



تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في صنع القرار في سلطنة عُمان

أحمد بن عيسى بن سالم الشكلي

طالب دكتوراه بمركز دراسات الدكتوراه في الآداب والعلوم الإنسانية
والترجمة

الدكتور عبدالفتاح الحيالة

أستاذ محاضر مؤهل بالمدرسة العليا للأساتذة، تطوان
جامعة عبد المالك السعدي، تطوان

الملخص:

تسعى الدراسة إلى بيان الأثر الذي قد تحدثه شبكات التواصل الاجتماعي على صناعة القرار في سلطنة عُمان من خلال دراسة تحليلية وصفية لشبكة (X)، والدور الذي قد تلعبه الشبكة لإعادة ترتيب الأولويات في الموضوعات التي تهم الرأي العام، وذلك من خلال تحليل محتوى بعض الوسوم التي انتشر تداولها على شبكة (X) المتعلقة ببعض الموضوعات المثارة على هذه الشبكة من قبل مستخدميها العُمانيين.

وتهدف الدراسة إلى التعرف على الشبكة الأكثر ضغطاً على صنّاع القرار، والتعرف على الموضوعات التي أثارها شبكات التواصل الاجتماعي، وحظت بألوية لدى الحكومة، مُستندة في ذلك على فرضيتين أساسيتين، هما:

1- وجود تأثير تُحدثه شبكات التواصل الاجتماعي على صناعة القرار في سلطنة عُمان.

2- اعتبار شبكة (X) تويتير سابقاً، بأنها شبكة التواصل الاجتماعي الأكثر ضغطاً على صنّاع القرار في سلطنة عُمان.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، فعلى صعيد الأثر الذي تُحدثه شبكات التواصل الاجتماعي في صناعة القرار في سلطنة عُمان، أكدت الدراسة سرعة الاستجابة الحكومية للنداءات الجماهيرية الواردة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال تعديل قرارات صادرة من جهات ومؤسسات حكومية مختلفة، وإيقاف العمل بقرارات أثار ردود أفعال سلبية لدى الجمهور، صاحبها تسريع العمل نحو إصدار قرارات جديدة تتوافق وتوجهات الجمهور، وبما لا يخل بمصالح البلد بشكل عام.

وأظهرت الدراسة أن هنالك عدداً من الموضوعات طال قراراتها التغيير نتيجة لإثارها على شبكات التواصل الاجتماعي، ولعل أبرزها موضوع رفع الدعم عن أسعار الوقود، ورفع تسعيرة الكهرباء، ورفع رسوم خدمة توصيل المياه إلى المنازل، هذا عوضاً عن موضوع ارتفاع أسعار تذاكر الطيران العُماني للخط الداخلي مسقط - صلالة، والازدحام المروري في محافظة مسقط.

وتوصلت الدراسة إلى أن شبكة (X) هي أكثر شبكات التواصل الاجتماعي ضغطاً على صنّاع القرار في سلطنة عُمان، حيث عملت معظم المؤسسات الحكومية إلى استحداث حسابات رسمية لها على هذه الشبكة، وتوثيقها، ودفعها إلى التفاعل مع الجمهور من إصدار بيانات تفنّد فيها ما يتم تداوله من مواضيع تتعلق بمهامها واختصاصاتها.

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، صنع القرار، الوسوم، التغريدات، شبكة X

**Abstract:**

The study seeks to determine the potential impact of social media networks on decision-making in the Sultanate of Oman. It uses a descriptive analytical study on (X) network. The study also seeks to determine the potential role that the network may play in reordering priorities of topics of public interest by analyzing the content of some hashtags that were trending on (X) network regarding some of the topics that were raised by Omani users on this network.

The study aims to identify the network that exerts the most pressure on decision-makers and to identify the topics raised by social media networks that have received priority from the government based on two basic hypotheses:

- 1- The existence of an impact of social media networks on decision-making in the Sultanate of Oman.
- 2- Considering (X) network, formerly Twitter, as the social media network that exerts the most pressure on decision-makers in the Sultanate of Oman.

The study reached a number of results. In terms of the impact of social networks on decision-making in the Sultanate of Oman, the study confirmed that the government responded rapidly to public appeals received through social networks by amending decisions issued by various government institutions and suspending the implementation of decisions that caused negative reactions from the public. That was accompanied by issuing new decisions to meet the public interest, without prejudice to the interests of the country in general.

The study showed that there are some topics whose decisions were changed after being raised on social media networks. The most prominent of which are lifting fuel subsidies, raising electricity rates, raising water delivery fees, increasing the prices of Oman Air tickets for the Muscat-Salalah domestic route and traffic congestion in Muscat Governorate.

The study concluded that (X) network is the social network that exerts the most pressure on decision-makers in the Sultanate of Oman. Most government institutions have created and verified official accounts on this network and were encouraged to interact with the public by issuing statements regarding trend topics related to their duties and competencies.

- **Keywords:** Social media, Decision Making, Hashtags, Tweets, X Network



● المقدمة:

أنتجت التكنولوجيا الحديثة العديد من الوسائل التي مكّنت أفراد المجتمع من إحداث تحولات جذرية في الكثير من أمور الحياة، ولعل شبكات التواصل الاجتماعي والتي جاءت لتكون وسيلة تعبيرية، وأدوات يلجأ إليها الجمهور للتعبير عن آرائه ومشاركة أفكاره وتطلعاته المختلفة أحد أبرز هذه النتاجات التي أسهمت بشكل كبير في إحداث التغيير، من حيث ما تتبناه من طرح فكري، وسياسي، واقتصادي، واجتماعي، وغيرها من الجوانب التي تجد تجاوبًا من قبل أفراد المجتمع، كون هذه المواضيع التي يطرحونها تحظى باهتمامهم، أو تلامس جوانب معيشتهم بطريقة أو بأخرى.

ومع مرور الوقت أصبحت هذه الشبكات تتوسع من حيث الانتشار وطبيعة الاستخدام، وكذلك دوافع الاستخدام، فمن شبكات للتعرف وتبادل الصداقات، ونشر ما يتعلق بالحياة اليومية للمستخدمين إلى أدوات فاعلة في إحداث التغيير، ووسائل لصنع القرار والتأثير على تشكيل الرأي العام وتوجيهه نحو قضايا وأطروحات وأولويات معيّنة يراها الجمهور أنها جديرة بالاهتمام والنقاش، وبالتالي يجب أن تأخذ حقلها من التداول والتعاطي سواءً كانت بين أفراد المجتمع أنفسهم، أو بينهم وبين الحكومات.

وعلى صعيد شبكات التواصل الاجتماعي ظهرت شبكة تويتر (X) كإحدى أهم الشبكات والأكثر تأثيرًا في مجال صنع القرار الرأي العام، وحشد الجماهير، وتشكيل المجتمعات الافتراضية التي باتت تشكل ورقة ضغط على مختلف الحكومات، كما أصبحت مصدرًا رئيسيًا للكثير من الأخبار، حيث باتت وسائل الإعلام التقليدية تفرد المساحات الإعلامية لما يُعرض ويتداول عبر هذه الشبكة، وهذا دليل يؤكد على قوتها وتفرداها في هذا المجال، من جانب آخر فقد أصبحت هذه الشبكة كذلك المنبر الإعلامي والصوت السياسي لعدد كبير من قادة العالم، وصنّاع القرار فيه، حيث أصبح كثير منهم يستخدمونها للتفريد في قضايا وشؤون دولية مختلفة، سواءً كانت محلية تتعلق بسياسات بلدانهم، أو إدارتهم لشؤون البلاد، أو تتعلق بقضايا دولية نالت اهتمامًا واسعًا من حيث التسليط عليها من قبل الإعلام، أو حتى عبر نقاشات الجمهور.

وتشير إحصائيات استخدام شبكة تويتر (X) في العالم إلى أن عدد المستخدمين النشطين لهذه الشبكة بنهاية عام 2023م بلغ (372.9) ثلاثمئة وإثنين وسبعين مليون وتسعمئة ألف مستخدم، وفي سلطنة عُمان باعتبارها الاطار المكاني للدراسة؛ فتؤكد أن أعداد مستخدمي شبكة تويتر (X) يبلغ (693.3) ستمئة وثلاثة وتسعون ألف وثلاثمئة مستخدم، منهم (19.7%) ممن أعمارهم ثلاثة عشر عامًا فأعلى، ويشكل الذكور (62.2%) من إجمالي عدد المستخدمين، بينما الإناث (37.8%) منهم (datareportal.com,2024).

ولم يكن المجتمع العُماني، أو مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في سلطنة عُمان، وعلى وجه التحديد شبكة تويتر (X) بمنأى عن التطورات في جوانب استخدام هذه الشبكة والأغراض من ذلك، بما فيها الموضوعات المتعلقة بصنع القرار ومناقشته، ونقده، والمناشدة بتعديله، أو تغييره، أو حتى إيقاف العمل به، وهذا ناتج عما أتاحتها هذه الشبكة من خصائص، وما شكلته من عوالم افتراضية تطورت لتصبح ورقة ضغط على الحكومة وصنّاع القرار، الأمر الذي يتطلب بحث هذا الدور والتأثير الذي تلعبه هذه الشبكات في مجال صنع القرار، ومدى تأثيرها على صنّاع القرار، وذلك من خلال تحليل ووصف هذا الدور بناءً على فرضيات وأسئلة الدراسة التي تسعى للحصول على الإجابة عليها.

