

الصحفيون في سلطنة عمان وشبكات التواصل الاجتماعي: دراسة مسحية للاستخدامات والتحديات

عبد الله خميس الكندي* و سعاد سرور البلوشي**

تاريخ الاستلام 2018/7/15

تاريخ القبول 2018/7/31

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى كشف وتوصيف وتحليل استخدام الصحفيين في الصحف العُمانية العربية اليومية لشبكات التواصل الاجتماعي، والتحديات التي تواجه تلك الاستخدامات. وتستخدم الدراسة المنهج المسحي في شقه الوصفي التحليلي، وتعتمد على الاستبانة أداة لجمع البيانات، حيث طبقت الاستبانة على عينة بلغ حجمها (176) من الصحفيين والمراسلين العاملين في الصحف العُمانية العربية اليومية، وهي: الوطن، عُمان، الشبيبة، الزمن، والرؤية.

وخلصت الدراسة إلى العديد من النتائج من بينها أن شبكة تويتر Twitter هي الأكثر استخداماً لدى عينة الدراسة، وكانت الهواتف الذكية هي الأجهزة الأكثر استخداماً لتصفح الشبكات، وجاء المنزل أكثر أماكن ولوج عينة الدراسة إلى الشبكات. كما أظهرت نتائج الدراسة أن ثلث العينة يقضون (من ساعة إلى أقل من ساعتين) في تصفح الشبكات. وكشفت الدراسة أيضاً تصدر الموضوعات الاجتماعية من حيث متابعتها ومشاركتها من قبل المبحوثين. وأكدت نتائج الدراسة أن 26% فقط من المبحوثين التحقوا ببرامج تدريب متخصصة في مجال استخدام شبكات، فضلاً عن تحديات أخرى تتمثل في الأعباء المهنية وكثرة الواجبات الوظيفية، وعدم توفر أجهزة مزودة ببرامج مُحدثة وغياب خدمة "الواي فاي" في المؤسسات الصحفية.

الكلمات المفتاحية: استخدامات الصحفيين، الصحف العمانية، شبكات التواصل الاجتماعي، التحديات.

© جميع الحقوق محفوظة لجمعية كليات الآداب في الجامعات الأعضاء في اتحاد الجامعات العربية 2019.

* قسم الإعلام، جامعة السلطان قابوس، سلطنة عمان.

** أخصائية إعلام في مجلس البحث العلمي، سلطنة عمان.

أولاً: الإطار النظري

1-1 شبكات التواصل الاجتماعي والصحفيون

يتفق الكثير من الباحثين على أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في توفير بيئة افتراضية تفاعلية تشغل بمحتواها وقت المستخدم واهتمامه، دون اعتبار حقيقي للفروق الجغرافية، أو أي تباينات أخرى عرقية كانت أو دينية أو سياسية أو اقتصادية. وقد أسهمت هذه البيئة الافتراضية في إعادة تشكيل منظومة الحياة في مختلف مستوياتها الاجتماعية والاتصالية، بالإضافة إلى أدوارها التي أصبحت ملموسة ومتحققة بشكل تراكمي في تغيير المنظومة القيمية والأخلاقية التي تشكل سلوك الأفراد⁽¹⁾. ويدرك العالم اليوم دولا ومجتمعات أدوار شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير الكثير من أساليب الحياة وأنماطها وطرق عيش الأفراد وتفاعلهم في الحياة العامة، وذلك لما تتسم به من خصائص واختلافات في الأشكال، وما تحمله من مميزات تقنية، حققت للجمهور الكثير من الميزات الاتصالية لعل في مقدمتها "التفاعلية"، التي أصبحت أحد أهم الكلمات المفتاحية في بيئة الاتصال الافتراضي التي تنشط خلالها شبكات التواصل الاجتماعي⁽²⁾.

وتسمح شبكات التواصل الاجتماعي للمستخدمين بالتواصل والتفاعل فيما بينهم، وتجمع الأقران الذين يتشاركون في الاهتمامات، كما تسمح لهم بنقل المعرفة وتداولها، والتوسع في الاتصال والتواصل بشكل مستمر. وتعتمد هذه الشبكات على قدرة مستخدميها في تشغيلها ومعرفة آلية تغذية محتواها بالمعلومات، فتوفر طرقاً عدة للتفاعل بالمحادثات أو المراسلات أو عن طريق البريد الإلكتروني، وتمكن من نشر التجارب والرؤى وتشارك الخبرات، وتبادل مقاطع الفيديو والتعليقات والتدوين وغيرها من الخدمات⁽³⁾.

ومن ثم يمتد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ليشمل جميع أفراد المجتمع بمختلف وظائفهم، ومن هؤلاء أصحاب الأعمال والمهنة في قطاعات مختلفة، ومنهم القائمون بالاتصال في المؤسسات الصحفية⁽⁴⁾. تشكل الشبكات أداة من الأدوات الجديدة لدعم قدرة الأفراد على فهم التحولات التكنولوجية المعاصرة ومتابعتها، واستخدام تلك التكنولوجيات والتطبيقات في خدمة العمل الصحفي. وقد تنبه الكثير من العاملين في مجال الصحافة إلى إمكانات هذه الشبكات، وحاولوا الاستفادة منها في سد حاجاتهم المعرفية والإعلامية والثقافية، ومن ثم ساعدتهم على إنجاز أعمالهم ومتابعة وقائع التغطيات الإعلامية المختلفة، فضلاً عن تسخيرها في تطوير أدائهم المهني وتحسينه، بالاعتماد عليها تارة وبالرجوع إلى محتواها بوصفها مصدراً لاكتساب المعلومة تارة أخرى⁽⁵⁾. إذ وفرت شبكات التواصل الاجتماعي من الوسائل ما جعل من إنتاج الأخبار

وتداولها على الصفحات وعبر المدونات والمواقع، أمراً يتسم بالتجدد المستمر، ومتاحاً للجميع على مدار الساعة وعبر العالم، لسرعتها وإمكاناتها المختلفة⁽⁶⁾.

تخدم شبكات التواصل الاجتماعي الصحفيين كغيرهم من الناس، وتشغل حيزاً من اهتماماتهم باحتوائها على قدر من المعلومات لأحداث وقضايا مختلفة. فأصبح في الإمكان التعبير عن آرائهم ومواقفهم تجاهها كما يشاؤون، فهم يعارضون، ويساندون، ويعبرون عن إعجابهم بما يتصفحون، ومنهم من يروي وقائع حياته وينشر صوراً عن واقعه الذاتي في أي وقت⁽⁷⁾. في حين يتجاهل بعض الصحفيين تأثير التقنيات الحديثة ومنها شبكات التواصل على العمل الصحفي، على اعتبار أنها وسائل جديدة لا تستحق الاهتمام أو التعامل معها⁽⁸⁾. وعلى الرغم من التطورات الحديثة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في عالم الصحافة، فإن وصف تأثير هذه التطورات على الممارسات الصحفية والأداء المهني للصحفيين - حسب علم الباحثين - يظل محدوداً ولا يشكل تراكمًا علمياً يمكن الاعتماد عليه في العالم العربي، ناهيك عن المستوى المحلي في سلطنة عُمان.

كما أن تجاوب الصحفيين مع هذه التطورات وانعكاساتها على أعمالهم الصحفية، بشكل مباشر وواضح لم يدرس بشكل كاف إلى اليوم. ومع تزايد انتشار واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، استفاد الصحفيون من هذا الانتشار، بحيث خلقت هذه الشبكات بيئة حاضنة للمشاركة والتفاعلية بدديناميكية، ووفرت فرصاً مختلفة لتطوير مهاراتهم في البحث والتحليل والتغطية، مما سمح لهم بالوصول إلى كم من المعلومات، ومواكبة مستجدات الأخبار حول العالم في توقيت واحد ومن مصادر متعددة، تعمق أبعاد الموضوعات الصحفية والتحليلات الأساسية لها⁽⁹⁾.

2-1 الاستخدامات والإشباع

تتخذ هذه الدراسة من نظرية الاستخدامات والإشباع إطاراً نظرياً لدراسة استخدامات الصحفيين في الصحف العمانية العربية اليومية لشبكات التواصل الاجتماعي. ورغم أن نظرية الاستخدامات والإشباع من النظريات التي تطبق بالأساس على الجمهور في محاولة لفهم دوافع استخدامهم لوسائل الاتصال القديمة منها والجديدة، وما يترتب على هذا الاستخدام من إشباع، فإن عدداً غير قليل من الدراسات العلمية السابقة وسعت تطبيق هذه النظرية لتشمل فئات أخرى مثل الصحفيين والإعلاميين، باعتبارهم ضمن أفراد الجمهور.

وفي فترة مبكرة من ظهور الويب بدأ الباحثون يطرحون أسئلة حول استخدامات الناس لشبكة الإنترنت، ووسائل الإعلام الجديدة والإشباع التي تتحقق من هذا الاستخدام، وذلك استناداً على نظرية الاستخدامات والإشباع الذي استخدمت على نطاق واسع مع وسائل الإعلام التقليدية⁽¹⁰⁾. وتعد شبكات التواصل الاجتماعي ساحة خصبة لاختبار العديد من النظريات

والنماذج، ومنها نظرية الاستخدامات والإشباعات. ويرى نيوهاجن ورفالي Newhagen & Rafaeli أن نظرية الاستخدامات والإشباعات ستكون صالحة للاستخدام خاصة في ظل التحولات المستمرة لتكنولوجيا الإنترنت⁽¹¹⁾. وتفترض هذه النظرية وجود جمهور نشط له دوافع شخصية ونفسية واجتماعية، تدفعه إلى استخدام التكنولوجيا لإشباع احتياجاته⁽¹²⁾.

وتحقق نظرية الاستخدامات والإشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي⁽¹³⁾:

1. السعي إلى معرفة كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار، ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
2. فهم وشرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، وأنماط التعرض المختلفة.
3. معرفة النتائج المترتبة (الإشباعات)، على مجموعة الوظائف التي تقدمها وسائل الاتصال الجماهيري.

