



العوامل المؤثرة في العمل الإعلامي العماني دراسة ميدانية على الصحفيين والإعلاميين في سلطنة عمان

محمد بن عوض المشيخي

أستاذ مساعد
قسم الإعلام
كلية الآداب والعلوم الاجتماعية
جامعة السلطان قابوس
mashikhi@squ.edu.om

تاريخ الاستلام: ٢٠١٥/٥/١٤

تاريخ القبول: ٢٠١٥/١١/٢٩

العوامل المؤثرة في العمل الإعلامي العماني

دراسة ميدانية على الصحفيين والإعلاميين في سلطنة عمان

محمد بن عوض المشيخي

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى فهم البيئة التي يمارس فيها الإعلاميون عملهم في غرف التحرير في مختلف وسائل الإعلام العمانية، والتعرف بشكل خاص على المعوقات والضغوط التي تمارسها الجهات المسؤولة عن الإعلام وانعكاس ذلك على جودة الرسالة الإعلامية وحرية التعبير. إن تحليل وتفسير العوامل المكبلة والممانعة لتطور مسيرة الإعلام في السلطنة، يعد بكل المقاييس الطريق السليم للارتقاء بالعمل الصحفي والنهوض بالكوادر الإعلامية العمانية. ومن أهم العوامل التي ركزت عليها الدراسة: اتجاهات الإعلاميين نحو القوانين التي تنظم العمل الإعلامي، والموارد المالية والإعلان، وتأثيرهما على الرسالة الإعلامية، وكذلك البيئة الاجتماعية التي تحكم العمل الإعلامي: وإجابة أسئلة البحث الرئيسية استخدم الباحث صحيفة استقصاء تتكون من ٤١ سؤالاً، منها ٣٦ عبارة طلب من المبحوثين تحديد مواقفهم منها على مقياس (ليكرت) ذي خمس النقاط، كما تضمنت الاستبانة خمسة أسئلة مفتوحة لإتاحة الفرصة لمجتمع البحث للتعبير عن وجهات نظرهم بصراحة.

وقد خلصت الدراسة إلى أن هناك شبه إجماع بين الإعلاميين العمانيين على أن الرسائل والمضامين الإعلامية التي يتم تداولها في وسائل الإعلام المحلية بشكل عام، والصحافة العمانية بشكل خاص، مرجعها الأساسي قانون المطبوعات والنشر الذي صدر في عام ١٩٨٤م على رغم عدم مناسبة هذا القانون للمرحلة التي تعيشها السلطنة الآن، كما أقروا بوجود الرقابة الذاتية، واعتبارها مشكلة كبيرة تواجه وسائل الإعلام العمانية؛ إذ يوجد العديد من حراس البوابات في كل وسائل الإعلام العمانية بلا استثناء. وتبدأ هذه السلسلة من الصحفي أو معد العمل وتنتهي عند رئيس المؤسسة الإعلامية. وتوصلت الدراسة إلى أن ضعف الرواتب والحوافز المالية يمثل أهم المعوقات التي تواجه العمل الإعلامي في السلطنة؛ إذ أكدت الغالبية العظمى من أفراد العينة -سواء أكانت من قطاع الإعلام الحكومي أم الخاص- عدم رضاهم عن الرواتب. وحول سيطرة الإعلانات التجارية على الصفحات الأولى من الصحف المحلية منذ أواخر التسعينيات من القرن الماضي، أقر غالبية الصحفيين بحقيقة تخصيص مساحات إعلانية واسعة على حساب المضمون الإعلامي الهادف، وهذه النتيجة تشير إلى جنوح وسائل الإعلام وبخاصة الصحافة، إلى التضحية بالمضمون الإعلامي لحساب الإعلانات التجارية. وقد كشفت إجابات الصحفيين عن وجود صراع بين الإعلام والقيم الاجتماعية المتوارثة في السلطنة.

الكلمات المفتاحية: الإعلام، الصحافة، وسائل الإعلام، الإعلام العماني، الصحفيون العمانيون.

The Effecting Factors in The Mass Media in the Sultanate of Oman: A field study on Omani Journalists

Mohammed Al-Mashikhi

Abstract:

The Effecting Factors in The Mass Media in the Sultanate of Oman: A field study on Omani Journalists

This study aimed to look into the most important factors that affect the media in Oman; such as the Press and Publications Law (1984), Finance and Advertising as well as social environments such as cultural aspects.

In order to answer the study questions, the researcher applied a questionnaire to more than 200 media professionals to find out journalists' attitudes towards obstacles affecting media content in newsrooms within media establishments in the country

The study concluded that; the Press and Publications law control all mass media content. Findings from the questionnaire points that this law is no longer suitable for the media in Oman, which has witnessed some development in recent years. Journalists' self-censorship is one of the most serious problem affecting the development of the Omani media The study reveals a lack of adequate salary of broadcasters and journalists The study also points that local newspapers dedicate more space for advertising rather than cultural articles. The study found that social environments such as cultural aspects, perspectives towards media professionals do not create a good media-working environment in Oman.

Keywords: Mass Communication- Journalism- Mass media- Omani media - Omani Journalists.

مقدمة

قطع الإعلام العماني أكثر من خمس وأربعين سنة منذ انطلقت أول إذاعة عبر الأثير في سماء السلطنة ثم ظهرت بعد ذلك الصحف والمجلات والتلفزيون الوطني وأخيراً وكالة الأنباء العمانية تبعا عبر العقود الماضية، كما حرصت الحكومة في السنوات الأولى لإنشاء هذه الأجهزة على إرسال العاملين فيها إلى الخارج للتدريب. وبمرور الأيام تأسست العديد من المؤسسات الأكاديمية التي تتولى إعداد الكوادر الإعلامية العمانية، مثل جامعة السلطان قابوس والكليات التطبيقية التابعة للتعليم العالي وبعض الكليات الخاصة (كالبيان). وعلى رغم هذه المدة الزمنية التي تتطلب التقييم الشامل للكوادر الإعلامية العمانية التي تنتج الفكر وتتولى مسؤولية إعداد الرسالة الإعلامية في السلطنة، أجري القليل من البحوث في هذه المجال الهام والحيوي.

من هذا المنطلق تأتي هذه الدراسة المسحية التي تستهدف فهم البيئة التي يمارس فيها الإعلاميون عملهم بغرف التحرير في مختلف وسائل الإعلام العمانية والتعرف بشكل خاص على المعوقات والضغوط التي تقوم بها الجهات المسؤولة عن الإعلام وانعكاس ذلك على جودة الرسالة الإعلامية وحرية التعبير. وتنتقل الدراسة من فكرة أن تحليل وتفسير العوامل المكبلة والممانعة لتطور مسيرة الإعلام في السلطنة، يعد بكل المقاييس الطريق السليم للارتقاء بالعمل الصحفي والنهوض بالكوادر الإعلامية العمانية. ومن أهم العوامل التي ركزت عليها الدراسة: اتجاهات الإعلاميين نحو القوانين التي تنظم العمل الإعلامي، والموارد المالية، والإعلان وتأثيرهما على الرسالة الإعلامية، وكذلك البيئة الاجتماعية التي تحكم العمل الإعلامي.

خلفية تاريخية

اقترن ظهور وسائل الإعلام الحديثة في سلطنة عمان بتولي السلطان قابوس مقاليد الحكم في البلاد في ٢٣ يوليو ١٩٧٠م؛ إذ شهدت السلطنة تحولات جذرية في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والإعلامية. وأدركت القيادة الجديدة تأثير الاتصال، وأهميته في التوعية والمشاركة في صنع القرار بين الحكومة وأفراد المجتمع. وكان أول المشاريع التنموية التي أقدمت الحكومة الجديدة على تنفيذها، هو شراء إذاعة صغيرة من إمارة الشارقة، بدأت بثها بعد أسبوع واحد من تولي السلطان قابوس مقاليد السلطة في البلاد. وقد توالى ظهور وسائل الإعلام الأخرى؛ كالصحف، والمجلات، والتلفزيون، ووكالة الأنباء العمانية. وحقق لعب الإعلام العماني دوراً مهماً ومحورياً في خدمة التنمية الاقتصادية والاجتماعية طوال العقود الماضية.

لقد تشكلت أول حكومة حديثة في السلطنة في ديسمبر عام ١٩٧٠م، وكان ضمن الوزارات الجديدة أول وزارة (الإعلام والشؤون الاجتماعية والعمل)، واستقر اسم الوزارة منذ ١٩٨٢م، على الإعلام فقط (المشيخي، ٢٠١٥: ٢٩). ومن مهام وزارة الإعلام الإشراف على المؤسسات الإعلامية الحكومية والخاصة في البلاد، من خلال قانون المطبوعات والنشر الذي يخول وزارة الإعلام منح أو منع الترخيص

لأية وسيلة إعلامية، بل سحب الترخيص إذا اقتضت الضرورة ذلك، وكذلك السماح للصحفيين والمراسلين العمانيين والأجانب بممارسة مهامهم الإعلامية والصحفية في البلاد، كما أن قانون المنشآت الخاصة للإذاعة والتلفزيون الذي صدر مؤخراً قد منح وزارة الإعلام صلاحيات كثيرة يجعلها المرجع والمشرف على هذه المنشآت الوليدة. ومن التطورات المهمة الأخرى التي حدثت في المجال الإذاعي والتلفزيوني في السلطنة، صدور المرسوم السلطاني رقم/٢٠١٠/١٠٨/ بإنشاء الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون وإصدار نظامها؛ إذ قضت المادة الأولى بإنشاء هيئة عامة تسمى "الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون" تكون لها الشخصية الاعتبارية وتمتع بامتيازات السلطة العامة وبالاستقلال المالي والإداري ويكون لها أهلية إدارة أموالها والتصرف فيها وتباشر نشاطها وفق الأسس التجارية. وفي أكتوبر من عام ٢٠١١م، صدر مرسوم سلطاني آخر يحمل رقم (٢٠١١/١٠٠) قضى بتعديل بعض أحكام المرسوم السلطاني رقم ٢٠١٠/١٠٨ الخاص بإنشاء الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، ونقل تبعية الهيئة من وزير الإعلام إلى مجلس الوزراء.

وفي يوم الأربعاء الموافق ٢٣ مايو ٢٠٠٧م، انطلقت أول إذاعة خاصة في السلطنة تحمل اسم (هلا) وتبث على مدار الساعة. أما إذاعة الوصال فقد بدأ بثها في التاسع عشر من مارس ٢٠٠٨م، وهي الإذاعة الثانية الناطقة باللغة العربية التي تتبع القطاع الخاص، حيث تتبع هذه الإذاعة التي تبث عبر موجات (FM) في كل من مسقط وظفار والباطنة (شركة سابكو للإعلام). أما التلفزيون الرسمي فقد بدأ الإرسال بتاريخ ١٧ نوفمبر ١٩٧٤م، في الساعة الثالثة بعد الظهر بكلمة من السلطان قابوس سلطان عمان الذي رعى حفل الافتتاح، ومن أهم القرارات التي اتخذها مجلس إدارة الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون في عام ٢٠١٢، تغيير اسم القناة الثانية في تلفزيون سلطنة عمان من اسمها السابق (البرنامج الثاني) إلى اسم جديد (القناة الرياضية)، اعتباراً من الأول من يناير لعام ٢٠١٣م، علماً بأن (البرنامج الثاني) كان جل برامجه في الأساس رياضية وشبابية منذ ٢٠٠٦م. وعن مشاهدة التلفزيون في السلطنة، كشفت الدراسة التي أجرتها الشركة الدولية للمعلومات وشملت ٢٥٠ مفردة في مختلف مناطق السلطنة، أنه جاء تلفزيون سلطنة عمان في المرتبة الثالثة بالنسبة للقنوات المفضلة بنسبة ٢١,٢ وذلك بعد قناتي "الجزيرة" و"أم بي سي". (المطاعني، ٢٠٠٢: ١٧). وقد توصلت دراسة أخرى طبقت على طلاب جامعة السلطان قابوس إلى نفس النتيجة السابقة؛ إذ حصلت القناة العمانية على المرتبة الثالثة بنسبة ٥١٪ من إجمالي العينة التي تبلغ ٢٢٥ مفردة، ويمثلون كليات الجامعة السبع. وقد حصلت قناة الجزيرة على الترتيب الأول بنسبة مشاهدة بلغت ٧٣٪ (الضامن وسليمان، ٢٠٠٢: ١٧). وتعد (مجان) أول قناة فضائية عمانية خاصة تبث برامجه من مدينة مسقط منذ عام ٢٠٠٩م عبر نايل سات. وقد أنشئت وكالة الأنباء العمانية في عام ١٩٨٦م بموجب المرسوم السلطاني رقم ٨٦/٣٩، وهي القناة الرسمية لأنباء السلطنة وتبث خدماتها باللغتين العربية والإنجليزية من مقرها في مسقط. وفي مجال الصحافة، تعد (الوطن) أول صحيفة تصدر في السلطنة؛

الاجتماعية والسياسية والثقافية تتسم بالحيوية؛ إذ تحرص الأنظمة السياسية محلياً وعالمياً على السيطرة عليها بأشكال متعددة، لكي تخدم سياسات الدولة وتخدم قيم مجتمعاتها. ويقف أمام المرء سؤال: إلى أي مدى يمكن للإعلاميين أن يمارسوا دورهم في التعبير عما يدور حولهم من أحداث، وهل يمكن للإعلامي -مهما خلصت نواياه- أن يقدم رسالة إعلامية متكاملة الجوانب من غير ضغوط تمارس عليه؟ من هنا تبلورت مشكلة هذا البحث في محاولة فهم البيئة التي يمارس فيها الإعلاميون عملهم في غرف التحرير في مختلف وسائل الإعلام العمانية والتعرف بشكل خاص على المعوقات والضغوط التي تقوم بها الجهات المسؤولة عن الإعلام وانعكاس ذلك على جودة الرسالة الإعلامية وحرية التعبير. إن تحليل وتفسير العوامل المكبلة والموانع لتطور مسيرة الإعلام في السلطنة، يعد بكل المقاييس الطريق السليم للارتقاء بالعمل الصحفي والنهوض بالكوادر الإعلامية العمانية التي تترشح تحت قوانين صحفية غير مناسبة لهذه المرحلة، ورواتب متدنية، وملتق ناقد للخطاب الإعلامي.

الإطار النظري للدراسة

تستمد هذه الدراسة إطارها النظري من أدبيات نظرية حارس البوابة الإعلامية التي ظهرت في القرن العشرين، وكذلك النظرية التنموية في الإعلام التي تعود أفكارها وكذلك إطارها المرجعي إلى الآراء التي وردت في تقرير لجنة ماكرايد التابعة لليونسكو حول مشكلات الاتصال في العالم النامي.

أولاً: نظرية حارس البوابة الإعلامي

(Lewin, Kurt. Forces behind food habits and methods of change: 35 - 65): (Gate Keeper Theory)

تتناول نظرية حارس البوابة الإعلامية القائم بالاتصال داخل المؤسسات الإعلامية باعتباره أحد العناصر الفاعلة في نظام العمل؛ إذ يدين لمجموعة السياسات الإعلامية التي يرسمها أصحاب الملكية أو القائمون عليها. ويعتبر التزام القائم بالاتصال بهذه السياسات التي قد تكون معلنة أو مستترة، ضرورة لاستمرار المؤسسة وعلاقتها بالجمهور (Barzilai-Nahon, K.: 2009).

وهذا الالتزام يتمثل في عمليات المراجعة للمحتوى والمضامين الإعلامية حتى يتسق هو وهذه الأهداف والسياسات سواء الحذف والإضافة والتعديل، بما يشير في النهاية إلى التحيز في إنتاج المضمون نحو خدمة الأهداف والسياسات الخاصة بالمؤسسة المعلنة أو المستترة التي تحدد ما يجب وما يمتنع أن يتعلمه القائم بالاتصال أثناء ممارسته لعمله (عبد الحميد، ١٩٩٧: ١١٥).

ويتأثر عمل القائم بالاتصال بالسياسات الإعلامية التي تصدر عن مشرعين أو مسؤولين عن العمل؛ وعادة ما يجد القائم بالاتصال نفسه أمام عدد من التعليمات والتوجيهات، بعضها معلن والآخر مستتر، وهذا ما تتسم به السياسات الإعلامية في الدول النامية؛ التي لا نجد فيها خطوطاً واضحة بين السياسات الإعلامية والتعليمات الضابطة أو المقيدة (عبد الحميد، ١٩٩٧: ١١٦).

إذ صدر عددها الأول في ٢٨ يناير ١٩٧١م، على يد نصر بن محمد الطائي الذي يعد أحد الرواد الأوائل للصحافة العمانية. وصدر العدد الأول من جريدة (عمان) في ١٨ نوفمبر ١٩٧٢م، أول جريدة حكومية. وتعد (عمان) الناطق الرسمي باسم الحكومة، فهي تعبر عن السياسة العامة للدولة في مختلف المجالات. أما (الشبيبة) التي تعد الجريدة الثالثة في السلطنة، فقد صدر العدد الأول منها بتاريخ ٢ يناير ١٩٩٢م، جريدة يومية رياضية وثقافية، ولكنها قامت في أواخر التسعينيات بتغطية مختلف الموضوعات فأصبحت جريدة عامة. وصدر العدد الأول من (الزمن) اليومية بتاريخ ١٢ أغسطس ٢٠٠٧م. وتتميز منذ صدورها بتقديم تحقيقات صحفية لقصص إنسانية من واقع المجتمع، من خلال أسلوب التقصي والتوثيق لهذه الحالات. وكانت آخر هذه الإصدارات (الرؤية) بتاريخ ٢٣ ديسمبر ٢٠٠٩م، كجريدة يومية ذات طابع اقتصادي.

