
امتدادات شبكات العالم الأزرق: تطبيقاتها ودورها في الاستثمار المجتمعي العُماني: الواقع والآفاق

بدر بن سالم بن حمود السيابي*

الملخص:

ارتكزت دراسة: "امتدادات شبكات العالم الأزرق: تطبيقاتها ودورها في الاستثمار المجتمعي العُماني الواقع والآفاق" على إشكالية مؤداها: إذا كان مرتادو شبكات الإنترنت في تزايد مستمر عبر شتى أنحاء العالم؛ لاسيما شبكات التواصل الاجتماعي، فما أبرز الموضوعات والمجالات التي تحظى بعناية هؤلاء المرتادين وانتباههم؟ وركز الباحث في إشكالية بحثه على الطلبة الجامعيين في سلطنة عمان، وكان الهدف من هذه الإشكالية البحث في نوعية القضايا المحلية المتفاعلة عبر شبكات التواصل الاجتماعي. وقد قسم الباحث بحثه إلى إطارات أربعة: الإطار الموضوعي، وفيه ناقش القضايا العامة التي تحظى بعناية الطلبة العمانيين ومتابعتهم، والإطار العمري وفيه حدد العينة المختارة بالضبط من البحث، فالإطار المكاني ويتمثل في مكان إجراء الدراسة وهي الجامعات والمعاهد العمانية الحكومية والخاصة، أما الإطار الأخير فكان الوسائل المعتمدة في الدراسة وهي وسائل التواصل الاجتماعي. وقد انتهى الباحث في دراسته إلى أبرز الموضوعات التي تسترعي انتباه الطلبة في عمان؛ وحصرها في مواضيع الأسواق والتسوق، والبحث عن العمل، وقضايا التعليم، وارتفاع أسعار السلع، وختم أيضا بحثه ببعض التوصيات، أهمها: ضرورة التعاطي برسمية مع ما ينشر في وسائل التواصل الاجتماعي، والتعامل مع مصادر الأخبار فيه بنوع من الجدية كون مجموعة من الأخبار تكون مغشوشة فيه يشوبها نوع من البلبلة مما قد يؤدي إلى حدوث شاحنة تنتقل عدواها بدون شك إلى المجتمع من الواقع الافتراضي إلى الواقع الملموس.

Abstract :

* كلية الآداب والعلوم الإنسانية/ مختبر التراث الثقافي والتنمية / جامعة محمد الأول/ وجدة/ المغرب

Communication is one of the oldest social activities of man on earth, as man's many needs and different motives can only be satisfied and achieved by his communication and interaction with others.

Communication occupies a pivotal position in the lives of societies and individuals in various fields of life, especially with the emergence of the Internet, which allowed all societies to come together, get acquainted, and exchange ideas.

Today, social media is the newest form of media, represented by social networks, such as Facebook, Twitter, YouTube, and other programs and applications, with their interactive features and various media.

Social networks play a role in shaping public opinion, by promoting the ideas espoused by elites in societies to become valuable and spread among individuals and then influence their behavior and shape their attitudes towards certain topics.

The Sultanate of Oman is one of the Arab countries that is classified as a young society because the youth group represents the largest proportion of the demographic population, distributed over the various governorates of the Sultanate.

Through this research, light has been shed on the subject of social networks by tracing their origin, concept, importance, types, features, and motives for their use as well as their pros and cons, the most popular and most widespread communication networks, and a general review of social networks in the Sultanate of Oman.

Through the comprehensive detailed study included in this research, and after analyzing the questionnaire forms for this study, the researcher concluded that three social networks are most prevalent among university students, and they are Instagram, followed by Snapchat, and the third network was Twitter.

The smartphone tops the list of favorite devices for browsing social networks by university students and secondly came the laptop computer, while the fixed computer came at the bottom of the list.

And that the three most prominent personal data provided by university students on social networks are the real name, then the date of birth, and thirdly the level of education.

And that communication with the government was the first area of use of social networks by university students and secondly came the use of gaining new friends, and thirdly, the expression of opinions freely.

And that Twitter is the most prominent network of social networks influencing local public opinion, followed by “WhatsApp” and then “Instagram.

مقدمة:

منذ البدايات الأولى لمحاولات الإنسان الاتصال والتواصل، فقد استخدم طرقاً وأساليب تعبيرية تعكس طبيعة البيئة والمرحلة التي يعيشها، والظروف المحيطة به، والتي بلا شك يؤثر فيها ويتأثر بها. وبمرور الوقت تطورت أساليب وطرق الاتصال والتواصل نتيجة التطور الحضاري للمجتمعات الإنسانية. ولقد أسهمت التطورات التقنية المتسارعة في جعل العالم الواسع قرية كونية صغيرة صاحبها تدفق ضخم للمعلومات من مصادر متنوعة تم توظيفها من قبل المستفيدين بما يُلبّي رغباتهم ويحقق الإشباع لديهم.

ويُعتبر الإعلام الإلكتروني انعكاساً لمفهوم "القرية الكونية"، حيث أسهم في إحداث ثورة في تناول مختلف القضايا بغض النظر عن ظرفيتها الزمانية أو المكانية، كما أوجد حالة من الانتشار، حيث إن الرسالة الإعلامية اليوم تصل إلى شريحة واسعة من الجمهور، والذي تشكل اتجاهاته وميوله وفق درجة قبوله أو رفضه لتلك الرسالة أو تجاهلها، حيث تمكّن الإعلام الإلكتروني من أن يكون أداة فاعلة في تشكيل الآراء المتنوعة حول فكرة أو رأي أو قضية مُعينة، وأوجد مساحة لحرية الرأي والتعبير. ومن أحدث صور الإعلام الإلكتروني، ما يُسمى بـ "الإعلام الاجتماعي"، متمثلاً في شبكات التواصل الاجتماعي، منها على سبيل المثال: فيسبوك Facebook، تويتر Twitter، يوتيوب YouTube، وغيرها من البرامج والتطبيقات التي توفر خصائص تفاعلية ووسائط متنوعة، حيث إن اتحاد النص مع الصوت والصورة يُحقق تأثيراً قوياً للرسالة، وذلك ينعكس على المتلقي، لدرجة أصبح كل من يملك هاتفاً ذكياً، إعلامياً، مما أذاب كل القيود والحدود التي كانت موجودة سابقاً. وقد حظيت شبكات التواصل الاجتماعي خلال السنوات الأخيرة، باهتمام الرأي العام، وخاصة من فئة الشباب الذي يشكلون النسبة الأكبر من المستخدمين لتلك الشبكات، وهذا يستدعي دراسة تأثير تلك الشبكات، ودورها في التأثير في الفرد والمجتمع.

تمارس شبكات التواصل الاجتماعي دوراً في صناعة الرأي العام وتشكيله، وتسهم في نقل الأفكار التي تعتنقها النخبة وترويجها في المجتمع، لتصبح ذات قيمة اجتماعية معترف بها، وتحظى بالانتشار بين الأشخاص العاديين، ومن ثم التأثير في سلوكهم، وفي تشكيل توجهاتهم إزاء قضايا بعينها.