ولذلك فإن الدراسات التي تستند على هذه النظرية تقوم على دراسة الحاجات النفسية والاجتماعية للناس ودوافعهم؛ ذلك أن هذه الاحتياجات تولد توقعات مختلفة تليها وسائل معينة، من بينها وسائل الاتصال، ويقود هذا في مرحلة تالية إلى تعرض متفاوت وانتقائي لوسائل الاتصال ينتج عنه تلبية بعض الحاجات، ونتائج أخرى مختلفة.

ويذكر أوريستا وزملاؤه⁽¹⁴⁾، مجموعة من الوظائف لشبكات التواصل الاجتماعي التي جعلتها جذابة بشكل خاص للمستخدمين، كالتغريدات، والنشرات، والملفات الشخصية، وألبومات الصور⁽¹⁵⁾. وعليه فإن التوجه العلمي لمعرفة كيف يستخدم الناس وسائل الاتصال قائم على سؤالهم مباشرة: لماذا تعرضوا إليها؟ وهل لبي هذا التعرض حاجاتهم أم لا؟⁽¹⁶⁾ وفي الدراسة الحالية، يتم التركيز على طرف في العملية الاتصالية، وهو الصحفي، للتعرف على استخداماته لشبكات التواصل الاجتماعي، والتحديات التي تواجه تلك الاستخدامات. وقد اتجهت بعض الدراسات السابقة في هذا المنحى كما سيتضح في الإطار المنهجي من الدراسة. ومن ثم لن تركز الدراسة الحالية على محور الإشباعات بل تنتقل بعد التعرف على الاستخدامات إلى تحديد التحديات التي تواجه الصحفيين الذين يشكلون عينة الدراسة في استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.

ثانياً: الإطار المنهجي

يركز هذا القسم من الدراسة على الإجراءات المنهجية التي اتبعها الباحثان بداية من استعراض التراث العلمي المرتبط بالدراسة الحالية، وصياغة مشكلة الدراسة، وتحديد أهدافها ومنهجها وما يرتبط بها من تحليلات إحصائية، وغيرها من الإجراءات.

1-2 الدراسات السابقة

يستعرض الباحثان عدداً من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، وفق تسلسلها من الأحدث إلى الأقدم على النحو الآتي، كما سيتم عند استعراض نتائج الدراسة الإشارة إلى دراسات أخرى ذات صلة بالدراسة الحالية.

تناولت دراسة غريب (2015)⁽¹⁷⁾، بعنوان "استخدامات الصحفيين في مصر لشبكات التواصل الاجتماعي الجديدة والإشباع المتحققة"، توصيف العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي ممثلة في فيسبوك Facebook – تويتر Twitter - اليوتيوب YouTube، ومدى اعتماد الصحفيين في جمع قصصهم الإخبارية على هذه المواقع. وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح الإعلامي والاستبانة في جمع المعلومات، وفقاً لنظرية الاستخدامات والإشباع. وقد أشارت النتائج إلى تأكيد عينة الدراسة من الصحفيين وجود تأثير على الأداء الصحفي للصحفيين من استخدام الشبكات بنسبة 53 %، كما أكدت نتائج الدراسة وجود الكثير من الأسباب التي تجعل مواقع التواصل الاجتماعي مفيدة للصحفيين، وكشفت الدراسة أن من أكثر القضايا التي يتابعها الصحفيون على مواقع التواصل الاجتماعي القضايا السياسية بنسبة 88 %.

وتقاربت نتائج دراسة غريب مع دراسة أخرى أجراها الصفدي (2015)⁽¹⁸⁾، بعنوان "استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة: دراسة ميدانية بغزة"، بالتركيز على العاملين في الصحف والمجلات الفلسطينية الصادرة في غزة سواء كانت يومية أو أسبوعية أو نصف أسبوعية أو غير دورية عامة أو متخصصة، إضافة إلى العاملين في المكاتب الفرعية في غزة، للصحف اليومية الصادرة في الضفة الغربية والقدس المحتلة، وهي الأيام والقدس والحياة الجديدة. استخدمت هذه الدراسة الوصفية منهج المسح، بالاعتماد على أداتي المقابلة والاستبانة لجمع بيانات الدراسة، على عينة قوامها 156 مفردة، واستندت على نظرية الاستخدامات والإشباع لتفسير نتائجها. وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها: أن الغالبية العظمى من عينة البحث يستخدمون الشبكات بنسبة 98 %، وجاء فيسبوك Facebook في مقدمة شبكات التواصل استخداماً من عينة البحث بنسبة

87%. ثم تويتر Twitter بنسبة 58%، وجاءت الموضوعات السياسية في مقدمة الموضوعات التي تفضل عينة البحث مشاركتها عبر هذه الشبكات.

وأجرى الداغر (2013)⁽¹⁹⁾، دراسة بعنوان "استخدامات الإعلاميين لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة: دراسة تطبيقية على القائم بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية السعودية"، للتعرف على استخدام الإعلاميين السعوديين لوسائل الإعلام الاجتماعي الجديد. واعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع في تفسير نتائجها، وطبقت على عينة قوامها 191 مفردة، بالاعتماد على منهج المسح وأداة الاستبانة. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن موقع اليوتيوب YouTube يأتي في الترتيب الأول من ناحية درجة الاستخدام لدى الإعلاميين السعوديين، ثم فيسبوك Facebook فالمنتديات Blogs، ثم تويتر Twitter والمجموعات البريدية، ثم جوجل بلس Google Plus وفليكر Flickr، بعد ذلك ماييسبيس My space، وأكدت النتائج أن شبكات التواصل الاجتماعي أحدثت تطوراً في حياة الإعلاميين على المستوى الشخصي والمهني والاجتماعي والسياسي.

أما ريموند ولو Lu و Raymond (2011)⁽²⁰⁾، فقاما بدراسة استقصائية بعنوان "فيسبوك والصحفيون"، للتعرف على كيفية استخدام الصحفيين للفيسبوك Facebook مصدراً للمعلومات، ومعرفة ما إذا كانت تلك الاستخدامات تتسق مع التوقعات المسبقة. اعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع، واستخدمت الاستبانة الإلكترونية على عينة تألفت من 21 مفردة من أعضاء مجموعة إلكترونية تحمل اسم (فيسبوك والصحفيون). وقد أسفرت نتائج الدراسة عن أن استخدام الصحفيين للفيسبوك قد لبي احتياجاتهم وتوقعاتهم لمختلف الموضوعات في الحياة، وعلى رأسها التواصل مع الأهل والأصدقاء، ثم زيادة المعلومات واستكشاف الأخبار، وكذلك البحث عن الصور، وأن هناك سببين في أغلب الأحيان يدعون الصحفيين إلى استخدام شبكات التواصل، هما البقاء على اتصال مع العائلة، واستخدام الشبكات للفائدة المهنية.

وركزت دراسة سيرس Sears (2011)⁽²¹⁾، بعنوان "أثر موقع التواصل الاجتماعي تويتر Twitter على تغطية الصحفيين للأنشطة الرياضية"، على جوانب تأثير استخدام الصحفيين الرياضيين لموقع التدوين المصغر تويتر على تغطيتهم الرياضية، حيث استخدم الباحث أسلوب التحليل الكيفي والمقابلات المعمقة والمفصلة لتسعة من الصحفيين في الصحف الأمريكية البارزة، وفيها تم تحليل مضمون 294 تغريدة لعينة البحث. ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة التي اعتمدت على نظرية الاستخدامات والإشباع، أن الصحفيين لا يستخدمون هذه الشبكة للأخبار العاجلة بقدر ما يستخدمونها للتواصل مع الرياضيين والمشجعين والأصدقاء، ومعرفة آخر

الأخبار والمستحدثات، وأن العديد منهم لم يلتزم بالقيم التقليدية للعمل الصحفي خلال التغريد على تويتر، أو الالتزام بالقيود التحريرية خلال كتابة تغريداتهم على تويتر.

يتضح من خلال مسح التراث العلمي في المحاور المتعلقة بموضوع الدراسة الراهنة ما يأتي:

- 1- ندرة الدراسات الإعلامية العُمانية التي تتناول الصحفيين، وعدم وجود أية دراسة - حسب علم الباحثين - تتناول استخدامات الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي والتحديات التي تواجه تلك الاستخدامات في سلطنة عُمان.
- 2- وظفت معظم الدراسات السابقة التي أجريت في مصر والسعودية والأردن وغيرها من البلدان العربية والغربية نظرية الاستخدامات والإشباع، لدراسة تعرض واستخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي، والإشباع المتحققة.
- 3- اعتمد أغلب الدراسات السابقة على منهج المسح الإعلامي، واستخدمت أداة الاستبانة أو المقابلة أو تحليل المضمون.
- 4- أكدت النتائج التي توصلت إليها معظم الدراسات السابقة أن الصحفيين يتبنون اتجاهات إيجابية نحو شبكات التواصل الاجتماعي، وأن نسبة كبيرة منهم نشطة في التفاعل مع هذه الشبكات واستخدامها بدوافع متعددة، ما يعزز من أهمية دراسة استخدام الصحفيين في الصحف العُمانية للشبكات.

2-2 مشكلة الدراسة

تشير الكثير من الدراسات العلمية السابقة والتقارير الدولية إلى تنامي استخدام الصحفيين في العالم بشكل عام، وفي العالم العربي بشكل خاص، لشبكات التواصل الاجتماعي. وعلى الرغم من تطور استخدام الصحفيين في سلطنة عُمان لشبكات التواصل الاجتماعي انعكاساً لما يحدث من تطورات عالمية واقليمية في هذا المجال، فإن لا توجد معلومات علمية دقيقة وكافية لوصف هذه الاستخدامات، ونوعية التحديات التي تواجه تلك الاستخدامات، هذا بالإضافة إلى قلة المعلومات والتفسيرات اللازمة لتأثير التطورات التقنية المتسارعة على جميع عناصر العملية الاتصالية، وعلى الصحفيين على وجه الخصوص في السلطنة.

3-2 أهمية الدراسة:

ترتبط أهمية الدراسة الحالية بعدد من النقاط، هي على النحو الآتي:

- 1- حداثة موضوع شبكات التواصل الاجتماعي، الذي تتصاعد أهمية دراسته في البحوث الإعلامية من زوايا متعددة، وفي مختلف دول العالم.