● الإطار النظري: نظرية ترتيب الأولويات



تعتمد الدراسة في إطارها النظري على نظرية ترتيب الأولويات، وهي من نظريات التأثير المعتدل لوسائل الاتصال، ويُرجع الباحثون المشتغلون في نظريات الاتصال الأصول النظرية لبحوث وضع الأجندة إلى (Walter Lippmann)، وذلك من خلال كتابه الذي حمل عنوان الرأي العام ١٩٢٢م، حيث يرى: "أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وفي كثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل (بيئات زائفة في عقول الجماهير، وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهم المجتمع (Maxwel McComba, 2011).

وتعددت التعريفات التي أطلقها الباحثون لعملية وضع الأجندة، ومن أبرز هذه التعريفات ما وضعه (M.Sanchez) حيث أشار إلى أنها: "العملية التي بواسطتها تحدد وسائل الإعلام بما تفكر وحول ماذا نقلق، ويرى أن أول من لاحظ هذه الوظيفة هو (Lippmann) في العشرينيات من القرن الماضي، وأوضح أن الإعلام هو الذي يهيمن على خلق الصور في أذهاننا وأن رد فعل الجمهور يكون تجاه تلك الصور وليس تجاه الأحداث الفعلية، لذلك فإن وضع الأجندة هي: "عملية تهدف إلى إعادة صياغة جميع الأحداث التي تقع في البيئة المحيطة بنا إلى نموذج بسيط قبل أن نتعامل معها (M. Sanchez, 2002).

كما عرفها (Stephen Batrosan) بأنها: "العملية التي تبرز فيها وسائل الإعلام قضايا معينة على أنها قضايا مهمة، وتستحق ردود الحكومة والجمهور، من خلال إثارة انتباههم التلك القضايا، بحيث تصبح ذات أولوية ضمن أجندتهم، وأن الفرد الذي يعتمد على وسيلة إعلامية ما ويتعرض لها سوف يكتف إدراكه وفقاً للأهمية المنسوبة لقضايا تلك الوسيلة وموضوعاتها، وبشكل يتوافق واتجاه عرضها، وحجم الاهتمام الممنوح لها في تلك الوسيلة (المزاهرة، 2012).

ولنظرية وضع الأجندة فرضاً رئيسياً يؤكد على الاتفاق بين ترتيب أجندة وسائل الإعلام، وترتيب أجندة الجمهور للاهتمام بالقضايا والموضوعات الإعلامية، أي وجود ارتباط ايجابي بين ترتيب الاهتمام لكل من الوسيلة والجمهور، مما يشير إلى دور وسائل الإعلام ترتيب أولويات اهتمام الجمهور بالقضايا والموضوعات المطروحة بنفس الترتيب الذي تعطيه الوسائل لهذه القضايا والموضوعات (عبدالحמיד، 2004).

● مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

يُنظر لشبكات التواصل الاجتماعي على أنها " مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب، أو ما يعرف باسم (Web 2.0)، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء " (علم الدين، 2014: 286). ويمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها " مواقع تتشكل من خلال الإنترنت، تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع إلى آخر " (خليفة، 2016: 42).

ويشير (شفيق، 2013: 172)، إلى أن: " الشبكات الاجتماعية عبارة عن مواقع على الإنترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر تجمعهم اهتمامات، أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات والصور، وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات، وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية "، وقد جمع شفيق في تعريفه بعضاً من خدمات هذه الشبكات ومزاياها كمشاركة الملفات والصور، وتبادل مقاطع الفيديو، وإرسال الرسائل والمحادثات الفورية.

ويضيف (الدليمي، 2011: 183) خاصية التفاعلية إلى تعريف شبكات التواصل الاجتماعي، إذ يرى أنها " شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي، والصوتي، وتبادل الصور، وغيرها من الإمكانيات التي توّظد العلاقة الاجتماعية بينهم ".



ومن التعريفات والمفاهيم السابقة يمكن القول إن " الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية تقوم على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الموقع، ويتم نشر هذه البيانات بشكل علني حتى يجتمع الأعضاء ذوي المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور... إلخ، أي أنها شبكة مواقع فاعلة تعمل على تسهيل التواصل الاجتماعي بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم بعضاً" (جرار، 2012). و "التعبير عن التواصل الاجتماعي Social networking على شبكة الإنترنت استخدام له العديد من المصطلحات منها: (موقع الشبكة الاجتماعية- وشبكات التواصل الاجتماعي- والشبكات الاجتماعية- ومواقع التواصل الاجتماعي)، وجميع هذه المصطلحات تعبر عن التواصل والتفاعل بين مجموعة من الأفراد من خلال شبكة اجتماعية على " (خلف الله، 2013).

• دور شبكة التواصل الاجتماعي في صنع القرار وتشكيل الرأي العام:

غزت شبكات التواصل الاجتماعي العالم بأسره، وعززت من وجودها في مختلف المجالات والموضوعات الحياتية، فلم يقتصر نشاطها على الصفة التي وصفت بها (التواصل الاجتماعي)، بل امتد نشاطها على مختلف الأصعدة السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والتعليمية، والطبية، وكل مجال يمكن أن يخطر على بال، خصوصاً مع إضافة خاصية المساحات الصوتية، والتي استطاع مستخدمو الشبكة توظيفها لتحقيق مآربهم وتوجهاتهم، فمنهم من يستخدمها للجانب التثقيفي والتوعوي والإرشادي بما يتوافق وتخصصه، ومنهم من يستخدمها لأغراض سياسية صرفة، وبعضهم يستخدمها لأي منشط ثقافي أو اجتماعي، وكذلك تستخدم كحلقات نقاش، يستعرض من خلالها المواضيع التي لاقت تفاعلاً واهتماماً جماهيرياً، سواءً كان على العالم الواقعي، أو العالم الافتراضي.

ويمكن اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي بمثابة القنطرة التي عبر من خلالها مستخدموها إلى الكثير من الجهات التي كان من الصعب عليهم بلوغها، خصوصاً عندما يتعلق الأمر بموضوع التعبير عن الرأي، أو إبداء وجهات النظر في قضايا وموضوعات جوهرية وذات بعد استراتيجي يتعلق بالبلاد، وكذلك يتعلق بهم كمواطنين في دولهم، ولعل مؤسسات الإعلام التقليدي لم توفر هذه المزايا بسهولة للجمهور، وذد يكون ذلك بسبب القيود على هذه الوسائل، وكذلك حراس البوابات الذي يؤدون دور الرقيب على محتوى تلك الوسائل، ومن خلال ما تمتاز به هذه الشبكات من خصائص عن غيرها من وسائل الإعلام، فـ " يمكن القول أن وسائل التواصل الاجتماعي شكلت و تشكل قوة ضاغطة لصالح المواطن للإدلاء برأيه و التعبير عن موقفه، كما أنها برهنت عن إمكانياتها المتعددة و المختلفة للتأثير على الرأي العام الوطني و الدولي " (بن الحبيب، 2021).

وقد دخلت شبكة تويتر (X) المجال السياسي بقوة، فقد تحطت في استخدامها الجوانب والمجالات الاجتماعية المتعارف عليها؛ وأصبحت وسيلة متعددة المهام، حيث استُخدمت كأداة ضغط مؤثرة في العمل السياسي، وأداة مساندة في إدارة الحملات الانتخابية؛ فـ " بدأ استخدامها بشكل واسع كقناة تواصل سياسي أثناء الحملات الانتخابية، في حملة الرئيس الأمريكي باراك أوباما الانتخابية 2008. ويستخدم السياسيون تويتر وسيلة للتواصل مع الجمهور العام على نطاقات واسعة حتى في غير أوقات الانتخابات " (5: Hsu&Park, 2010).

وعلى صعيد الأحداث السياسية البارزة التي كانت على مستوى عالٍ من الأهمية، وأسهمت شبكة تويتر (X) في نقلها للجمهور ما يتعلق بالانتخابات الأمريكية السابقة والتي خاضها الرئيس الأمريكي السابق دونالد ترامب؛ حيث أثار الجدل بتصريحاته المتكررة على هذه الشبكة، ولعل تصريحه لقناة فوكس نيوز الأمريكية يثبت مدى قوة هذه الشبكة، حيث قال: "لولا تويتر، لما كنت هنا على ما أظن"، مؤكداً أن تويتر وسيلة ممتازة لتمرير رسالته، فعندما يكون هناك حوالي 100 مليون شخص يتابعونني على تويتر، وأيضاً فيسبوك وانستغرام، فلدي وسيلة إعلام خاصة بي. (بوشهري، 2021).



