كلية إدارة الأعمال

(تقييم فاعلية البرامج التلفزيونية في إدارة أزمة الباحثين عن عمل بسلطنة عمان)

رسالة

مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول

على درجة الماجستير في إدارة الأعمال تخصص القيادة

إعداد

علي بن محمد علي صعر

إشراف الدكتور

رائد عواشرة

2024م/ 1445هـ

الإجازة

تقييم فاعلية البرامج التلفزيونية في إدارة أزمة الباحثين عن عمل بسلطنة عمان

أعدها الطالب: **(علي بن محمد علي صعر)**

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ 3 \ 6 \ 2024 وتم إجازتها.

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم	صفته	التوقيع
الدكتور/ رائد عواشرة	المشرف	
الدكتور/ أسعد مبارك	مناقشا خارجيا	
الدكتور/ ياسر محمد	مناقشا داخليا	
الدكتور/ عبد السلام آدم	مناقشا داخليا	

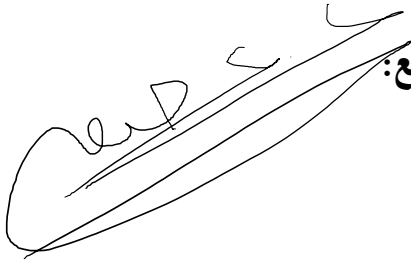
إقرار الباحث

أقر بأن المادة العلمية الواردة في هذه الرسالة قد تم تحديد مصدرها العلمي وأن محتوى الرسالة غير مقدم للحصول على أي درجة علمية أخرى، وأن مضمون هذه الرسالة يعكس آراء الباحث الخاصة وهي ليست بالضرورة الآراء التي تتبناها الجهة المانحة.

الباحث:

الاسم: علي بن محمد علي صعر

التوقيع:



استهلال

بسم الله الرحمن الرحيم

قال تعالى: {اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ * خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ * اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ * الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ * عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ}

صدق الله العظيم

سورة العلق.

الإهداء

إلى من كان المعلمَ في كلِّ الدروب، والملهِمَ إذا اشتدت الخُطوب...

إلى القُدوةِ التي أقتفي، والجَذوةِ التي لا تنطفي

(الوالد... متَّعَهُ اللهُ بالصحةِ والعافية)

إلى من كانت النورَ في الظُلُمات، وغايةَ المُنى في السرور والمُلِمَّات...

إلى من دثَّرتني بدعائِها في الصلوات، ولطيفِ ذِكرٍ في الخَلَوات

(الوالدة... زادها الله بسطةً في العلم والجسم)

إلى من كانوا ليَ سندًا ومُعينا، وللعِجافِ رَوانًا ومَعينا...

إلى السَّكَنِ والسكينة، وواحتي الغَنَّاء في صخبِ المدينة

(زوجتي وأبنائي... هبني منهم يا اللهُ قُرَّةَ أعين)

إلى من كان لهم فضلٌ في هذا السعي...

إليهم جميعا أهدي هذه الثَّمَرة

شكر وتقدير

الحمد لله على عظيم نَعمائه، والشكر له على تتابُعِ آلائه، والحمد لله الذي جعل الشكر سببًا لمزيدِ فضله، وجعله مفتاحًا لذِكرِه.

وعن رسول الله صلى الله عليه وسلم، قال: "لا يشكر الله من لا يشكر الناس" صدق رسول الله، فلله الحمد والشكر والثناء الحَسن أن كتب التوفيق لإتمام هذه الرسالة البحثية، راجيًا من الله العلي القدير أن ينفع بها على المستويين العلمي والعملي ويجعلها صدقةً جارية.

وهنا أجدني محتاجًا لأكثر مما تحويه معاجم اللغة كي أُسطر شكري وامتناني لهيئة الإشراف على هذه الدراسة، ممثلةً بالدكتور/ رائد عواشرة، فله خالص الشكر والتقدير...

فماذا أقول وما عساهُ كلامي *** وأمامَ مقامكم قد بُعثرت أقلامي

فله الشكر على ما أولاه من اهتمامِ ورعاية، وحرصٍ وبالغِ عِناية، فبارك الله علمه، وأعانه في عمله، وله من الله نعم الثواب وخير الجزاء على ما تفضل به من توجيهٍ وإرشاد خلال إعداد هذه الدراسة، والشكر موصول للكادر الأكاديمي والإداري في جامعة الشرقية على ما بذلوه في سبيل إنجاح المنظومة التعليمية.

والله ولي التوفيق

الباحث

المستخلص

تلعب وسائل الاعلام دوراً أساسياً في معالجة الأزمات، مثل أزمة الباحثين عن عمل التي تشكل أهميةً على المستوى العالمي عموما وفي سلطنة عمان على وجه الخصوص، حيث تهدف هذه الدراسة إلى تقييم فاعلية البرامج التلفزيونية في إدارة هذه الأزمة في سلطنة عمان. وتبنت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على جمع البيانات الأولية من خلال أساليبَ ثلاثة متمثلة في الاستبانة والتحليل الكمي والمقابلات المعمقة. وقد تكون المجتمع البحثي للاستبانة من المهنيين الإعلاميين في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية والبالغ عددهم تقريبا (1000) من الموظفين في وزارة الإعلام وغيرها من المؤسسات الإعلامية الخاصة، وتم الحصول على عينة بلغ عددها 277، أما المقابلات فقد تمت مع المختصين ذوي العلاقة بالإعلام، فيما تحليل المحتوى فركز على البرامج الحوارية التلفزيونية ذات الأبعاد الاجتماعية والاقتصادية التي تناولت ملف الباحثين عن عمل. وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها أن تقييم فاعلية البرامج التلفزيونية في إدارة أزمة الباحثين عن عمل في سلطنة عمان جاء بدرجة منخفضة، الأمر الذي يعني أن التلفاز لم ينجح كما يجب في التعامل وإدارة الأزمة، فقد قصَّر باكتشافها وإدارتها والمساهمة في تقديم المعلومات والحلول لصانع القرار. وقدمت الدراسة توصياتها إلى الحكومة ممثلةً بوزارة الاعلام وأوصت بضرورة تطوير خطة عمل متكاملة لمواجهة أزمة الباحثين عن عمل بمشاركة خبراء متخصصين، مع التركيز على تعزيز العناصر البصرية وتقنيات الإنتاج لجذب المشاهدين، بالإضافة إلى إنشاء قناة تواصل لاستطلاع آراء الجمهور وتعزيز استجابة البرامج التلفزيونية. ويُشدد على تفعيل دور مركز التواصل الحكومي والتدريب الإعلامي لتمكين الإعلاميين والباحثين عن عمل وتعزيز مشاركتهم في التعامل مع الأزمات بكفاءة وفاعلية.

الكلمات المفتاحية: فاعلية البرامج التلفزيونية، إدارة الازمات، الباحثين عن عمل، سلطنة عمان.

Abstract

Media is crucial in managing crises including the unemployment crisis which presents a significant concern in societies and this study aims to assess the efficacy of television programs in addressing this crisis in the Sultanate of Oman. To conduct this study, the researcher used the descriptive-analytical methodology, primary data was gathered through surveys, quantitative analysis, and in-depth interviews and the study sample comprised media professionals in both governmental and non-governmental institutions, totaling approximately 1000 employees, with a random sample of 277 participants. Besides that, the expert interviews and content analysis focused on socio-economic talk shows addressing unemployment issues. As a result, the study found that TV programs in Oman had limited effectiveness in managing the unemployment crisis, suggesting they fell short in addressing and managing it effectively, and in providing solutions to decision-makers. Based on these findings, the study recommends government intervention, led by the Ministry of Information, to devise a comprehensive strategy involving experts to handle economic crises. Also this includes enhancing visual and editing elements of TV programs, establishing public feedback channels, and improving program responsiveness. The study also highlights the importance of activating government communication centers and providing media training to empower professionals and the unemployed in handling crises more effectively.

Keywords: Television program effectiveness, crisis management, unemployment, Sultanate of Oman.

المحتويات

الموضوع	الصفحة
العنوان	أ
الإجازة وقرار اللجنة	ب
إقرار الباحث	ج
استهلال	د
الإهداء	هـ
شكر وتقدير	و
الملخص باللغة العربية	ز
الملخص باللغة الإنجليزية	ح
المحتويات	ط
قائمة المحتويات	ي ، ك
قائمة الجداول	ل ، م ، ن ، س
قائمة الأشكال	س

قائمة المحتويات

الفصل الأول – الإطار العام للدراسة.....1

1.1 مقدمة.....1

1.2 مشكلة الدراسة: 4

1.3 أسئلة الدراسة.....4

1.4 أهداف الدراسة.....5

1.5 أهمية الدراسة.....6

1.6 حدود الدراسة.....8

1.7 متغيرات وأنموذج الدراسة.....9

1.8 فرضيات الدراسة.....10

1.9 مصطلحات الدراسة 11

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة.....15

2.1 نظريات الاتصال والأزمات.....16

2.2 المتغير المستقل: فاعلية البرامج التلفزيونية.....17

2.3 المتغير التابع: إدارة أزمة الباحثين عن عمل.....20

2.4 الدراسات والأدبيات السابقة.....26

الفصل الثالث: (منهجية الدراسة وإجراءاتها) 40

3.1 تمهيد.....41

3.2 منهجية الدراسة.....41

3.3 مجتمع الدراسة وعينتها.....42
3.4 الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة.....43
3.5 أدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات.....44
3.6 الأساليب الإحصائية.....51
3.7 صدق أداة الدراسة وثباتها.....52
الفصل الرابع: عرض وتحليل نتائج الدراسة.....64
4.1 تمهيد.....65
4.2 تحليل نتائج الاستبيان والمقابلات النوعية.....65
4.3 اختبار فرضيات الدراسة بناءً على الاستبانة.....84
4.4 نتائج تحليل المحتوى.....90
4.5 ملخص اختبار الفرضيات بناءً على الأدوات الثلاث.....118
الفصل الخامس: النتائج والاستنتاجات والتوصيات.....122
5.1 تمهيد.....123
5.2 النتائج بناءً على أسئلة الدراسة.....123
5.3 التوصيات.....128
5.4 المصادر والمراجع.....133
5.5 الملاحق.....141

قائمة الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
1-1	الدراسات التي تم الاعتماد عليها لتطوير النموذج	22
1-3	مجتمع وعينة الدراسة	47
2-3	الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة	48
3-3	مستوى الموافقة ودرجتها وفق مقياس ليكرت الخماسي	50
4-3	عينة المقابلات النوعية	51
5-3	نتائج اختبار ثبات أداة الدراسة الاستبانة	57
6-3	مصفوفة الارتباط لقيم معامل الارتباط بيرسون للمتغير المستقل	58
7-3	معامل تضخم التباين والتباين المسموح به للمتغير المستقل	59
8-3	مصفوفة الارتباط لقيم معامل الارتباط بيرسون لأبعاد المتغير المستقل	60
9-3	مصفوفة الارتباط لقيم معامل الارتباط بيرسون للمتغير التابع	60

3-10	معامل تضخم التباين والتباين المسموح به للمتغير التابع	61
3-11	مصفوفة الارتباط لقيم معامل الارتباط بيرسون لأبعاد المتغير التابع	62
3-12	مصفوفة الارتباط لقيم معامل الارتباط بيرسون للمتغير المستقل والتابع	62
3-13	حساب صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل الارتباط الاحصائي(بيرسون) معامل الارتباط بين درجة كل فقرة لأبعاد فاعلية البرامج التلفزيونية والدرجة الكلية	64
3-14	حساب صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل الارتباط الاحصائي (بيرسون) معامل الارتباط بين درجة كل فقرة لأبعاد ادارة الازمات والدرجة الكلية	65
4-1	وصف متغير فاعلية البرامج التلفزيونية	70
4-2	وصف بُعد تحقيق الأهداف	71
4-3	وصف بُعد نوعية البرامج	73
4-4	وصف بُعد الاستجابة	74
4-5	وصف بُعد التمكين	76
4-6	وصف بُعد اكتشاف إشارات إنذار	79
4-7	وصف بُعد الاستعداد والوقاية	81
4-8	وصف بُعد احتواء أو الحد من الأضرار	83
4-9	وصف بُعد استعادة النشاط والتعلم	86

4-10	ملخص النموذج وتحليل تباين الانحدار للفرضية الرئيسة	88
4-11	نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) للفرضية الفرعية الأولى	90
4-12	نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) للفرضية الفرعية الثانية	91
4-13	نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) للفرضية الفرعية الثالثة	92
4-14	نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) للفرضية الفرعية الرابعة	93
4-15	التوزيع التكراري للبرامج التلفزيونية حسب مرات البث	94
4-16	البرامج التلفزيونية حسب الأسماء وأيام البث وفترة البث	96
4-17	البرامج التلفزيونية حسب الأسماء واللغة المستخدمة والقوالب الفنية	97
4-18	البرامج التلفزيونية حسب الأسماء وطريقة البث ومكان التصوير	99
4-19	النسب المئوية لعدد التكرارات في البرامج التلفزيونية حسب المواضيع المطروحة	101
4-20	النسب المئوية لعدد التكرارات في البرامج التلفزيونية حسب موضوعية الطرح	103
4-21	البرامج التلفزيونية حسب الأهداف	105
4-22	النسب المئوية لعدد التكرارات في البرامج التلفزيونية حسب مصدر المعلومات	107

23-4	النسب المئوية لعدد التكرارات في البرامج التلفزيونية حسب أطراف الحوار	**109**
24-4	النسب المئوية لعدد التكرارات في البرامج التلفزيونية حسب مستوى التمثيل الرسمي	**111**
25-4	نتيجة اختبار الفرضية الفرعية الأولى	**123**
26-4	نتيجة اختبار الفرضية الفرعية الثانية	**124**
27-4	نتيجة اختبار الفرضية الفرعية الثالثة	**125**
28-4	نتيجة اختبار الفرضية الفرعية الرابعة	**125**

قائمة الأشكال:

رقم الشكل	عنوان الشكل	رقم الصفحة
1-1	أنموذج الدراسة	22

(الفصل الأول)

الإطار العام للدراسة

1 – 1 مقدمة

1 – 2 مشكلة الدراسة

1 – 3 أسئلة الدراسة

1 – 4 أهداف الدراسة

1 – 5 أهمية الدراسة

1 – 6 حدود الدراسة

1 – 7 مصطلحات الدراسة

1 – 8 متغيرات وأنموذج الدراسة

1 – 9 فرضيات الدراسة

1.1 المقدمة:

مع التسارع الكبير في الأحداث حول العالم وترابطها – من خلال أدوات الاتصال ووسائل الإعلام أصبح يمكن وصف العالم بأنه قرية صغيرة، وأصبح لوسائل الاتصال والتواصل دور محوري في نقل الأحداث والذهاب لأبعد من كتابة الخبر إلى التحليل والمناقشة، ومحاولة البحث عن معالجات وحلول للمشكلة أو الأزمة محل النقاش، وهو الدور الذي تسعى وسائل الإعلام لتحقيقه بحكم كونها تمثل السلطة الرابعة إلى الجانب السلطات الثلاث " التشريعية والقضائية والتنفيذية".

وفي سياق التعقيدات وتسارع الأحداث، فهناك نوع أخر من التحديات تتعامل معه وسائل الاعلام، يظهر على شكل أزمات، فمنها الأزمات المرتبطة بالتوترات السياسية والحروب التي يشهدها العالم، والأزمات الاقتصادية المرتبطة بانخفاض أسعار النفط وأزمة سلاسل الإمداد والركود الاقتصادي وغيرها المرتبطة بالجوانب الاجتماعية والصحية والامنية على المستوى المحلي والإقليمي. ومن هذه الأزمات التي يشهدها العالم هي أزمة الباحثين عن عمل متمثلة "بالبطالة" حيث تشير الأرقام الصادرة عن منظمة العمل الدولية إلى أن إجمالي عدد الباحثين عن عمل يصل إلى حوالي 73 مليون شخص حول العالم، في حين تشير الأرقام والمؤشرات المرتبطة بأزمة الباحثين عن عمل دول العالم العربي حسب تقرير مسح التطورات الاقتصادية والاجتماعية في المنطقة العربية إلى أن نسبة الباحثين عن عمل يرتفع إلى 12.5 % كمتوسط، وهذا المتوسط يزيد بمقدار الضعف عن المعدل والمتوسط العالمي المقدر بنحو 5.7% (الأمم المتحدة –الإسكوا، 2018).

وعلى مستوى سلطنة عمان بلغ عدد الباحثين عن عمل قرابة 65،400 حسب احصائية عام 2020، يشكل حملة البكالوريوس ما نسبته 40.5%، أكثر من النصف هم من الإناث (المركز الوطني للإحصاء والمعلومات، 2020). وتشكل أزمة الباحثين عن عمل هاجسا يؤرق ويشغل المجتمع على الدوام، ويحظى ملف الباحثين عن عمل باهتمام بالغ كونه يلامس غالبية أفراد المجتمع، ويكاد لا يخلو منزل من باحث عن عمل أو طالب في عامه الدراسي الأخير ينتظر الحصول على فرصة عمل.

ولقد تفاقمت أزمة الباحثين عن عمل، مع تحديات تسريح العاملين من بعض مؤسسات القطاع الخاص حيث تأثرت بعض الشركات العاملة في القطاع النفطي بانهيار أسعار النفط بوصول سعر برميل النفط لمستوى العشرين دولارًا مما اضطر هذه الشركات لتسريح عدد من الموظفين لتخفيف الأعباء المالية، مضافا لها تحديات فايروس كورونا التي عصفت بالقطاع السياحي والصناعي وألحقت الضرر بسلاسل الإمداد وأغلقت الدول حدودها لتتسبب كل هذه التحديات في تعقيد أزمة الباحثين عن عمل (اللواتي، 2020).

ومما سبق جاءت أهمية البحث في مشكلة الدراسة ومحاولة تقييم فاعلية البرامج التلفزيونية في إدارة أزمة الباحثين عن عمل في سلطنة عمان، انطلاقا من الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام المختلفة في التفاعل مع الاحداث والقضايا المختلفة ونظرا لوجود دورٍ هام لوسائل الاعلام في تناول ومعالجة الملفات المتنوعة بما فيها ملف الباحثين عن عمل، فإن الباحث سعى لتقييم فاعلية وسائل الإعلام الرسمية في إدارة الأزمات بسلطنة عمان من خلال التركيز على تناول البرامج الإخبارية لأزمة الباحثين عن عمل وتبيان مدى فاعلية البرامج التلفزيونية في إدارة أزمة الباحثين عن عمل.

2.1 مشكلة الدراسة:

تعتبر وسائل الإعلام واحدة من الأدوات التي يتم من خلالها إدارة الأزمات كونها تشكل أداة اتصال لنقل الأخبار والمعلومات، وتشكل حلقة وصل بين المؤسسات والمجتمع، يلجأ الجمهور لها في وقت الأزمات لاستقاء المعلومات والتعرف على الجهود التي تبذل لمعالجة الأزمة وكذلك الاستعانة بوسائل الإعلام لنقل صوته وآرائه حول الأزمة ومحاولة إيصال مقترحاته ورؤيته حول الحلول الممكنة لمعالجة الأزمة أو التقليل من آثارها (الشحري، 2022).

ومن هنا أتت مشكلة الدراسة، نتيجة لإدراك الباحث بأهمية وقيمة إجراء دراسة لتقييم فاعلية وسائل الإعلام في إدارة الأزمات، والتعرف عن قرب على واقع الدور الإعلامي في معالجة الأزمات، وما هي العوائق التي تقف أمام تحقيق وسائل الإعلام للأدوار المنتظرة منها، وفي النهاية التوصل للمقترحات والتوصيات التي بدورها تساهم في تجويد وتحسين فاعلية الأداء الإعلامي في إدارة الأزمات. ولقد تبين للباحث أهمية القيام بهذه الدراسة التي صاغت المشكلة البحثية ولخصتها في تقييم فاعلية البرامج التلفزيونية في إدارة أزمة الباحثين عن عمل بسلطنة عمان.

3.1 أسئلة الدراسة:

وعطفًا على ما تم تبيانه أعلاه فإن السؤال الرئيس التالي: هل توجد علاقة ارتباط طردية بين فاعلية البرامج التلفزيونية بأبعادها (تحقيق الأهداف، ونوعية البرامج، والاستجابة، والتمكين) في إدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان؟

ويتفرع من هذا السؤال الرئيس عدد من الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مدى تحقيق البرامج التلفزيونية لأهدافها المرتبطة بإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان؟
- كيف تساهم نوعية البرامج التلفزيونية في إدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان؟
- كيف تستجيب البرامج التلفزيونية لأزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان؟
- كيف يساهم التمكين للبرامج التلفزيونية في إدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان؟

- 4.1 أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة التي جاءت لتقييم فاعلية البرامج التلفزيونية في إدارة ازمة الباحثين عن عمل بسلطنة عمان إلى تحقيق عدد من الأهداف، وهي:

–**الهدف الرئيس**: ويتمثل بالتعرف على مدى ارتباط فاعلية البرامج التلفزيونية بأبعادها (تحقيق الأهداف، ونوعية البرامج، والاستجابة، والتمكين) في إدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف

إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان؟

الأهداف الفرعية:

1. التعرف على مدى ارتباط تحقيق الأهداف بإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان.
2. التعرف على مدى ارتباط نوعية البرامج بإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان.
3. التعرف على مدى ارتباط الاستجابة بإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان.
4. التعرف على مدى ارتباط التمكين بإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان.

5.1 أهمية الدراسة:

لكون وسائل الاعلام تعتبر السلطة الرابعة في المجتمعات، ولدورها الهام كشريك في تطوير حياة الافراد، ودورها في المساهمة في إدارة الأزمات من جهة ودورها كحلقة وصل وموثر على صانع

القرار، فالدراسة تحتل اهميتان عملية وعلمية في تناولها موضوع فعالية التلفاز وأزمة الباحثين عن عمل

الأهمية العلمية:

تتميز هذه الدراسة نظرا لأنها ستشكل مساهمة جديدة لإعطاء صورة واضحة مبنية على أسس علمية قائمة على منهجية بحثية واضحة للتعرف على مدى فاعلية البرامج التلفزيونية في إدارة أزمة الباحثين عن عمل في سلطنة عمان، بحيث تقدم للمختصين والمهتمين صورة مكتملة الأركان وواضحة المعالم عن واقع الدور الذي قامت به البرامج التلفزيونية في التعامل مع أزمة الباحثين عن عمل وتغطية النقص في المحتوى العلمي والدراسات السابقة التي تُعنى بهذا الجانب. وتساهم الدراسة في اغناء المكتبة العربية والمساهمة في تعميق المعرفة بفعالية دور وسائل الاعلام، وتعمل على جسر الفجوة الادبية حيث يمكن القول إن هذه الدراسة فريدة من نوعها ان لم تكن وحيدة في منطقة الخليج العربي على حد علم الباحث.

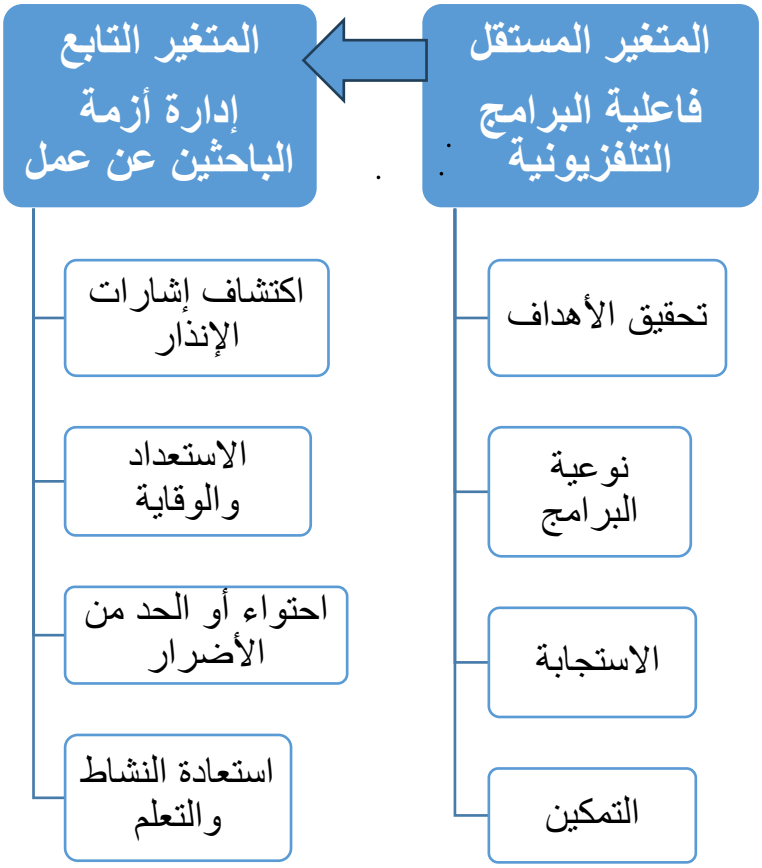
الأهمية العملية:

وفيما يتعلق بالأهمية العملية فهذه الدراسة تساعد وسائل الإعلام الرسمية على تقييم وتقويم أدائها وأدوارها بشكل موضوعي عند تفاعلها مع أزمة الباحثين عن عمل، ما سيؤدي لتجويد العمل وتقويم الممارسات الإعلامية مما سيكون له الأثر الأبرز على أزمة الباحثين عن عمل في سلطنة، إضافة إلى أن هذه الدراسة تعاون المشتغلين في وسائل الإعلام بسلطنة عمان للتعرف على التحديات والعوائق التي تواجههم وسُبل حلها ومعالجتها.

6.1 حدود الدراسة:

- الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية في سلطنة عمان، ومن حيث المؤسسة فهي وزارة الإعلام بسلطنة عمان، وتحديدا التلفاز الرسمي.
- الحدود الموضوعية: تتمثل الحدود بكيفية إدارة التلفاز الرسمي من خلال البرامج التلفزيونية بأبعادها (تحقيق الأهداف، ونوعية البرامج، والاستجابة، والتمكين) في إدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان.
- الحدود الزمانية: تتناول الدراسة أزمة الباحثين عن عمل خلال فترة جائحة كورونا (2018-2022) فيما حدود تنفيذ الدراسة فقد تمت بين شهر 2023/12 و شهر 2024/4 .
- الحدود البشرية: تقتصر هذه الدراسة على الإعلاميين العاملين في القطاع الحكومي وغير الحكومي بالإضافة إلى عدد من المختصين.

8.1 متغيرات ونموذج الدراسة:



الشكل (1-1): أنموذج الدراسة

تم تطوير هذا النموذج بالاعتماد على الدراسات التي يوضحها هذا الجدول (1-1)	
المتغير	الدراسات التي تم الاعتماد عليها
المتغير المستقل (فاعلية البرامج التلفزيونية)	(أبو حسين، 2017؛ الرميدي ومحمد، 2020؛ طويقات، 2020)
المتغير التابع (إدارة أزمة الباحثين عن عمل في سلطنة عمان)	(الحسن، 2022؛ Wang،2009؛ العمد، 2019)

9.1 فرضيات الدراسة:

بهدف الحصول على إجابة ملائمة للأسئلة البحثية المطروحة، تسعى الدراسة إلى اختبار صحة الفرضية الرئيسة التالية: هناك علاقة ارتباط طردية بين فاعلية البرامج التلفزيونية وإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها في سلطنة عمان.

الفرضيات الفرعية:

1- هناك علاقة ارتباط طردية بين تحقيق الأهداف وإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان.

2- هناك علاقة ارتباط طردية بين نوعية البرامج وإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان.

3- هناك علاقة ارتباط طردية بين الاستجابة وإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان.

4- هناك علاقة ارتباط طردية بين التمكين وإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان.

7.1 مصطلحات الدراسة/ التعريف الإجرائي:

الفاعلية: هي مقياس للأداء ومدى القدرة على تحقيق الأهداف المخطط لها، حيث أن الفاعلية هي مستوى تحقيق الاهداف ومدى المقدرة على استثمار الفرص والإمكانيات المتاحة من أجل استمرار النشاط (القداح ،2017).

الأهداف: الهدف في اللغة هو الشيء العالي سواء كان مبنى أو جبل وما شابه ذلك، ويمكن الإشارة للأهداف على أنها النتائج التي يسعى الفرد أو المؤسسة لتحقيقها على أرض الواقع خلال مدة محددة من الزمن، وهناك أنواع متعددة من الأهداف منها الاستراتيجية وطويلة الأمد وغيرها (السيد، 2019).

الاستجابة: الاستجابة هي جملة الإجراءات والأعمال التي يتم اتخاذها قبل وقوع الحدث سواء كان حدثا عاديا أم كارثة بهدف التقليل من الآثار المتوقع حدوثها، وهي تتم تجاه حدثٍ متوقع أو تأتي كردة فعل لحدث فُجائي كما أنها تعني التلبية أو الرد (جورج، 2022).

التمكين: التمكين يعني زيادة القدرة على القيام بالأعمال المختلفة بكفاءة وفاعلية ويكون ذلك من خلال منح الأفراد أو المؤسسات مزيدا من الصلاحيات أو الأدوات والوسائل أو المعلومات والبيانات التي تساعدهم للتأثير على النتائج النهائية التي سيتم الحصول عليها بعد التمكين، وهناك مجموعة من المقومات والركائز للتمكين هي: العلم والمعرفة والمهارة، والاتصال وانسيابية المعلومات، والثقة بين القائد والمرؤوسين، والحوافز المادية والمعنوية (الريامي، 2018).

الإعلام الرسمي: وهو مجموعة من الوسائل والمؤسسات الإعلامية التي تقع تحت سلطة الحكومة أو تديرها السلطات القائمة وتتبع لها مباشرة وتقوم بتمويلها، وبالتالي فإن مهام وأنشطة هذه المؤسسات وما تقدمه من محتوى يعد خاضعا لتوجهات تلك السلطة الرسمية (عودة، 2014).

البرامج التلفزيونية: يشير الجبوري (2019) إلى البرامج التلفزيونية على أنها المواد المتلفزة التي يتم بثها ونشرها في شكل مواد تسجيلية أو مباشرة على الهواء ويكون لها حيز محدد من الوقت ضمن روزنامة البث المتلفز على القنوات التلفزيونية. وقد اعتمدت هذه الدراسة على البرامج التلفزيونية الحوارية ولها دورية أسبوعية، وتتناول القضايا المرتبطة بملف الباحثين عن عمل.

الأزمة: هي حالة من الخروج عن المألوف حيث تتسبب هذه المواقف أو الأحداث بحصول تغير في الاستقرار الاستراتيجي المعتاد، وبالإمكان أن تنشأ هذه الأزمات بفعل البشر أو بسبب الطبيعة حيث أنها توصف بكونها تلك اللحظة المفصلية والحرجة التي تتصل بمصير المنظومة الإدارية التي أصابتها هذه الأزمة (ابراهيم، 2001؛ السكارنة، 2022).