وتُعتبر سلطنة عُمان من الدول العربية التي تُصنّف بأنها مجتمع فتي، لكون فئة الشباب تُمثل النسبة الأكبر من ديمغرافية السكان، متوزعين على مختلف محافظات سلطنة عمان، حيث بلغ إجمالي عدد السكان (مواطن، ووافد) حسب النشرة الإحصائية للمركز الوطني للإحصاء والمعلومات في يناير

2021م ما مجموعه (4.489.483) نسمة⁽¹⁾. وتسعى سلطنة عمان إلى التطوير والتحديث، في مختلف المجالات والحقول، فهي تعمل على توظيف الإنترنت في سبيل الارتقاء بالأداء، حيث يستخدم الشباب الإنترنت، ويتفاعلون مع ما يُنشر من خلال مواقعه وتطبيقاته، مما شكل حالة من حرية الرأي والتعبير. من هنا تأتي هذه الدراسة للكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل آراء الطلبة الجامعيين في سلطنة عمان نحو قضايا المجتمع.

المشكلة:

تُظهر الإحصائيات الصادرة في 2020م عن منصة "hootsuite" وموقع "wearesocial" المتخصصين في شبكات التواصل الاجتماعي تنامي استخدام تلك الشبكات حيث وصل عدد مستخدمي الإنترنت عالمياً إلى أكثر من (4.54) مليار مستخدم، الذين يشكلون ما نسبته (59%) من مجمل سكان العالم البالغ عددهم (7.75) مليار نسمة تقريباً، وذلك بزيادة قدرها (7%) عن العام الماضي، وأن (3.8) مليار مستخدمين فاعلين لشبكات التواصل الاجتماعي بما نسبته (49%) من مجمل سكان العالم. ومنذ يناير 2019 حتى يناير 2020 زاد عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (9.2%) أي بزيادة قدرها (321) مليون مستخدم. وبالإضافة إلى ذلك، فإن عدد مستخدمي الإنترنت في دول غرب آسيا، التي من بينها السلطنة وصل إلى (56%) مقارنة بعدد السكان، وأن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي يشكلون ما نسبته (83%) من مجمل مستخدمي الإنترنت. ويتصدر الـ Facebook شبكات التواصل الاجتماعي، فهو الأكثر استخداماً، إذ إن عدد مستخدميه النشطين شهرياً على مستوى العالم يزيد عن (2.32) مليار مستخدم⁽¹⁾.

وتوصف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها منبرٌ إعلامي جديدٌ في المجتمع العُماني، ومنصة تفاعلية حديثة، من هنا تأتي أهمية التعرف على نوع القضايا المحلية التي تحظى بالمتابعة والتفاعل من قبل الرأي العام لدى الطلبة الجامعيين في سلطنة عمان، وإلى أي مدى قد تُساهم هذه الشبكات في تشكيل وجهات النظر، وتبني الأفكار تجاه القضايا التي يتم مناقشتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث

(1) النشرة الإحصائية الشهرية، المركز الوطني للإحصاء والمعلومات، المجلد 23، فبراير 2021، متاحة على الرابط <https://tinyurl.com/cr58x43y> تم الاطلاع بتاريخ 2021/5/2م.

(1) العبري، شفيق بن درويش. وسائل التواصل الاجتماعي بعداً آخر مهم للحكومة الالكترونية، موضوع منشور على موقع صحيفة عمان بتاريخ 2021/5/6م على الرابط <https://tinyurl.com/23948sm8> تم الاطلاع بتاريخ 2021/5/6م.

أظهرت مُتابعات الباحث وملاحظته وجود تركيز بدرجات متفاوتة فيما يخص تناول قضايا ومواضيع الشأن العُماني في مختلف المجالات وعلى مختلف المستويات، وما يُصاحب ذلك من تفاعل على شبكات التواصل الاجتماعي ينتج عنه ردود فعل ومشاركات متنوعة، تُشكل ما قد يُسمى "رأي عام" محلي، والذي لم يحظى حتى الآن بدراسة علمية لحجمه ومدى تأثيره وقوته، وإلى أي مدى يُمكن أن يُشكل أداة لتحقيق أهداف وغايات وربما رسم سياسات تُساهم في تطوير مجالات الحياة المختلفة، كما أن التعرف على ذلك يُعد مطلباً رئيساً للمهتمين بالقضايا التي تُحرك وتثير الرأي العام المحلي.

التساؤلات والأهداف

سأقوم من خلال هذا البحث بالإجابة على ما هي القضايا التي تحظى بالمتابعة والتفاعل من قبل الرأي العام لدى الطلبة الجامعيين في سلطنة عمان. ويهدف هذا البحث إلى معرفة القضايا التي تحظى بالمتابعة والتفاعل من قبل الرأي العام لدى الطلبة الجامعيين في سلطنة عمان. ونظراً لقلة الدراسات التي تناولت هذا الجانب بصورة تحليلية، فإن هذا البحث يحوي الدراسة الأولى – على حد علم الباحث – التي تبحث في نوعية القضايا المحلية المتفاعلة عبر شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة الجامعيين في سلطنة عمان، كما تستمد هذه الدراسة أهميتها من الإضافات المتوقعة أن تقدمها إلى الباحثين الأكاديميين والممارسين، والاستفادة المرجوة من التوصيات والمقترحات التي ستقدمها وستُساعد الجهات والمؤسسات المعنية بالرأي العام المحلي في تلمس القضايا ذات الأولوية لدى الشاب العُماني، وجعل فئة الشباب عنصراً أساساً لعملية البناء والتنمية في سلطنة عُمان. ووضعت أطر البحث كالآتي:

أ. الإطار الموضوعي: القضايا التي تحظى بالمتابعة والتفاعل من قبل الرأي العام لدى الطلبة الجامعيين في سلطنة عمان.

ب. الاطار العمري: الطلبة الجامعيين في سلطنة عمان.

ج. الاطار المكاني: سلطنة عمان، الجامعات والكليات (الحكومية والخاصة).

د. الاطار الوسائل: شبكات التواصل الاجتماعي.

الإطار النظري: شبكات التواصل الاجتماعي

تتعدد المُسميات التي تُطلق على مواقع التواصل الاجتماعي، ومنها: المواقع الاجتماعية، وشبكات التواصل الاجتماعي، والاعلام الاجتماعي، ووسائل التواصل الاجتماعي. وتشكل هذه المواقع نظاماً عالمياً وتعتمد على بروتوكولات لنقل المعلومات، ويتم الاتصال من خلال عناوين خاصة وأجهزة

إلكترونية، حيث تُسيطر الآن على أكثر من (71%) من السوق الإعلامية والاتصالية عالمياً⁽¹⁾. وتظهر المتابعات أن تطور التواصل عبر الشبكات مر بمرحلتين⁽²⁾:

المرحلة الأولى: وهي المرحلة التأسيسية، وبدأت في التسعينيات مع ال web1.0، وقد ظهرت في هذه المرحلة مجموعة مواقع اعتمدت على تقنية web1.0 والتي تُركز على استخدام غرف الدردشة والرسائل الإلكترونية، ومن أبرز المواقع (classmates.com) الذي انطلق عام 1995م، والشبكة الاجتماعية (sixdegrees.com) التي انطلقت عام 1997م، علماً بأن المواقع التي رافقت هذه المرحلة توقفت عن العمل؛ لأنها لم تعطِ مقابل مادي لمؤسسيها، ولم تعد عليهم بالنفع.

