

القيم المهنية للصحفيين في المؤسسات الصحفية العُمانية

سالم بن ربيع الغيلاني

طالب دكتوراه بجامعة محمد الخامس بالمغرب

Salimr1919@gmail.com

سلطنة عمان

ملخص

تعود جذور الصحافة إلى العصور القديمة قبل ظهور الطباعة، إذ عرفت الحضارات الأولى مثل المصرية والصينية وبلاد الرافدين من خلال النقوش الحجرية وتوثيق الأحداث على الجدران. ومع تطور الطباعة، بدأت النشرات الإخبارية تظهر بشكل منتظم في أوروبا، ولا سيما في فرانكفورت عام 1588م، لتؤسس لما يعرف اليوم بالصحافة الحديثة. ومع انتشارها، برزت الحاجة إلى تنظيم الممارسة المهنية عبر ما يُعرف بـ«القيم المهنية» التي تضبط سلوك الصحفيين وتوجه أداءهم نحو الدقة والموضوعية والمسؤولية الأخلاقية.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على القيم المهنية للصحفيين في سلطنة عُمان، وتصنيفها وفق أهميتها داخل المؤسسات الصحفية المحلية، والتعرف على مدى اختلاف ترتيب القيم باختلاف طبيعة ملكية المؤسسة. استخدم الباحث المنهج المسحي وأداة الاستبانة، ووزع التحليل على أحد عشر جدولاً تناولت الصحف العربية والإنجليزية العمانية.

أظهرت النتائج أن خمس قيم تصدرت أولويات الصحفيين: السرعة، الدقة، التفسير والتحليل، مناقشة القضايا العامة، والتثقيف. بينما جاءت في المراتب الأخيرة قيم مثل الترفيه والحصول على معلومات داخلية. كما لم تظهر المقارنة الوصفية اختلافًا واضحًا في ترتيب القيم المهنية يمكن ربطه بطبيعة ملكية المؤسسات الصحفية. واختتمت الدراسة بعدد من التوصيات لتطوير الأداء الصحفي وتعزيز القيم المهنية.

الكلمات المفتاحية: القيم المهنية؛ الصحفيون؛ المؤسسات الصحفية العُمانية؛ الصحافة العُمانية؛ ملكية وسائل الإعلام؛ الممارسة الصحفية.

Abstract

The roots of journalism trace back to ancient civilizations, long before the invention of printing. Early societies such as the Egyptians, Chinese, and Mesopotamians documented events and news through stone inscriptions and wall writings. With the advent of printing, news bulletins began to appear regularly in Europe, notably in Frankfurt in 1588, laying the foundations of modern journalism. As journalism expanded, the need arose to regulate professional conduct through what became known as *professional values*—principles guiding journalists toward accuracy, objectivity, and ethical responsibility.

This study aims to identify and classify the professional values of journalists in the Sultanate of Oman according to their importance within local press institutions, and to examine whether the ranking of these values differs according to the type of media ownership. The researcher employed a survey method using a questionnaire covering journalists working in both Arabic- and English-language newspapers in Oman.

Findings revealed five key values most prioritized by journalists: speed, accuracy, interpretation and analysis, discussion of public issues, and cultural enrichment. Values such as entertainment and access to internal information ranked lowest. The descriptive comparison also showed no clear difference in the ranking of professional values that could be linked to the ownership type of press institutions.

مقدمة

شهدت الصحافة، منذ تشكلها كظاهرة اجتماعية وثقافية، تطورًا متدرجًا جعلها أحد أهم الأدوات التي يعبر بها الإنسان عن فهمه للعالم، وينقل بواسطتها الخبر والمعرفة والتفسير. ولم تكن ممارسة الصحافة في يوم من الأيام مجرد عملية نقل للمعلومات، بل كانت — وما زالت — فعلاً تواصلياً ذا أثر مباشر في تشكيل الوعي الجمعي، وصياغة النقاش العام، وبناء الجسور بين الأفراد ومؤسسات الدولة والمجتمع.

ومع اتساع أدوار الصحافة وتنوع مضامينها، برزت الحاجة إلى منظومة قيم مهنية تسهم في ضبط الأداء وتوجيهه. فمهنة تعتمد على التعامل اليومي مع الجمهور، ومع قضايا الشأن العام، تحتاج بالضرورة إلى إطار يحدد مسؤوليات الصحفي المهنية ويكشف الحدود الأخلاقية التي ينبغي أن لا يتجاوزها. هذه المنظومة لا تنفصل عن البيئة التي يعمل فيها الصحفي؛ فهي تتأثر بالثقافة السائدة، وبمستوى تطور المؤسسات الإعلامية، وبالتحولات السياسية والاجتماعية التي تمر بها المجتمعات. وفي سلطنة عُمان، شهد قطاع الصحافة خلال العقود الأخيرة توسعاً ملحوظاً على مستوى المؤسسات الصحفية العربية والإنجليزية، ما أفرز جيلاً من الصحفيين الذين يمارسون عملهم ضمن تحديات مهنية متجددة، بعضها يرتبط بمتطلبات السرعة التي فرضتها التكنولوجيا الحديثة، وبعضها الآخر يتصل بضرورة الحفاظ على الجودة والمصداقية في ظل تنافس إعلامي واسع. وفي هذا السياق، تبرز أهمية دراسة القيم المهنية التي يستند إليها الصحفيون العُمانيون في ممارستهم اليومية، وما إذا كانت هذه القيم تتأثر بطبيعة المؤسسة أو ملكيتها أو توجهاتها التحريرية.

وبناءً على ذلك، تسعى هذه الدراسة إلى تقديم قراءة معمقة لواقع القيم المهنية في المؤسسات الصحفية العُمانية، من خلال التعرف على ترتيب هذه القيم لدى الصحفيين، وتحليل ما إذا كانت الاختلافات المؤسسية ترتبط بتباين في تبني تلك القيم. وتأتي هذه الدراسة استجابة لحاجة بحثية ملحة، إذ ما تزال الأدبيات العُمانية في هذا المجال قليلة ومتفرقة، ولا تقدم صورة شاملة يمكن الاعتماد عليها في تطوير السياسات الإعلامية أو تعزيز المعايير المهنية داخل غرف الأخبار.

أولاً: الإطار النظري

1.1: نظرية المسؤولية الاجتماعية

تقوم نظرية المسؤولية الاجتماعية على اعتبار الصحافة سلطة معرفية وأخلاقية يقع على عاتقها خدمة الصالح العام، من خلال توفير المعلومات الدقيقة ومنح الجمهور فرصاً للتعبير والمشاركة. وتفترض النظرية أنَّ حرية الصحافة لا تنفصل عن التزامها بالقيم المهنية، وأن جودة الأداء ترتبط بمدى قدرة الصحفي على موازنة حرية النشر مع متطلبات النزاهة والمساءلة. وتقوم هذه النظرية على فكرة أن المؤسسات — سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو إعلامية — ليست مسؤولة فقط عن تحقيق أهدافها الداخلية، بل مطالبة كذلك بمراعاة مصالح المجتمع واحتياجاته، والعمل في إطار من الشفافية والمساءلة والعدالة. وينطبق هذا المبدأ بصورة مباشرة على المؤسسات الصحفية، إذ يصبح الصحفي جزءاً من منظومة تتقاطع فيها المعرفة والإعلام والقيم الأخلاقية، ما يجعل التزامه بالقيم المهنية أحد المظاهر الأساسية لممارسته مسؤوليته تجاه الجمهور. وفي السياق العُماني، تكتسب المسؤولية الاجتماعية بعداً خاصاً، بالنظر إلى الدور المحوري الذي تلعبه الصحافة في دعم التنمية الوطنية، وتعزيز قيم المواطنة، ونقل اهتمامات المجتمع وتطلعاته. فمع تطور المشهد الإعلامي العُماني وتنوع مؤسساته، بات من

الضروري أن تستند الممارسة الصحفية إلى قيم واضحة، مثل الدقة، والإنصاف، والموضوعية، واحترام الخصوصية، وهي قيم تنسجم جوهرياً مع متطلبات المسؤولية الاجتماعية التي تضع الجمهور واحتياجاته في مركز العملية الإعلامية¹.

ويضيف «الراحلة» إلى هذا الإطار تأكيداً على أن المؤسسات — ومنها الصحفية — مطالبة باتخاذ قرارات وسياسات تدعم القيم المشتركة للمجتمع، وتسهم في التنمية، وهو ما يجعل المسؤولية الاجتماعية جزءاً أصيلاً من القيم المهنية التي ينبغي للصحفي الالتزام بها².

ومن خلال هذه الرؤية تتضح الصلة المباشرة بين نظرية المسؤولية الاجتماعية وموضوع هذه الدراسة؛ إذ إن القيم المهنية ليست مجرد مجموعة معايير داخلية تنظم العمل الصحفي، بل هي تجسيد للمسؤولية الاجتماعية في صورتها المهنية. فالالتزام الصحفي بالدقة، والحياد، ونقل الحقيقة، واحترام القوانين والأعراف، يشكل أساس الثقة التي يمنحها المجتمع للصحافة، ويجعل من المؤسسات الصحفية شريكاً في التنمية، لا مجرد ناقل للأخبار أو وسيط للمعلومات.