إدارة الأزمات: هي عملية يتم من خلالها اكتشاف إشارات الإنذار الأولى للأزمة ومن ثم الاستعداد لها من خلال محاولة احتواءها أو الحد من آثارها التي تتسبب بها لحين استعادة النشاط والعودة للوضع الطبيعي ليتم أخيرا التعلم والاستفادة من تلك الأزمة في بناء الخبرة للتعامل مع مثل تلك الحالة (أبو فارة، 2022).

إعلام الأزمات: هو تلك العملية القائمة على التفاعل اللفظي استجابة للأزمات أو الظروف الاستثنائية التي تمر على المؤسسات العاملة في مجال الإعلام كاستجابة حتمية، حيث تزداد الحاجة خلال الأزمات للبرامج المتخصصة بالتغطيات الإعلامية التي يتزامن معها زيادة الإقبال على مشاهدة الجمهور لوسائل الإعلام للاقتراب من تفاصيل هذه الأزمات (المغربي، 2021؛ شومان، 2000).

استكشاف إشارات الإنذار: هي العملية التي يتم من خلالها استشعار بداية ظهور وتشكل الأزمة في مرحلة ما قبل حدوثها وتشكلها وذلك من خلال التنبوء بها ومعرفة الأسباب التي أدت لتكونها وتقديم الاستجابات السريعة لها تماشيها مع المستجدات التي تطرأ في المراحل الأولى لتكون الأزمة، ويتم الاعتماد على الرصد للمؤشرات باستخدام الأجهزة وأدوات الإنذار في حالة الكوارث الطبيعية أو الملاحظة واللقاءات المباشرة في حالة الأزمات الاجتماعية وغيرها (عبدالعزيز، 2023).

الاستعداد والوقاية: يمكن تعريفها بأنها مجموعة الأدوار والمهام التي يتم القيام بها لتهيئة وتوفير الأدوات اللازمة للتصدي للكوارث والأزمات والعمل على الوقاية منها (المغربي، 2021؛ شومان، 2000).

احتواء الأضرار أو الحد منها: تقوم هذه العملية على وضع الإجراءات المناسبة والتي تضمن التعامل الأمثل مع الأزمة والتخفيف من آثارها عندما لا يكون هناك قدرة على إيقافها أو تجنبها وهي تمثل مرحلة رد الفعل وليست الفعل الاستباقي ويتم فيها تنفيذ كافة الحلول المتاحة

واستخدام الإمكانيات المتوفرة بعد أن تتضح وتنضج ملامح الأزمة (ابراهيم، 2001؛ السكارنة، 2022).

استعادة النشاط والتعلم: يشير عبد العزيز (2023) إلى أن مرحلة استعادة النشاط والتعلم هي المرحلة التي تأتي بعد معالجة تأثيرات الأزمة وتهيئة الظروف للعودة إلى العمل في المؤسسة أو الحياة الشخصية. تكمن أهمية هذه المرحلة في إعادة الظروف لما كانت عليه سابقًا من خلال توفير الاحتياجات المادية والمعنوية التي تأثرت بالأزمة. بعد ذلك، يأتي دور إعداد الخطط المستقبلية للتعامل مع أي تكرار محتمل لهذه الأزمة، واستخلاص أبرز الدروس المستفادة من التجربة السابقة.

خاتمة الفصل الأول:

بين هذا الفصل المشكلة التي تتناولها هذه الدراسة بالإضافة إلى الأهداف ونموذج الدراسة المعبر عنه بالمتغيرات، كما أوضحت حدود الدراسة بأنواعها ذات العلاقة. ويتناول الفصل الثاني الإطار النظري ومراجعة الأدبيات ذات العلاقة بمتغيرات الدراسة ومن ثم يتناول الفصل الثالث منهجية الدراسة وإجراءاتها.

(الفصل الثاني)

الإطار النظري والدراسات السابقة

(2- 1): نظريات الاتصال والأزمات

(2-2) المتغير المستقل: فاعلية البرامج التلفزيونية

(2-3) المتغير التابع: إدارة أزمة الباحثين عن عمل

(2- 4): الدراسات والأدبيات السابقة

1.2: نظريات الاتصال والأزمات

يعرض هذا المبحث النظريات الأساسية والتي تتصل بالإعلام، فهناك عدد من النظريات المتعلقة بالاتصال، فنظرية حارس البوابة تقدم مفهومًا يهدف إلى فهم تأثير العوامل الشخصية في الأداء الإعلامي وعملية اختيار المواد الإعلامية، وقد تم تطوير هذه النظرية بواسطة كيرت لوين، عالم النفس، وفقًا لفياض (2022). تعتبر الرسالة الإعلامية مسارًا يجب أن تتبعه للوصول إلى الجمهور، وتتضمن هذه المسارات نقاط تقاطع (بوابات) حيث يتخذ حارس البوابة قرارات حول ما يتم تمريره وما لا يتم السماح له بالعبور. يشمل نظام حارس البوابة جميع أشكال الرقابة على المعلومات في الاتصال الجماهيري، وتؤثر المعايير المعتمدة في عملية اختيار الحارس للمعلومات التي يتم توجيهها للجمهور (المكي، 2016). اما نظرية الاستخدامات والإشباعات تدرس الاتصال وتلبية احتياجات الجمهور، كما يشير الحاج (2020)، وتعتمد على مفهوم القوة الإعلامية. أبراهام ماسلو يشير إلى خمس حاجات إنسانية. تعرض نظرية ترتيب الاولويات والتي تعرف بنظرية ماكسويل ودونالد شو إلى أن وسائل الإعلام تحدد أولويات الأخبار، مما يؤثر في اهتمامات الجمهور (عماد، 2005). أما نظرية المسؤولية الاجتماعية في وسائل الاعلام، فتؤكد على الصدق والموضوعية، وتحث على امتناعها عن نشر المحتوى المحرض على العنف (فلاق، 2022).

وبالانتقال إلى نظريات المتعلقة بالأزمات ، فقد بينت الأدبيات أن هناك نظريات متعددة تناولت إدارة الأزمات من منطلقات متعددة، ومنها نظريات إدارة الأزمات من منظور العلوم السياسية مثل نظرية رامو التي نشرها في العام 2009، وهذه النظريات مخصصة للسياسيين ومتخذي القرار السياسي لمعاونتهم على الإعداد الجيد للاستجابة للأزمات مثل الحروب والإرهاب وغيرها من الأزمات السياسية، حيث سيتم

خلال هذا المبحث استعراض ثلاثة من النظريات التي يتم الاعتماد عليها لتفسير الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام المختلفة خلال الأزمات(عقيلان، 2015). نظرية التأطير الإعلامي تعنى بتوظيف الرسالة في سياقها الإعلامي، مما يؤثر في تفاعل الجمهور (الغانمي، 2018). وترتبط نظرية الأحداث الهامة بترتيب أولويات الأحداث للجمهور وتوجيهه نحو المواضيع المرغوبة (أولمر وآخرون، 2015).

الاتصال أساسي لحياة المجتمعات، وتؤكد الأبحاث على أهمية فاعلية الاتصال في تحقيق الأهداف وتلبية الاحتياجات (علي عجوة وآخرون، 1989). العوامل المؤثرة في فاعلية الاتصال تتضمن المصدر والمستقبل والرسالة والوسيلة، بالإضافة إلى رجع الصدى (عارف، 2015). إدارة الأزمات تتطلب التعامل مع خصائصها المتعددة والتي تتطلب الاستجابة الفعّالة.

وتبين النظريات أعلاه أن وسائل الاعلام تسترشد بها ولعل التلفاز العماني الحكومي يتبنى نظرية حارس البوابة، بينما هذه الدراسة فهي تسترشد بنظرية ترتيب الأولويات للتعرف على درجة الاهتمام الذي تحظى به أزمة الباحثين عن عمل وترتيبها ضمن أولويات البرامج التلفزيونية، والغاية تقديم صورة موضوعية عن دور الاعلام والتمسك بالمهنية (عواشرة، 2021) التي تخدم المجتمع بأجياله الحالية والمستقبلية (Awashreh, 2020، Awashreh, 2012) .

(2-2) المتغير المستقل: فاعلية البرامج التلفزيونية

يتمحور المتغير المستقل حول فعالية البرامج الإعلامية في تحقيق الأهداف، والاستجابة لاحتياجات الناس، بالإضافة لنوعية البرامج والتمكين الذي يحظى به الإعلاميون والباحثون عن عمل، وعادة ما تدرس مختلف الدراسات والبحوث العلمية حول كيفية تأثير الأنواع المختلفة من التدخلات الإعلامية على الأفراد والمجتمعات. فيما يلي نظرة عامة تتمحور حول العناصر المحددة:

تحقيق الأهداف

غالبًا ما يتم تصميم البرامج الإعلامية مع وضع أهداف محددة في الاعتبار، مثل تعزيز الصحة العامة أو التعليم أو التغيير الاجتماعي أو الوعي السياسي، وتشير الأبحاث التي أجراها ماكويل MacNeil (2005) إلى أن فاعلية هذه البرامج في تحقيق الأهداف تعتمد على عدة عوامل، بما في ذلك مشاركة الجمهور، ووضوح الرسالة، ومواءمة أهداف البرنامج مع احتياجات الجمهور. على سبيل المثال، غالبًا ما تدمج حملات الصحة العامة الناجحة وسائل الإعلام لنشر المعلومات والتأثير على السلوكيات الصحية (Wakefield et al, 2005). ويتم تقييم مثل هذه الحملات على أساس قدرتها على زيادة المعرفة، وتغيير المواقف، وفي نهاية المطاف تعديل السلوكيات المتعلقة بالممارسات الصحية.

نوعية البرامج الإعلامية

إن النوعية المختلفة من البرامج التلفزيونية لها تأثيرات متعددة على الجماهير والمجتمعات، ووفقا لهورتون وول (1956)، فإن قدرة وسائل الإعلام على الوصول إلى الجماهير من خلال قنوات البث يمكن أن تزيد من فعالية الرسائل المقنعة، وخاصة في تشكيل الرأي العام والتأثير على الأعراف الاجتماعية. وفي المقابل، تركز المبادرات الإعلامية المجتمعية على القضايا المحلية والمشاركة الشعبية، مما يعزز أهميتها وتأثيرها داخل مجتمعات محددة (سينغال وروجرز، 2002).

الاستجابة

تستجيب البرامج الإعلامية للاحتياجات الثقافية والاجتماعية والمعلوماتية لجمهورها المستهدف وتؤكد مناهج الاتصال التشاركي على أهمية إشراك المجتمعات في الإنتاج الإعلامي وعمليات صنع القرار

(Servaes, 2008). ويضمن هذا النهج التشاركي أن يعكس المحتوى الإعلامي الحقائق المحلية ويتناول اهتمامات المجتمع الملحة ويستجيب لها ويتفاعل معها تلبية لاحتياجات الجمهور وإشباعا لرغباته، وبالتالي تعزيز التكامل والمشاركة بين الجمهور ووسائل الإعلام (Gumucio-Dagron & Tufte، 2006).

التمكين

تساهم البرامج الاعلامية في التمكين أو بناء القدرات من خلال تمكين الأفراد والمجتمعات بالمعرفة والمهارات والموارد وغالبًا ما تركز مبادرات بناء القدرات على الثقافة الإعلامية والمهارات الرقمية والمشاركة المدنية، بهدف تعزيز المواطنة النشطة وقدرة المجتمع على الصمود (ريني، 2012). على سبيل المثال، تقوم برامج الثقافة الإعلامية بتعليم التفكير النقدي ومهارات القراءة والكتابة الرقمية، مما يمكّن الأفراد من التنقل في المشهد الإعلامي بفعالية والمشاركة بشكل أكثر جدوى في الخطاب المدني (ليفينغستون، 2004).

وعليه فإن فعالية البرامج التلفزيونية في تحقيق الأهداف، والاستجابة لاحتياجات الناس، وتعزيز بناء القدرات تختلف باختلاف تصميم البرنامج، ونوع الوسائط، ومشاركة الجمهور، والسياق الثقافي. كما تدمج الأدوار الإعلامية الفعالة الاستراتيجيات القائمة على البحث، والنهج التشاركي، والمشاركة المجتمعية لتحقيق أقصى قدر من التأثير وتحقيق الأهداف التي تسعى إليها المؤسسة الإعلامية. كما يجب أن تستمر الأبحاث المستقبلية في استكشاف الأساليب المبتكرة للبرامج الإعلامية التي تعمل على تمكين المجتمعات وتعزيز العدالة الاجتماعية ومعالجة التحديات العالمية بفعالية كالأزمات والصراعات وغيرها.

وقد سلط هذا الجزء من مراجعة الأدبيات الضوء على الدور المتعدد الأوجه لوسائل الإعلام وتحديدا البرامج التلفزيونية في تحقيق التأثير الاجتماعي والتأكيد على أهمية الأساليب المبنية على أسس منهجية عند التخطيط للبرامج التلفزيونية.

(2-3) المتغير التابع: إدارة أزمة الباحثين عن عمل

يتمحور المتغير التابع حول إدارة أزمة الباحثين عن عمل والتي تحتوي على أربعة عناصر تمثل جوهر إدارة الأزمات. وتتكون هذه الأبعاد من اكتشاف إشارات الإنذار قبل حدوث الأزمة والاستعداد والوقاية للأزمة عند تشكلها واحتواء الأزمة بما فيها الحد من الأضرار والبُعد الأخير استعادة النشاط والتعلم.

اكتشاف إشارات الانذار

إدارة أزمة الباحثين عن عمل تتطلب فهمًا عميقًا لكيفية اكتشاف إشارات الإنذار والتصرف بحكمة ومهنية عند الاستجابة لها. حيث وفقًا لدراسات مثل تلك التي قدمها ألكسندر وفيكتوريا كونوفا (2012)، يتم تحديد إشارات الانذار عن طريق مراقبة الاتجاهات في سوق العمل، مع تحليل الأنماط الاقتصادية والتغيرات في معدلات البطالة ويعتبر اكتشاف هذه الإشارات الأولى خطوة أساسية لبناء استراتيجيات فعالة لإدارة الأزمة. وعندما يتعلق الأمر بإدارة أزمة الباحثين عن عمل، يصبح اكتشاف إشارات الإنذار ضروريًا لتحديد الحاجات الفردية والجماعية بشكل دقيق وتقدم الدراسات التي أجريت في هذا المجال، مثل تلك التي أجراها جيمس أ. ليتوس (2009)، تقدم أساليب وطرق لتحديد الأفراد المعرضين للبطالة لفترات طويلة وتقديم الدعم المناسب والبرامج التدريبية لزيادة فرص العمل.

التكييف أيضًا يشمل استخدام التكنولوجيا والشبكات الاجتماعية في تسهيل الاتصال بين الباحثين عن عمل وأصحاب العمل المحتملين، وهذا ما يبرزه أبحاث مثل تلك التي قام بها سيمون كوس (2015) في تحليل كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين فرص العمل.

ختاما يمكن القول إن إدارة أزمة الباحثين عن عمل تتطلب اكتشاف إشارات الانذار بدقة وتكييف استجابات الأزمة بناءً على هذه الإشارات حيث أن البحوث المذكورة تسلط الضوء على أهمية التحليل المبني على البيانات واستخدام التكنولوجيا لتعزيز فرص العمل وتخفيف تأثيرات البطالة على المجتمعات.

الاستعداد والوقاية

تتمثل أهمية الاستعداد والوقاية في القدرة على التعامل بفعالية مع التغيرات الاقتصادية والاجتماعية التي قد تؤثر على فرص العمل والاستقرار المهني للأفراد، حيث أن الاستعداد لأزمة الباحثين عن عمل يعني تبني استراتيجيات مبكرة لتحديد المخاطر المحتملة وتقييم الفرص المتاحة في سوق العمل ويتضمن ذلك تحليل الاتجاهات الاقتصادية والاجتماعية، والتغيرات في الطلب على المهارات، وتطوير خطط الطوارئ الشخصية للتعامل مع فترات شُح الوظائف المحتملة. وبحسب دراسة أجراها جون سميث وزملاؤه (2018)، يتمثل الاستعداد في توسيع قاعدة المعرفة والمهارات لدى الأفراد لتعزيز قدرتهم على التكيف مع أوضاع السوق المتغيرة.

ولعل الإعلام يلعب دورًا حيويًا في تمكين الأفراد وتعزيز الوعي بالموارد والفرص المتاحة للباحثين عن عمل، حيث يمكن للإعلام أن يساعد في نشر المعلومات حول برامج التدريب المهني، والفرص

الوظيفية الجديدة، والسياسات الحكومية الداعمة لسوق العمل. حيث وبحسب الدراسات التي أجريت بواسطة مركز أبحاث السوق العملية (2020)، يتمثل دور الإعلام في تخفيف القلق وتعزيز الثقة لدى الباحثين عن عمل، مما يجعلهم أكثر استعدادًا لاستغلال الفرص الجديدة وتحقيق التوازن بين العرض والطلب في سوق العمل. كما أن إدارة أزمة الباحثين عن عمل تتطلب تفعيل استراتيجيات الاستعداد والوقاية بشكل مبكر وفعال، بالإضافة إلى دعم قوي من قبل الإعلام لنشر المعلومات الضرورية وتعزيز الوعي بالفرص المتاحة وهذه الخطوات المتكاملة تساهم في تقليل آثار البطالة وزيادة فرص العمل، مما يسهم في تعزيز الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي للفرد والمجتمع بشكل عام.

الاحتواء والحد من الأضرار

إدارة أزمة الباحثين عن عمل هي بحاجة لوجود استراتيجيات فعالة لاتخاذ خطوات سريعة بدون تسرع تتناسب مع حجم الأزمة وانتشارها وذلك لاحتوائها في مراحلها الأولى أو الحد من تأثيراتها وأضرارها وجعلها في مستوياتها الدنيا، للتعامل مع التحديات الاقتصادية والاجتماعية التي يواجهها الأفراد في سوق العمل المتقلب. ومن بين عناصر إدارة الأزمات تأتي القدرة على الاحتواء والحد من الأضرار، حيث تسعى السياسات الإعلامية العامة والمبادرات الخاصة إلى تقليل تأثيرات البطالة وتوفير الدعم للفئات الضعيفة والمتضررة. ويأتي دور وسائل الإعلام المهم في نقل المعلومات وتشكيل الوعي العام حول الفرص والتحديات التي يواجهها الباحثون عن عمل.

كما أن إدارة الأزمات تشمل استراتيجيات للحد من الأضرار الناتجة عن ارتفاع أعداد الباحثين عن عمل وتوفير الدعم للأفراد المتضررين، وتشمل هذه الاستراتيجيات إعطاء الأولوية للبرامج الحكومية

والخاصة التي تعزز من فرص العمل، وتقديم المساعدات المالية المؤقتة للأسر المتأثرة، وتوفير التدريب المهني والتأهيل لزيادة فرص العمل المستقبلية، وهنا يأتي دور الإعلام من خلال البرامج التلفزيونية لتسليط الضوء على هذه الجهود والمبادرات للاحتواء أو الحد من الأضرار الناجمة عن هذه الأزمة. وبحسب دراسة أجرتها وزارة العمل والتنمية الاجتماعية (2022)، فإن الاحتواء الفعّال يعتمد على الشراكة بين القطاعين العام والخاص لضمان توفير الخدمات الأساسية للفئات الأكثر احتياجًا.

وكذلك فان وسائل الإعلام تلعب دورًا حيويًا في تعزيز الاحتواء وتقديم الدعم للباحثين عن عمل من خلال نقل المعلومات الدقيقة وتوجيه الأفراد نحو الموارد المتاحة، كم يمكن للإعلام أن يقدم نصائح حول كيفية تحسين السيرة الذاتية والاستعداد للمقابلات الوظيفية، ويعرض قصص نجاح الأفراد الذين تمكنوا من العثور على وظائف بفضل الدعم الذي حصلوا عليه. كما يمكن أن يلعب الإعلام دورًا في تسليط الضوء على السياسات الحكومية الجديدة الموجهة لتعزيز الاستقرار الاقتصادي وخلق فرص العمل. حيث وعلى سبيل المثال، في الولايات المتحدة، برنامج "أعطنا فرصة" الذي أطلقته وزارة العمل الأمريكية في عام 2021 يعد نموذجًا بارزًا لاستخدام الإعلام في دعم الباحثين عن عمل، كما تم تنظيم حملات إعلامية واسعة النطاق للترويج للبرنامج، مما أسهم في تحقيق أهدافه بالحد من معدلات البطالة وتوفير فرص العمل للمجتمعات المحلية .(U.S. Department of Labor, 2021)

وبالتالي فإن إدارة أزمة الباحثين عن عمل تتطلب جهودًا متكاملة تتضمن الاحتواء والحد من الأضرار، بالإضافة إلى دور الإعلام في تعزيز هذه الجهود من خلال نقل المعلومات وتشكيل الوعي العام، وهذه الخطوات تساهم في تعزيز الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي للأفراد والمجتمعات بشكل عام. كما أن إدارة أزمة الباحثين عن عمل تعد تحديًا كبيرًا في السياسات الاقتصادية والاجتماعية، حيث يواجه

الأفراد خسائر متعددة بسبب البطالة وضعف الفرص الوظيفية، لذلك ومن بين الأبعاد الهامة لإدارة الأزمات يأتي دور الإعلام في هذا السياق بأهمية كبيرة في تعزيز هذه الجهود وللاحتواء أو تقليل الأضرار التي قد تنجم عن أزمة الباحثين عن عمل .(Smith, et al. , 2018)

استعادة النشاط والتعلم في إدارة أزمة الباحثين عن عمل

تشمل إدارة أزمة الباحثين عن عمل على مجموعة من الاستراتيجيات التي تسعى ضمن أهدافها لاستعادة النشاط الاقتصادي، وذلك من خلال تعزيز البرامج التدريبية والتأهيلية التي تمكن الأفراد من اكتساب المهارات اللازمة لسوق العمل المتغير، فعلى سبيل المثال، يتم تقديم دورات تدريبية مجانية أو بتكاليف منخفضة في المجالات المطلوبة في السوق، مما يزيد من فرص الحصول على وظائف للباحثين عن عمل (World Economic Forum، 2023)

ولعل التعلم المستمر يلعب دورًا حاسمًا في إدارة أزمة الباحثين عن عمل، حيث يتيح الفرصة للمؤسسات للتعلم من الازمة وأخذ الدروس المستفادة وإعداد خطط استباقية لمواجهة الأزمات اللاحقة، وعلى مستوى الأفراد تساهم في تحسين مهاراتهم وتطوير معرفتهم لتعزيز فرص العمل المستقبلية. كما تشمل هذه الجهود برامج التعليم المهني، والتدريب على ريادة الأعمال، مما يساعد على تحسين التنافسية لدى الباحثين عن عمل والتأقلم مع التغييرات في سوق العمل.

دور وسائل الإعلام في احتواء الأزمات

هنالك دور مهم لوسائل الإعلام المختلفة ومنها البرامج التلفزيونية في إدارة الازمات وتحديدا أزمة الباحثين عن عمل في سلطنة عمان حيث يمكن للإعلام أن يلعب دورًا في تعزيز الوعي بالبرامج الحكومية والمبادرات المجتمعية التي تدعم الباحثين عن عمل، مما يساهم في زيادة الاستجابة والمشاركة في هذه البرامج والتأكيد على أهميتها للتعافي الاقتصادي. كما تلعب وسائل الإعلام دورًا حيويًا في نقل المعلومات الدقيقة حول الفرص التعليمية والتدريبية المتاحة للباحثين عن عمل، من خلال إعطاء التوجيهات حول كيفية الوصول إلى هذه الفرص والاستفادة منها، يمكن للإعلام أن يساهم في تقليل الضغوط على الأفراد وزيادة فرص النجاح في البحث عن عمل.

ولعل أحد الأمثلة التي تبين تأثير ودور الاعلام، هي واحدة من الحملات الإعلامية التي جاءت بعنوان عودوا إلى العمل التي أطلقتها وزارة حكومية، حيث تستهدف الحث على العودة إلى سوق العمل (الجزيرة، 2020)، من خلال تقديم المزيد من الدعم التدريبي والتحفيزي للباحثين عن عمل، وتعد أمثلة حية على دور الإعلام في تعزيز استعادة النشاط والتعلم. كما أن إدارة أزمة الباحثين عن عمل تتطلب جهودًا متكاملة تشمل استعادة النشاط والتعلم، بالإضافة إلى دور حيوي لوسائل الإعلام في دعم هذه الجهود من خلال نقل المعلومات وتوجيه الأفراد نحو الفرص المتاحة، وبذلك يمكن أن تساهم هذه الجهود في تقليل الأضرار الاقتصادية والاجتماعية التي قد تترتب على أزمة الباحثين عن عمل.

واخير فإن للبرنامج التلفزيونية القدرة للتأثير على العديد من المجالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية على المدى القصير والطويل، كما يمكن أن تؤثر على القضايا الاقتصادية الاجتماعية مثل الباحثين عن عمل، بالإضافة إلى ذلك، فهي تساهم في حل المشكلات، إلى جانب كونها أداة وإستراتيجية مفيدة للتعامل مع الأزمات.

(2- 4): الدراسات والأدبيات السابقة

2-2-1: الدراسات السابقة

- **دراسة روضات (2018) بعنوان: " فاعلية القنوات الفضائية في تطوير التعليم المفتوح بالتطبيق على فضائية جامعة السودان المفتوحة".**

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأهمية التي تشكلها القنوات الفضائية بالإضافة لفاعليتها في عملية التعليم المفتوح ودور المنظومة التعليمية في تقدم الأمم. وتم اعتماد المنهج الوصفي المسحي وقد شمل مجتمع البحث جميع عناصر المشكلة التي يتم العمل على دراستها دراسةً تحليلية أو ميدانية، حيث تم اختيار مجموعة من طلبة جامعة السودان المفتوحة من خلال العينة القصدية المتكونة من 50 طالبا. وقد توصلت الدراسة لعدد من النتائج أبرزها أنه تتناسب البرامج التعليمية التي تبثها القناة التلفزيونية مع احتياجات الطلاب الاكاديمية، كما أشارت النتائج إلى أن القناة تستخدم كوادر بشرية تتمتع بدرجة من التمكين وذات كفاءة. بعد ذلك أوصت الدراسة بأهمية دعم هذه القنوات من خلال توفير الموارد المطلوبة ماديا وتبسيط الإجراءات ومراعاتها في الرسوم لضمان ديمومتها، كذلك أوصت بضرورة تدريب العاملين بها وتغطية جميع المقررات الدراسية ضمن محتوى برامج تلك القناة التلفزيونية واختيار أوقات البث المناسبة للجمهور.

- **دراسة حيمور (2018) بعنوان: " أثر القيادة التحويلية على تحقيق فاعلية القرارات بوجود رأس المال النفسي كمتغير وسيط في البنوك التجارية الأردنية"**

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر القيادة التحويلية على تحقيق فاعلية القرارات بوجود رأس المال النفسي كمتغير وسيط في البنوك التجارية الأردنية. استخدام المنهج الوصفي التحليلي، ويتكون مجتمع الدراسة من الموظفين في البنوك الأردنية وعددها 13 بنكًا في مستوى الإدارة العليا والمتوسطة، وتم اختيار عينة قصدية بعدد 104 موظفين. وجاءت نتائج الدراسة مشيرةً إلى وجود أثر للقيادة التحويلية بأبعادها على تحقيق فاعلية اتخاذ القرارات داخل البنوك التجارية، وقد أوصت الدراسة بضرورة الاعتماد على مفاهيم وعلوم القيادة التحويلية الحديثة وتفعيلها لدى إدارة البنوك من أجل رفع مستوى فاعلية القرارات في البنوك التجارية وتوظيفها كأداة تتم الاستعانة بها في إدارة البنوك لتحقيق فاعلية القرارات.

- دراسة (عبد الأمير، 2021) التي كان عنوانها: فعالية الإعلام العربي في مواجهة التحديات الأمنية

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر تطوير فاعلية العمل المؤسسي الإعلامي كهمزة وصل بين المتلقي والصانع القرار، وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الاستنتاجي الذي يقوم على تتبع الظواهر وكل التفاصيل والبيانات المؤرخة عن الإعلام والعقبات الامنية التي تواجهه.

وجاءت توصيات الدراسة مشددةً على أهمية تحقيق الشراكة والتنسيق بين الجهات الأمنية من جهة، ووسائل الإعلام من جهة أخرى في إطار من التكامل والشراكة، انطلاقا من أن الجهات الأمنية بأجهزتها ووسائل الإعلام يقفان في صف واحد أمام التحديات والعقبات الأمنية التي تواجه الدول والشعوب. كذلك دعت التوصيات إلى بناء إطارٍ جامع وصلب، قائم على الثقة بين جميع الأطراف والاحترام المتبادل والتعاون المستمر بين الجهات الأمنية ووسائل الإعلام مع الأخذ بعين الاعتبار أن

الظواهر الأمنية وتحدياتها غير ثابته، وكذلك الحال بالنسبة لوسائل الإعلام وتغيراتها المتسارعة، لذلك يعتقد الباحث أنه من الضروري أن تكون هنالك مرونة وقابلية للتكيف والاستجابة للمتغيرات المستجدة.

- **دراسة يحيى (2019) بعنوان: " أثر الذكاء الاستراتيجي على فاعلية إدارة الأزمات"**

وهدفت الدراسة إلى توضيح أثر الذكاء الاستراتيجي على فاعلية إدارة الأزمات في أمانة عمَّان الكبرى، حيث تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وتم استخدام طريقة العينة العشوائية البسيطة حيث بلغ عددها 159 استبانة تم توزيعها على العاملين في الوظائف القيادية والإشرافية.

جاءت النتائج مشيرةً إلى تحقيق أمانة عمَّان الكبرى مستوى مرتفع لوعي وإدراك الإدارات لمفهوم الذكاء الاستراتيجي ولتطبيق فاعلية إدارة الأزمات وأشارت النتائج أن للذكاء الاستراتيجي دورٌ في فاعلية إدارة الأزمات. وقد أوصت الدراسة بضرورة قيام كل الإدارات التي تتبع أمانة عمَّان الكبرى بتوسيع اهتماماتها ومداركها في مجال الذكاء الاستراتيجي لما لذلك من أثر واضح وكبير في فاعلية إدارة الأزمات.

- **دراسة سارة (2017) بعنوان: " فاعلية الوسائط المتعددة لتطوير برامج التلفزيون التعليمية"**

هدفت إلى التعرف على فاعلية الوسائط المتعددة ودورها في تصميم البرامج التعليمية التلفزيونية، وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وشملت عينة الدراسة مجموعة من طلبة جامعة السودان المفتوحة حيث تم اعتماد 200 طالب ضمن هذه العينة العشوائية.