- 2- خصوصية الفئة المستهدفة من الدراسة وهي الصحفيون والمراسلون في الصحف العُمانية، والتي فتحت لها بيئة الإعلام الجديد وشبكات التواصل ومنصاته أفاقاً متنوعة للتفاعل، سواء في التواصل مع مصادر المعلومات أو الجمهور، أو الترويج للمحتوى الصحفي، وهو ما تحاول الدراسة الراهنة التعرف عليه.
- 3- الاستفادة من نتائج الدراسة الراهنة بتقديم معلومات جديدة عن الصحفيين في سلطنة عُمان، وتحديداً حول درجة نشاط هؤلاء الصحفيين على شبكة الإنترنت، استناداً إلى درجة تفاعلهم مع ظاهرة مهمة من ظواهر الإعلام الجديد، وهي شبكات التواصل الاجتماعي.
- 4- الاستفادة من نتائج الدراسة في تعزيز خطط وبرامج إعداد وتأهيل الصحفيين في سلطنة عُمان، للتعامل مع بيئة الإعلام الرقمي الجديدة بمتغيراتها وظواهرها المختلفة.

4-2 أهداف الدراسة:

1. كشف وتوصيف وتحليل استخدامات الصحفيين في الصحف العُمانية العربية اليومية لشبكات التواصل الاجتماعي.
2. تشخيص التحديات التي تواجه استخدام الصحفيين في الصحف العُمانية العربية اليومية لشبكات التواصل الاجتماعي، وتأثير تلك التحديات على أدائهم المهني.

5-2 تساؤلات الدراسة:

1. ما هي استخدامات الصحفيين في الصحف العُمانية العربية اليومية لشبكات التواصل الاجتماعي؟
2. ما هي التحديات التي تواجه استخدام الصحفيين في الصحف العُمانية العربية اليومية لشبكات التواصل الاجتماعي، وتأثير تلك التحديات على أدائهم المهني؟

6-2 نوع الدراسة ومنهجها

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، التي تتعدى عملية الرصد الدقيق للظاهرة، إلى تحليل البيانات وتفسيرها بغرض الحصول على معلومات من عينة الدراسة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي survey method لكشف وتوصيف وتحليل استخدامات الصحفيين في الصحف العُمانية العربية اليومية لشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على أدائهم المهني.

7-2 مجتمع الدراسة، وعينتها

بعد العودة إلى جمعية الصحفيين العُمانية لحرص جميع مفردات مجتمع الدراسة، تعذر توفير إطار شامل يعكس العدد الحقيقي للصحفيين في السلطنة، وعليه تم استخدام أسلوب الحصر الشامل لجميع الصحفيين بصحف الدراسة وبلغ عددهم (291) يمثلون مجتمع هذه الدراسة، وذلك بحسب الجدول رقم (1) والبيانات التي تم الحصول عليها من الصحف بشكل مباشر، ثم تم توزيع الاستبانة، مطبوعة وإلكترونية عن طريق البريد الإلكتروني الشخصي للصحفيين، وبعد جمع الاستبانة تم استبعاد (9) استبانات، لعدم صلاحيتها بسبب عدم امتلاك المبحوثين لحسابات على شبكات التواصل الاجتماعي، كما تم استبعاد (6) استبانات لعدم صلاحيتها للتحليل بسبب عدم استكمال تعبئتها من قبل المبحوثين، وعليه، فقد أصبح إجمالي عدد مفردات العينة (176) ممن يمتلكون حسابات على الشبكات، والتي تمثل ما نسبته (60.4%) من مجتمع الدراسة.

جدول 1: توزيع أعداد الصحفيين في صحف الدراسة

م	الصحيفة	عدد الصحفيين	مستخدمو الشبكات في الدراسة
			لا يمتلكون حساباً يملكون حساباً
1	الوطن	100	52
2	عُمان	105	66
3	الشبيبة	45	24
4	الزمن	16	16
5	الرؤية	25	18
	المجموع	291	176

كان مشهد الصحافة العمانية اليومية وقت إعداد هذه الدراسة يتألف من تسع صحف: (5) باللغة العربية و(4) باللغة الإنجليزية. تركز هذه الدراسة على الصحف العمانية العربية اليومية حيث ظهرت صحيفة الوطن (ملكية خاصة) لأول مرة في 28 يناير 1971، ثم صحيفة عمان في 18 نوفمبر 1972 (ملكية حكومية)، وصدر العدد الأول من صحيفة الشبيبة في 2 يناير 1993، ثم صدرت صحيفة الزمن في 12 أغسطس 2007 وأخيراً صحيفة الرؤية في 23 ديسمبر 2009.

8-2 أداة الدراسة:

صمم الباحثان استبانة لأغراض هذه الدراسة وذلك بعد الاطلاع على نماذج مختلفة من الاستبانات في المجال نفسه، كدراسة الصفدي (2015)⁽²²⁾، ودراسة الطوالية (2014)⁽²³⁾،

ودراسة الداغر (2013)⁽²⁴⁾. وللتحقق من صدق الأداة تم استخدام اختبار الصدق الظاهري أو ما يسمى أحياناً بصدق المحكمين، حيث تم عرض الأداة على (6) من المحكمين¹، وذلك بغرض تحديد مدى صلاحية الأسئلة وارتباطها بمحوري الدراسة، وقد بلغت نسبة اتفاق المحكمين (86%)، وهي نسبة مقبولة سمحت بتطبيق الأداة لأغراض الدراسة الحالية. كما قام الباحثان بالتأكد من ثبات الأداة باستخدام معامل ألفا كرونباخ Alpha Cronbach لحساب الاتساق الداخلي، لمحوري أداة الدراسة، والجدول رقم (2) يوضح معاملات الثبات لهذين المحورين.

جدول 2: معاملات الثبات لأبعاد الأداة (ن=176)

م	المحور	ألفا كرونباخ
1	استخدام الصحفيين في الصحف العُمانية العربية اليومية لشبكات التواصل الاجتماعي.	0.772
2	التحديات التي تواجه استخدام الصحفيين في الصحف العُمانية العربية اليومية لشبكات التواصل الاجتماعي، وتأثير ذلك على أدائهم المهني.	0.504

ن*: عدد أفراد العينة

يتضح من جدول رقم (2) أن معاملات الثبات لمحاور الأداة بمعامل ألفا كرونباخ تراوحت بين (0.504- 0.772)، وهي معاملات جيدة ومقبولة، وعلى ضوء تلك القيم يتبين أن الأداة قد حققت مؤشرات ثبات جيدة، تدل على اتساق داخلي مقبول لأبعاد الأداة، وهذا ما يجعلها صالحة للتطبيق لأغراض هذه الدراسة.

9-2 مفاهيم الدراسة

- الصحفيون: المشتغلون في مهنة الصحافة وجمع الأخبار وكتابتها مقابل أجر، ويتسع المفهوم في هذه الدراسة ليضم فئة المراسلين والمتعاونين مع الصحف محل البحث، نظراً لكبر حجم هذه الفئة، ودورها الكبير في إنتاج غالبية المحتوى الصحفي المنشور في الصحف العُمانية.
- شبكات التواصل الاجتماعي: صفحات ويب تقوم على أساس الملفات الشخصية، التي يمكن أن ينشئها شخص حقيقي أو معنوي، مشتملة على بياناته واهتماماته وملامحه التي قد تكون حقيقية أو افتراضية، مع مساحة من التعبير عبر نشر المعلومات والصور والتعليقات والوسائط المتعددة، إضافة إلى تقنيات مبرمجة، لاكتشاف وبناء علاقات مع غيره من المستخدمين والتفاعل معهم.

ثالثا: نتائج الدراسة

يتضمن هذا القسم استعراضاً لنتائج الدراسة الميدانية وتحليلها ومناقشتها، وذلك على النحو التالي.

3-1 استخدامات الصحفيين في الصحف العُمانية العربية اليومية لشبكات التواصل الاجتماعي

3-1-1 الشبكات الأكثر استخداماً من قبل الصحفيين في الصحف العُمانية العربية اليومية

يوضح الجدول رقم (3) أن النسبة الأعلى من الصحفيين المستخدمين للشبكات في الصحف العُمانية العربية اليومية، يفضلون استخدام شبكة تويتر Twitter بنسبة 83.5%، ثم شبكة فيسبوك Facebook بنسبة 83.0%. بينما حققت شبكة ماي سبيس My space أدنى نسبة، وبلغت 3.4%، وقد يعود تصدر شبكتي تويتر وفيسبوك مجال الشبكات الأكثر استخداماً، إلى تنوع خصائصهما وتعدد خدماتهما، حيث يجمعان بين النص والصورة والفيديو والمراسلات والحوارات المباشرة في آن واحد، وغيرها من الخصائص، ومن ثم لم يعد مستغرباً لماذا يفضلهما الصحفيون على غيرها من الشبكات.

جدول 3: شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً من قبل عينة الدراسة

م	أكثر الشبكات استخداماً	التكرار	النسبة المئوية %
1	تويتر Twitter	147	83.5
2	فيسبوك Facebook	146	83.0
3	إنستغرام Instagram	122	69.3
4	يوتيوب YouTube	104	59.1
5	جوجل بلس Google Plus	60	34.1
6	لنكد إن Linked In	24	13.6
7	أخرى	11	6.3
8	ماي لايف My life	9	5.1
9	تاجد Tagged	7	4.0
10	ماي سبيس My space	6	3.4

• طلب من المبحوثين اختيار أكثر من بديل

ويتضح من النتائج في الجدول رقم (3) أيضاً أن الغالبية العظمى من عينة الصحفيين، يستخدمون موقعين وأكثر في الوقت نفسه، وهذا يعكس الاستخدام الجيد للصحفيين في سلطنة عُمان لشبكات التواصل، كما يعكس حقيقة أن كل شبكة تواصل اجتماعي تختلف عن الأخرى في

أسلوبها، وفي طبيعة الإشباع الذي تقدمه لمستخدميها، وهي نتيجة تختلف مع نتائج دراسة محمد ياسين (2015)⁽²⁵⁾، التي توصلت إلى أن 70% من الصحفيين الفلسطينيين يستخدمون فيسبوك بشكل دائم في العمل الصحفي، ومع دراسة الداغر (2013)⁽²⁶⁾، في أن موقع اليوتيوب YouTube يأتي في الترتيب الأول من ناحية درجة الاستخدام لدى الإعلاميين السعوديين، ثم فيسبوك Facebook فالمنتديات Blogs ثم تويتر Twitter.