المرحلة الثانية: توصف هذه المرحلة بأنها مرحلة web2.0 وشهدت تطور في التقنية المستخدمة وتنوعاً في الخدمات المقدمة للأفراد، ومن أهم المواقع التي ظهرت في هذه المرحلة: (Friendster.com) عام 2003، (Myspace) عام 2005، (linkedin.com)، (Facebook) عام 2004، (Twitter) عام 2006، (Youtube) عام 2005م.

وساهمت الثورة التكنولوجية في تعدد وتنوع شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتبر شكلاً جديداً من أشكال التواصل البشري، كما أنتجت الثورة التكنولوجية العديد من التقنيات التي ساعدت في بادئ الأمر في تخزين ونقل البيانات والمعلومات، ثم لحق ذلك إيجاد وسائل جديدة أتاحت الاتصال والتفاعل بين الجماهير داخل المجتمع الواحد وغيره من المجتمعات الأخرى، وأتاحت لهم التعرف عمّا يجري في العالم لحظة بلحظة، إلى جانب الالتقاء والتعارف مع آخرين في دول بعيدة من خلال الفضاء الافتراضي متجاوزين في ذلك الحواجز والحدود الجغرافية⁽³⁾ وفق مفهوم القرية الكونية.

2. مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

يرجع ظهور مفهوم الشبكات الاجتماعية لعالم الاجتماع "جون بارنز John A. Barnes" الذي كان باحثاً في العلوم الانسانية بجامعة لندن، وعَرّف الشبكات الاجتماعية بأنها "مجموعة الوحدات التي تربط البنية الاجتماعية من أفراد ومنظمات في نسيج متكامل تعكس خلالها كل من العلاقات وتدفقاتها في الأوساط المختلفة من (أفراد، جماعات، منظمات، حاسبات آلية) وطرق نقل البيانات

(1) تفرقنيت، عبد الكريم، مواقع التواصل الاجتماعي الإيجابيات والسلبيات دراسة وصفية ترصد أهم الملامح في الدول العربية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، الجزائر، العدد 15، المجلد 1، 2015، ص ص 123-135.

(2) ساري، حلبي. التواصل الاجتماعي، عمان: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، ط1، 2016، ص ص 94-96.

(3) الحمادي، خالد حمد. إسهامات منصات التواصل الاجتماعي في المجال الأمني، مجلة الفكر الشرطي، مجلد 26، عدد 100، يناير 2017، ص 21.

والمعلومات وتجهيز الكيانات المختلفة⁽¹⁾.

وتنوعت وتعددت التعريفات الخاصة بـ "شبكات التواصل الاجتماعي" ومنها على سبيل المثال⁽²⁾:
أ. تعريف زاهي راضي: منظومة من الشبكات الإلكترونية تُتيح لمستخدمها إنشاء موقع شخصي له يربطه بنظام اجتماعي الكتروني مع مشتركين آخرين لديهم ذات الاهتمامات.

ب. تعريف كابلان اندرياس وهينلين ميخائيل **Kaplan Andreas M.**

& Haenlein Michael: مجموعة من الوسائل الإلكترونية التي تستخدم الحاسب الآلي

أو الآب توب Laptop أو الهاتف المحمول كوسيط للتواصل مع الآخرين ضمن شبكة اجتماعية تمثل مجتمع افتراضي يتم عبره تبادل الآراء والمعلومات والأخبار والاهتمامات والوسائط.

ج. **Instituteforstrategicdialogue**: مجموعة من التطبيقات المعتمدة على الإنترنت،

وتسمح للمستخدم بإنشاء المحتوى ومشاركة الآخرين فيه، والإضافة له، وتعديله، وحذفه، ومن أشهرها التويتر والفيسبوك⁽³⁾.

في حين يعرف الباحث شبكات التواصل الاجتماعي بأنها "منظومة إلكترونية تضم عدداً من المواقع والتطبيقات الاجتماعية التشاركية الافتراضية التي تتميز عن غيرها من الوسائل بقدر من الحرية والخصوصية وتتيح للمشاركين فيها التفاعل وتبادل الأخبار والمعلومات والاهتمامات بغض النظر على الموقع الجغرافي".

3. أهمية شبكات التواصل الاجتماعي

بحسب الكثير من الدراسات والبحوث العلمية فإن شبكات التواصل الاجتماعي تتيح المجال أمام الإنسان للتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين⁽⁴⁾، وتؤكد أهمية شبكات التواصل الاجتماعي فيما يلي⁽⁵⁾:

(1) هارون، محمود طارق. الشبكات الاجتماعية على الانترنت وتأثيرها في المعرفة البشرية النظرية والتطبيق، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2017، ط1، ص ص 17-18.

(2) أبو النصر، مدحت محمد. التدريب عن بعد بواباتك للتدريب عن بعد، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2017، ص 149.

(3) الشعلان، لطيفة عثمان و منيرة عبدالرحمن المقرن، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طالبات جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن في ضوء الوحدة النفسية والتسامح، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 11، العدد 2، ديسمبر 2014، ص 280.

(4) عكاشة، أمير. الانترنت عالم مخف مزاياه لا تحصى، وكالة الصحافة العربية، 2016، ص 92.

(5) عزيز، محمد والي. نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية، القاهرة: مكتبة زدني للنشر، 2011، ص ص 51-52.

أ. أصبحت وسيلة تفاعلية في نشر وتبادل الأخبار والمعلومات المهمة وتعتبر وسيلة سريعة للتواصل مع الآخرين عبر شبكاتها المختلفة فهي تتيح فرصة التحدث من خلال الرسائل القصيرة والطويلة بالإضافة إلى التحدث من خلال الصوت والصورة.

ب. حازت أهمية كبيرة؛ لأنها صممت أساساً لتكون سهلة الاستخدام ودون تعقيدات.
ج. اكتسبت أهمية بصفة خاصة في المجتمعات العربية مقارنة مع ما يقدمه الاعلام التقليدي الذي كان من طرف واحد فقط، وأصبح الإنسان مشاركاً ومتفاعلاً ومحللاً لما يدور حوله من أحداث.

4. أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

صنف آلان لوفير Alain Lefebver في كتابه "الشبكات الاجتماعية" شبكات التواصل الاجتماعي إلى نوعين: الضمنية والصريحة، فالشبكات الاجتماعية الضمنية تضم المواقع المجتمعية المهمة بالمضمون مثل منصة لتبادل الفيديو، أما الشبكات الاجتماعية الصريحة، فهي التي أنشئت من أجل تقديم خدمات للمستخدمين مثل المواقع المهنية، كما تُصنف شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، وهي كما يأتي (1):

أ. شبكات التنشئة الاجتماعية: هي التي أنشئت من أجل الترفيه والتواصل الاجتماعي بين المستخدمين وقوائم الاصدقاء الموجودة على الشبكة، مثل الفيسبوك Facebook وماي سبيس Myspace.