وتصدر في السلطنة الآن، أربع صحف يومية ناطقة باللغة الإنجليزية، واحدة حكومية، هي (Oman Observer) التي صدرت عام ١٩٨١م، وثلاث صحف تتبع القطاع الخاص، أولها (TIMES OF OMAN) التي سبقت الصحف الأخرى؛ إذ صدرت عام ١٩٧٥- ثم ظهرت صحيفة (Oman Turbine) عام ٢٠٠٤، وأخيراً صدرت (Muscat Daily) عام ٢٠٠٩. تخاطب هذه المطبوعات الجاليات الأجنبية في البلاد، وتعد مصدراً رئيساً للأخبار المحلية والقوانين والأنظمة التجارية التي تصدر في عمان. وبشكل عام، تصدر في السلطنة ٥٠ مطبوعة متنوعة المضامين ومواعيد الإصدار؛ فهناك المجالات النصف الشهرية كالنهضة والأسرة، في حين توجد مجموعة من المجالات الشهرية، منها: المرأة، والواحة، وأسرة اليوم.

وعلى المستوى التشريعي والقانوني، صدر أول قانون للمطبوعات في السلطنة في ٢٦ يونيو ١٩٧٥م، وقد حمل رقم (٧٥/٣). ولم يحمل القانون الجديد الذي يحمل رقم (٤٩)، الصادر بتاريخ ٢٩ مايو لسنة ١٩٨٤م، الكثير من الانفتاح بل حمل في مواده التي تبلغ (٧١) الكثير من المحظورات، كما منح سلطات غير محدودة لوزير الإعلام. في عام ٢٠٠٤م، صدر القرار الوزاري رقم (٢٠٠٤/١٩٢م) بالسماح بتأسيس جمعية للصحفيين في السلطنة، تهدف إلى تحقيق الأهداف الآتية (جمعية الصحفيين العمانية، ٢٠٠٤: ١):

- ١- المساهمة في النهوض بالصحافة العمانية لتكون الوجه المعبر والصادق عن السلطنة في المحافل الدولية.
- ٢- الارتقاء بالمستوى الثقافي والمهني للصحفيين عن طريق عقد دورات في العمل الصحفي.
- ٣- الاهتمام بالكوادر الصحفية وتشجيعها في المجال الصحفي.
- ٤- المساهمة في نشر الوعي والتنسيق مع الجهات المعنية بالسلطنة.
- ٥- دعم وتوطيد العلاقات بين صحفيي الجمعية الأعضاء والصحفيين العاملين في صحف العالم.
- ٦- توثيق الصلات بطلاب الصحافة في الجامعات والكليات وتيسير سبل البحث العلمي.

مشكلة الدراسة

تلعب وسائل الإعلام دوراً مهماً في الحياة المعاصرة؛ إذ باتت أدوارها

هي المفهوم الذي يحاول التعامل مع الاحتياجات والإمكانات والآمال الصحفية التي صاحبت ظهور الدول النامية، كما أنها تمثل نظرية إعلامية تشجع الصحافة الموالية، وهي الصحافة التي تلتزم بالأولويات والأهداف التي تضعها الحكومة. وتفترض هذه النظرية أن كل الجهود بما فيها جهود وسائل الإعلام المحلية، يجب أن تعمل وتصب في اتجاه دعم الأهداف الوطنية. وتتبع أنظمة الحكم السلطوية في عدد كبير من الدول الهامشية هذه النظرية الإعلامية (Ansu-Kyeremeh, Kwasi, 1998: 1).

لقد أكد باحثون إعلاميون على مدى عقود -مثل شيلر Schiller وروجرز Rogers- مركزية الإعلام في عملية التنمية، ولكن بحوثهم كان لها أثر محدود خارج حقل الإعلام؛ فمعظم وكالات المعونة والمنظمات الحكومية المسؤولة عن تنفيذ السياسات التنموية، يسيطر عليها علماء الاقتصاد وعلماء السياسة الذين فشلوا في إدراك الدور الحيوي للإعلام في مسيرة التنمية. ولو كان لديهم هذا الإدراك لكانوا أكثر نجاحاً، ولكانت أصوات المنتقدين أقل عدداً وأقل صخباً. (ماكفيل، توماس ٢٠٠٣: ص ٧٧).

وتعود النظرية التنموية إلى النصف الثاني من القرن العشرين لكونها أقرب نموذج للممارسات الإعلامية التي تطبق في الدول النامية بعيد استقلالها من الدول الاستعمارية. وتختلف النظرية التنموية عن نظريات الصحافة التقليدية كالنظرية السلطوية، ونظرية الحرية، ونظرية المسؤولية الاجتماعية والنظرية الشيوعية، خاصة في تركيزها المفرط على نشر الإنجازات التي تحققها الحكومة.

وتتلخص أفكار هذه النظرية في النقاط الآتية (نصر، ٢٠١٥: ١١٢):

- ١- أن وسائل الإعلام يجب أن تقبل تنفيذ المهام التنموية بما يوافق السياسة الوطنية القائمة.
- ٢- إن حرية وسائل الإعلام ينبغي أن تخضع للقيود التي تفرضها الأولويات التنموية والاحتياجات الاقتصادية للمجتمع.
- ٣- أنه في ظل هذه النظرية يجب على وسائل الإعلام أن تعطي أولوية للثقافة الوطنية واللغة الوطنية في محتوى ما تقدمه.
- ٤- أن وسائل الإعلام مدعوة إلى إعطاء أولوية فيما تقدمه من أخبار ومعلومات للدول النامية الأخرى القريبة منها جغرافياً وثقافياً وسياسياً.
- ٥- أن الصحفيين والإعلاميين في وسائل الاتصال لهم الحرية في جمع وتوزيع المعلومات والأخبار.
- ٦- أن للدولة الحق في مراقبة وتقييد أنشطة وسائل الإعلام واستخدام الرقابة خدمة للأهداف التنموية.

ويمكن القول إن الإعلام الغماني قد التزم وما زال بمفهوم ونظرية الصحافة التنموية، وهي الصحافة التي نجحت في معاملة الاحتياجات والإمكانات والآمال الصحفية التي صاحبت بناء الدولة في بداية العهد الجديد الذي قاده السلطان قابوس في السبعينيات من القرن العشرين. وعلي هذا فقد تم لسنوات طويلة تشجيع ما يطلق عليه الباحثون "الصحافة المهندسة" (ماكفيل، توماس، ٢٠٠٢: ٥٩)، وهي الصحافة التي تلتزم بالأولويات والأهداف

ويعد (كيرت لوين) أول من استخدم مصطلح حارس البوابة الإعلامية في منتصف الخمسينيات من القرن العشرين؛ إذ يشير هذا المفهوم إلى العملية التي تسير فيها المادة الإعلامية في قنوات حتى تصل إلى الجمهور، وخلال هذه المراحل تمر بعدة نقاط تكتسب فيها عدة تصريحات بالمرور من هذه البوابات التي تشبه حواجز التفتيش. وكلما ازدادت المراحل التي تمر بها المادة الإعلامية ازداد عدد هذه النقاط.

وبشكل عام يمثل حارس البوابة وظائف إعلامية متعددة مثل المحررين، والناشرين، ومديري القنوات التلفزيونية، وغيرهم ممن لهم سلطة تقييم محتوى الرسائل الإعلامية.

وبصفة عامة فإن خلاصة نتائج الدراسات المتعلقة بدور القائم بالاتصال في تنفيذ السياسات الإعلامية يمكن النظر إليها من خلال النقاط الآتية (عبد المجيد، ١٩٩٧: ٣٨٠) -وهو ما يتم أخذه في الاعتبار في هذه الدراسة لكشف مدى مطابقته للبيانات والمعلومات الخاصة بالأداء المهني للقائمين بالاتصال في الصحافة ووسائل الاعلام العمانية:

١- ترتفع قيمة الانتماء إلى المؤسسات الإعلامية كلما تعددت المكاسب التي يحققها القائم بالاتصال من هذا الانتماء، والتي يمكن تحديدها في مجال الثروة أو السلطة أو النفوذ.

٢- عن وعي أو دون وعي نجد أن القائم بالاتصال يضع انتماءه إلى المؤسسة الإعلامية في مقدمة اهتماماته وأولوياته؛ ومن ثم يتم تجاهل الجمهور.

٣- نتيجة لدعم قيمة الانتماء إلى المؤسسة، تحدث حالة من التوحد بين القائم بالاتصال وهذه المؤسسة، في أهدافها وتنفيذ سياساتها في مجالات الإنتاج والنشر والتوزيع والبت.

٤- يتأثر اقتراب القائم بالاتصال من مصادر المعرفة بمفهوم التوحد، مما ينتج عن هذا التوحد تنفيذ أهداف المؤسسة وسياساتها بشكل آلي؛ إذ يؤثر ذلك في ترتيب أجندة النشر والإذاعة.

٥- تكشف دراسات القائم بالاتصال دور القوى التي تدعم وجود المؤسسات الإعلامية واستمرارها في رسم الأجندة المشتركة للمؤسسات وتحديد أولوياتها. وهذه الصورة تعطي إجابة للأسئلة بما يعرف بالاقتراب الانتقائي من المعلومات، وتحديد أساليب النشر والإذاعة، بما يوافق المفاهيم السائدة للسياسة المطبقة في الوسيلة الإعلامية. ومن هنا يصبح القائم بالاتصال مروجا لمعلومات معينة مستبعدا غيرها، لجذب الجمهور المستهدف.

ثانياً: النظرية التنموية في الإعلام (Development Communication Theory):

تمثل الصحافة التنموية والإعلام التنموي محاولات لمواجهة الأوضاع السائدة في ما يعرف بدول الجنوب التي تتميز بظروف استثنائية. ويعترف الباحثون بأن متطلبات الصحافة الناشئة تختلف عن متطلبات الصحافة الناضجة؛ ومن ثم فإن محاولة فرض النماذج القانونية أو الاقتصادية أو التنظيمية لواحدة منها على الأخرى سوف تفشل في تفسير الاختلافات الأساسية الناتجة عن مجموعة من العوامل التاريخية والثقافية. والصحافة التنموية

حقوق الصحفيين، ويحتاج إلى تعديل. وأشار عدد كبير منهم إلى أن ما يُنظم العمل الإعلامي اليومي داخل المؤسسة الصحفية هو التوجيهات المباشرة من وزارة الإعلام، والمصادر الرسمية من المؤسسات الحكومية، ورؤساء التحرير. وقسمت الدراسة التوجيهات الرقابية التي تأتي من وزارة الإعلام أو لجنة المطبوعات والنشر إلى عدة أنماط وهي: سياسية، وثقافية، واجتماعية، ولغوية. وأشارت نتائج الدراسة كذلك إلى أنه عندما تزايدت تلك التوجيهات فإن الرقابة الذاتية تزداد بشكل تلقائي.

٣- دراسة يعقوب بن سالم الصبحي بعنوان "القائم بالاتصال في دوائر الأخبار بإذاعة وتلفزيون في سلطنة عمان (الصبحي، ٢٠١٢:٠)". خلصت الدراسة إلى أن هناك ارتفاعاً واضحاً في نسبة الذكور العاملين بدوائر الأخبار بإذاعة وتلفزيون سلطنة عمان مقارنة بالإناث، وانخفاضاً في نسبة الحاصلين على مؤهلات إعلامية، وارتفاعاً كذلك في مستوى التأهيل المهني لدى معظم القائمين بالاتصال في إذاعة وتلفزيون السلطنة، وكان لمعظم الدورات التي التحق بها الباحثون ارتباط وثيق بالمهنة. وخلصت الدراسة إلى أن معظم الباحثين لم يقرؤوا قانون المطبوعات والنشر. وقد استخدم الباحث صحيفة الاستقصاء أداة لجمع البيانات، وأجرى الباحث عدداً من المقابلات غير المقننة لتفسير بعض نتائج الدراسة؛ إذ كشفت النتائج أن أكثر من نصف العينة راضون عن عملهم إلى حد ما، وفي مقابل ذلك كان ارتفاع مستوى عدم الرضا عن فرص الترفي والتقدير، وارتفاع مستوى عدم الرضا تجاه نظام العلاوات والمكافآت، في حين تحقق رضا متوسط تجاه السياسة التحريرية للمؤسسة، كما وجدت حالة من عدم الرضا لدى القائمين بالاتصال تجاه السياسة العامة للمؤسسة وأسلوب الإدارة. وكشفت الدراسة أن القائم بالاتصال في خريطة العملية الاتصالية يشغل موقعا إستراتيجيا، فهو صاحب القرارات المصيرية التي تتعلق بمضمون الرسالة الاتصالية وشكلها، تلك القرارات التي قد تسهم في تكوين رأي عام حيال قضية معينة.

٤- دراسة بدر بن سالم السيابي بعنوان: "القوانين المنظمة للعمل الصحفي في سلطنة عُمان واتجاهات الصحفيين نحوها" (السيابي، ٢٠١٢). ركزت هذه الدراسة على تتبع وتحليل تطور القوانين الصحفية في سلطنة عُمان كالنظام الأساسي للدولة، وقانون المطبوعات والنشر، وقانون الجزاء العماني. وقام الباحث بتقييم النصوص الواردة في هذه القوانين ومدى صلاحيتها للعمل الصحفي، وشمولها لكل ما يتعلق بمهنة الصحافة والصحفيين، إلى جانب الكشف عن اتجاهات الصحفيين نحو قانون المطبوعات والنشر الذي يعود لعام (١٩٨٤)، ومدى صلاحيته للعمل الصحفي في البلاد. وتضمنت الدراسة الميدانية عينة مكونة من (٥٧) مفردة ممثلة لمجتمع الصحفيين العاملين في الصحف العمانية الذين بلغ عددهم حسب الإحصائيات الرسمية لدى دائرة المطبوعات والنشر التابعة لوزارة الإعلام مئة وسبعة عشر (١١٧) صحفياً وصحفية. من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن قانون المطبوعات والنشر يُعتبر من الأسباب الرئيسية التي عاقت التعددية الصحفية من خلال الاشتراطات التي نصت عليها المواد القانونية الخاصة بالتراخيص ورأس المال والتداول، كما خلصت إلى اقتراح العديد

التي تضعها الحكومة انطلاقاً من الإيمان بأن كل الجهود -ومنها جهود وسائل الإعلام المحلية- يجب أن تصب في اتجاه دعم الأهداف الوطنية. ومن هنا عملت الحكومة على أن تكون وسائل الإعلام في خدمة احتياجات التنمية في البلاد، وهو هدف تنبه إليه الكثير من دول العالم النامي في فترة ما بعد الاستقلال، ولكن لم ينجح في تحقيقه سوى عدد قليل من الدول، من بينها سلطنة عُمان (نصر، حسني ٢٠٠٩).

الدراسات السابقة

نستعرض هنا الدراسات التي لها علاقة مباشرة بهذه الدراسة بهدف الاطلاع عليها والاستفادة منها منهجياً، باعتبارها تراثاً علمياً، وأدبيات مهمة في سياق البحث العلمي. وسوف نبدأ باستعراض الدراسات العمانية ثم الدراسات العربية وأخيراً الدراسات الأجنبية ذات الصلة بموضوع البحث.

أولاً: الدراسات العمانية:

١- دراسة محمد بن عوض المشيخي: (Al-Mashaikhi: 1994, The) (Mass Media In The Sultanate Of Oman 1970-1993) تعد دراسة المشيخي كما وصفها د.عبدالله الكندي، من أهم الدراسات التي تناولت وسائل الاتصال الجماهيرية في سلطنة عمان (الكندي؛ الحسني، ٢٠٠٨: ٤٧). تكمن أهمية هذه الدراسة في تتبعها بشكل مسحي للمؤسسات الصحفية والإعلامية في البلاد خاصة من حيث تأثيرها، ومصداقيتها، وبنائها المؤسسي، والعوائق التي تؤثر على أدائها، ومستقبلها. تضمنت الدراسة الميدانية عينة قسدية من صناع القرار في وسائل الإعلام المحلية وكذلك وكلاء الوزارات الخدمية، لتحديد دور الإعلام العماني في التنمية الوطنية خلال عقدي السبعينيات والثمانينيات. وقد دعت الدراسة إلى مزيد من التعاون بين الإعلام وواضعي الخطط التنموية في البلاد، كما خلصت هذه إلى وجود مشكلة حقيقية في الحصول على المعلومات من مختلف المصادر الرسمية بالنسبة للإعلاميين والصحفيين في السلطنة.