وعلى ضوء ما شهده العالم العربي من أحداث سياسية وشعبية متفاوتة في العام 2011م؛ فقد لجاء الكثير من المتظاهرين آنذاك إلى استخدام هذه الشبكات لإيصال صوتهم ورسالتهم للعالم أجمع، وكما تجاوزت هذه الشبكات مفهومها في أن تكون شبكات للتواصل الاجتماعي؛ فقد تجاوزت كذلك أدوارها المألوفة التي قد تكون في جوانب طرح وجهات النظر أو التعليق أو المشاركة، بل تعدت ذلك لتكون أدوات مؤثرة وضاغطة على صنّاع القرار والحكومات بشكل عام، حيث تشكّل مواقع التواصل الاجتماعي في الأردن إزعاج غير مسبوق للحكومة، التي أصبحت تعليقات الأردنيين عبر تلك المواقع الشغل الشاغل للحكومة الأردنية، ووسائل إعلامها الرسمية التي لا تتوانى عن استغلال أي فرصة للهجوم عليها. (العدوان، 2023).

وهذا يؤكد بما لا يدع مجالاً للشك أن هذه الشبكات بالرغم من كونها افتراضية إلا أن تأثيرها واقعي، يطال الأفراد، المؤسسات، والمجتمعات بأسرها، شبكات تقنية من حيث البيئة التي تحتضنها، ولكنها واقعية بناءً على ما يُدار عليها من أفكار، وما تتداول على صفحاتها ومنصاتها من مفاهيم وموضوعات تحركها توجهها المستخدمين وأفكارهم، وبالتالي فقد أكدت هذه الشبكات أنها ليست وسيلة للتعبير والتفاعل والتواصل فقط؛ بل ولحشد الرأي العام وتكوين مجموعات ضغط تقوم بالضغط على الأنظمة السياسية (فاضل، 2018).

أثبتت هذه الشبكات بمرور الأيام بأنها تمتلك أوراق الضغط، وأن مستخدموها قادرين على اللعب بهذه الأوراق وتوجيهها حسب الوجهة التي يرغبون، ونحو الأهداف التي يرغبون في تحقيقها، خصوصاً إذا ما استطاعوا أن يحشدوا لها المتابعين والمؤيدين لأطروحاتهم، وذلك من خلال الوسوم التي يستخدمونها، أو الموضوعات التي يطرحونها، أو القضايا التي يرون أنه من الضرورة بمكان أن يحدث فيها تغييراً يتوافق وتطلعاتهم، لذا أصبحت شبكة تويتر (X) على وجه التحديد ميداناً خصباً يلج إليه المغرّدون للضغط في كثيرٍ من القضايا، ولعل ما أسمى في دولة الكويت بـ: غزوة تويتر مثلاً يبرهن أيضاً على قوة هذه الشبكة، فنجاح الترويج لمرشحي الانتخابات البرلمانية الكويتية عبر شبكة تويتر (X) دفع الشباب الكويتي لاستخدامها للضغط على صنّاع القرار، لاسيما بعد إسقاط وزير الإعلام الشيخ سلمان الحمود، من خلال الضغط الشعبي الذي مورس من خلال تغريدات تويتر الكثيفة، وأسهم ذلك في نجاح النواب في إسقاط الوزير، حيث تضاعف مؤيدو طرح الثقة عن الوزير تحت ضغط المغرّدين. (بوشهري، 2021).

وقد أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل رأي عام افتراضي يتداول بين صفحاتها وحسابات المشتركين فيها، ولعل شبكة تويتر (X) هي الأكثر في هذا الشأن نتيجة للجماهيرية التي تحظى بها، بالإضافة إلى حرص كبار الساسة والقادة والمسؤولين إلى أن تكون لديهم حسابات عليها، وقد يكون هذا الرأي المولود على صفحات هذه الشبكات إنما هو محاكاة حقيقية للرأي العام على العالم الواقعي، فـ "الرأي العام الذي يتشكل على مواقع الانترنت هو في الأصل رأي عام كامن وغير ظاهر، ساهم الإعلام الجديد في إظهاره وتنظيمه" (زعر، 2019).

ومع ما يعيشه العالم من تداعيات فرضتها شبكات التواصل الاجتماعي؛ وبرغم الأثر الذي أحدثته وما زالت تحدثه على كافة جوانب المجتمع، وعلى صعيد المؤسسات الرسمية وسياسات الدول والحكومات، إلا أنها أصبحت من الضرورات في هذا العصر سواءً كانت للأفراد أو حتى للمؤسسات التي كثيراً ما تُقلقها هذه الشبكات، فالأفراد يتابعون من خلالها معظم مستجدات الحياة سواءً كان على الصعيد الشخصي أو على مستوى المجتمع والبلد الذي يعيشون فيه، أما بالنسبة للمؤسسات فيمكن اعتبارها والنظر إليها بمثابة العيون التي ترصد من خلالها المؤسسات الرسمية أية ملاحظة تتعلق بأعمالها، أو أي امتعاض أو تقييم لأدائها أو القرارات التي تصدرها، ومدى الأثر الذي تحدثه في نفوس المتلقين لها، إذن يمكن القول أن أهمية هذه الشبكات لا يمكن حصره للمجتمع دون المؤسسة، ولا يمكن أن تؤدي هذه الشبكات فائدة للمؤسسات دون الاعتماد على أفراد المجتمع باعتبارهم المغذي الرئيس لها.



ومع مرور الوقت أصبحت شبكات التواصل أحد المصادر الهامة التي يلجأ إليها المخططون وصنّاع القرار، والتي تساعد في فهم طبيعة الرأي العام، وتوجهاته، كما تقدّم للمخططين والسياسة صورة افتراضية تعكس الحال الذي عليه المجتمع الذي ينتمون إليه سواءً كان من النواحي السلبية أو الإيجابية، وهذا بلا شك يتيح للمخطط العمل على وضع خطط مناسبة تتوافق وتوجهات الرأي العام، أو بالأحرى لا تثيره ولا تشحنه سلبياً، كما تتيح لصانع القرار أيضاً أن يختار قراراً يكون هو الأقرب أو الأقدر على تحقيق الأهداف والتطلعات المرجوة، من وذلك اعتماداً على المعطيات التي تُقدّمها شبكات التواصل الاجتماعي، ويتفاعل بها مستخدموها.

لذا فقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي من ضمن المصادر التي تلجأ إليها أجهزة المخابرات والإعلام ومراكز الأبحاث، وتتابعها لتكوين صورة حول الرأي العام، وبالتالي فكلما توافرت المعلومات بشكل جيد عبر هذه الشبكات؛ كلما تمكنت المؤسسات من توفير العديد من البدائل أمام متخذ القرار لاتخاذ القرار المناسب (الحياي، 2012).

• القرار: مفهومه، صناعته، وأنواعه

• مفهوم القرار:

كأي علم أو سلوكٍ بشري آخر تتعدد المفاهيم التي تتناول القرار، سواءً كان من حيث الدلالة اللفظية، أو التعريف الاصطلاحي له، وقد يختلف تحديد مفهوم القرار بناءً على العلم الذي يبحثه، أو الأثر الذي ينعكس عليه، وتعدد المفاهيم في هذا الشأن يتيح مجالاً أوسع للدراسة والنظر في المواضيع المرتبطة بالمفهوم نفسه، كما يمكن أن ينبى عن مدارس فكرية ونظرات فلسفية مغايرة، فكل مدرسة تنظر من زاوية معينة وفقاً لمبادئ فلسفية وفكرية تتبناها.

ومن حيث المعنى الاصطلاحي للقرار فلا يوجد اصطلاح او مفهوم ثابت يمكن اعتماده، وذلك لاختلاف من يدرس هذا الشأن، فتتنوع المفاهيم تبعاً للباحث وتوجهاته الفكرية، وكذلك خلفياته المعرفية، عليه " قد يختلف مفهوم هذا المصطلح من باحثٍ إلى آخر شأنه في ذلك شأن أغلب المصطلحات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، وهذا لكونها تقع في مفترق الطرق بين مختلف فروع هذه العلوم" (عميور، 2008).

وقد لا يختلف الباحثون في أن " القرار هو عبارة عن الأوامر والتعليمات التي تعطيها السلطات العليا إلى السلطات الدنيا، وتقوم هذه الأخيرة بتنفيذها والالتزام بها" (أيوب، 1989)، وبالنظر إلى المفهوم السابق فيتلاحظ أن الكاتب حصر القرار من حيث الصدور على أنه من السلطات العليا، وهذا يأخذنا إلى القرارات الإدارية، أو التنظيمية التي تصدرها المؤسسات، سواءً كانت الحكومية أو الخاصة، إلا أن القرار لا يمكن حصره على هذا النطاق فحسب، فقد تتخذ السلطات الدنيا أيضاً قرارات ما، كما أن الفرد على صعيده الشخصي قد يتخذ بعضاً من القرارات التي تنظم سلوكه، أو سلوك أسرته، أو يدير بها شؤون منزله وعائلته، وبالتالي حتى وإن كانت لا تتخذ صفة الرسمية إلا أنه يمكن اعتبارها قرارات ملزمة.

ويرتبط القرار بشكلٍ أو بآخر بالسلطة، والنظام السياسي التي تمضي عليه بلدٍ ما، فلا يمكن أن يصدر قرار في جهة ما يخالف البلد بشكلٍ عام، إذ أنه النظام السياسي الذي تتبعه أي بلد عادة ما يكون له أطر ومحددات تمضي عليها مختلف الأعمال والتوجهات التي تتبناها البلد سواءً كان على صعيده الداخلي، أو الخارجي، وفي علاقاتها مع مختلف الأنظمة السياسية والمنظمات الدولية، ومن هنا يرى ديفد ايستون القرارات على أنها " مخرجات النظام السياسي التي توزّع السلطة على أساسها القيم داخل المجتمع." (دورتي، وبالمستغراف: 1985: 305).