2-1-3 الأجهزة الأكثر استخداماً من قبل الصحفيين في الصحف العمانية العربية اليومية، لتصفح الشبكات

قسمت هذه الدراسة الأجهزة الأكثر استخداماً من الصحفيين المستخدمين لشبكات التواصل في الصحف العمانية العربية اليومية، إلى أربعة أنواع كما يوضحها الجدول رقم (4).

جدول 4: الأجهزة الأكثر استخداماً لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي من قبل عينة الدراسة

م	أكثر الأجهزة استخداماً لتصفح الشبكات	التكرار	النسبة المئوية %
1	جهاز الهاتف الذكي	164	93.2
2	جهاز الحاسب الآلي المحمول (لاب توب)	104	59
3	جهاز الحاسب الآلي الثابت في العمل (كمبيوتر)	76	43.2
4	جهاز الأيباد iPad أو التابلت	52	29.5

• طلب من المبحوثين اختيار أكثر من بديل

يوضح الجدول رقم (4)، أن معظم عينة الصحفيين المستخدمين للشبكات يستخدمون الهواتف الذكية، أكثر من الأجهزة الأخرى للوصول إلى الشبكات بنسبة 93.2%، ما يدل على انتشار أجهزة الهاتف الذكي الذي يتيح لمستخدميه تصفح الإنترنت، ومختلف مواقع وشبكات التواصل بكل سهولة، وبتكلفة مناسبة نوعاً ما، يلي ذلك استخدام أفراد العينة لجهاز الأيباد أو التابلت المتنقل لتصفح الشبكات بنسبة 29.5%. وهذا يدل على أن الصحفيين في سلطنة عُمان أصبحوا يميلون إلى نوع من الخصوصية في استخدام هذه الأجهزة، وما يتمتع به الهاتف الذكي من سهولة في حمله واصطحابه في كل مكان، وهي نتائج تختلف مع دراسة الداغر (2013)⁽²⁷⁾، في أن غالبية الإعلاميين يدخلون الشبكات من خلال (اللاب توب) بنسبة 77%، ومن خلال الهاتف الذكي بنسبة 6%.

3-1-3 زمن استخدام الصحفيين في الصحف العُمانية العربية اليومية للشبكات

توضح نتائج الجدول رقم (5) عدد سنوات استخدام الصحفيين في الصحف العُمانية العربية اليومية للشبكات.

جدول 5: زمن استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي

م	زمن استخدام الشبكات	التكرار	النسبة المئوية %
1	أكثر من 5 سنوات	107	60.8
2	أقل من 5 سنوات	56	31.8
3	أقل من سنتين	13	7.4
	المجموع	176	100

وترتبط هذه النتائج بالأعمار الوظيفية للصحفيين في المؤسسات الصحفية في سلطنة عُمان، إذ إن النسبة الغالبة قد مضى على استخدامها لشبكات التواصل أكثر من 5 أعوام (60.8% من عينة الصحفيين المستخدمين لشبكات التواصل في الصحف العُمانية العربية اليومية)، وهؤلاء يتكونون من صحفيين يزاولون مهنة الصحافة منذ سنوات عدة، وقد بدأ معظم هؤلاء استخدام الشبكات فور شيوعها، فيما تأخر استخدام البعض لها قليلاً حتى أصبحت نائعة الصيت، لا سيما أن انتشار الشبكات في الوطن العربي قد بدأ مع تأجج أحداث الربيع العربي خصوصاً، والتي لم تمض بعد خمسة أعوام كاملة على وقوعها، وما تبعه من أحداث جارية في الوطن العربي وباقي دول العالم. أما الصحفيون الذين بدأوا باستخدام الشبكات منذ أقل من عامين (نسبتهم 7.4%) فمعظم هؤلاء على الأرجح هم صحفيون جدد التحقوا حديثاً بالعمل الصحفي، وقد يكونون مستخدمين قدامى نسيباً كأفراد للشبكات، إلا أن علاقتهم الوظيفية بهذه الشبكات قصيرة نظراً لحدائهم دخولهم العمل الصحفي.

3-1-4 أماكن تصفح الصحفيين في الصحف العُمانية العربية اليومية للشبكات

يبين الجدول رقم (6) أكثر الأماكن المستخدمة من قبل عينة الصحفيين المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي في الصحف العُمانية العربية اليومية، للولوج إلى شبكات التواصل الاجتماعي وتصفحها، فقد احتل المنزل المرتبة الأولى بنسبة 84.1%، وجاء التصفح عند الأصدقاء والأقارب في المرتبة الأخيرة بنسبة 35.2%.

جدول 6: أماكن تصفح عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي

م	أماكن تصفح شبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية %
1	المنزل	148	84.1
2	مكان العمل	125	71.1
3	في أي مكان عبر خدمة الإنترنت اللاسلكي (الواي فاي)	118	67.1
4	المقاهي والأندية	67	38.1
5	عند الأصدقاء والأقارب	62	35.2

• طلب من المبحوثين اختيار أكثر من بديل

وتختلف النتيجة المشار إليها في الجدول رقم (6) مع نتائج دراسة المصري (2003)⁽²⁸⁾، التي جاءت الأماكن التي تستخدم فيها العينة الإنترنت كما يأتي: العمل، المنزل، مقاهي الإنترنت، لدى الأصدقاء، ولعل تفضيل الصحفيين لاستخدام الشبكات من المنزل، يعود إلى تفرغهم للقيام بذلك الأمر في المنزل، إذ ينهمكون أثناء ساعات العمل في إنجاز الأعمال الصحفية، لكنهم يجدون وقت الاسترخاء في المنزل مناسباً أكثر لمتابعة الشبكات، وإعادة نشر روابط للتحقيقات والتقارير الصحفية التي أنجزوها وقت العمل، والرد على تعليقات متابعيهم بشأنها.

3-1-5 الأوقات المفضل فيها تصفح الصحفيين في الصحف العمانية العربية اليومية للشبكات:

يشير الجدول رقم (7) إلى أن 64.8% من عينة الصحفيين المستخدمين للشبكات في الصحف العمانية العربية اليومية، يفضلون تصفح الشبكات (متى سنحت الفرصة).

جدول 7: الأوقات المفضلة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة

م	تفضيلات أوقات تصفح الشبكات	التكرار	النسبة المئوية %
1	متى سنحت الفرصة	114	64.8
2	من 6 مساء - 12 منتصف الليل	36	20.5
3	من 12 منتصف النهار - 6 مساء	14	8.0
4	من 6 صباحا - 12 منتصف النهار	11	6.3
5	12 منتصف الليل - 6 صباحا	1	0.6
	المجموع	176	100

وقد يعزى هذا التفضيل إلى انشغال الصحفي المستمر في البحث عن قصص إخبارية، أو القيام بتغطيات إعلامية، وعليه فإن فرص الولوج إلى الشبكات غير محدد بوقت معين، وإنما متى

سُنحت له الظروف، بينما يفضل ما نسبته 0.6% تصفح الشبكات في فترة (من 12 منتصف الليل - 6 صباحاً)، لما تمثله هذه الفترة كوقت مهم للنوم والراحة، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة الطوالبه (2014)⁽²⁹⁾، التي توصلت إلى عدم وجود وقت محدد في استخدام الصحفيين لمواقع التواصل بنسبة 46%، وكان استخدام الصحفيين للشبكات في منتصف الليل بنسبة 7%.

3-1-6 المتوسط اليومي لعدد ساعات تصفح الصحفيين في الصحف العُمانية العربية اليومية للشبكات

يتضح من الجدول رقم (8) أن أكثر من نصف عينة الصحفيين المستخدمين للشبكات في الصحف العُمانية العربية اليومية، يقضون في تصفحهم للشبكات (من ساعة إلى أقل من ساعتين) وذلك بنسبة 31.8%، فيما يستغرق 36 مفردة من العينة (من ساعتين إلى أقل من 3 ساعات) بنسبة 20.5%.

جدول 8: متوسط ساعات تصفح عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي

م	متوسط ساعات تصفح الشبكات	التكرار	النسبة المئوية %
1	من ساعة إلى أقل من ساعتين	56	31.8
2	3 ساعات فأكثر	47	26.7
3	أقل من ساعة	37	21.0
4	من ساعتين إلى أقل من 3 ساعات	36	20.5
	المجموع	176	100

وتدل هذه النتائج على أن الصحفيين في سلطنة عمان غير مفرطين في تصفح الشبكات، وهي نتيجة تتفق تماماً مع ما توصل إليه الطوالبه (2014)⁽³⁰⁾، في أن 58% من الصحفيين يقضون من ساعة إلى أقل من ساعتين يومياً في استخدام شبكات التواصل، وأن 23% يقضون من 3 ساعات إلى أقل من 4 ساعات يومياً، بينما تختلف بعض الشيء مع دراسة العززي (2013)⁽³¹⁾، التي توصلت إلى أن الصحفيين الذين شملتهم الدراسة يقضون ثلاث ساعات على الأقل في تصفح شبكات التواصل.

3-1-7 اللغة التي يستخدمها الصحفيون في الصحف العُمانية العربية اليومية في الشبكات

يوضح الجدول رقم (9) أن أعلى نسبة من عينة الصحفيين المستخدمين لشبكات التواصل في الصحف العُمانية العربية اليومية، يستخدمون اللغة العربية بنسبة 56.3%، والإنجليزية بنسبة 3.4% من المبحوثين، في حين يستخدم 0.6% من أفراد العينة لغة أخرى وهي الفرنسية.

جدول 9: اللغة التي تستخدمها عينة الدراسة في شبكات التواصل الاجتماعي

م	اللغة المستخدمة في الشبكات	التكرار	النسبة المئوية %
1	اللغة العربية	99	56.3
2	اللغتان معاً	70	40
3	اللغة الإنجليزية	6	3.4
4	أخرى	1	0.6
	المجموع	176	100

وتعكس النتائج التي يقدمها الجدول رقم (9) طبيعة مجتمع وعينة الدراسة، حيث أجريت على العاملين في الصحف العُمانية المحلية اليومية الناطقة باللغة العربية وليس الإنجليزية، بينما الذين يستخدمون اللغتين معاً العربية والإنجليزية تبلغ نسبتهم 43%، بسبب طبيعة الإعلام الجديد بشكل عام وشبكات التواصل بشكل خاص، وما ابتدعته من تعابير مستحدثة ومصطلحات جديدة، تواكب طريقة التعبير بالإنجليزية بدلاً عن العربية.