٢- دراسة عبد المنعم بن منصور الحسني بعنوان "العوامل المؤثرة على المضامين الصحفية: دراسة تحليلية للصحف العمانية اليومية المعاصرة (الكندي؛ الحسني، ٢٠٠٨)". تناولت الدراسة علاقة الصحافة بالحكومة ممثلة بوزارة الإعلام، والعلاقة بين المؤسسة الصحفية العمانية والجهات الرقابية، لإجابة السؤال المتعلق بمدى تأثير قرارات وزارة الإعلام العمانية على المضامين الصحفية في الصحف اليومية في السلطنة، وكيف يرى الصحفيون هذه العلاقة؟ وكان أحد محاور تلك العلاقة تأثير قانون المطبوعات والنشر على المضمون الصحفي. واستخدم الباحث المقابلات الشخصية لجمع المعلومات وتمثلت عينة البحث في رؤساء ومدبري التحرير في جميع الصحف العمانية اليومية. وخلصت الدراسة إلى أن حوالي ثلث العاملين في الصحف، الذين شملهم البحث (٣٤,٥٪) فقط، هم من اطلع على قانون المطبوعات والنشر. وعن القانون يقول هؤلاء الصحفيون إنه عام ومطاطي وقابل للتأويل، وقديم ولا يحمي

العمل الصحفي في البحث عن مصادر دخل إضافية. ومن المؤشرات السلبية للممارسة أيضاً: تدني مهارة الكتابة الصحفية لدى معظم الصحفيين، وتقييد هامش الحرية. ومن أهم العوامل التي كشفت عنها الدراسة: وجود الرقابة الحكومية ثم الرقابة الذاتية من الكتاب، وأخيراً الرقابة الإعلامية التي يمارسها المسؤولون في الصحف. وأظهرت نتائج الدراسة أن للعوامل غير المهنية مجتمعة تأثيراً "محدوداً" وتتمثل هذه العوامل في رقابة النظام السياسي، وقيم المجتمع وثقافته، وجماعات التأثير، على الممارسة المهنية لأفراد عينة الدراسة؛ وأظهرت النتائج أن الصحفيين يتأثرون في ممارستهم بالعوامل التي تكون من خارج الصحيفة أكثر من تأثرهم بالعوامل التي تكون من داخل الصحيفة.

ثالثاً: الدراسات الأجنبية:

بالنسبة للدراسات الأجنبية، فقد قام الباحث بالاطلاع على مجموعة من البحوث المنشورة ذات العلاقة بدراسات القائم بالاتصال في عدد من دول العالم خاصة في قارات أوروبا وأسيا وإفريقيا على النحو الآتي.

١- بحث ماجبيميغا (Mgbemena, 1980) "السمات الديموغرافية للصحفيين في نيجيريا وتوجهاتهم المهنية". وطبقت هذه الدراسة على ٨٣ صحفياً بجمهورية نيجيريا في مطلع الثمانينات من القرن العشرين. وقد كشفت الدراسة عن مستوى عال من الرضا بين العاملين في حقل الصحافة في هذا البلد الإفريقي، الذي يعاني من الفساد وعدم الاستقرار الأمني والاقتصادي؛ فهؤلاء الذين شملتهم الاستبانة يوصون أحفادهم واولادهم بالعمل في مهنة الصحافة. وكشفت الدراسة أيضاً أن معظم الصحفيين النيجيريين قد تعلموا مختلف الفنون الصحفية بعد التحاقهم بالعمل، وأنهم التحقوا بدورات وورش عمل تدريبية في مجال المهنة.

٢- حلل نايجرين وديجترفا (Nygren and Degterva, 2012) الأدوار المهنية للصحفيين في روسيا والسويد. وتم تطبيق الدراسة على مئة صحفي في كل من روسيا الاتحادية ومملكة السويد، لمعرفة آراء هؤلاء الصحفيين حول استقلالية مهنة الصحافة وحرية التعبير في هذين البلدين الأوروبيين، من خلال تجاربهم اليومية في مختلف المؤسسات الإعلامية. وقد كشفت الدراسة عن وجود ضغوط مستمرة ومتشابهة تواجه الصحفيين في البلدين فيما يتعلق بسقف الحرية، مع اختلاف مصدر هذه الضغوط؛ ففي روسيا كانت الضغوط التي يعاني منها الصحفيون سياسية، في حين يعاني الصحفيون السويديون من الضغوط التجارية المتعلقة بالشركات الإعلانية وأصحاب النفوذ من التجار. وقد عبر الصحفيون الروس بشكل واضح عن خيبة الأمل ونظرتهم السلبية تجاه حرية التعبير وبخاصة حرية الصحافة المفقودة في بلدهم جمهورية روسيا الاتحادية.

٣- تناولت دراسة ساتبسيكا واسواسكي (Stepinska and Ossowski, 2012) الأدوار المهنية والهوية لدى ثلاثة أجيال من الصحفيين البولنديين. وحللت الدراسة المستوى المهني للعاملين في الصحف البولندية. وكشفت بوضوح الاختلافات المهنية للعاملين

من التوصيات المتعلقة بتحديث وتطوير القوانين المنظمة للعمل الصحفي في سلطنة عُمان.

ثانياً: الدراسات العربية:

١- دراسة حسني نصر بعنوان "واقع وآفاق حرية الصحافة في دولة الإمارات (نصر، ٢٠٠٢)". تناولت الدراسة طبيعة النظام الإعلامي في الإمارات في ظل قانون المطبوعات والنشر الذي صدر في مطلع الثمانينيات القرن العشرين من خلال تحليل العوامل المؤثرة في النظام الإعلامي خاصة القوانين التي لها علاقة بالصحافة. وقد توصلت الدراسة إلى أن الأطر الدستورية والقانونية التي تحكم العمل الإعلامي في الإمارات لم تعد تناسب التطورات المختلفة هناك؛ ولذلك أصبح من الضروري إعادة النظر في تلك الدساتير والقوانين. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين غياب نص واضح في الدستور الإماراتي لحرية الصحافة وبين تصنيف الإمارات عالمياً بين الدول التي لا تتمتع فيها الصحافة بالحرية.

٢- وعلى صعيد الدراسات العربية التي تناولت القائمين بالاتصال، تناولت مارجریت سمي ساويرس (ساويرس، ٢٠٠٦) في دراستها (العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي للقائمت بالاتصال في الصحافة المصرية) من خلال دراسة وصفية تحليلية ميدانية على عينة طبقية نسبية قوامها ٣٣٩ من القائمت بالاتصال في الصحف التالية: الجمهورية، وأخبار اليوم، ومجلة أكتوبر، ومجلة صباح الخير، ومجلة الشباب، ومجلة الهلال، ومجلة حواء، ومجلة نصف الدنيا، وجريدة الوفد، وجريدة الأهلالي، وجريدة الأسبوع، وجريدة النبا الوطني، وجريدة مايو، ومجلة الإذاعة والتلفزيون. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن هناك العديد من العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي العام للقائمت بالاتصال في الصحافة المصرية، أبرزها: طبيعة العمل، والتقدير، وسياسة المؤسسة، والإنجاز، وطبيعة العلاقات الشخصية بالزملاء، وأنه كلما تقدمت القائمت بالاتصال في العمر ارتفع مستوى رضاهن الوظيفي والعكس بالعكس، وأن رؤية القائمت بالاتصال لأنفسهن إيجابية بصفة عامة.

٣- خلصت دراسة أحمد بن محمد الجميعة (الجميعة، ٢٠١٠) "الممارسة المهنية الصحفية والعوامل المؤثرة فيها: دراسة ميدانية على عينة من الصحف والصحفيين في المملكة العربية السعودية"، إلى أن الممارسة المهنية في الصحف السعودية تعتمد على خمسة أساليب رئيسية، هي: أسلوب المجاملة، وأسلوب الوصف، وأسلوب النقد، وأسلوب المقارنة، وأسلوب التسويق والترويج للأفكار والمواقف والخدمات، مع ملاحظة أن هذه الأساليب متفاوتة في التطبيق بين صحفي وآخر، وقسم وآخر داخل كل صحيفة. كشفت الدراسة عن جملة من المؤشرات السلبية للممارسة أهمها التجاوزات الأخلاقية للمهنة، ويتضح ذلك في عدد من المظاهر، منها: نشر معلومات غير دقيقة، أو لم يأذن المصدر بنشرها، والنقل عن المواقع الإلكترونية دون الإشارة إليها، وإلحاح الصحفي على مسؤولي التحرير لنشر المواد الصحفية التي تحقق مصالحه الخاصة، واستخدام جهاز التسجيل أثناء الاتصال بمصادر المعلومات دون أن يشعروا بذلك، وتوظيف

تركز على العوامل المؤثرة في الإعلام في سلطنة عمان؛ من هنا تأتي هذه الدراسة العلمية لتكشف عن نقاط القوة والضعف من خلال تعرف مجموعة من المتغيرات في الساحة الإعلامية في السلطنة. وتشمل هذه العوامل: القوانين، والأنظمة التي تحكم العمل الإعلامي، وكذلك الموارد المالية التي تعتمد عليها المؤسسات في الارتقاء بالخطاب الصحفي. وبشكل عام تكشف الدراسة جملة من العوامل السياسية، والاقتصادية والقانونية، والمجتمعية والمهنية، التي يمكن أن تؤثر على العمل الإعلامي وتحدد مساره، بل تقوم بتحديد طبيعة الرسالة الإعلامية في سياقها السياسي والاقتصادي والاجتماعي والقانوني والمهني.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تعرف أهم العوامل المؤثرة والفاعلة في الإعلام العماني، من أجل تقديم بيانات قد تكون مفيدة لمعاملة المؤثرات التي تعوق تطور الرسالة الإعلامية، خاصة تلك التي تشبط الكوادر الصحفية التي تعمل في هذا المجال. ويمكن إيجاز أهم أهداف الدراسة في النقاط الآتية:

- ١- الكشف عن تأثير الأنظمة والقوانين المعمول بها في السلطنة على الإعلاميين.
- ٢- رصد سقف الحرية التي تسمح بها الحكومة لوسائل الإعلام.
- ٣- تعرف طبيعة النظام الاجتماعي وقيمه وانعكاسه على العمل الإعلامي.
- ٤- تعرف الوسائل الإعلامية التي تتمتع بشعبية ومتابعة من الجمهور.
- ٥- استكشاف طبيعة العلاقات المهنية والإنسانية بين الإعلاميين والمسؤولين في وسائل الإعلام العمانية.
- ٦- تعرف تأثير القرارات التي تتخذها القيادات الإعلامية على المضمين والرسائل الإعلامية التي تنشر للجمهور.
- ٧- دراسة تأثير الإعلان التجاري على مضمين وسائل الإعلام العمانية.
- ٨- تعرف أهم مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الذين يعملون في مجال الإعلام.

أسئلة الدراسة:

تسعى الدراسة في ضوء أهدافها إلى إجابة مجموعة من الأسئلة، وهي على النحو الآتي:

- ١- ما مدى تأثير القوانين واللوائح المنظمة للإعلام العماني على طبيعة العمل الإعلامي، من وجهة نظر الإعلاميين؟
- ٢- ما مدى تأثير إشراف الحكومة المباشر على العمل الإعلامي، من وجهة نظر الإعلاميين؟
- ٣- إلى أي مدى تؤثر ملكية وسائل الإعلام على سياسة المؤسسة الإعلامية، من وجهة نظر الإعلاميين؟
- ٤- إلى أي مدى تؤثر إدارة المؤسسة على الرسائل الإعلامية، من وجهة نظر الإعلاميين؟
- ٥- ما تأثير الإعلان على العمل الإعلامي؟

في المؤسسات الصحفية البولندية عبر ثلاث العقود الماضية. وعلى رغم وجود تباين بين هذه الأجيال الثلاثة خاصة في فترة سيطرة الحزب الشيوعي، يشتركون في مسؤوليات الصحفي التي يتمتع أن تقتصر على نشر الأخبار والمعلومات، بل يجب على هؤلاء الصحفيين أن يقدموا حلولاً لمختلف المشكلات والمصاعب التي تواجه الجمهور البسيط والعادي. وكشفت الدراسة كذلك تميز الجيل الجديد الذي دخل مهنة الصحافة خلال العقدين الماضيين بعد التحول السياسي من الشيوعية إلى الرأسمالية، فيما يتعلق بدورهم الرقابي وعدائهم الشديد للمسؤولين الرسميين في الدولة. ٤- هدفت دراسة تمام وعبدالله (2014, Tamam and Abdullah) "مدركات الصحفيين في ماليزيا لدور وسائل الإعلام"، إلى معرفة اتجاهات الصحفيين الماليزيين نحو دور وسائل الإعلام في المجتمع المحلي. واعتمدت الدراسة على عينة مكونة من ١٨٢ صحفياً شملتهم الاستبانة. وكشفت الدراسة وجود أفكار وآراء مختلطة بين الصحفيين حول دور الإعلام الماليزي والبيئة المحيطة فيه، لكونه يخضع للقوانين والأنظمة الحكومية حسب اعتقاد عينة الدراسة. ويعتقد الصحفيون أن الإعلام الماليزي يقوم بدوره في مجال نشر المعلومات وتفسيرها بشكل ناجح ولكنه يفتقد إلى الدور الرقابي سلطة رابعة في المجتمع. وأوضحت الدراسة أن التعليم والخبرة العملية لا تأثير يذكر لهما على فهم الإعلاميين لدور الإعلام ووظائفه في مجتمع المملكة الماليزية.

من خلال العرض السابق للدراسات السابقة نستنتج ما يلي:

- ١- قام البحث بالاطلاع على مجموعة كبيرة من الدراسات السابقة التي طبقت في مختلف دول العالم، وقد اختار الأقرب منها للتجربة العمانية؛ إذ كانت هذه الدراسات سندا قويا للوصول بهذه الدراسة إلى هذا المستوى الحالي.
- ٢- تكاد معظم هذه الدراسات تشترك في حضور الرقابة الحكومية وسيطرتها على القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية خاصة في كل من المملكة السعودية وجمهورية روسيا الاتحادية والمملكة الماليزية والإمارات العربية المتحدة وسلطنة عمان.
- ٣- كشفت الدراسة التي طبقت في مملكة السويد على الصحفيين عن عدم وجود تدخل من الحكومة في حرية الصحفيين، ولكن في نفس الوقت يتعرض الصحفيون في هذا البلد لضغوط تجارية من أصحاب الشركات الكبرى في القطاع الخاص السويدي.
- ٤- أكدت دراسة (ساويرس) التي طبقت في مصر على مجموعة من الصحفيين، وكذلك دراسة (Mgbemena) التي طبقت على الصحفيين في نيجيريا، وجود رضا مهني بين العاملين في حقل الصحافة في البلدين.
- ٥- تشابهت حجما وعددا العينات التي طبقت عليها تلك الدراسات خاصة في كل من ماليزيا ونيجيريا، هي وهذه الدراسة.

الإطار المنهجي للدراسة

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها من بين الدراسات الأولى التي

اختبار الصدق:

عرض الباحث الاستبانة على محكمين من الأكاديميين بقسم الإعلام بجامعة السلطان قابوس، بهدف التأكد من صلاحية صحيفة الاستقصاء، وذلك في شهر أكتوبر ٢٠١٣م. وقد استفاد الباحث من الملاحظات التي أبداهها المحكمون، ثم بعد ذلك وُزعت عشرون استمارة على عينة من الباحثين المستهدفين في شهر نوفمبر ٢٠١٣م، لاختبار مدى وضوح الأسئلة وعدم وجود غموض فيها. ولم تكن هناك أية مصاعب تكتنف إجابات العينة الاستطلاعية؛ إذ تم تحليل الاستمارات التي أعيدت من أفراد العينة وعددها ١٧ استمارة.

وقد استخدم الباحث البرنامج الإحصائي المعروف (SPSS) لتحليل إجابات الباحثين واستخلاص نتائج الدراسة التي قسمت إلى عدة محاور، على النحو الآتي:

أولاً: اتجاهات الإعلاميين نحو القوانين التي تنظم العمل الإعلامي وتأثير الرقابة على المضامين الإعلامية.
ثانياً: تأثير مالك المؤسسة الصحفية على العمل الصحفي.
ثالثاً: الموارد المالية والإعلان وتأثيرهما على الرسالة الإعلامية.
رابعاً: البيئة الاجتماعية وانعكاسها على العمل الإعلامي.
خامساً: التوافق والتجانس بين العاملين في المؤسسات الصحفية.
سادساً: قوة الانتشار والمصادقية من منظور الإعلاميين.
سابعاً: العوامل المؤثرة على طبيعة عمل الإعلامي العماني.

نتائج الدراسة:

خصائص مجتمع الدراسة

يوضح الجدول رقم (١) توزيع مجتمع البحث حسب الجنس؛ إذ وصلت نسبة الذكور من الإعلاميين إلى أكثر من ٨١٪، في حين الإناث حوالي ١٩٪ من إجمالي مجتمع البحث، وهذا بالطبع يعكس زيادة العاملين في قطاع الإعلام من الذكور، وذلك بسبب العادات والتقاليد التي لا تسمح للإناث بالولوج إلى عالم الإعلام خاصة التلفزيون.

