحوث الرأي.

سالم، رعد حافظ، ٢٠٠٠، التنشئة الاجتماعية - وأثرها على السلوك السياسي- دراسة اجتماعية سياسية تحليلية مقارنة، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.

سعد، إسماعيل ١٩٨٨، أصول علم الاجتماع السياسي، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان.

علي، يوسف غلوم، ماير كاترين، لوكير شيرى ، ١٩٩٧، المشاركة السياسية في الكويت، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد ٢٥، العدد ٤ شتاء.

عمران، أميمة محمد، ٢٠٠١، دور وسائل الإعلام في مشاركة المرأة في العمل السياسي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام.

محمد، محمد سيد ، ١٩٩٢، خصائص الإعلام الدبلوماسي ووظائفه، محاضرات المعهد الدبلوماسي العماني، وزارة الخارجية، المجلد الأول ، مسقط، سلطنة عمان.

محمد، محمد علي، ١٩٨٠، أصول الاجتماع السياسي، الجزء الثاني، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية.

مصطفى، هويدا، ٢٠٠١، استطلاع عينة من النخبة السياسية والإعلامية حول التغطية التليفزيونية لانتخابات مجلس الشعب لعام ٢٠٠٠، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام.

مهنا، محمد نصر ، ٢٠٠٣، في النظرية العامة للمعرفة الإعلامية -الفضائيات العربية والعلوم والمعلوماتية- المكتبة الجامعية، الإسكندرية.

نجم، طه، ٢٠٠٤، الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية.

المراجع الأجنبية

Kononova Anastasia, Alhabash Saleem, and Cropp Fritz, The role of media in the process of socialization to American politics among international students, International Communication Gazette, June 2011; vol. 73, 4: pp. 302-321

Martin, Justin, News use and political socialization