ومن هنا يمكن للباحث أن يعرّف القرار بأنه أداة إدارية تنظيمية تتضمن عدداً من الضوابط والمحددات القانونية التي بموجبها يمكن حل مشكلة معينة، أو القضاء على ظاهرة معينة، أو تحقيق أهداف معينة، يكتسب قوة قانونية تدفع المُخاطبين به إلى الالتزام به وتنفيذه.



● صناعة القرار

تُعد صناعة القرار عملية مختلفة تمامًا عن عملية اتخاذ القرار، ويمكن التفريق بينهما من جوانب متعددة، إذ أن صناعة القرار تمر بمراحل مختلفة قبل أن يأتي الدور على متخذ القرار باتخاذ وإعلانه، ويُنظر إلى عملية صنع القرار بأنها "عملية نظامية منظمّة تتكون من عدد من الخطوات المترابطة، والمتكاملة، يتطلب أداء كل منها قدرًا من المعلومات والخبرات والإجراءات التي تتوقف عليها سلامة القرار وصحته، ودقته بالنسبة للهدف المنشود" (مال الله، 2013: 225)، وهناك من ربط عملية صنع القرار بأسس البحث العلمي ومعادلاته، وضرورة العمل على قياسها وتقييمها، حيث ترى النعيمي (2010: 214) أن عملية صنع القرار "تحليل وتقييم لكافة المتغيرات المشتركة، والتي تخضع بمجملها للتدقيق والتمحيص بحيث يتم إدخالها وإخضاعها جميعها للقياس العلمي ومعادلات البحث العلمي والنظرية العلمية، والأساليب الكمية والإحصائية، للوصول إلى حل أو نتيجة".

وحيث أن القرار قد يكون نتاج عن مشكلات، أو مواقف، أو ممارسات معينة، فعرف شريف وآخرون (2007) صنع القرار بأنها العملية التي يتم من خلالها تحديد المشكلة وتحديد أسبابها، ومرحلة حل المشكلة، ويتم فيها تحديد بدائل التصرفات، وتقييمها، واختيار البديل الأمثل من بينها. ومما يمكن استنتاجه من المفهوم أعلاه؛ إن عملية صنع القرار عملية مترابطة بالكثير من العناصر والمحددات التي يمكن لصناع القرار الاشتغال عليها أثناء قيامهم بهذه العملية، ويرى عامر وعبدالرؤوف (2009) عملية صنع القرار على "أنها مجموعة من الخطوات العلمية، تقوم على أساس من التفكير المنطقي، والمعالجة العلمية لمجموعة من البيانات والمعلومات المرتبطة بمشكلة أو قضية تعليمية ما، بغرض اختيار بديل واحد من بدليلين أو أكثر من البدائل المطروحة للوصول لحلها.

وبناءً على ما تقدم من مفاهيم تعرف عملية صنع القرار؛ وفي ضوء ما يرتبط بهذه الدراسة؛ فيمكن للباحث أن يعرف صنع القرار بأنه العملية الإدارية التي يقوم بها جملة من الأفراد يمثلون مؤسسة ما، أو دولة ما في سبيل إيجاد نظم قانونية أو إدارية تنظم جوانب العمل في المؤسسة، أو علاقاتها بأطراف المجتمع الأخرى، أو علاقات الدولة بالكيانات والتنظيمات الدولية والسياسية الأخرى، تعتمد على مبادئ ومؤثرات داخلية وخارجية، بهدف تحقيق أهداف معينة.

● اتخاذ القرار

يفصل بعض المهتمين بالقرار وما يرتبط به من عمليات بين صناعة القرار واتخاذ القرار، مستندين في ذلك على أن اتخاذ القرار هي عملية مستقلة بذاتها، وتختلف عن صناعة القرار، وحيث أنه سبقت الإشارة إلى أن عملية صنع القرار تأتي سابقة لاتخاذ القرار، فإنه ينظر لاتخاذ القرار على اعتبارها نشاط إداري مكمل لعملية صنع القرار، لاسيما وأن اتخاذ القرار إنما يكون نتاج حقيقي لما جاء في مراحل صناعة القرار المختلفة، ويمكن اعتبار عملية اتخاذ القرار بأنها "عملية مركبة، تتضمن العديد من المهارات العقلية، كتحديد المشكلة، وجمع البيانات والمعلومات حولها، ووضع البدائل المناسبة، والموازنة والمفاضلة بينها، ثم إصدار الحكم المناسب للوصول إلى أفضل هذه البدائل (الحربي، وآخرون، 2016).

وحيث أن القرار في مرحلة صناعته قد يتطرق صانعوه لجوانب مختلفة وبدائل متعددة يتركونها لمتخذ القرار ليختار الأنسب منها، فإن محمد (2008) يُعرف عملية اتخاذ القرار بـ: "الطريقة المنظمّة التي يتم من خلالها مواجهة المواقف والمشكلات أثناء العمل عن طريق توفير المعلومات الدقيقة والجيدة، مع إيجاد البدائل المناسبة، واختيار البديل الأفضل من بينها لتحقيق الأهداف المناط تحقيقها. وأرى أن هذا التعريف الذي ذهب إليه قد يكون فيه مزيجًا بين مرحلة صناعة القرار وبين اتخاذها، لا سيما أن توفير المعلومات الدقيقة لمواجهة المشكلات إنما تكون في مرحلة صنع القرار، إذ تُبنى البدائل على ما يظهر من مشكلات أو مواقف تستدعي اتخاذ قرار معين، وهذا ما يمكن النظر إليه في مرحلة سابقة تُهيئ لمتخذ القرار اختيار الأنسب والعمل به.



وحيث أن صنع القرار في مجملها عملية ديناميكية متعددة المراحل؛ فإن اتخاذ القرار " عملية عقلانية يتم من خلالها اختيار أفضل الحلول الممكنة، وإصدار حكم يتعلق بمشكلة معينة، لتحقيق الهدف المطلوب في أقصر وقت ممكن، وبأقل تكلفة" (عامر والمصري، 2016). ووفقاً لهذا المفهوم فقد تشارك عملية صنع القرار مع عملية اتخاذ القرار في الهدف المرجو، حيث ن صناعة القرار تأتي وفقاً لغايات وأهداف أراها المشرّع أو صانع القرار، وبالتالي فإن هذه الأهداف تتحقق من خلال اتخاذ القرار، وحيث أن معظم المفاهيم ذهبت إلى ان اتخاذ القرار يأتي من جملة بدائل قد تكون مطروحة أمام مُتخذ القرار؛ فقد يكون العبء الأكبر على متخذ كونه المُناط به عملية الاختيار للبديل الأنسب، ومع ذلك ليس شرطاً أن يكون ما اتخذه من قرار هو الأنسب ويتوافق مع التطلعات التي ترجوها المؤسسة أو الفرد نفسه، ولكن قد تكون الظروف والعوامل المحيطة لها تأثيرها في اختيار البديل، لاسيما إن كان القرار معنياً على سبيل المثال بالشأن الاقتصادي، أو الاجتماعي، أو حتى الشؤون السياسية التي عادة ما تحكمها الكثير من المعاهدات والمواثيق والأنظمة التي تسير عليها علاقات الدول ببعضها.

ومما جاء فيمكن القول أن عمليتي صناعة واتخاذ القرار عمليتين علميتين فكريتين في نفس الوقت؛ ويمكن التمييز بينهما وبين القرار نفسه من الناحية العملية، حيث أن " عمليتي صنع القرار واتخاذ من أكثر اتساعاً من القرار، وذلك أن عملية صناعة القرار عملية معقدة تتم عبر مراحل متعددة، وتتدخل فيها عناصر مختلفة، في حين يقتصر اتخاذ القرار على الاختيار بين سلسلة من البدائل " (العيثاوي والمشهداني، 2016).

• الإجراءات المنهجية للدراسة:

أولاً: الدراسات السابقة:

1- دراسة شريف محمود أبو العينين (2022): دور مواقع التواصل الاجتماعي في اتجاه اتخاذ القرار بالنسبة للهيئات الرياضية

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في اتخاذ القرار لدى الهيئات الرياضية، وذلك من خلال التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تأثيراً في اتخاذ القرار لدى الهيئات الرياضية، والتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في اتخاذ القرار لدى الهيئات الرياضية، كما سعت لتقديم مقترحات تسهم في وضع حل لمشكلة دور مواقع التواصل الاجتماعي على اتخاذ لدى الهيئات الرياضية.

وتوصلت إلى أن بعض المواد المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي تثير مشكلات إدارية بين الرأي العام ومتخذي القرارات الهامة في الهيئات الرياضية، كما أكدت أن بعض المواد التي تُنشر على هذه الشبكات تثير المشاكل الإدارية داخل الهيئات الرياضية المختلفة، كما أن بعض المنشورات تؤثر على القرارات الخاصة بانتقال اللاعبين.