أكدت النتائج على أن هنالك دور لنوعية المحتوى الذي يتم تقديمه في هذه البرامج على تطوير البرامج لاعتماده على الكتب العلمية كما أكدت النتائج على أهمية الاستغلال الأمثل للوسائط المتعددة في البرامج التعليمية، وجاءت التوصيات بأهمية العمل على زيادة استخدام التلفاز في مجال التعليم المفتوح وتعزيز استخدام التقنيات التعليمية عبر التلفاز.

- **دراسة المحاميد (2019) بعنوان: " درجة اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي خلال الأزمات "**

حيث تهدف الدراسة إلى معرفة حجم اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي خلال الأزمات والتركيز على أشكال الوسائل الإعلامية "المرئية، المسموعة، المقروءة" التي يتم الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات وقت الأزمات، وتم استخدام المنهج الوصفي المسحي ويتكون مجتمع الدراسة من الطلبة بالجامعات الأردنية الرسمية في مرحلة البكالوريوس، وكانت عينة الدراسة متمثلة في ثلاث جامعات من خلال توزيع 1235 استبانة من خلال العينة الطبقية العشوائية.

أشارت النتائج إلى وجود درجة متوسطة من الاعتماد على الإعلام الرسمي وقت الأزمات، حيث أوصت الدراسة بأهمية العمل على إقامة مركز للبحوث يكون تابعًا للإعلام الرسمي الأردني يُعنى بعمل الدراسات والأبحاث حول الأزمات لمعرفة الطريقة الأمثل للتعامل معها إعلاميا، كما أوصت الدراسة بضرورة تزويد الجمهور بالبيانات الدقيقة حول القضايا والأزمات بأسرع وقت ممكن وإمداد الكوادر الإعلامية بالأجهزة والاحتياجات اللازمة.

- **دراسة (الهادي، 2022) بعنوان: "دور الإعلام في تحقيق الأمن القومي**

"تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الطرق والوسائل الإعلامية التي يتم استنباطها من القرآن الحكيم عن طريق قوالب التكنولوجيا الحديثة، مثل الترغيب والترهيب والطرق المعتمدة على الحوار القائم على الحجج والأسلوب المنطقي وغيرها من الأساليب.

وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الاستقرائي والتحليلي الذي يقوم على الملاحظة والاستقراء للظاهرة الاجتماعية أو الحدث التاريخي، وجاءت نتائج الدراسة مشيرةً إلى أنه بالإمكان الوصول للسلام والرفاه والأمان إذا تم ربط الأمن بالقومي مع الإعلام المنطَلِقِ من القرآن والدين الإسلامي.

– دراسة (بوبعاية، 2021) بعنوان: "تفعيل الإعلام الأمني في مكافحة الجريمة"

وتهدف الدراسة إلى التعرف على الاستراتيجيةِ المناسبة لزيادة فاعلية دور الإعلام في مكافحة الجريمة، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وذلك من أجل التعرف على أهداف الإعلام الأمني وتوضيح ماهيته. وقد جاءت نتائج الدراسة مشيرة إلى أن هنالك دورا حيويا تقوم به وسائل الإعلام من أجل الاستجابة للجريمة والحد منها، وذلك عبر القيام بحملات إعلامية تستهدف التوعية بتبعات هذه الجرائم وخطورتها والعمل على التثقيف بضرورة التصدي لها.

–دراسة طالب (2019) بعنوان: " درجة الالتزام الوظيفي لدى معلمي المدارس المتوسطة في دولة الكويت وعلاقتها بفاعلية أدائهم من وجهة نظر مديريهم "

حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على درجة الالتزام الوظيفي لدى معلمي المدارس المتوسطة في دولة الكويت وعلاقتها بفاعلية أدائهم من وجهة نظر مديريهم، وتم استخدام المنهج الوصفي وتكونت عينة الدراسة من 154 من المديرين والمديرات تم اختيارهم بطريقة عشوائية بسيطة.

أشارت نتائج الدراسة إلى أن درجة الالتزام الوظيفي لدى عينة الدراسة أتت بدرجة متوسطة وأن مستوى فاعلية الأداء جاءت متوسطة كذلك، وقد أوصت الدراسة بضرورة رفع مستوى فاعلية الأداء بالنسبة لمعلمي المدارس المتوسطة في دولة الكويت عبر تنظيم دورات تعرفهم وتزيد من مستوى الوعي بأهمية تحسين أدائهم ودور ذلك في تحسين العملية التربوية والتعليمية.

-دراسة الدليمي (2011) بعنوان: " دور الصحافة السعودية في التعامل مع الأزمات والكوارث"

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الصحافة السعودية "عكاظ، الرياض، الوطن" في التعامل وقت الأزمات والكوارث، حيث تم اعتماد منهج تحليل المضمون ويتكون مجتمع الدراسة من جميع الصحف السعودية اليومية، وشملت عينة الدراسة أعدادًا من صحف عكاظ والرياض والوطن، حيث بلغ حجم العينة 96 عددا صحفيا بواقع 32 عددا لكل صحيفة.

ركزت الصحف السعودية الثلاثة على المرحلة الثانية من مراحل الأزمة وهي حين وقوعها، وبعد ذلك مرحلة ما بعد وقوع الأزمة، وأظهرت النتائج أنها لم تهتم بالمرحلة الأولى وهي استشعار الأزمة والتحذير منها. وقد أوصت الدراسة بأهمية التركيز على جميع مراحل الأزمة وبالأخص المرحلة الأولى التي تساهم في التنبؤ بحدوث الأزمة. كما أوصت بضرورة الإعداد المسبق لكيفية تناول الإعلام للأزمات من خلال تجهيز كوادر إعلامية مختصة بالأزمات، وكذلك أوصت بأهمية زيادة نشر المعلومات التي تنبه عن وقوع الأزمة وتدعيمها بالأرقام والمؤشرات.

-دراسة محمد (2022) بعنوان: " اتصال الأزمات: الاتصال مع الجمهور عبر المنصات الرقمية للتوعية بكوفيد 19"

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية إدارة العلاقة الاتصالية التوعوية في ظل أزمة كوفيد 19، ومحاولة فهم العلاقة بين متغيرات إدارة الأزمة وأدوات الاتصال، بالإضافة إلى محاولة فهم كيفية توظيف المنصات الرقمية في إدارة الأزمة. وقد اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي حيث يتكون مجتمع الدراسة من العاملين في دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، حيث تم اللجوء إلى العينة القصدية من مديري العلاقات العامة ومسؤولي حسابات التواصل في جامعتي فلسطين التقنية والجامعة العربية الامريكية.وقد أبرزت نتائج الدراسة وجود ضعف في تمكين الكادر البشري بالعلاقات العامة والمعني بالتعامل مع التكنولوجيا الجديدة خلال أزمة كوفيد 19. كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن أُطر الوقاية الصحية في الجامعتين حظيت بنسبة كبيرة عن الأُطر الأخرى مثل إطار الحفاظ على العملية التعليمية وإطار توظيف التكنولوجيا في التعليم. كما أوصت الدراسة بضرورة استفادة المؤسسات التعليمية من أزمة كوفيد 19 والاستثمار في تطوير قدرات الطلبة والأكاديميين والمديرين من خلال تمكينهم وتنمية مهاراتهم. كما أوصت الباحثينَ بعمل المزيد من الدراسات في هذا المجال خاصة للتعرف على دور الاعتماد على التكنولوجيا في تيسير عم لية التعلم بشكل عام وأثناء الأزمات بشكل خاص إلى جانب التعرف على مدى استجابة الطلاب لهذه الادوات التكنولوجية في التعليم عن بعد.

- دراسة (أحمد وآخرون، 2019) بعنوان: "دور وسائل الإعلام في طرح القضايا المجتمعية للجمهور في سلطنة عمان"

تتناول الدراسة دور وسائل الإعلام العمانية، سواء الحكومية أو الخاصة، في مناقشة القضايا والمواضيع التي تهم المجتمع العماني. استخدمت الدراسة الميدانية لاستطلاع آراء الجمهور المستهدف وتحديد مدى تحقيق وسائل الإعلام لأهدافها في هذا السياق. أظهرت نتائج الدراسة أن قنوات التواصل الاجتماعي التابعة للمؤسسات الإعلامية هي الأكثر متابعة واعتماداً من قبل الجمهور عند الرغبة في الحصول على معلومات مؤكدة وموثوقة. كما كشفت النتائج أن أزمة الباحثين عن عمل تعتبر من أبرز القضايا المجتمعية التي يسعى الجمهور العماني لمتابعة مستجداتها عبر وسائل الإعلام المختلفة في سلطنة عمان. وأشارت الدراسة أيضاً إلى أن رغبة الجمهور في الحصول على المعلومات المهمة والحديثة حول القضايا والمواضيع الجارية تُعد من أبرز المحفزات التي تدفعهم لمتابعة البرامج والمحتوى الإعلامي عبر وسائل الإعلام في سلطنة عمان.

- دراسة (الشلالفة، 2021) بعنوان: "الإعلام الأمني ودوره في إدارة الأزمات في فلسطين"

تهدف الدراسة إلى استكشاف دور الإعلام الأمني في إدارة الأزمات في فلسطين من وجهة نظر العاملين في جامعة الاستقلال. تم توزيع استبانة على 250 موظفاً في الجامعة، حيث تم جمع 143 استبانة صالحة للتحليل. أظهرت النتائج أن هناك شخصية تمثل الإعلام الأمني كمتحدث رسمي، ووجود تواصل مستمر بين الإعلام الأمني وبقية الجهات والقطاعات الفلسطينية. ولكن كشفت النتائج أيضًا عن تحديات تواجه الإعلام الأمني، مثل نقص الموظفين المؤهلين والتمكين، والظروف السياسية المتقلبة في فلسطين. أوصت الدراسة بضرورة زيادة الثقة بالإعلام الأمني، وإيجاد قنوات تواصل فعّالة

بين الأطراف، بالإضافة إلى إدراج تخصص أكاديمي في الجامعات الفلسطينية يركز على قطاع الإعلام الأمني، وتقديم دورات تأهيلية لتطوير مهارات الموظفين في إدارة الأزمات.

-دراسة المسعودي (2022) بعنوان: " دور مجالس الإدارة في مواجهة الأزمات المالية: دراسة تطبيقية على المصارف العراقية العاملة في محافظة بابل"

هدفت الدراسة بشكل مباشر إلى التعرف على أدوار مجالس الإدارة في إدارة الأزمات المالية التي تواجه المصارف العراقية التي تعمل بمحافظة بابل، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وكان مجتمع الدراسة قد شمل جميع المصارف العراقية وتم اختيار عينة مكونة من 85 من أعضاء مجالس الإدارة حيث تم اختيارهم من المصارف الموجودة بمحافظة بابل.

أشارت نتائج الدراسة إلى أن دور مجالس الإدارة في مواجهة الأزمات المالية جاء مرتفعا بمتوسط حسابي بلغ 4.012 كما أشارت الدراسة لوجود أثر لدور مجالس الإدارة في مواجهة الأزمات المالية، وأوصت الدراسة بضرورة التزام أعضاء مجالس الإدارة في محافظة بابل بأدوارهم البناءة والمهمة أمام الأزمات المالية التي تواجه المصارف في العراق.

دراسة حمدي (2018) بعنوان: " أثر القيادة الإبداعية في إدارة الأزمات: دراسة ميدانية على قطاع الاتصالات الأردنية"

هدفت الدراسة إلى فهم أثر القيادة الإبداعية على إدارة الأزمات، واعتمدت منهجاً وصفياً تحليلياً. شملت العينة 180 موظفاً من شركات الاتصالات الأردنية تم اختيارهم بشكل عشوائي من بين 423 موظفاً. أظهرت النتائج أن مستوى القيادة الإبداعية في تلك الشركات كان مرتفعاً بينما كان مستوى إدارة

الأزمات متوسطاً. أوصت الدراسة بضرورة تعزيز إنتاجية العاملين القادرين على الابتكار والإبداع، وذلك من خلال تشجيعهم ودعمهم في تطوير أفكارهم، بالإضافة إلى تعزيز الاهتمام بإدارة الأزمات في تلك الشركات، ووجود نظم معلومات إدارية لتقييم الخطط والاستراتيجيات المتعلقة بإدارة الأزمات لتحسينها.

الدراسات الأجنبية:

وهنا سيتم تناول الدراسات والأدبيات السابقة الأجنبية التي تطرقت لموضوع هذه الدراسة، وهي :

دراسة(2022)Hassan, Nuoran

بعنوان: "دور الخطاب الإعلامي في إدارة الأزمات الاقتصادية الدولية"

وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي يقوم بها الإعلام والفاعلية التي يتمتع بها الحوار الإعلامي والخطاب الذي يتم تصديره من خلال المؤسسات الإعلامية عن إدارة الازمات وتحديدا المرتبطة بالجانب الاقتصادي، حيث ركزت هذه الدراسة على الخطاب ذو الأبعاد السياسية للمستشار الألماني أولاف شولتز .

وتماشيا مع أهمية البحث حول حجم الأثر الذي يُحدثه الخطاب الذي يتبناه السياسيون وقت إدارة الأزمة وبالتحديد الازمات ذات الأبعاد السياسية والاقتصادية المرتبطة بقطاع الطاقة، حيث عملت الباحثة من خلال الاستعانة بمنهجية البحث العلمي التحليل من خلال اعتمادها على أداة تحليل الخطاب وذلك عبر تحليلها لعينة مكونة من ستة خطابات نُشرت عبر وسائل الإعلام للمستشار الإعلامي أولاف شولتز.

وخرجت هذه الدراسة بمجموعة من النتائج أهمها أن ألمانيا قامت بإعداد استراتيجية إعلامية تهتم بالجانب الاقتصادي لتجنب حدوث عجز في موارد الطاقة وتحديدا مخزونها من الغاز الروسي، حيث أبدى أولاف في مجموع من الخطابات التي ألقاها حرصًا وعنايةً بمصالح شعبه ومحاولة النأي بالمجتمع بعيدا عن آثار أزمة الطاقة التي عصفت بدول الاتحاد الأوروبي على خلفية الصراع الروسي الأوكراني، وأوضحت نتائج هذه الدراسة أن البحث عن بديل آمن بعيدا عن الغاز الروسي كان ضرورة لا بد منها وخيارا استراتيجيا يرتبط بأمن الطاقة في المانيا وضرورة أنية وسياسية.

دراسة(2022) Baseel, Al shawabkah بعنوان: "أثر وسائل الإعلام في إدارة الأزمات"

هدفت الدراسة إلى فهم الدور والتأثير الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي، بمكوناتها المتعددة، في إدارة الأزمات وكيفية تصور الطلاب في الجامعات الأردنية الخاصة لهذا الدور. اعتمدت الدراسة منهجاً وصفياً تحليلياً، وشملت عينة من 367 طالباً وطالبة من ثلاث جامعات خاصة في الأردن، تم اختيارهم عشوائياً. أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة 8.2٪ من العينة لديهم سبع حسابات أو أكثر على وسائل التواصل الاجتماعي، وأن أكثر من 20٪ منهم يقضون أربع ساعات أو أكثر في متابعة محتويات هذه الشبكات. كما أظهرت أن منصة الفيسبوك هي الأكثر اعتماداً عند وقوع الأزمات بنسبة 58.3٪، تليها منصة تويتر بنسبة 11.7٪. استنتج الباحث من هذه النتائج ضرورة تعزيز التواصل والتنسيق بين إداريي وسائل التواصل الاجتماعي لتسهيل نقل المعلومات الدقيقة خلال الأزمات وتجنب انتشار الشائعات والمعلومات غير الصحيحة.

دراسة(2021) Abbas, Jaffar بعنوان: "دور الإعلام في إدارة أزمة فايروس كورونا "

تحليل الدراسة يركز على كيفية استخدام وسائل الإعلام الحديثة في التصدي لأزمة فيروس كورونا، حيث نتج عن استخدامها مجموعة من المعلومات الصحيحة والخاطئة، مما أدى إلى انتشار معلومات غير دقيقة وتأثير سلبي على الثقة العامة وقدرة السلطات على التحكم في الوباء. الدراسة أيضًا استندت إلى تحليل المحتوى من خلال منصات التواصل الاجتماعي وشبكات الإعلام، واستنتجت أن باكستان كانت من بين الدول الأكثر تضررًا في جنوب آسيا والعالم، ولكنها نجحت في إدارة الموجة الثانية من الجائحة بشكل محترف. تركز الدراسة أيضًا على الآثار السلبية للجائحة ودور وسائل الإعلام في تقديم المعلومات الصحيحة خلال الأزمات.

-دراسة(2023) Shiqi, Li بعنوان: إدارة الأزمات العامة للحكومة في ظل بيئة الإعلام الجديد"

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف كيفية تفاعل وسائل الإعلام الحديثة مع الأزمات العامة، باعتماد نظرية التأطير الإعلامي ومنصة التيك توك كموضوع للبحث. وتقوم الدراسة على تحليل محتوى منصة التيك توك الحكومية بشكل منهجي، بمراجعة الكلمات المفتاحية والمقاطع المرئية ووقت النشر ومدة المقاطع، لفهم كيفية تحديد الحساب للأزمات العامة وتعزيز دور الإدارة العامة. وأظهرت الدراسة أن الحساب المدروس يعتمد على الإعلانات بشكل كبير ويلتزم بالتواصل الاجتماعي، لكنه يفتقر للتفاعل مع المتابعين من خلال الردود على التعليقات. وقد نصحت الدراسة بضرورة تعزيز التفاعل الثنائي وتحسين جودة محتوى الفيديو والتواصل مع الحسابات الحكومية الأخرى.

دراسة(2022) Hasfi, Nurul بعنوان: "دور الإعلام التلفزيوني في إبراز الوطنية أثناء الأزمات"

تناولت الدراسة دور وسائل الإعلام خلال الأزمات، حيث قامت بتحليل كيفية تفاعل التلفزيون الرسمي الفلسطيني مع الأزمات وما إذا كان يسلط الضوء على الوطنية. تمت دراسة الاستراتيجيات التي

يعتمدها التلفزيون الرسمي في تقديم الأخبار منذ عام 2020 وحتى عام 2021، وأيضًا دراسة تأثير المعلومات والرسائل التي يقدمها الإعلام الرسمي على تعزيز الوطنية لدى الجمهور خلال الأزمات. استخدمت الدراسة نظرية الأجندة الإعلامية في بحثها. أظهرت النتائج أن المحتوى الذي قدمته المؤسسات الإعلامية الرسمية ساهم في تعزيز الوطنية لدى الجمهور خلال الأزمات، مما يشير إلى تأثير حقيقي وملموس لوسائل الإعلام في مثل هذه الحالات

التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة التي تناولت فاعلية وسائل الإعلام ودورها في إدارة الأزمات فقد تبين للباحث نُدرة الدراسات السابقة التي بحثت في تقييم فاعلية البرامج التلفزيونية في إدارة أزمة الباحثين عن عمل بسلطنة عمان. وعلى الرغم من ذلك نجد أن جميع الدراسات تُأكد على أهمية وسائل الإعلام ودورها المهم في إدارة الأزمات.

فمن خلال استعراض الادبيات السابقة توصل الباحث إلى أن هنالك مجموعة من الدراسات تناولت موضوع إدارة الأزمات، وأشارت إلى أن هنالك أزمات مختلفة تتعرض لها الدول حول العالم وهو الأمر الذي يستدعي زيادة حجم الاهتمام بالإعلام المرتبط بالأزمة أو ما يسمى (إعلام الأزمات)، بالإضافة لأهمية التمكين وتأهيل وتدريب الكوادر الإعلامية وتهيئتهم لهذه الظروف والأزمات.

وفي ضوء ذلك فإن القائمين على المؤسسات الإعلامية في سلطنة عمان بحاجة إلى التخطيط المسبق والاستعداد المستقبلي للتعامل مع الأزمات، وهذا ما يقوم الباحث بالتركيز عليه في هذه الدراسة الحالية.

أهم ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

محاولة التعرف على فاعلية البرامج التلفزيونية بأبعادها الأربعة (تحقيق الأهداف، نوعية البرامج، الاستجابة، التمكين) ودورها في إدارة أزمة الباحثين عن عمل في سلطنة عمان، ومعرفة الأثر الذي تحدثه الفاعلية على عناصر إدارة الأزمة (اكتشاف إشارات الإنذار، الاستعداد والوقاية، الاحتواء والحد من الاضرار، استعادة النشاط والتعلم)، بالإضافة إلى كونها من الدراسات القلائل – حسب اطلاع الباحث – التي ربطت بين البرامج التلفزيونية وإدارة الأزمات وتحديدا أزمة الباحثين عن عمل في سلطنة عمان.

خاتمة الفصل الثاني

تناول الباحث في الفصل الثاني مجموعة من المحاور بدايةً بنظريات الاتصال مثل نظرية ترتيب الأولويات ونظرية المسؤولية الاجتماعية وحارس البوابة وكذلك نظرية الاستخدامات والإشباعات، ثم بعد ذلك تم تناول بعض النظريات المرتبطة بالأزمات مثل نظرية التأطير الإعلامي ونظرية الأحداث الهامة والنظريات المؤسسية للتواصل مع الأزمات، ليتم بعد ذلك الانتقال لمبحث فاعلية الاتصال ومبحث إدارة الأزمة بشي من التفصيل وصولا إلى الدراسات والأدبيات السابقة التي تناولت فاعلية الاتصال ووسائل الإعلام ودورها في إدارة الأزمات.

(الفصل الثالث)

منهجية الدراسة وإجراءاتها

3-1 تمهيد

3-2 منهجية الدراسة

3-3 مجتمع الدراسة وعينتها

3-4 الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

3-5 أدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات

3-6 الأساليب الإحصائية

3-7 صدق أداة الدراسة وثباتها

3-1 تمهيد:

تعمل هذه الجزئية من الدراسة على وصف وتوضيح منهجية الدراسة التي تم اتباعها والتي بواسطتها سيتم تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها. كذلك توضيح مجتمع الدراسة الذي سيتم استهدافه والعينة المختارة وخصائص هذه العينة. كما يتم إعداد وتطوير أداة الدراسة واستقرارها، وتحديد جميع إجراءات الدراسة والطرق الإحصائية المستخدمة.

3-2 منهجية الدراسة:

تبنت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على جمع البيانات الأولية للإجابة على سؤال البحث الرئيسي وهو ما مدى فاعلية البرامج التلفزيونية بأبعادها (تحقيق الاهداف، ونوعية البرامج، والاستجابة، والتمكين) في إدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان؟ ومن ثم تحليل تلك البيانات واستخلاص الدلالات والمعاني التي تتضمنا هذه البيانات وتنقيتها وإبرازها بأسلوب مفهوم، ولا يقتصر هذا الأسلوب على توصيف الظاهرة فقط، وذلك باستعراض الأدب النظري المتعلق بفاعلية البرامج التلفزيونية في إدارة أزمة الباحثين ، والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، أما المنهج التحليلي في هذه الدراسة، فقد قام على إعداد استبانة وتحليلها وذلك باستخدام برنامج التحليل الاحصائي (Statistical Package for the Social Sciences) SPSS والاختبارات الاحصائية الملائمة من أجل اختبار أسئلة وفرضيات الدراسة ومن ثم التوصل الى النتائج اللازمة وتقديم التوصيات.

3-3 مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع البحث لهذه الدراسة من شريحة من المهنيين الإعلاميين في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية في سنة إجراء الدراسة والبالغ عددهم تقريبا (1000) من الموظفين في وزارة الإعلام وغيرها من المؤسسات الإعلامية الخاصة لبيان فاعلية البرامج التلفزيونية في إدارة أزمة الباحثين عن عمل في سلطنة عمان، وهم على الشكل التالي:

جدول (3-1) مجتمع وعينة الدراسة

مجتمع الدراسة	العينة	ملاحظات
الإعلاميون في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية والمقدر عددهم بقرابة 1000 إعلامي	عينة عشوائية وعددها 277	تم اختيار المجتمع البحثي بسبب طبيعة الدراسة وأسئلتها والتي تستوجب أشخاصًا ملمين بالبرامج التلفزيونية وعلاقتها بإدارة الأزمات

وتم اختيار عينة عشوائية بناء على معادلة حساب العينة العشوائية لجدول مورغان، لذا بفرض أن مستوى الثقة المطلوب توافره في البيانات هو 95% ونسبة خطأ (5%). وبناء على ذلك فان حجم عينة الدراسة سيكون (277) موظف. وتم اختيار العينة وتوزيعها إلكترونياً وفقاً لجدول تحديد حجم العينة الذي وضعه كريسي ومورجان. وبلغ عدد الاستبانات المستردة والصالحة للتحليل (270) استبانة بعد استبعاد (7) استبانات بسبب التحيز ببعض الاجابات فيها. وبالتالي بلغ عدد الاستبانات المستردة (270) وهي نسبة استرداد عالية نسبياً تمثل (98%) من عدد الاستبانات الموزعة.

3- 4 الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة:

الجدول رقم (3-2) يوضح الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة حسب الجنس، الفئة العمرية، الخبرة، المؤهل العلمي، جهة العمل.

الجدول رقم (3-2): الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

المتغيرات الديموغرافية للمشاركين			
المتغير		**العدد**	**النسبة %**
الجنس	ذكر	210	77.8
	أنثى	60	22.2
الفئة العمرية	من18 إلى 29 سنة	56	20.7
	30 إلى 39 سنة	143	53.0
	من 40 إلى 49 سنة	52	19.3
	50 سنة فأكثر	19	7.0
الخبرة	أقل من 5 سنوات	89	33.0
	من 5 إلى 10 سنوات	75	27.8
	أكثر من 10	106	39.3
المؤهل العلمي	دبلوم التعليم العام	45	16.7
	جامعي " دبلوم وبكالوريوس"	166	61.5
	دراسات عليا" ماجستير ودكتوراه"	59	21.9
جهة العمل	قطاع حكومي	148	54.8
	قطاع خاص	94	34.8
	إعلامي مستقل	28	10.4
المجموع		**270**	**100%**

5-3 أدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات

تتكون أدوات الدراسة من ثلاثة ادوات وهي: الاستبانة والمقابلات وتحليل المحتوى، حيث تتناول الاستبانة متغيرات الدراسة الرئيسية والفرعية وتم تطوير هذه الاستبانة بما يتوافق مع متطلبات هذه الدراسة وفق مقياس ليكرت الخماسي على النحو التالي

3-5-1 الاستبانة:

لتحقيق أهداف هذه الدراسة تم تصميم استبانة وتم التحقق من صدقها الظاهري من خلال مجموعة من الخبراء والمحكمين. كما تم التحقق من صدقها البنيوي من خلال معامل ارتباط بيرسون. وتحتوي الاستبانة على أسئلة لجمع بعض البيانات حول الخصائص الديموغرافية والاقتصادية لعينة الدراسة، إضافة إلى بعض الأسئلة لجمع بيانات حول فاعلية البرامج التلفزيونية يشمل الأبعاد التالية:

- البعد الأول: تحقيق الأهداف
- البعد الثاني: نوعية البرامج
- البعد الثالث: الاستجابة
- البعد الرابع: التمكين

ومتغير إدارة الأزمات يشمل الأبعاد التالية:

البعد الاول: اكتشاف إشارات إنذار

البعد الثاني: الاستعداد والوقاية

البعد الثالث: احتواء أو الحد من الأضرار

البعد الرابع: استعادة النشاط والتعلم

وسيستخدم الباحث مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale)، وهو مقياس فئوي مكون من خمس درجات (1–5) لتحديد درجة موافقة أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات أداة الدراسة، وتحويلها إلى بيانات كمية يمكن قياسها إحصائياً، وتم إعطائها الأوزان النسبية الظاهرة في جدول رقم (3–3).

جدول (3–3) مستوى الموافقة ودرجتها وفق مقياس ليكرت الخماسي

مستوى الموافقة	درجة الموافقة	الوزن النسبي
موافق بشدة	5	100%
موافق	4	80%
محايد	3	60%
لا أوافق	2	40%
لا اوافق بشدة	1	20%

وقد اعتمد الباحث المحك التالي لبيان مدى الاستخدام، وذلك لتفسير النتائج الخاصة بالاستبانة وذلك على النحو التالي (سيكاران،2013):

- المستوى المنخفض جدا: إذا بلغ الوسط الحسابي من 1.00–أقل من 1.8
- المستوى المنخفض: إذا بلغ الوسط الحسابي من 1.81–أقل من 2.6
- المستوى المتوسط: إذا بلغ الوسط الحسابي من 2.61– 3.4

- المستوى المرتفع: إذا بلغ الوسط الحسابي من 3.41- 4.2
- المستوى المرتفع جدا: إذا بلغ الوسط الحسابي من 4.21- 5

3-5-2 المقابلات:

إلى جانب الاستبانة فقد اعتمد الباحث على المقابلات النوعية ضمن أدوات الدراسة للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار الفرضيات، والجدول رقم (3-4) يوضح الشخصيات التي سيتم معها إجراء المقابلات.

الجدول رقم (3-4) عينة المقابلات النوعية

جهة المبحوث	الوظيفة	ملاحظات
وزارة الاعلام	3 من معدي البرامج: د. خديجة الشحية عادل الحمداني يعقوب المعمري	إعلاميون يمثلون الإعلام الحكومي
جمعية الصحفيين	الكاتب علي كفيتان	مراقب ومقيم لأداء الإعلام الرسمي
الأكاديميون	2 من الأكاديميين د. قيس السابعي د. حميد السعيدي	متابع للشأن المحلي والاجتماعي
رواد التواصل الاجتماعي	الناشط الاجتماعي يوسف الزدجالي	ناشط اجتماعي متابع لأزمة الباحثين عن عمل

3-5-3 تحليل المحتوى:

تمهيد:

برزت أزمة الباحثين عن عمل خلال فترات مختلفة في سلطنة عمان، وتشكل أزمة انتشار فايروس كورونا آخر الفترات التي شهدت وضوحا وبروزا لأزمة الباحثين عن عمل نظرا للتأثيرات التي تسببت بها هذه الجائحة الصحية على سلطنة عمان والعالم أجمع (العبدلي، 2021). وعليه قام الباحث باعتماد هذه الفترة لتحليل المحتوى للبرامج التلفزيونية وكيفية تفاعلها مع مراحل الأزمة الثلاثة، ما قبل الأزمة، وخلال الأزمة، وما بعد الأزمة.

مفهوم تحليل المحتوى:

يعد تحليل المحتوى واحد من الطرق الرئيسية للقيام بعملية الحصول على المعلومات المهمة وذات الفائدة من النصوص والوثائق والمواد المرئية المختلفة وتحويلها إلى معارف ومعلومات يمكن تحليلها وتفسيرها والخروج بالمعاني الكامنة في داخل المحتوى، حيث تُعتبر أداة تحليل المحتوى من الأساليب التي يعمد إليها الباحثون لفهم المعلومات وقياس المصداقية والتعرف على الاتجاهات ودعم متخذ القرار (طعيمة، 2015).