نشأة نظرية المسؤولية الاجتماعية

ظهر الاهتمام بمفهوم المسؤولية الاجتماعية في البيئتين الاقتصادية والإعلامية مع نهاية القرن التاسع عشر، حين بدأت الأصوات في الولايات المتحدة — تحديداً — تطالب المؤسسات بأن تعيد النظر في علاقتها بالمجتمع، وأن توازن بين مصالحها الخاصة وواجباتها تجاه البيئة الاجتماعية التي تعمل فيها. وقد جاءت هذه الدعوات في سياق تحولات اقتصادية واجتماعية عميقة فرضتها الثورة الصناعية وتوسع الأنشطة التجارية، الأمر الذي أثار الحاجة إلى إطار يحد من الآثار السلبية لتنامي نفوذ الشركات والمنشآت.

ومع دخول النصف الثاني من القرن التاسع عشر وبواكير القرن العشرين، تزايدت الانتقادات الموجهة إلى الليبرالية الكلاسيكية، وخاصة ما يتعلق بتركيزها المطلق على الحرية الفردية في التعبير والصحافة والرأي. فقد بدا للكثيرين أن تلك المبادئ — على أهميتها — لم تعد كافية لضبط الممارسات الإعلامية المتنامية، وأن ثمة حاجة إلى فلسفة أكثر توازناً تراعي الصالح العام وتمنع استخدام الحرية بوصفها غطاءً لإلحاق الضرر بالمجتمع. ومن هنا بدأ التفكير في مسؤوليات إضافية يجب أن تتحملها المؤسسات الإعلامية، إلى جانب حقوقها وحرية العاملين فيها.

ويمكن الإشارة إلى مجموعة من العوامل التي مهدت لظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية:

1- **عوامل فكرية:** أدى تراكم الأسئلة حول قدرة الليبرالية التقليدية على تحقيق العدالة الاجتماعية إلى ظهور مراجعات فكرية واسعة في الغرب. وأسهمت التطورات العلمية — وعلى رأسها نظرية النسبية لأينشتاين — في زعزعة كثير من اليقينيات التي كانت تشكل الأساس الفلسفي للعصر السابق، وهو ما فتح باباً للتفكير في نماذج جديدة تنظم علاقة المؤسسات بالمجتمع³.

¹ الديري، زاهد وسعادة الخطيب. (2011). إدارة المؤسسات الاجتماعية. تأليف إدارة المؤسسات الاجتماعية (صفحة 25). عمان: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع.

² الراحلة، سالم عبد الرزاق. (2011). المسؤولية الاجتماعية. تأليف سالم عبد الرزاق الراحلة، المسؤولية الاجتماعية (صفحة 39). عمان: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.

³ الخولي، منى ظريف. (1990). مشكلة العلوم الإنسانية: تقنياتها وإمكانات حلها. القاهرة: دار الثقافة للنشر.

- 2- **عوامل اقتصادية:** شهدت تلك المرحلة صعود الشركات الكبرى والتكتلات الاقتصادية التي بدأت تمتلك نفوذًا متزايدًا، بما في ذلك سيطرتها على جزء من صناعة الإعلام. ومع توسع هذا النفوذ، اختل التوازن داخل النظم الإعلامية، وأصبحت بعض المؤسسات تخدم مصالح اقتصادية ضيقة، ما عزز المطالبات بإطار تنظيمي يحدّ من هذه الهيمنة.
- 3- **عوامل تنظيمية:** تمثلت هذه العوامل في ظهور الاتحادات المهنية التي بدأت العمل على تنظيم مهنة الصحافة، وقامت بإصدار مبادئ الصحافة عام 1923م، ثم ميثاق صحافة السينما عام 1930م، تلاه ميثاق الإذاعيين عام 1937م.
- 4- **عوامل أخلاقية:** راجت في القرن التاسع عشر الصحافة الصفراء، وتراجعت الصحافة الرصينة والثقافية، وهو ما دفع لبروز اتجاه أخلاقي في الصحافة يدعو لالتزام الصحف ووسائل الإعلام بالقيم والمبادئ¹.
- وفي إطار الفلسفة التي تطرحها نظرية المسؤولية الاجتماعية وما تنطوي عليه من مبادئ تنظيمية وأخلاقية في العمل الإعلامي، يتجه الباحث إلى تناول القيم المهنية لدى الصحفيين في الصحف العُمانية، بوصفها أحد المظاهر العملية لتجسيد هذه النظرية. فالمسؤولية الاجتماعية تفترض التزام الصحافة بجملة من القيم المهنية المتفق عليها، كما تؤكد ضرورة قيامها بأدوار تستجيب لاحتياجات المجتمع وتعبّر عن تطلعاته.

2:1 القيم

يُعدّ مفهوم "القيمة" من المفاهيم الواسعة التي اهتم بها الباحثون في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ورغم هذا الاهتمام فإن الاتفاق على تعريف واحد جامع ما زال أمرًا صعبًا. ويعود ذلك إلى أن القيم ترتبط بطبيعة الإنسان وتفاعله مع محيطه؛ فهي ليست ظاهرة يمكن قياسها بطريقة مباشرة أو حصرها في أرقام، بل هي نتاج تراكمات ثقافية وفكرية وتجارب حياتية متعددة تجعل من تحديدها الدقيق تحديًا حقيقيًا. كما أن تنوع مجالات القيم، سواء كانت فردية أو اجتماعية أو مهنية، يضيف صعوبة أخرى عند محاولة صياغة تعريف شامل لها. ومن أجل الإحاطة بالمفهوم، يرى الباحث أهمية التوقف عند معناه اللغوي والاصطلاحي، ثم استعراض أبرز الجهود التي قدّمت تعريفات لهذا المفهوم.

وفي سياق الممارسة الإعلامية تحديداً، تمثل القيم المهنية منظومة المبادئ التي تنظم أداء الصحفي وتوجه عملية اتخاذ القرار التحريري، وتشمل الالتزام بالصدق والدقة والإنصاف واحترام الجمهور. كما تعكس هذه القيم التصورات المهنية السائدة داخل المؤسسات الإعلامية، وتتأثر بالسياقات الثقافية والتنظيمية التي يعمل الصحفيون ضمنها².

3:1 القيمة لغة

تدل كلمة "قيمة" في اللغة على مجموعة من المعاني المتقاربة. فهي في الأصل مشتقة من الفعل "قام"، ويقال: "قام المتاع بكذا" أي كانت قيمته بهذا القدر. وتشير الكلمة كذلك إلى الثمن الذي يُقدّر به الشيء ويُقوّم على أساسه³.

¹ سليمان، صالح. (2007). ثورة الاتصال وحرية الإعلام. الكويت: مكتبة الفلاح. ص 27.

² نصر، حسني، والغيلاني، سالم. (2021). العوامل المؤثرة في التزام الصحفيين في الصحف الخليجية بالقيم المهنية: دراسة مسحية. مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية، 43-1.

³ طهطاوي، سيد أحمد. (1996). القيم التربوية في القصص القرآني. القاهرة: دار الفكر العربي. ص 90.

4:1 القيمة اصطلاحًا:

نظرًا لتعدد المجالات التي تظهر فيها القيم، فقد قدم الباحثون تعريفات مختلفة تعكس طبيعة تخصصاتهم. ففي علم الاجتماع، تُعرّف القيمة بأنها:

"اعتقاد بأن شيئًا ما قادر على إشباع رغبة إنسانية، وهو صفة للشيء تكسبه أهميته بالنسبة للفرد أو الجماعة، وهي ليست في الشيء نفسه، بل في عقل من يدركه"¹. أما الاقتصاديون فيميزون بين قيمة الإنتاج وقيمة الاستهلاك، بينما يستخدم الرياضيون كلمة "قيمة" للإشارة إلى المقدار أو الكم. وفي الدراسات اللغوية، تستخدم لتوضيح "قيمة" اللفظة من حيث دورها داخل الجملة ودلالاتها². ويقدم روكيتش تعريفًا قريبًا من هذا المعنى، إذ يرى أن القيم هي: "اعتقاد راسخ بأن التصرف بطريقة معينة أفضل من سواها، وأن اختيار هدف ما للحياة أفضل من غيره"³.

5:1 تصنيفات القيم:

كما هو الحال في تعريف القيم، لم يكن تصنيفها أمرًا يسيرًا، نظرًا لتداخلها وتشابك مجالاتها، غير أن عددًا من الباحثين حاولوا وضع أطر عامة تساعد على فهم أنواع القيم؛ فقد أشار (الطهطاوي)، إلى تصنيف يعتمد على التمييز بين:

- قيم مادية
- قيم روحية⁴

كما صنف (Eduard Spranger) القيم بحسب مجالات الأشخاص إلى:

- قيم نظرية
- قيم اقتصادية
- قيم جمالية
- قيم اجتماعية
- قيم دينية
- قيم سياسية
- قيم فنية⁵

أما (أبو العينين، 1988) فقد قدّم تصنيفًا أكثر تفصيلًا يشمل:

1. قيم روحية وعقدية
2. قيم خلقية

¹ نفس المرجع، ص 92.