يشير الجدول رقم (٢) إلى ارتفاع نسبة الحاصلين على المؤهل الجامعي من الإعلاميين بنسبة تصل إلى حوالي ٧٣,٧٪، وذلك

جدول (١) توزيع مجتمع البحث حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
٨١,٤	١٣٦	ذكر
١٨,٦	٣١	أنثى
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (٢) توزيع مجتمع البحث حسب المستوى الدراسي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الدراسي
١٣	٢٠	ثانوية عامة
١٤,٤	٢٤	دبلوم
٥٩,٣	٩٩	مؤهل جامعي
١٤,٤	٢٤	دراسات عليا
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

٦- هل لطبيعة النظام الاجتماعي وقيمه تأثير على العمل الإعلامي، من وجهة نظر الإعلاميين؟

٧- هل تشكل الصحف الخليجية منافسة حقيقية على الصحف المحلية، من وجهة نظر الإعلاميين؟

٨- إلى أي مدى تؤثر جماعات الضغط المحلية على سير العملية الإعلامية، من وجهة نظر الإعلاميين؟

٩- هل تؤثر طبيعة العمل الإعلامي من حيث التنظيم وطبيعة الموظفين وتجانسهم، على كفاية إدارة العمل الإعلامي، من وجهة نظر الإعلاميين؟

١٠- إلى أي مدى تقوم إدارة المؤسسة بالتدخل لتوجيه الإعلاميين فيما يكتبونه، من وجهة نظر الإعلاميين؟

١١- ما الوسيلة الإعلامية المحلية الأكثر مصداقية وانتشاراً بين وسائل الإعلام المحلية، من وجهة نظر الإعلاميين؟

منهج الدراسة:

تستخدم الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، من خلال المسح الميداني على الصحفيين الأعضاء في جمعية الصحفيين والعاملين كذلك في المؤسسات الإعلامية في السلطنة. وقد جُمعت المعلومات المتعلقة بهذه الدراسة عن صحيفة استقصاء أعدها الباحث، تتكون من ٤١ سؤالاً، منها ٣٦ عبارة طلب من الباحثين تحديد مواقفهم منها على مقياس (ليكرت) ذي خمس النقاط، الذي يعد من أفضل المقاييس لمعرفة آراء الباحثين خاصة في القضايا الحساسة المتعلقة بواقع العمل الصحفي، وبالسياسات الإعلامية بشكل عام كذلك، كما تضمنت الاستبانة خمسة أسئلة مفتوحة لإتاحة الفرصة لمجتمع البحث للتعبير عن وجهات نظرهم بصراحة.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من أعضاء جمعية الصحفيين العمانية التي تأسست في عام ٢٠٠٤م، وتتخذ من مسقط مقراً لها. وقد قام الباحث بزيارة الجمعية في الخوير في شهر ديسمبر ٢٠١٣م، لتعرف عدد أعضاء الجمعية من الصحفيين والإعلاميين. واتضح من سجل الجمعية أن إجمالي عدد الأعضاء ٢١٧ عضواً، منهم ٢٨ صحفية. وقد طبعت ٢١٧ استمارة للتوزيع على الأعضاء جميعاً بطريقة الحصر الشامل لكل مفردات مجتمع البحث من الصحفيين والإعلاميين. ولقد قام الباحث بتوزيع استمارات الاستبانة المذكورة أعلاه اعتباراً من الأسبوع الأخير من شهر ديسمبر ٢٠١٣م في الجمعية، ثم في المؤسسات الإعلامية جميعاً نظراً لعدم تردد معظم الأعضاء على مقر الجمعية إلا في اجتماعات الجمعية العمومية؛ إذ وُزعت الاستبانة على جميع رؤساء التحرير والمديرين والممارسين الإعلاميين الذين قابلهم الباحث خلال فترة الدراسة الميدانية التي امتدت إلى نهاية شهر يناير ٢٠١٤م ولمدة خمسة أسابيع. وشمل البحث بعض الإعلاميين الذين لا يحملون عضوية الجمعية ولكنهم يمارسون العمل الصحفي والإعلامي منذ عدة عقود. وقد رجعت ١٦٧ استمارة بنسبة استجابة وصلت إلى ٧٧٪ من إجمالي مجتمع البحث. وتعد هذه النسبة مقبولة وتحقق أهداف الدراسة وغايتها.

بسبب انتشار التعليم الجامعي ووجود قسم الإعلام في جامعة السلطان قابوس، الذي تذهب مخرجاته إلى سوق العمل منذ عدة عقود.

يشير الجدول رقم (٣) إلى توزيع العاملين في قطاع الإعلام من الذين شملتهم هذه الدراسة بحسب تخصصاتهم؛ إذ يتجاوز الذين يحملون شهادات جامعية في مجال تخصص الإعلام أكثر من ٤٠٪ من مجتمع الدراسة.

يوضح الجدول رقم (٤) احتلال الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون المرتبة الأولى في أعداد الذين اشتركوا في الدراسة بنسبة تصل إلى حوالي ٢٧٪ من إجمالي مجتمع البحث، وذلك لكون الهيئة أكبر المؤسسات الإعلامية في السلطنة ثم أتت جريدة الشبيبة في المرتبة الثانية، في حين جاءت إذاعة الوصال بنسبة ٢,٤ فقط.

أولاً: اتجاهات الإعلاميين نحو القوانين التي تنظم العمل الإعلامي

يوضح الجدول رقم (٥) أن أكثر من ٩٠٪ من أفراد العينة أكدوا أن الرسائل والمضامين الإعلامية التي تُنشر وتداول في وسائل الإعلام العمانية مرجعها الأساس قانون المطبوعات والنشر الذي صدر في ١٩٨٤م، على رغم عدم مناسبة هذا القانون للمرحلة التي تعيشها السلطنة الآن، في حين ذكر ٧٪ عدم معرفتهم بالإجابة.

يوضح جدول رقم (٦) اعتراف حوالي ٧٢٪ من الإعلاميين الذين شملهم البحث بأنهم يخضعون للمحاسبة حسب القانون الحالي للمطبوعات والنشر، وعارض حوالي ١٧٪ من هؤلاء قيام جهات الاختصاص بمساءلة العاملين في وسائل الإعلام. وقد اختار ١١٪ من أفراد العينة الإجابة على هذا السؤال (بلا أعرف).

يوضح جدول رقم (٧) اعتراف أكثر من ٧٣٪ من الإعلاميين والصحفيين بأن قانون المطبوعات والنشر الحالي لا يناسب بأي حال من الأحوال المرحلة التي تعيشها السلطنة الآن، في حين عارض ذلك حوالي ٥٪. أكد ٢٢٪ من أفراد العينة عدم معرفتهم القانون الحالي وهو مناسب أم لا، وذلك ربما نتج عن قلقهم من إجابة هذا السؤال.

يوضح الجدول رقم (٨) اعتراف أكثر من ٧٠٪ من الإعلاميين بممارسة وزارة الإعلام الرقابة على الصحف العمانية، وقد عارض حوالي ١٩٪ وجود أية رقابة من الوزارة؛ في حين ذكر حوالي ١١٪ أنهم لا يعرفون طبيعة الرقابة التي تمارسها الوزارة على الصحف. هناك تباين واضح في إجابة هذا السؤال رقم (٩) فقد اعترف أكثر من ربع الباحثين بعدم معرفتهم بإجابة هذا السؤال، ربما بسبب حساسيته، في حين أكد أكثر من ٤٥٪ من الإعلاميين موافقتهم على السؤال، بالمقابل عارض ٣٠٪ من أفراد العينة أن الهدف من الرقابة هو حماية كبار المسؤولين والمتنفذين في الدولة.

بالنسبة للجدول رقم (١٠)، هناك اختلاف بين الصحفيين والإعلاميين في إجابة هذا السؤال، فقد وافق حوالي ٤٣٪ من أفراد العينة على نشر وسائل الإعلام العمانية موضوعات حساسة دون موافقة الحكومة، في المقابل عارض أكثر من ٣٩٪ من الإعلاميين نشر مثل هذه الموضوعات الحساسة في وسائل الإعلام المحلية،

جدول (٣) توزيع مجتمع البحث حسب التخصص

التخصص	التكرار	النسبة المئوية
إعلامي	٦٧	٤٠,١
غير إعلامي	٨٤	٥٠,٣
المجموع	١٥١	٩٠,٤
غير محدد	١٦	٩,٦
المجموع	١٦٧	١٠٠,٠

الجدول (٤) توزيع مجتمع البحث حسب جهة العمل

جهة العمل	التكرار	النسبة المئوية
الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون	٤٥	٢٦,٩
مؤسسة عمان للصحافة والنشر (جريدة عمان ونزوي)	٢٤	١٤,٤
جريدة الوطن	١١	٦,٦
مؤسسة مسقط للصحافة والإعلام (جريدة الشبيبة)	٣٣	١٩,٨
إذاعة هلا FM	٥	٣,٠
إذاعة الوصال (سابكو)	٤	٢,٤
مؤسسة الرؤية (جريدة الرؤية)	١٠	٦,٠
جهات أخرى	٢٠	١٢,٠
المجموع	١٥٢	٩١,٠
قيم مجهولة	١٥	٩,٠
المجموع	١٦٧	١٠٠,٠

جدول (٥) تخضع الرسائل والمضامين الإعلامية في السلطنة لقانون المطبوعات والنشر العماني

النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
أوافق بشدة	٤٤	٢٦,٣
أوافق	١٠٧	٦٤,١
لا أعرف	١٢	٧,٢
أعارض	٣	١,٨
أعارض بشدة	-	-
المجموع	١٦٦	٩٩,٤
قيم مفقودة	١	٠,٦
المجموع	١٦٧	١٠٠,٠

جدول (٦) تقوم الدولة بمساءلة الإعلاميين طبقاً لقانون المطبوعات والنشر العماني

النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
أوافق بشدة	٣١	١٨,٦
أوافق	٨٩	٥٣,٣
لا أعرف	١٩	١١,٤
أعارض	٢٦	١٦,٦
أعارض بشدة	٢	١,٢
المجموع	١٦٧	١٠٠,٠

جدول (٧) قانون المطبوعات والنشر العماني لا يناسب المرحلة التي تعيشها السلطنة الآن

النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
أوافق بشدة	٦٩	٤١,٣
أوافق	٥٤	٣٢,٣
لا أعرف	٣٦	٢١,٦
أعارض	٧	٤,٢
أعارض بشدة	١	٠,٦
المجموع	١٦٧	١٠٠,٠

جدول (٨) تقوم وزارة الإعلام بممارسة الرقابة على الصحف العمانية

النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
أوافق بشدة	٢٢	١٩,٢
أوافق	٨٦	٥١,٥
لا أعرف	١٨	١٠,٨
أعارض	٢٧	١٦,٤
أعارض بشدة	٤	٢,٤
المجموع	١٦٧	١٠٠,٠

جدول (٩) تهدف الرقابة التي تمارسها الأجهزة الحكومية إلى حماية كبار المسؤولين في الدولة

النسبة المئوية	التكرار	
١٥,٦	٢٦	أوافق بشدة
٢٩,٣	٤٩	أوافق
٢٥,١	٤٢	لا أعرف
٢٤,٠	٤٠	أعارض
٦,٠	١٠	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (١٠) تقوم وسائل الإعلام العمانية بنشر موضوعات هامة وحساسة دون موافقة الحكومة

النسبة المئوية	التكرار	
٧,٢	١٢	أوافق بشدة
٣٦,٥	٦١	أوافق
١٦,٨	٢٨	لا أعرف
٢٩,٩	٥٠	أعارض
٩,٦	١٦	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (١١) جميع العاملين في قطاع الإعلام على اطلاع على المحظورات في قانون المطبوعات والنشر

النسبة المئوية	التكرار	
٦,٠	١٠	أوافق بشدة
١٥,٠	٢٥	أوافق
٢٩,٩	٥٠	لا أعرف
٢٥,٣	٥٩	أعارض
١٣,٨	٢٣	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (١٢) الإعلاميون في وسائل الإعلام العمانية يخشون التعرض لعقوبة القوانين والأنظمة المعمول بها في السلطنة

النسبة المئوية	التكرار	
٣٠,٥	٥١	أوافق بشدة
٤٤,٩	٧٥	أوافق
١١,٤	١٩	لا أعرف
١٢,٦	٢١	أعارض
٠,٦	١	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (١٣) تنشر وسائل الإعلام العمانية موضوعات تفتقد للأهمية كالاستقبالات والاجتماعات والرقبات وذلك بناء على تعليمات رسمية

النسبة المئوية	التكرار	
٣٧,١	٦٢	أوافق بشدة
٣٥,٩	٦٠	أوافق
٧,٨	١٣	لا أعرف
١٥,٦	٢٦	أعارض
٣,٦	٦	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (١٤) تتعرض المؤسسة الإعلامية التي أعمل فيها لضغوط من وزارة الإعلام نتيجة نشر أخبار سلبية عن دولة صديقة

النسبة المئوية	التكرار	
١٣,٨	٢٣	أوافق بشدة
٢٠,٤	٣٤	أوافق
٣٦,٥	٦١	لا أعرف
٢٢,٨	٣٨	أعارض
٦,٦	١١	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

واختار حوالي ١٧٪ (لا أعرف). وفي واقع الأمر هناك صحيفة واحدة فقط تنشر الموضوعات المثيرة للجدل، وهي (الزمن) التي اعتادت اختيار قضية أو موضوع حساس يتعلق في العادة بتهمة فساد بعض المسؤولين المتنفذين.

يوضح الجدول رقم (١١) أن حوالي نصف أفراد العينة (٤٩٪) أكدوا عدم اطلاعهم على المحظورات في قانون المطبوعات والنشر، وأكد ٢١٪ من الإعلاميين الذين شملتهم الدراسة معرفتهم بالمحظورات المتعلقة بقانون المطبوعات والنشر. ونفى حوالي ٢٠٪ من الباحثين علمهم بتلك المحظورات. وتكشف هذه الدراسة الحقيقية المتمثلة في جهل أو تجاهل ٧٩٪ من الإعلاميين لقانون المطبوعات والنشر الذي ينظم العمل الصحفي في البلاد، خاصة المنوعات التي قد تجعل الإعلامي يقع في المحذور، وما يترتب على ذلك من عقوبات كالسجن والغرامات المالية والتوقيف عن ممارسة المهنة في بعض الأحيان.

يشير الجدول رقم (١٢) إلى أن أكثر من ثلاثة أرباع أفراد العينة الإعلاميين يخشون التعرض لعقوبة القوانين المعمول بها في السلطنة مثل قانون المطبوعات والنشر، وكذلك القوانين الجزائية الجنائية، وعلى رغم الخوف من العقوبات، لا يهتم الصحفيون بالاطلاع على القوانين وبخاصة المحظورات منها. وقد عارض وجود خوف من العقوبات حوالي ١٣٪ من الباحثين، في حين اختار حوالي ١١٪ (لا أعرف)

يوضح الجدول رقم (١٣) موافقة ٧٣٪ من الإعلاميين والصحفيين الذين شملهم هذا البحث على نشر وسائل الإعلام المحلية موضوعات تفتقد للأهمية بالنسبة للجمهور، وعارض حوالي ١٩٪ من الباحثين ذلك، واختار حوالي ٨٪ (لا أعرف).

اختار أكثر من ثلث الباحثين الإجابة (بلا أعرف)، وهي أكبر نسبة في الخيارات في الجدول رقم (١٤)، وقد عارض أكثر من ٢٩٪ من الصحفيين وجود أي ضغوط من وزارة الإعلام نتيجة نشر أخبار سلبية عن دولة صديقة، في حين اعترف أكثر من ٣٤٪ بوجود هذه الضغوط.

ثانياً: تأثير مالك المؤسسة الصحفية على العمل الصحفي:

يوضح الجدول رقم (١٥) موافقة أكثر من ٧٠٪ من الباحثين على قيام رئيس التحرير بمراقبة كل الموضوعات الصحفية قبل نشرها، وكذلك الوضع في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية الأخرى في البلاد، وذلك لأسباب عديدة؛ إذ إن رئيس التحرير مسؤول عن كل ما ينشر في صحيفته، وذلك حسب قانون المطبوعات والنشر الصادر عام ١٩٨٤م. وقد عبرت نسبة قليلة لا تتجاوز ١٣٪ عن عدم اعتقادها بوجود رقابة أو عرض للموضوعات الصحفية على رئيس التحرير، واختار حوالي ١٧٪ (لا أعرف)

يوضح الجدول رقم (١٦) اعتراف معظم أفراد العينة (٧٦٪) بوجود الرقابة الذاتية، واعتبارها مشكلة كبيرة تواجه وسائل الإعلام العمانية؛ إذ يوجد العديد من حراس البوابات في وسائل الإعلام العمانية كلها بلا استثناء. تبدأ هذه السلسلة من الصحفي أو معد العمل وتنتهي عند رئيس التحرير أو رئيس المؤسسة الإعلامية.