2- دراسة وفاء صلاح عبدالرحمن (2022): فعالية الهاشتاجات كأساليب ضغط إعلامي جماهيري على القرارات الحكومية

سعت الدراسة إلى رصد تأثير الهاشتاجات على القرارات الحكومية، وذلك من خلال آراء نواب مجلسي النواب والشيوخ المصريين، باعتبارهم ممثلي السلطة التشريعية وممثلي الشعب لدى الحكومة، وأقربهم إلى الجمهور وأكثرهم تأثراً بالرأي العام، وتوصلت إلى جملة من النتائج، أهمها: قدرة الهاشتاجات على الضغط الجماهيري على متخذي القرارات من خلال تعبئة الرأي العام، بما يساعد على تسريع عملية الإصلاح والتنمية من خلال إلقاء الضوء على القضايا التي تهتم الشعب، وإبراز احتياجاتهم، وأكدت الدراسة على ان انتشار



الهاشجات وتداولها بين فئات المجتمع مرتبط بشكل كبير بقضية تهمهم وما زالت متداولة على الساحة المجتمعية ولم يحسم أمرها، أو لم يتخذ قرار حكومي بشأنها يرضي الرأي العام ويلبي احتياجاته ورغباته، ومطالبه.

3- دراسة أحمد محمد عبدالحليم (2021): أثر شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية في مصر

سعت لتبين أثر شبكات التواصل الاجتماعي في التنمية السياسية عند المصريين من خلال التعرف على أهم الموضوعات التي تحرص عينة الدراسة على مناقشتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تسهم في تنمية الوعي السياسي لأفراد المجتمع، وأن أهم الموضوعات التي يتناقشوا فيها مع زملائهم هي المواضيع السياسية. كما أكدت النتائج على تأثير وسائل الإعلام على توجهات الشباب السياسية.

4- دراسة سعود عبدالعزيز بوشهري (2021): دور وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على صنع القرار بدولة

الكويت

هدفت الدراسة للوقوف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على صنع القرار السياسي، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي المسحي. تكونت عينة الدراسة من أربعين عضوًا من أعضاء مجلس الأمة الكويتي، واستخدم الباحث استمارة الاستبانة كأداة لجمع المعلومات. وأظهرت نتائج الدراسة أن 67% من المبحوثين يرون أن هناك تأثير لوسائل التواصل الاجتماعي على صنع القرار السياسي، وخلصت الدراسة أيضًا إلى أن 88% من المبحوثين يرون أن شبكة تويتر هي الأكثر تأثيرًا على أعضاء مجلس الأمة، وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية مرتفعة بين مواقع التواصل الاجتماعي وعملية صنع القرار بنسبة بلغت ما بين (88% - 76.5%).

5- دراسة إلياس محمد نصار (2019)، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القرارات الحكومية من وجهة نظر

أعضاء مجلس النواب الثامن عشر

هدفت الدراسة إلى معرفة درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القرارات الحكومية الأردنية للعام 2018، حيث تناولت أبرز أحداث عام 2018م، التي كان لها صدى وتفاعل على شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على تغيير خطط وأولويات الحكومة. شكّل أعضاء مجلس النواب الثامن عشر مجتمع الدراسة وعددهم 130 عضوًا، توصلت الدراسة إلى أن 83% من المبحوثين يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير على القرارات الحكومية وأولوياتها، من إلغاء، أو تعديل، أو الإبقاء على قراراتها، وهي درجة مرتفعة وفقًا للدراسة، وهذا أثر على الحكومة حيث دفع بالحكومة في أواخر عام 2018 إلى الإعلان عن مشروع النهضة "أولويات الحكومة 2019 / 2020".

6- دراسة بوشهري (2018): دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على أعضاء مجلس الأمة الكويتي في صنع

القرار.

هدفت الدراسة لتقصي تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على صنع القرار السياسي من خلال دراسة تطبيقية على أعضاء مجلس الأمة الكويتي، استخدم الباحث فيها المنهج الوصفي التحليلي، والمنهج الاستقرائي الاستنباطي، والمسح الاجتماعي، والمدخل التاريخي والقانوني والسلوكي الوظيفي لملائمتها للدراسة.

جمع الباحث البيانات بأداتي الاستبانة، والمقابلة الشخصية، وكانت عينة الدراسة أربعين عضوًا من أعضاء مجلس الأمة الكويتي، وقد خلصت الدراسة إلى أن التغريدات على شبكة تويتر سواءً كانت تغريدات فاعلة أو تسليط الضوء على القضايا الملحة بشكل ضاغط



ساعدت على سرعة اتخاذ القرار، كما أدت إلى عمل اللجان التشريعية على سن القوانين للعديد من القضايا ذات الأهمية، وأكدت الدراسة أن التغييرات أسهمت في الاتصال المباشر بعض الأحيان بين أعضاء المجلس والحكومة ونشطاء مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لتقصير مسافات الحوار والتعرف على هموم المواطن الكويتي والرد عليها، وبيّنت الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي أسهمت في نوعية قرارات المسائل والقضايا التي تناقش في المجلس، كما عززت الشفافية وقللت المركزية في صنع القرار، وأوضحت الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي تمثل مؤشراً قويا في تشكيل الرأي العام.

ومن خلال استعراض الدراسات السابقة، فإن الباحث يلاحظ الآتي:

1. لا توجد دراسات عُمانية تناولت تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على صنع القرار في سلطنة عُمان.
 2. لا توجد دراسات تطرقت إلى القطاعات الأكثر تأثراً بما يتداول في شبكات التواصل الاجتماعي.
 3. ناقشت الكثير من الدراسات استخدامات الجمهور، أو القائم بالإتصال، أو فئات معينة من الجمهور، بينما لم تنصرف إلى دراسة تأثير هذه الشبكات على متخذي القرار.
- وقد ساعدت هذه الملاحظات الباحث على تحديد مشكلة الدراسة الحالية، وتحديد أدواتها ومفاهيمها.

● مشكلة الدراسة:

تُظهر متابعة شبكات التواصل الاجتماعي أن هنالك تأثيراً قد يحدث بين الفترة والأخرى على القرارات التي تتخذها بعض المؤسسات الحكومية في سلطنة عُمان، حيث يتلاحظ أن الجمهور المستخدم لهذه الشبكات يُشكل أحياناً حراً على هذه الشبكات للاعتراض على قرارٍ ما، أو لرفض قرارٍ، أو حتى للإشادة بقرارات وتوجهات معينة، مما يجعل هذا الحراك يتحول إلى رأي عام حول الموضوع ذاته، ينتج عنها لاحقاً تعديلات على القرارات الصادرة، أو إيقاف العمل بها.

وحيث أن هذا الأمر غير مثبت علمياً مما يصعب وصفه بظاهرة يمكن تعميمها على المجتمع بأسره دون الاستناد على بيانات دقيقة نتجت عن دراسات وبحوث علمية أُجريت على المجتمع موضوع الدراسة، إضافة إلى تزايد الاعتقاد لدى الشباب بأن شبكات التواصل الاجتماعي بدأت تؤثر على صناعة القرار في سلطنة عُمان، لذا يسعى الباحث إلى بيان الأثر الذي قد تحدثه شبكات التواصل الاجتماعي على صناعة القرار في سلطنة عُمان، والدور الذي قد تلعبه هذه الشبكات لإعادة ترتيب أولويات الحكومة في القضايا والمواضيع التي تهم الرأي العام، ومعرفة درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القرارات الحكومية، وبناء عليه تسعى الدراسة إلى تقصي أثر وسائل التواصل الاجتماعي على صنع القرار في سلطنة عُمان.

● أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في كونها تتناول تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على صناعة القرار في سلطنة عُمان، نظراً للاستخدام الجماهيري لها، مما جعلها تشكل قوة ضغط في كثيرٍ من المواضيع، إضافة إلى ذلك تتمثل أهميتها في الآتي:

- 1- تعد الدراسة الأولى - على حد علم الباحث - التي تتقصى أثر شبكات التواصل في صناعة القرار في سلطنة عُمان



2- تُقدم معلومات وبيانات علمية عن طبيعة الأثر الذي تحدثه شبكات التواصل الاجتماعي على صناعة القرار في سلطنة عُمان.

3- إضافة معرفية في مجال دراسات الإعلام الجديد بشكل عام، وإعلام الشبكات الاجتماعية بشكل خاص لا سيما في الموضوع المطروح؛ نظرًا لقلّة الدراسات الأكاديمية العُمانية فيه.

• أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحقيق خمسة أهداف، وهي:

1. تحديد الأثر الذي تحدثه شبكات التواصل الاجتماعي على صناعة القرار في سلطنة عُمان.
2. التعرف على شبكة التواصل الاجتماعي الأكثر ضغطاً على متخذي القرار في سلطنة عُمان.
3. التعرف على الموضوعات التي أثارها شبكات التواصل الاجتماعي، وحظت بأولوية لدى الحكومة.

• أسئلة الدراسة:

في ضوء الأهداف السابقة، تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

1. ما الأثر الذي تحدثه شبكات التواصل الاجتماعي على صناعة القرار في سلطنة عُمان؟
2. ما شبكة التواصل الاجتماعي الأكثر ضغطاً على متخذي القرار في سلطنة عُمان؟
3. ما الموضوعات التي أثارها شبكات التواصل الاجتماعي، وحظت بأولوية لدى الحكومة؟

• منهج الدراسة:

تستخدم الدراسة المنهج الوصفي، ويعرّف بأنه " الطريق أو مجموعة الطرق التي يتمكّن الباحثون من خلالها وصف الظواهر العلمية، والظروف المحيطة بها في بيئتها والمجال العلمي الذي تنتمي إليه (الطائي، 2012). ويهدف الباحث من خلاله إلى جمع بيانات عن موضوع الدراسة، لدراستها وتحليلها بطرق علمية للوصول إلى نتائج دقيقة.