² محمد، عبد الراضي إبراهيم. (1989). موقع القيم من بعض فلسفات التربية. دراسات تربوية، عمان: دائرة التربية والتعليم بوكالة الغوث. ص 16، 31-11.

³ خليفة، عبد اللطيف محمد. (1992). (ارتقاء القيم: دراسة نفسية). القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، ص 38.

⁴ الطهطاوي، مرجع سابق، ص 93.

⁵ Eduard Spranger, *Types of Men: The Psychology and Ethics of Personality*, trans. P. J. W. Pigors (Halle, Germany: Max Niemeyer Verlag, 1928), pp 109– 210.

3. قيم عقلية

4. قيم وجدانية وانفعالية

5. قيم اجتماعية

6. قيم مادية

7. قيم جمالية¹

وتظهر هذه التصنيفات — رغم اختلاف مصادرها — تقاربًا في النظرة إلى القيم باعتبارها جزءًا متداخلًا من البناء النفسي والاجتماعي للفرد.

6:1 القيم المهنية في عالم الصحافة

تتناول هذه الدراسة القيم المهنية للصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية العُمانية، وهو ما يستدعي فهم طبيعة القيم المهنية في العمل الصحفي عمومًا. فالقيم المهنية ليست مجرد مبادئ تنظم الأداء، بل هي جزء من ثقافة المهنة وتقاليدها، كما تمثل أحد العناصر المؤثرة في طبيعة الممارسة الإعلامية وجودتها. وترتبط هذه القيم بالاختيارات المهنية للصحفي وطريقة تعامله مع الأحداث، وهو ما ينعكس على طبيعة الأخبار التي يقدمها واتجاهاتها. مع تطور العمل الإعلامي، ظهرت مجموعة من القيم التي تُعتبر مرجعًا في تقييم الخبر، وهي ما يُعرف بالقيم الخيرية. ويقصد بها تلك المعايير التي تساعد على تقرير ما إذا كان الحدث صالحًا للنشر، مثل الجودة، والأهمية، وقرب المكان، والقدرة على التأثير في الجمهور. أما معايير النشر فهي شروط إضافية تتعلق بمدى مناسبة نشر الخبر من عدمه، وفق سياسات المؤسسة². ونظرًا لارتباط الصحافة بالمجتمع الذي تعمل فيه، فإن القيم المهنية تستمد قوتها وشرعيتها من هذا المجتمع. فكل نظام اجتماعي يضع لنفسه قيمًا يودّ ترسيخها، وتسعى وسائل الإعلام إلى مراعاة هذه القيم احترامًا لجمهورها وثقافته³. أما في الدول النامية — أو ما يسمى بالعالم الثالث — فقد برزت قيم ذات طابع مختلف، ركّزت بشكل أكبر على:

- التنمية
- المسؤولية الاجتماعية
- التكامل الوطني
- التحقيق⁴.

تتمتع الدول المركزية - بحكم سيطرتها التاريخية على تدفق المعلومات وامتلاكها الأدوات الأبرز في صناعة الإعلام - بقدرة واسعة على تحديد ما يعدّ "قيمة خيرية" وما لا يعدّ كذلك. وقد أدى هذا النفوذ إلى نشوء منظومة قيم خيرية غربية خاصة، ميزتها مجموعة من المعايير التي حددها كل من جالتانج Galtung وروج Ruge وروبن Ruben وهيستر Hister وأيبرهارد Eberhard، حيث رأى هؤلاء أن الأخبار التي تحظى بقيمة مرتفعة غالبًا ما تتسم بخصائص مثل:

¹ أبو العينين، علي خليل مصطفى. (1988). القيم الإسلامية والتربية: دراسة في طبيعة القيم ومصادرها ودور التربية الإسلامية في تكوينها وتنميتها. المدينة المنورة: مكتبة الحلي.

² نصر، حسني، وعبد الرحمن، سناء. (2003). التحرير الصحفي في عصر المعلومات: الخبر الصحفي. العين: دار الكتاب الجامعي. ص 46-47.

³ رشتي، جيهان أحمد. (1978). الأسس العلمية لنظريات الإعلام. القاهرة: دار الفكر العربي. ص 89.

⁴ يعقوب، عبد الحليم موسى. (2008). الموضوعية والقيم الإخبارية في الإعلام. القاهرة: الدار العلمية للنشر والتوزيع. ص 11-12.

- 1- الجِدَّة أو الحداثة (Newness)
- 2- قرب المكان من الجمهور (Proximity)
- 3- تعلقها بشخصيات بارزة (Prominent Personalities)
- 4- عدم مألوفية الحدث (Unusual Events)
- 5- حضور البعد الإنساني (Human Interest)
- 6- وجود عنصر الصراع (Conflict)¹.

وفي المقابل، تناول جاك لول القيم الإخبارية في دول العالم الثالث من زاوية مغايرة، مبيناً أن اختلاف الظروف التنموية والسياسية والاجتماعية بين هذه الدول ينعكس على طبيعة القيم التي تعتمد عليها صحافتها. ورغم هذا التباين، يمكن - بحسب لول - التعرف على مجموعة من القيم المشتركة التي تبرز بوضوح في الإعلام الموجه للعالم الثالث، وهي:

- التنمية (Development)
- المسؤولية الاجتماعية (Social Responsibility)
- التكامل الوطني (National Integration)
- الثقيف (Cultural)².

ومن منظور الباحث، فإن وجود هذه الاختلافات يوضح أن القيم الإخبارية ليست قالباً واحداً تُفرض على جميع المجتمعات، بل تتشكل وفق الظروف التي تعمل فيها الصحافة والجمهور الذي تخاطبه. فلا يمكن للصحافة أن تمارس وظيفتها دون الاستناد إلى منظومة قيم نابعة من بيئتها. كما أن التطورات المهنية والتقنية تدفع الصحفيين دوماً إلى مراجعة أدوارهم، والانتقال من مجرد نقل الحدث إلى تقديم سياق أوسع يساعد المتلقي على فهمه وتفسيره.

7:1 الدراسات السابقة

حظي موضوع القيم المهنية باهتمام عدد من الباحثين الغربيين، الذين تناولوه في دراسات هدفت إلى الكشف عن القيم التي تسهم في تشكيل اتجاهات العاملين في مجال الصحافة، وسنستعرض في هذا الفصل أبرز الدراسات التي تناولت موضوع القيم وهي:

دراسة (عنانزة، 2017): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر في الأداء المهني للصحفيين العاملين في المواقع الإخبارية الأردنية، وذلك من خلال مسح ميداني شمل (100) صحفي. وأظهرت النتائج أن 60% من أفراد العينة تلقوا دورات تدريبية في مجالات التحرير والتغطية الإخبارية، في حين لم يلتحق 40% بأي تدريب بسبب غياب الدورات المناسبة لطبيعة عملهم. كما بينت الدراسة أن العلاقات المهنية داخل المؤسسة والسياسة التحريرية من أبرز العوامل الداخلية المؤثرة في أداء الصحفيين، بينما تمثلت أهم العوامل الخارجية في صعوبة تغطية الأحداث البعيدة والتهديد بالعقوبات

1 هستر، إيلبرت ل.، وج. تو.، وي. لان. (1988). دليل الصحفي في العالم الثالث. (ترجمة كمال عبد الرؤوف). القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع. ص 76.

يعقوب، عبد الحليم موسى، مرجع سابق، ص 11- 12.

القانونية. وتشير النتائج كذلك إلى جملة من التحديات المرتبطة بالسعي لتحقيق السبق الإخباري وضعف الإعلانات، في مقابل تأكيد العينة على أهمية التدريب المتخصص في الكتابة الصحفية الإلكترونية واستخدام الحاسوب والإنترنت لتحسين الأداء المهني¹.

دراسة (Imke, Neil, Judith, & Damian, 2020): سعت الدراسة إلى التحقق مما إذا كان الصحفيون

العاملون عبر الإنترنت يختلفون في مبادئهم وممارساتهم المهنية عن زملائهم في الصحافة المطبوعة والمرئية، وذلك في ظل شيوع الاعتقاد بوجود فروق بينهم رغم محدودية الأدلة التجريبية. واعتمدت الدراسة تصور "ديوز" للصحافة بوصفها أيديولوجيا تقوم على أربع قيم مهنية أساسية: خدمة الجمهور، والموضوعية، والاستقلالية، والأخلاقيات².

استخدمت الدراسة بيانات *عالم الصحافة* لعينة مكونة من 6,089 صحفيًا في تسع دول أوروبية، للمقارنة بين الصحفيين العاملين عبر الإنترنت وخارجها وعبر منصات متعددة. وأظهرت النتائج تقاربًا عامًا في المبادئ والممارسات المهنية بين المجموعات المختلفة، بخلاف ما طرحته دراسات سابقة. ومع ذلك، اتضح أن الصحفيين الإلكترونيين أكثر ميلًا لتبرير نشر معلومات غير مُتحقق منها، وأقل اهتمامًا بمساءلة السياسيين، رغم تمتعهم بحرية أكبر في اختيار الأخبار ومعالجتها. كما كشفت الدراسة عن فروق واضحة بين الصحفيين في أوروبا الغربية وشرق أوروبا.