جدول (٢٠) من أهم المعوقات التي تواجه العاملين في قطاع الإعلام ضعف الرواتب والحوافز المالية

النسبة المئوية	التكرار	
٥٣,٩	٩٠	أوافق بشدة
٣٤,١	٥٧	أوافق
٤,٨	٨	لا أعرف
٥,٤	٩	أعارض
١,٨	٣	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (٢١) يؤثر تخفيض الموازنة أو زيادتها في فعالية وتأثير الرسالة الإعلامية

النسبة المئوية	التكرار	
٣٧,٧	٦٣	أوافق بشدة
٤٣,٥	٧١	أوافق
١١,٤	١٩	لا أعرف
٧,٢	١٢	أعارض
١,٢	٢	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (٢٢) من الأسباب التي أثرت سلباً على المضمون الصحفي في السلطنة، عدم وجود موازنة سنوية للتدريب في المؤسسات الخاصة

النسبة المئوية	التكرار	
٤٣,١	٧٢	أوافق بشدة
٤١,٣	٦٩	أوافق
٩,٦	١٦	لا أعرف
٣,٦	٦	أعارض
٢,٤	٤	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (٢٣) حجم الموازنة تؤثر على جودة الرسالة الإعلامية كالمشارك في الوكالات وتغطية المراسلين للأخبار

النسبة المئوية	التكرار	
٣٧,٧	٦٣	أوافق بشدة
٣٧,٧	٦٣	أوافق
١٦,٢	٢٧	لا أعرف
٦,٦	١١	أعارض
١,٨	٣	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (٢٤) تلتزم المؤسسات الإعلامية العمانية بتخصيص مساحات واسعة للإعلان حتى إن كان ذلك على حساب المضمون الإعلامي والثقافي الهادف

النسبة المئوية	التكرار	
٢٩,٩	٥٠	أوافق بشدة
٤١,٣	٦٩	أوافق
١٠,٢	١٧	لا أعرف
١٦,٨	٢٨	أعارض
١,٨	٣	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (١٥) تعرض كل الموضوعات على رئيس التحرير أو من يمثله قبل النشر

النسبة المئوية	التكرار	
١٦,٢	٢٧	أوافق بشدة
٥٣,٩	٩٠	أوافق
١٧,٤	٢٩	لا أعرف
١١,٤	١٩	أعارض
١,٢	٢	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (١٦) الرقابة الذاتية من أهم المعوقات التي تواجه وسائل الإعلام العمانية

النسبة المئوية	التكرار	
٣٣,٥	٥٦	أوافق بشدة
٤٣,٥	٧١	أوافق
٧,٢	١٢	لا أعرف
١٤,٤	٢٤	أعارض
٢,٤	٤	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (١٧) يقرر مالك المؤسسة الإعلامية سياستها ويوجهها حسب رأيه

النسبة المئوية	التكرار	
٢٢,٢	٣٧	أوافق بشدة
٣٩,٥	٦٦	أوافق
١٢,٠	٢٠	لا أعرف
١٩,٨	٣٣	أعارض
٦,٦	١١	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (١٨) يعين مالك المؤسسة الإعلامية معظم الصحفيين ويحدد اختصاصهم بغض النظر عن الكفاية والمهنية

النسبة المئوية	التكرار	
١٥,٦	٢٦	أوافق بشدة
٣٥,٩	٦٠	أوافق
١٩,٢	٣٢	لا أعرف
٢١,٦	٣٦	أعارض
٧,٨	١٣	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (١٩) يصدر مالك المؤسسة في وسائل الإعلام الخاصة قرارات تعارض توجهات أصحاب الخبرة من المحررين في المؤسسة

النسبة المئوية	التكرار	
١٦,٨	٢٨	أوافق بشدة
٣٠,٥	٥١	أوافق
٣٦,٩	٤٥	لا أعرف
١٩,٢	٣٢	أعارض
٦,٦	١١	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

(٧٥،٤٪) يؤكدون موافقتهم على تأثير الموازنة على جودة الرسالة الإعلامية خاصة في مجال التغطية الإخبارية والاشتراك في الوكالات التي تزود وسائل الإعلام بالأخبار والصور. ويوضح الجدول اختصار حوالي ١٦٪ من الذين شملهم البحث (لا أعرف)، في حين قلل حوالي ٨٪ من أهمية الموازنة وانعكاسها على جودة الرسالة الإعلامية.

يوضح الجدول رقم (٢٤)، أن ٧١٪ من الإعلاميين يعترفون بتخصيص مساحات إعلانية واسعة على حساب المضمون الإعلامي الهادف، ويعترض حوالي ١٩٪ على ذلك. وقد اختار أكثر من ١٠٪ (لا أعرف). وهذه النتيجة تشير إلى جنوح وسائل الإعلام وبخاصة الصحافة، إلى التضحية بالمضمون الإعلامي واستبدال الإعلانات التجارية بذلك.

أكد أكثر من ٥٩٪ من إجمالي الذين شملهم البحث من الإعلاميين أن المؤسسات الإعلامية يسيل لعبها للإعلان إذا كان مجزيا على حساب الموضوعات الصحفية الجادة بهدف جمع المال، ولكن على الجانب الآخر يوضح الجدول رقم (٢٥) أن أكثر من ربع المبحوثين (٢٦٪) لا يوافقون على ذلك، بل يرون أن المؤسسات الإعلامية لا تتنازل للشركات المعلنه لفرض سيطرتها على وسائل الإعلام خاصة الصحف. ونسبة قليلة تقدر بحوالي ١٤٪ لم تقرروا واختارت (لا أعرف).

يوضح الجدول رقم (٢٦) أن أكثر من ٦٨٪ من الإعلاميين يوافقون على خضوع الصحف المحلية للشركات الإعلانية؛ إذ تتجنب الصحف نشر أخبار أو تحقيقات حتى نشر مقالات تنتقد الشركات الكبرى التي ترصد موازنة سنوية للإعلانات، خوفاً من قطع الإعلانات عن الصحف التي تتجرأ فتنشر أخباراً سلبية عن (عمانتل أو أوردو) على سبيل المثال، في حين عبر ١٥٪ من الذين شملهم البحث عن اعتراضهم على خضوع الصحف للشركات التي تحجز مساحات إعلانية فيها. أما حوالي ١٧٪ من الصحفيين فقد اختاروا (لا أعرف).

هناك انقسام واضح في إجابات المبحوثين كما يتضح في جدول رقم (٢٧)، فحوالي ٤١٪ من الإعلاميين يرون أن الدخل من الإعلان يستخدم في تطوير الكوادر والأجهزة، وعبر ٣١٪ من هؤلاء المبحوثين عن عدم معرفتهم أين تذهب أموال هذه الإعلانات. ويرى ٢٨٪ من الإعلاميين أن إيرادات الإعلانات لا تستخدم في تطوير العمل الإعلامي.

رابعاً: البيئة الاجتماعية وانعكاسها على العمل الإعلامي: يشير الجدول رقم (٢٨) إلى أن حوالي ٥٦٪ من الإعلاميين يعتقدون أن القيم الاجتماعية السائدة في المجتمع العماني لها تأثير سلبي على أداء الإعلاميين، ولكن ٣١٪ يعارضون هذه المقولة ولا يرون أي تأثير يذكر لقيم المجتمع على إنتاج الإعلاميين. وقال ١٣٪: إنهم لا يعرفون إجابة السؤال ومن ثم اختير (لا أعرف).

اعترف أكثر من ٦٥٪ من أفراد مجتمع البحث أن العادات والنظام الاجتماعي يفضي إلى إضاعة وقت العاملين في قطاع الإعلام كما هو واضح في الجدول رقم (٢٩)، بسبب الزيارات التي يؤديها بعضهم

وقد عارض حوالي ١٧٪ من الإعلاميين وجود رقابة ذاتية في وسائل الإعلام العمانية، في حين اختار ٧٪ (لا أعرف).

يشير الجدول رقم (١٧) إلى اعتراف حوالي ٦٢٪ من المبحوثين بأن مالك المؤسسة الإعلامية هو صاحب القرار الأول فيما ينشر ويذاع في الوسيلة الإعلامية التي تتبعه، وهذا يكشف بوضوح هيمنة صاحب المؤسسة على السياسة الإعلامية ولاسيما في الصحف الخاصة وكذلك في المحطات الإذاعية الجديدة التي تتبع شركات عائلية، في حين اعترض أكثر ٢٦٪ من الصحفيين والإعلاميين على وجود سيطرة وتوجيه من صاحب المؤسسة للسياسة الإعلامية داخل تلك المؤسسة، واختار ١٢٪ (لا أعرف).

يوضح الجدول رقم (١٨) موافقة أكثر من نصف المبحوثين على تدخل مالك الصحيفة في الكادر الصحفي دون مراعاة للكفاية أو الخبرة التي يجب أن تتوفر في العاملين في هذا المجال المهم. وعلى الجانب الآخر ينفي حوالي ٢٩٪ من الذين شملتهم الدراسة تدخل مالك المؤسسة الصحفية في مثل تلك التعيينات، واختار ١٩٪ (لا أعرف).

يتضح من الجدول رقم (١٩) أن ٤٧٪ من إجمالي الصحفيين الذين شملتهم الدراسة يوافقون على أن أصحاب المؤسسات الإعلامية يتخذون قرارات تعارض توجهات أصحاب الخبرة في المؤسسات الصحفية. وقد تجنب أكثر من ربع مجتمع الدراسة (٢٧٪) إجابة هذا السؤال، وذلك بسبب الإحراج. ومن ناحية أخرى يعارض حوالي ٢٦٪ مخالفة مالك الصحيفة لأصحاب الخبرة في المؤسسة نفسها.

ثالثاً: الموارد المالية والإعلان وتأثيرهما على الرسالة الإعلامية: يبدو أن من أهم المعوقات التي تواجه العمل الإعلامي في السلطنة، ضعف الرواتب والحوافز المالية؛ إذ إن الجدول رقم (٢٠) يوضح موافقة معظم الذين شملهم البحث على ذلك (٨٨٪) وسواء موظفو القطاع الحكومي والعاملون في الصحف والإذاعات الخاصة؛ فالرواتب ضعيفة مقارنة بالدول الخليجية. وقد ذكر حوالي ٥٪ من هؤلاء أنهم لا يعرفون الإجابة، في حين قلل حوالي ٧٪ من مجتمع الدراسة من وجود مثل هذه المعوقات المالية.

يشير الجدول رقم (٢١) إلى إقرار أكثر من ٨٠٪ من الإعلاميين بأن تخفيض موازنة المؤسسة الإعلامية يؤثر سلباً على أداء الصحفيين. وتوافق هذه النتيجة الدراسات التي تقول بأن نجاح الوسيلة الإعلامية يعتمد على المثلث الذي يتكون من: وفرة الإمكانيات المالية، التي بدورها تجلب الكوادر الإعلامية التي تتمتع بالإبداع، والقرار السياسي المتمثل في الحرية الإعلامية. وقد عارض حوالي ٨٪ مبدأ تداعيات تخفيض الموازنة وتأثيرها على جودة العمل الصحفي، وقال ١١٪ إنهم لا يعرفون إجابة هذا السؤال.

يوضح جدول رقم (٢٢) موافقة معظم المبحوثين ٨٤٪ على أهمية وضرورة توفير موازنة للتدريب في مختلف المؤسسات الصحفية الخاصة، في حين اختار حوالي ١٠٪ (لا أعرف). وقد قلل ٦٪ من المبحوثين من أهمية وجود موازنة للتدريب.

يشير الجدول رقم (٢٣) إلى أن أكثر من ثلاثة أرباع المبحوثين

جدول (٣٠) تقوم المؤسسات الإعلامية بتجنب نشر قضايا اجتماعية حساسة بسبب الأعراف والضغوط الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	
٢٧,٥	٤٦	أوافق بشدة
٤٩,٧	٨٣	أوافق
٩,٦	١٦	لا أعرف
١٠,٢	١٧	أعارض
٣,٠	٥	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (٣١) يتمتع العاملون في قطاع الإعلام بمكانة اجتماعية متدنية

النسبة المئوية	التكرار	
١٥,٠	٢٥	أوافق بشدة
٣١,٧	٥٣	أوافق
٦,٦	١١	لا أعرف
٤٠,٧	٦٨	أعارض
٦,٠	١٠	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (٣٢) تحظى المرأة العمانية التي تعمل في مجال الإعلام بقبول اجتماعي وأسري

النسبة المئوية	التكرار	
١٠,٢	١٧	أوافق بشدة
٥٣,٩	٩٠	أوافق
١٦,٨	٢٨	لا أعرف
١٤,٤	٢٤	أعارض
٤,٨	٨	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (٣٣) تقوم وسائل الإعلام العمانية بنشر موضوعات غير مهمة لإرضاء بعض الأذواق الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	
١١,٤	١٩	أوافق بشدة
٥٠,٣	٨٤	أوافق
١٥,٦	٢٦	لا أعرف
١٧,٤	٢٩	أعارض
٥,٤	٩	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (٣٤) التعيينات في المؤسسات الإعلامية تتم من منطلق العلاقات الأسرية والمحسوبية بعيدا عن الكفاءة

النسبة المئوية	التكرار	
١٣,٨	٢٣	أوافق بشدة
٢٨,١	٤٧	أوافق
٢٥,١	٤٢	لا أعرف
٢٥,٧	٤٣	أعارض
٧,٢	١٢	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (٣٥) توافق المؤسسات الإعلامية على شروط المعلن إذا كان الإعلان مجزيا مادياً بغض النظر عن مضمونه

النسبة المئوية	التكرار	
١٩,٨	٣٣	أوافق بشدة
٣٩,٥	٦٦	أوافق
١٤,٤	٢٤	لا أعرف
٢١,٠	٣٥	أعارض
٥,٤	٩	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (٣٦) تتجاهل الصحف العمانية نشر الأخبار التي تسيء إلى الشركات التي تنشر الإعلانات على صفحاتها الأولى (النورس، وعمانتل، ووكالات السيارات، والبنوك)

النسبة المئوية	التكرار	
٣٤,٧	٥٨	أوافق بشدة
٣٣,٥	٥٦	أوافق
١٦,٨	٢٨	لا أعرف
٩,٦	١٦	أعارض
٥,٤	٩	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (٣٧) تستخدم إيرادات الإعلان في تطوير المؤسسات الإعلامية والعاملين فيها

النسبة المئوية	التكرار	
١١,٤	١٩	أوافق بشدة
٢٩,٣	٤٩	أوافق
٣١,١	٥٢	لا أعرف
٢١,٠	٣٥	أعارض
٧,٢	١٢	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (٣٨) تؤثر القيم الاجتماعية السائدة سلباً على إنتاج الإعلاميين

النسبة المئوية	التكرار	
١٤,٤	٢٤	أوافق بشدة
٤١,٣	٦٩	أوافق
١٣,٢	٢٢	لا أعرف
٢٧,٥	٤٦	أعارض
٣,٥	٦	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (٣٩) يؤدي النظام الاجتماعي إلى إضاعة وقت الإعلاميين في المجاملات والزيارات دون مواعيد

النسبة المئوية	التكرار	
١٦,٢	٢٧	أوافق بشدة
٤٩,١	٨٢	أوافق
١٤,٤	٢٤	لا أعرف
١٨,٦	٣١	أعارض
١,٢	٢	أعارض بشدة
٩٩,٤	١٦٦	المجموع
٠,٦	١	قيم مفقودة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

أعرف)، وكذلك مثل هذه النسبة (١٣٪) نفوا وجود أي تباين في وجهات النظر حول الموضوعات التي تنشر أو تذاع بشكل يومي. وجرت العادة في المؤسسات أن يقوم حراس البوابات الإعلامية بالتدخل لتنفيذ السياسة الإعلامية المتعلقة بالحكومة وكذلك المؤسسة الصحفية، إن وجدت.

أكد أكثر من ٧٠٪ من الصحفيين تدخل رئيس التحرير لتقريب وجهات النظر بين العاملين في المؤسسة الإعلامية، كما يتجلى ذلك في الجدول رقم (٣٦)، ونفى ١٢٪ من أفراد مجتمع البحث مثل هذا التدخل. أما ١٨٪ فلا يعرفون الإجابة.

سادساً: قوة الانتشار والمصادقية من منظور الإعلاميين: يهدف السؤال كما هو واضح في الجدول رقم (٣٧) إلى معرفة الإذاعة الأكثر استماعاً بين الإعلاميين لكونهم الفئة المثقفة التي تملك القدرة على التقييم الحقيقي للإنتاج الإذاعي العالي الجودة. ومن بين خمس إذاعات وطنية شملتها القائمة، اختيرت إذاعة (الوصال) الخاصة التي تملكها شركة (سابكو) على رغم حداثتها؛ فقد تفوقت على الإذاعات الحكومية وعلى الإذاعة الخاصة المنافسة لها كذلك، وهي (هلا أف أم)، باحتلالها المركز الأول بنسبة (٢٩,٩٪). وأتت في المرتبة الثانية إذاعة الشباب الحكومية التابعة للهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بنسبة (٢٧,٥٪). ويعزى تفوق (الوصال) إلى وجود عدة برامج ناجحة مثل (متندى الوصال) الذي يبث يوميا وقت خروج الموظفين من العمل في الوزارات ويطرح أهم قضايا الساعة خاصة المحلية التي تهتم عامة الناس، وكذلك برنامج (صباح الوصال) الذي يغطي ساعات الصباح أثناء ذهاب الموظفين للدوام الحكومي والشركات، فهو برنامج منوع فيه أبرز الأخبار المحلية والفعاليات التي تقام على أرض السلطنة وعناوين الصحف وأحوال الطقس.

يهدف السؤال المفتوح في الجدول رقم (٣٨) إلى معرفة موقع قناة عمان بين القنوات التلفزيونية الأخرى بالنسبة للذين يعملون في حقل الإعلام. ويوضح الجدول احتلال قناة (الجزيرة) المرتبة الأولى، تليها قناة مركز تلفزيون الشرق الأوسط في الترتيب الثاني (MBC1). أما تلفزيون سلطنة عمان (القناة الأولى) فكان ترتيبه في المركز الثالث. فهذه الدراسة الثالثة التي تحصل فيها القناة العمانية على المركز الثالث في عقر دارها.

أتت جريدة (عمان) الحكومية في المرتبة الأولى من حيث المصادقية بنسبة أكثر من ٣٣٪ من الإعلاميين الذين أجابوا هذا السؤال كما هو واضح في الجدول رقم (٣٩) أعلاه. واحتلت جريدة (الزمن) المرتبة الثانية بنسبة ٢٢٪ من إجمالي الباحثين الذين أجابوا. وقد أتت جريدة (الرؤية) في المرتبة الأخيرة لكونها آخر صحيفة ناطقة باللغة العربية تصدر في عمان.

يوضح الجدول رقم (٤٠) انقسام إجابات الباحثين على السؤال؛ إذ يعتقد أكثر من ٤٢٪ أن الصحافة العمانية تتمتع بمصادقية عالية أكبر من الإذاعة والتلفزيون، في حين اختار حوالي ٢٠٪ (لا أعرف). أما ٣٧٪ من الذين شملتهم الدراسة فيرون أن الإذاعة والتلفزيون في عمان أكثر مصداقية من الصحافة المحلية.

دون مواعيد، ويعترض على ذلك حوالي ٢٠٪ من الذين شملهم البحث؛ إذ يرى هؤلاء أن النظام الاجتماعي لا يشكل أي تأثير سلبي على أوقات الإعلاميين. وقد اختار ١٤,٤٪ عبارة (لا أعرف).