ب. شبكات العلاقات المهنية: هي التي تُستخدم من أجل إيجاد علاقات جديدة وتضم عدداً كبيراً من أسماء المستخدمين المشغلين بقطاعات مهنية مثل موقع LinkedIn.

ج. الشبكات الاجتماعية للإبحار: هي وسيلة لمساعدة المستخدمين على إيجاد نوع معين من المعلومات أو المصادر، كما تستخدم لنشر قوائم الاتصال وتوفير سبل الوصول إلى المعلومات مثل موقع Digg وهو موقع روابط انترنت.

كما تُصنف شبكات التواصل الاجتماعية، تبعاً للوسائل التي تستخدمها، وذلك على النحو الآتي:

أ. الشبكات الاجتماعية العامة مثل My space و Facebook.

ب. المدونات مثل Skyblog و ويكيبيديا Wikipedia.

ج. أدوات التشارك لتسجيلات الفيديو مثل اليوتيوب YouTube والصور، مثل Flickr،

(1) الدبيسي، عبد الكريم علي و زهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الاردنية، دراسات، العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 1، 2013، ص ص 70-71.

والموسيقى، مثل Deezer.

د. أدوات الدردشة مثل المنتديات PHPbb، نمط المراسلة الآني Windows Live Messenger.

هـ. منصات إنشاء الشبكات الاجتماعية مثل Ning.

و. وسائل التدوين الصغيرة Twitter والمواقع المشتقة منها مثل Twitxr.

5. ميزات شبكات التواصل الاجتماعي

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي حاضرة بقوة خلال السنوات الأخيرة سواء على مستوى الأدوار التي تؤديها والمواضيع التي تثيرها، أو تزايد أعداد مستخدميها أو العوائد منها، وذلك نتيجة لما تتصف به من ميزات وخصائص والتي يمكن إجمالها فيما يأتي⁽¹⁾:

أ. أن هدفها توفير جو من التواصل في مجتمع افتراضي، يجمع مجموعة متباينة من الأفراد من أماكن مختلفة على موقع واحد.

ب. إن الاجتماع يكون على وحدة الهدف، سواء التعارف أو التعاون أو التشاور أو لمجرد الترفيه فقط وتكوين علاقات جديدة أو حب للاستطلاع والاكتشاف.

ج. إن الفرد في هذا المجتمع عضو فاعل، أي إنه يرسل ويستقبل ويقرأ ويكتب ويشارك ويسمع ويتحدث، فدوره هنا تجاوز الدور السلبي من الاستماع والاطلاع فقط، ودور صاحب الموقع دور الرقيب فقط، أي الاطلاع ومحاولة توجيه الموقع للتواصل الإيجابي بما يخدم الهدف من الموقع.

د. العالمية، حيث تلغي هذه الشبكات الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود الدولية. هـ. التفاعلية، فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية في الاعلام القديم، وتعطي جزءاً للمشاركة الفاعلة.

و. التنوع وتعدد الاستعمالات، فيستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء، كل حسب طبيعة عمله وأهدافه.

ز. سهولة الاستخدام، فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف والكلمات، الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل مع ما يبث عبرها.

ح. التوفير والاقتصادية، اقتصادية في الجهد والوقت والمال في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على شبكات التواصل، وليس ذلك حكراً

(1) النجار، حسن رضا و فاضل عبد علي القريشي. الاعلام الرقمي واتجاهاته الحديثة، العين: دار الكتاب الجامعي، ط1، 2017، ص ص123-124.

على أصحاب المال أو مقتصرأ على جماعة دون أخرى.

6. دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

عند ظهور أية وسيلة إعلامية جديدة فإنها تُساهم في خلق دوافع وإشباعات جديدة، ويمكن حصر أهم الحاجات التي تدفع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، فيما يلي⁽¹⁾:

أ. اكتشاف الذات: بمعنى البحث عن كيفية رد فعل الآخرين وكيف يظهرون في عيون الناس.

ب. التعويض الاجتماعي: أي تجاوز الخجل ونقص الشخصية.

ج. التعلم وتوسيع المعارف: هناك مَنْ يكون له دوافع من المناقشة الالكترونية وتنمية معارفه

وتطويرها في مجال معين من خلال تبادل الخبرات والمعارف بين الأفراد.

د. تحقيق الانتماء الاجتماعي: يحاول الفرد دائماً أن يجد الجماعة التي لها نفس اهتماماته، ولها

خصائص تتوافق مع شخصيته، وبالتالي فإن إشباع دوافع الانتماء يؤدي إلى إقامة روابط

اجتماعية وتوثيقها مع هؤلاء الأشخاص الذين يتصل بهم ويدردش معهم.

هـ. اكتشاف الهوية ولعب الأدوار: هناك مَنْ يعتمد إلى تغيير هويته للتعامل مع عدة أشخاص

ويستخدم شخصية مستعارة تختلف من فرد إلى آخر لكي يتعرف على نظرة الناس ورأيهم عن

تلك الشخصية التي قدمها لهم.

و. التنفيس العاطفي: حيث يُطلق البعض العنان لانفعالاتهم، ويُعبّرون بحرية عن المشاعر

المكبوتة ويبوّحون بكل ما كانوا يخفونه ويتسترون عليه.

ز. الحصول على المعلومات: يستطيع الأفراد أن يتحصلوا على معلومات قيمة ومهمة من خلال

الاتصال مع الآخرين، خاصة أن المشاركين في المنتديات الالكترونية والشبكات الاجتماعية

متواجدون في أماكن متباعدة ومختلفة.

7. التأثيرات الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي

تُعتبر شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر انتشاراً على شبكة "الانترنت"، ويتميز استخدام شبكات

التواصل الاجتماعي بالعديد من الإيجابيات والسلبيات، ويرجع هذا التباين في الاستخدام إلى طبيعة

(1) عبد اللاوي، عبد الرحمن. دور الشبكة الاجتماعية "الفيسبوك" في تشكيل الوعي السياسي دراسة مسحية على عينة

من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة محمد خيضر بسكرة، مشروع مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم

الاعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية،

قسم العلوم الإنسانية، 2014-2015، ص ص22-24.