ومن خلال تعريف الباحث للبرامج التلفزيونية وهي البرامج الحوارية ذات الأبعاد الاجتماعية والاقتصادية التي تتناول ملف الباحثين عن عمل فقد وجد أن متوسط الساعات اليومية لهذه البرامج بلغ ساعة يوميا وهي: برنامج معا نعمل وبرنامج رؤية اقتصادية وبرنامج ملف الأسبوع وبرنامج أخباركم وبرنامج أرقام وحقائق وبرنامج مع الشباب. وعليه سيتم تحليل المحتوى لهذه البرامج التلفزيونية خلال

مراحل الازمة الثلاثة بواقع عام كامل من كل مرحلة، وتشمل: البث البرامجي لعام 2018، وعام 2020، وعام 2022 حيث سيقوم الباحث بتحليل المحتوى عبر مراجعة أرشيف البرامج التلفزيونية وموضوعاتها من خلال ارتباطها بنموذج الدراسة.

وقد تم اختيار هذه الفترة خلال أزمة كورونا نظرا لحداثة البيانات وإمكانية الوصول للأرشيف المتعلق بالبرامج التلفزيونية خلال هذه المرحلة، وكذلك لكونها الفترة الزمنية الأقرب مما يتيح الفرصة للخروج بمعلومات تساهم في التعلم من الازمة وتجنب تكرارها مرة أخرى أو التقليل من آثارها، مع وجود فترات سابقة ظهرت خلالها أزمة الباحثين عن عمل، مثل: أزمة 2011 التي شهدت تظاهرات ووقفات احتجاجية، وكذلك أزمة 2014 التي شهدت توترات وحالة من الاحتقان على خلفية تزايد أعداد الباحثين عن عمل.

الإجراءات المنهجية لتحليل المحتوى:

تعتمد هذه الدراسة على طريقة تحليل المضمون إلى جانب الاستبانة والمقابلات الشخصية، حيث يعد تحليل المحتوى من الأدوات التي يتم استخدامها في المنهج الوصفي لحصول على البيانات وتحليلها فيما بعد للخروج بمعلومات تساهم في فهم موضوع الدراسة، وتقوم هذه الطريقة على استخدام استمارة لتحليل المضمون وتكون هي الأداة لتجميع البيانات، وبذلك يستطيع الباحث قياس مدى مقدرة المادة الإعلامية محل الدراسة " البرامج التلفزيونية" على تحقيق أهدافها المتعلقة بإدارة أزمة الباحثين عن عمل خلال الفترة الزمنية التي أشار إليها الباحث.

استمارة تحليل المضمون:

تعمل هذه الاستمارة على تبسيط خطوات التحليل من خلال تسمية وتصنيف العناصر الرئيسية والثانوية التي سيتم تحليلها لتحقيق أهداف الدراسة باستخدام استمارة تحليل تنطلق من أسئلة الدراسة وأهدافها. حيث سيقوم الباحث بتفريغ مضمون البرامج التلفزيونية في استمارة تحليل المضمون المصممة على شكل جداول لتصنيف البيانات والخروج بمؤشرات عامة تخدم أهداف الدراسة.

فئات التحليل:

يمكن القول مثلما ذكر د. ساعاتي (2014) أن فئات التحليل هي عدد من التصنيفات التي يعمل الباحث على تصميمها بالانسجام مع خصوصية المحتوى المُراد تحليله، ليتم فيما بعد الاستفادة من هذه التصنيفات في وصف المحتوى وتصنيفه بأقصى درجات الدقة ومن مختلف الجوانب مما يساهم في الحصول على المعلومات بطريقة سهله ومبسطة. وتنقسم فئات التحليل إلى (الشكل، كيف قيل؟) و (المضمون، ماذا قيل؟) حيث يقوم التحليل على فئتين رئيسيتين هما المضمون والشكل، وبداية فيما يتعلق بفئة الشكل (كيف قيل؟) فهي على النحو التالي:

فئة الشكل: كيف قيل؟

اسم البرنامج: البرامج التلفزيونية الحوارية.

مرات البث: الحلقات ومرات البث لكل حلقة.

أيام إذاعة البرنامج: الأحد – الاثنين – الثلاثاء – الأربعاء – الخميس – الجمعة – السبت.

توقيت البث: الصباح – الظهر – المساء.

اللغة المستخدمة: العربية الفصحى – العامية.

القوالب الفنية: الحوار – اللقاءات الخارجية – التقارير

طريقة البث: مسجل – مباشر.

مكان التصوير: داخلي – خارجي.

فئة المضمون: ماذا قيل؟

حسب الموضوع: مواضيع اقتصادية – اجتماعية – غير ذلك (سياسي، ثقافي، علمي...)

موضوعية الطرح: منحاز للحكومة – متوازن – منحاز للباحثين عن عمل

الأهداف: استشعار الأزمة – التعامل أثناء الأزمة – التعلم بعد انتهاء الأزمة

مصدر المعلومات: مصادر رسمية – تحقيقات صحفية – شبكات التواصل الاجتماعي

أطراف الحوار: القطاع الحكومي – القطاع الخاص – الباحثين عن عمل أو من يمثلهم

التمثيل الرسمي "الحكومي": الوزير أو الوكيل – مدير عام – مدير دائرة وما دون ذلك

واعتمدت الدراسة على الأساليب التالية للحصول على المعلومات:

– الأسلوب الكمي في جمع البيانات معبر عنه بالاستبانة لغايات جمع البيانات الكمية من المبحوثين.

– المقابلات لغرض فهم الظواهر والعلاقات المبينة في أنموذج الدراسة السابق توضيحه في الفصل الأول.

– تحليل المحتوى من خلال تحليل محتوى البرامج التلفزيونية التي تناولت مواضيع مرتبطة بأزمة الباحثين عن عمل في سلطنة عمان.

3-6 الأساليب الإحصائية

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات واختبار الفرضيات سيتم استخدام المعالجات الإحصائية التالية:

أ. التكرارات والنسب: وتستعمل لمعرفة تكرار المتغيرات الشخصية والوظيفية ونسبها.

ب. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية: المتوسط الحسابي يستعمل لقياس متوسط الإجابات في مجتمع الدراسة، والانحراف المعياري يستعمل لمعرفة درجة تشتت القيم عن وسطها الحسابي.

ج. اختبار كرو نباخ ألفا، ويستعمل هذا الاختبار لقياس الثبات الداخلي لأسئلة الاستبانة ومصداقيتها.

د. معامل تضخم التباين.

هـ. معامل الارتباط بيرسون.

هـ. إجراء تحليل الانحدار للكشف عن فاعلية البرامج التلفزيونية في إدارة أزمة الباحثين عن عمل بسلطنة عمان.

3-7 صدق أداة الدراسة وثباتها

صدق أداة الدراسة: الاستبانة

صدق الدراسة الظاهري:

تم التأكد من صدق محتوى الأداة المستخدمة في الدراسة اي الاستبانة من خلال عرض الدراسة على مجموعة من أعضاء هيئة التدريس، انظر (ملحق رقم 2)، وذلك لإبداء الرأي في كل مجال من مجالات الدراسة، وصياغة الفقرات ومدى ارتباطها بالمجال، إذ تم تعديل بعض الأسئلة وحذف بعضها انسجاماً مع مقترحات المحكمين وملاحظاتهم.

ثبات أداة الدراسة:

يهدف اختبار ثبات أداة الدراسة إلى التحقق من دقة وموضوعية أداة الدراسة، ومدى الترابط والتماسك بين الفقرات، والقدرة على إعطاء إجابات مستقرة نسبياً. وقد تم إجراء هذا الاختبار من خلال تطبيق مقياس معامل الاتساق الداخلي كرو نباخ ألفا .(Cronbach Alpha Coefficient) حيث يشير هذا المقياس إلى أن النتيجة تكون مقبولة إحصائياً إذا تراوحت قيمة معامل كرو نباخ ألفا ما بين (0.70) أو أكبر منها، وكلما اقتربت قيمة المعامل من القيمة (1%) دل ذلك على درجات ثبات أعلى لأداة الدراسة. والجدول الآتي يبين نتائج اختبار ثبات أداة الدراسة .

جدول (3-5) نتائج اختبار ثبات أداة الدراسة الاستبانة

المتغير	البعد	قيمة ألفا
المستقل	تحقيق الأهداف	0.931

	نوعية البرامج	0.928
	الاستجابة	0.943
	التمكين	0.947
فاعلية البرامج التلفزيونية		0.978
التابع	اكتشاف إشارات إنذار	0.885
	الاستعداد والوقاية	0.936
	احتواء أو الحد من الأضرار	0.948
	استعادة النشاط والتعلم	0.966
إدارة الازمات		0.983
أداة الدراسة		0.989

يتبين من الجدول (3–5) أنه تمتع أداة الدراسة بمعاملات ثبات عالية وبقدرتها على تحقيق غايات الدراسة، حيث تراوحت قيم معامل كرو نباخ ألفا ما بين (0.928– 0.947) لأبعاد متغير فاعلية البرامج التلفزيونية، وبلغت قيمة المعامل لمتغير فاعلية البرامج التلفزيونية ككل (0.978)، كما بلغت قيمة المعامل لمتغير إدارة الازمات ككل (0.983)، بينما بلغت قيمة معامل كرو نباخ ألفا لجميع فقرات أداة الدراسة (0.989). وهذا يدل على ثبات أداة الدراسة، وصلاحيتها لتحليل النتائج واختبار الفرضيات وجميع القيم أكبر من القيمة.(0.70)

اختبار ملاءمة نموذج الدراسة للأساليب الإحصائية

يهدف اختبار ملاءمة نموذج الدراسة الى التأكد من ملاءمة بيانات الدراسة وصلاحيتها لإجراء الاختبارات الإحصائية المعملية وتحليل الانحدار. ولكي يتحقق ذلك تم اجراء مجموعة من الاختبارات.

اختبار معامل الارتباط الخطي، حيث اختبار الارتباط المتعددMulticollinearity، حيث يهدف هذا الاختبار إلى التحقق من استقلالية المتغيرات. والذي يعد من أحد الفروض الأساسية التي تجعل نموذج الدراسة صالحاً للتطبيق، ومناسباً لعملية تقدير المعلمات. وتظهر مشكلة الارتباط الخطي المتعدد عندما يكون هناك تداخل كبير بين متغيرات الدراسة، يعني وجود ارتباط خطي عالي (تام أو شبه تام) بين أبعاد المتغير المستقل، مما يؤثر سلبًا على دقة القياسات. إذ يعمل على تضخيم قيمة معامل التحديد 2R بحيث تتجاوز قيمتها القيمة الفعلية (Guajarati, 2004). وقد تم التحقق من عدم وجود مشكلة الارتباط الخطي المتعدد من خلال احتساب معامل الارتباط بيرسون، عند متغيرات الدراسة.

جدول (3–6) مصفوفة الارتباط لقيم معامل الارتباط بيرسون للمتغير المستقل

المتغيرات		المتغير المستقل: فاعلية البرامج التلفزيونية			
		تحقيق الأهداف	نوعية البرامج	الاستجابة	التمكين
المتغير المستقل: فاعلية البرامج التلفزيونية	تحقيق الأهداف	1.00			
	نوعية البرامج	0.783**	1.00		
	الاستجابة	0.656**	0.598**	1.00	
	التمكين	0.778**	0.785**	0.689**	1.00

(**) عند مستوى دلالة 0.01

يتضح من نتائج الجدول (3–6) خلو البيانات من مشكلة الارتباط الخطي المتعدد، حيث تراوحت قيم معامل الارتباط بيرسون للمتغير المستقل بين (0.785 – 0.598)، وهي أقل من القيمة

(0.80)، إذ يشير معامل ارتباط بيرسون إلى خلو البيانات من مشكلة الارتباط الخطي المتعدد إذا لم تتجاوز قيمة الارتباط بين متغيرين مستقلين أو أكثر القيمة (0.80).

ولتأكيد النتيجة السابقة، تم احتساب معامل تضخم التباين والتباين المسموح به، حيث يشير معامل تضخم التباين (Variance Inflation Factor (VIF)) إلى خلو البيانات من مشكلة الارتباط الخطي المتعدد إذا تراوحت قيم المعامل بين (1–10) ويشير معامل التباين المسموح به (Tolerance) الى خلو البيانات من مشكلة الارتباط الخطي المتعدد عندما تتراوح قيم المعامل بين (0.1 – 10.0) (Guajarati, 2004). وفيما يأتي نتائج اختبار معامل تضخم التباين والتباين المسموح به لأبعاد المتغير المستقل:

جدول (3–7) معامل تضخم التباين والتباين المسموح به للمتغير المستقل

المتغير	الأبعاد	معامل تضخم التباين VIF	التباين المسموح به Tolerance
المتغير المستقل : فاعلية البرامج التلفزيونية	تحقيق الأهداف	3.765	0.266
	نوعية البرامج	6.363	0.157
	الاستجابة	8.743	0.114
	التمكين	5.868	0.17

يتضح من نتائج الجدول (3–7) خلو البيانات من مشكلة الارتباط الخطي المتعدد، حيث تراوحت قيم معامل تضخم التباين (VIF) بين أبعاد المتغير المستقل ما بين (3.765– 8.743) وهي بين (1.0 – 10.0)، وتراوحت قيم التباين المسموح به (Tolerance) بين (0.114 – 0.266) وهي بين (0.1 – 1.0).

جدول (3–8): مصفوفة الارتباط لقيم معامل الارتباط بيرسون لابعاد المتغير المستقل

الابعاد	ارتباط بيرسون
	فاعلية البرامج التلفزيونية
تحقيق الأهداف	0.726**
نوعية البرامج	0.573**
الاستجابة	0.497**
التمكين	0.634**

يتضح من نتائج الجدول (3-8) خلو البيانات من مشكلة الارتباط الخطي المتعدد، حيث تراوحت قيم معامل الارتباط بيرسون للمتغير المستقل بين (0.497- 0.726)، وهي أقل من القيمة (0.80)، إذ يشير معامل ارتباط بيرسون إلى خلو البيانات من مشكلة الارتباط الخطي المتعدد إذا لم تتجاوز قيمة الارتباط بين متغيرين مستقلين أو أكثر القيمة (0.80).

جدول (3-9): مصفوفة الارتباط لقيم معامل الارتباط بيرسون للمتغير التابع

المتغيرات		المتغير التابع :ادارة الازمات			
		اكتشاف إشارات إنذار	الاستعداد والوقاية	احتواء أو الحد من الأضرار	استعادة النشاط والتعلم
المتغير التابع: ادارة الازمات	اكتشاف إشارات إنذار	1.00			
	الاستعداد والوقاية	0.659**	1.00		
	احتواء أو الحد من الأضرار	0.724**	0.492**	1.00	
	استعادة النشاط والتعلم	0.679**	0.379**	0.728**	1.00

(**) عند مستوى دلالة 0.01

يتضح من نتائج الجدول (9–3) خلو البيانات من مشكلة الارتباط الخطي المتعدد، حيث تراوحت قيم معامل الارتباط بيرسون للمتغير التابع بين (0.728 – 0.379)، وهي أقل من القيمة (0.80)، إذ يشير معامل ارتباط بيرسون إلى خلو البيانات من مشكلة الارتباط الخطي المتعدد إذا لم تتجاوز قيمة الارتباط بين متغيرين أو أكثر القيمة (0.80). ولتأكيد النتيجة السابقة، تم احتساب معامل تضخم التباين والتباين المسموح به، حيث يشير معامل تضخم التباين (Variance Inflation Factor (VIF)) إلى خلو البيانات من مشكلة الارتباط الخطي المتعدد إذا تراوحت قيم المعامل بين (1–10) ويشير معامل التباين المسموح به (Tolerance) الى خلو البيانات من مشكلة الارتباط الخطي المتعدد عندما تتراوح قيم المعامل بين (0.1 – 10.0) (Guajarati, 2004). وفيما يأتي نتائج اختبار معامل تضخم التباين والتباين المسموح به لأبعاد المتغير التابع:

جدول (3–10) معامل تضخم التباين والتباين المسموح به للمتغير التابع

المتغير	الأبعاد	معامل تضخم التباين VIF	التباين المسموح به Tolerance
المتغير المستقل : ادارة الازمات	اكتشاف إشارات إنذار	5.540	0.181
	الاستعداد والوقاية	9.547	0.105
	احتواء أو الحد من الأضرار	8.384	0.096
	استعادة النشاط والتعلم	7.475	0.074

يتضح من نتائج الجدول (3–10) خلو البيانات من مشكلة الارتباط الخطي المتعدد، حيث تراوحت قيم معامل تضخم التباين (VIF) بين أبعاد المتغير التابع ما بين (5.540– 8.384) وهي بين (1.0 –

10.0)، وتراوحت قيم التباين المسموح به (Tolerance) بين (0.074 – 0.181) وهي بين (0.1 – 1.0).

جدول (3–11): مصفوفة الارتباط لقيم معامل الارتباط بيرسون لابعاد المتغير التابع

الابعاد	ارتباط بيرسون
	ادارة الازمات
اكتشاف إشارات إنذار	0.523**
الاستعداد والوقاية	0.720**
احتواء أو الحد من الأضرار	0.691**
استعادة النشاط والتعلم	0.493**

يتضح من نتائج الجدول (3–11) خلو البيانات من مشكلة الارتباط الخطي المتعدد، حيث تراوحت قيم معامل الارتباط بيرسون للمتغير التابع بين (0.493– 0.720)، وهي أقل من القيمة (0.80)، إذ يشير معامل ارتباط بيرسون إلى خلو البيانات من مشكلة الارتباط الخطي المتعدد إذا لم تتجاوز قيمة الارتباط بين متغيرين أو أكثر القيمة (0.80).

الجدول رقم (3-12): مصفوفة الارتباط لقيم معامل الارتباط بيرسون للمتغير المستقل والتابع

المتغيرات	فاعلية البرامج التلفزيونية	ادارة الازمات
فاعلية البرامج التلفزيونية	**1**	

ادارة الازمات	**0.609	**1**

(**) عند مستوى دلالة 0.01

يتضح من نتائج الجدول (3-12) خلو البيانات من مشكلة الارتباط الخطي المتعدد، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون للمتغير المستقل والتابع (0.609)، وهي أقل من القيمة (0.80)، إذ يشير معامل ارتباط بيرسون إلى خلو البيانات من مشكلة الارتباط الخطي المتعدد إذا لم تتجاوز قيمة الارتباط بين متغيرين مستقلين أو أكثر القيمة (0.80).

جدول رقم (3-13) حساب صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل الارتباط الاحصائي(بيرسون)

معامل الارتباط بين درجة كل فقرة لأبعاد فاعلية البرامج التلفزيونية والدرجة الكلية

الرقم	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
البعد الاول : تحقيق الأهداف			
1	أسهمت البرامج التلفزيونية في تقصي حاجات الباحثين عن عمل.	.533**	0.01
2	حققت البرامج التلفزيونية هدفها المتعلق بالاستعداد والوقاية للتعامل مع موضوع الباحثين عن عمل.	.526**	0.01
3	لبّت البرامج التلفزيونية تطلعات المجتمع بما يخص موضوع الباحثين عن عمل.	.761**	0.01
4	حظيت البرامج التلفزيونية بثقة المشاهد فيما يتعلق بأزمة الباحثين عن عمل.	.770**	0.01
5	حققت البرامج التلفزيونية هدفها في إيصال رسالة الباحثين عن عمل لصانعي القرار.	.725**	0.01
البعد الثاني: نوعية البرامج			
1	أنتج التلفاز العماني برامج متخصصة لمناقشة موضوع الباحثين عن عمل.	.653**	0.01
2	غطت البرامج التلفزيونية موضوع الباحثين عن عمل مع مختلف أطرافها من الجهات الحكومية والخاصة.	.714**	0.01
3	غطت البرامج التلفزيونية أزمة الباحثين عن عمل من مختلف جوانبها الاقتصادية والاجتماعية.	.697**	0.01
4	وثقت البرامج التلفزيونية حقائق ذات أهمية في موضوع الباحثين عن عمل.	.816**	0.01
5	تعتمد البرامج التلفزيونية على التقنيات الحديثة لتعزيز المحتوى البصري خدمةً لموضوع الباحثين عن عمل.	.705**	0.01
البعد الثالث: الاستجابة			
1	استجابت البرامج التلفزيونية بتغطية ردود أفعال الباحثين عن عمل.	.577**	0.01
2	حظيَ موضوع الباحثين عن عمل بالتغطية الكافية عبر البرامج التلفزيونية.	.670**	0.01
3	استجابت البرامج التلفزيونية للمستجدات المتعلقة بأزمة الباحثين عن عمل.	.826**	0.01
4	سمحت البرامج بظهور الباحثين عن عمل على شاشة التلفاز العماني.	.807**	0.01

5	أتاحت البرامج التلفزيونية المجال للباحثين عن عمل لإيصال صوتهم لصانع القرار.	.771**	0.01
البعد الرابع : التمكين			
1	أتاحت البرامج التلفزيونية الفرصة للباحثين عن عمل لعرض التحديات التي تواجههم.	.594**	0.01
2	حرصت المؤسسات الإعلامية على رفع قدرات العاملين الإعلاميين.	.672**	0.01
3	ساهمت البرامج التلفزيونية في توعية الباحثين عن عمل بحقوقهم.	.722**	0.01
4	ساهمت البرامج التلفزيونية في الوصول إلى سياسات تخدم الباحثين عن عمل.	.658**	0.01
5	ساهمت البرامج التلفزيونية في الارتقاء بالتكافل من قبل مكونات المجتمع فيما يتعلق بموضوع الباحثين عن عمل.	.722**	0.01

يتبين من الجدول رقم (3-13) ان جميع بنود المقياس حققت ارتباطات دالة احصائيا مع الدرجة الكلية للمقياس عند مستوى دلالة (0.05 – 0.01) وهذا يدل على الاتساق الداخلي ومن ثم صدق البناء.

جدول رقم (3-14): حساب صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل الارتباط الاحصائي (بيرسون)

معامل الارتباط بين درجة كل فقرة لأبعاد ادارة الازمات والدرجة الكلية

الرقم	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
البعد الاول: اكتشاف إشارات إنذار			
1	ساعد اكتشاف إشارات عدم الرضا الأولية لدى الباحثين عن عمل في معالجة الأزمة.	.729**	0.01
2	استشعرت البرامج التلفزيونية معاناة الباحثين عن عمل في مرحلة نشوئها.	.642**	0.01
3	ساهمت البرامج التلفزيونية بفاعلية في اكتشاف إشارات الإنذار الأولى لأزمة الباحثين عن عمل.	.602**	0.01

4	هناك تحليل مستمر لأزمة الباحثين عن عمل بما يساهم في تقليل آثارها.	.719**	0.01
البعد الثاني: الاستعداد والوقاية			
1	تم تجزئة وتحليل مكونات أزمة الباحثين عن عمل لغرض تسهيل معالجتها.	.778**	0.01
2	قامت البرامج التلفزيونية بتقديم معالجات استباقية لأزمة الباحثين عن عمل.	.657**	0.01
3	عاونت البرامج التلفزيونية المؤسسات الحكومية على طرح مشاريع حلول لأزمة الباحثين عن عمل في مرحلتها الأولية.	.581**	0.01
4	توجد وحدة إعلامية مختصة تهتم بتحليل وحصر المشكلات التي تواجه الشباب الباحثين عن العمل.	.732**	0.01
5	هناك وحدات مختصة تهتم بتطوير القدرات والمهارات التي لدى الإعلاميين.	.587**	0.01
البعد الثالث : احتواء أو الحد من الأضرار			
1	قامت البرامج التلفزيونية بمناقشة أزمة الباحثين عن عمل مع جميع الأطراف.	.638**	0.01
2	عملت البرامج التلفزيونية على احتواء أزمة الباحثين قبل تفاقمها.	.581**	0.01
3	لم تسمح البرامج التلفزيونية بحدوث تصادم بين أطراف الأزمة.	.709**	0.01
4	ساهمت البرامج التلفزيونية في الحد من أضرار أزمة الباحثين عن عمل.	.554**	0.01
5	حفزت البرامج التلفزيونية القطاع الخاص على أخذ دوره ضمن المسؤولية الاجتماعية.	.736**	0.01
البعد الرابع : استعادة النشاط والتعلم			
1	عملت البرامج التلفزيونية على استقرار العلاقة بين أطراف أزمة الباحثين عن عمل.	.696**	0.01
2	قدمت البرامج التلفزيونية حلولا لتجنب تكرار أزمة الباحثين عن عمل.	.775**	0.01
3	طرحت البرامج التلفزيونية قضايا الباحثين عن عمل بصورة معمقة.	.547**	0.01
4	نقلت البرامج التلفزيونية ملف الباحثين عن عمل إلى أطراف العلاقة .	.779**	0.01
5	وظفت البرامج التلفزيونية إعلاميين مختصين لطرح موضوعات الباحثين عن عمل بصورة مترابطة مع ذوي العلاقة.	.693**	0.01
6	حرصت البرامج على استمرارية مناقشة ملف الباحثين عن عمل.	.740**	0.01
7	أنجزت البرامج التلفزيونية المأمول منها في ملف تشغيل الباحثين عن عمل.	.624**	0.01

يتبين من الجدول رقم (3–14) أن جميع بنود المقياس حققت ارتباطات دالة احصائيا مع الدرجة الكلية للمقياس عند مستوى دلالة (0.05 – 0.01) وهذا يدل على الاتساق الداخلي ومن ثم صدق البناء.

خاتمة الفصل الثالث:

تناول الفصل الثالث منجية الدراسة وإجراءاتها بداية من المنهج المتبع لغرض جمع البيانات والاستجابات المرتبطة بسؤال الدراسة الرئيسي وأسئلته الفرعية مرورا بمجتمع الدراسة وعينتها الي تألفت من شريحة مختلفة من الإعلاميين العاملين في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية بهدف الوصول لجميع وجهات النظر والآراء حول تقييم فاعلية البرامج التلفزيونية في إدارة أزمة الباحثين عن عمل بسلطنة عمان من خلال اختبار أنموذج الدراسة لتوضيح العلاقة بين متغيراته وعناصره، باستخدام مجموعة من الأدوات ومصادر المعلومات تنوعت بين الاستبانة والمقابلات وتحليل المحتوى من خلال مجموعة من الأساليب الإحصائية التي تخدم أهداف هذه الدراسة. ان الاساليب الثلاثة المستخدمة تعمل على تدشين حائق معتمدة التثليث من خلال البيانات الاولية التي قام الباحث بجمعها مما يكسب النتائج موضوعية ودقة عالية.

(الفصل الرابع)

عرض وتحليل نتائج الدراسة

5.1 تمهيد

5.2 تحليل نتائج الاستبيان والمقابلات النوعية

5.3 اختبار فرضيات الدراسة بناءً على الاستبانة

5.4 نتائج تحليل المحتوى

5.5 ملخص اختبار الفرضيات بناءً على الأدوات الثلاث

عرض وتحليل نتائج الدراسة

4-1 تمهيد

يهدف الفصل الحالي لعرض نتائج تحليل البيانات واختبار الفرضيات، من خلال تحليل إجابات المبحوثين على فقرات الاستبانة والإجابة على أسئلة الدراسة، وكذلك نتائج اختبار الفرضيات التي تم الوصول إليها من خلال تطبيق الأساليب الإحصائية الاستدلالية.

4-2 تحليل نتائج الاستبيان والمقابلات النوعية:

يعرض هذا الجزء وصف لمتغيرات وأبعاد الدراسة وتحليلاً لآراء المبحوثين على فقرات الاستبانة، وذلك باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والرتبة ودرجة الموافقة، وكانت النتائج على النحو الآتي:

الإجابة عن السؤال الأول

السؤال الأول: ما مدى فاعلية البرامج التلفزيونية بأبعادها (تحقيق الأهداف، ونوعية البرامج، والاستجابة، والتمكين) في إدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان؟

يمثل متغير (فاعلية البرامج التلفزيونية) المتغير المستقل، وقد تم قياس هذا المتغير من خلال (4) أبعاد، وهي: تحقيق الأهداف، ونوعية البرامج، والاستجابة، والتمكين، حيث يعرض الجدول الآتي ملخصاً لوصف أبعاد متغير فاعلية البرامج التلفزيونية، ووصفاً للمتغير، للإجابة عن السؤال الأول حيث كانت النتائج كما يلي:

الجدول (4–1): وصف متغير فاعلية البرامج التلفزيونية

الرقم	البعد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
1	تحقيق الأهداف	2.55	1.07	3	منخفضة
2	نوعية البرامج	2.74	1.09	1	متوسطة
3	الاستجابة	2.52	1.11	4	منخفضة
4	التمكين	2.66	1.08	2	متوسطة
فاعلية البرامج التلفزيونية		2.62	1.09		متوسطة

يتضح من الجدول (4–1) توسط درجة الموافقة لمتغير فاعلية البرامج التلفزيونية، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (2.62)، حيث جاء بُعد (نوعية البرامج) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (2.74) وبانحراف معياري (1.09) وبدرجة موافقة متوسطة، كما جاء بعد (التمكين) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.66) وبانحراف معياري 1.08)) وبدرجة موافقة متوسطة، فيما جاء بالمرتبة الأخيرة بعد (الاستجابة) بمتوسط حسابي (2.52) وبانحراف معياري (1.11) وبدرجة موافقة منخفضة.

بُعد تحقيق الأهداف: ما مدى تحقيق البرامج التلفزيونية لأهدافها المرتبطة بإدارة أزمة الباحثين عن عمل؟

يعرض الجدول الآتي ملخصاً لوصف بُعد تحقيق الأهداف، حيث كانت النتائج كما يلي:

الجدول (4-2): وصف بُعد تحقيق الأهداف

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
1	أسهمت البرامج التلفزيونية في تقصي حاجات الباحثين عن عمل	2.80	1.20	1	متوسطة
2	حققت البرامج التلفزيونية هدفها المتعلق بالاستعداد والوقاية للتعامل مع موضوع الباحثين عن عمل	2.61	1.20	2	متوسطة
5	حققت البرامج التلفزيونية هدفها في إيصال رسالة الباحثين عن عمل لصانعي القرار	2.59	1.24	3	منخفضة
3	لبّت البرامج التلفزيونية تطلعات المجتمع بما يخص موضوع الباحثين عن عمل	2.40	1.24	4	منخفضة
4	حظيت البرامج التلفزيونية بثقة المشاهد فيما يتعلق بأزمة الباحثين عن عمل	2.38	1.15	5	منخفضة
تحقيق الأهداف		**2.55**	**1.07**		منخفضة

يتضح من الجدول (4-2) انخفاض درجة الموافقة لبُعد تحقيق الأهداف، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (2.55). كما يتبين من الجدول أن الفقرة (1) والتي تنص على (أسهمت البرامج

التلفزيونية في تقصي حاجات الباحثين عن عمل) قد جاءت في المرتبة الأولى وبدرجة موافقة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.80)، بينما جاءت الفقرة (4) والتي تنص على (حظيت البرامج التلفزيونية بثقة المشاهد فيما يتعلق بأزمة الباحثين عن عمل) في المرتبة الأخيرة وبدرجة موافقة منخفضة ، حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.38).