دراسة (Jastrzebski & Willnat, 2023): هدفت الدراسة إلى المقارنة بين القيم المهنية والاتجاهات والتصورات

المتعلقة بالأدوار المهنية لدى الصحفيين العاملين في وسائل الإعلام العامة والتجارية في الولايات المتحدة الأمريكية. واعتمدت الدراسة على المسح، وشملت عينة ممثلة مكونة من (394) صحفيًا يعملون في مؤسسات البث العام و(1,491) صحفيًا يعملون في المؤسسات الإعلامية التجارية. وأظهرت النتائج وجود فروق بين المجموعتين في عدد من القيم والاتجاهات وتصورات الأدوار المهنية؛ إذ كان صحفيو الإعلام العام أكثر توجهاً نحو الرسالة المهنية، وأكثر اهتمامًا بتقديم القصص التفسيرية المعمقة ومساعدة الجمهور على اتخاذ موقف أو القيام بفعل، في حين أعطى صحفيو المؤسسات التجارية أهمية أكبر لسرعة النشر والوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور. وتشير هذه النتائج إلى ارتباط طبيعة المؤسسة الإعلامية ببعض القيم والتوجهات المهنية للصحفيين³.

دراسة (Mellado & Gajardo, 2024): سعت الدراسة إلى التعرف على القيم المهنية التي يرتبط بها مفهوم

الصحافة الجيدة لدى الصحفيين والجمهور، والكشف عن مدى التقارب أو الاختلاف بين الطرفين في تحديد هذه القيم في ظل التحولات التي أحدثتها البيئة الرقمية في علاقة الصحفي بجمهوره. واعتمدت الدراسة على المقابلات المتعمقة مع (30) صحفيًا و(64) فردًا من الجمهور. وأظهرت النتائج أن الصحفيين ما زالوا يعطون أهمية للقيم المهنية التقليدية، وفي مقدمتها الموضوعية والاستقلالية، بينما أعطى الجمهور أهمية أكبر للجوانب الإنسانية في الممارسة الصحفية، مثل القدرة على التقرب من الجمهور

¹ عنانزة، عزام علي. (2017). العوامل المؤثرة على الأداء المهني للصحفيين العاملين في المواقع الإخبارية الأردنية: دراسة مسحية. مجلة اتحاد الجامعات العربية للآداب، 449-484.

² Imke, H., Neil, T., Judith, M., & Damian, T. (2020). Do Online, Offline, and Multiplatform Journalists Differ in their Professional Principles and Practices? Findings from a Multinational Study. JOURNALISM STUDIES, pp. 1363- 1383.

³ Jastrzebski, S., & Willnat, L. (2023). Mission vs. Money: Professional Values and Attitudes of Public and Commercial Media Journalists in the United States. *Journalism Practice*, 1-23.

والتعاطف ومهارات التواصل الوجداني. وخلصت الدراسة إلى وجود بُعدين للقيم الصحفية؛ يرتبط الأول بالكفاءة المهنية والقيم التقليدية، بينما يرتبط الثاني بالبعد الإنساني والعلاقة بين الصحفي والجمهور¹.

دراسة (Fai, Bayighomog, & Stubbs, 2024): هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة المهنية الصحفية والعوامل المرتبطة بها في تغطية الأزمات في كل من الكاميرون ونيجيريا، مع التركيز على الموضوعية بوصفها أحد المكونات الأساسية للمهنية الصحفية. واعتمدت الدراسة على منهج يجمع بين عدد من الأساليب الكمية، من خلال مسح شمل (302) صحفيًا من المناطق التي شهدت أزمات انفصالية في الدولتين. وأظهرت النتائج أن موضوعية الصحفي في التغطية ترتبط بمجموعة من العوامل المهنية والبيئية، من بينها استخدام العواطف في التغطية، وتأثير الأيديولوجيات القومية والانفصالية، ومستوى الحرية المتاحة للصحفي، وتعدد المصادر المستخدمة، وإتاحة وجهات النظر المعارضة. وأكدت النتائج أن الممارسة المهنية للصحفي لا تشكل بمعزل عن البيئة التي يعمل فيها، وإنما تتأثر بتداخل مجموعة من الظروف والعوامل المحيطة بالعمل الصحفي².

ثانياً: الإطار المنهجي

1:2 مشكلة الدراسة

نظراً لمحدودية الدراسات العلمية التي تناولت القيم المهنية لدى الصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية العُمانية وتفصلها، تأتي هذه الدراسة لتبحث القيم المهنية لدى الصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية العمانية الناطقة باللغتين العربية والإنجليزية، والخروج بتصنيف يوضح ترتيب هذه القيم، مع بحث أثر طبيعة ملكية الصحيفة فيها.

1:2 أسئلة الدراسة

تحاول هذه الدراسة الإجابة على الأسئلة التالية: -

1. ما القيم المهنية للصحفيين بسلطنة عُمان؟
2. ما القيم المهنية ذات التصنيف الأعلى للصحفيين العاملين بالمؤسسات الصحفية العمانية؟
3. ما أوجه الاختلاف في ترتيب القيم المهنية بين صحفيي المؤسسات الصحفية العمانية؟
4. هل يختلف ترتيب القيم المهنية لدى الصحفيين باختلاف طبيعة ملكية المؤسسة الصحفية؟

2:2 أهمية الدراسة

تأتي أهمية هذه الدراسة للوقوف على القيم المهنية للصحفيين العاملين بسلطنة عُمان، وبذلك تكون أهميتها في الآتي:

- 1- تُعد من الدراسات العُمانية القليلة التي تتناول القيم المهنية للصحفيين في المؤسسات الصحفية العمانية.
- 2- تسعى الدراسة إلى تقديم معلومات وبيانات علمية عن القيم المهنية للصحفيين العاملين في سلطنة عُمان، مما سيُسكّل بإذن الله قاعدة بيانات وبنية أساسية للدارسين في هذا المجال.

¹ Mellado, C., & Gajardo, C. (2026). The Importance of the Human Touch in Journalism: Journalistic Values from an Audience Perspective. *Journalism Practice*, 20(3), 747–764.

² Fai, P. B., Bayighomog, S. W., & Stubbs, J. (2026). Crisis Reporting and Professionalism in Journalism: An Analysis of Reporting Practices in Cameroon and Nigeria. *Journalism Practice*, 20(3), 801–822.

3- تنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية موضوع القيم المهنية في العمل الصحفي، كما تكتسب أهميتها من محدودية الدراسات الأكاديمية التي تناولت القيم المهنية في البيئة الصحفية العُمانية، ومن ثم فإنها تسعى إلى الإسهام في إثراء المعرفة العلمية المتعلقة بهذا المجال في سلطنة عُمان.

4- قد توفر الدراسة مفاتيح بحثية أخرى من خلال النتائج أو الملاحظات التي قد يثيرها البحث، ويمكن للباحثين والدارسين استقصاؤها مستقبلاً.

3:2 أهداف الدراسة

تتمثل أهداف هذه الدراسة في الآتي: -

1. التعرف على القيم المهنية للصحفيين العاملين بالمؤسسات الصحفية العمانية حسب الأعلى قيمة.
2. تصنيف القيم المهنية للصحفيين العاملين بالمؤسسات الصحفية العمانية حسب الأعلى قيمة.
3. التعرف على أوجه الاختلاف في ترتيب القيم المهنية بين صحفيي المؤسسات الصحفية العمانية.
5. التعرف على مدى اختلاف ترتيب القيم المهنية لدى الصحفيين باختلاف طبيعة ملكية المؤسسة الصحفية،

4:2 المنهج

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج المسحي، وذلك لملاءمته لطبيعة الدراسة وأهدافها، إذ يتيح وصف الظاهرة محل الدراسة، وجمع المعلومات المتعلقة بها من أفراد مجتمع البحث، بما يساعد على التعرف على القيم المهنية لدى الصحفيين وتصنيفها وفقاً لاستجاباتهم.¹ ويعد المنهج المسحي من المناهج المناسبة لوصف الظواهر ودراساتها في وقت معين، من خلال جمع البيانات من مجتمع البحث أو عينة ممثلة له.² كما يندرج ضمن مناهج البحث التي تشترك في هدف يتمثل في الحصول على المعلومات من مجموعة من الأفراد بشكل مباشر.³

2:5 مجتمع البحث

1- المجتمع المستهدف:

حدد الباحث مجتمع البحث بالصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية العمانية التقليدية سواء الناطقة بالعربية أو الإنجليزية، مهما اختلفت جنسياتهم ولغاتهم، وكذلك معتقداتهم الدينية والفكرية.

2- المجتمع المتاح:

حدد الباحث عينة الدراسة من الصحفيين العاملين في أربع صحف عربية محلية وهي: عُمان، الوطن، الشبيبة والرؤية. أما الصحف العمانية الناطقة باللغة الإنجليزية فقد ضمنت الدراسة الصحفيين العاملين ثلاثة صحف أيضاً وهي: عمان أوبزيرفر، تايمز أوف عُمان، ومسقط ديلي.