• أدوات الدراسة:

تعتمد الدراسة في عملية جمع البيانات على أداتين، حيث تتخذ من تحليل المحتوى أداة رئيسية؛ نظرًا لتناسبها مع طبيعة الدراسة، كونها تسعى إلى تحليل عدد من الوسوم (Hashtag) التي أطلقها مستخدمو شبكة تويتر (X) في سلطنة عُمان، والمتعلقة ببعض الموضوعات التي تناولتها الدراسة. ويعد تحليل المضمون "أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في تحليل المواد الإعلامية بهدف إلى استدلالات واستنتاجات صحيحة ومطابقة في حالة إعادة البحث أو التحليل Replicable. (حسين، 2006)، كما تستخدم الملاحظة أداة لمتابعة شبكات التواصل الاجتماعي والتفاعل الحكومي فيها، لتحديد الشبكة الأكثر ضغطاً وتأثيراً على المؤسسات الحكومية في عملية صنع القرار.

• نتائج الدراسة:



أولاً: التأثير الذي تحدثه شبكات التواصل الاجتماعي في صناعة القرار في سلطنة عُمان:

أثبتت الدراسة أن هنالك تأثيراً تُحدثه شبكات التواصل الاجتماعي في صناعة القرار في سلطنة عُمان، حيث أكدت متابعة هذه الشبكات وملاحظة ما ينشر عليها ورصده أن الشبكات عملت على الآتي:

- تسريع وتيرة الاستجابة الحكومية للنداءات الجماهيرية الواردة عبر شبكات التواصل الاجتماعي: إذ حرصت معظم المؤسسات الحكومية التي يطالها النقد، أو توجه لها النداءات عبر الشبكات على الاستجابة والتواصل الجماهيري من خلال الشبكات سواءً كان من خلال إصدار بيانات توضيحية، أو اتخاذ قرارات متعلقة بالموضوع المطروح والمثار من قبل الجمهور عبر هذه الشبكات.
 - توجيه المؤسسات الحكومية إلى رصد ومتابعة ما يُثار على هذه الشبكات: عملت الشبكات على دفع المؤسسات الحكومية إلى رصد ومتابعة هذه الشبكات لتقصي ما يُثار عليها من مواضيع، وما يؤكد ذلك ما تم رصده من بيانات على هذه الشبكات صادرة من كثير من المؤسسات إذ أن معظمها يتبدى بعبارات تؤكد ذلك، مثل: (تابعت الوزارة ما تم تداوله على شبكات التواصل الاجتماعي بشأن....، أو بالإشارة إلى ما تم تداوله عبر شبكات التواصل الاجتماعي بشأن...). وهكذا.
 - أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تعديل قرارات صادرة من جهات ومؤسسات حكومية مختلفة، سواءً كان بإيقاف العمل بقرارات أثارت ردود أفعال سلبية لدى الجمهور، أو تسريع العمل نحو إصدار قرارات جديدة تتوافق وتوجهات الجمهور، وبما لا يخل بمصالح البلد بشكل عام.
 - دفعت شبكات التواصل الاجتماعي بالكثير من المؤسسات إلى تخفيض أسعار بعض الخدمات الحكومية المقدمة للجمهور، وذلك نتيجة عدم التقبل لها من قبل الجمهور، وإثارها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، والذي أدى تداولها إلى وصولها إلى مرتبة التصنيف (Trend)، مما أدى إلى ضرورة التدخل للحد من زيادة انتشارها، وما قد يصاحبه من لغط.
 - أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تنظيم حراك متواصل ولقاءات مباشرة ما بين المؤسسات والجمهور على أشكال مختلفة، وهذه الممارسات من قبل المؤسسات لم تكن موجودة من قبل، ولم تعمل بها، ولكن مع تزايد الضغط الجماهيري أصبحت هناك لقاءات متعددة تنظمها المؤسسات، وتدعو لها الإعلاميين، ونشطاء شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك بهدف إيضاح الكثير من الجوانب المتعلقة بأعمالها.
 - شبكة التواصل الاجتماعي الأكثر ضغطاً على متخذي القرار في سلطنة عُمان
- توصلت الدراسة إلى أن شبكة (X) والمعروفة سابقاً بتويتر هي أكثر شبكات التواصل الاجتماعي ضغطاً على متخذي القرار في عُمان، حيث عملت معظم المؤسسات الحكومية إلى استحداث حسابات رسمية لها على هذه الشبكة، وتوثيقها، ولم تتوجه إلى الشبكات الأخرى إلا قلة قليلة من هذه المؤسسات، بينما فاعليتها وحضورها الأكبر كان عبر شبكة (X) تويتر، وهي الشبكة التي استخدمتها المؤسسات الحكومية والخاصة للتفاعل مع الجمهور من خلال إصدار بيانات تفنّد فيها ما يتم تداوله من مواضيع تتعلق بمهامها واختصاصاتها. وبحسب معلومات الباحث فإن معظم الجهات الحكومية تعمل على رصد ما يتم تداوله على هذه الشبكة، وفرز ما يتعلق بها على وجه التحديد.

- موضوعات عُمانية تمت إثارها على شبكات التواصل الاجتماعي



على امتداد السنوات السابقة؛ أثّرت على شبكات التواصل الاجتماعي في سلطنة عُمان عددًا من الموضوعات التي لامست اهتمام المجتمع، ولاقت في الوقت ذاته رواجًا بين فئاته المختلفة، لاسيما تلك الموضوعات المتعلقة بالشأن الاجتماعي، أو الاقتصادي، أو الخدمات المقدمة للشعب، والموضوعات المتعلقة بقطاعات التربية والتعليم وما يرتبط بها من إجراءات متعددة تُعنى بشؤون طلبة المدارس، بالإضافة إلى بعضٍ من الموضوعات ذات الاهتمام السياسي نتيجة لما تبرزه الأحداث المحلية، والإقليمية، والعالمية في وقد لجاء الجمهور إلى التعبير عن آرائه ووجهات نظره وتطلعاته عبر هذه الشبكات، حيث وجد فيها متنفسًا يتيح له قول ما يشاء، وربما لأن هذه الشبكات لا تُقيّد بمقاصد الرقيب الذي قد تجده هذه الموضوعات فيما لو أثّرت على وسائل الإعلام التقليدي؛ لذا فقد وجدت تفاعلًا من قبل المجتمع، هذا عوضًا عن الخصائص والميزات التي تُتيحها شبكات التواصل الاجتماعي لمستخدميها، والتي تسمح في كل الأحوال بالاطلاع والمشاهدة، والتعليق، والمشاركة، هذا عوضًا عن سهولة استخدامها في أي زمانٍ ومكان.

يستعرض الباحث عددًا من هذه الموضوعات، حيث رصدها الباحث من خلال تحليل محتوى بعض الوسوم (Hashtag) على التواصل الاجتماعي تويتر (X)، باعتبارها كانت الشبكة الأبرز التي يلجأ إليها مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي عند طرح أو مناقشة أي قرارات تتعلق بالموضوعات التي ترتبط بمعيشتهم اليومية، أو بأي جانبٍ من جوانب حياتهم.

وعليه فإن هذه الموضوعات تأتي وفق الآتي:

• أولاً: سعر الوقود

توفّر سلطنة عُمان الوقود للمستهلكين في السلطنة بأسعارٍ مدعومة، وذلك على امتداد العقود السابقة، حيث كان سعر اللتر الواحد من الوقود هو (120 بيسة للوقود الممتاز)، بينما سعر لتر الوقود العادي هو (114 بيسة)، ويصل سعر اللتر الواحد من الديزل (146 بيسة)، وكان هذا الدعم يشمل الجميع بما فيهم المقيمين والسّيّاح وعابري الحدود، حيث لم يكن مقصودًا على المواطنين العُمانيين فقط.

أصدر مجلس الوزراء العُماني في ديسمبر 2015م بيانًا أعلن من خلاله تعديل أسعار المنتجات النفطية بما يتوافق مع الأسعار العالمية لتلك المنتجات، وفي عام 2016م اتجهت الحكومة إلى رفع الدعم عن الوقود، وتحرير أسعاره، حيث ابتدأ العمل بما أقرّه مجلس الوزراء، وتفاوتت أسعار الوقود خلال العام الأول من رفع الدعم، فشهدت بعض الأشهر ارتفاعًا، وتنخفض في أشهرٍ أخرى، إلا أن هذا الانخفاض لا يصل إلى مستوى السعر المثبت سابقًا، واستمر هذا الحال على الأسعار حتى خلال السنوات اللاحقة، حيث بلغ أقصى ارتفاعٍ لسعر الوقود الممتاز 95 في شهر نوفمبر 2016؛ إذ بلغ (183) بيسة، بزيادة مقدارها (63) بيسة عن السعر الذي كان عليه قبل رفع الدعم.