يوضح الجدول رقم (٣٠) اتفاق معظم الذين شملتهم الدراسة من الإعلاميين (٧٧,٢٪) على وجود ضغوط من المجتمع تمنع وسائل الإعلام من نشر بعض القضايا الاجتماعية الحساسة، واعترضت على ذلك نسبة ضئيلة تقدر بحوالي ١٣٪ فقط. وقد اختار حوالي ١٠٪ من الإعلاميين (لا أعرف). وتعتبر إجابات مجتمع البحث عن قوة الأعراف الاجتماعية في المجتمع العماني خاصة عندما يتعلق الأمر بالقبائل والعائلات والأمور المتعلقة بفرد أو شخص يرتكب بعض المخالفات أو الجرائم؛ فهذا عار على أسرته وقبيلته.

انقسم الإعلاميون إلى النصف في إجاباتهم على السؤال المتعلق بالمكانة الاجتماعية كما يوضح الجدول رقم (٣١)؛ فحوالي ٤٧٪ يعتقدون أن الإعلاميين يتمتعون بمكانة اجتماعية متدنية، في الوقت نفسه يرى نفس العدد من الباحثين (٤٦,٧٪)، عكس ذلك أي أن للإعلاميين مكانة رفيعة، وعبر ٦,٦٪ عن عدم معرفتهم بالإجابة.

يهدف السؤال الموضح في الجدول رقم (٣٢) إلى معرفة المكانة الاجتماعية التي تتمتع بها المرأة العاملة في مجال الإعلام. ويوضح الجدول أن ٦٤٪ من الذين شملتهم الدراسة يعترفون بمكانة المرأة الإعلامية وقبول المجتمع لها، ولكن نسبة قليلة تصل إلى ١٩٪ تنفي قبول المجتمع للمرأة التي تعمل في حقل الإعلام، واختار حوالي ١٧٪ (لا أعرف).

ويبدو أن المجتمع أصبح يتقبل عمل المرأة في حقل الإعلام في السنوات الأخيرة، يتضح ذلك من خلال موافقة حوالي ثلثي أفراد العينة على قبول عمل المرأة في وسائل الإعلام خاصة التلفزيون الذي كان في عقدي السبعينيات والثمانينيات من القرن العشرين من المحرمات.

يوضح الجدول رقم (٣٣) اعتراف حوالي ٦٢٪ من الصحفيين بنشر وسائل الإعلام العمانية موضوعات غير مهمة، إرضاء لبعض الناس الذين لهم نفوذ معين، ويعارض ذلك ما يقارب ٢٣٪ من هؤلاء. أما حوالي ١٦٪ اختار (لا أعرف).

يشير الجدول رقم (٣٤) إلى انقسام وتشنت إجابات الباحثين؛ إذ يعتقد حوالي ٤٢٪ من الإعلاميين أن التعيينات في وسائل الإعلام لا تخضع للمعايير بل يختار القائمون على هذه الوسائل من يريدون، ويعترض على ذلك حوالي ٣٣٪ من الذين شملهم البحث. وقد تجنب إجابة هذا السؤال نسبة كبيرة تصل إلى أكثر من ربع مجتمع البحث (٢٥,١٪). يجب التذكير هنا بأن هناك شكاوى من الإجراءات المتبعة في التعيينات على المستويين القطاع الخاص والعام على حد سواء خلال العقود الماضية.

خامساً: التوافق والتجانس بين العاملين في المؤسسات الصحفية: يوضح الجدول رقم (٣٥) اعتراف ثلاثة أرباع الذين شملتهم الدراسة (٧٤,٣٪)، بوجود اختلافات في وجهات النظر بين العاملين في المؤسسة تجاه الموضوعات المنشورة، واختار حوالي ١٣٪ (لا

جدول (٤٠) تتمتع الصحف العمانية بمصداقية عالية أكثر من الإذاعة والتلفزيون

النسبة المئوية	التكرار	
١٠,٨	١٨	أوافق بشدة
٣١,٧	٥٣	أوافق
٢٠,٤	٣٤	لا أعرف
٣٨,٧	٤٨	أعارض
٨,٤	١٤	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (٤١) تعمل المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي عامل ضغط وإحراج لوسائل الإعلام التقليدية في السلطنة، لنشرها موضوعات حساسة تتعلق بإخفاقات الحكومة

النسبة المئوية	التكرار	
٢٩,٩	٥٠	أوافق بشدة
٤٣,١	٧٢	أوافق
١٠,٢	١٧	لا أعرف
١٣,٢	٢٢	أعارض
٣,٠	٥	أعارض بشدة
٩٩,٤	١٦٦	المجموع
٠,٦	١	قيم مفقودة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (٤٢) المصدر الرئيسي الذي أحصل منه على المعلومات المحلية بشكل دائم هو: (اختيار مصدر واحد فقط)

النسبة المئوية	التكرار	المصدر الرئيسي للمعلومات
٣٨,٣	٦٤	الإذاعة
١٨,٦	٣١	المنتديات والمواقع الإلكترونية
١٥,٦	٢٦	مواقع التواصل الاجتماعي
١٠,٨	١٨	التلفزيون
٩,٦	١٦	الأصدقاء
٣	٥	الصحف المحلية
٩٥,٨	١٦٠	المجموع
٤,٢	٧	قيم مفقودة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (٤٣) تشكل الصحف الخليجية منافساً قويا للصحف العمانية

النسبة المئوية	التكرار	
٣١,٧	٥٣	أوافق بشدة
٣٦,٥	٦١	أوافق
٨,٤	١٤	لا أعرف
٢٠,٤	٣٤	أعارض
٣,٠	٥	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (٤٤) ما هي في اعتقادك أكثر العوامل المؤثرة على طبيعة العمل الإعلامي العماني؟

النسبة المئوية	التكرار	العوامل المؤثرة
٣١,١	٥٧	زيادة سقف الرواتب والحوافز المالية للعاملين في مجال الإعلام
٢٣	٤٢	زيادة جرعة التدريب والتأهيل للكوادر الإعلامية في مختلف المؤسسات
١٤,٨	٢٧	صعوبة الوصول إلى مصادر المعلومات
٩,٣	١٧	الرقابة الذاتية على النشر من الإعلاميين أنفسهم
٧,٧	١٤	رفع سقف حرية التعبير وبخاصة الحرية الإعلامية
٦,٦	١٢	الاحترام والتقدير للعاملين في الإعلام
٣,٨	٧	إيجاد قانون جديد للإعلام
٣,٨	٧	الحوسبية والواسطة

جدول (٣٥) تظهر دائما اختلافات في وجهات النظر بين العاملين في المؤسسة تجاه معظم المواد المنشورة

النسبة المئوية	التكرار	
١٢,٦	٢١	أوافق بشدة
٦١,٧	١٠٣	أوافق
١٢,٦	٢١	لا أعرف
١٢,٠	٢٠	أعارض
٠,٦	١	أعارض بشدة
٩٩,٤	١٦٦	المجموع
٠,٦	١	قيم مفقودة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (٣٦) يعمل رئيس التحرير على تقريب وجهات النظر بين العاملين في المؤسسة

النسبة المئوية	التكرار	
١٨,٦	٣١	أوافق بشدة
٥١,٥	٨٦	أوافق
١٨,٠	٣٠	لا أعرف
٩,٠	١٥	أعارض
٣,٠	٥	أعارض بشدة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (٣٧) الإذاعة المحلية التي أفضل الاستماع إليها دائما هي: (اختيار إذاعة واحدة فقط)

النسبة المئوية	التكرار	الإذاعة المفضلة
٢٩,٩	٥٠	إذاعة الوصال
٢٧,٥	٤٦	إذاعة الشباب
٢٠,٤	٣٤	إذاعة عمان (البرامج العام)
١٣,٨	٢٣	إذاعة هلا (FM)
٧,٢	١٢	إذاعة القرآن الكريم
٩٨,٨	١٦٥	المجموع
١,٢	٢	قيم مفقودة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

جدول (٣٨) القناة التلفزيونية التي أفضلها على غيرها من القنوات هي: (قناة واحدة فقط)

النسبة المئوية	التكرار	القناة التلفزيونية
٣٤,٤	٤٥	الجزيرة الإخبارية
١٩,١	٢٥	MBC1
١٦,٠	٢١	تلفزيون سلطنة عمان (١)
١١,٥	١٥	BBC العربية
٦,١	٨	الميادين
٤,٦	٦	سكاي نيوز العربية
٤,٦	٦	ابو ظبي ناشيونال جيوغرافيك
٣,٨	٥	العربية
١٠٠,٠	١٣٦	المجموع

جدول (٣٩) الصحيفة التي تحظى بمصداقية عالية بين القراء هي: (اختيار جريدة واحدة فقط)

النسبة المئوية	التكرار	الصحيفة
٣٣,٥	٥٦	عمان
٢٢,٢	٣٧	الزمن
١٨,٦	٣١	الوطن
١٢,٢	٢٢	الشبيبة
٥,٤	٩	الرؤية
٩٢,٨	١٥٥	المجموع
٧,٢	١٢	قيم مفقودة
١٠٠,٠	١٦٧	المجموع

والتقدير للعاملين في العمل الإعلامي.

الخاتمة وإجابة أسئلة الدراسة

استهدفت الدراسة إجابة مجموعة من الأسئلة، هي على النحو الآتي:

أولاً: اتجاهات الإعلاميين نحو القوانين التي تنظم العمل الإعلامي وتأثير الرقابة على المضامين الإعلامية:

يهدف هذا المحور إلى تعرف انعكاس السياسة الإعلامية في سلطنة عمان على مضامين الرسائل الإعلامية والصحفية التي تبث للجماهير، من خلال دراسة اتجاهات الصحفيين نحو القوانين المنظمة للعمل الإعلامي. وقد خلصت الدراسة إلى أن هناك شبه إجماع بين الإعلاميين العمانيين على أن الرسائل والمضامين الإعلامية التي يتم تداولها في وسائل الإعلام المحلية بشكل عام والصحافة العمانية بشكل خاص، مرجعها الأساسي قانون المطبوعات والنشر الذي صدر في عام ١٩٨٤م، على رغم عدم مناسبة هذا القانون للمرحلة التي تعيشها السلطنة الآن. وأقر غالبية الإعلاميين بأنهم يخضعون للمحاسبة حسب قانون المطبوعات والنشر العماني، وأنه السبب الرئيسي في الرقابة الذاتية التي يعاني منها الإعلام العماني، كما أقرروا بوجود الرقابة الذاتية، واعتبارها مشكلة كبيرة تواجه وسائل الإعلام العمانية؛ إذ يوجد العديد من حراس البوابات في كل وسائل الإعلام العمانية بلا استثناء. وتبدأ هذه السلسلة من الصحفي أو معد العمل وتنتهي عند رئيس التحرير أو رئيس المؤسسة الإعلامية.

وخلصت الدراسة إلى تأكيد غالبية الإعلاميين ممارسة وزارة الإعلام الرقابة على الصحف العمانية، وهو ما يؤيد الحديث الذي يتردد في الأوساط الإعلامية في السنوات القليلة الماضية عن قيام الجهات الرقابية بمنع نشر بعض الأخبار، كما يؤيد ما كشف عنه رئيس تحرير صحيفة (البلد) الإلكترونية من قيام وزارة الإعلام بفرض نوع من التعتيم والمنع علي الأخبار المتعلقة بإضراب المعلمين في السلطنة عام ٢٠١٣م. ومن جانب آخر كشفت الدراسة اطلاع عدد قليل من العاملين في قطاع الإعلام على القوانين المنظمة للعمل الإعلامي في السلطنة، وأن هناك جهلاً أو تجاهلاً من القطاع الأكبر من الإعلاميين لقانون المطبوعات والنشر الذي ينظم العمل الصحفي في البلاد، خاصة المنوعات التي قد يترتب عليها عقوبات كالسجن والغرامات المالية والتوقيف عن ممارسة المهنة في بعض الأحيان. ورغم عزوف عدد كبير من الإعلاميين عن الاطلاع على القوانين، عبر غالبيتهم عن خشيتهم من التعرض للعقوبة القانونية خاصة الواردة في قانون المطبوعات والنشر، وكذلك القوانين الجزائية والجنائية. وفي إجابة السؤال المتعلق بحماية كبار المسؤولين في الدولة من نقد وسائل الإعلام، كشفت إجابات الصحفيين وجود تباين واضح بين الإعلاميين؛ فقد اعترف أكثر من ربع الباحثين بعدم معرفتهم بإجابة هذا السؤال، ربما بسبب حساسيته، في حين أكد أكثر من (٤٥٪) منهم وجود إستراتيجية حكومية لحماية الوزراء والمتنفذين من النقد.

اعترفت نسبة كبيرة من الإعلاميين بمنافسة الإعلام الجديد لوسائل الإعلام التقليدية التي يبدو أنها شاخت أمام التحديات التكنولوجية الجديدة. ويوضح الجدول رقم (٤١) اعتراف ٧٣٪ من العاملين في حقل الإعلام بهذا التحدي، بل إحراج هذه الوسائل الجديدة لوسائل الإعلام التقليدية، خاصة عندما تبادر وسائل التواصل الاجتماعي والمنتديات مثل (سبلة عمان) والصحف الإلكترونية مثل (البلد)، بنشر موضوعات حساسة تحاول الجهات الرسمية منعها من المؤسسات الرسمية. أما على الجانب الآخر فقد نفى حوالي ١٦٪ الباحثين حدوث مثل تلك الحساسية أو الإحراج للوسائل الإعلامية التقليدية، في حين اختار أكثر من ١٠٪ من الذين شملهم البحث خيار (لا أعرف).

يهدف السؤال في الجدول رقم (٤٢) إلى معرفة المصدر الرئيسي الذي يحصل منه العاملون في حقل الإعلام على الأخبار المحلية. ففي الجدول احتلت الإذاعة المسموعة المركز الأول كمصدر أساسي للمعلومات والأخبار المحلية بنسبة أكثر من ٣٨٪ من الصحفيين والإعلاميين الذين شملهم البحث. أما مواقع النشر الإلكتروني فقد جاءت في المركز الثاني مثل المنتديات والصحف الإلكترونية بنسبة وصلت إلى حوالي ١٩٪ من مجتمع البحث. واحتلت الصحف المحلية، والأصدقاء، والتلفزيون المراكز الأخيرة. وهذه النتيجة تفسر لنا قوة الإذاعة وانتشارها بين الإعلاميين الذين ينقلون بدورهم هذه الأخبار عبر وسائلهم الإعلامية التي يعملون بها، كما أن عصر الإذاعة المسموعة يبدو أنه في ازدهار لا تراجع، أمام قوة الصورة والتكنولوجيا الرقمية بالنسبة للمجتمع العماني.

يكشف الجدول رقم (٤٣) اعتراف أكثر من ثلثي مجتمع الدراسة (٦٨،٢٪) عن وجود منافسة قوية من الصحف الخليجية، في حين عبر ٢٣٪ من نفس العينة عن عدم موافقتهم على وجود مثل هذه المنافسة. أما ٨،٤٪ فلا يعرفون إجابة هذا السؤال. وتشكل الصحف الخليجية منافسة قوية للصحف المحلية العمانية منذ فترة طويلة، ففي التسعينيات من القرن الماضي كانت وزارة الإعلام تمنع تداول الصحف الإماراتية خاصة (الخليج والبيان والاتحاد)، إلا بعد الساعة الخامسة مساءً، كما أن الصحف السعودية الصادرة من لندن (الشرق الأوسط، والحياة) توزع على نطاق واسع في عمان، فضلاً عن المجلات مثل (زهرة الخليج) التي تصدرها شركة أبي ظبي للإعلام.

العوامل المؤثرة على طبيعة عمل الإعلامي العماني

يهدف السؤال المفتوح في الجدول رقم (٤٤) لمعرفة العوامل المؤثرة في واقع الإعلام العماني. وعلى غير المتوقع يوضح الجدول أن الأولوية عند العاملين في الإعلام هي لرفع سقف الرواتب بنسبة وصلت (٣١،١٪)، ثم الحصول على التدريب المناسب في المركز الثاني بنسبة (٢٣٪)، في حين احتلت الحرية الإعلامية وحرية التعبير لدى الصحفيين والرقابة الذاتية المرتبة الثالثة بنسبة تصل إلى (١٧٪)، وأتت الحاجة للحصول على المعلومات في المرتبة الرابعة بنسبة (١٤،٨٪). ومن العوامل الهامة التي ذكرها الإعلاميون، إيجاد قانون جديد للإعلام، والتخلص من المحسوبية في العمل، والاحترام

مجال التغطية الإخبارية والاشتراك في الوكالات التي تزود وسائل الإعلام بالأخبار والصور.

وقد خلصت الدراسة إلى تأكيد ضعف الموازنات التي تخصصها وسائل الإعلام العمانية للتدريب والمراسلين، وكذلك للاشتراكات في الوكالات الدولية. وبخصوص سيطرة الإعلانات التجارية على الصفحات الأولى من الصحف المحلية منذ أواخر التسعينيات من القرن الماضي، أقر غالبية الصحفيين بحقيقة تخصيص مساحات إعلانية واسعة على حساب المضمون الإعلامي الهادف، وهذه النتيجة تشير إلى جنوح وسائل الإعلام وبخاصة الصحافة، إلى التضحية بالمضمون الإعلامي لحساب الإعلانات التجارية. وقال أكثر من نصف أفراد العينة إن المؤسسات الإعلامية يسيل لعابها للإعلان إذا كان مجزيا على حساب الموضوعات الصحفية الجادة بهدف جمع المال، كما قالوا إن الشركات الكبرى في السلطنة تستخدم موازناتها الإعلانية كعامل ضغط لمنع نشر سلبيات هذه الشركات في حالة وقوع أخطاء أو تجاوزات بحق المواطن المستهلك. واعترف أكثر من ٦٨٪ من الإعلاميين بأن الصحف تتجنب نشر أخبار أو تحقيقات حتى مقالات تنتقد الشركات الكبرى التي ترصد موازنة سنوية للإعلانات، خوفا من قطع الإعلانات عن الصحف التي تتجرا وتنشر أخبارا سلبية عن (عمانتل أو أوردو) على سبيل المثال. وفيما يتعلق بالسؤال الخاص بمدى استخدام المؤسسات الإعلامية أموال الإعلانات في التطوير، نفي نحو ثلث الباحثين معرفتهم أين تذهب أموال هذه الاعلانات، في حين يعتقد ثلث آخر أن إيرادات الإعلانات لا تستخدم في تطوير العمل الإعلامي.