1 القحطاني، سالم سعيد، وآخرون. (2004). منهج البحث في العلوم السلوكية. الرياض: المؤلف. ص 205.

2 العساف، صالح. (1989). المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية. الرياض: مكتبة العبيكان. ص 191-192.

3 جابر، جابر عبد الحميد، وأحمد، كاظم. (1978). مناهج البحث في التربية وعلم النفس. القاهرة: دار النهضة العربية. ص 143.

6:2 عينة الدراسة

اختار الباحث عينة متاحة من الصحفيين العاملين بالصحف المحلية العمانية الناطقة بالعربية والإنجليزية، وبلغ حجم العينة (76) صحفياً، ووفقاً لإحصائية وزارة الإعلام، بلغ إجمالي عدد الصحفيين في سلطنة عُمان عند إجراء الدراسة (308) صحفيين، وبذلك تمثل عينة الدراسة نحو (24.7%) من إجمالي عدد الصحفيين¹.

7:2 أداة الدراسة

استخدم الباحث الاستبانة، كأداة لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة، والاستبانة "شكل مطبوع يحتوي على مجموعة من الأسئلة موجهة إلى عينة من الأفراد، حول موضوع أو موضوعات ترتبط بأهداف الدراسة"²، حيث قام الباحث بتوزيع الاستبانة عبر البريد الإلكتروني لصحفيي الصحف التي شملتها الدراسة. وللتأكد من صدق أداة الدراسة، عرض الباحث الاستبانة على عدد من المحكمين المتخصصين في مجال الإعلام، بهدف التحقق من ملائمة فقراتها لأهداف الدراسة ووضوح صياغتها، وأخذت ملاحظاتهم في الاعتبار قبل توزيع الاستبانة على أفراد العينة. وجمعت البيانات خلال الفترة من ديسمبر 2024 إلى مارس 2025. وتضمنت الاستبانة أربع عشرة قيمة مهنية سبق استخدامها في دراسة على صحفيي كيبك الكندية³، وطلب من المبحوثين ترتيبها بحيث يكون (1) هو الأعلى أهمية و (14) الأقل أهمية. واعتمد ترتيب القيم على عدد مرات ظهور كل قيمة ضمن المراتب الخمس الأولى لدى المبحوثين، فيما يشير الرمز (+) في الجداول إلى اشتراك أكثر من قيمة في المرتبة نفسها.

8:2 صعوبات واجهها الباحث:

- واجه الباحث عدداً من الصعوبات في سبيل تنفيذ هذا البحث وهي كالتالي:
1. عدم استجابة الكثير من المبحوثين مع الباحثين، ظناً منهم أن مثل هذه الدراسات ما هي إلا إضاعة للوقت لاعتقادهم أن النتائج التي ستخرج بها لن تشكل أي فارق بالنسبة لهم ولمهنة الصحافة في السلطنة.
 2. عدم الدراية لدى بعض المبحوثين بمفهوم القيم المهنية، مما دفع بهم لعدم الاهتمام بالموضوع.
 3. تأخر الحصول على الاستبانة من قبل المبحوثين الذين قبلوا التعاون مع الباحثين.

ثالثاً: نتائج الدراسة

تكشف نتائج هذه الدراسة عن خصوصية البنية المهنية للصحافة العُمانية مقارنة بنتائج الدراسات الخليجية السابقة، خصوصاً ما يتعلق بترتيب القيم المهنية وأثر ملكية المؤسسة. فعلى عكس ما توصلت إليه دراسة الغيلاني ونصر (2021) بشأن مستوى الالتزام العام بالقيم المهنية في الصحافة الخليجية⁴، تُظهر الدراسة الحالية أنّ الصحفيين في عُمان يمنحون الأولوية لقيم السرعة والدقة والتثقيف، بينما ينخفض حضور بعض القيم المرتبطة بالتنافس التجاري وذلك وفقاً للآتي:

إحصائية الصحافة والنشر لعام 2025، متاحة على الموقع الإلكتروني لوزارة الإعلام، تاريخ الاطلاع: (. وزارة الإعلام، سلطنة عُمان. (2025)¹
<http://www.omaninfo.om/module.php?module=moi>، 2025/4/3

2 عبد الحميد، محمد. (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: عالم الكتب. ص 20.

3 Pritchard, D., & Bernier, M.-F. (2010). Media Convergence and Changes in Québec Journalists' Professional Values. *Canadian Journal of Communication*, 35(4), 595–607.

الغيلاني، نصر. مرجع سابق، ص 46 – 47.⁴

1:4 تصنيف صحفي الصحف العمانية العربية والإنجليزية للقيم المهنية:

يعرض هذا القسم ترتيب القيم المهنية لدى الصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية العمانية الناطقة باللغة العربية، واعتمد الباحث في بناء الاستبانة على أربعة عشر قيمة مهنية سبق استخدامها في دراسة علمية أجريت على الصحفيين في مقاطعة كيبك الكندية، بما يتناسب مع أهداف الدراسة الحالية والبيئة الصحفية العُمانية¹. وذلك بهدف قياس مدى التقارب بين القيم والاختلاف الذي قد يترتب نتيجة عوامل أخرى متفرقة، وتم احتساب ترتيب القيم بحساب ما تجمعته كل قيمة في أول خمسة خيارات في جدول القيم الذي يتكون من 14 درجة. خرجت الدراسة بالتصنيفات التالية:

الجدول رقم 1:

تصنيف صحفيو الصحف العمانية العربية والإنجليزية للقيم المهنية

يظهر الجدول رقم 1 أن قيم السرعة، والدقة، والتحليل وتفسير الأخبار، ومناقشة مصالح السياسة العامة للجمهور، والتثقيف احتلت المراكز الخمسة الأولى في ترتيب القيم المهنية لدى الصحفيين عينة الدراسة. وتطابقت هذه النتائج مع نتائج الدراسات

م	القيمة المهنية	التصنيف
1	نقل آراء الشخصيات العامة بدقة	2
2	تحليل/ تفسير الأخبار إلى الجمهور	3
3	مراقبة المؤسسات الحكومية والعامة	6
4	تقديم تحليل وتفسير للمشاكل المعقدة	11
5	منح الأشخاص العاديين فرصة لإبداء آرائهم	14
6	الحصول على معلومات عن العمل	10
7	الحصول على معلومات عن الموظفين الحكوميين	13
8	اكتساب أكبر منفعة ثقافية ممكنة (التثقيف)	5
9	التركيز على الأخبار أثناء حدوثها (السرعة)	1
10	مناقشة مصالح السياسة العامة للجمهور	4
11	زيادة حجم الجمهور	9
12	تقديم الترفيه والتسلية	12
13	التأثير على الرأي العام	8
14	وضع الأجندة السياسية	7

السابقة فيما يخص قيم السرعة والدقة والتحليل واختلفت معها في قيمتي مناقشة مصالح السياسة العامة للجمهور، والتثقيف، اللتين جاءتا في مرتبتين متقدمتين في الدراسة الحالية في حين جاءت قيمة وضع الأجندة السياسية في المرتبة السابعة.

¹ Pritchard & Bernier, op. cit.

2:4 تصنيف صحفي الصحف العمانية العربية للقيم المهنية:

كان السؤال الثاني من أسئلة البحث عن القيم المهنية التي يتمتع بها الصحفيون العاملون في المؤسسات الصحفية العمانية الناطقة باللغة العربية. وقد حدد الباحث الأربع عشرة قيمة مهنية نفسها، التي تم استخدامها في الجدول رقم 1، إذ جاءت النتائج وفقاً للتصنيف كآتي:

الجدول رقم 2:

تصنيف صحفي الصحف العمانية العربية للقيم المهنية

القيمة المهنية	التصنيف
م	
1	نقل آراء الشخصيات العامة بدقة
2	تحليل/ تفسير الأخبار إلى الجمهور
3	مراقبة المؤسسات الحكومية والعامة
4	تقديم تحليل وتفسير للمشاكل المعقدة
5	منح الأشخاص العاديين فرصة لإبداء آرائهم
6	الحصول على معلومات عن العمل
7	الحصول على معلومات عن الموظفين الحكوميين
8	اكتساب أكبر منفعة ثقافية ممكنة (التثقيف)
9	التركيز على الأخبار أثناء حدوثها (السرعة)
10	مناقشة مصالح السياسة العامة للجمهور
11	زيادة حجم الجمهور
12	تقديم الترفيه والتسلية
13	التأثير على الرأي العام
14	وضع الأجندة السياسية
	+3

وبقراءة البيانات الواردة في الجدول رقم 2 أعلاه، يتضح أن الصحفيين صَنَّفُوا التركيز على الأخبار أثناء حدوثها على أنها تمثل أعلى قيمة، وكانت القيمة الثانية هي تحليل وتفسير الأخبار إلى الجمهور، وجاء في المرتبة الثالثة كل من نقل آراء الشخصيات العامة بدقة، ووضع الأجندة السياسية، بينما اكتسب أكبر منفعة ثقافية ممكنة في المركز الخامس. مقارنة ببعض الدراسات السابقة، دون أن تسمح نتائج الدراسة الحالية بإرجاع ذلك إلى سبب مؤسسي محدد. وجاءت قيمة مراقبة أداء الحكومة في المركز السادس، وزيادة حجم الجمهور سابعاً، فيما جاءت قيمة التأثير على الرأي العام في المرتبة الثامنة. ويشير تقدّم قيمة وضع الأجندة السياسية؛ إذ منحت دراسات

القيم المهنية للصحفيين في المؤسسات الصحفية العُمانية سالم بن ربيع الغيلاني

1996م و2002م و2007م، هذه القيمة ترتيبًا متأخرًا، في حين جاءت في المركز الثالث لدى صحفيي الصحف العُمانية الناطقة باللغة العربية في الدراسة الحالية.