في حين بلغ أقصى ارتفاعٍ لسعر اللتر الواحد من الوقود العادي 91 في شهر نوفمبر أيضًا؛ حيث بلغ (173) بيسة، بزيادة مقدارها (59) بيسة عن السعر المثبت قبل رفع الدعم، أما بالنسبة لوقود الديزل فقد كان أقصى ارتفاعًا له خلال العام 2016م في شهر يوليو؛ حيث بلغ سعر اللتر الواحد منه (188) بيسة، وذلك بزيادة مقدارها (42) بيسة عن السعر السابق قبل إقرار رفع الدعم عن الوقود.

أصبحت الزيادات التي طالت أسعار الوقود تشكّل عبئًا ماليًا على الكثير من المواطنين، لاسيما ذوي الدخل المنخفضة، حيث أن معظم سكان سلطنة عُمان يستخدمون وسائل النقل الخاصة بهم، مما يعني أن وتيرة الانفاق على الوقود ستزيد معهم، وبالتالي لا يمكنهم من تحديد ميزانية ثابتة للصراف على الوقود بشكلٍ شهري، لاسيما أن أسعار الوقود متذبذبة غير ثابتة، وأخذة في التصاعد، وهذا الأمر بدأ ينشأ عنه امتعاضًا من قبل المستهلكين، حيث أصبح حديث المجالس، مما تطور لاحقًا ليصبح حديثًا على العالم الافتراضي من تداوله على شبكة تويتر (X)، حيث أطلق المغرّدون على الشبكة عدة وسوم بهذا الشأن (هاشتاج)، وحملت عناوين مختلفة وفق الآتي:



- #تثبيت_سعر_الوقود_مطلبنا
- #ارتفاع_تسعيرة_البنزين
- #تثبيت_سعر_الوقود
- #تسعيرة_البتترول
- #رفقًا_بالمواطن

وحتوت هذه الوسوم تغريدات عدّة أجمع أصحابها في معظمها على المطالبة بتثبيت سعر الوقود والرافة بالمواطنين، مبيّنين فيها تداعيات هذا الأمر بما يفوق طاقة المواطن، مناشدين الحكومة بضرورة اتخاذ قرارات وحلول جذرية لوقف هذا الارتفاع المتكرر في أسعار الوقود، واختلف لغات التغريدات التي تُنشر على هذه الشبكة، ولم ينحصر المغرّدون في فئة واحدة من المواطنين؛ بل شملت فئات مختلفة كالأكاديميين، والموظفين العموميين، والطلاب وعامة الشعب، لاسيما وأن هذا الأمر يمس الجميع، إذ أن جميعهم مستهلكين لهذا المنتج، وتخفيض سعره أو تثبيته عند حدّ معيّن ينعكس إيجاباً على الجميع، لاسيما في ضوء تزايد أسعار المعيشة من جانبٍ آخر، وارتفاع أسعار الخدمات الأخرى وما يقابلها كذلك من صرفٍ عالٍ في جوانب معيشية أخرى.

ومع ذلك لم تكن هنالك التفاتة لتلك النداءات الافتراضية التي أطلقها مستخدمو هذه الشبكة، بل استمر الوضع على ما هو عليه خلال العام 2017م، حيث مضت أسعار الوقود في الارتفاع عما كانت عليه سابقاً، ومضى المغرّدون أيضاً في مطالباتهم على شبكة تويتر (X)، حيث تسارعت وتيرة الزيادة في الأسعار عما كان عليه الوضع قبل رفع الدعم، وعما هو الحال في العام السابق؛ إذ بلغت التسعيرة في عام 2017م أرقاماً غير مسبوقه في تسعيرة الوقود في سلطنة عُمان، هذه الزيادة المضطربة للأسعار، قابلها استمرار النشاط الافتراضي على شبكات التواصل الاجتماعي، من حيث استمرار المغرّدون بتداول الموضوع على شبكة تويتر، واستمرت فاعلية الوسوم التي أطلقت في العام 2016م، إذ جذب الموضوع اهتمام الكثير من فئات الشعب، واستمر تداوله ونقاشه بشكلٍ أكبر لدرجة أن بعض الوسوم بلغت مرحلة التصنيف (Trend).

في العام 2017م بدأت تتضح بوادر حكومية للتخفيف على المواطنين في هذا المجال؛ حيث وجه مجلس الوزراء في بيانٍ له بتاريخ 7 من فبراير 2017م للجنة المكلفة بمتابعة أسعار النفط لاستكمال الآليات والإجراءات التنفيذية لدعم الفئات المستحقة من المواطنين نتيجة ارتفاع الأسعار العالمية للوقود، على أن يتم تثبيت سعر وقود 91 المعتمدة لشهر فبراير (وقود 91: 186 بيسة/لتر).

وفي ديسمبر من العام ذاته تم الإعلان عن آلية دعم الفئات المستحقة بعد تحرير أسعار الوقود، ويمكن تصنيف هذا التوجه الحكومي على أنه استجابة لما يتم تداوله في شبكات التواصل الاجتماعي بشأن هذا الموضوع، مما يدل على أن لهذه الشبكات أثراً على صنع القرار، ونتج عن هذا الأثر هذه الاستجابة التي قوبلت من عددٍ من الفئات المجتمعية بالترحيب، لاسيما تلك الفئات التي شملها نظام الدعم الوطني.

واستمر الحال في أسعار الوقود على ما هو عليه، حيث مضت بين ارتفاعات متتالية، وقليلًا من الانخفاض، إلا أن ما خفّف على المستهلكين هو شموليتهم في نظام الدعم الوطني، وفقاً للمحددات والضوابط التي أتاحتها الحكومة، وإضافة إلى أن الدعم الوطني لم يشمل كافة فئات المجتمع؛ فهو لم يشمل الأصناف الثلاثة من الوقود أيضاً، بل انحصر فقط على نوعٍ واحد من الوقود وهو: 91 (العادي)، وبالتالي فقد ظلّت هنالك فئات ما تزال تعاني من ارتفاع أسعار الوقود، وصاحب ذلك تداول الموضوع أيضاً على شبكات



التواصل الاجتماعي، وعادة ما تزداد فترة التداول عند الإعلان عن التسعيرة الجديدة التي يرتقبها المستهلكون مع نهاية كل شهر ميلادي ليبدأ تطبيقها مع بداية الشهر الذي يليه.

ولأن الوضع ظل على ما هو عليه بشأن زيادة الأسعار؛ فلم يتوقف العالم الافتراضي عن الحديث والخوض في هذا الموضوع عبر تويتر (X)، حيث كانت هذه الشبكة تُمثّل المنبر الحر لهم للتعبير عن معاناتهم من هذا الأمر، فاستمر المغرّدون في مناقشتهم ومطالباتهم للحكومة بالتدخل لتثبيت السعر عند حدٍ معيّن يخفف من العبء التي أحدثته زيادة الأسعار على كاهل المواطنين.

ولعل القرارات السابقة التي اتخذتها الحكومة في هذا الشأن كإقرار نظام الدعم الوطني، وتحديد الفئات التي يشملها هذا النظام، كانت هي الدوافع التي جعلت من هؤلاء المغرّدين يستمروا في طرح مطالباتهم، وتكرار مناقشتهم عبر هذه الشبكة، علمًا بأن الصحافة التقليدية هي الأخرى كانت تنشر مقالات بين الفينة والأخرى عن هذا الموضوع، إلا أن تلك المقالات بطبيعة الحال محكومة بسياسة تحريرية للمؤسسة الصحفية التي تنشرها، فما لا تبيحه تلك الصحف على صفحاتها يجده المتابع منشورًا ومتداولًا عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي الافتراضية، كما يمكنه من خلالها قياس الأثر الذي تحدثه لدى المتلقّين من خلال التفاعل الذي تحصله، والذي عادة ما يتمثّل في (الإعجاب، إعادة التغريد، التعليق).

وشهد العام 2022م بداية لاستقرار السعر وثباته عند حدٍ معيّن، وربما يمثل ذلك بادرة الاستجابة غير المعلنة لمطالبات المواطنين بتثبيت سعر الوقود، كما أن الأسعار لم تعد متداولة بشكلٍ رسمي كما كان الحال سابقًا، حيث جرت العادة على أن تُعلن الأسعار في نهاية كل شهر ميلادي للشهر الذي يليه، ولكن خلال هذا العام تلاحظ التوقف عن هذا الأمر، كما تلاحظ أيضًا من خلال ما تعلقه (شل للتسويق) عبر صفحتها في شبكة الانستجرام؛ وهي إحدى الشركات المالكة لمجموعة كبيرة من محطات الوقود أن الأسعار أصبحت ثابتة منذ مطلع يناير 2024م، وحتى شهر نوفمبر من العام ذاته.