رابعاً: البيئة الاجتماعية وانعكاسها على العمل الإعلامي: يهدف هذا الجزء إلى محاولة تعرف البيئة الاجتماعية المتمثلة في الثقافة والعادات والتقاليد التي يعيش في ظلها الإعلامي، وهي مشجعة أو مثبطة للعاملين في الإعلام؟ وقد كشفت إجابات الصحفيين عن وجود صراع بين الإعلام والقيم الاجتماعية المتوارثة؛ إذ اعترف أكثر من نصف الباحثين بوجود تأثير سلبي للقيم الاجتماعية السائدة في المجتمع العماني على أداء الإعلاميين مؤكداً أن العادات والنظام الاجتماعي يفضيان إلى إضاعة وقت العاملين في قطاع الإعلام، بسبب الزيارات التي يقوم بها البعض دون مواعيد مسبقة. أما فيما يتعلق بالتحفظ على نشر بعض الموضوعات الاجتماعية المثيرة للجدل وإن كانت واقعية وسائدة بين الناس؛ فقد خلصت هذه الدراسة إلى وجود اتفاق بين معظم من شملتهم الدراسة من الإعلاميين، على وجود ضغوط من المجتمع تمنع وسائل الإعلام من نشر بعض القضايا الاجتماعية الحساسة. وتعتبر إجابات مجتمع البحث عن قوة الأعراف الاجتماعية في المجتمع العماني، عندما يتعلق الأمر بالقبائل والعائلات والشؤون الشخصية. وبالنسبة للمكانة التي يحظى بها الإعلامي، فقد انقسم الإعلاميون إلى نصفين في إجاباتهم السؤال المتعلق بالمكانة الاجتماعية؛ إذ يرى فريق أن الإعلاميين يتمتعون بمكانة اجتماعية متدنية، في الوقت نفسه يرى فريق آخر أن للإعلاميين مكانة رفيعة في المجتمع. وكشفت الدراسة عن المكانة التي تتمتع

وقد أكد معظم الصحفيين نشر وسائل الإعلام المحلية موضوعات تفتقد للأهمية مثل الرقيات، والاستقبالات الرسمية. واعترف نحو ثلث الصحفيين بوجود ضغوط من وزارة الإعلام، وذلك عند نشرهم أخبارا سلبية عن دولة من الدول الصديقة للسلطنة.

ثانياً: تأثير مالك المؤسسة الصحفية على العمل الصحفي: يبدو أن هناك تأثيراً واضحاً من مالك المؤسسة الإعلامية على سياسة المؤسسة التي تنتهجها الوسيلة الإعلامية؛ إذ اعترف غالبية الباحثين بأنه هو صاحب القرار الأول فيما ينشر ويذاع في الوسيلة الإعلامية التي تتبعه، وهذا يكشف بوضوح هيمنة صاحب المؤسسة على السياسة الإعلامية ولاسيما في الصحف الخاصة والمحطات الإذاعية الجديدة التي تتبع شركات عائلية. وكثيراً ما يتدخل المالك في تعيين الصحفيين دون مراعاة للكفاية والمهنية، وذلك من وجهة نظر أكثر من نصف الإعلاميين الذين شملهم البحث. وأوضح نحو نصف أفراد العينة أن مالك المؤسسة في وسائل الإعلام الخاصة يصدر قرارات قد تعارض توجهات أصحاب الخبرة من المحررين والصحفيين، وهو ما ينعكس سلباً على العمل الصحفي في البلاد. ولكون معظم رؤساء تحرير الصحف الخاصة يملكون الصحف، كشفت الدراسة تأكيد أكثر من ثلثي العينة وجود رقابة كاملة من قبل رئيس التحرير على كل الموضوعات الصحفية قبل نشرها، وكذلك الوضع في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية الأخرى في البلاد، وذلك لأسباب عديدة؛ إذ إن رئيس التحرير مسؤول عن كل ما ينشر في صحيفته، حسب قانون المطبوعات والنشر الصادر عام ١٩٨٤م.

ثالثاً: الموارد المالية والإعلان وتأثيرهما على الرسالة الإعلامية: يهدف هذا الجزء إلى تعرف دخل العاملين في قطاع الإعلام، وكذلك الإمكانيات التي تتمتع بها المؤسسات الإعلامية التي تعتمد على الإعلان، كما يسعى إلى معرفة تأثير الإعلان التجاري على الرسالة الإعلامية بشكل عام والصحفية بشكل خاص، من وجهة نظر الصحفيين عينة البحث. وفي هذا الإطار خلصت الدراسة إلى أن ضعف الرواتب والحوافز المالية يمثل أهم المعوقات التي تواجه العمل الإعلامي في السلطنة؛ إذ أكدت غالبية العظمى من أفراد العينة وسواء موظفو قطاع الإعلام الحكومي والخاص، عدم رضاهم عن الرواتب، كونها ضعيفة مقارنة برواتب نظرائهم في الدول الخليجية. وقد خلصت الدراسة إلى إقرار غالبية الإعلاميين بأن تخفيض موازنة المؤسسة الإعلامية يؤثر سلباً على أداء الصحفيين. وتوافق هذه النتيجة الدراسات التي تقول بأن نجاح الوسيلة الإعلامية يعتمد على المثلث الذي يتكون من وفرة الإمكانيات المالية التي بدورها تجلب الكوادر الإعلامية التي تتمتع بالإبداع، والقرار السياسي المتمثل في الحرية الإعلامية. أما بالنسبة للتدريب وما يتطلب من موازنات؛ فقد طالب الصحفيون بتوفير موازنة للتدريب في مختلف المؤسسات الصحفية الخاصة، للارتقاء بالعمل الإعلامي في السلطنة. وأكد أكثر من ثلاثة أرباع الباحثين تأثير الموازنة على جودة الرسالة الإعلامية خاصة في

أما عن القناة التي تحظى بمشاهدة أكبر ويتم تفضيلها بين القنوات التلفزيونية الأخرى بالنسبة للذين يعملون في حقل الإعلام، فقد احتلت قناة (الجزيرة) المرتبة الأولى، تلتها قناة مركز تلفزيون الشرق الأوسط في الترتيب الثاني (MBC1). أما تلفزيون سلطنة عمان (القناة الأولى) فكان ترتيبه في الثالث. وهذه الدراسة الثالثة التي تحصل فيها القناة العمانية على المركز الثالث. وجاءت جريدة (عمان) الحكومية في المرتبة الأولى من حيث المصادقية، واحتلت جريدة (الزمن) المرتبة الثانية. ويرى نحو نصف أفراد العينة أن الصحافة العمانية تتمتع بمصادقية أكبر من الإذاعة والتلفزيون. وفيما يتصل بالمنافسة بين الإعلام القديم والجديد، اعترفت نسبة كبيرة من الإعلاميين بمنافسة الإعلام الجديد لوسائل الإعلام التقليدية. فقد اعترف نحو ثلثي العينة بهذا التحدي، بل بإحراج هذه الوسائل الجديدة لوسائل الإعلام التقليدية خاصة عندما تبادر وسائل التواصل الاجتماعي والمنتديات مثل (سبلة عمان) والصحف الإلكترونية مثل (البلد)، إلى نشر موضوعات حساسة تحاول الجهات الرسمية منعها. وحول المصدر الرئيس الذي يحصل منه العاملون في حقل الإعلام على الأخبار المحلية، احتلت الإذاعة المسموعة المركز الأول كمصدر أساس للمعلومات والأخبار المحلية، ثم مواقع النشر الإلكتروني في المركز الثاني مثل المنتديات والصحف الإلكترونية. واحتلت الصحف المحلية، والأصدقاء، والتلفزيون المراكز الأخيرة. وهذه النتيجة تفسر لنا قوة الإذاعة وانتشارها بين الإعلاميين الذين ينقلون بدورهم هذه الأخبار عبر وسائلهم الإعلامية التي يعملون بها، كما أن عصر الإذاعة المسموعة يبدو أنه في ازدهار لا تراجع، أمام قوة الصورة والتكنولوجيا الرقمية بالنسبة للمجتمع العماني.

وخلصت الدراسة إلى اعتراف أكثر من ثلثي العينة بوجود منافسة قوية من الصحف الخليجية. وتشكل الصحف الخليجية منافسة قوية للصحف المحلية العمانية منذ فترة طويلة؛ ففي التسعينيات من القرن الماضي كانت وزارة الإعلام تمنع تداول الصحف الإماراتية خاصة (الخليج، والبيان، والاتحاد)، إلا بعد الساعة الخامسة مساءً، كما أن الصحف السعودية الصادرة من لندن (الشرق الأوسط، والحياة)، توزع على نطاق واسع في عمان، فضلا عن المجلات مثل (زهرة الخليج) التي تصدرها شركة أبي ظبي للإعلام.

سابعاً: العوامل المؤثرة على طبيعة عمل الإعلامي العماني: استهدف هذا السؤال المفتوح معرفة العوامل الأكثر تأثير في واقع الإعلام العماني من وجهة نظر الإعلاميين. وقد كشفت الدراسة على غير المتوقع أن الأولوية لدى العاملين في الإعلام العماني هي رفع سقف الرواتب، يليها الحصول على التدريب المناسب في المركز الثاني. واحتلت الحرية الإعلامية وحرية التعبير لدى الصحفيين والرقابة الذاتية المرتبة الثالثة، وجاءت الحاجة للحصول على المعلومات في المرتبة الرابعة. ومن العوامل المهمة التي ذكرها الإعلاميون؛ وضع قانون جديد للإعلام، والتخلص من الحسوبية في العمل، وزيادة الاحترام والتقدير للعاملين في المجال الإعلامي.

بها المرأة العاملة في مجال الإعلام في السلطنة، فقد اعترفت غالبية الباحثين بمكانة المرأة الإعلامية وقبول المجتمع لها، وهو ما يؤكد أن المجتمع أصبح يتقبل عمل المرأة في حقل الإعلام في السنوات الأخيرة ويتضح ذلك من خلال موافقة حوالي ثلثي أفراد العينة على قبول عمل المرأة في وسائل الإعلام خاصة التلفزيون الذي كان في عقدي السبعينيات والثمانينيات القرن العشرين من المحرمات. وفيما يتعلق بقيام وسائل الإعلام بنشر موضوعات معينة بهدف المجاملة، اعتراف غالبية الصحفيين بذلك، وأرجعوه إلى محاولة إرضاء بعض الناس الذين لهم نفوذ معين. وحول السؤال المتعلق بإجراءات التوظيف في المؤسسات الإعلامية العامة ومنها الخاصة، يرى قطاع كبير من الإعلاميين أن التعيينات في وسائل الإعلام لا تخضع للمعايير، بل يختار القائمون على هذه الوسائل من يريدون.

خامساً: التوافق والتجانس بين العاملين في المؤسسات الصحفية: يهدف هذا المحور إلى تعرف دور كبار المسؤولين في المؤسسات الإعلامية في تقريب وجهات النظر بين العاملين. وتكشف نتائج الدراسة اعتراف ثلاثة أرباع الباحثين بوجود اختلافات في وجهات النظر بين العاملين في المؤسسة تجاه الموضوعات المنشورة، وجرت العادة في المؤسسات أن يقوم حراس البوابات الإعلامية بالتدخل لتنفيذ السياسة الإعلامية المتعلقة بالحكومة، وكذلك المؤسسة الصحفية، إن وجدت. وبالفعل يقوم رئيس المؤسسة بدور توافقي بين الموظفين؛ إذ أكدت غالبية الصحفيين تدخل رئيس التحرير لتقريب وجهات النظر بين العاملين في المؤسسة الإعلامية العمانية التي شملها البحث.

سادساً: قوة الانتشار والمصادقية من منظور الإعلاميين: يهدف هذا المحور إلى تعرف وسائل الإعلام الأكثر انتشاراً ومتابعة من جانب الإعلاميين في السلطنة، وكذلك الكشف عن الصحيفة التي تتمتع بالمصادقية بين الصحف اليومية الناطقة باللغة العربية. وقد كشف الإعلاميون عن الإذاعة الأكثر استماعاً لكونهم الفئة المثقفة التي تملك القدرة على التقييم الحقيقي للإنتاج الإذاعي عالي الجودة. ومن بين خمس إذاعات وطنية شملتها القائمة، اختيرت إذاعة (الوصال) الخاصة للمركز الأول، وهي الإذاعة التي تملكها شركة (سابكو)، على رغم حداثة؛ فقد تفوقت على الإذاعات الحكومية، وكذلك الإذاعة الخاصة بالمنافسة لها وهي (هلا إف أم)، وجاءت في المرتبة الثانية إذاعة الشباب الحكومية التابعة لهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون. ويعزى تفوق (الوصال) إلى وجود عدة برامج ناجحة مثل (منتدى الوصال) الذي يبث يوميا وقت خروج الموظفين من العمل في الوزارات وي طرح أهم قضايا الساعة خاصة المحلية التي تهم عامة الناس، وكذلك برنامج (صباح الوصال) الذي يغطي ساعات الصباح أثناء ذهاب الموظفين للدوام الحكومي والشركات، وهو برنامج متنوع يتضمن أبرز الأخبار المحلية والفعاليات التي تقام على أرض السلطنة وعناوين الصحف وأحوال الطقس.

ثامناً: مناقشة النتائج:

كشفت هذه الدراسة عن أهم العوامل المؤثرة والفاعلة في العمل الإعلامي العماني، من خلال الدراسة الميدانية التي طبقت على الإعلاميين في السلطنة. وإذا كانت القوانين التي تنظم العمل الإعلامي تمثل أحد المقاييس التي توضح سقف حرية التعبير المتاحة للصحفيين في أي بلد في العالم، فقد أوضحت الدراسة أن قانون المطبوعات والنشر الصادر في العام ١٩٨٤، يمثل المرجع الأساس للمضامين والرسائل الإعلامية التي تنشر في وسائل الإعلام في سلطنة عمان، على رغم عدم مناسبتها للمرحلة التي تعيشها السلطنة الآن من ناحية، والتطور الكبير الذي تشهده وسائل الاتصال الجماهيرية في العالم من ناحية أخرى. ومن المفارقات التي كشفتها الدراسة بوضوح جهل غالبية الصحفيين بنصوص هذا القانون وبخاصة ما يتعلق بمحظورات النشر، وهي مفارقة تدعونا إلى مطالبة المؤسسات القائمة على شؤون الإعلام في السلطنة إلى بذل مزيد من الجهد في تأهيل الصحفيين والإعلاميين في مجال قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي.

لقد أوضحت الدراسة أن رؤساء تحرير الصحف يمارسون الرقابة المباشرة على المادة الصحفية قبل النشر، وهذا ما يؤثر سلباً على جودة العمل الصحفي، وكذلك منع وحجب الأخبار الهامة ذات القيمة المعرفية عن الجمهور الذي من حقه أن يعرف. وتنعكس هذه الرقابة استمرار الممارسة الفعلية لنظرية حارس البوابة (GATE KEEPER) التي تم الاعتماد عليها إطاراً نظرياً لهذه الدراسة، إذ يتم تطبيق هذه الحراسة في غرف التحرير في معظم وسائل الإعلام العمانية، لأسباب سياسية.

ومن الأمور الجديرة بالاهتمام والمراجعة؛ ما كشفته الدراسة من أجندة اهتمامات القائمين بالاتصال في الإعلام العماني. فقد أوضحت الدراسة أن الأولوية لدى العاملين في الإعلام العماني كانت لرفع سقف الرواتب، يليه الحصول على التدريب المناسب في المركز الثاني، في حين احتلت الحرية الإعلامية وضمانات حرية التعبير لدى الصحفيين المرتبة الثالثة، في الوقت الذي يتوقع فيه الكثيرون أن الحرية الإعلامية يفترض أن تكون دائماً في مقدمة أولويات الإعلاميين في أي زمان ومكان.

وحول تأثير الإعلان التجاري على المضمون الثقافي في وسائل الإعلام بشكل عام والصحافة المحلية بشكل خاص، خلصت الدراسة إلى حقيقة جوهرية تتمثل في تخصيص مساحات إعلانية واسعة على حساب المضمون الإعلامي الهادف، وهذه النتيجة تشير إلى جنوح وسائل الإعلام وبخاصة الصحافة، إلى التضحية بالمضمون الإعلامي لحساب الإعلانات التجارية. فالمؤسسات الإعلامية يسيل لعبها للإعلان إذا كان مجزياً على حساب الموضوعات الصحفية الجادة بهدف جمع المال، ويرجع ذلك إلى أن الشركات الكبرى في السلطنة تستخدم موازناتها الإعلانية كعامل ضغط لمنع نشر سلبيات هذه الشركات في حالة وقوع أخطاء أو تجاوزات بحق المواطن المستهلك.