3-1-8 درجة دعم الصحفيين في الصحف العُمانية العربية اليومية لصفحاتهم على الشبكات بالمواد الإعلامية

يوضح الجدول رقم (10) أن 29.0% من الصحفيين المستخدمين للشبكات في الصحف العُمانية العربية اليومية، نادراً ما يقومون بدعم صفحاتهم في الشبكات بالمواد الإعلامية، أما الذين يقومون دائماً بدعم صفحاتهم فقد بلغت نسبتهم 5.7%.

جدول 10: درجة دعم عينة الدراسة لصفحاتهم في شبكات التواصل بالمواد الإعلامية والمقاطع

م	درجة دعم الصفحات على الشبكات بالمواد	التكرار	النسبة المئوية %
1	نادراً	51	29.0
2	أحياناً	49	27.8
3	أبداً	43	24.4
4	غالباً	23	13.1
5	دائماً	10	5.7
	المجموع	176	100

وتؤكد هذه النتائج أن معظم الوقت الذي يقضيه الصحفي في سلطنة عُمان على الشبكات يذهب في تصفحه لمنشورات الأصدقاء والحسابات التي يتابعها، فيما يقضي وقتاً أقل في تغذية

حسابه الشخصي بالمواد الإعلامية، وكثيرا ما يكتفي الصحفيون بنشر مقالاتهم وتقاريرهم النصية غير معززة بالفيديو والصور، لأن مقاطع الفيديو غير متاحة إلا للقلّة القليلة من الأحداث الإعلامية التي يتم تغطيتها، فيما تتوفر الصور في بعض الأحيان.

وقد يكون ذلك هو السبب الذي جعلها (أحيانا) تحتل نسبة 27.8% من حالات دعم الصحفيين لصفحاتهم بالصور ومقاطع الفيديو، فهذه الصور تتوفر أحيانا وليس دائما، وهي نتائج تختلف مع ما توصلت إليه دراسة القصيري (2011)⁽³²⁾، التي أظهرت وجود مساهمات كبيرة في تلك الشبكات بالنسبة إلى أفراد عينة الدراسة، لما تمنحه من حرية في إبداء الآراء المختلفة، ومن ثم تداول المعلومات التي يتم التعقيم عليها من قبل الإعلام التقليدي.

3-1-9 الموضوعات التي يفضل الصحفيون في الصحف العُمانية العربية اليومية، متابعتها ومشاركتها على الشبكات

يوضح الجدول رقم (11) أن الموضوعات الاجتماعية جاءت في الترتيب الأول من حيث متابعتها ومشاركتها من قبل أفراد عينة الصحفيين المستخدمين للشبكات في الصحف العُمانية العربية اليومية، بمتوسط حسابي (5.22)، وقد يعزى ذلك إلى محاولة الاندماج في أمور اجتماعية ومنوعة بطريقة غير مباشرة تتيحها متابعة الشبكات، بهدف التعايش المجتمعي والوقوف على ما يحدث في المجتمع من قصص تهم الجماهير. وحققت (الموضوعات الأخرى) أدنى ترتيب وبتوسط حسابي قدره (0.01)، واحتلت الترتيب السادس عشر، ومن هذه المواضيع المتفرقة ما يتعلق بالأسرة والطفل، والسياحة والفلك.

جدول 11: الموضوعات المفضل متابعتها ومشاركتها على الشبكات من قبل عينة الدراسة

م	الموضوعات	المتوسط الحسابي	الترتيب
1	الاجتماعية	5.22	1
2	الثقافية	4.03	2
3	المنوعة	4.02	3
4	الإبداعية	3.31	4
5	العلمية	3.01	5
6	الصحية	2.89	6
7	السياسية	2.88	7
8	الدينية	2.84	8
9	الاقتصادية	2.76	9

م	الموضوعات	المتوسط الحسابي	الترتيب
10	الرياضية	2.74	10
11	الصور	2.44	11
12	التقنية	2.26	12
13	الكاريكاتير	1.55	13
14	العاطفية	1.5	14
15	الأمنية	1.22	15
16	أخرى	0.01	16

• طلب من المبحوثين اختيار أكثر من بديل

واختلفت نتائج هذه الدراسة عن نتائج بعض الدراسات السابقة التي أكدت اهتمام الصحفيين بمتابعة ومشاركة الموضوعات السياسية بالدرجة الأولى على حساب الموضوعات الأخرى، مثل دراسة غريب (2015) بنسبة 88%⁽³³⁾، وكذلك دراسة الصفدي (2015)⁽³⁴⁾، التي احتلت فيها الموضوعات السياسية مقدمة الموضوعات التي تفضل عينه البحث متابعتها عبر الشبكات، وأيضاً نتيجة دراسة العززي (2013)⁽³⁵⁾، في إحراز الموضوعات السياسية المرتبة الأولى من حيث الموضوعات التي يشاركها الصحفيون في شبكات التواصل، بينما تتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة الداغر (2013)⁽³⁶⁾، التي توصلت نتائجها إلى أن الإعلاميين السعوديين يميلون أكثر إلى الموضوعات الاجتماعية على الشبكات بنسبة 63%.

3-1-10 الأنشطة التي يقوم بها الصحفيون في الصحف العُمانية العربية اليومية على

الشبكات

يُظهر الجدول رقم (12) ترتيب الأنشطة التي يقوم بها الصحفيون المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي في الصحف العُمانية العربية اليومية، حيث احتل نشاط نشر أو إعادة نشر أخبار ومعلومات المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (3.27)، وفي المرتبة الثانية عشرة جاء نشاط اللعب مع الأصدقاء بمتوسط حسابي قدره (0.6136).

جدول 12: الأنشطة التي تقوم بها العينة في شبكات التواصل الاجتماعي

م	أنشطة الصحفيين على الشبكات	المتوسط الحسابي	الترتيب
1	نشر أو إعادة نشر أخبار ومعلومات	3.27	1
2	نشر موضوعاتي الصحفية	3.06	2
3	مطالعة منشورات الأصدقاء	3.03	3
4	نشر أو إعادة نشر آراء	2.78	4
5	نشر ومشاركة الفيديوهات والصور	2.19	5
6	تسجيل الإعجاب على منشورات الأصدقاء	2.18	6
7	الردشة مع الأصدقاء	1.6	7
8	مشاركة منشورات الأصدقاء	1.59	8
9	تكوين صداقات جديدة	1.37	9
10	الانضمام إلى مجموعات	1.07	10
11	تجريب تطبيقات جديدة	1.07	11
12	اللعب مع الأصدقاء	0.6136	12
13	أخرى	0.0514	13

• طلب من المبحوثين اختيار أكثر من بديل

وتظهر النتائج في الجدول رقم (12) دور شبكات التواصل في إفادة المبحوثين في نشر أو إعادة نشر أخبار ومعلومات، وهو ما يعكس الاستخدام المهني لهذه الشبكات من جانب الصحفيين، كما يتبين الدور الفعال لهذه الشبكات في إتاحة فرصة التعبير عن الآراء دون قيود وبحرية كبيرة، في حين يرى عدد من أفراد العينة أنهم يستخدمون الشبكات لأنشطة أخرى كالتعريف بالذات، وتحديث الصفحة الشخصية، والتعليق على صور الآخرين، وأغراض تكوين رأي، وتحقيق حاجات ورغبات معرفية ووجدانية لا يستطيعون تحقيقها بوسائل أخرى، كذلك نشر مقالات وكتابات شخصية بمتوسط حسابي قدره (0.0514). وهي نتيجة تختلف مع ما توصلت إليه دراسة الحنبلي (2011)⁽³⁷⁾، في أن أكثر استخدامات المحررين للشبكة يتمثل في: التواصل مع الأصدقاء والمعارف ثم متابعة آراء الناس على الشبكة.

3-1-11 دوافع استخدام الصحفيين في الصحف العمانية العربية اليومية للشبكات

تظهر النتائج في الجدول رقم (13) أن دافع "الحصول على المعلومات" حقق الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ (3.3125)، وقد يعزى ذلك إلى خصوصية المبحوثين وانتمائهم إلى فئة مهنية مهمتها البحث عن المعلومات وجمعها ونشرها، إضافة إلى ما تتميز به الشبكات من وفرة في

المعلومات وسرعة في الحصول عليها وبدون تكلفة إضافية، فتنوع منصات شبكات التواصل ساعد على اختصار البحث ويسر الوصول إلى النتائج بسهولة.

جدول 13: دوافع استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي

م	دوافع استخدام الشبكات	المتوسط الحسابي	الترتيب
1	للحصول على المعلومات	3.3125	1
2	متابعة الأحداث والقضايا على الصعيد المحلي والدولي	3.1534	2
3	مناقشة مواضيع تهمني	2.7102	3
4	زيادة تثقيف	2.4659	4
5	قضاء وقت الفراغ	1.9655	5
6	تكوين رأي نحو المواضيع التي تهمني	1.9091	6
7	إشباع غريزة حب الاطلاع	1.8693	7
8	مناصرة قضايا ومواضيع تعنيني	1.2841	8
9	أخرى	0.0568	9

• طلب من المبحوثين اختيار أكثر من بديل

وذكر عدد من أفراد الدراسة (بمتوسط حسابي قدره 0.0568)، أنهم يستخدمون الشبكات لأسباب أخرى تتعلق بمتابعة الأخبار والتحليلات، عن أحدث التطورات العاجلة على النطاق المحلي أو الدولي، كما تقدم الشبكات تغطيات شاملة لأهم الأحداث الرياضية بمختلف أنواعها، والعديد من الطرائف والغرائب التي تحدث في الملاعب الرياضية، بالإضافة إلى إجراء استطلاعات الرأي، وقياس الاتجاهات إزاء قضية ما، ومتابعة البث الحي للمؤتمرات والندوات عبر هذه الشبكات. كما تؤكد هذه النتائج أن الصحفيين، بوصفهم من مستخدمي وسائل الإعلام ومنها شبكات التواصل، ليسوا مجرد مستقبلين سلبيين للمعلومات، وإنما يختارون بوعي الشبكات التي يرغبون التعرض إليها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية.