المستخدمين في حد ذاته. ويمكن حصر تلك التأثيرات فيما يأتي⁽¹⁾:

أولاً: التأثيرات الإيجابية:

- أ. سرعة وصول المعلومات إلى الجماهير.
 - ب. زيادة التقدم العلمي في العلوم والمعارف المختلفة.
 - ج. زيادة وسائل الترفيه والترويح.
 - د. إمكانية استرجاع المعلومات التي تعالج مختلف الموضوعات عبر ملايين الحاسبات المنتشرة في جميع أنحاء العالم.
 - هـ. تحويل العالم إلى قرية كونية صغيرة.
 - و. تثقيف المجتمعات وكسر حواجز الأمية.
 - ز. تحديد الوثائق والملفات المطلوبة والحصول عليها بشكل دقيق وبأقل وقت ممكن.
 - ح. سهولة الاتصال بالشبكة، حيث لا يتطلب هذا الاتصال سوى وجود حاسوب شخصي وخط هاتف محلي.
 - ط. لا يقتصر استعمالها على فئة من الناس بل تستخدمها جميع فئات المجتمع.
 - ي. نشر المعلومات وتحديثها بصورة سريعة.
 - ك. التنشيط الاقتصادي لمختلف القطاعات التجارية.
 - ل. الترويج الإلكتروني والتجارة الإلكترونية.
 - م. الاقتصاد في التكلفة.
- ثانياً: التأثيرات السلبية:
- أ. فوضى المعلومات، حيث إن تعدد مصادر المعلومات يجعل من الصعب الوثوق فيها.
 - ب. غياب التقنين القانوني لهذا النوع من شبكات التواصل الاجتماعي.
 - ج. مصدر المعلومات في بعض الأحيان عبر هذه الشبكات يكون مجهول المصدر.
 - د. قابلية المعلومات الموجودة على هذه الشبكات للتعديل والتغيير والحذف.
 - هـ. عدم وجود معايير وسياسات واضحة يمكن الاعتماد عليها لتقويم مصادر المعلومات المتاحة على الإنترنت.
 - و. الادمان وسرقة المعلومات.

(1) مناجلية، الهذبة. الاعلام الجديد الواقع والخصائص، جامعة عنابة، مجلة دراسات وأبحاث، مجلد7، العدد21، ص 460-459.

ز. تعطيل نظام التشغيل.

ويرى الباحث أن إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي جعلتها تحظى بإقبال واسع من مختلف فئات المجتمع على اختلاف ميولهم وتوجهاتهم ومستوياتهم الاجتماعية والثقافية والمهنية، ونظراً لما لعبته هذه المواقع من دور بارز وفاعل في الحياة اليومية للأفراد والأنشطة المتعلقة بها ساهمت بشكل أو بآخر في خلق صوت جديد بعيداً عن الرقيب والذي كان شبه غائب مع الاعلام التقليدي، وأوجدت حالة من الرأي والرأي الآخر، والقدرة على التفاعل مع القضايا والمواضيع التي تحظى بالاهتمام والمتابعة، إلى جانب خلقها مساحة للترفيه والتسلية. وأحد أهم الظواهر التكنولوجية في العصر الحديث والتي غيرت جملة من السلوكيات المرتبطة بأسلوب وواقع الحياة العامة.

وفيما يخص سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، فهو أمر طبيعي ومتوقع حيث إن البيئة التي تنشأ فيها تلك الشبكات سواء أكانت البيئة التشغيلية أم كانت التنظيمية والقانونية، إلى جانب طبيعة استخدام المستفيدين هي التي تفرز تلك السلبيات التي يُمكن أن يتم معالجتها وتحويلها لنقاط قوة في سبيل تعظيم الاستفادة من تلك الشبكات.

8. أشهر شبكات التواصل الاجتماعي:

أشار موقع wearesocial.com في تقريره Digital 2020 July Global Statshot Report لشهر أكتوبر، إلى أن أكثر من (4) مليار من إجمالي سكان العالم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لأول مرة وهو ما يمثل حوالي (53%) من سكان العام والبالغ عددهم (7.81) مليار نسمة، كما يُشكل مستخدمي تلك شبكات حول العالم نسبة تصل إلى أكثر من (88%) من إجمالي مستخدمي شبكة الانترنت والبالغ عددهم (4.66) مليار مستخدم. وتشير بيانات ذات التقرير لشهر يناير 2020 حول عدد ساعات الاستخدام، حيث يقضي المستخدمون أكثر من (6) ساعات يومياً في تصفح الإنترنت، وأكثر من ساعتين في استخدام شبكات التواصل المختلفة. كما تظهر بيانات التقرير أن الـ (Facebook) يواصل الهيمنة على تصنيف شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر شعبية في العالم يليه اليوتيوب والواتس اب ثالثاً⁽¹⁾. ويظهر الجدول رقم (1) أبرز شبكات التواصل الاجتماعي. مع التركيز على الشبكات الأكثر انتشاراً وشعبية في فترة إجراء هذه الدراسة.

الجدول رقم (1): أبرز شبكات التواصل الاجتماعي

ت	الشبكة	سنة	الرئيس التنفيذي	المقر الرئيسي	الموقع الإلكتروني
---	--------	-----	-----------------	---------------	-------------------

(1) Kemp, Simon. Digital 2020 July Statshot Report, 21 July 2020, we are social, <https://wearesocial.com/blog/2020/07/more-than-half-of-the-people-on-earth-now-use-social-media>.

			التأسيس		
1	Linkedn	2003	JeffWeiner	MountainviewCA	Linkedn.com
2	Facebook	2004	MarkZucherberg	California	Facebook.com
3	Youtube	2005	Susan Wojcicki	San Bruno CA	Youtube.com
4	Twitter	2006	Jack Dorsey	San Francisco	Twitter.com
5	Instagram	2010	Kevin Systorm	Menlo park CA	Instagram.com
6	Pinterest	2010	BenSilbermann	SanFrancisco	Pinterest.com
7	Snapchat	2011	EvanSpiegel	SanFrancisco	Snapchat.com

9. شبكات التواصل الاجتماعي في سلطنة عُمان

شهدت سلطنة عُمان تطورات متسارعة في مجال التقنية والاتصالات والنفوذ إلى الإنترنت، حيث إنها ليست بعيدة عن العالم والتطورات التي يشهدها في مختلف المجالات، ويُمكن القول إن بداية الاعلام الالكتروني في سلطنة عمان كانت مع دخول الإنترنت إلى السلطنة عام 1997م، حيث أُنشئت خدمة الإنترنت في يناير من ذلك العام. وفي نفس العام قام المهندس سعيد الراشدي بتأسيس منتديات "سبلة العرب" وكان استخدام الانترنت في ذلك الوقت نخبوياً. وذلك بسبب مجموعة من العوامل أهمها حداثة المعرفة بالإنترنت وارتفاع أسعاره وصعوبة التعامل معه تقنياً ومحدودية استيعاب البنية الأساسية له. ومع ازدياد مرتادي المنتدى بدأ يتحول إلى منصة إعلامية تنقل الخبر وتناقش القضايا العامة⁽¹⁾. وأظهرت آخر إحصائيات المركز الوطني للإحصاء والمعلومات أن عدد مشركي الإنترنت في سلطنة عمان في نهاية سبتمبر 2018 بلغ (403.233) مُشترك، بزيارة بلغت (14.8%) مقارنة مع نهاية عام 2017.

وفيما يتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي، تُشير أحدث الاحصائيات الصادرة في يناير 2020 عن منصة "هوتست" وموقع "we are social" المتخصصين في شبكات التواصل بأن عدد مستخدمي الانترنت في دول غرب آسيا والتي من بينها سلطنة عمان وصل إلى (56%) مقارنة بعدد السكان، وأن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي يُشكلون ما نسبته (83%) من مجمل مستخدمي الإنترنت. وقد واكبت سلطنة عمان التطوير المتسارع في شبكات التواصل الاجتماعي وتنامي عدد المستخدمين لها حيث بلغ حسب الاحصائيات (2.8) مليون مستخدم، حيث أن (64.25%) يستخدمون Facebook، و(12.15%) يستخدمون twitter، و(11%) يستخدمون YouTube، و(7.27%) يستخدمون Instagram، و(4.46%) يستخدمون Paintrest، و(0.12%) يستخدمون Linkedn.