المقابلات ذات الصلة ببعد تحقيق الأهداف:

وفيما يتعلق بالمقابلات النوعية فقد توصل الباحث لمجموعة من البيانات والمعلومات بعد إجرائه للمقابلات مع المبحوثين حيث اتفق (الحمداني، السابعي، الشحية مقابلة 2024) أن البرامج التلفزيونية لها مساهمة فاعلة في تحقيق الأهداف المرتبطة بملف الباحثين عن عمل وفق الصلاحيات والإمكانيات الممنوحة لها حيث تم التطرق لملف الباحثين عن عمل في برامج عديدة ومن جوانب مختلفة، ولكنهم يرون أن المشكلة تكمن في أن ما يُطرح خلال البرامج التلفزيونية يبقى مجرد حوارات وتوصيات غير مُلزمة حيث أن صانع القرار والجهات المعنية بملف الباحثين عن عمل لا يأخذ بما يتم تداوله عبر البرامج التلفزيونية أو أنها لا تكترث لما يصدر من مطالبات أو توصيات ومقترحات على حدِّ تعبير المبحوثين. وفي الجانب الآخر يرى (السعيدي، كفيتان، الزدجالي، المعمري مقابلة 2024) أن مساهمة البرامج التلفزيونية في تحقيق الأهداف المرتبطة بملف الباحثين عن عمل في أساساها هي مساهمة بسيطة ولا تشكل علامة فارقة في حلحلة هذه الأزمة، حيث يرون أن البرامج التلفزيونية تفتقر للشفافية في الطرح وغياب القوة في الحوار وأنهم يرون أن هناك محاذير وخطوط حمراء يمكن رؤيتها بوضوح – مقص الرقيب وتعليمات حارس البوابة – إلى جانب الحديث بلُغة سلطوية توجيهية لا تتيح مجالًا كافيًا للمصداقية، والتركيز على الجانب الإخباري وعرض الأرقام الرسمية.

بُعد نوعية البرامج: كيف تساهم نوعية البرامج التلفزيونية في إدارة أزمة الباحثين عن عمل؟

يعرض الجدول الآتي ملخصاً لوصف بُعد نوعية البرامج، حيث كانت النتائج كما يلي:

الجدول (4-3): وصف بعد نوعية البرامج

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
1	أنتج التلفاز العماني برامج متخصصة لمناقشة موضوع الباحثين عن عمل	3.02	1.23	1	متوسطة
5	تعتمد البرامج التلفزيونية على التقنيات الحديثة لتعزيز المحتوى البصري خدمةً لموضوع الباحثين عن عمل	2.73	1.25	2	متوسطة
2	غطت البرامج التلفزيونية موضوع الباحثين عن عمل مع مختلف أطرافها من الجهات الحكومية والخاصة.	2.68	1.27	3	متوسطة
3	غطت البرامج التلفزيونية أزمة الباحثين عن عمل من مختلف جوانبها الاقتصادية والاجتماعية.	2.66	1.23	4	متوسطة
4	وثقت البرامج التلفزيونية حقائق ذات أهمية في موضوع الباحثين عن عمل.	2.60	1.18	5	منخفضة
نوعية البرامج		**2.74**	**1.09**		متوسطة

يتضح من الجدول (4-3) توسط درجة الموافقة لبعد نوعية البرامج، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (2.74). كما يتبين من الجدول أن الفقرة (1) والتي تنص على (أنتج التلفاز العماني برامج متخصصة لمناقشة موضوع الباحثين عن عمل) قد جاءت في المرتبة الأولى وبدرجة موافقة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.02)، بينما جاءت الفقرة (4) والتي تنص على (وثقت البرامج التلفزيونية حقائق ذات أهمية في موضوع الباحثين عن عمل) في المرتبة الأخيرة وبدرجة موافقة منخفضة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.60).

المقابلات ذات الصلة ببعد نوعية البرامج:

وفيما يتعلق بالمقابلات النوعية فقد توصل الباحث لمجموعة من الآراء منها أن نوعية البرامج التلفزيونية وعددها لم تكن تتماشى مع حجم الأزمة كونها الشغل الشاغل للمجتمع وكانت برامج موجهة وغير شفافة ولا تعبر عن الواقع ولا توجد برامج متخصصة لمناقشة ملف الباحثين عن عمل بل كانت عبارة عن فقرات بسيطة ضمن برامج عامة ولا تطرح إحصائيات وأرقام أو تقدم الحلول لهذه الأزمة، وأنه يجب العمل على إيجاد التنوع في الكم والنوع لهذه البرامج المتخصصة والمعمقة لمناقشة قضية أزمة الباحثين عن عمل بسلطنة عمان (المعمري، كفيتان، السابعي، السعيدي، الزدجالي مقابلة 2024). وعلى الجانب الآخر هناك من يرى أن نوعية البرامج التي يقدمها التلفزيون العماني لتغطية أزمة الباحثين عن عمل كانت جيدة وأنه لم يكن هنالك أي تحفُّظ على تناول ملف أزمة الباحثين عن عمل وتمت استضافة جميع الأطراف المعنية في جميع البرامج وأن هناك مجموعة من البرامج لا بأس بها هادفة وتعمل على تقديم الحلول والمقترحات لأزمة الباحثين عن عمل، ولكنهم يرون أن المشكلة ليست في نوعية البرامج ولكنها تكمُن في عدم وجود متابعة لتنفيذ هذه المقترحات والحلول التي تم

طرحها من خلال البرامج التلفزيونية وإيصالها لمتخذ القرار أو الجهات المعنية بملف الباحثين عن عمل (الحمداني، الشحية مقابلة 2024).

بُعد الاستجابة: كيف تستجيب البرامج التلفزيونية لأزمة الباحثين عن عمل؟

يعرض الجدول الآتي ملخصاً لوصف بُعد الاستجابة، حيث كانت النتائج كما يلي:

الجدول (4-4): وصف بعد الاستجابة

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
4	سمحت البرامج بظهور الباحثين عن عمل على شاشة التلفاز العماني.	2.65	1.25	1	متوسطة
5	أتاحت البرامج التلفزيونية المجال للباحثين عن عمل لإيصال صوتهم لصانع القرار.	2.61	1.26	2	متوسطة
1	استجابت البرامج التلفزيونية بتغطية ردود أفعال الباحثين عن عمل	2.61	1.23	3	متوسطة
3	استجابت البرامج التلفزيونية للمستجدات المتعلقة بأزمة الباحثين عن عمل	2.53	1.23	4	منخفضة
2	حظيَ موضوع الباحثين عن عمل بالتغطية الكافية عبر البرامج التلفزيونية	2.20	1.18	5	منخفضة
الاستجابة		**2.52**	**1.11**		منخفضة

يتضح من الجدول (4-4) انخفاض درجة الموافقة لبعد الاستجابة، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (2.52). كما يتبين من الجدول أن الفقرة (4) والتي تنص على (سمحت البرامج بظهور

الباحثين عن عمل على شاشة التلفاز العماني.) قد جاءت في المرتبة الأولى وبدرجة موافقة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.65)، بينما جاءت الفقرة (2) والتي تنص على (حظيَ موضوع الباحثين عن عمل بالتغطية الكافية عبر البرامج التلفزيونية) في المرتبة الأخيرة وبدرجة موافقة منخفضة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.20).

المقابلات ذات الصلة ببعد الاستجابة:

وقد تباينت الآراء في المقابلات التي أجراها الباحث، حيث أشار (كفيتان، السعيدي، المعمري، الزدجالي مقابلة 2024) إلى أن استجابة البرامج تجاه أزمة الباحثين عن عمل كانت ضعيفة ولا تُمثل الطموح وأنها بحاجة لتطوير شامل بحيث تلامس الواقع الذي يعانيه الشباب العماني الباحثين عن عمل، كما أنها تعتبر استجابة بعيدة كل البعد عن الواقع ولا يوجد لها أي تأثير أو أثر، حيث يرى المبحوثين أن أزمة الباحثين عن عمل ينبغي أن تشكل ملفًا محوريا يفرد له التلفزيون الرسمي المساحات كونها تؤثر على الاقتصاد. بينما يرى (الحمداني، السابعي، الشحية مقابلة 2024) أن استجابة البرامج التلفزيونية تجاه ملف الباحثين عن عمل كانت استجابة جيدة وتمتاز بالتفاعل مع الحدث والعمل على إحداث الفارق من خلال سرعة الاستجابة والتعاطف مع الباحثين عن عمل وهذه الأزمة كونها تلامس شريحة كبيرة من أطياف المجتمع، وأن هذه الاستجابة تقوم على الشفافية وعدم التحفظ على الطرح الإعلامي تجاه هذا الملف وهي استجابة تأتي منسجمة مع تزايد الحديث في أوساط المجتمع حول أزمة الباحثين عن عمل وتم التطرق للأمر في وقته دون استبعاد أي طرف معني بهذه الأزمة.

بُعد التمكين: كيف يساهم التمكين للقائمين على البرامج التلفزيونية في إدارة أزمة الباحثين عن عمل؟

يعرض الجدول الآتي ملخصاً لوصف بُعد التمكين، للإجابة عن حيث كانت النتائج كما يلي:

الجدول (4-5): وصف بعد التمكين

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
2	حرصت المؤسسات الإعلامية على رفع قدرات العاملين الإعلاميين	2.85	1.18	1	متوسطة
1	أتاحت البرامج التلفزيونية الفرصة للباحثين عن عمل لعرض التحديات التي تواجههم	2.67	1.22	2	متوسطة
5	ساهمت البرامج التلفزيونية في الارتقاء بالتكافل من قبل مكونات المجتمع فيما يتعلق بموضوع الباحثين عن عمل	2.62	1.17	3	متوسطة
4	ساهمت البرامج التلفزيونية في الوصول إلى سياسات تخدم الباحثين عن عمل	2.60	1.18	4	منخفضة
3	ساهمت البرامج التلفزيونية في توعية الباحثين عن عمل بحقوقهم	2.59	1.18	5	منخفضة
التمكين		2.66	1.08		متوسطة

يتضح من الجدول (4-5) توسط درجة الموافقة لبعد التمكين، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (2.66). كما يتبين من الجدول أن الفقرة (2) والتي تنص على (حرصت المؤسسات الإعلامية على رفع قدرات العاملين الإعلاميين) قد جاءت في المرتبة الأولى وبدرجة موافقة متوسطة، حيث بلغ

المتوسط الحسابي (2.85)، بينما جاءت الفقرة (3) والتي تنص على (ساهمت البرامج التلفزيونية في توعية الباحثين عن عمل بحقوقهم) في المرتبة الأخيرة وبدرجة موافقة منخفضة ، حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.59).

المقابلات ذات الصلة ببعد التمكين:

أما فيما يتعلق بردود المبحوثين خلال المقابلات حول التمكين فقد تنوعت الآراء فمنهم من يرى أن تمكين الإعلاميين والباحثين عن عمل بالمهارات والمعلومات أو فرصة الحديث كان محدودا وتكتنفه الكثير من المحاذير التي تحد من التعاطي الإعلامي مع القضية بشفافية وأن هناك فكرة سائدة وهي عدم تأجيج الرأي العام في ظل نمو صامت للقضية قد يؤدي لانفجار غير مسبوق ربما يشابه أو يتخطى أحداث 2011، وأن الباحثين عن عمل الذين تم تمكينهم من الوصول للمعلومات أو الحديث لوسائل الإعلام فهم عينات منتقاة ويتم اختيارها بصورة دقيقة وقد ذُللت لها كل سُبل النجاح في الغالب (كفيتان، السابعي، السعيدي، المعمري مقابلة 2024). بينما يرى (الحمداني، الشحية، الزدجالي مقابلة 2024) أنه ان هنالك اهتمام بالتمكين حيث تمت إتاحة المجال للوصول للمعلومات لأي شخص يسعى للحصول عليها سواءً من قبل وزارة العمل أو المركز الوطني للإحصاء والمعلومات أو بقية المؤسسات الحكومية والتعليمية، إلى جانب تنظيم عدد من ورش العمل والتوعوية والمتخصصة بملف الباحثين عن عمل من قبل المؤسسات الحكومية المعنية بالملف بمشاركة مجموعة من الإعلاميين وممثلي المجتمع المدني، كما توجد مساحة جيدة للإعلاميين للحديث حول ملف الباحثين عن عمل خصوصا في القنوات غير الحكومية ولم يتم منع الباحثين من نقل تجربتهم معاناتهم عبر القنوات الإعلامية.

بُعد اكتشف إشارات الإنذار: ما مدى فاعلية البرامج التلفزيونية في اكتشاف إشارات الإنذار المرتبطة بأزمة الباحثين عن عمل؟

يعرض الجدول الآتي ملخصاً لوصف بُعد اكتشاف إشارات الإنذار، حيث كانت النتائج كما يلي:

الجدول (4-6): وصف بعد اكتشاف إشارات إنذار

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
1	ساعد اكتشاف إشارات عدم الرضا الأولية لدى الباحثين عن عمل في معالجة الأزمة	2.74	1.15	1	متوسطة
4	هناك تحليل مستمر لأزمة الباحثين عن عمل بما يساهم في تقليل آثارها	2.56	1.30	2	منخفضة
2	استشعرت البرامج التلفزيونية معاناة الباحثين عن عمل في مرحلة نشوئها	2.51	1.20	3	منخفضة
3	ساهمت البرامج التلفزيونية بفاعلية في اكتشاف إشارات الإنذار الأولى لأزمة الباحثين عن عمل	2.49	1.17	4	منخفضة
اكتشاف إشارات إنذار		**2.57**	**1.20**		منخفضة

يتضح من الجدول (4-6) انخفاض درجة الموافقة لبعد اكتشاف إشارات إنذار، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (2.57). كما يتبين من الجدول أن الفقرة (1) والتي تنص على (ساعد اكتشاف إشارات عدم الرضا الأولية لدى الباحثين عن عمل في معالجة الأزمة) قد جاءت في المرتبة الأولى وبدرجة موافقة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.74)، بينما جاءت الفقرة (3) والتي

تنص على (ساهمت البرامج التلفزيونية بفاعلية في اكتشاف إشارات الإنذار الأولى لأزمة الباحثين عن عمل) في المرتبة الأخيرة وبدرجة موافقة منخفضة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.49).

المقابلات ذات الصلة ببعد اكتشاف إشارات الإنذار:

وحول اكتشاف إشارات الإنذار الأولى لأزمة الباحثين العمل أشار (السابعي، الشحية، الحمداني مقابلة 2024) خلال المقابلات إلى أن الطرح الإعلامي بشكل عام والبرامج التلفزيونية بشكل خاص كانت لها أدوار في عملية اكتشاف المراحل الأولى لبداية تشكل الأزمة حيث تم تسليط الضوء على الازمة والاستعجال بمناقشتها والتفكير بإيجاد حلول عملية لها بالإضافة للعمل على التقليل والتخفيف من الاحتقان المجتمعي ووضعت الكثيرين من الجمهور في حالة ترقب لما سيتم طرحه من خلال تلك البرامج، إلى جانب العمل على حل ومعالجة الكثير من المشكلات المجتمعية أو على الأقل تأجيل التصادم حول تلك المشكلات. حيث سعت البرامج التلفزيونية على لعب هذا الدور بطريقة ذكية لا تخلف أضرارا أكبر من تلك التي ستحدث لو لم يتم الحديث عن أزمة الباحثين عن عمل إعلاميا، كما أنها سلطت الضوء على بوادر الأزمة أو بشكل أوضح نبهت على أهمية ترك الملف مفتوحا للتطرق إليه بين الحين والآخر استجابة لما يتطلبه الوضع على الصعيد المجتمعي وربما من الأمثلة هو التحرك الكبير من قبل جلالة المغفور له السلطان قابوس بن سعيد طيب الله ثراه مع كل ظهور لبوادر أزمة الباحثين عن عمل إلى التوجيه بضرورة التخفيف ومعالجة هذه الأزمة وطرح فرص عمل وظيفية في المؤسسات الحكومية والخاصة، بالإضافة لأن مسؤولية اكتشاف إشارات الإنذار لهذه الأزمة ليست مسؤولية المؤسسة الإعلامية وحدها بل هي جهد مشترك لعدد من المؤسسات في الدولة ومنها ما يتصف بطابع السرية أو التحفظية كما يسميه الاقتصاديون والقانونيون لذلك تتجنب المؤسسات

الحديث عن بعض الملفات في أوقات معينة. وعلى الجانب الآخر يرى (كفيتان، المعمري، السعيدي، الزدجالي مقابلة 2024) أن البرامج التلفزيونية لم يكن لها دور يذكر فهي تدور في فلك السياسات المرسومة ولا تنزل للشارع بشفافية ومصداقية عبر استطلاعات رأي حيادية تمثل عينات من كافة المحافظات وبالتالي فهي تساهم في تخدير متخذ القرار أكثر منه إعطاءه إشارات واضحة لبداية المشكلة، إلى جانب التأخر في طرح المشكلة ومحاولة معالجة الأزمة في بدايتها من خلال اكتشاف إشارات الإنذار الأولى بل يتم الانتظار حتى تحدث إثارة للرأي العام وبعدها تتحرك البرامج التلفزيونية أحيانا لتهدئة الشارع، بالإضافة إلى أن الإعلام الحديث وشبكات التواصل الاجتماعي تعمل على اكتشاف إشارات الإنذار لهذه الأزمة قبل تسليط الضوء عليها في البرامج التلفزيونية،.

بُعد الاستعداد والوقاية: كيف تساهم فاعلية البرامج التلفزيونية في الاستعداد والوقاية من أزمة الباحثين عن عمل؟

يعرض الجدول الآتي ملخصاً لوصف بُعد الاستعداد والوقاية، حيث كانت النتائج كما يلي:

الجدول (4-7): وصف بعد الاستعداد والوقاية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
5	هناك وحدات مختصة تهتم بتطوير القدرات والمهارات التي لدى الإعلاميين	2.85	1.26	1	متوسطة
1	تم تجزئة وتحليل مكونات أزمة الباحثين عن عمل لغرض تسهيل معالجتها	2.78	1.18	2	متوسطة

3	عاونت البرامج التلفزيونية المؤسسات الحكومية على طرح مشاريع حلول لأزمة الباحثين عن عمل في مرحلتها الأولية	2.64	1.26	3	متوسطة
2	قامت البرامج التلفزيونية بتقديم معالجات استباقية لأزمة الباحثين عن عمل	2.46	1.18	4	منخفضة
4	توجد وحدة إعلامية مختصة تهتم بتحليل وحصر المشكلات التي تواجه الشباب الباحثين عن العمل	2.45	1.17	5	منخفضة
الاستعداد والوقاية		**2.64**	**1.21**		متوسطة

يتضح من الجدول (4–7) توسط درجة الموافقة لبعد الاستعداد والوقاية، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (2.64). كما يتبين من الجدول أن الفقرة (5) والتي تنص على (هناك وحدات مختصة تهتم بتطوير القدرات والمهارات التي لدى الإعلاميين) قد جاءت في المرتبة الأولى وبدرجة موافقة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.85)، بينما جاءت الفقرة (4) والتي تنص على (توجد وحدة إعلامية مختصة تهتم بتحليل وحصر المشكلات التي تواجه الشباب الباحثين عن العمل) في المرتبة الأخيرة وبدرجة موافقة منخفضة ، حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.45).

المقابلات ذات الصلة ببعد الاستعداد والوقاية:

فيما يتعلق بالمقابلات فقد تقاربت آراء المبحوثين حول دور البرامج التلفزيونية في مرحلة الاستعداد والوقاية من أزمة الباحثين عن عمل مُشيرة أنه لا يوجد دور يمكن أن تقوم به البرامج التلفزيونية للاستعداد والوقاية من هذه الأزمة مُشيرين إلى أن هذا الملف يُشبه الجرح الذي سيبقى نازفا

وإن خفت حدته في بعض الفترات، وأن ما على المرء أن يفعله هو أن يضمن نزيفا أقل وأنه لا توجد وقاية لأمر يُعَد شبه طبيعي على المستوى العالمي حيث تعاني نسبة كبيرة من الدول النامية وحتى المتقدمة من ارتفاع نسبة "البطالة" الباحثين عن عمل، لذلك فإن المبحوثين من خلال المقابلات يرون أنه لا يوجد دور حقيقي للبرامج التلفزيونية في مرحلة الاستعداد والوقاية ولكن على الطرح الإعلامي أن يأخذ في الاعتبار زيادة جرعات التثقيف للجمهور المشاهد حول عدم الترفع عن أي عمل وعدم ربط أي عمل بشهادة معينة وأن هنالك مجموعة من الخيارات المتاحة في سوق العمل، مع التأكيد من خلال البرامج التلفزيونية على أن سباب الوطن هم الأحق بالعمل لأنهم يصنعون لبنات المجتمع ولضمان دوران هذه الأموال في داخل الاقتصاد العماني (الحمداني، السابعي، المعمري، كفيتان، السعيدي، الزدجالي مقابلة 2024).

بعد احتواء أو الحد من الأضرار: ما أثر فاعلية البرامج التلفزيونية على احتواء أو الحد من الأضرار المرتبطة بأزمة الباحثين عن عمل؟

يعرض الجدول الآتي ملخصاً لوصف بُعد احتواء أو الحد من الأضرار، حيث كانت النتائج كما يلي:

الجدول (4-8): وصف بعد احتواء أو الحد من الأضرار

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
3	لم تسمح البرامج التلفزيونية بحدوث تصادم بين أطراف الأزمة	2.91	1.25	1	متوسطة

5	حفزت البرامج التلفزيونية القطاع الخاص على أخذ دوره ضمن المسؤولية الاجتماعية	2.83	1.41	2	متوسطة
1	قامت البرامج التلفزيونية بمناقشة أزمة الباحثين عن عمل مع جميع الأطراف	2.69	1.27	3	متوسطة
4	ساهمت البرامج التلفزيونية في الحد من أضرار أزمة الباحثين عن عمل	2.59	1.30	4	منخفضة
2	عملت البرامج التلفزيونية على احتواء أزمة الباحثين قبل تفاقمها	2.50	1.25	5	منخفضة
احتواء أو الحد من الأضرار		**2.70**	**1.30**		متوسطة

يتضح من الجدول (4-8) توسط درجة الموافقة لبعد احتواء أو الحد من الأضرار، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (2.70). كما يتبين من الجدول أن الفقرة (3) والتي تنص على (لم تسمح البرامج التلفزيونية بحدوث تصادم بين أطراف الأزمة) قد جاءت في المرتبة الأولى وبدرجة موافقة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.91)، بينما جاءت الفقرة (2) والتي تنص على (عملت البرامج التلفزيونية على احتواء أزمة الباحثين قبل تفاقمها) في المرتبة الأخيرة وبدرجة موافقة منخفضة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.50).

المقابلات ذات الصلة ببعد الاحتواء أو الحد من الأضرار:

تنوعت الآراء خلال المقابلات حول الكيفية التي يمكن من خلالها للبرامج التلفزيونية أن تساهم في احتواء أو الحد من أضرار أزمة الباحثين عن عمل حيث أشار (السعيدي، المعمري، كفيتان مقابلة

2024) إلى أن الشفافية هي الوسيلة الأفضل للاحتواء من خلال الاستماع لجميع الأطراف وطرح وجهات النظر بكل حيادية وموضوعية والعمل على الاستقصاء الحقيقي غير الموجه والعمل على زيادة جرعة التعاطي من أزمة الباحثين عن عمل إعلاميا والسماح للرأي الآخر الذي ينتقد السياسات التشغيلية بالظهور من خلال البرامج التلفزيونية سواءَ كان من الباحثين عن عمل أو الكتاب والمثقفين وغيرهم ممن يمثلون المجتمع المدني وتمكينهم لعرض مشكلتهم حتى يتم احتواؤهم والتقليل من أضرار هذه الأزمة، وقد طرح كفيتان مثالا: برنامج تلفزيوني جماهيري يكون فيه الحوار بين الباحثين عن عمل ووزير العمل والشركات الكبرى في كل محافظة ويكون فيه التوظيف مباشرًا عبر البث والشكاوى على الهواء مباشرة بالصوت والصورة وتكون الشركات حاضرة ويتم إعادة المسرحين عن العمل إلى مواقعهم فبهذا يكون للبرامج التلفزيونية دور في احتواء أو الحد من أضرار أزمة الباحثين عن عمل، إلى جانب معرفة الأعداد الحقيقية للباحثين عن عمل ونسبة الباحثين من إجمالي السكان العمانيين فقط وعدم التلاعب بالأرقام من خلال إدخال فرص عمل الوافدين وأعدادهم ضمن عدد السكان لتصبح نسبة "البطالة" الباحثين عن عمل منخفضة. بينما يرى (السابعي، الحمداني، الزدجالي مقابلة 2024) أنه على البرامج التلفزيونية أن تعمل على وضع خطة إعلامية مبنية على أسس علمية وليست فقط خطوات ارتجالية عشوائية لا تستند على منهج واضح، بالإضافة لإعطاء الشباب مساحة أكبر للشباب لتقديم مقترحاتهم ومتابعة تفاصيل أزمة الباحثين عن عمل وإشراكهم في تقديم الحلول التي تساهم في الاحتواء أو الحد من أضرار هذه الأزمة من خلال التنسيق مع الجهات المعنية بهذا الأمر واستضافتهم على طاولة الحوار لإيصال أصواتهم لصانع القرار، وأن لبرامج التلفزيونية دورا في احتواء كل الأزمات التي تشكل ملفات وطنية وذلك من خلال تحليل أبعاد الأزمة من خلال المختصين والخبراء لاقتراح الحلول والإجراءات الوقائية ومتابعة تطبيقها مع الجهات المعنية.

بُعد استعادة النشاط والتعلم: ما مدى فاعلية البرامج التلفزيونية في استعادة النشاط والتعلم المرتبط بإدارة أزمة الباحثين عن عمل؟

يعرض الجدول الآتي ملخصاً لوصف بُعد استعادة النشاط والتعلم، حيث كانت النتائج كما يلي:

الجدول (4-9): وصف بُعد استعادة النشاط والتعلم

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
4	نقلت البرامج التلفزيونية ملف الباحثين عن عمل إلى أطراف العلاقة	2.76	1.28	1	متوسطة
1	عملت البرامج التلفزيونية على استقرار العلاقة بين أطراف أزمة الباحثين عن عمل	2.76	1.22	2	متوسطة
6	حرصت البرامج على استمرارية مناقشة ملف الباحثين عن عمل	2.72	1.25	3	متوسطة
5	وظفت البرامج التلفزيونية إعلاميين مختصين لطرح موضوعات الباحثين عن عمل بصورة مترابطة مع ذوي العلاقة	2.65	1.30	4	متوسطة
2	قدمت البرامج التلفزيونية حلولا لتجنب تكرار أزمة الباحثين عن عمل	2.58	1.27	5	منخفضة
3	طرحت البرامج التلفزيونية قضايا الباحثين عن عمل بصورة معمقة	2.57	1.23	6	منخفضة
7	أنجزت البرامج التلفزيونية المأمول منها في ملف تشغيل الباحثين عن عمل	2.45	1.19	7	منخفضة
	استعادة النشاط والتعلم	**2.64**	**1.25**		متوسطة

يتضح من الجدول (4–9) توسط درجة الموافقة لبعد استعادة النشاط والتعلم، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (2.64). كما يتبين من الجدول أن الفقرة (4) والتي تنص على (نقلت البرامج التلفزيونية ملف الباحثين عن عمل إلى أطراف العلاقة) قد جاءت في المرتبة الأولى وبدرجة موافقة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.76)، بينما جاءت الفقرة (7) والتي تنص على (أنجزت البرامج التلفزيونية المأمول منها في ملف تشغيل الباحثين عن عمل) في المرتبة الأخيرة وبدرجة موافقة منخفضة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.45).

المقابلات ذات الصلة ببعد استعادة النشاط والتعلم:

وهنا جاءت استجابة المبحوثين من خلال المقابلات تميل إلى أنه لا يوجد دور حقيقي وملموس للبرامج التلفزيونية في استعادة النشاط والتعلم بعد انتهاء الأزمة حيث يتم السكوت عن الموضوع رغبةً في عدم إثارة الرأي العام مجددا لذلك لا يتم الرجوع لمناقشة هذه الأزمة في حالة استقرارها واستعادة النشاط فيها وهذا ما أشار إليه (السعيدي، المعمري، كفيتان مقابلة 2024) حيث أن مرحلة ما بعد الأزمة أو مرحلة انحسار الأزمة هي من المراحل المهمة لاستعادة النشاط والتعلم من التجربة السابقة لبناء الخبرات وتحسين الجاهزية للتعامل مع الأزمات المشابهة في حالة حدوثها أو تكرارها، بالإضافة إلى أن نشر المعلومات والدروس المستفادة من الحوارات خلال البرامج التلفزيونية سيؤدي إلى كسب ثقة المشاهد وتحديدا الباحثين عن عمل. بينما يرى (الحمداني، السابعي، الزدجالي مقابلة 2024) أن هنالك دور للإعلام في مرحلة استعادة النشاط والتعلم بعد انتهاء الأزمة وذلك من خلال الرسائل الإعلامية المتنوعة حيث يمكن للبرامج التلفزيونية أن تقوم بضخ رسائل تثقيفية توعوية لضمان عدم تفاقم المشكلة مجددا أو ضمان بقائها عن المستويات المعقولة، إلى جانب العمل على

وضع تصورات منطقية وسيناريوهات معدة مسبقا حول كيفية التعامل والسيطرة على هذه الأزمة في حالة ظهورها مجددًا مع العمل على التعلم والاستفادة من التجربة الحالية وعدم تكرار الأخطاء السابقة ووضع مجموعة من الحلول المسبقة وضرورة التحديث المستمر ومواكبة المستجدات ورصد ما يتم تداوله من خلال شبكات التواصل الاجتماعي أولا بأول، حيث يعود دور الإعلام من جديد وتكون البرامج أكثر نضجًا بعد المرور بتجربة كاملة والحديث والنقاش والتحليل وإعداد خطة حكومية لإعداد برامج مستقبلية مستفيدة ومتعلمة من الأزمة السابقة.