وتقترب هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة ريموند ولو Raymond و Lu (2011)⁽³⁸⁾، في أن هناك سببين في أغلب الأحيان من قبل الصحفيين لاستخدام الشبكات، وهما البقاء على اتصال مع العائلة واستخدام الشبكات للفائدة المهنية، كما تتفق أيضاً مع ما توصلت إليه دراسة سيرس Sears (2011)⁽³⁹⁾، والتي أشارت إلى أن الصحفيين لا يستخدمون هذه الشبكة للأخبار العاجلة بقدر ما يستخدمونها للتواصل مع الرياضيين والمشجعين والأصدقاء، ومعرفة آخر الأخبار والمستحدثات.

2-3 التحديات التي تواجه استخدام الصحفيين في الصحف العُمانية العربية اليومية للشبكات وتأثير ذلك على أدائهم المهني

1-4-3 مدى حصول الصحفيين في الصحف العُمانية العربية اليومية على دورات تدريبية في استخدام الشبكات:

تبين نتائج الجدول رقم (14) أن عدد الصحفيين في الصحف العُمانية العربية اليومية ممن حصل على دورات تدريبية متخصصة في استخدام الشبكات، من قبل مؤسسة العمل الصحفي هم 46 صحفياً وذلك بنسبة قدرها 26.1%، بينما بلغ عدد من لم يحصل على هذه الدورات 130 صحفياً بنسبة قدرها 73.9%.

جدول 14: مدى حصول عينة الدراسة على دورات تدريبية متخصصة في استخدام الشبكات

م	مدى حصول الصحفيين على دورات تدريبية متخصصة في استخدام الشبكات	التكرار	النسبة المئوية %
1	نعم	46	26.1
2	لا	130	73.9
	المجموع	176	100

وتعود هذه النسبة المنخفضة للحاصلين على دورات تدريبية متخصصة في استخدام الشبكات لعدة أسباب محتملة منها: عدم إدراك بعض القيادات الإدارية في المؤسسات الصحفية لأهمية الشبكات وتأثيرها على العمل الصحفي، إلى جانب ندرة المؤسسات التدريبية التي تنظم دورات باللغة العربية في مجالات شبكات التواصل والاستفادة منها في المجال الإعلامي.

2-2-3 أسباب عدم حصول الصحفيين في الصحف العُمانية العربية اليومية على دورات تدريبية متخصصة في مجال الشبكات

تلخص النتائج في الجدول رقم (15) الأسباب التي أوردتها عينة الدراسة عن عدم حصول الصحفيين على دورات متخصصة في شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول 15: أسباب عدم حصول عينة الدراسة على دورات في مجال شبكات التواصل

م	أسباب عدم الحصول على دورات متخصصة في الشبكات	التكرار	النسبة المئوية%
1	العمل لا يوفر مثل هذا النوع من التدريب المتخصص	78	44.3
2	لا يوجد الوقت الكافي لدي	72	40.9
3	تكلفة هذه الدورات عالية جدا	32	18.2
4	عدم موافقة المسؤول المباشر على التدريب	24	13.6
5	أخرى	15	8.5

• طلب من المبحوثين اختيار أكثر من بديل

تشير نتائج الجدول رقم (15) إلى أن (130) صحفياً من أصل (176) صحفياً أجابوا عن أسباب عدم الحصول على دورات متخصصة في مجال شبكات التواصل من قبل المؤسسة. وكان السبب الأعلى تكراراً هو أن "العمل لا يوفر مثل هذا النوع من التدريب المتخصص" بنسبة بلغت 44.3%، وجاء في الترتيب الأخير من أسباب عدم الالتحاق في هذا النوع من الدورات بنسبة 8.5%، قلة وعي المسؤول الأعلى في المؤسسة بأهمية مثل هذه الدورات، ووجود فجوة بين الأجيال في المؤسسة الصحفية الواحدة. ويتضح مما سبق أن عقد وتنفيذ دورات متخصصة للصحفيين عن الشبكات والطرق المثلى لتوظيفها، على الرغم من سهولة استخدام شبكات التواصل، سيُمكن الصحفيين من استخدام هذه الشبكات بطريقة بناءة وإيجابية وأمنة وأكثر فاعلية، وسيترك صداه على مختلف الفئات والشرائح الاجتماعية، ومن ثم فإن الأخذ بعين الاعتبار تدريب الصحفيين على التعامل واستخدام الشبكات ضرورة ملحة، فمن لا يجيد استخدام شبكات التواصل في الوقت الحالي، كمن لا يجيد القراءة والكتابة.

3-2-3 التحديات الفنية التي تواجه استخدام الصحفيين في الصحف العُمانية العربية اليومية للشبكات في العمل، وعلاقتها بالأداء المهني

توضح النتائج في الجدول رقم (16) أبرز التحديات الفنية التي تواجه عينة الدراسة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول 16: التحديات الفنية التي تواجه استخدام عينة الدراسة للشبكات في العمل الصحفي

م	التحديات الفنية	التكرار	النسبة المئوية %
1	كثرة المهام والواجبات الوظيفية	106	60.2
2	التطورات المتسارعة التي تشهدها الشبكات	92	52.3
3	الحاجة للتدريب على استخدام الشبكات	71	40.3
4	عدم وجود خدمات فنية في قاعات التحرير	52	29.5
5	أخرى	10	5.7

• طلب من المبحوثين اختيار أكثر من بديل

توضح النتائج في الجدول رقم (16) أن على رأس التحديات الفنية التي تواجه استخدام عينة الدراسة للشبكات في العمل الصحفي جاءت "كثرة المهام والواجبات الوظيفية" بنسبة 60.2%، الأمر الذي يقلل من الوقت المتاح لديهم لاستخدام هذه الشبكات في ساعات العمل الرسمية، وهناك تحديات فنية أخرى بلغت نسبة 5.7%، ضعف الشبكة في بعض المؤسسات الصحفية، وكذلك توجيه المسؤولين باستخدام شبكات التواصل في العمل، دون معرفة الصحفي بكيفية وألية استقبال المواد الصحفية من تلك الشبكات، وأيضاً تفاوت مستوى اللغة الإنجليزية لدى معظم الصحفيين.

3-2-4 التحديات الرقابية التي تواجه استخدام الصحفيين في الصحف العُمانية العربية

اليومية للشبكات في العمل، وعلاقتها بالأداء المهني

يلخص الجدول رقم (17) أهم التحديات الرقابية التي تواجه استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي.

جدول 17: التحديات الرقابية التي تواجه استخدام عينة الدراسة للشبكات في العمل الصحفي

م	التحديات الرقابية	التكرار	النسبة المئوية %
1	القلق من رقابة المؤسسة	85	48.3
2	التعرض لمواقع اجتماعية بعيدة الصلة عن المؤسسة	72	40.9
3	منع استخدام الشبكات في مقر العمل	60	34.1
4	قيود المؤسسة بشأن الولوج إلى الشبكات	45	25.6
5	أخرى	15	8.5

• طلب من المبحوثين اختيار أكثر من بديل

وتوضح النتائج في الجدول رقم (17) أن أعلى نسبة من أفراد عينة الصحفيين في الصحف العُمانية العربية اليومية والتي بلغت 48.3%، لا يستخدمون الشبكات في العمل لوجود تحدي "القلق من رقابة المؤسسة"، كما أوضح 15 فرداً من أفراد عينة الدراسة بنسبة 8.5%، ووجود تحديات رقابية أخرى تحول دون الاستفادة من الشبكات في العمل، مثل عدم وجود متسع من الحرية في طرح الأفكار، وحظر الولوج إلى الشبكات في العمل، مما دفع الصحفيين إلى نوع من البيروقراطية في الطرح والأداء، وتقييد ساعات العمل بالعمل فقط دون الاستعانة بأي مصدر من مصادر التكنولوجيا حفاظاً على الوقت، والخشية من نشر ما قد يسيء إلى المؤسسة أو العمل الصحفي. كما يعود عزوف بعض الصحفيين عن استخدام شبكات التواصل في مقر العمل، إلى خشيتهم من تمكن إدارة المؤسسة من معرفة ما يقومون به بالضبط وبالتفصيل عند استخدامهم لهذه الشبكات، لا سيما في المؤسسات الصحفية التي توفر خدمة الواي فاي، والتي يمكن للسفير المركزي فيها متابعة بعض ما يقوم به الصحفيون عند استخدامهم للإنترنت، مثل حجم التنزيل الذي يقومون به أو المواقع التي يقومون بزيارتها. بينما يتجنب صحفيون آخرون استخدام شبكات التواصل والتعبير عن آرائهم وقت العمل، خشية أن يتعارض رأيهم الشخصي في موضوع ما مع وجهة النظر الرسمية للمؤسسة التي يعملون فيها، أو أن يخرج تعليقاتهم على حدث ما عن إطار الحيادية والموضوعية المطلوبة من الإعلامي أثناء تأدية عمله، لذا يميل الكثير من الصحفيين إلى استخدام شبكات التواصل خارج العمل وليس داخله، وتتفق هذه النتيجة بعض الشيء مع نتائج دراسة العززي (2013)⁽⁴⁰⁾، التي أكد أغلب أفراد عينتها اهتمام مؤسساتهم بمتابعة ما يكتبونه في الشبكات، إلى جانب تأكيدهم عدم وجود سياسة أخلاقية واضحة في مؤسساتهم حول التعامل مع شبكات التواصل.

3-2-5 التحديات المادية التي تواجه استخدام الصحفيين في الصحف العُمانية العربية اليومية للشبكات في العمل، وعلاقتها بالأداء المهني

تؤكد بيانات الجدول رقم (18) وجود تحديات مادية تواجه الصحفيين في الصحف العُمانية العربية اليومية، لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العمل، ومن ثم تنعكس على أدائهم المهني.