(1) الخمبشية، شيخة بنت سعيد. توظيف شبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية في إدارة اتصال الزمات في قطاع النفط في سلطنة عمان دراسة مسحية، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة ماجستير الآداب في الاعلام، مسقط: جامعة السلطان قابوس، يوليو 2019م، ص36-ص37.

ومن خلال متابعة الاحصائيات التي تنشرها منصة هوتست وموقع WEARESOCIAL أعد الباحث مقارنات بينها خلال الفترة من 2017-2020 ، التي ظهرت مع يناير من كل عام، كما يتضح من الجدول رقم (2).

الجدول رقم (2): مقارنة الاحصائيات الخاصة بالسلطنة

العام	إجمالي عدد السكان	مستخدمو الانترنت	مستخدمو وسائل التواصل النشطين
2017	4.70	3.48	2.00
2018	4.73	3.31	2.60
2019	4.92	3.78	2.50
2020	5.04	4.66	2.80

وقد رصد الباحث مجموعة من الدراسات العُمانية التي تناولت شبكات التواصل الاجتماعي من عدة جوانب، وقد خلصت تلك الدراسات إلى عدد من النتائج، أبرزها ما يلي:

1. تصدرت القضايا السياسية الداخلية مجال الاهتمام تلاها مباشرة القضايا السياسية العالمية ثم القضايا الاقليمية، وتصدر احتواء الإنترنت على الصور وخدمات الفيديو مقدمة دوافع تعرض الطلاب لمتابعة الموضوعات السياسية على الانترنت، ثم جاء تمييز الانترنت بالتفاعلية في الترتيب الثاني وتزويد الجمهور بوجهات النظر المختلفة ثالثاً.

2. معظم الذكور يُعرفون عن أنفسهم بأسمائهم الحقيقية بينما تستخدم معظم الاناث أسماء مستعارة، وأن طلبة جامعة السلطان قابوس يستخدمون الفيسبوك للتعرف على الأحداث والفعاليات الجامعية والتشارك في مصادر المعلومات والاطلاع على أخبار المؤتمرات والندوات والفعاليات الأخرى والانضمام لحلقات النقاش، وأن معظمهم لا يستخدمون الفيسبوك لأكثر من ساعتين يومياً.

3. إن دوافع تعرض المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي هي التواصل والتسلية والتعليم، وهذه الشبكات تُشبع حاجات الحصول على أصدقاء جدد والتواصل مع الأقران والمشاركة والحصول على آخر الاخبار. وأن هذه الشبكات لا تُغير سلوك المراهق وإنما تُسهل في التشجيع على إبراز المواهب وتطوير الخبرات وزيادة الثقة بالنفس وبأن معظم المراهقين العمانيين يستخدمون فيسبوك.

4. أن الترفيه هو الدافع الرئيس لاستخدام الشباب العماني لشبكات التواصل الاجتماعي وأن مطالعة الموضوعات العلمية والثقافية والدينية والتفاعل الاجتماعي الشبكي جاءت من بين دوافع استخدام الشباب العُماني لهذه الشبكات وأن الموضوعات المفضلة لدى الشباب العماني هي عرض صورة إيجابية للسلطنة وتبادل الاخبار والمعلومات الدراسية ومتابعة

أخبار المجموعات الطلابية ومناقشة أحوال المجتمع العماني.

5. كان اليوتيوب أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً، يليه فيسبوك وتويتر وانستجرام، وأن الموضوعات الأكثر تفضيلاً على هذه الشبكات هي الموضوعات الترفيهية والثقافية والاجتماعية وأن هذه الشبكات يعتمد عليها الباحثون للتواصل والحصول على المعلومات والأخبار، وممارسة حرية التعبير، وأن أهم دوافع استخدام الباحثين لتلك الشبكات تلخص في: حب الاستطلاع، والبحث عن الأخبار والمعلومات، وأهم الإشباعات المتحققة من ذلك الاستخدام، فتمثلت في: الحصول على الأخبار والمعلومات والتواصل مع الأصدقاء والتسلية. 6. وجود نسبة من التفاعل بين الوحدات الحكومية والجمهور وبين الجمهور والوحدة الحكومية من خلال ميزات الرد وإعادة التغريد والإعجاب، وأن الوحدات الحكومية تستخدم اللغة العربية بصورة أكبر من اللغات الأخرى، كما أنها تنشر الموضوعات المؤسسية والمتمثلة في الزيارات والاجتماعات بشكل أكبر من الموضوعات الأخرى.

7. إن شبكات التواصل الاجتماعي قد أكسبتهم الثقة والجرأة ومهارة التواصل مع الآخرين، وإنهم يشعرون بالسعادة عند استخدامهم لهذه الشبكات حيث يستطيعون التعبير عن آرائهم بحرية دون رقيب أو حسيب، ويستطيعون التواصل مع أصدقائهم الذين لا يجدونهم في الواقع المعاش.

8. إن شبكات التواصل الاجتماعي -ومن خلال ما تنشره عبر تطبيقاتها وبمختلف أنماطها- قد عززت قيمة الإخوة بين المواطنين وأكدت على اللحمة الوطنية بين أفراد المجتمع العماني، وإن معظم المجموعات على شبكات التواصل الاجتماعي تحتل على التكافل والتعاون ومعاونة المحتاج. وإن من أبرز الشبكات التي تعمل على ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر الشباب الجامعي هي تويتر والفيس بوك، يليها الواتساب وإن شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي تعمل على تعزيز وترسيخ معظم قيم المواطنة وفي مقدمتها الولاء للوطن والدفاع عنه وحقوق المشاركة السياسية والانتخاب.

الطريقة والإجراءات

نتناول هنا المنهج الذي تم اعتماده في الدراسة ومجتمعها والعينة، وكذلك الأدوات التي تم استعمالها موضحاً طريقة إعدادها ومدى موضوعيتها، وصدقها وثباتها. المنهج المستخدم:

تُعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية Descriptive Studies؛ لكونها تهدف إلى جمع

المعلومات اللازمة حول القضايا التي تحظى بالمتابعة والتفاعل من قبل الرأي العام لدى الطلبة الجامعيين في سلطنة عمان، وتستخدم الدراسات الوصفية منهج المسح بالعينة، بهدف جمع البيانات وتحليل وتقدير الوضع الراهن لموضوع ما في بيئة محددة، وتتنوع الدراسات المسحية في درجة تعقيدها، فمنها ما يهدف إلى جمع بيانات تكرارية بسيطة ومنها ما يهدف إلى تحليل العلاقات، وقد استخدم المنهج الوصفي نظراً لمناسبته لطبيعة الدراسة التي تهدف إلى مسح واستطلاع آراء عينة من الشباب الجامعي حول أكثر القضايا تفاعلاً ومتابعة من قبل الطلبة الجامعيين في سلطنة عمان عبر شبكات التواصل الاجتماعي. ويُعرف شوميكر وماكومب الدراسة المسحية بأنها "الدراسة التي تجمع المعلومات من خلال طرح الاسئلة على الجمهور"، ويوضحان ضابطاً مهماً لها بقولهما "إن المعلومات التي يتم جمعها مصممة بصورة عامة بشكل يسمح بتقييمها وتحليلها إحصائياً"⁽¹⁾.