4-3 اختبار فرضيات الدراسة بناءً على الاستبانة

يعرض هذا الجزء من الدراسة نتائج اختبار فرضية الدراسة، والتي تم التوصل إليها من خلال تطبيق أساليب الإحصاء الاستدلالي المناسبة، حيث تم اخضاع الفرضية الرئيسة لتحليل الانحدار الخطي المتعدد والمتدرج Multiple and stepwise Linear Regression، وفيما يأتي نتائج **اختبار الفرضية الرئيسية:**

تنص هذه الفرضية على أنه: " **هناك علاقة طردية بين فاعلية البرامج التلفزيونية بأبعادها (تحقيق الأهداف، ونوعية البرامج، والاستجابة، والتمكين) وإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان.**"

ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد Multiple Linear Regression، وظهرت النتائج كما يأتي:

الجدول رقم (4-10): ملخص النموذج وتحليل تباين الانحدار للفرضية الرئيسة

المتغير التابع	ملخص النموذج				تحليل التباين ANOVA		
	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد (R^2)	معامل التحديد المعدل (R^2) Adjusted	الخطأ المعياري للنموذج	درجات الحرية (DF)	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة (Sig F*)
إدارة أزمة الباحثين	0.950	0.903	0.901	0.333	269	615.323	0.000

* التأثير دلال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتبين من الجدول (4-10) وجود علاقة ارتباط طردية بين فاعلية البرامج التلفزيونية وإدارة أزمة الباحثين عن عمل، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($R_{0.950}$=)، وبلغت قيمة معامل التحديد ($R^2$0.903=)، وهذا يشير إلى أن فاعلية البرامج التلفزيونية فسر ما نسبته (90.3%) من التغير الحاصل في إدارة أزمة الباحثين عن عمل، مع ثبات العوامل الأخرى. كما يتبين من الجدول معنوية النموذج، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (615.323) وبمستوى الدلالة (SigF=0.000) وهي أقل من 0.05، مما يشير إلى وجود أثر دال إحصائياً لفاعلية البرامج التلفزيونية وإدارة أزمة الباحثين عن عمل عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$))، وعند 4 درجات حرية. وبناءً عليه فإنه تم قبول الفرضية التي تنص على أنه: "هناك علاقة طردية بين فاعلية البرامج التلفزيونية بأبعادها (تحقيق الأهداف، ونوعية

البرامج، والاستجابة، والتمكين) وإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان."

أما فيما يتعلق باختبار الفرضيات الفرعية المنبثقة عن هذه الفرضية فإن الجداول التالية تبين النتائج التي تم التوصل اليها.

اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

وتنص هذه الفرضية على أنه: هناك علاقة طردية بين تحقيق الأهداف وإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان.

ولاختبار هذه الفرضية قام الباحث باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) لمعرفة الأثر حيث تبين النتائج التي يتضمنها الجدول رقم (4-11).

جدول (4-11)

نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) للفرضية الفرعية الأولى

البيان	**R الارتباط**	**R^2 معامل التحديد**	Tقيمة	B	**sig الدلالة الإحصائية**
تحقيق الأهداف وإدارة أزمة الباحثين	0.800	0.640	5.965	0.602	0.00

- يكون الارتباط ذا دلالة احصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

يوضح الجدول (4-11) العلاقة بين تحقيق الأهداف وإدارة أزمة الباحثين، وتبين أن قيمة T المحسوبة هي (5.965) وبمقارنة القيم التي تم التوصل اليها في اختبار هذه الفرضية يتبين أن القيمة المحسوبة اكبر من القيمة الجدولية، وان قيمة مستوى الدلالية sig بلغت (0.00) كما بلغ معامل الارتباط R (0.800) عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) ، اما معامل التحديد R2 فقد بلغ (.831) كما بلغت قيمة

درجة التأثير B (0.640). مما يعني قبول الفرضية التي تنص على أنه " هناك علاقة طردية بين تحقيق الأهداف وإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان ".

اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

وتنص هذه الفرضية على أنه: هناك علاقة طردية بين نوعية البرامج وإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان.

ولاختبار هذه الفرضية قام الباحث باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) لمعرفة الأثر حيث تبين النتائج التي يتضمنها الجدول رقم (4-12).

جدول (4-12)

نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) للفرضية الفرعية الثانية

البيان	**R الارتباط**	**R^2 معامل التحديد**	قيمة T	B	**sig الدلالة الإحصائية**
نوعية البرامج وإدارة أزمة الباحثين	0.895	0.800	3.102	0.244	0.002

- يكون الارتباط ذا دلالة احصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

يوضح الجدول (4-12) العلاقة بين نوعية البرامج وإدارة أزمة الباحثين ، وتبين أن قيمة T المحسوبة هي (3.102) وبمقارنة القيم التي تم التوصل اليها في اختبار هذه الفرضية يتبين أن القيمة المحسوبة اكبر من القيمة الجدولية ، وان قيمة مستوى الدلالية sig بلغت (0.002) كما بلغ معامل الارتباط R

(0.895) عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) ، اما معامل التحديد R2 فقد بلغ (0.800) كما بلغت قيمة درجة التأثير B (0.244).. مما يعني قبول الفرضية التي تنص على أنه " **هناك علاقة طردية بين نوعية البرامج وإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان** "

اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

وتنص هذه الفرضية على أنه: هناك علاقة طردية بين الاستجابة وإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان.

ولاختبار هذه الفرضية قام الباحث باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) لمعرفة الأثر حيث تبين النتائج التي يتضمنها الجدول رقم (4-13).

جدول (4-13)

نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) للفرضية الفرعية الثالثة

البيان	**R الارتباط**	**R^2 معامل التحديد**	قيمة T	B	**sig الدلالة الإحصائية**
الاستجابة وإدارة أزمة الباحثين	0.929	0.863	6.712	0.400	0.00

- يكون الارتباط ذا دلالة احصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

يوضح الجدول (4-13) العلاقة بين الاستجابة وإدارة أزمة الباحثين ، وتبين أن قيمة T المحسوبة هي (6.712) وبمقارنة القيم التي تم التوصل اليها في اختبار هذه الفرضية يتبين أن القيمة المحسوبة اكبر من القيمة الجدولية ، وان قيمة مستوى الدلالية sig بلغت (0.00) كما بلغ معامل الارتباط R (0.929) عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) ، اما معامل التحديد R2 فقد بلغ (0.863) كما بلغت قيمة

درجة التأثير B (0.400). مما يعني قبول الفرضية التي تنص على أنه " **هناك علاقة طردية بين الاستجابة وإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان**".

اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

وتنص هذه الفرضية على أنه: هناك علاقة طردية بين التمكين وإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان.

ولاختبار هذه الفرضية قام الباحث باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) لمعرفة الأثر حيث تبين النتائج التي يتضمنها الجدول رقم (4-14).

جدول (4-14)

نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression) للفرضية الفرعية الرابعة

البيان	**R الارتباط**	**R^2 معامل التحديد**	قيمة T	B	**sig الدلالة الإحصائية**
التمكين وإدارة أزمة الباحثين	0.913	0.834	3.465	0.244	0.001

- يكون الارتباط ذا دلالة احصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

يوضح الجدول (4-14) العلاقة بين التمكين وإدارة أزمة الباحثين ، وتبين أن قيمة T المحسوبة هي (0.244) وبمقارنة القيم التي تم التوصل اليها في اختبار هذه الفرضية يتبين أن القيمة المحسوبة اكبر من القيمة الجدولية ، وان قيمة مستوى الدلالية sig بلغت (0.001) كما بلغ معامل الارتباط R (0.913) عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) ، اما معامل التحديد R2 فقد بلغ (0.834) كما بلغت قيمة درجة التأثير B (0.244). مما يعني قبول الفرضية التي تنص على أنه " هناك علاقة طردية بين

التمكين وإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان".

4- 5 نتائج تحليل المحتوى:

أولا: فئة الشكل (كيف قيل؟)

جدول رقم (4-15)

التوزيع التكراري للبرامج التلفزيونية حسب مرات البث

تحليل المحتوى المتعلق بالتعامل مع أزمة الباحثين عن عمل خلال الموجة الأخيرة للأزمة " فايروس كورونا" بواقع عام كامل لكل مرحلة من مراحل الأزمة: قبل الأزمة – أثناء الأزمة – بعد انحسار الأزمة								
الفترة الزمنية	2018			2020			2022		
فئة التحليل: مرات البث	إجمالي مرات البث	بث تناول أزمة الباحثين عن عمل	النسبة المئوية	إجمالي مرات البث	بث تناول أزمة الباحثين عن عمل	النسبة المئوية	إجمالي مرات البث	بث تناول أزمة الباحثين عن عمل	النسبة المئوية
معا نعمل المدة 90 د	21 حلقة	21 حلقة	%100	توقف البرنامج أثناء جائحة كورونا			استمرار توقف البرنامج		
رؤية اقتصادية المدة 60 د	28 حلقة	15 حلقة	% 53	توقف البرنامج أثناء جائحة كورونا			19 حلقة	6 حلقات	% 31
ملف الأسبوع المدة 60 د	35 حلقة	3 حلقات تطرقت للباحثين	%8.5	توقف البرنامج أثناء جائحة كورونا			21 حلقة	حلقة واحدة	% 4.7

		عن عمل						
أخباركم المدة 60 د	تم استحداثه عام 2020			14 حلقة	8 حلقات	57 %	16 حلقة	8 حلقات	50 %
أرقام وحقائق المدة 60 د	32 حلقة	13 حلقة	40 %	توقف البرنامج أثناء جائحة كورونا			استمرار توقف البرنامج		
مع الشباب 80 د	تم استحداثه عام 2022						7 حلقات	6 حلقات	85%
المجموع	116 حلقة	52 حلقه	45%	14حلقه	8 حلقات	57%	63 حلقه	21 حلقه	33%

حسب الجدول السابق رقم (4-15) يتضح أن نسبة تناول البرامج التلفزيونية لملف الباحثين عن عمل بلغ أعلى نسبة أثناء اشتداد الأزمة في العام 2020 حيث شغلت 57% من حجم البث خلال تلك الفترة، بينما كانت النسبة الأقل في فترة انحسار الأزمة وبداية مرحلة التعافي الاقتصادي من جائحة كورونا حيث كانت النسبة 33%. هذا وسجل برنامج معًا نعمل أعلى نسبة تغطية لموضوع الباحثين عن عمل حيث بلغت 100% نظرا لأن البرامج تم إعداده خصيصا لتهدئة الباحثين عن عمل أثناء مرحلة استشعار بداية الأزمة، كما أنه البرنامج الذي كانت له أطول مدة بث بمعدل 90 دقيقة لكل حلقة نظرا لاستشعار القائمين على البرنامج لأهمية الموضوع على خلاف بقية البرامج بواقع 60 دقيقة تقريبا لكل حلقة. ويأتي في المرتبة الثانية برنامج مع الشباب الذي بدأ البث في العام 2022 متناولا ملف الباحثين عن عمل

بنسبة 85% من إجمالي البث للحلقات وهو أحد البرامج الهادفة للحديث مع الشباب بوجود المسؤولين وإتاحة الفرصة لهم لنقل صوتهم لصانع القرار.

لذلك جاء البرنامج استجابة لتوجيهات جلالة المغفور له جلالة السلطان قابوس طيب الله ثراه بتوفير 25 ألف فرصة عمل وإطلاق البرنامج الوطني لتوظيف الباحثين عن عمل.

جدول رقم (4-16)

البرامج التلفزيونية حسب الأسماء وأيام البث وفترة البث

تحليل المحتوى المتعلق بالتعامل مع أزمة الباحثين عن عمل خلال الموجة الأخيرة للأزمة " فايروس كورونا" بواقع عام كامل لكل مرحلة من مراحل الأزمة: قبل الأزمة – أثناء الأزمة – بعد انحسار الأزمة						
الفترة الزمنية	2018		2020		2022	
فئة التحليل: أيام البث والفترة	يوم البث والفترة		يوم البث والفترة		يوم البث والفترة	
معا نعمل	الأحد	مساءً				
رؤية اقتصادية	الثلاثاء	مساءً			الثلاثاء	مساءً
ملف الأسبوع	الأربعاء	مساءً			الإثنين	مساءً
أخباركم			الأحد	مساءً	الأحد	مساءً

أرقام وحقائق	الاثنين	مساءً				
مع الشباب					الخميس	مساءً
الإجمالي: توزعت البرامج خلال أيام الأسبوع ما عدا الخميس والجمعة والسبت : 100% من البرامج يتم بثها فترة المساء						

ومن خلال الجدول السابق رقم (4-16) نلاحظ أن كل البرامج يتم بثها في الفترة المسائية وهي متوزعة طوال أيام الأسبوع بواقع حلقة واحدة أسبوعيا لكل برنامج مع غياب البرامج عن البث في نهاية الأسبوع خلال يومي الجمعة والسبت، وقد يرجع ذلك لكونها إجازة أسبوعية. ولكن في الجانب الآخر كان بالإمكان بث بعض البرامج في نهاية الأسبوع كونها فترة تشهد الكثير من التجمعات العائلية وبالتالي هي فرصة لمناقشة القضايا الاجتماعية ومن بينها ملف الباحثين عن عمل.

جدول رقم (4-17)

البرامج التلفزيونية حسب الأسماء واللغة المستخدمة والقوالب الفنية

تحليل المحتوى المتعلق بالتعامل مع أزمة الباحثين عن عمل خلال الموجة الأخيرة للأزمة " فايروس كورونا" بواقع عام كامل لكل مرحلة من مراحل الأزمة: قبل الأزمة – أثناء الأزمة – بعد انحسار الأزمة						
الفترة الزمنية	2018		2020		2022	
فئة التحليل:	اللغة المستخدمة: الفصحى- العامية	القوالب الفنية: الحوار اللقاءات	اللغة المستخدمة: الفصحى- العامية	القوالب الفنية: الحوار اللقاءات	اللغة المستخدمة: الفصحى- العامية	القوالب الفنية: الحوار اللقاءات

اللغة المستخدمة والقوالب الفنية		**التقارير**		**التقارير**		**التقارير**
معا نعمل	**الفصحى**	**الحوار + التقارير**				
رؤية اقتصادية	**الفصحى**	**الحوار + التقارير**			**الفصحى**	**الحوار + التقارير**
ملف الأسبوع	**الفصحى**	**الحوار + التقارير**			**الفصحى**	**الحوار + التقارير**
أخباركم			**الفصحى**	**الحوار + اللقاءات + التقارير**	**الفصحى**	**الحوار + اللقاءات + التقارير**
أرقام وحقائق	**الفصحى**	**الحوار + اللقاءات + التقارير**				
مع الشباب					**الفصحى**	**الحوار + اللقاءات**
الإجمالي خلال مراحل الأزمة: 100 % من البرامج اعتمدت اللغة الفصحى **: 67% من البرامج اعتمدت (الحوار + التقارير) بدون لقاءات ميدانية**						

في الجدول رقم (4-17) نلاحظ أن جميع البرامج التلفزيونية اعتمدت على اللغة الفصحى للتخاطب والحديث خلال البرامج وهذا قد يعود لكونها برامج يتم بثها على التلفزيون الرسمي لذلك اعتمدت على الخطاب بلغة رسمية واستخدام اللغة الفصحى، ولكن كان بالإمكان استخدام اللهجة العامية خصوصا

وأن الجمهور المستهدف هو الجمهور العماني في الغالب وغالبية المواضيع التي يتم تناولها هي مواضيع محلية وتتطلب تبسيط لغة الحوار.

وفيما يتعلق بالقوالب الفنية المستخدمة نلاحظ اعتماد غالبية البرامج على الحوار بين المذيع والضيوف إلى جانب التقارير التي يتم إعدادها من قبل فريق إعداد البرنامج لإعطاء خلفية أو معلومات للتمهيد لموضوع الحلقة وهي من الأساليب الشائعة ضمن القوالب الفنية المستخدمة في البرامج التلفزيونية. بينما اتجه برنامج أخباركم وبرنامج أرقام وحقائق للاعتماد على قالب فني ثالث وهو اللقاءات الميدانية واستطلاع أراء الجمهور من خلال إجراء مجموعة من اللقاءات مع الجمهور والاستماع لرأيهم وأسئلتهم حول موضوع الحلقة ونقلها للمعنيين داخل الاستوديو للإجابة على تلك الاستفسارات. وهنالك برنامج آخر هو برنامج مع الشباب الذي بدأ البث في مرحلة التعافي من الأزمة أو انحسارها في عام 2022 واعتمد على الحضور الجماهيري لمجموعة من الشباب في استوديو مفتوح بحضور أحد صناع القرار من الإدارات العليا لمناقشته وطرح الاستفسارات بطريقة مباشرة على الضيف.

جدول رقم (4-18)

البرامج التلفزيونية حسب الأسماء وطريقة البث ومكان التصوير

تحليل المحتوى المتعلق بالتعامل مع أزمة الباحثين عن عمل خلال الموجة الأخيرة للأزمة " فايروس كورونا" بواقع عام كامل لكل مرحلة من مراحل الأزمة: قبل الأزمة – أثناء الأزمة – بعد انحسار الأزمة						
الفترة الزمنية	2018		2020		2022	
فئة التحليل:	طريقة البث: مسجل مباشر	مكان التصوير: داخلي خارجي	طريقة البث: مسجل مباشر	مكان التصوير: داخلي خارجي	طريقة البث: مسجل مباشر	مكان التصوير: داخلي خارجي

طريقة البث ومكان التصوير						
معا نعمل	مباشر	داخلي				
رؤية اقتصادية	مسجل	داخلي + خارجي			مسجل	داخلي + خارجي
ملف الأسبوع	مباشر	داخلي			مباشر	داخلي
أخباركم			مباشر	داخلي	مباشر	داخلي
أرقام وحقائق	مباشر	داخلي				
مع الشباب					مسجل	خارجي
الإجمالي	75% مباشر	87% داخلي	100% مباشر	100% داخلي	50% مباشر	63% داخلي

يتضح من خلال الجدول السابق رقم (4-18) أن غالبية البرامج كانت مباشرة ويتم تصويرها داخليا ماعدا برنامجي رؤية اقتصادية وبرنامج مع الشباب، ويرجع ذلك لسببين هما أن برامج التصوير الخارجي تكون فيها نسبة حدوث الأخطاء الفنية أعلى على عكس التصوير داخل الاستوديو مع توفر كافة المعدات

والأجهزة وغيرها من التجهيزات ولكن هذا لا يمكن اعتباره سببا كافيا لعدم استخدام البث المباشر كونه يعطي مصداقيه للبرنامج.

كذلك جاءت معظم البرامج بتصوير داخلي ماعدا برنامجي رؤية اقتصادية وبرنامج مع الشباب من خلال استخدام التصوير الخارجي وهو الأمر الذي يعطي للمشاهد انطباعا بالمعايشة والواقعية، كما يعبر التصوير الخارجي على الاقتراب من المجتمع والنزول للشارع للاستماع لما يدور من قضايا وموضوعات.

ثانيا: فئة المضمون " ماذا قيل؟"

جدول رقم (4-19)

يوضح النسب المئوية لعدد التكرارات في البرامج التلفزيونية حسب المواضيع المطروحة

تحليل المحتوى المتعلق بالتعامل مع أزمة الباحثين عن عمل خلال الموجة الأخيرة للأزمة " فايروس كورونا" بواقع عام كامل لكل مرحلة من مراحل الأزمة: قبل الأزمة – أثناء الأزمة – بعد انحسار الأزمة									
الفترة الزمنية	2018			2020			2022		
فئة التحليل: حسب الموضوع	اقتصادي	اجتماعي	غير ذلك (سياسي، ثقافي، علمي...)	اقتصادي	اجتماعي	غير ذلك (سياسي ، ثقافي، علمي)	اقتصادي	اجتماعي	غير ذلك (سياسي ، ثقافي، علمي)
معا نعمل	12 حلقة %57	9 حلقات %43							

رؤية اقتصادية	27 حلقة 96.5 %	حلقة 3.5 %					19 حلقة %100		
ملف الأسبوع		6 حلقات %18	29 حلقة %82				حلقتان 9.5 %	6 حلقات 28.5 %	13 حلقة %62
أخباركم				9 حلقات %64	4 حلقات % 28	حلقة %8	9 حلقات %56	5 حلقات %31	حلقتان %13
أرقام وحقائق	12 حلقة %37	18 حلقة %56	حلقتان %7						
مع الشباب							5 حلقات %62	3 حلقات %38	
عدد الحلقات النسبة	51 حلقه %44	34 حلقه %29	31 حلقه %27	9 حلقات %64	4 حلقات % 28	حلقة %8	30 حلقه %53	11 حلقه %19	15 حلقه %27

نشاهد من خلال الجدول رقم (4-19) أن المواضيع الاقتصادية شغلت الحيز الأكبر من الموضوعات التي يتم تناولها ضمن البرامج التلفزيونية خلال الدورات البرامجية وكانت النسبة الأكبر لبرنامج رؤية

اقتصادية بواقع 96.5% وهي نتيجة منطقية كونه برنامجا متخصصا في الشق الاقتصادي، في حين أن البرنامج الأكثر تعرضا للقضايا الاجتماعية كان برنامج أرقام وحقائق بواقع 56% نظرا لأنه برنامج يهتم بالجوانب والقضايا الاجتماعية، بينما كانت الموضوعات السياسية والثقافية والعلمية هي الأقل من حيث التناول نظرا لغياب البرامج التخصصية ما عدا برنامج ملف الأسبوع الذي كان معنيا بالقضايا والملفات السياسية إلى جانب تناوله لبعض القضايا الاجتماعية في بعض حلقاته.

ومما سبق يتضح زيادة التركيز على الموضوعات الاقتصادية من قبل أغلبية البرامج وغياب التنسيق بين فرق العمل لتغطية الجوانب المهمة الأخرى مثل الموضوعات الاجتماعية والعلمية والثقافية وغيرها.

جدول رقم (4-20)

يوضح النسب المئوية لعدد التكرارات في البرامج التلفزيونية حسب موضوعية الطرح

تحليل المحتوى المتعلق بالتعامل مع أزمة الباحثين عن عمل خلال الموجة الأخيرة للأزمة " فايروس كورونا" بواقع عام كامل لكل مرحلة من مراحل الأزمة: قبل الأزمة – أثناء الأزمة – بعد انحسار الأزمة								
الفترة الزمنية	2018			2020			2022		
فئة التحليل: موضوعية الطرح	منحاز للحكومة	متوازن	منحاز للباحثين	منحاز للحكومة	متوازن	منحاز للباحثين	منحاز للحكومة	متوازن	منحاز للباحثين
معا نعمل	13 حلقة %62	5 %23	3 %15						
رؤية اقتصادية	5 حلقات %33	8 %53	2 %13						

ملف الأسبوع	**1** **%33**	**2** **%67**						1 حلقة 100 %	
أخباركم					**1** **%12**	**4** **%50**	**3** **%38**	**1** **%12**	**2** **%25**
أرقام وحقائق	**2** **%17**	**7** **%53**	**4** **%30**						
مع الشباب								5 %83	**1** **%17**
عدد الحلقات **النسبة**	**21** **%40**	**22** **%42**	**9** **%18**	**1** **%12**	**4** **%50**	**3** **%38**	**1** **%6**	11 %73	**3** **%21**

من خلال هذا الجدول يتضح أن إجمالي النسبة المئوية كانت لصالح التوازن في الطرح حيث بلغت 42% في العام 2018 وشهد ارتفاعا في العام 2020 لتبلغ 50% لتصل بعد ذلك لما نسبته 73% في العام 2022 في تحسن ملحوظ لمؤشر موضوعية الطرح على المستوى الإجمالي.

وعلى المستوى الفردي سجل برنامج معًا نعمل أعلى نسبة انحياز للحكومة بنسبة بلغت 62% وهي نسبة تتناسب مع توجهات البرنامج الذي جاء للحديث بلسان الحكومة وتهدئة الرأي العام على خلفية الارتفاع في اعداد الباحثين عن عمل. بينما سجل برنامج مع الشباب أعلى معدل للتوازن في الطرح حيث بلغت

النسبة 83% من خلال إتاحة الفرصة لجميع الأطراف للحديث حول ازمة الباحثين عن عمل وأولهم الشباب أنفسهم، حيث جاء هذا البرنامج في قالب جماهيري على شكل لقاء مفتوح يسمح للشباب بحضور تصوير الحلقات والحديث مع الضيف المسؤول وتوجيه الأسئلة المباشرة لصانع القرار الذي يأتي من أعلى هرم المؤسسة سواء كان وزيرًا أو وكيلا ومن في حكمهم. بينما جاء الانحياز للباحثين عن عمل في المرتبة الثانية أو الأخيرة في جميع البرامج وربما يُعزى ذلك لكون المؤسسة هي مؤسسة حكومية فإما أن تكون متوازنة في الطرح أو تنحاز للحكومة.

جدول رقم (4-21)

يوضح البرامج التلفزيونية حسب الأهداف

تحليل المحتوى المتعلق بالتعامل مع أزمة الباحثين عن عمل خلال الموجة الأخيرة للأزمة " فايروس كورونا" بواقع عام كامل لكل مرحلة من مراحل الأزمة: قبل الأزمة – أثناء الأزمة – بعد انحسار الأزمة								
الفترة الزمنية	2018			2020			2022		
فئة التحليل: الأهداف	استشعار الأزمة	التعامل أثناء الأزمة	التعلم بعد انحسار الأزمة	استشعار الأزمة	التعامل أثناء الأزمة	التعلم بعد انحسار الأزمة	استشعار الأزمة	التعامل أثناء الأزمة	التعلم بعد انحسار الأزمة
معا نعمل	نعم								
رؤية اقتصادية	نعم								نعم
ملف الأسبوع	نعم			توقف بث البرنامج خلال الجائحة					نعم

أخباركم				**نعم**					**نعم**
أرقام وحقائق	**نعم**								
مع الشباب									**نعم**
العدد	**4 برامج**			**برنامج**					**4 برامج**

نلاحظ من خلال الجدول رقم (4–21) أن مرحلة استشعار الأزمة ومرحلة استعادة النشاط والتعلم بعد انحسار الأزمة شهدتا بث مجموعة من البرامج بعدد 4 برامج، ومنها برامج متخصصة مثل برنامج معًا نعمل وبرنامج مع الشباب حيث جاء الأول لتهدئة الباحثين عن عمل في محاولة لاستشعار الأزمة ومحاولة التقليل من آثارها، بينما جاء برنامج مع الشباب في مرحلة انحسار وانحسار الأزمة لطمأنة الباحثين عن عمل وتعريفهم بحجم الجهود التي بذلت وتُبذل باستمرار بالإضافة إلى الاستماع للشباب والجلوس مع المسؤولين وصانعي القرار لتقريب وجهات النظر.

بينما نجد أن مرحلة اشتداد أزمة الباحثين عن عمل في العام 2020 شهدت غياب وتوقف لعدد من البرامج، وقد يكون السبب هو القيود المصاحبة لانتشار جائحة كورونا وصعبة الحركة والقلق من نقل العدوى، كما أن الأزمة المالية وجهود تقليل الإنفاق قد تكون أن الأسباب التي أدت لتوقف بث العديد من البرامج نظرا للاعتقاد بأنا تكاليف غير ضرورية ويمكن الاستغناء عنها.

جدول رقم (4-22)

يوضح النسب المئوية لعدد التكرارات في البرامج التلفزيونية حسب مصدر المعلومات

تحليل المحتوى المتعلق بالتعامل مع أزمة الباحثين عن عمل خلال الموجة الأخيرة للأزمة " فايروس كورونا" بواقع عام كامل لكل مرحلة من مراحل الأزمة: قبل الأزمة – أثناء الأزمة – بعد انحسار الأزمة								
الفترة الزمنية	2018			2020			2022		
فئة التحليل: مصدر المعلومات	مصادر رسمية	تحقيقات صحفية	التواصل الاجتماعي	مصادر رسمية	تحقيقات صحفية	التواصل الاجتماعي	مصادر رسمية	تحقيقات صحفية	التواصل الاجتماعي
معا نعمل	نعم	نعم							
رؤية اقتصادية	نعم	نعم					نعم	نعم	
ملف الأسبوع	نعم	نعم					نعم	نعم	
أخباركم				نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم
أرقام وحقائق	نعم	نعم	نعم						
مع الشباب							نعم	نعم	نعم

نشاهد في الجدول رقم (4-22) أن هناك مجموعة من البرامج اعتمدت على المصادر الرسمية والتحقيقات الصحفية كمصادر للمعلومات بينما أضاف برنامج أخباركم وبرنامج أرقام وحقائق وبرنامج مع الشباب مصدرًا ثالثًا للحصول على المعلومات وهو منصات التواصل الاجتماعي من خلال تفعيل ميزة التفاعل مع موضوع الحلقة والاستعانة ببعض التغريدات وما جاء فيها لمناقشته مع ضيوف البرنامج.

ونلاحظ ضعف الاعتماد على الاعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومة إلى جانب أهميتها في تحقيق الانتشار والوصول لكل شرائح المجتمع من خلال هواتفهم وأجهزتهم اللوحية، إلا أن ذلك كان غائبا عن عدد كبير من البرامج التلفزيونية.

جدول رقم (4-23)

يوضح النسب المئوية لعدد التكرارات في البرامج التلفزيونية حسب أطراف الحوار

تحليل المحتوى المتعلق بالتعامل مع أزمة الباحثين عن عمل خلال الموجة الأخيرة للأزمة " فايروس كورونا" بواقع عام كامل لكل مرحلة من مراحل الأزمة: قبل الأزمة – أثناء الأزمة – بعد انحسار الأزمة								
الفترة الزمنية	2018			2020			2022		
فئة التحليل: أطراف الحوار	القطاع الحكومي	القطاع الخاص	الباحثين عن عمل ومن يمثلهم	القطاع الحكومي	القطاع الخاص	الباحثين عن عمل ومن يمثلهم	القطاع الحكومي	القطاع الخاص	الباحثين عن عمل ومن يمثلهم

معا نعمل 21 حلقه	**37 ضيف 52 %**	**23 % 32**	**11 % 16**						
رؤية اقتصادية 15 حلقه 6 حلقات	**22 ضيف 49%**	**17 %37**	**6 %14**				9 ضيوف %45	6 %30	**5 %25**
ملف الأسبوع 3 حلقات حلقه واحده	**7 ضيوف %64**	**2 %18**	**2 %18**					3 ضيوف %100	
أخباركم 8 حلقات 8 حلقات				**9 ضيوف %39**	**6 %26**	**8 %34**	**5 ضيوف %22**	9 %40	**8 %36**
أرقام وحقائق 13 حلقه	**12 ضيف %30**	**14 %35**	**14 %35**						
مع الشباب 6 حلقات							**6 ضيوف %50**		**6 %50**
النسبة	**78 ضيف %47**	**56 %33**	**33 %20**	**9 ضيوف %39**	**6 %26**	**8 %34**	**20 ضيف %35**	18 %31	**19 %34**

ومن خلال الجدول السابق رقم (4–23) يتضح لنا أن القطاع الحكومي شغل ما نسبته 47% من الضيوف المشاركين كأطراف في الحوار خلال العام 2018 ثم بدأت هذه النسبة بالانخفاض تدريجيا في السنوات اللاحقة لصالح القطاع الخاص والباحثين عن عمل أو من يمثلهم، وقد تكون هذه محاوله لمعالجة الاحتقان في الشارع بسبب تصريحات بعض المسؤولين في تلك الفترة لذلك تمت إتاحة الفرصة بشكل أكبر للقطاع الخاص كونه شريك في التنمية وكذلك إعطاء مساحة للشباب للحديث عن هواجسهم وإيصال صوتهم من خلال البرامج التلفزيونية.