من المهم أيضاً ونحن نتناول العوامل المؤثرة في الإعلام العماني أن نأخذ في الاعتبار تأثير مالك المؤسسة الإعلامية على السياسة التحريرية التي تنتهجها الوسيلة الإعلامية؛ فقد اعترف غالبية

المبجوثين بأن هذا المالك وسواء أكان ممثلاً في الدولة أم في مالك فرد، هو صاحب القرار الأول فيما ينشر ويذاع في الوسيلة الإعلامية التي يملكها، وهذا يكشف بوضوح هيمنة صاحب المؤسسة على السياسة الإعلامية ولاسيما في الصحف الخاصة والمحطات الإذاعية الجديدة التي تتبع شركات عائلية. وكثيراً ما يتدخل المالك في تعيين الصحفيين دون مراعاة للكفاية والمهنية. ولا شك أن مثل هذه الممارسات قد أثرت سلباً ومنعت إلى حد كبير ظهور كوادر ومواهب إعلامية ذات طابع مهني؛ ولعل هذا ما يفسر افتقار الإعلام العماني للنجوم والوجوه الإعلامية المؤثرة وذات المكانة الرموقة باستثناء عدد صغير لا يتجاوز أصابع اليد الواحدة.

وبالنظر إلى الدراسات السابقة التي استعان بها الباحث؛ تعتبر دراستا (الحسني، ٢٠٠٨) ودراسة (الصبيحي، ٢٠١٢) الأقرب لهذه الدراسة. فقد كشفت دراسة الحسني عن وجود رقابة مباشرة من وزارة الإعلام لختلف الرسائل الإعلامية، مما كرس تطبيق نظرية التنمية في الإعلام التي تتجنب نقد الحكومة والتركيز على الانجازات التنموية وتتجاهل إخفاقات صناعات القرار؛ بينما كشفت دراسة الصبيحي عن القائم بالاتصال في دوائر الأخبار بإذاعة وتلفزيون في سلطنة عمان ارتفاع مستوى عدم الرضا عن فرص الترقى والتقدير، وارتفاع مستوى عدم الرضا تجاه نظام العلاوات والمكافآت، وهذا ما يطابق الدراسة الحالية خاصة في المجال المالي.

وبشكل عام، تكاد تشترك معظم هذه الدراسات السابقة في حضور الرقابة الحكومية وسيطرتها على القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية خاصة في كل من المملكة السعودية وجمهورية روسيا الاتحادية والمملكة الماليزية والإمارات العربية المتحدة وسلطنة عمان.

وفي الختام يقترح الباحث على القائمين على الإعلام في سلطنة عمان التوصيات الآتية :

١- إصدار قانون جديد للإعلام والمطبوعات؛ ليوكب المرحلة القادمة المتمثلة في الانفجار المعرفي، ويشمل جميع وسائل الإعلام والنشر الإلكتروني، على أن يشترك في صياغته الصحفيون والإعلاميون من مختلف الأجهزة؛ كالإذاعة والتلفزيون وأقسام الإعلام في الجامعات العمانية.

٢- ضرورة رفع سقف رواتب للعاملين في قطاع الإعلام بشكل عام.

٣- ومن العوقات الأخرى التي تواجه جهازى الإذاعة والتلفزيون عدم وجود حوافز مالية مجزية للإعلاميين، كما أن قانون الخدمة المدنية الذي يطبق على هذين الجهازين أصبح غير مناسب، ويجب استبداله بقانون خاص للإعلاميين في الإذاعة والتلفزيون. وقد استقطبت القنوات الخليجية المجاورة عدداً من الكوادر التلفزيونية العمانية في السنوات القليلة الماضية، بسبب الإغراءات المالية التي حصل عليها هؤلاء الإعلاميون.

٤- إيجاد حل سريع لتدفق المعلومات من الجهات الرسمية إلى وسائل الإعلام المحلية، من خلال آلية واضحة المعالم يسودها الشفافية والمسؤولية الوطنية من الطرفين.

٥- الالتزام بإجراء دراسات مسحية منتظمة، للمستمعين، والمشاهدين، وقراء الصحف المحلية، من قبل القائمين على وسائل

نصر، حسني محمد، (٢٠٠٢). واقع وآفاق حرية الصحافة في دولة الإمارات، (مسقط مؤتمر ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي الواقع والطموح، جامعة السلطان قابوس).

نصر، حسني محمد، (٢٠١٥). نظريات الإعلام. (الإمارات: دار الكتاب الجامعي).

نصر، حسني محمد، (٢٠٠٩). المشهد الصحفي في سلطنة عُمان: قراءة في القضايا المهنية. ورقة علمية مقدمة إلى: ندوة الصحافة العمانية: التطورات الراهنة وتحديات المستقبل. المنتدى الأدبي- مسقط- ٢٠-٢١ ديسمبر ٢٠٠٩.

المراجع الأجنبية

Agnieszka Stepinska and Szymon Ossowski, (2012). Three Generations of Polish Journalists: Professional Roles and Identities. Special Issue: The Future of Journalism 2011: Developments and Debates. Issue 56-. Published online: 05 Apr 2012.

Almashikhi, Mohamed Awadh (1994) The Mass Media in the Sultanate of Oman, 1970 – 1993. Unpublished PhD thesis, Exeter University.

Ansu-Kyeremeh, Kwasi, (1998). «Indigenous Communication in Africa: A Conceptual Framework» in Perspective on Indigenous Communication in Africa, ed. Kwasi Ansu-Kyeremeh (Legon, Ghana: School of Communication Studies Printing Press, 1998).

Barzilai-Nahon, K. (2009). Gatekeeping: A critical review. Annual Review of Information Science and Technology, pp. 433-478.

Gunnar Nygren and Elena Degterva, (2012) Russian and Swedish Journalists; Professional Role, Ideal and Daily Reality. Special Issue: The Future of Journalism 2011: Developments and Debates -Volume 6, Issue 56-. Published online: 30 Mar 2012.

Lbeanu, Okechukwu (2000), Ethnicity and Transition to Democracy in Nigeria: Explaining the Passing of Authoritarian Rule in a Multi- ethnic Society. African Journal of Political science. Vol.5. No.2.

الإعلام، لتقييم المضامين والرسائل الإعلامية التي تستهدف الجمهور.

٦- إنشاء معد متخصص للتدريب تقوم الدولة بتمويله لكي يستوعب مخرجات الجامعات قبل الالتحاق بالعمل .

المراجع

جمعية الصحفيين العمانية، (٢٠٠٤). اللائحة التنظيمية للجمعية، (مسقط مطبعة النهضة).

الجمعية، أحمد بن محمد، (٢٠١٠). الممارسة المهنية الصحفية والعوامل المؤثرة فيها: دراسة ميدانية على عينة من الصحف والصحفيين في المملكة العربية السعودية. (الرياض: قسم الإعلام في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية رسالة دكتوراه غير منشورة).

ساويرس، مارجريت سمير، (٢٠٠٦) العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي للقائمت بالاتصال في الصحافة المصرية (القاهرة، قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام جامعة القاهرة، رسالة ماجستير غير منشورة).

السيابي، بدر بن سالم، (٢٠١٢). القوانين المنظمة للعمل الصحفي في سلطنة عُمان واتجاهات الصحفيين نحوها: رسالة ماجستير (غير منشورة)، قسم الإعلام بجامعة السلطان قابوس.

الضامن وسليمان، منذر وسعاد، (٢٠٠٢) واقع التلفزيون الخليجي من وجهة نظر طلاب جامعة السلطان قابوس، ورقة قدمت إلى مؤتمر الاتصال والمجتمع الخليجي، جامعة السلطان قابوس، أبريل ٢٠٠٢.

عبد الحميد، محمد، (١٩٩٧). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (القاهرة: عالم الكتب).

الكندي، عبد الله الحسني، عبد المنعم، (٢٠٠٨) دراسات في الصحافة العمانية، (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع).

المشيخي، محمد بن عوض، (٢٠١٥). الإعلام في الخليج العربي: واقعه ومستقبله. (الكويت مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع).

المطاعني، علي بن راشد (٢٠٠٢) التلفزيون في المرتبة الثالثة بين المحطات الفضلة، (مسقط جريدة (عمان)، رقم العدد (٧٥٤٦) ٢٩/١/٢٠٠٢م).

ماكفيل، توماس، (٢٠٠٣)، الإعلام الدولي: النظريات- الاتجاهات- الملكية. ترجمة: حسني محمد نصر وعبد الله الكندي. العين: دار الكتاب الجامعي. ص٦١.

Annual Conference. Central Michigan University. Sept. 18, 1997.

Russett, Bruce and Sutterlin, James S. (1991). The U.N in a New World Order. Foreign Affairs. Vol.70. No. 2. Pp. 6883-

Tamam Ezhar and Abdullah Nadzmah, (2014) (Malaysian Journalists: Perceptions on the Role of the Media.-

..http://www.researchgate.net/publication/266561957_Malaysian_journalists_perceptions_on_the_role_of_the_media.

Lewin, Kurt. «Forces behind food habits and methods of change». Bulletin of the National Research Council 108: 35-65.

Mgbemena Nwabu, 1980 . Nigerian Journalists: A Study of Their Demographic Characteristics and Professional Orientation. The University of Texas At Austin

Parker, Elliott (1997). Democratization and Press Freedom in Africa's High Context Culture. Paper presented at: AEJMC

ملحق رقم (١) (نسخة من استبانة البحث)

الإخوة رئيس وأعضاء جمعية الصحفيين الكرام

يسرني أن أضع بين يديكم هذه الاستبانة التي تقيس العديد من العوامل المؤثرة والفاعلة في العمل الإعلامي العماني. ولعل أبرز هذه العوامل القوانين التي تنظم العمل الإعلامي في السلطنة، كما أن الاستبانة تتناول تأثير الاعلانات التجارية على الموضوعات التي تتناولها وسائل الإعلام، وبشكل عام تحاول هذه الدراسة الكشف عن أهم الضغوطات اليومية التي تمارس في غرف التحرير في المؤسسات الإعلامية.

إن تعاونك في الاجابة الصادقة على الأسئلة سوف يكون العامل المساعد في إنجاح هذه الدراسة التي تهدف إلى تطوير الإعلام في السلطنة.

د. محمد بن عوض المشيخي

جامعة السلطان قابوس

الاستبانة:

بيانات أولية عن المبحوث:

الجنس:

ذكر () أنثى ()

٢- المستوى الدراسي:

ثانوية عامة () دبلوم () مؤهل جامعي () دراسات عليا ()

٣- التخصص:

٤- الوظيفة: منتج تلفزيوني وإذاعي

٥- جهة العمل (المؤسسة الإعلامية).....

٦- إجمالي الدخل الشهري:

يستخدم في هذا البحث مقياس مكون من خمس درجات، تتراوح ما بين القبول إلى الرفض كما يأتي:

أوافق بشدة (١) أوافق (٢) محايد (٣) أعارض (٤) أعارض بشدة (٥)

ويكون المطلوب دائما استجابة واحدة فقط، هي التي تكون ممثلة لرأيك، ويكون ذلك بوضع إشارة على الرقم المناسب من ١ إلى ٥.

١- تخضع الرسائل والمضامين الإعلامية في السلطنة لقانون المطبوعات والنشر العماني.

أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()

٢. تقوم الدولة بمساءلة الإعلاميين طبقا لقانون المطبوعات والنشر العماني.

أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()

٣- قانون المطبوعات والنشر العماني لا يناسب المرحلة التي تعيشها السلطنة الآن.

أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()

- ٤- تقوم وزارة الإعلام بممارسة الرقابة على الصحف العمانية.
- أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ٥- تهدف الرقابة التي تمارسها الأجهزة الحكومية إلى حماية كبار المسؤولين في الدولة.
- أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ٦- تقوم وسائل الإعلام العمانية بنشر موضوعات هامة وحساسة دون موافقة الحكومة.
- أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ٧- جميع العاملين في قطاع الإعلام على اطلاع على المحظورات في قانون المطبوعات والنشر.
- أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ٨- الإعلاميون في وسائل الإعلام العمانية يخشون التعرض لعقوبة القوانين والأنظمة المعمول بها في السلطنة.
- أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ٩- تنشر وسائل الإعلام العمانية موضوعات تفتقد للأهمية، كالاستقبالات والاجتماعات والبرقيات، وذلك بناء على تعليمات رسمية.
- أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ١٠- تتعرض المؤسسة الإعلامية التي عمل فيها لضغوط من وزارة الإعلام نتيجة نشر أخبار سلبية عن دولة صديقة.
- أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ١١- من بين المعوقات التي تواجه وسائل الإعلام العمانية الرقابة الذاتية من الإعلاميين أنفسهم.
- أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ١٢- يقرر مالك المؤسسة الإعلامية سياستها ويوجهها حسب رأيه.
- أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ١٣- يعين مالك المؤسسة الإعلامية معظم الصحفيين ويحدد اختصاصاتهم بغض النظر عن الكفاية والمهنية.
- أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ١٤- يؤثر تخفيض الموازنة أو زيادتها في فعاليتها وتأثير الرسالة الإعلامية.
- أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ١٥- من الأسباب التي أثرت سلباً على المضمون الصحفي في السلطنة عدم وجود موازنة سنوية للتدريب في المؤسسات الخاصة.
- أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ١٦- تتمتع الصحف العمانية بمصداقية عالية أكثر من الإذاعة والتلفزيون.
- أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ١٧- الصحيفة التي تحظى بمصداقية عالية بين القراء هي: (اختيار جريدة واحدة فقط).
- أ. عمان () ب. الوطن () ج. الرؤية () د. الشبيبة () و. الزمن ()
- ١٨- مالك المؤسسة في وسائل الإعلام الخاصة يصدر قرارات تعارض توجهات أصحاب الخبرة من المحررين في المؤسسة.
- أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ١٩- حجم الموازنة تؤثر على جودة الرسالة الإعلامية كالاشترك في الوكالات وتغطية المراسلين للأخبار.
- أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ٢٠- تلتزم المؤسسات الإعلامية العمانية بتخصيص مساحات واسعة للإعلان حتى إن كان ذلك على حساب المضمون الإعلامي والثقافي الهادف.
- أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ٢١- توافق المؤسسات الإعلامية على شروط المعلن إذا كان الإعلان مجزياً مادياً بغض النظر عن مضمونه.
- أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ٢٢- تتجاهل الصحف العمانية نشر الأخبار التي تسيء إلى الشركات التي تنشر الإعلانات على صفحاتها الأولى (النورس، وعمانتل، ووكالات السيارات، والبنوك)
- أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()

- ٢٣- تستخدم إيرادات الإعلان في تطوير المؤسسات الإعلامية والعاملين فيها.
أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ٢٤- تؤثر القيم الاجتماعية السائدة سلباً على إنتاج الإعلاميين.
أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ٢٥- يؤدي النظام الاجتماعي إلى إضاعة وقت الإعلاميين في المجاملات والزيارات دون مواعيد.
أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ٢٦- تقوم المؤسسات الإعلامية بتجنب نشر قضايا اجتماعية حساسة بسبب الأعراف والضغوط الاجتماعية.
أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ٢٧- يتمتع العاملون في قطاع الإعلام بمكانة اجتماعية متدنية.
أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ٢٨- تحظى المرأة العمانية التي تعمل في مجال الإعلام بقبول اجتماعي وأسري.
أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ٢٩- تقوم وسائل الإعلام العمانية بنشر موضوعات غير مهمة لإرضاء بعض الأذواق الاجتماعية.
أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ٣٠- التعيينات في المؤسسات الإعلامية تتم من منطلق العلاقات الأسرية والمحسوبية بعيداً عن الكفاية.
أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ٣١- تتعرض المؤسسات الإعلامية للنقد من الجمهور عبر المنتديات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي.
أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ٣٢- تظهر دائماً اختلافات في وجهات النظر بين العاملين في المؤسسة تجاه معظم المواد المنشورة.
أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ٣٣- يعمل رئيس التحرير على تقريب وجهات النظر بين العاملين في المؤسسة.
أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ٣٤- تعرض كل الموضوعات على رئيس التحرير أو من يمثله قبل النشر.
أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ٣٥- تعمل المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي كعامل ضغط وإحراج لوسائل الإعلام التقليدية في السلطنة ، وذلك لنشرها موضوعات حساسة تتعلق بإخفاقات الحكومة.
أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ٣٦- من أهم المعوقات التي تواجه العاملين في قطاع الإعلام ضعف الرواتب والحوافز المالية.
أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ٣٧- تشكل الصحف الخليجية منافسة قوية للصحف العمانية .
أوافق بشدة () أوافق () لا أعرف () أعارض () أعارض بشدة ()
- ٣٨- الإذاعة المحلية التي أفضل الاستماع إليها دائماً هي: (اختيار إذاعة واحدة فقط)
أ. الواصل () ب. برنامج الشباب () ج. هلا (MF) () د. إذاعة سلطنة عمان (البرنامج العام) () و. إذاعة القرآن الكريم ()
- ٣٩- المصدر الرئيسي الذي أحصل منه على المعلومات المحلية بشكل دائم هو (اختيار مصدر واحد فقط):
أ. الصحف المحلية () ب. الإذاعة () ج. التلفزيون () د. مواقع التواصل الاجتماعي () و. المنتديات والمواقع الإلكترونية () هـ. الأصدقاء ()
- ٤٠- القناة التلفزيونية التي أفضلها على غيرها من القنوات هي Mbc1 (قناة واحدة فقط).
- ٤١- ما هي في اعتقادك، أكثر العوامل المؤثرة على طبيعة العمل الإعلامي العماني؟