المجتمع:

تناولت هذه الدراسة نوع القضايا التي تحظى بالمتابعة والتفاعل على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الطلبة الجامعيين في سلطنة عمان، وعليه فقد حددت مجتمع الدراسة بجميع الجامعات الموجودة في السلطنة سواء أكانت حكومية أم كانت، وقد بلغ عددها (9) وهي: جامعة السلطان قابوس، وجامعة ظفار، والجامعة الألمانية للتكنولوجيا في عُمان، وجامعة نزوى، وجامعة الشرقية، وجامعة صحار، والجامعة العربية المفتوحة، وجامعة البريمي، وجامعة مسقط.

العينة:

قمت بدراسة كافة الجامعات الموجودة في سلطنة عمان، واستبعدت منها فقط جامعة واحدة حيث تعتبر أحدث جامعة خاصة، وعدد طلابها بسيط لا يشكل أي وزن مقارنة ببقية الجامعات، وهي جامعة مسقط. وتضمن عينة الدراسة النهائية بعد استبعاد واحدة من الجامعات، (561) من الطلبة الجامعيين في (8) جامعات حكومية، وخاصة في سلطنة عمان.

أدوات جمع المعلومات:

اعتمدت في هذه الدراسة على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع المعلومات والبيانات المطلوبة؛ وذلك نظراً لحجم البيانات وتنوعها، وكذلك لضبط صياغة المحاور والاسئلة المتعلقة بها تجنباً للتحيز أو على أقل تقدير التقليل منه، إلى جانب تعزيز الموضوعية في النتائج التي سيتم الحصول عليها. وتم إعداد صحيفة الاستبيان الخاصة بهذه الدراسة بعد استطلاع عدد من الدراسات والأدبيات التي

(1) مزاهرة، منال هلال. بحوث الاعلام الاسس والمبادئ، عمان: دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، ط1، 2010،

تطرقنا إلى موضوع شبكات التواصل الاجتماعي والجوانب المتعلقة بها، إلى جانب الاطلاع على نماذج لاستبيانات سابقة معتمدة في هذا الجانب. وقد تم إعداد هذه الاستبانة وفق الاسس العلمية لضمان صدقها وثباتها، بمعنى قدرتها على قياس ما صممت لقياسه وقدرتها على استخراج نتائج مقاربة عن إعادة تطبيقها على أفراد العينة نفسها. وتم توزيع عدد (600) استبانة على الطلبة في الجامعات التي شملتها هذه الدراسة، وتم استعادة استمارات الاستبانة واستبعاد بعض الاستبانات، وبالتالي بلغ عدد الاستبانات التي قام الباحث بتحليلها (561) استبانة.

نتائج الدراسة وتحليلها:

نتناول هنا النتائج التي تم التوصل إليها بعد أن تم جمع البيانات بواسطة الاستبانة وإجراء التحليل الاحصائي المناسب لمعرفة النتائج المتعلقة بتساؤلات الدراسة، وقد تم تصميم أداة الدراسة لتجيب على سؤال الدراسة المتعلق بمعرفة القضايا التي تحظى بالتفاعل والمتابعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة الجامعيين في سلطنة عمان.

ما هي القضايا التي تحظى بالتفاعل والمتابعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة الجامعيين في سلطنة عمان؟ قمت بتخصيص عدد من أجزاء الاستبانة للمعلومات التي تجيب على تساؤل الدراسة والمتعلق بمعرفة القضايا التي تحظى بالتفاعل والمتابعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة الجامعيين في سلطنة عمان. فيما يأتي استعراض للنتائج التي تم استنتاجها من استمارات الاستبيان:

أ. أكثر الموضوعات متابعة على شبكات التواصل الاجتماعي

تُظهر النتائج بالجدول رقم (3) أن من أكثر المواضيع إقبالاً كانت مواضيع الأسواق والتسوق، بنسبة (61.2%)، في حين كانت مواضيع قضايا الشباب والتحديات التي تواجههم والفرص المتاحة لهم ثانياً بنسبة (60.7%) وجاءت ثالثاً مواضيع الثقافة والأدب والفن بنسبة (55.1%).

جدول رقم (4) أكثر الموضوعات متابعة على شبكات التواصل الاجتماعي

ت	الموضوع	الإجمالي %
1	قضايا الشباب والتحديات والفرص المتاحة	60.7
2	الثقافة والأدب والفن	55.1
3	حقوق الانسان	46.9
4	الحريات العامة	36.2
5	الفعاليات والمناشط الحكومية	35.9
6	قضايا المجتمع المدني	27.9
7	العلاقات بين الدول	32.3
8	الوظائف والتشغيل	40.6

ت	الموضوع	الإجمالي %
9	القضايا الاقتصادية (ارتفاع الأسعار، الضرائب، البطالة..)	32.3
10	القيم والعادات والتغيير في المجتمع	37.6
11	الانتماء والهوية الوطنية	29.6
12	القضايا الدينية	37.8
13	القضايا العلمية	39.3
14	الموضوعات الرياضية	37.6
15	التكنولوجيا	46.4
16	الموضة والأزياء	46.6
17	الألعاب	37.8
18	السيارات	32
19	الطقس	48
20	الأسواق والتسوق	61.2

ب. أكثر القضايا المحلية أهمية للمتابعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي

وعلى مستوى القضايا المحلية التي تحظى بأهمية المتابعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي ، فقد أظهرت النتائج بالجدول رقم (4) أن قضية الباحثين عن عمل تُعد أبرز القضايا أهمية بنسبة (92.1%) تليها قضايا التعليم بنسبة (89.1%) وثالثاً قضية ارتفاع أسعار السلع بنسبة (87.4%). وتأتي أهمية قضية الباحثين عن عمل نتيجة واقعيه حيث تظهر الإحصائيات الرسمية الصادرة عن الهيئة العامة لسجل القوى العاملة، الجهة المرجعية المخولة بحصر أعداد الباحثين عن عمل، أن عدد الباحثين عن عمل في السلطنة بلغ بنهاية نوفمبر 2018م (45711) باحثاً عن عمل، منهم (17272) من الذكور و(28439) من الإناث. وأوضحت الإحصائيات أن منهم (6) باحثين من المستوى التعليمي الدكتوراه، و(113) باحثاً من حملة الماجستير و(18981) من حملة الشهادات الجامعية، فيما بلغ عدد الباحثين من حملة الدبلوم الجامعي (8625) باحثاً عن عمل، و(12782) من حملة دبلوم التعليم العام وما يعادله و(5205) ما دون دبلوم التعليم العام..