3:4 تصنيف صحفيي الصحف العمانية الناطقة باللغة الإنجليزية للقيم المهنية:

الجدول رقم 3:

تصنيف صحفيي الصحف العمانية الناطقة باللغة الإنجليزية للقيم المهنية

م	القيمة المهنية	التصنيف
1	نقل آراء الشخصيات العامة بدقة	2
2	تحليل/ تفسير الأخبار إلى الجمهور	3
3	مراقبة المؤسسات الحكومية والعامة	4
4	تقديم تحليل وتفسير للمشاكل المعقدة	7
5	منح الأشخاص العاديين فرصة لإبداء آرائهم	11
6	الحصول على معلومات عن العمل	8
7	الحصول على معلومات عن الموظفين الحكوميين	+7
8	اكتساب أكبر منفعة ثقافية ممكنة (التثقيف)	6
9	التركيز على الأخبار أثناء حدوثها (السرعة)	1
10	مناقشة مصالح السياسة العامة للجمهور	+4
11	زيادة حجم الجمهور	9
12	تقديم الترفيه والتسلية	10
13	التأثير على الرأي العام	5
14	وضع الأجندة السياسية	12

يعرض هذا القسم ترتيب القيم المهنية لدى الصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية العُمانية الناطقة باللغة الإنجليزية. وقد حدد الباحث الأربع عشرة قيمة مهنية نفسها، التي تم سؤال الصحفيين في المؤسسات الصحفية الناطقة باللغة العربية، إذ جاءت النتائج وفقاً للتصنيف الآتي: وبقراءة البيانات الواردة في الجدول رقم 3 أعلاه، يتضح أن الصحفيين صنفوا السرعة على أنها تمثل أعلى قيمة، متفقيين بذلك مع الصحفيين العاملين في الصحف العربية، بينما حلت الدقة في المرتبة الثانية وكانت في المرتبة الثالثة لدى الصحفيين العاملين في الصحف العمانية العربية، وجاءت قيمة تحليل/ تفسير الأخبار إلى الجمهور ثالثاً، في حين حلت ثانياً لدى صحفيي المؤسسات العربية، وتساوت قيمتي مراقبة المؤسسات الحكومية والعامة ومناقشة مصالح السياسة العامة للجمهور في جدول الترتيب بمصولهما على المرتبة الرابعة، وعلى عكس ترتيبها المتأخر لدى صحفيي الصحف المحلية العربية فقد حصلت قيمة التأثير على الرأي العام على المركز الخامس لتكون ضمن المراكز الخمسة المتقدمة في سلم ترتيب القيم.

وجاءت سادساً قيمة اكتساب أكبر منفعة ثقافية ممكنة، وجاءت قيمة الحصول على معلومات عن الموظفين الحكوميين في المركز السابع، في حين جاءت قيمة منح الأشخاص العاديين فرصة لإبداء آرائهم في المرتبة الحادية عشرة. وعلى عكس الصحف العربية التي منحت قيمة وضع الأجندة السياسية المرتبة الثالثة، آتت هذه القيمة في المرتبة الثانية عشرة لدى صحفيي الصحف الناطقة باللغة الإنجليزية، وهو ما يتوافق مع الدراسات السابقة التي منحت هذه القيمة ترتيباً متأخراً، ويشير هذا الاختلاف بين الصحف العربية والإنجليزية إلى تباين في ترتيب هذه القيمة بين المجموعتين، دون أن تسمح الدراسة الحالية بإزجاء ذلك إلى سبب محدد يتعلق بطبيعة الجمهور أو مآدر تمويل الصحف.

4:4: تصنيف صحفيي المؤسسات الصحفية للقيم المهنية حسب الصحيفة:

يعرض هذا القسم ترتيب القيم المهنية لدى صحفيي كل مؤسسة صحفية على حدة، حيث يعرض الباحث ترتيب أعلى خمس قيم مهنية اختارها الصحفيون في كل مؤسسة على حدة، علماً بأن الاختيار كان مبنياً على ذات الأربع عشرة قيمة مهنية التي تم طرحها للصحفيين، وبآلية حساب القيمة الأعلى التي تم استخدامها في الجداول السابقة ذاتها.

4:4:1 صحيفة الوطن:

جاءت أعلى خمس قيم مهنية لدى الصحفيين العاملين بصحيفة الوطن وفقاً للآتي:

الجدول رقم 4:

تصنيف صحفيي صحيفة الوطن لأعلى خمس قيم مهنية

م	القيمة المهنية	التصنيف
1	نقل آراء الشخصيات العامة بدقة	2
2	تحليل/ تفسير الأخبار إلى الجمهور	3
3	التركيز على الأخبار أثناء حدوثها (السرعة)	+2
4	وضع الأجندة السياسية	1
5	اكتساب أكبر منفعة ثقافية ممكنة (التثقيف)	4
6	التأثير على الرأي العام	+ 4

يوضح الجدول رقم 4 أن صحفيي صحيفة الوطن أعطوا الأجندة السياسية أعلى قيمة، تلتها قيمتا الدقة والسرعة في المركز الثاني، بينما حل التحليل في المرتبة الثالثة، وهذا يتوافق نوعاً ما مع دراسات عام 1969، 1997م التي أجريت على كل من صحفيي راديو كندا، وصحفيي شركة كيبكور، وصحفيي شركة جيسكا. والملفت في نتائج صحيفة الوطن التي تعد مستقلة أنها منحت وضع الأجندة السياسية المرتبة الأولى وهو ما يتعارض مع جميع الدراسات الماضية ومع نتائج هذه الدراسة فلا توجد صحيفة منحت الأجندة السياسية هذا المركز المتقدم، وتظهر هذه النتيجة أن قيمة وضع الأجندة السياسية احتلت المرتبة الأولى لدى صحفيي جريدة الوطن ضمن القيم المهنية التي تناولتها الدراسة، دون أن تتيح بيانات الدراسة تحديد العوامل التي تفسر تقدم هذه القيمة.

4:4: 2 صحيفة عمان:

جاءت أعلى خمس قيم مهنية لدى الصحفيين العاملين بصحيفة عمان وفقاً للآتي:
الجدول رقم 5:

تصنيف صحفيي صحيفة عمان لأعلى خمس قيم مهنية

م	القيمة المهنية	التصنيف
1	التركيز على الأخبار أثناء حدوثها (السرعة)	1
2	اكتساب أكبر منفعة ثقافية ممكنة (التثقيف)	2
3	مناقشة مصالح السياسة العامة للجمهور	+2
4	تحليل/ تفسير الأخبار إلى الجمهور	3
5	زيادة حجم الجمهور	+3
6	التأثير على الرأي العام	+3

يوضح الجدول رقم 5 أن صحفيي صحيفة عمان أعطوا السرعة أعلى قيمة، تلتها قيمتا التثقيف ومناقشة مصالح السياسة العامة للجمهور ثانياً، وحلت كل من قيم التحليل والزيادة ثالثاً، ويوضح الجدول الاختلاف بين النتائج التي تتعلق بصحيفة الوطن وصحيفة، إذ تركز صحيفة عُمان على السرعة أكثر من صحيفة الوطن بينما غابت الدقة من القيم الأعلى تصنيفاً. الملفت في الأمر بالنسبة لصحفيي جريدة عمان أنهم لم يضعوا قيمة الأجندة السياسية ضمن المراتب الخمسة الأولى؛ كون صحيفة عمان تعد صوت الحكومة ومطبوعتها الرسمية، ولكن نتائج الاستبيان أظهرت نتيجة مختلفة عما كان يتوقع، وهو ما لا ينسجم مع نوعية المضمون الذي تركز عليه الصحيفة خصوصاً في صفحاتها الأولى التي غالباً ما تبرز موضوعات متعلقة بسياسات الحكومة والقرارات الصادرة عنها، وهي نتيجة تشير إلى أن قيمة وضع الأجندة السياسية لم تكن ضمن القيم الخمس الأعلى ترتيباً لدى صحفيي الجريدة عينة الدراسة.