جدول 18: التحديات المادية التي تواجه استخدام عينة الدراسة للشبكات في العمل الصحفي

م	التحديات المادية	التكرار	النسبة المئوية %
1	عدم توفر أجهزة حاسب آلي وأغلبها متعطل	119	67.6
2	عدم وجود وقت فراغ للاطلاع على الشبكات	102	58
3	عدم توفر شبكة إنترنت لاسلكية والأسعار مرتفعة	125	71
4	عدم توافر صالة للاطلاع الإلكتروني	57	32.4
5	أخرى	8	4.5

• طلب من المبحوثين اختيار أكثر من بديل

ويأتي في صدارة هذه التحديات حسب الجدول رقم (18)، عدم توفر أجهزة حاسب آلي وأغلبها متعطل بنسبة 67.6%. حيث يتناسب استخدام تطبيقات التواصل تقنيا مع أجهزة الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية (التابلت والآيباد)، وهو ما لا توفره المؤسسات الصحفية لموظفيها، حيث تستخدم المؤسسات الصحفية أجهزة الحاسب المكتبي الثابتة العاملة بنظام تشغيل ويندوز، ولا يسمح هذا النظام بتشغيل غالبية برامج التواصل الاجتماعي، فهذه البرامج مصممة لنظام أندرويد ونظام أي أو أس (IOS) التابع لشركة أبل، وبهذا المعنى فإن الأجهزة المكتبية غير مجدية في الاستفادة من غالبية منصات التواصل، الأمر الذي جعل بعض أفراد عينة الدراسة يعتبرون هذه الأجهزة عنصرا معيقا في استخدامهم لشبكات التواصل، وهي بذلك تتفق مع التحديات التي خرجت بها دراسة الصفدي (2015)⁽⁴¹⁾، التي كشفت عن وجود تحديات تواجه استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي، تعطل مسيرة مواكبة هذه الشريحة من أفراد المجتمع للتطورات التكنولوجية.

3-4-6 مقترحات الصحفيين في الصحف العمانية العربية اليومية للاستفادة من استخدام

الشبكات في العمل، وعلاقته بالأداء المهني

قدم الصحفيون الذين يشكلون عينة الدراسة عدداً من المقترحات للاستفادة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لتطوير أدائهم المهني.

جدول 19: مقترحات عينة الدراسة لزيادة الاستفادة من استخدام الشبكات في العمل الصحفي

م	مقترحات الصحفيين للاستفادة من استخدام الشبكات في العمل الصحفي	التكرار	النسبة المئوية %
1	تنفيذ برامج تدريبية للصحفيين بغرض صقل مهارات استخدام الشبكات	131	74.4
2	تزويد الصحفيين بأجهزة اتصال حديثة كالهواتف الذكية ومودم الإنترنت	127	72.2
3	إنشاء صفحات خاصة بالصحفيين على الشبكات، لتبادل الخبرات	112	63.6
4	إيجاد نظم ولوائح تنظم التعامل مع الشبكات	111	63.1
5	مقترحات أخرى	29	16.5

• طلب من المبحوثين اختيار أكثر من بديل

توضح النتائج في الجدول رقم (19) أن عدد الصحفيين في الصحف العُمانية العربية اليومية الذين أيدوا مقترح "تنفيذ برامج تدريبية للصحفيين بغرض صقل مهارات استخدام الشبكات" بلغ 131 مفردة بنسبة 74.4% من عينة الدراسة، كما قدم مجموعة من الصحفيين مقترحات أخرى لزيادة الاستفادة من الشبكات في عملهم الصحفي بنسبة 16.5%، مثل إصدار قانون ينظم عملية استخدام الصحفيين والمراسلين لشبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية، وقيام المؤسسات الصحفية بتأهيل جميع الصحفيين المنتسبين إليها على اختلاف مستوياتهم، وإلحاقهم بدورات خاصة في شبكات التواصل، وضرورة الإسراع في تأسيس وتفعيل مركز التدريب الإعلامي، ومركز الإعلام الإلكتروني التابعين لوزارة الإعلام. وهي مقترحات تبدو عملية وقابلة للتطبيق، وجديرة بالنظر إليها على محمل الجد من قبل الجهات المرتبطة بتنظيم العمل الصحفي في السلطنة ومتابعته والوقوف على احتياجاته.

الخاتمة والتوصيات

خلصت نتائج الدراسة إلى أن 83.5% من الصحفيين يفضلون استخدام شبكة تويتر، ومعظم أفراد العينة يستخدمون الهواتف الذكية أكثر من الأجهزة الأخرى للوصول إلى الشبكات بنسبة بلغت 93.2%، وأن 60.8% من أفراد العينة، مضى (أكثر من 5 سنوات) على استخدامهم الشبكات، وأن أكثر الأماكن المستخدمة من قبل أفراد الدراسة للتواصل إلى الشبكات هي المنزل بنسبة 84.1%، في حين يفضل 64.3% من الصحفيين تصفح شبكات التواصل (متى سنحت الفرصة)، ويقضي 31.8% من أفراد العينة (من ساعة إلى أقل من ساعتين) في تصفح الشبكات

يوميًا، وجاءت الموضوعات الاجتماعية في الترتيب الأول من حيث متابعتها ومشاركتها من قبل أفراد عينة الدراسة، ولقد احتلت عبارة (نشر أو إعادة نشر أخبار ومعلومات) المرتبة الأولى، وأمّا السبب الأكثر شيوعاً لاستخدام عينة الدراسة الشبكات فكان: للحصول على معلومات.

وأكدت نتائج الدراسة أن 34.7% من عينة الدراسة يستخدمون الشبكات أحياناً في مقر العمل، وأن 67.6% من أفراد العينة يثقون بدرجة متوسطة بالشبكات مصدرًا للحصول على المعلومات.

وأظهرت نتائج الدراسة أن 26.1% من أفراد عينة الدراسة حصلوا على دورات تدريبية متخصصة في مجال الشبكات، وربط الصحفيون الذين يشكلون عينة الدراسة عدم حصولهم على دورات متخصصة في مجال الشبكات بعدد من الأسباب، جاء في مقدمتها أنّ "العمل لا يوفر مثل هذا النوع من التدريب المتخصص" بنسبة 44.3%، وجاء التحدي الفني المتعلق بـ "كثرة المهام والواجبات الوظيفية" في الترتيب الأول بنسبة 60.0%، أما التحدي الرقابي الأول فكان "القلق من رقابة المؤسسة" بنسبة 48.3%، والتحدي المادي الأول تمثل في "عدم توفر أجهزة حاسب آلي وأغلبها متعطل" بنسبة 67.6%، ومن المقترحات التي حظيت باهتمام عينة الدراسة لتعزيز استخدام الصحفيين للشبكات "تنفيذ برامج تدريبية للصحفيين بغرض صقل مهارات استخدام الشبكات" بنسبة 74.4%.

وبناء على ما تقدم توصي الدراسة بما يلي:

1. ضرورة توفير المؤسسات الصحفية في سلطنة عمان جميع العناصر والموارد التي تسهل على الصحفيين استخدام الشبكات بما يخدم عملهم، كخدمة الواي فاي، وتحديث نسخة نظام تشغيل ويندوز في الأجهزة المكتبية في هذه المؤسسات إلى أحدث نسخة.
2. دعوة المؤسسات الصحفية في السلطنة إلى الاهتمام بحصول الصحفيين بمختلف مسمياتهم الوظيفية على دورات متخصصة في كيفية التعامل المحترف مع الشبكات، لتحقيق الاستفادة المثلى من شبكات وتطبيقات برامج التواصل، في العمل الصحفي.
3. أهمية أن يسعى المعنيون في الجهات التي تنظم عمل المؤسسات الصحفية في السلطنة، مثل وزارة الإعلام وجمعية الصحفيين العمانية، إلى وضع خطط لتحقيق التكامل والتوازن بين تنمية مهارات الصحفيين في استخدام الشبكات، وبين حث الصحف على تطوير وتعزيز الوسائل والأساليب التدريبية، مما يمكن أن يساهم في وضع أسس لتطوير أداء الصحفيين، كما سيساعد على تحقيق إنتاجية أفضل.

Journalists in the Sultanate of Oman and Social Media: Survey Study on Uses and Challenges

Abdullah Khamis Al-Kindi, *Department of Mass Communication, Sultan Qaboos University, Sultanate of Oman.*

Suad Surur Al-Baluashi, *Media Specialists in The Research Council, Sultanate of Oman.*

Abstract

This study aims to identify the extent of using social media among journalists in the Omani Arabic dailies, understand and recognize the connection of using social media in workplace as well as to identify the challenges that might affect journalists use of social media. The study adopting a descriptive survey method to all the data through formalization and distribution of questionnaires. The sample of this study is comprises of (176) journalists who are working in daily newspapers in the Sultanate of Oman namely: *Alwatan, Oman, Al Shabiba, AZamn and Al roya.*

The study concludes a set of results; most notably those respondents are mostly preferring use Twitter, whereas the smart phones are mostly used by respondents to access social media. While Respondents mostly prefer to login to social media from home, one thirty of respondents are spend one to two hours using social media. The study also shows that social topics came on the top in the terms of sharing and following by the respondents.

Furthermore, the study shows there were no any training courses about how to deal with these social media. The results confirmed that only 26% of the respondents had specialized training in social media. This is beside the significant occupational burdens, the lack of devices with programs and the absence of Wi-Fi networks as main and prominent challenges that have been stated by the respondents, which reduce the benefit of these social media.

Keywords: Journalists' Uses, Omani Newspapers, Social Media, Challenges.