وعلى المستوى الفردي للبرامج نجد ان هنالك بعض البرامج سجلت نسب مشاركة منخفضة للباحثين عن عمل أو من يمثلهم كأعضاء مجلس عمان أو مؤسسات المجتمع المدني ومن أمثلة هذه البرامج هو برنامج معًا نعمل وبرنامج رؤية اقتصادية وكذلك برنامج ملف الأسبوع. وفي الجانب الآخر سجلت بعض البرامج تقدما لنسبة مشاركة الشباب إلى جانب القطاع الخاص على حساب القطاع الحكومي مثل برنامج أخباركم وبرنامج أرقام وحقائق حيث حرصت هذه البرامج على الاستماع لأصواتهم وإيصالها لصانع القرار.

بينما كان برنامج مع الشباب هو البرنامج الوحيد الذي لم يشهد مشاركة للقطاع الخاص خلال الفترة محل الدراسة واكتفى بمشاركة الشباب إلى جانب المسؤولين الحكوميين في محاولة لفتح حوار بين الشباب والمسؤولين استجابةً لتوجيهات جلالة السلطان هيثم بضرورة الجلوس والالتقاء بالشباب.

جدول رقم (4–24)

يوضح النسب المئوية لعدد التكرارات في البرامج التلفزيونية حسب مستوى التمثيل الرسمي

تحليل المحتوى المتعلق بالتعامل مع أزمة الباحثين عن عمل خلال الموجة الأخيرة للأزمة " فايروس كورونا" بواقع عام كامل لكل مرحلة من مراحل الأزمة: قبل الأزمة – أثناء الأزمة – بعد انحسار الأزمة								
الفترة الزمنية	2018			2020			2022		
فئة التحليل: مستوى التمثيل الرسمي	الوزير أو الوكيل	مدير عام ومن في حكمه	مدير دائرة وما دون ذلك	الوزير أو الوكيل	مدير عام ومن في حكمه	مدير دائرة وما دون ذلك	الوزير أو الوكيل	مدير عام ومن في حكمه	مدير دائرة وما دون ذلك
معا نعمل	حلقة فقط % 4	17 % 80	3 %6						
رؤية اقتصادية	3 حلقات %20	11 حلقة %73	1 حلقة %7				حلقة %17	3 حلقات % 50	حلقتان %33
ملف الأسبوع	حلقه %33		حلقتان %67					حلقه %100	
أخباركم				%0	3 حلقات %27	5 %63	%0	حلقتان % 25	6 %75
أرقام وحقائق	حلقه % 7	10 حلقات %51	حلقتان % 42						

مع الشباب								**8 حلقات %100**	**%0**	**%0**
النسبة	**6 حلقات %11**	**38 %73**	**8 %16**		**3 حلقات %27**	**5 %63**	**9 حلقات %39**	6 حلقات %26	**8 %35**

يجد الباحث من خلال الجدول السابق رقم (4-24) أن نسبة مشاركة الوزراء او الوكلاء كانت منخفضة في العام 2018 ما قبل ظهور الأزمة ولكنها ارتفعت بعد ذلك في العام 2022 عند بداية انحسار الأزمة وانحسارها لتبلغ 39% وتأتي استجابة لتوجيهات جلالة السلطان لأصحاب المعالي الوزراء والوكلاء بضرورة الجلوس مع وسائل الإعلام والاقتراب من المجتمع والاستماع لصوت الشارع وهواجسه لذلك شهدت الفترة ارتفاعا.

وعلى المستوى الفردي للبرامج نلاحظ أن برنامج مع الشباب سجل النسبة الأعلى لمشاركة أصحاب المعالي الوزراء بنسبة 100% بحيث اقتصرت المشاركة الرسمية على الوزراء بمعدل ضيف واحد لكل حلقة وبحضور جمهور من الشباب الراغب بالمشاركة في تلك الحلقة، بينما كانت النسبة الأقل لبرنامج أخباركم حيث لم يشارك الوزراء أو الوكلاء في حلقات البرنامج التي تناولت موضوع الباحثين عن عمل ولكنه في المقابل حرص البرنامج على إتاحة الفرصة الأكبر للمجتمع للحديث من خلال استضافة الصحفيين والأكاديميين وأغضاء مجلس الشورى وغيرهم ممن ينقلون صوت المجتمع في محاولة لإيصال صوتهم وتهدئة الشارع في الفترة التي شهدت ذروة أزمة الباحثين عن عمل.

كما نلاحظ التمثيل الرسمي الأكبر تركز حول مديري العموم ومن في حكمهم بنسبة بلغت 73% في العام 2018 ولكنه بعد ذلك وخلال الأزمة اتجه نحو مديري الدوائر وما دون ذلك بنسبة بلغت 63% وذلك ربما نظرا لحساسية الفترة وعدم الرغبة في الظهور الإعلامي من قبل المسؤولين وما شهدته تلك الفترة من تصريحات رسمية تم فهمها بطريقة سلبية، ولكن في العام 2022 وبعد أن انحسرت الأزمة وبدأت بالانحسار ارتفعت نسبة مشاركة الوزراء والوكلاء لتبلغ 39% للحديث عن البرامج التي تم الاشتغال عليها في الفترة السابقة وكيفية الاستفادة والتعلم من تلك الفترة وتحدياتها.

عرض نتائج تحليل المحتوى بناءً على الصلة مع العناوين الأربعة الرئيسة للدراسة:

- **العنوان الأول:** مدى تحقيق البرامج التلفزيونية لأهدافها المرتبطة بإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان.

الجدول السابق رقم (4-15)

تحليل المحتوى المتعلق بالتعامل مع أزمة الباحثين عن عمل خلال الموجة الأخيرة للأزمة " فايروس كورونا" بواقع عام كامل لكل مرحلة من مراحل الأزمة: قبل الأزمة – أثناء الأزمة – بعد انحسار الأزمة									
الفترة الزمنية	2018			2020			2022		
فئة التحليل: مرات البث	إجمالي مرات البث	بث تناول أزمة الباحثين عن عمل	النسبة المئوية	إجمالي مرات البث	بث تناول أزمة الباحثين عن عمل	النسبة المئوية	إجمالي مرات البث	بث تناول أزمة الباحثين عن عمل	النسبة المئوية

المجموع	116 حلقة	52 حلقه	%45	14حلقه	8 حلقات	%57	63 حلقه	21 حلقه	%33

- الجدول السابق رقم (4-21)

تحليل المحتوى المتعلق بالتعامل مع أزمة الباحثين عن عمل خلال الموجة الأخيرة للأزمة " فايروس كورونا" بواقع عام كامل لكل مرحلة من مراحل الأزمة: قبل الأزمة – أثناء الأزمة – بعد انحسار الأزمة									
الفترة الزمنية	2018			2020			2022		
فئة التحليل: موضوعية الطرح	منحاز للحكومة	متوازن	منحاز للباحثين	منحاز للحكومة	متوازن	منحاز للباحثين	منحاز للحكومة	متوازن	منحاز للباحثين
عدد الحلقات	21	22	9	1	4	3	1	11	3
النسبة	%40	%42	%18	%12	%50	%38	%6	%73	%21

- الجدول السابق رقم (4-22)

تحليل المحتوى المتعلق بالتعامل مع أزمة الباحثين عن عمل خلال الموجة الأخيرة للأزمة " فايروس كورونا" بواقع عام كامل لكل مرحلة من مراحل الأزمة: قبل الأزمة – أثناء الأزمة – بعد انحسار الأزمة									
الفترة الزمنية	2018			2020			2022		
فئة التحليل: الأهداف	استشعار الأزمة	التعامل أثناء الأزمة	التعلم بعد انحسار الأزمة	استشعار الأزمة	التعامل أثناء الأزمة	التعلم بعد انحسار الأزمة	استشعار الأزمة	التعامل أثناء الأزمة	التعلم بعد انحسار الأزمة
العدد	4 برامج				برنامج				4 برامج

-

فقد جاءت نتائج تحليل المحتوى ذات الصلة بتحقيق البرامج التلفزيونية لأهدافها المرتبطة بإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان مشيرةً إلى أن عدد الحلقات التي تناولت أزمة الباحثين عن عمل تناقص بشكل ملحوظ حيث كان عددها 52 حلقة في بداية الأزمة لتنخفض إلى 8 حلقات أثناء الأزمة وتصل إلى 21 حلقة مع انتهاء الأزمة حسبما جاء في الجدول رقم (4-15)، وهذه النتيجة تأتي منسجمة مع الانخفاض في عدد البرامج التي تهدف لتغطية أزمة الباحثين عن عمل في مراحلها المختلفة فقد شهدت انخفاضا بنسبة 75% في العام 2020 وهو العام الذي يمثل مرحلة "أثناء الأزمة" ضمن مراحل أزمة الباحثين عن عمل، حيث تم إيقاف ثلاثة برامج من أصل أربعة برامج وهو ما يشير إليه الجدول رقم (4-22) وهو ما يتعارض مع أهداف البرامج التلفزيونية في إدارة أزمة الباحثين عن عمل. وفيما يتعلق بموضوعية الطرح فقد أشارت النتائج وفقا للجدول رقم (4-21) إلى أن البرامج التلفزيونية كانت متوازنة في الطرح خلال فترات الأزمة الثلاث مع ملاحظة أن التوازن في الطرح شهد تصاعدا نسبيا وذلك تماشيا مع حساسية الأزمة وتصاعد الاحتقان عند الرأي العام بواقع 42% و50% و73% في الفترات ما قبل وأثناء وبعد الأزمة على التوالي.

ومما سبق يمكن القول أن البرامج التلفزيونية لم تقم بتحقيق أهدافها في إدارة أزمة الباحثين عن عمل بالشكل المطلوب، حيث اهتمت بمناقشة أزمة الباحثين عن عمل خلال فترة ما قبل الأزمة وفترة انتهاء الأزمة ولكنها أهملت فترة حدوث الأزمة حيث تم إلغاء 75% من البرامج مثلما تمت الإشارة سابقا.

- العنوان الثاني:

نوعية البرامج التلفزيونية ودورها في إدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان.

الجدول السابق رقم (4-18)

تحليل المحتوى المتعلق بالتعامل مع أزمة الباحثين عن عمل خلال الموجة الأخيرة للأزمة " فايروس كورونا" بواقع عام كامل لكل مرحلة من مراحل الأزمة: قبل الأزمة – أثناء الأزمة – بعد انحسار الأزمة						
الفترة الزمنية	2018		2020		2022	
فئة التحليل: اللغة المستخدمة والقوالب الفنية	اللغة المستخدمة: الفصحى- العامية	القوالب الفنية: الحوار اللقاءات التقارير	اللغة المستخدمة: الفصحى- العامية	القوالب الفنية: الحوار اللقاءات التقارير	اللغة المستخدمة: الفصحى- العامية	القوالب الفنية: الحوار اللقاءات التقارير
الإجمالي خلال مراحل الأزمة: 100 % من البرامج اعتمدت اللغة الفصحى : 67% من البرامج اعتمدت (الحوار + التقارير) بدون لقاءات ميدانية						

الجدول السابق رقم (4-19)

تحليل المحتوى المتعلق بالتعامل مع أزمة الباحثين عن عمل خلال الموجة الأخيرة للأزمة " فايروس كورونا" بواقع عام كامل لكل مرحلة من مراحل الأزمة: قبل الأزمة – أثناء الأزمة – بعد انحسار الأزمة						
الفترة الزمنية	2018		2020		2022	
فئة التحليل: طريقة البث ومكان التصوير	طريقة البث: مسجل مباشر	مكان التصوير: داخلي خارجي	طريقة البث: مسجل مباشر	مكان التصوير: داخلي خارجي	طريقة البث: مسجل مباشر	مكان التصوير: داخلي خارجي
الإجمالي	75% مباشر	87% داخلي	100% مباشر	100% داخلي	50% مباشر	63% داخلي

الجدول السابق رقم (4-20)

تحليل المحتوى المتعلق بالتعامل مع أزمة الباحثين عن عمل خلال الموجة الأخيرة للأزمة " فايروس كورونا" بواقع عام كامل لكل مرحلة من مراحل الأزمة: قبل الأزمة – أثناء الأزمة – بعد انحسار الأزمة								
الفترة الزمنية	2018			2020			2022		
فئة التحليل: حسب الموضوع	اقتصادي	اجتماعي	غير ذلك (سياسي، ثقافي، علمي...)	اقتصادي	اجتماعي	غير ذلك (سياسي، ثقافي، علمي)	اقتصادي	اجتماعي	غير ذلك (سياسي، ثقافي، علمي)
عدد الحلقات	51 حلقه	34 حلقه	31 حلقه	9 حلقات	4 حلقات	حلقة	30 حلقه	11 حلقه	15 حلقه
النسبة	%44	%29	%27	%64	% 28	%8	%53	%19	%27

ومن خلال عملية تحليل المحتوى للتعرف على نوعية البرامج ودورها في إدارة أزمة الباحثين عن عمل وجد الباحث أن نوعية اللغة المستخدمة جاءت مشيرة إلى أن 100 % من البرامج التلفزيونية اعتمدت اللغة الفصحى، وأن 67% من البرامج اعتمدت (الحوار + التقارير) بدون إجراء لقاءات ميدانية مع الجمهور. كما أن عدد البرامج المباشرة انخفض خلال مراحل الأزمة حيث كانت تشكل 75% من إجمالي البرامج ما قبل الأزمة لتصل في نهاية الأزمة إلى 50%. وفيما يتعلق بالمواضيع التي تناقشها البرامج التلفزيونية فقد شكلت المواضيع الاقتصادية النسبة الأعلى طوال مراحل الأزمة بواقع 44% ما قبل الأزمة و64% أثناء الأزمة وبنسبة 53% مع انحسار الأزمة، حتى أن القضايا الاجتماعية جاءت في ذيل القائمة خلال مرحلة انحسار الأزمة بواقع 19% فقط.

وعليه يمكن القول إن نوعية البرامج التلفزيونية لم تحقق الأدوار المطلوبة منها لإدارة أزمة الباحثين عن عمل حيث اعتمدت اللغة الفصحى بدلا من العامية البسيطة وهي لغة الجمهور العام وكذلك لم يتم الاستماع لصوت الشارع من خلال اللقاءات الميدانية واستطلاع أراء الشارع، كما تم تقليص عدد البرامج المباشرة وغالبا هذه النوعية من البرامج تكون ذات مصداقية أعلى، إلى جانب تقليل التناول للمواضيع الاجتماعية والتي من بينها مواضيع الباحثين عن عمل خلال مراحل الأزمة.

- العنوان الثالث:

استجابة البرامج التلفزيونية لأزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان.

- **الجدول السابق رقم (4-15)**

تحليل المحتوى المتعلق بالتعامل مع أزمة الباحثين عن عمل خلال الموجة الأخيرة للأزمة " فايروس كورونا" بواقع عام كامل لكل مرحلة من مراحل الأزمة: قبل الأزمة – أثناء الأزمة – بعد انحسار الأزمة									
الفترة الزمنية	2018			2020			2022		
فئة التحليل: مرات البث	إجمالي مرات البث	بث تناول أزمة الباحثين عن عمل	النسبة المئوية	إجمالي مرات البث	بث تناول أزمة الباحثين عن عمل	النسبة المئوية	إجمالي مرات البث	بث تناول أزمة الباحثين عن عمل	النسبة المئوية
المجموع	116 حلقة	52 حلقه	%45	14حلقه	8 حلقات	%57	63 حلقه	21 حلقه	%33

الجدول السابق رقم (4-22)

تحليل المحتوى المتعلق بالتعامل مع أزمة الباحثين عن عمل خلال الموجة الأخيرة للأزمة " فايروس كورونا"

بواقع عام كامل لكل مرحلة من مراحل الأزمة: قبل الأزمة – أثناء الأزمة – بعد انحسار الأزمة								
الفترة الزمنية	2018			2020			2022		
فئة التحليل: الأهداف	استشعار الأزمة	التعامل أثناء الأزمة	التعلم بعد انحسار الأزمة	استشعار الأزمة	التعامل أثناء الأزمة	التعلم بعد انحسار الأزمة	استشعار الأزمة	التعامل أثناء الأزمة	التعلم بعد انحسار الأزمة
العدد	4 برامج				برنامج				4 برامج

أشارت نتائج تحليل المحتوى ذات الصلة باستجابة البرامج التلفزيونية لأزمة الباحثين عن عمل إلى أن هناك انخفاضًا كبيرا في عدد حلقات البرامج التلفزيونية التي تناولت أزمة الباحثين عن عمل حيث بلغ عددها 52 حلقة في مرحلة ما قبل الأزمة في العام 2018 ثم انخفضت لتبلغ 8 حلقات أثناء الأزمة ثم تصل إلى 21 حلقة مع انحسار الأزمة. ومن المؤشرات المرتبطة بالاستجابة هي عدد البرامج خلال كل مرحلة من المراحل حيث شهدت مرحلة "أثناء الأزمة" تقليصًا في عدد البرامج خلال العام 2020 لتصبح برنامجا حواريا واحدًا فقط بينما كانت 4 برامج تلفزيونية حوارية قبل الأزمة وعادت بعد انحسار الأزمة ليصبح عددها 4 برامج أيضا.

ومن خلال الانخفاض الكبير في عدد الحلقات والبرامج التي تناولت أزمة الباحثين عن عمل خلال مراحل الأزمة المختلفة يمكن التوصل إلى أن استجابة البرامج التلفزيونية لم يكن لها دور في إدارة أزمة الباحثين عن عمل.

- العنوان الرابع:

التمكين في البرامج التلفزيونية ودوره في إدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان.

الجدول السابق رقم (4-24)

تحليل المحتوى المتعلق بالتعامل مع أزمة الباحثين عن عمل خلال الموجة الأخيرة للأزمة " فايروس كورونا" بواقع عام كامل لكل مرحلة من مراحل الأزمة: قبل الأزمة – أثناء الأزمة – بعد انحسار الأزمة									
الفترة الزمنية	2018			2020			2022		
فئة التحليل: أطراف الحوار	القطاع الحكومي	القطاع الخاص	الباحثين عن عمل ومن يمثلهم	القطاع الحكومي	القطاع الخاص	الباحثين عن عمل ومن يمثلهم	القطاع الحكومي	القطاع الخاص	الباحثين عن عمل ومن يمثلهم
النسبة	78 ضيف 47%	56 33%	33 20%	9 ضيوف 39%	6 26%	8 34%	20 ضيف 35%	18 31%	19 34%

الجدول السابق رقم (4-25)

تحليل المحتوى المتعلق بالتعامل مع أزمة الباحثين عن عمل خلال الموجة الأخيرة للأزمة " فايروس كورونا" بواقع عام كامل لكل مرحلة من مراحل الأزمة: قبل الأزمة – أثناء الأزمة – بعد انحسار الأزمة									
الفترة الزمنية	2018			2020			2022		
فئة التحليل:	الوزير أو الوكيل	مدير عام ومن في حكمه	مدير دائرة وما دون ذلك	الوزير أو الوكيل	مدير عام ومن في حكمه	مدير دائرة وما دون ذلك	الوزير أو الوكيل	مدير عام ومن في حكمه	مدير دائرة وما دون ذلك

مستوى التمثيل الرسمي									
النسبة	**6 حلقات**	**38**	**8**		**3 حلقات**	**5**	**9**	6	**8**
	%11	**%73**	**%16**	**%0**	**%27**	**%63**	**حلقات**	حلقات	**%35**
							%39	%26	

أشارت نتائج تحليل المحتوى المرتبط بالتمكين ودور البرامج التلفزيونية في إدارة أزمة الباحثين عن عمل مُشيرةً إلى أن تمكين الباحثين عن عمل أو من يمثلهم من المشاركة ضمن أطراف الحوار خلال البرامج التلفزيونية جاء منخفضا طوال مراحل الأزمة حيث كانت النسبة الأكبر للمتحدثين الممثلين للحكومة ولكن شهدت نسبة مشاركة الباحثين عن عمل في البرامج التلفزيونية ارتفاعا مع تقدم مراحل الأزمة حيث كانت 20% ما قبل الأزمة لتصبح بعد ذلك 34% أثناء الأزمة وعند انحسارها وهو مؤشر جيد نحو زيادة تمكين الباحثين عن عمل ومن يمثلهم من المشاركة في البرامج التلفزيونية. كما أن مؤشر التمثيل الرسمي شهد تحسنًا كذلك حيث ارتفع من 11% قبل الأزمة ليبلغ 39% خلال فترة انحسار الأزمة.

ومما سبق يمكن القول إن التمكين في البرامج التلفزيونية كان له دور في إدارة أزمة الباحثين عن عمل وذلك من خلال زيادة التمكين للباحثين عن عمل ومن يمثلهم وإتاحة الفرصة لهم ليكونوا ضمن أطراف الحوار وكذلك تمكين البرامج التلفزيونية من استضافة أصحاب المعالي أو الوكلاء لمناقشة أزمة الباحثين عن عمل.

4.5 ملخص اختبار الفرضيات بناءً على أدوات الدراسة الثلاثة " الاستبانة، المقابلات، تحليل المحتوى":

الفرضيات الفرعية:

1- هناك علاقة ارتباط طردية بين تحقيق الأهداف وإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان.

جدول رقم (4-25) نتيجة اختبار الفرضية الفرعية الأولى

نتيجة الاستبانة:	هناك علاقة طردية بين تحقيق الأهداف وإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان
نتيجة المقابلات:	أشار غالبية المقابلات إلى أن مساهمة البرامج التلفزيونية في تحقيق الأهداف المرتبطة بملف الباحثين عن عمل في أساساها هي مساهمة بسيطة ولا تشكل علامة فارقة في حلحلة هذه الأزمة
نتيجة تحليل المحتوى:	أشارت نتائج تحليل المحتوى إلى أن البرامج التلفزيونية لم تقم بتحقيق أهدافها في إدارة أزمة الباحثين عن عمل بالشكل المطلوب

2- هناك علاقة ارتباط طردية بين نوعية البرامج وإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان.

نتيجة الاستبانة:	هناك علاقة طردية بين نوعية البرامج وإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان
نتيجة المقابلات:	نوعية البرامج التلفزيونية وعددها لم تكن تتماشى مع حجم الأزمة وكانت برامج موجهة وغير شفافة ولا تعبر عن الواقع ولا توجد برامج متخصصة لمناقشة ملف الباحثين عن عمل
نتيجة تحليل المحتوى:	نوعية البرامج التلفزيونية لم تحقق الأدوار المطلوبة منها لإدارة أزمة الباحثين

3- هناك علاقة ارتباط طردية بين الاستجابة وإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان.

نتيجة الاستبانة:	هناك علاقة طردية بين استجابة البرامج وإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان
نتيجة المقابلات:	استجابة البرامج تجاه أزمة الباحثين عن عمل كانت ضعيفة ولا تُمثل الطموح وأنها بحاجة لتطوير شامل بحيث تلامس الواقع
نتيجة تحليل المحتوى:	استجابة البرامج التلفزيونية كانت ضعيفة ولم يكن لها دور في إدارة أزمة الباحثين عن عمل.

4- هناك علاقة ارتباط طردية بين التمكين وإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان.

نتيجة الاستبانة:	هناك علاقة طردية بين التمكين وإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان
نتيجة المقابلات:	تمكين الإعلاميين والباحثين عن عمل كان محدودا وتكتنفه الكثير من المحاذير التي تحد من التعاطي الإعلامي مع القضية بشفافية
نتيجة تحليل المحتوى:	التمكين في البرامج التلفزيونية كان له دور في إدارة أزمة الباحثين عن عمل

الخاتمة:

تناول الفصل الرابع نتائج تحليل الاستبيان والمقابلات التي قم الباحث بإجرائها، كما تم اختبار الفرضيات الفرعية والفرضية الرئيسية لهذه الدراسة، إلى جانب استعراض نتائج تحليل المحتوى للبرامج التلفزيونية خلال مراحل الأزمة الثلاثة للأعوام 2018 – 2020 – 2022، كما قدم الفصل الرابع ملخصًا لنتائج اختبار الفرضيات بناءً على أدوات الدراسة الثلاثة (الاستبانة، المقابلات، تحليل المحتوى).

(الفصل الخامس)

النتائج والاستنتاجات والتوصيات

5.6 تمهيد

5.7 نتائج الدراسة

5.8 التوصيات

5.9 المصادر والمراجع

5-1 تمهيد

اشتمل الفصل الخامس على النتائج التي تم الوصول إليها بعد التحليل للبيانات التي تم جمعها بواسطة الاستبانة من الأفراد عينة الدراسة بالإضافة لنتائج تحليل المحتوى وأبرز ما جاء في المقابلات الشخصية، وكذلك عرضاً للتوصيات بناءً على نتائج الدراسة.

5-2 النتائج بناءً على أسئلة الدراسة:

بناءً على مخرجات تحليل بيانات الدراسة بأدواتها الثلاث واختبار فرضياتها، فقد توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

أولا: نتائج السؤال الفرعي الأول

- ما مدى تحقيق البرامج التلفزيونية لأهدافها المرتبطة بإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان؟

- أشارت النتائج من خلال الاستبانة إلى أن مدى تحقيق البرامج التلفزيونية لأهدافها المرتبطة بإدارة أزمة الباحثين عن عمل قد جاءت بدرجة منخفضة، حيث لم تحقق البرامج التلفزيونية هدفها في إيصال رسالة الباحثين عن عمل لصانعي القرار وعدم تلبية تطلعات المجتمع وغياب ثقة المشاهد بالبرامج التلفزيونية فيما يتعلق بأزمة الباحثين عن عمل. وهذا ما يخالف مع نتائج دراسة المحاميد (2019)، ويتفق مع دراسة أحمد وآخرون (2019)، دراسة Baseel (2022).

- وقد اتفقت نتائج الاستبانة مع نتائج المقابلات وتحليل المحتوى حيث أشارت غالبية المقابلات إلى أن مساهمة البرامج التلفزيونية في تحقيق الأهداف المرتبطة بملف الباحثين عن عمل في أساسها هي مساهمة بسيطة ولا تشكل علامة فارقة في حلحلة هذه الأزمة حيث تفتقد هذه البرامج للشفافية في النقاش إلى جانب حديثها بلغة سلطوية توجيهيه، بينما أشارت نتائج تحليل المحتوى إلى أن البرامج التلفزيونية لم تحقق أهدافها في إدارة أزمة الباحثين عن عمل بالشكل المطلوب، حيث تم إلغاء ما نسبته 75% من البرامج في مرحلة حدوث الأزمة.

ثانيا: نتائج السؤال الفرعي الثاني

- كيف تساهم نوعية البرامج التلفزيونية في إدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان؟

- بينت نتائج الاستبانة أن مساهمة نوعية البرامج التلفزيونية في إدارة أزمة الباحثين عن عمل جاءت بدرجة متوسطة، حيث يرى المستجيبون للاستبانة أن التلفزيون العماني أنتج برامج مقبولة كما أن البرامج التلفزيونية تعتمد على التقنيات الحديثة لتعزيز المحتوى البصري خدمةً لموضوع الباحثين عن عمل إلى جانب تغطيته من جوانب مختلفة بمشاركة كافة الأطراف.
- في المقابل جاءت نتائج المقابلات وتحليل المحتوى معاكسة لنتائج الاستبانة حيث اتفقت النسبة الأكبر من المشاركين ضمن المقابلات على أن البرامج التلفزيونية "من حيث الكم أو النوع" لم تكن تنسجم مع حجم الأزمة ولا تتناسب مع الواقع أو تعبر عنه حيث لا توجد

برامج متخصصة لمناقشة أزمة الباحثين عن عمل باعتبارها تشكل أهم القضايا المحلية. وكذلك جاءت نتائج تحليل المحتوى حيث أشار إلى أن نوعية البرامج التلفزيونية لم تكن لها أدوار حقيقيه في إدارة أزمة الباحثين عن عمل، وذلك باعتمادها على القوالب الرسمية وغياب التقنيات الحديثة وعناصر الجذب الفني، وهذا يخالف ما توصلت إليه دراسة سارة (2017)، دراسة Nurul (2022).

ثالثا: نتائج السؤال الفرعي الثالث

- كيف تستجيب البرامج التلفزيونية لأزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان؟

- توصل الباحث من خلال الاستبانة إلى أن استجابة البرامج التلفزيونية كانت منخفضة تجاه أزمة الباحثين عن عمل حيث لم تحظى أزمة الباحثين عن عمل بالتغطية الكافية من خلال البرامج التلفزيونية إلى جانب ضعف الاستجابة للمستجدات المتعلقة بالأزمة.
- كما اتفقت نتائج الاستبانة مع ما جاء في المقابلات وتحليل المحتوى حيث اتفقت على ضعف الاستجابة حيث أنها استجابة لا تمثل الطموح ولا تلامس الواقع ولا يوجد لها أي تأثير، كما أن نتائج تحليل المحتوى كشفت عن انخفاض ملحوظ في عدد الحلقات البرامجية التي استجابت لأزمة الباحثين عن عمل حيث كانت 52 حلقة ما قبل الأزمة وتقلصت لـ 8 حلقات أثناء الأزمة وترتفع لـ 21 حلقة مع انحسار الأزمة بالإضافة لتقليص عدد البرامج لبرنامج واحد فقط بنسبة انخفاض بلغت 75%. وهذا يخالف ما توصلت إليه دراسة بوبعاية (2019)، دراسة Nuoran (2022), ويتفق مع دراسة الدليمي (2011)

رابعا: نتائج السؤال الفرعي الرابع

- كيف يساهم التمكين للبرامج التلفزيونية في إدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء أو الحد من الأضرار، واستعادة النشاط والتعلم) في سلطنة عمان؟

- جاءت نتائج الاستبانة وتحليل المحتوى متوافقة حول مساهمة التمكين في إدارة أزمة الباحثين عن عمل، حيث جاءت نتائج الاستبانة بدرجة متوسطة حيث يرى المبحوثين أنه كان هنالك حرص على رفع قدرات العاملين الإعلاميين وتمكينهم من أداء عملهم بالإضافة إلى تمكين الباحثين عن عمل أو من يمثلهم من عرض تحدياتهم وهواجسهم خلال مراحل الأزمة. وهذا يتفق مع ما توصلت إليه دراسة روضات (2018)، ودراسة Shiqi (2023)، ويختلف مع دراسة محمد (2022).
- إلى جانب تحليل المحتوى الذي توافق مع نتائج الاستبانة حيث أشار تحليل المحتوى إلى أن التمكين في البرامج التلفزيونية كان له دور في إدارة أزمة الباحثين عن عمل حيث شهدت نسبة مشاركة الباحثين عن عمل ارتفاعا من 20% قبل الأزمة إلى نسبة مشاركة وصلت إلى 34% خلال الأزمة ومع انحسارها بالإضافة إلى ارتفاع مؤشر التمثيل الرسمي "وكيل أو وزير" من نسبة 11% قبل الأزمة إلى 39% مع انحسار أزمة الباحثين عن عمل.
- فيما يتعلق بالتمكين فقد اختلفت نتائج المقابلات الشخصية عن نتائج الاستبانة وتحليل المحتوى حيث يرى أغلبية المشاركين في المقابلات أن تمكين الإعلاميين والباحثين عن

عمل بالمهارات والمعلومات أو فرصة الحديث كان محدودا ولا يوجد تمكين للإعلاميين للوصول للمعلومات وطرح الحقائق بشفافية بالإضافة للباحثين عن عمل الذين لا يتم تمكينهم من الحديث لوسائل الإعلام حيث يتم انتقاء شخصيات محددة ويتم اختيارها بصورة دقيقة وقد ذُللت لها كل سُبل النجاح في الغالب. وهو ما يتفق مع دراسة الشلالفة (2021).