4:4: 3 صحيفة الشبيبة:

جاءت أعلى خمس قيم مهنية لدى الصحفيين العاملين بصحيفة الشبيبة وفقاً للآتي:
الجدول رقم 6:

تصنيف صحفيي صحيفة الشبيبة لأعلى خمس قيم مهنية

م	القيمة المهنية	التصنيف
1	التركيز على الأخبار أثناء حدوثها (السرعة)	1
2	وضع الأجندة السياسية	2
3	تحليل/ تفسير الأخبار إلى الجمهور	3
4	نقل آراء الشخصيات العامة بدقة	4

يظهر الجدول رقم 6 أن صحفيي صحيفة الشبيبة يتفوقون مع صحفيي صحيفة عُمان، إذ أعطوا السرعة أعلى قيمة، ولكنهم يتفوقون مع صحيفة الوطن فيما يخص الأجندة السياسية فقد منحها صحفيو الشبيبة المرتبة الثانية في حين حلت قيمة التحليل ثالثاً، بينما تشاركت قيمتا الدقة وزيادة حجم الجمهور المرتبة الرابعة، وتتوافق هذه النتائج مع اختلاف طفيف مع نتائج صحيفة الوطن. إذا كان وجود الأجندة السياسية في أعلى قائمة خيارات صحفيو جريدة الوطن له ما يبرره؛ فإن هناك العديد من التساؤلات التي يثيرها وضع صحفيو الشبيبة لهذه القيمة في ثاني الترتيب، وهو أمر يتطلب مزيداً من البحث والدراسة للخروج بتبرير منطقي لهذه النتيجة غير المتوقعة.

4: 4: صحيفة الرؤية:

جاءت أعلى خمس قيم مهنية لدى الصحفيين العاملين بصحيفة الرؤية وفقاً للآتي:

الجدول رقم 7:

تصنيف صحفيي صحيفة الرؤية لأعلى خمس قيم مهنية

م	القيمة المهنية	التصنيف
1	تحليل/ تفسير الأخبار إلى الجمهور	1
2	مراقبة المؤسسات الحكومية والعامّة	2
3	مناقشة مصالح السياسة العامة للجمهور	+2
4	نقل آراء الشخصيات العامة بدقة	3
5	التركيز على الأخبار أثناء حدوثها (السرعة)	4

يظهر الجدول رقم 7 أن صحفيي صحيفة الرؤية يميلون إلى قيمة تحليل وتفسير الأخبار أكثر من قيمتي السرعة والدقة، حيث حل التفسير والتحليل أولاً، بعد ذلك جاءت قيمة الرقابة متساوية مع قيمة مناقشة مصالح السياسة العامة، وجاءت الدقة ثالثاً تلتها السرعة في المركز الرابع. في حين خرجت الأجندة السياسية من المراكز الخمسة الأولى متفوقين بذلك مع نظرائهم في صحيفة عمان.

4: 4: 5 صحيفة Oman observer:

جاءت أعلى خمس قيم مهنية لدى الصحفيين العاملين بصحيفة Oman observer وفقاً للآتي:
الجدول رقم 8:

تصنيف صحفيي صحيفة Oman Observer لأعلى خمس قيم مهنية

م	القيمة المهنية	التصنيف
1	التركيز على الأخبار أثناء حدوثها (السرعة)	1
2	اكتساب أكبر منفعة ثقافية ممكنة (التحقيق)	+1
3	نقل آراء الشخصيات العامة بدقة	2
4	تحليل/ تفسير الأخبار إلى الجمهور	+2
5	تقديم التسلية والترفيه	+2

يظهر الجدول رقم 8 أن صحفيي صحيفة Oman Observer أعطوا لقيمتي السرعة والتحقيق التصنيف الأعلى، متماثلين في قيمة السرعة مع صحفيي الشببية وصحيفة عُمان - الصحيفة الحكومية التي تشارك معها صحيفة Oman Observer في الملكية. بعد ذلك جاءت قيم الدقة والتحليل والترفيه، ودخلت قيمة الترفيه لأول مرة في قائمة الخمسة. كما تقاربت قيمتي التحقيق، وتحليل وتفسير الأخبار في الترتيب لدى الصحفيين، واختفت قيمة وضع الأجندة السياسية من الصحفيين على الرغم من الملكية الحكومية التي تعود لها كلتا الصحفيتين.

جاءت أعلى خمس قيم مهنية لدى الصحفيين العاملين بصحيفة Times of Oman وفقاً للآتي:
الجدول رقم 9:

تصنيف صحفيي صحيفة Times of Oman لأعلى خمس قيم مهنية

6: 4 Times of Oman : صحيفة

م	القيمة المهنية	التصنيف
1	نقل آراء الشخصيات العامة بدقة	1
2	التركيز على الأخبار أثناء حدوثها (السرعة)	+1
3	تحليل/ تفسير الأخبار إلى الجمهور	2
4	مناقشة مصالح السياسة العامة للجمهور	3
5	مراقبة المؤسسات الحكومية والعامة	4
6	الحصول على المعلومات عن العمل	+4

تُظهر البيانات الواردة في الجدول رقم 9، أن صحفيي صحيفة Times of Oman أعطوا لقيمتي الدقة والسرعة التصنيف الأعلى، وحل التحليل ثانياً، وجاءت قيمة مناقشة مصالح السياسة العامة للجمهور ثالثاً، بينما تشاركت قيمتا مراقبة الحكومة والحصول على المعلومات عن العمل في المركز الرابع.

وهنا وجد الباحث توافقاً في قيمة السرعة في المرتبة الأولى مع صحيفة الشبيبة، كون الصحيفتين يتبعن ذات المؤسسة، كما وجد في المقابل اختلافاً في ترتيب قيم أخرى إذ حازت وضع الأجندة السياسية على المرتبة الثانية في صحيفة الشبيبة، بينما لم تبلغ المراتب الخمس الأولى في صحيفة Times of Oman، والتي حل محلها تحليل وتفسير الأخبار إلى الجمهور، وتشير هذه الاختلافات في ترتيب القيم بين الصحيفتين، رغم تبعيتهما للمؤسسة نفسها، إلى أن النتائج لا تُظهر أن طبيعة ملكية المؤسسة تحدد قيمة مهنية معينة يتبعها العاملون فيها.

4: 7: Muscat daily صحيفة

جاءت أعلى خمس قيم مهنية لدى الصحفيين العاملين بصحيفة Muscat daily وفقاً للآتي:
الجدول رقم 10:

م	القيمة المهنية	التصنيف
1	التركيز على الأخبار أثناء حدوثها (السرعة)	1
2	تقديم تحليل وتفسير للمشاكل المعقدة	2
3	مناقشة المصالح السياسية العامة للجمهور	+2
4	زيادة حجم الجمهور	+2
5	الحصول على معلومات عن الموظفين الحكوميين	3

تصنيف صحفي صحيفة Muscat daily لأعلى خمس قيم مهنية

يظهر الجدول رقم 10 أن صحفيي صحيفة Muscat daily أعطوا لقيمة السرعة التصنيف الأعلى، متساوين بذلك مع أقرانهم في الصحف المحلية الناطقة باللغة الإنجليزية، كذلك يتوافقون مع صحفيي عُمان والشبيبة من الصحف المحلية العربية في هذه القيمة.

كما جاءت قيم تقديم تحليل وتفسير للمشاكل المعقدة، ومناقشة المصالح السياسية، وزيادة حجم الجمهور ثانياً، وحلت قيمة الحصول على معلومات عن الموظفين الحكوميين ثالثاً، وغابت الدقة للمرة الأولى في هذه الدراسة عن قائمة القيم الخمسة الأعلى.

رابعاً: النتائج العامة

يخلص الباحث من هذه الدراسة بعدة نتائج تتمثل في الآتي: -

6. احتلت خمس قيم مهنية الترتيب الأعلى في التصنيف العام للصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية العمانية، والتصنيف الخاص بالصحفيين العاملين في الصحف المحلية العربية، والتصنيف الخاص بالصحفيين العاملين في الصحف العمانية الناطقة باللغة الإنجليزية، وهذه القيم هي:

- السرعة في نقل الأخبار.
- الدقة في نقل الأخبار.
- تفسير وتحليل الأخبار.
- مناقشة اهتمامات السياسة العامة.
- التحقيق والتعليم.

وأظهرت تصنيفات الصحف العربية والإنجليزية بعض الاختلافات في ترتيب القيم الأعلى مقارنة بالتصنيف العام.

7. تذيلت قائمة القيم المهنية في التصنيفات الثلاثة المذكورة خمس قيم مهنية، وجدت في ذيل قائمة التصنيفات الثلاثة مع اختلاف بسيط في التصنيف الخاص بالصحفيين العاملين في الصحف العمانية الناطقة باللغة الإنجليزية، وهذه القيم هي:

- تقديم معلومات يحتاجها الناس لاتخاذ قراراتهم.
- الترفيه.

• تقديم تحليل وتفسير للمشاكل المعقدة.

• تقديم معلومات عن أنشطة المسؤولين الحكوميين.

• إعطاء الناس العاديين فرصة للتعبير عن آرائهم.

وأظهرت تصنيفات الصحف العربية والإنجليزية اختلافات في القيم التي جاءت في المراكز الأخيرة وترتيبها.

8. لم تُظهر المقارنة الوصفية اختلافًا واضحًا في ترتيب القيم المهنية يمكن ربطه بطبيعة ملكية المؤسسات الصحفية العمانية.