وبصفة عامة فإن عينة الدراسة أعطت المجالات أو القضايا التي تعنيها بصورة مباشرة وتوثر في مصالحها الشخصية، وعلى أسلوب معيشتها أهمية كبيرة. وأشارت دراسة مسحية حول الاحتياجات المعرفية المستقبلية للجمهور العماني من برامج التوعية أنه على صعيد اعتماد الجمهور العماني على تطبيقات وشبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات عن القضايا المحلية، كشفت النتائج أن "الواتس اب" يأتي في الترتيب الأول وفي الترتيب الثاني جاء "اليوتيوب" ثم جاء تويتر ثالثاً، يليه الفيسبوك والانستجرام على التوالي.

جدول رقم (4) أكثر القضايا المحلية أهمية للمتابعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي

ت	الموضوع	الإجمالي %
1	قضية الباحثين عن عمل	92.1
2	ارتفاع الأسعار	87.4
3	تأخر سن الزواج	83.1
4	الإصلاح السياسي	83.1
5	قضايا التعليم (المناهج الدراسية، المخرجات...)	89.1
6	القضايا السياسية (المشاركة الديمقراطية، العلاقات مع الدول...)	84.3
7	القضايا الاقتصادية (الفساد، الضرائب...)	85.7
8	القضايا الدينية (إثارة المذهبية، الألحاد...)	84.3
9	القضايا الصحية (الخدمات الصحية، الأخطاء الطبية...)	87.2
10	القضايا الثقافية (المثقف، المشاركات الداخلية والخارجية...)	85.5
11	العادات والتقاليد السائدة في المجتمعات المختلفة	85.8
12	الإساءة إلى سلطنة عمان	85.5

ملخص نتائج البحث:

من خلال الدراسة التفصيلية الشاملة التي تضمنها هذا البحث، وبعد تحليل استمارات الاستبيان الخاصة بهذه الدراسة، خلص الباحث إلى النتائج الآتي، وهي:

1. من أكثر المواضيع التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي كانت مواضيع الأسواق والتسوق بنسبة (61.2%)، في حين كانت مواضيع قضايا الشباب والتحديات التي تواجههم والفرص المتاحة لهم ثانياً بنسبة (60.7%) وجاءت ثالثاً مواضيع الثقافة والأدب والفن بنسبة (55.1%).
2. أن قضية الباحثين عن عمل تُعد أبرز القضايا أهمية في المتابعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (92.1%)، تلتها قضايا التعليم بنسبة (89.1%)، وثالثاً قضية ارتفاع أسعار السلع بنسبة (87.4%).

التوصيات

في ضوء النتائج التي أسفر عنها البحث، يسرد الباحث عدداً من التوصيات، التي سُنسهم في الاستثمار الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي بما يخدم المجتمع، وهي كالاتي:

1. إنشاء جهات مسؤولة عن متابعة ما ينشر عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي في سلطنة عمان، واقتراح الآليات والمرئيات المثلى للتعاطي مع محتوى ما ينشر عبر تلك الشبكات النتيجة التي تخدم المصلحة العامة، وتراعي مصالح الحكومة والمواطن.
2. دراسة اتجاهات الرأي العام العُماني إزاء ما يتم تداوله عبر شبكات التواصل الاجتماعي

من قضايا وموضوعات.

3. فتح قنوات رسمية مباشرة بين صناع القرار في سلطنة عمان والجهات ذات العلاقة من أجل حلحلة القضايا المثارة في أوساط الرأي العام وإيجاد أفضل السبل لمعالجة المواضيع مدار النقاش.

4. تفعيل الحكومة لحساباتها الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي، وإتاحة المعلومات والبيانات الخاصة بالخدمات التي تقدمها للجمهور لتعزيز حضورها وأيضاً للتأكد بأن الجمهور سيحصل على معلوماته وبياناته التي يحتاجها من مصادر رسمية.

مراجع الدراسة

المراجع العربية:

1. أبو النصر، مدحت محمد. التدريب عن بعد بواباتك للتدريب عن بعد، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2017، ص 149.
2. تفرقنيت، عبد الكريم، مواقع التواصل الاجتماعي الإيجابيات والسلبيات دراسة وصفية ترصد أهم الملامح في الدول العربية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، الجزائر، العدد 15، المجلد 1، 2015، ص 123-135.
3. الحمادي، خالد حمد. إسهامات منصات التواصل الاجتماعي في المجال الأمني، مجلة الفكر الشرطي، مجلد 26، عدد 100، يناير 2017، ص 21.
4. الخمبشية، شيخة بنت سعيد. توظيف شبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية في إدارة اتصال الازمات في قطاع النفط في سلطنة عمان دراسة مسحية، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة ماجستير الآداب في الاعلام، مسقط: جامعة السلطان قابوس، يوليو 2019م، ص 36-37.
5. الديبسي، عبد الكريم علي و زهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الاردنية، دراسات، العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 1، 2013، ص 70-71.
6. ساري، حلمي. التواصل الاجتماعي، عمان: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، ط 1، 2016، ص 94-96.
7. الشعلان، لطيفة عثمان و منيرة عبدالرحمن المقرن، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طالبات جامعة الاميرة نورة بنت عبدالرحمن في ضوء الوحدة النفسية والتسامح،

مجلة جامعة الشارقة للعلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 11، العدد 2، ديسمبر 2014، ص 280.

8. عبد اللاوي، عبد الرحمن. دور الشبكة الاجتماعية "الفيسبوك" في تشكيل الوعي السياسي دراسة مسحية على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة محمد خيضر بسكرة، مشروع مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، 2014-2015، ص ص 22-24.

9. عزيز، محمد والي. نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية، القاهرة: مكتبة زدني للنشر، 2011، ص ص 51-52.

10. عكاشة، أمير. الانترنت عالم مخف مزاياه لا تحصى، وكالة الصحافة العربية، 2016، ص 92.

11. مزاهرة، منال هلال. بحوث الاعلام الاسس والمبادئ، عمان: دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، ط 1، 2010، ص 105.

12. مناجلية، الهذبة. الاعلام الجديد الواقع والخصائص، جامعة عنابة، مجلة دراسات وأبحاث، مجلد 7، العدد 21، ص ص 459-460.

13. النجار، حسن رضا وفاضل عبد علي القريشي. الاعلام الرقمي واتجاهاته الحديثة، العين: دار الكتاب الجامعي، ط 1، 2017، ص ص 123-124.

14. هارون، محمود طارق. الشبكات الاجتماعية على الانترنت وتأثيرها في المعرفة البشرية النظرية والتطبيق، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2017، ط 1، ص ص 17-18.

المراجع الأجنبية:

1. Kemp, Simon. Digital 2020 July Statshot Report, 21 July 2020, we are social, <https://wearesocial.com/blog/2020/07/more-than-half-of-the-people-on-earth-now-use-social-media>.

المواقع الالكترونية:

2. العبري، شفيق بن درويش. وسائل التواصل الاجتماعي بعدا آخر مهم للحكومة الالكترونية، موضوع منشور على موقع صحيفة عمان بتاريخ 2021/5/6م على الرابط <https://tinyurl.com/23948sm8> تم الاطلاع بتاريخ 2021/5/6م.

3. النشرة الإحصائية الشهرية، المركز الوطني للإحصاء والمعلومات، المجلد 23، فبراير 2021، متاحة على الرابط <https://tinyurl.com/cr58x43y> تم الاطلاع بتاريخ 2021/5/2م.