خامسا: نتائج السؤال الرئيس

تمثل هدف هذه الدراسة في تبيان العلاقة المحتملة بين فاعلية البرامج التلفزيونية وإدارة أزمة الباحثين عن عمل في سلطنة عمان، وذلك من خلال تحليل أبعاد متعددة لكل من البرامج التلفزيونية وأزمة الباحثين عن عمل. أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباط طردية بدرجة متوسطة بين فاعلية البرامج التلفزيونية وإدارة أزمة الباحثين عن عمل في سلطنة عمان، حيث أبدى المشاركون اعتقادهم بأن نوعية البرامج والتمكين كان لهما دور إيجابي في هذا السياق. ومع ذلك، كانت نتائج المقابلات وتحليل المحتوى متدنية، حيث أشارت الأغلبية إلى عدم وجود تأثير ملحوظ لفاعلية البرامج التلفزيونية على إدارة أزمة الباحثين عن عمل. علاوة على ذلك، تمت تجربة الفرضيات المقترحة، وأظهرت النتائج وجود علاقة طردية بين فاعلية البرامج التلفزيونية بأبعادها المختلفة وإدارة أزمة الباحثين عن عمل بأبعادها المتنوعة في سلطنة عمان. تحديداً، كشفت النتائج وجود علاقة طردية بين تحقيق الأهداف وإدارة الأزمة، بالإضافة إلى وجود علاقة طردية بين نوعية البرامج والاستجابة والتمكين وإدارة الأزمة.

5-3 التوصيات بناءً على النتائج:

من خلال الخطوات والأدوات التي اعتمدها الباحث لإجراء هذه الدراسة بدايةً بالاستبانة مرورا بتحليل المحتوى وانتهاءً بالمقابلات، تم التوصل إلى مجموعة من التوصيات:

- أشارت نتائج الدراسة إلى أن تحقيق البرامج التلفزيونية لأهدافها المرتبطة بإدارة أزمة الباحثين عن عمل قد جاءت بدرجة منخفضة، وعليه توصي الدراسة بضرورة وجود خطة عمل واضحة للتعامل مع الأزمة بمراحلها الثلاثة، وضرورة وجود خطة استراتيجية للإدارة الإعلامية للازمات بمهنية عالية، ويعمل على صياغة هذه الخطة الاستراتيجية مجموعة مؤلفة من خبراء ومختصين من مؤسسات مختلفة معنية بأزمة الباحثين عن عمل في سلطنة عمان.

ويوصي الباحث بأن تكون هذه المسؤولية مُناطه بالأمانة العامة لمجلس الوزراء كونه جهة إشرافية وتمتلك السلطة التوجيهية النافذة على جميع المؤسسات، بحيث يجتمع الخبراء من مختلف المؤسسات لمناقشة التطورات في الأزمة واكتشاف الإشارات الأولى واقتراح الحلول والمعالجات بشكل دوري ومنتظم.

- كما توصل الباحث لمجموعة من النتائج التي تحدثت عن أن نوعية البرامج اعتمدت على القوالب الرسمية التقليدية وغياب التقنيات الحديثة وعناصر الجذب الفني ولم تكن تنسجم مع حجم الأزمة، وعليه توصي الدراسة بالتركيز على العناصر الجذب البصري وإدخال الأساليب الحديثة في المونتاج والإخراج لجذب المشاهد مع الاهتمام بالمحتوى الإحصائي

والمؤشرات البيانية ولغة الأرقام خصوصا وأن الحديث عن مؤشرات توظيف وفرص عمل وبرامج تدريبية.

وهنا توصي الدراسة بالاستعانة بالشباب المبدع في مجال الإنتاج المرئي وصناعة المحتوى للمشاركة في إنتاج البرامج التلفزيونية من الناحية البصرية والفنية أو التعاقد مع شركات الإنتاج، وقد يكون الأجدى تسليم هذه المهمة لشركات القطاع الخاص المحلية العاملة في مجال الإنتاج الفني كونها تتوفر لديها الأدوات الحديثة والكادر المختص، ويتم تنفيذ البرامج بإشراف من وزارة الإعلام ووزارة العمل ومتابعة مباشرة من الأمانة العامة لمجلس الوزراء نظرا لحساسية هذه الأزمة.

- كما أظهرت نتائج الدراسة أن استجابة البرامج التلفزيونية تجاه أزمة الباحثين عن عمل كانت ضعيفة، ولهذا يوصي الباحث بضرورة وجود مؤشرات لقياس مدى رضى الجمهور على استجابة وتفاعل البرامج التلفزيونية مع القضايا والأزمات المرتبطة بالمجتمع، وذلك من خلال فتح قناة تواصل لتقديم المقترحات لمواضيع الحلقات والقيام باستطلاعات الرأي للتعرف على مدى رضا الجمهور عن البرامج التلفزيونية واستجابتها لمختلف القضايا والأزمات.

وفي هذا السياق يمكن توجيه هذه المهمة إلى المركز الوطني للإحصاء والمعلومات كجهة معنية بإجراء الدراسات واستطلاعات الرأي للقيام باستطلاعات دورية بطريقة علمية ممنهجة للوصول لمعلومات تساهم في تحسين استجابة وتفاعل البرامج التلفزيونية

والمحتوى الإعلامي عموما مع القضايا والأزمات والتعرف على تطلعات ورغبات الجمهور والمجتمع العماني وما يتطلع إلى رؤيته من خلال البرامج التلفزيونية.

- بينت النتائج أن تمكين البرامج التلفزيونية للتعامل مع أزمة الباحثين عن عمل حصل على درجة موافق متوسطة مع الحديث عن ضعف التمكين للإعلاميين بالمعلومات والتدريب ومحدودية مشاركة الباحثين عن عمل في البرامج التلفزيونية وانخفاض نسبة مشاركة صناع القرار من وزراء ووكلاء.

وعليه توصي الدراسة بتفعيل دور مركز التواصل الحكومي ومركز التدريب الإعلامي ليكون مركز التواصل الحكومي حلقة الوصل في ترشيح الضيوف والمتحدثين للمشاركة خلال البرامج التلفزيونية مع التوصية بعودة مركز التواصل الحكومي تحت إشراف الأمانة العامة لمجلس الوزراء مثلما كان قبل العام 2021 حيث تم نقل تبعيته لوزارة الإعلام ليفقد بذلك قوته ودوره الحيوي الذي كان يستمده من مجلس الوزراء وقدرته على توجيه أصحاب المعالي والوكلاء للحديث مع وسائل الإعلام المختلفة حيث تشير الأرقام ضمن تحليل المحتوى أن نسبة مشاركة أصحاب المعالي أو الوكلاء لم تتجاوز 11% خلال فترة أزمة الباحثين عن عمل ، كما يوصي الباحث بتفعيل مركز التدريب الإعلامي لتمكين الإعلاميين وإعطائهم المهارات اللازمة لمناقشة مختلف القضايا والأزمات مع التوصية بإعادة مركز التدريب الإعلامي لما كان عليه قبل العام 2021 كذلك كجهة مستقلة.

الدراسات اللاحقة المقترحة

يوصي الباحث بالقيام بدراسات تتناول الإدارة الإعلامية لأزمة الباحثين عن عمل من زوايا مختلفة، وهي:

- **دور الإعلام الحديث في إدارة أزمة الباحثين عن عمل في سلطنة عمان.**
- **مدى تطبيق البرامج التلفزيونية لنظرية حارس البوابة في إدارة أزمة الباحثين عن عمل بسلطنة عمان.**
- **دور البرامج التلفزيونية في اكتشاف إشارات الإنذار لأزمة الباحثين عن عمل**

نقد الذات:

أثناء إعداد هذه الدراسة، واجه الباحث عدة تحديات تمثلت في النقاط التالية :أولاً، جاءت الحدود الزمانية للدراسة متزامنة مع أزمة جائحة كورونا، مما قد يكون قد أثر على تغطية البرامج التلفزيونية لأزمة الباحثين عن عمل. لذا، يُنصح الباحث بإعادة تطبيق الدراسة في فترة زمنية أخرى، مثل أزمة 2011، لاحتمالية الحصول على نتائج مختلفة. ثانياً، يوصي الباحث بتحسين الأبعاد المرتبطة بالمتغيرات التابعة والمستقلة، وذلك من خلال دمج بُعد تحقيق الأهداف مع بُعد الاستجابة في المتغير المستقل. كما يُوصى بدمج بُعد الاستعداد والوقاية مع بُعد اكتشاف إشارات الإنذار في المتغير التابع، لتجنب تشتت المبحوثين .ثالثاً، واجه الباحث صعوبة في الوصول لأرشيف محتوى البرامج التلفزيونية خلال مراحل الأزمة المدروسة. لذا، ينصح الباحث بالتأكد من إمكانية الوصول للأرشيف قبل استخدام أدوات التحليل المحددة .وأخيرًا، كان استخدام ثلاثة أدوات للدراسة (الاستبانة، وتحليل المحتوى، والمقابلات) يشكل صراعًا مع عامل

الوقت، وتحديًا لتحليل وتفسير النتائج والمخرجات. لذا، يُنصح الباحث بالعمل بجدية عند تبني مثل هذه الخطوة، أو بتقليل عدد الأدوات المستخدمة في الدراسة، خاصة مع ضغط العمل وعدم الحصول على تفريغ كافٍ للدراسة.

الخاتمة:

بناءً على الأبحاث والتحليلات التي قدمتها هذه الدراسة، يُظهر الإعلام دورًا بارزًا في إدارة الأزمات، وخاصة فيما يتعلق بالأزمة التي يواجهها الباحثون عن عمل في سلطنة عمان. فالإعلام ليس فقط وسيلة لتوجيه الرأي العام وتشكيله، بل هو أيضًا أداة فعّالة لإدارة الأزمات ومعالجتها بفعالية.

توضح النتائج الخاصة بالدراسة أن فاعلية البرامج التلفزيونية في إدارة أزمة الباحثين عن عمل في سلطنة عمان بأنها ليست كما يجب استنادا الى خلاصة نتائج الاستبانة والمقابلات وتحليل المحتوى، الامر الذي يُشير ذلك إلى ضرورة مراجعة وتحسين الأساليب والبرامج الإعلامية المختلفة التي تتعامل مع هذه الأزمات الهامة مثل ازمة الباحثين عن عمل.

بناءً على ما توصلت إليه الدراسة، يمكن أن تكون هناك حاجة لتطوير استراتيجيات إعلامية جديدة أو تعزيز الاستراتيجيات الحالية لزيادة فعالية برامج التلفزيون في إدارة أزمة الباحثين عن عمل. كما يجب تعزيز التواصل بين الوسائل الإعلامية والمتلقين لضمان تقديم المعلومات والمحتوى الذي يلبي احتياجات الجمهور ويساهم في معالجة هذه الأزمة بشكل فعال.

في الختام، يمكن أن تكون الدراسات المستقبلية مفيدة لاستكشاف الطرق التي يمكن من خلالها تعزيز دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمات ودعم المجتمع في مواجهة التحديات الراهنة والمستقبلية.

5.4 المصادر والمراجع:

- الهاشمي، مجد. (2012). *تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري*. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع
- مسح التطورات الاقتصادية والاجتماعية في المنطقة العربية.
- القداح، محمد (2017). *عمليات الاتصال الإداري وعلاقتها بالفاعلية التنظيمية*. دراسات، الجامعة الأردنية.
- عودة، غازي. (2014). *الإعلام الفلسطيني الرسمي وحرية التعبير*. فلسطين.
- ابراهيم، أحمد. (2001). *إدارة الأزمة من منظور عالمي*. الاسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
- شومان، محمد. (2000). *الإعلام والأزمات*. القاهرة: مجموعة النيل العربية.
- فياض، محمد. (2022) *نظريات الاتصال*. بغداد: كلية المستقبل الجامعة الأهلية.
- الحاج، كمال. (2020) *نظريات الإعلام والاتصال*. دمشق: الجامعة الافتراضية السورية

- حسن عماد، ليلى حسين. (2005). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- علي عجوة وآخرون، (1989). *مقدمة في وسائل الاتصال*. جدة: مكتبة مصباح
- الطويرقي، عبد الله. (1997). *علم الاتصال المباشر، دراسة في الأنماط والمفاهيم وعالم الوسيلة الإعلامية في المجتمع السعودي*. الرياض: مكتبة العبيكان
- القليني، سوزان. (1998). *الاتصال ووسائله ونظرياته*. القاهرة: دار النهضة العربية.
- الجمال وآخرون، (1990). *إنتاج المواد الإعلامية في العلاقات العامة*. جدة: مكتبة مصباح.
- جودة، جمال. (1997). *إدارة العلاقات العامة، مفاهيم وممارسات*. القاهرة: مؤسسة زهران للنشر والتوزيع.
- المباركي، ابتسام. (2018). *التخطيط الإعلامي في مواجهة الأزمات الأمنية*. ألمانيا: مجلة الدراسات الإعلامية.
- الشعلان، فهد. (2002). *إدارة الأزمات الأسس، المراحل، الأليات*. الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.
- العماري، عباس. (1993). إدارة الأزمات في عالم متغير. مصر: مركز الأهرام للترجمة والنشر.
- البريدي، عبد الله. (1999). *الإبداع يخنق الأزمات*. الرياض: دار بيت الأفكار الدولية للنشر والتوزيع.
- أبو فاره، يوسف. (2009). *إدارة الأزمات مدخل متكامل*. عمّان: الإثراء للنشر والتوزيع.

- الأمم المتحدة [الإسكوا] (2018). *مسح التطورات الاقتصادية والاجتماعية في المنطقة العربية*. بيروت.
- المركز الوطني للإحصاء والمعلومات (2020). *الشباب وسوق العمل*. سلطنة عمان.
- اللواتي، مرتضى. (2020م، الأحد 21 يونيو). *كيف تعقدت مشكلة الباحثين عن عمل*. صحيفة الرؤية، ص12.
- طعيمة، رشدي (2015). *تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية*. القاهرة: الفكر العربي للطباعة والنشر.
- المزاهرة، منال. (2018). *نظريات الاتصال*. عمَّان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- الشحري، بخيت. (2022، الاثنين 8 أغسطس). *استمرار العمل الإعلامي في ظروف الأزمات والكوارث*. صحيفة عمان، ص7.
- السكارنة، بلال. (2022). *إدارة الأزمات*. عمَّان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- أبو فارة، يوسف. (2022). *إدارة الأزمات في المنظمات العامة والخاصة*. عمَّان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- العبدلي، سالم. (2021م، الأحد 30 مايو). أزمة الباحثين عن عمل والحلول الممكنة. صحيفة عمان، ص23.
- المغربي، سامح. (2021). *دور الإعلام في مواجهة الأزمات*. القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر.
- المكي، هشام. (2016). *الاتصال الجماهيري وسؤال القيم*. بيروت: مركز نماء للبحوث والدراسات.

- ماسلو، ابراهام. (2022). *الدافع والشخصية*. ترجمة غلاء أنس. المغرب: دار القلم للنشر والتوزيع. (1954).
- فلاق، محمد. (2022). *المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال*. عمَّان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- السيد، عصام (2019). سلسلة التنمية المهنية للمعلم: الأهداف السلوكية. القاهرة: دار التعليم الجامعي.
- الريامي، مطر. (2018). *التمكين في الإدارة*. صحيفة عمان، ص31.
- مختار، أحمد. (2008). معجم *اللغة العربية المعاصرة*. القاهرة: مكتبة لسان العرب.
- العتيبي، ضرار. (2021). *مهارات الاتصال*. عمّان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- سلامة، عبد الحافظ. (2019). *الاتصال وتكنولوجيا التعليم*. عمّان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- عارف، محي الدين. (2015). *الاتصال الجماهيري وتكنولوجيا المعلومات*. عمّان: دار المنهل للتوزيع والنشر.
- الزهراء، فاطمة. (2020). *الصحافة المحلية وديموقراطية الاتصال*. عمّان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- العساف، عبد الله. (2016). *ثقافة التواصل الفعال*. الرياض: دار العبيكان للنشر.
- شاهين، عبد الباسط. (2014). *التفاعلية على مواقع الصحف الالكترونية*. القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع.

- فوزي، شروق. (2014). *التأثيرات الإعلامية على جمهور المستقبلين*. القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.
- الأنصاري، أحمد. (2020). *الأسس العامة لإعداد الإعلاميين*. عمّان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- صالح، قاسم. (2017). *سيكولوجيا اللغة والاتصال*. عمّان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- المغربي، محمد. (2019). *إدارة الأزمات والكوارث*. القاهرة: الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي.
- المرعول، محمد. (2014). *الأزمات مفهومها وأسبابها وآثارها ودورها في تعميق الوطنية*. الرياض: مكتبة القانون والاقتصاد.
- ساعاتي، فهد. (2014). *الإدارة الرياضية: مناهج البحث العلمي في الإدارة الرياضية*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- عبدالعزيز، محمد. (2023). *الأزمات الإعلامية*. عمّان: دار اليازوري للطباعة والنشر.
- عبد القادر، فاطمة. (2017). *المشتقات المالية والأزمات المالية*. القاهرة: دار حميثرا للنشر.
- عقيلان، فادي. (2015). *إدارة الأزمات والكوارث الطبيعية وغير الطبيعية*. عمّان: دار المعتز للنشر والتوزيع.
- عواشرة، رائد. (2021). تاثير انتشار فايروس كورونا على استقلالية وتعددية وسائل الإعلام الفلسطينية، حالة دراسية للضفة الغربية .المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الاعلامية، اخر دخول 2024/5/18 من www.madacenter.org/article/1749

- الغانمي، مثنى. (2018). *التلفزيون والحرب*. عمّان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- البطريق، غادة. (2017). *المواقع الاخبارية والحراك السياسي*. القاهرة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي
- روبرت أولمر وآخرون، (2015). *التواصل الفعال مع الأزمات، (ترجمة أحمد المغربي)*. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- علاء الدين، نرمين. (2020). *إدارة استراتيجيات تواصل المنظمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- جورج س، داي. (2022). الرؤية الاستباقية وسرعة الاستجابة. الرياض: دار رف للنشر والتوزيع.
- الرميدي، بسام ومحمد، رضا. (2020). *أثر جوة الحياة الوظيفية على الاداء والفاعلية التنظيمية في شركات السياحة المصرية (رسالة ماجستير)*. مجلة كلية السياحة والفنادق، القاهرة.
- أبو حسين، الحارث. (2017). *أثر العدالة التنظيمية على الفاعلية التنظيمية في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية* (رسالة ماجستير). المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، عمّان.
- طويقات، أمجد. (2020). *أثر الصحة التنظيمية على مداخل الفاعلية التنظيمية (رسالة ماجستير)*. الجامعة الأهلية، بغداد.
- العمد، مجد. *(2019). أثر إدارة الاتصالات الإدارية في إدارة الأزمات (رسالة دكتوراه). جامعة العلوم الإسلامية العالمية. عمّان.*

- الجزيرة (2020). *رغم سلبيات العمل من البيت.. ماذا لو رفضنا العودة للمكاتب*؟ اخر دخول 20 مايو 2024 من الموقع الكتروني|https://www.aljazeera.net/lifestyle/رغم-سلبيات-العمل-من-البيت-ماذا-لو
- *الكبيسي، صلاح الدين. (2014). إدارة المعرفة. بغداد: دار السيسبان للنشر والتوزيع والطباعة.*
- *الحسن، سليمان. (2022)*. إدارة المعرفة وأثرها في إدارة الأزمات (رسالة دكتوراه). جامعة العلوم الإسلامية العالمية. عمّان.
- الجبوري، ياسين. (2019). أساليب التسويق السياسي في البرامج الحوارية التلفزيونية. عمّان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
-

مراجع اللغة الانجليزية

Awashreh, R. (2020). NGOs Agenda and Palestinian National Goals. International Journal of Education and Human Developments, 6 (2): 31-45

Awashreh, R. (2012). Accountability: A Lingering Dilemma for Palestinian NGOs. International NGO Journal, 7(4): 64-72, November DOI: 10.5897/INGOJ12.018 ISSN993-8225

- Hasfi, Nurul (2022). The role of media television to emerge patriotism during conflict.Selangor International Islamic University College. Malaysia.
- Wang,W. (2009). Knowledge Management Adoption in Times of Crisis. *Industrial Management & Data Systems*.
- Shiqi, Li (2023). Research on the Government's Public Crisis Management under the New Media Environment: A Case Study of TikTok Account of "Communist Youth League Central Committee". Jinan University, China.
- Abbask, Jaffar (2021). The Role of Social Media in the Advent of COVID-19 Pandemic: Crisis Management, Mental Health Challenges and Implications. Antai College of Economics and Management, Shanghai.
- Al Shawabkah, Baseel (2022). The impact of social media on crisis management: A field study on Jordanian private universities. Al-Isra Private University, Jordan.
- Ministry of Labor and Social Development. (2022). Effective Strategies for Crisis Management in Unemployment. *Journal of Economic Policy, 30*(2), 45-60.
- Ministry of Labor and Social Development. (2022). Strategies for Enhancing Economic Activity Among Job Seekers. *Journal of Economic Policy, 30*(3), 78-92.
- Market Research Center. (2020). The Role of Media in Crisis Management for Job Seekers. *Employment Perspectives, 17*(2), 45-60.

- U.S. Department of Labor. (2021). *Give Us a Chance: Media Campaign Success in Supporting Job Seekers*. Washington, DC: Government Printing Office.
- Smith, J., et al. (2018). Preparedness Strategies for Managing Unemployment Crisis. *Journal of Economic Studies, 25*(3), 112-128.
- World Economic Forum. (2023). Role of Media in Crisis Management: Case Studies and Best Practices. Geneva: World Economic Forum Publishers.
- MacNeil, R. (2005). Public communication campaigns. In R. E. Rice & C. K. Atkin (Eds.), *Public communication campaigns* (pp. 187-204). SAGE Publications.
- Wakefield, M. A., Loken, B., & Hornik, R. C. (2010). Use of mass media campaigns to change health behaviour. *The Lancet, 376*(9748), 1261-1271.

5.5 الملاحق:

ملحق رقم (1)

استبانة بحث حول:

فاعلية البرامج التلفزيونية في إدارة أزمة الباحثين عن عمل بسلطنة عمان.

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تحية طيبة وبعد،

يُجري الباحث دراسة علمية تقوم على تقييم فاعلية البرامج التلفزيونية في إدارة أزمة الباحثين عن عمل بسلطنة عمان خلال فترة عام 2022 وما قبلها، واستكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال تخصص القيادة من جامعة الشرقية، تم إعداد هذا الاستبيان.

ولثقة الباحث بكم وبآرائكم، التي من شأنها تزويد الباحث بالمعلومات الواقعية والصحيحة التي تسهم في قياس العلاقة بين متغيرات الدراسة بأسلوب علمي صحيح، ولضمان تحقيق هذا الهدف أتوجه إليكم بطلب تخصيص بعض من وقتكم الثمين للنظر في الاستبانة المرفقة، وقراءتها والإجابة على الأسئلة بكل دقة وأمانة للتوصل لنتائج دقيقة وواضحة.

ونحيطكم علما بأن البيانات المدونة في هذا الاستبيان تتسم بطابع السرية والأمانة العلمية، وسوف يتم استخدامها فقط من أجل إنجاز هذا البحث الأكاديمي.

شاكرين لكم تعاونكم مع فائق الاحترام والتقدير

الباحث: علي بن محمد علي صعر

البيانات الشخصية

- يرجى تعبئة بياناتك الشخصية باختيار البديل المناسب:

الجنس:

`ذكر ☐ أنثى ☐

الفئة العمرية:

1. من18 إلى 29 سنة ☐ 3. 30 إلى 39 سنة ☐
2. من 40 إلى 49 سنة ☐ 4. 50 سنة فأكثر ☐

الخبرة:

1. أقل من 5 سنوات ☐
2. من 5 إلى 10 سنوات ☐
3. أكثر من 10 ☐

المؤهل العلمي:

1. دبلوم التعليم العام ☐ 2. جامعي " دبلوم وبكالوريوس" ☐

3. دراسات عليا " ماجستير ودكتوراه" ☐

جهة العمل:

قطاع حكومي ☐ قطاع خاص ☐ إعلامي مستقل ☐

الاستبيان

رقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
المحور الأول: فاعلية البرامج التلفزيونية						
البعد الاول : تحقيق الأهداف						
1	أسهمت البرامج التلفزيونية في تقصي حاجات الباحثين عن عمل.					
2	حققت البرامج التلفزيونية هدفها المتعلق بالاستعداد والوقاية للتعامل مع موضوع الباحثين عن عمل.					

3	لبّت البرامج التلفزيونية تطلعات المجتمع بما يخص موضوع الباحثين عن عمل.					
4	حظيت البرامج التلفزيونية بثقة المشاهد فيما يتعلق بأزمة الباحثين عن عمل.					
5	حققت البرامج التلفزيونية هدفها في إيصال رسالة الباحثين عن عمل لصانعي القرار.					
البعد الثاني: نوعية البرامج						
1	أنتج التلفاز العماني برامج متخصصة لمناقشة موضوع الباحثين عن عمل.					
2	غطت البرامج التلفزيونية موضوع الباحثين عن عمل مع مختلف أطرافها من الجهات الحكومية والخاصة.					
3	غطت البرامج التلفزيونية أزمة الباحثين عن عمل من مختلف جوانبها الاقتصادية والاجتماعية.					
4	وثقت البرامج التلفزيونية حقائق ذات أهمية في موضوع الباحثين عن عمل.					
5	تعتمد البرامج التلفزيونية على التقنيات الحديثة لتعزيز المحتوى البصري خدمةً لموضوع الباحثين عن عمل.					
البعد الثالث: الاستجابة						
1	استجابت البرامج التلفزيونية بتغطية ردود أفعال الباحثين عن عمل.					
2	حظيَ موضوع الباحثين عن عمل بالتغطية الكافية عبر البرامج التلفزيونية.					
3	استجابت البرامج التلفزيونية للمستجدات المتعلقة بأزمة الباحثين عن عمل.					

4	سمحت البرامج بظهور الباحثين عن عمل على شاشة التلفاز العماني.					
5	أتاحت البرامج التلفزيونية المجال للباحثين عن عمل لإيصال صوتهم لصانع القرار.					
البعد الرابع : التمكين						
1	أتاحت البرامج التلفزيونية الفرصة للباحثين عن عمل لعرض التحديات التي تواجههم.					
2	حرصت المؤسسات الإعلامية على رفع قدرات العاملين الإعلاميين.					
3	ساهمت البرامج التلفزيونية في توعية الباحثين عن عمل بحقوقهم.					
4	ساهمت البرامج التلفزيونية في الوصول إلى سياسات تخدم الباحثين عن عمل.					
5	ساهمت البرامج التلفزيونية في الارتقاء بالتكافل من قبل مكونات المجتمع فيما يتعلق بموضوع الباحثين عن عمل.					
المحور الثاني : إدارة الأزمات						
البعد الاول: اكتشاف إشارات إنذار						
1	ساعد اكتشاف إشارات عدم الرضا الأولية لدى الباحثين عن عمل في معالجة الأزمة.					
2	استشعرت البرامج التلفزيونية معاناة الباحثين عن عمل في مرحلة نشوئها.					
3	ساهمت البرامج التلفزيونية بفاعلية في اكتشاف إشارات الإنذار الأولى لأزمة الباحثين عن عمل.					
4	هناك تحليل مستمر لأزمة الباحثين عن عمل بما يساهم في تقليل آثارها.					

البعد الثاني: الاستعداد والوقاية						
1	تم تجزئة وتحليل مكونات أزمة الباحثين عن عمل لغرض تسهيل معالجتها.					
2	قامت البرامج التلفزيونية بتقديم معالجات استباقية لأزمة الباحثين عن عمل.					
3	عاونت البرامج التلفزيونية المؤسسات الحكومية على طرح مشاريع حلول لأزمة الباحثين عن عمل في مرحلتها الأولية.					
4	توجد وحدة إعلامية مختصة تهتم بتحليل وحصر المشكلات التي تواجه الشباب الباحثين عن العمل.					
5	هناك وحدات مختصة تهتم بتطوير القدرات والمهارات التي لدى الإعلاميين.					
البعد الثالث : احتواء أو الحد من الأضرار						
1	قامت البرامج التلفزيونية بمناقشة أزمة الباحثين عن عمل مع جميع الأطراف.					
2	عملت البرامج التلفزيونية على احتواء أزمة الباحثين قبل تفاقمها.					
3	لم تسمح البرامج التلفزيونية بحدوث تصادم بين أطراف الأزمة.					
4	ساهمت البرامج التلفزيونية في الحد من أضرار أزمة الباحثين عن عمل.					
5	حفزت البرامج التلفزيونية القطاع الخاص على أخذ دوره ضمن المسؤولية الاجتماعية.					
البعد الرابع : استعادة النشاط والتعلم						
1	عملت البرامج التلفزيونية على استقرار العلاقة بين أطراف أزمة الباحثين عن عمل.					

2	قدمت البرامج التلفزيونية حلولا لتجنب تكرار أزمة الباحثين عن عمل.					
3	طرحت البرامج التلفزيونية قضايا الباحثين عن عمل بصورة معمقة.					
4	نقلت البرامج التلفزيونية ملف الباحثين عن عمل إلى أطراف العلاقة .					
5	وظفت البرامج التلفزيونية إعلاميين مختصين لطرح موضوعات الباحثين عن عمل بصورة مترابطة مع ذوي العلاقة.					
.6	حرصت البرامج على استمرارية مناقشة ملف الباحثين عن عمل.					
.7	أنجزت البرامج التلفزيونية المأمول منها في ملف تشغيل الباحثين عن عمل.					

قائمة أسماء المحكمين:

	الاسم	**الدرجة العلمية**	**مكان العمل**
	د. موسى بن جفعر علي اللواتي	**دكتوراة**	**جامعة السلطان قابوس**
	د. سلطان بن سعيد علي الشملي	**دكتوراة**	**وزارة الدفاع**
	د. عبد الهادي السماني عثمان حمزة	**دكتوراة**	**جامعة الباجة – السعودية**