9. غياب قيمة وضع الأجندة السياسية عن المراتب المتقدمة في تصنيف القيم المهنية للصحفيين الحكوميين العربية والناطقين باللغة الإنجليزية، وهو ما لا يُظهر ارتباطًا واضحًا بين الملكية الحكومية وتقدم هذه القيمة في ترتيب أرلويات الصحفيين في الصحفيين.

10. اختلاف ترتيب القيم المهنية للصحف التي تتبع ذات المؤسسة، وهذا ما تؤكدته النتائج الخاصة بكل من صحيفتي عُمان، Oman Observer، أو الشبيبة و Times Of Oman.

11. لم تحتل قيمة مراقبة المؤسسات الحكومية والعامة مرتبة متقدمة في التصنيف العام للقيم المهنية، كما تفاوت ترتيبها بين الصحف التي شملتها الدراسة.

12. غاب التأثير على الرأي العام من قائمة القيم المهنية ذات المراتب المتقدمة، واكتفى الصحفيون بتصنيف هذه القيمة في وسط القائمة في التصنيف العام، والتصنيف الخاص بالصحفيين العاملين في الصحف المحلية العربية، والتصنيف الخاص بالصحفيين العاملين في الصحف العمانية الناطقة باللغة الإنجليزية إذ احتلت المرتبة الخامسة فيها.

13. غياب قيمة الدقة من القيم المهنية للعاملين بصحيفة واحدة من الصحف العمانية الناطقة باللغة الإنجليزية، وهي صحيفة Muscat Daily.

14. وجود تقارب في ترتيب القيم ذات الأولوية بين التصنيفات التي تناولتها الدراسة.

15. تركيز معظم الصحفيين المستجوبين على قيمة السرعة، إذ جاءت هذه القيمة في مرتبة متقدمة في نتائج الدراسة الحالية، بما يعكس أهميتها لدى الصحفيين عينة الدراسة.

توصيات الدراسة:

بعد استقراء النتائج التي خرجت بها الدراسة وتحليلها؛ يوصي الباحث بالآتي:

1. ضرورة القيام بإجراء دراسات علمية مسحية طويلة تتبع القيم المهنية لدى الصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية العمانية - بما فيهم الصحفيون الإذاعيون والتلفزيونيون وصحفيو الصحف الإلكترونية، إذ إنه لا يوجد - في حدود علم الباحث - تراث علمي عماني يوثق هذه القيم أو يتتبع تطورها.

2. من المناسب إجراء دراسات تتبع القيم مع ربطها بالخلفيات الثقافية والديموغرافية والانتماءات الفكرية والدولية التي ينتسب لها المستجوبون في هذه الدراسات، وذلك لمقارنة مدى تأثير الخلفية الثقافية، أو الجنس، أو الهوية الوطنية على نوعية القيم التي يتحلى بها العاملون في مجال الصحافة.

3. ضرورة إيلاء البحث العلمي في مجال العمل الإعلامي وما يرتبط به الأهمية التي تليق به، لاسيما في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة التي يشهدها العالم من حولنا، وفي سبيل ذلك يجب أن تشارك في هذه المهمة المؤسسات ذات العلاقة، ك:

مجلس البحث العلمي، ووزارة الإعلام، وجامعة السلطان قابوس، والمركز الوطني للإحصاء والمعلومات، وجمعية الصحفيين العمانية، أو مؤسسات التعليم العالي الأخرى الحكومية والخاصة.

4. ضرورة قيام المؤسسات الصحفية العمانية بترسيخ مفهوم القيم المهنية للعاملين بها، من خلال نشر الوعي الثقافي بهذا الجانب، مع مراعاة عدم التأثير على ما يعتقدون بأهميته.

5. ضرورة عقد حلقات "مجموعات النقاش" مع الصحفيين العاملين بالمؤسسات الصحفية العمانية - سواء كانت تلك التي شملتها الدراسة أو غير المشمولة، وذلك لمناقشة مثل هذه النتائج التي توصلت إليها الدراسة، ومعرفة الأسباب التي دفعت بهم لترتيب القيم وفقاً لما جاء في النتائج التحليلية للدراسة.

6. ضرورة أن تكون مثل هذه النتائج معلنة للمعنيين بها، بهدف نشر المعرفة العلمية وخدمة لقطاعي العلم والعمل.

مواضيع تثيرها الدراسة:

16. لماذا غابت قيمة وضع الأجندة السياسية من القيم المهنية الأعلى لدى الصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية

الحكومية، والتي يفترض أن تكون لسان حال الحكومة؟

17. مراقبة المؤسسات الحكومية والعامة قيمة مهنية لم تحتل مرتبة متقدمة في التصنيف العام للدراسة، وهو ما يثير تساؤلاً حول

العوامل المرتبطة بترتيب هذه القيمة لدى الصحفيين في المؤسسات الصحفية العمانية .

المراجع العربية:

- أبو العينين، علي خليل مصطفى. (1988). القيم الإسلامية والتربية: دراسة في طبيعة القيم ومصادرها ودور التربية الإسلامية في تكوينها وتنميتها. المدينة المنورة: مكتبة الحلبي.
- خليفة، عبد اللطيف محمد. (1992). (ارتقاء القيم: دراسة نفسية). القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.
- الخولي، يحيى ظريف. (1990). مشكلة العلوم الإنسانية: تقنياتها وإمكانات حلها. القاهرة: دار الثقافة للنشر.
- الديري، زاهد وسعادة الخطيب. (2011). إدارة المؤسسات الاجتماعية. تأليف إدارة المؤسسات الاجتماعية (صفحة 25). عمان: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع.
- الراحلة، سالم عبد الرزاق. (2011). المسؤولية الاجتماعية. تأليف سالم عبد الرزاق الراحلة، المسؤولية الاجتماعية (صفحة 39). عمان: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.
- رشتي، جيهان أحمد. (1978). الأسس العلمية لنظريات الإعلام. القاهرة: دار الفكر العربي.
- سليمان، صالح. (2007). ثورة الاتصال وحرية الإعلام. الكويت: مكتبة الفلاح.
- طهطاوي، سيد أحمد. (1996). القيم التربوية في القصص القرآني. القاهرة: دار الفكر العربي.
- عبد الحميد، محمد. (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: عالم الكتب.
- العساف، صالح. (1989). المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية. الرياض: مكتبة العبيكان.
- القحطاني، سالم سعيد، وآخرون. (2004). منهج البحث في العلوم السلوكية. الرياض: المؤلف.
- محمد، عبد الراضي إبراهيم. (1989). موقع القيم من بعض فلسفات التربية. دراسات تربوية، 16، 11-31. عمان: دائرة التربية والتعليم بوكالة الغوث.
- ماكفيل، توماس. (2005). الإعلام الدولي: النظريات، الاتجاهات، والملكية. (ترجمة حسني محمد نصر وعبدالله الكندي). العين: دار الكتاب الجامعي.
- نصر، حسني، وعبد الرحمن، سناء. (2003). التحرير الصحفي في عصر المعلومات: الخبر الصحفي. العين: دار الكتاب الجامعي.
- نصر، حسني، والغيلاني، سالم. (2021). العوامل المؤثرة في التزام الصحفيين في الصحف الخليجية بالقيم المهنية: دراسة مسحية. مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية، 1-43.
- هستر، إيلرت ل.، وج. تو.، وي. لان. (1988). دليل الصحفي في العالم الثالث. (ترجمة كمال عبد الرؤوف). القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.
- حجاب، محمد منير. (2004). المعجم الإعلامي. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- يعقوب، عبد الحليم موسى. (2008). الموضوعية والقيم الإخبارية في الإعلام. القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- جابر، جابر عبد الحميد، وأحمد، كاظم. (1978). مناهج البحث في التربية وعلم النفس. القاهرة: دار النهضة العربية.

- عنانزة، عزام علي. (2017). العوامل المؤثرة على الأداء المهني للصحفيين العاملين في المواقع الإخبارية الأردنية: دراسة مسحية. مجلة اتحاد الجامعات العربية للآداب، 449-484.

المراجع الأجنبية

- Eduard Spranger, Types of Men: The Psychology and Ethics of Personality, trans. P. J. W. Pigors (Halle, Germany: Max Niemeyer Verlag, 1928).
- Fai, P. B., Bayighomog, S. W., & Stubbs, J. (2026). Crisis Reporting and Professionalism in Journalism: An Analysis of Reporting Practices in Cameroon and Nigeria. *Journalism Practice*
- Imke, H., Neil, T., Judith, M., & Damian, T. (2020). Do Online, Offline, and Multiplatform Journalists Differ in their Professional Principles and Practices? Findings from a Multinational Study. JOURNALISM STUDIES.
- Jastrzebski, S., & Willnat, L. (2023). Mission vs. Money: Professional Values and Attitudes of Public and Commercial Media Journalists in the United States. *Journalism Practice*.
- Mellado, C., & Gajardo, C. (2026). The Importance of the Human Touch in Journalism: Journalistic Values from an Audience Perspective. *Journalism Practice*.
- Pritchard, D., & Bernier, M.-F. (2010). Media Convergence and Changes in Québec Journalists' Professional Values. Canadian Journal of Communication, 35(4).