الهوامش

- (*) كانت صحيفة الزمن تصدر وقت تنفيذ الدراسة الميدانية لكنها توقفت نهائياً عن الصدور.
- (1) الجمال، رباب: "تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي"، المجلة العربية للإعلام والاتصال - الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، العدد 11، 2014، ص. 89-168.
- (2) الشريف، عبد العزيز: الإعلام الإلكتروني، المملكة الأردنية الهاشمية، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، 2014، ص. 166.
- (3) Millan, Nandy. & Bromage, Adrian: "An initial approach to the integration of web 2.0 teach neologies in the research environment", (in) Interactive Technology and Smart Education, vol. 8, issue 3, 2011, Pp. 146-160.
- (4) غريب، إيمان: "استخدامات الصحفيين في مصر لشبكات التواصل الاجتماعي الجديدة والإشباع المتحققة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنصورة، جمهورية مصر العربية، 2015، ص. 3.
- (5) الصفدي، فلاح: "استخدامات القوائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة: دراسة ميدانية في محافظات غزة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2015، ص. 2.
- (6) الصويان، نورة: "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة الاجتماعية للشباب السعودي: دراسة ميدانية لعينة من الشباب الجامعي، مركز بحوث الشرق الأوسط بجامعة عين شمس، جمهورية مصر العربية، 2014، ص. 646.
- (7) غريب، إيمان، مصدر سابق، 2015، ص. 3-4.
- (8) الأحمدي، طالب: "استخدام الصحف السعودية لشبكة الإنترنت وتأثير ذلك على العمل الصحفي: دراسة تطبيقية على القوائم بالاتصال"، مجلة جامعة أم القرى للعلوم التربوية والاجتماعية والإنسانية، المملكة العربية السعودية، المجلد 17، العدد 2، 2005، ص. 339-340.
- (9) اللبان، شريف: الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، رؤى استراتيجية، جمهورية مصر العربية، المركز العربي للبحوث والدراسات، 26 يناير 2015. يمكن الاطلاع على هذا المقال في الرابط التالي: <http://www.acrseg.org/41174>. تمت زيارة الموقع بتاريخ 1-7-2020.
- (10) نصر، حسني: "اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة: دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة"، ورقة مقدمة في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكالات المنهجية، خلال الفترة من 10-11/03/2015، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، ص. 22.
- (11) الصفدي، فلاح، مصدر سابق، 2015، ص. 40.

- (12) المشاقبة، بسام : نظريات الإعلام، المملكة الأردنية الهاشمية، دار أسامة للنشر والتوزيع. 2011. ص.89-90.
- (13) العبد، عاطف، والعبد، نهى: نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، جمهورية مصر العربية، دار الفكر العربي، 2011، ص 300.
- (14)Urista, Mark, Dong, Qingwen, and Day, Kenneth: “Explaining Why Young Adults Use MySpace and Facebook Through Uses and Gratifications Theory”, (in) Human Communication. Publication of the Pacific and Asian Communication Association. Vol. 12, No. 2, 2009, pp.215 - 229.
- (15) الأشرم، رضا إبراهيم: "التأثير الاجتماعي لوسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي"، ورقة مقدمة في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات والإشكاليات المنهجية، خلال الفترة من 10-11/03/2015، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية. ص 7.
- (16) الموسى، عصام: المدخل في الاتصال الجماهيري، المملكة الأردنية الهاشمية، إثراء للنشر والتوزيع. 2009، ص 204.
- (17) غريب، إيمان، مصدر سابق، 2015.
- (18) الصفدي، فلاح، مصدر سابق، 2015.
- (19) الداغر، مجدي: "استخدامات الإعلاميين لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة: دراسة تطبيقية على القائم بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية السعودية". مجلة كلية الآداب- جامعة الزقازيق، جمهورية مصر العربية، 2013، ص 526-648.
- (20)Raymond, Ronald & Lu, Yixin: “Reporting on the Reporters: Facebook and Journalists”, (in) Innovation Journalism, Vol. 8, (2) May 13 2011, Pp. 1-26. Available at: <https://www.innovationjournalism.org/archive/injo-8-2.pdf>, visited on 1-7-2020.
- (21)Sears, Kyle: “Twitters impact on sports journalism practice: where a new medium meets an old”, unpublished M.A, Master of Arts in the college of arts and sciences, Georgia state university. 2011. Available at: https://scholarworks.gsu.edu/cgi/viewcontent.communication_theses, visited on 1-7-2020.
- (22) الصفدي، فلاح، مصدر سابق، 2015.
- (23) الطوالبة، هديل: "اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، المملكة الأردنية الهاشمية، 2014.
- (24) الداغر، مجدي، مصدر سابق، 2013.

1- د. حسني نصر (أستاذ الصحافة والنشر الإلكتروني، جامعة السلطان قابوس - سلطنة عمان) د. أنور الرواس (أستاذ الإعلام السياسي، جامعة السلطان قابوس - سلطنة عمان)، د. سعيد الغريب (أستاذ الصحافة المشارك، كلية الإعلام - جامعة القاهرة)، د. رضا أمين (أستاذ الصحافة المشارك، الجامعة الأهلية - البحرين).

(25) ياسين، محمد: "استخدامات تكنولوجيا الاتصال في تطوير شكل ومضمون الصحف الفلسطينية اليومية دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين. 2015.

(26) الداغر، مجدي، مصدر سابق، 2013.

(27) الداغر، مجدي، مصدر سابق، 2013.

(28) المصري، نعيم: "استخدامات الاعلاميين الفلسطينيين لشبكة الإنترنت: دراسة على الاعلاميين الفلسطينيين بمحافظة غزة"، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، جمهورية مصر العربية، 2003.

(29) الطوالة، هديل، مصدر سابق، 2014.

(30) الطوالة، هديل، مصدر سابق، 2014.

(31) العززي، وديع: "استخدامات الصحفيين اليمنيين لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها: دراسة مسحية"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية. العدد 41، ص. 77-132. 2016.

(32) القصيري، فيصل: "رأي الصحفيين الأردنيين بمواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، المملكة الأردنية الهاشمية، 2011.

(33) غريب، إيمان، مصدر سابق، 2015.

(34) الصفدي، فلاح، مصدر سابق، 2015.

(35) العززي، وديع، مصدر سابق، 2016.

(36) الداغر، مجدي، مصدر سابق، 2013.

(37) الحنبلي، كمال: "العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في المواقع المصرية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، جمهورية مصر العربية. 2011.

(38)Raymond, Ronald & Lu, Yixin, ibid, 2011.

(39)Sears, Kyle, ibid, 2011.

(40) العززي، وديع، مصدر سابق، 2016.

(41) الصفدي، فلاح، مصدر سابق، 2015.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المصادر العربية

الأحمدي، طالب: "استخدام الصحف السعودية لشبكة الإنترنت وتأثير ذلك على العمل الصحفي: دراسة تطبيقية على القائم بالاتصال"، مجلة جامعة أم القرى للعلوم التربوية والاجتماعية والإنسانية، المملكة العربية السعودية، المجلد 17، العدد 2، 2005، ص 334-411.

الأشرم، رضا: "التأثير الاجتماعي لوسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي"، ورقة مقدمة في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكاليات المنهجية، خلال الفترة من 10-11/03/2015، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية.

الجمال، رباب: "تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي"، المجلة العربية للإعلام والاتصال - الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، العدد 11، 2014، ص. 89-168.

الحنبلي، كمال: "العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في المواقع المصرية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، جمهورية مصر العربية. 2011.

الداغر، مجدي: "استخدامات الإعلاميين لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة: دراسة تطبيقية على القائم بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية السعودية". مجلة كلية الآداب - جامعة الزقازيق، جمهورية مصر العربية، 2013، ص 526-648.

الشريف، عبد العزيز: الإعلام الإلكتروني، المملكة الأردنية الهاشمية، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع. 2014.

الصفدي، فلاح: "استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة: دراسة ميدانية في محافظات غزة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2015.

الصويان، نورة: الصويان، نورة: "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة الاجتماعية للشباب السعودي: دراسة ميدانية لعينة من الشباب الجامعي"، مركز بحوث الشرق الأوسط بجامعة عين شمس، جمهورية مصر العربية، 2014.

الطوالة، هديل: "اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، المملكة الأردنية الهاشمية، 2014.

العبد، عاطف، والعبد، نهى: نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، جمهورية مصر العربية، دار الفكر العربي، 2011.

العززي، وديع: "استخدامات الصحفيين اليمنيين لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة منها: دراسة مسحية"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، العدد 41، ص. 77-132. 2016.

القصيري، فيصل: "رأي الصحفيين الأردنيين بمواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011.

اللبان، شريف: الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، رؤى استراتيجية، جمهورية مصر العربية، المركز العربي للبحوث والدراسات، 26 يناير 2015. يمكن الاطلاع على هذا المقال في الرابط التالي: <http://www.acrseg.org/41174>. تمت زيارة الموقع بتاريخ 2020-7-1.

المشاقبة، بسام: نظريات الإعلام، المملكة الأردنية الهاشمية، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011.

المصري، نعيم: "استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين لشبكة الإنترنت: دراسة على الإعلاميين الفلسطينيين بمحافظة غزة"، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، جمهورية مصر العربية، 2003.

الموسى، عصام: المدخل في الاتصال الجماهيري، المملكة الأردنية الهاشمية، إثراء للنشر والتوزيع، 2009.

غريب، إيمان: "استخدامات الصحفيين في مصر لشبكات التواصل الاجتماعي الجديدة والإشباع المتحققة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنصورة، جمهورية مصر العربية، 2015.

نصر، حسني: "اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة: دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة"، ورقة مقدمة في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكالات المنهجية، خلال الفترة من 10-11/03/2015، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية.

ياسين، محمد: "استخدامات تكنولوجيا الاتصال في تطوير شكل ومضمون الصحف الفلسطينية اليومية دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين. 2015.

ثانياً: المراجع الأجنبية

Millan, Nandy. & Bromage, Adrian: "An initial approach to the integration of web 2.0 teach neologies in the research environment", (in) *Interactive Technology and Smart Education*, vol. 8, issue 3, 2011, Pp. 146-160.

Raymond, Ronald & Lu, Yixin: "Reporting on the Reporters: Facebook and Journalists", (in) *Innovation Journalism*, Vol. 8, (2) May 13 2011, Pp. 1-26. Available at: <https://www.innovationjournalism.org/archive/injo-8-2.pdf>, visited on 1-7-2020.

Sears, Kyle: "Tweeters impact on sports journalism practice: where a new medium meets an old", unpublished M.A, Master of Arts in the college of arts and sciences, Georgia state university. 2011. Available at: https://scholarworks.gsu.edu/cgi/viewcontent.communication_theses, visited on 1-7-2020.

Urista, Mark, Dong, Qingwen, and Day, Kenneth: "Explaining Why Young Adults Use MySpace and Facebook Through Uses and Gratifications Theory", (in) *Human Communication. Publication of the Pacific and Asian Communication Association*. Vol. 12, No. 2, 2009, pp.215 - 229.