وفي شهر نوفمبر من العام 2022م أصدر السلطان هيثم بن طارق سلطان عُمان توجيهاته السامية بتثبيت أسعار وقود المركبات ووفقا لشهر أكتوبر من عام 2021م كحدٍ أعلى إلى نهاية 2023م، إلا أنه ما زالت الأسعار مثبتة على ذلك السعر حتى تاريخ إعداد هذا البحث، حيث لم يصدر أي تغيير في ذلك، وبالتالي فإن أسعار الوقود، ويُعد هذا التدخل بمثابة الحل النهائي الذي جاء لهذا الموضوع، حيث جاء من أعلى هرم في السلطة العُمانية، وأسهم هذا التدخل السلطاني بتثبيت سعر الوقود في تلاشي تداول الموضوع تدريجيًا عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

● ثانيًا: تسعيرة الكهرباء

عملت حكومة سلطنة عُمان على تقديم خدمة الكهرباء بأسعار مدعومة حالها في ذلك حال الوقود وخدمات المياه، وغيرها من الخدمات التي تتقاضى عليها الحكومة رسومًا نظير إصالتها للمستهلكين، وفي ديسمبر 2020م، أعلنت الحكومة عن توجيهها لرفع الدعم عن خدمة الكهرباء، وبالتالي سيترتب على ذلك ارتفاع الفواتير الشهرية للمستهلكين بمختلف الاستعمالات (سكني، تجاري، صناعي، زراعي، سياحي)، فقد كشفت خطة التوازن المالي للدولة (2021-2024) عن المخطط الزمني لتوجيه الدعم الحكومي في قطاعي "الكهرباء والمياه" للمستحقين، حيث سيتم إعادة توجيهه تدريجيًا بدءًا من يناير 2021م وحتى عام 2025م. (الرؤية. 2020م).

وأشارت (البوابة الإعلامية. 2020) إلى أن تعرفة الكهرباء للفتة السكنية في السلطنة لم تتغير منذ العام 1987 ما أدى إلى تنامي الدعم سنويًا حيث ارتفع من 650 مليون ريال عماني في عام 2016م إلى 750 مليون ريال عماني عام 2020م ليشكل بذلك 5



بالمائة من الموازنة العامة للدولة وحوالي 20 بالمائة من العجز المتوقع خلال العام القادم 2021، وفي حال لم تتخذ الحكومة أي إجراءات بشأن الدعم يتوقع أن يصل الدعم إلى 900 مليون ريال عماني في العام 2025م.

وكالعادة قابل هذه القرارات امتعاضاً لدى المستهلكين، حيث أنه يترتب عليه ارتفاعاً في التكلفة الشهرية للفاتورة التي يدفعونها للشركات المزوّدة بخدمة الكهرباء، وهذا الأمر كذلك لم يكن مخططاً له بالنسبة للمستهلكين، ويأتي رديفاً لخدماتٍ أخرى ارتفعت أسعارها، كخدمة الوقود وغيرها من الخدمات الأخرى التي تقدمها مؤسسات الدولة المختلفة.

وقد لجاء مستهلكو هذه الخدمة إلى عرض هذا الموضوع وتداوله عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وإثارته بطرقٍ شتى، وكانت شبكة تويتر (X) هي المنصة التي استوعبت اطروحات المستهلكين المختلفة، وأطلق المغرّدون من خلالها عدة وسوم بهذا الشأن (هاشتاج)، ومن أبرزها الآتي:

- #لن_ندفع_فاتورة_الكهرباء

- #لن_ندفع_فاتورة_الكهرباء2

- #تسعيرة_الكهرباء

- #ارتفاع_أسعار_الكهرباء

- #ارتفاع_فواتير_الكهرباء

واحتوت الوسوم على جملة من التغريدات التي تنادي بضرورة مراجعة القرارات الخاصة برفع تكلفة الكهرباء، لاسيما أن استهلاك العمانيين للكهرباء مرتفعاً خصوصاً في أشهر الصيف التي ترتفع فيها درجات الحرارة، مما يقابلها ارتفاعاً كذلك في الاستهلاك السكني، حيث يسعى السكان لتلطيف الأجواء الحارة من خلال استخدام أجهزة التكييف لفترات طويلة، والتي يترتب عليها زيادة في معدل الكهربائية المستخدمة، وبالتالي يؤدي ذلك إلى ارتفاع معدل الاستهلاك الشهري يقابله ارتفاعاً في مقدار فاتورة الكهرباء الشهرية.

واستمرت مطالبات مستهلكي الكهرباء ومناشدتهم للحكومة بتخفيض الأسعار، وتقليل التعرفة التي شهدت ارتفاعاً يُحسب على أنه غير مسبوق مقارنة بما كان عليه الوضع، وتككل عن ذلك إصدار تعديلات على هيكل التعرفة في 2 أغسطس 2021م، حيث أعلنت هيئة تنظيم الخدمات العامة عن إجراء تقييم شامل لبرنامج إعادة توجيه الدعم لقطاع الكهرباء تضمن إدخال تعديلات على الهيكلة المعتمدة، وتم زيادة الوحدات في الشرائح لتكون الشريحة الأولى من 0 إلى 4000 كيلو واط/ساعة، لأول حسابين لحساب المواطن -الفئة السكنية-، مع الحفاظ على آلية التدرج المعتمدة وعدم زيادة التعرفة في أشهر الصيف، وإعادة احتساب استهلاك شهري مايو ويونيو 2021م بناء على الشرائح الجديدة المعتمدة.

ونتيجة لاستمرار معاناة المستهلكين من ارتفاع الفواتير الكهربائية، واستمرار تداول هذا الموضوع على شبكات التواصل الاجتماعي بشكلٍ يومي، فشهد 26 من يناير 2022م الإعلان عن توسيع النطاق الزمني لبرنامج إعادة توجيه الدعم ليصل إلى 10 سنوات بدلا 5 سنوات، على أن تكون الزيادة بمعدل لا يتجاوز 2 بيسة سنوياً والنزول بسعر الشريحة الأولى إلى 14 بيسة، وتثبيت قيمة التعرفة المعتمدة لاستهلاك الكهرباء للفئة السكنية لعام 2022م بتعرفة ديسمبر عام 2021م. كما تم إلغاء التقسيم السابق بتحديد تعرفه للمواطن وأخرى للمقيم، وتوحيد شرائح استهلاك الكهرباء لجميع حسابات الفئة السكنية وفقاً لمعيارين؛ الأول فئة المستهلك، والثاني الشرائح، إذ تقسم تعرفه الفئة السكنية إلى الآتي:



- تعرفه الحساب الأساسي، وتتضمن حسابين أو أقل. كما تقسم الشرائح إلى ثلاث فئات، تبدأ من (0-4000) كيلو واط، وتبلغ تعرفه هذه الفئة 14 بيعة.

- تعرفه الحسابات الإضافية، وتتضمن أكثر من حسابين. كما تقسم الشرائح إلى ثلاث فئات، تبدأ من (0-4000) كيلو واط، وتبلغ تعرفه هذه الفئة 20 بيعة.

ومتابعة لهذا الموضوع وتداعياته؛ فقد حظى بعناية كبيرة من قبل سلطان البلاد، حيث وجّه جلاله السلطان هيثم بن طارق سلطان عُمان في الحادي والثلاثين من مايو 2022م بتقديم دعم إضافي لخفض تكاليف استهلاك الكهرباء للمستهلكين بحسابين أو أقل من الفئة السكنية بنسبة 15% خلال فترة أشهر الصيف من مايو إلى أغسطس 2022م.

وأعاد جلاله السلطان هيثم بن طارق المعظم التوجيه ذاته خلال ترؤسه اجتماع مجلس الوزراء في شهر مايو 2023م، باستمرار نسبة تخفيض بمقدار 15% من إجمالي قيمة الفاتورة لجميع المشتركين بفئة المساكن الذين يملكون حسابين أو أقل وذلك خلال أشهر الصيف من شهر مايو إلى نهاية شهر أغسطس 2023م. (أثير. 2024).

وبرغم ما تم إقراره من تخفيض على أسعار الفواتير، وتعديلات على التعرفة نتيجة المطالبات المستمرة والمتكررة، إلا أنه وفي شهر سبتمبر من عام 2023م عاود الموضوع إلى صدارة الموضوعات المتداولة في شبكات التواصل الاجتماعي، حيث عبّر مواطنون من خلال حساباتهم على شبكة تويتر (X) في الـ #ارتفاع_فواتير_الكهرباء عن ارتفاع قيمة الفواتير خلال أشهر الصيف بنحو 50% رغم الدعم الحكومي، مما دفع بهيئة تنظيم الخدمات العامة إلى إصدار بيانٍ في شهر أكتوبر أعلنت فيه عن رفع نسبة التخفيض المقررة سابقاً لفواتير الكهرباء - للفئة السكنية - من (15%) لتكون (30%) من إجمالي قيمة الفاتورة لجميع المشتركين أصحاب الحسابات الأساسية وحسابات الدعم الوطني لشهري يوليو وأغسطس 2023م، وذلك تنفيذاً للتوجيهات الصادرة من مجلس الوزراء، وأشارت الهيئة في بيانها إلى أن نسبة التخفيض 30% ستعكس على فاتورة شهر أكتوبر كميلغ يضاف إلى حساب المستهلك (أثير. 2024).

وتحسباً لما قد يثار عن تكلفة الكهرباء وتعرفتها خلال صيف عام 2024م؛ فقد أصدرت هيئة الخدمات العامة بياناً استباقياً في الثاني من يونيو 2024م، أقرت فيه نسب التخفيض على فواتير استهلاك الكهرباء للفئة السكنية (الحساب الأساسي) خلال أشهر الصيف، كما أعلنت عن تثبيت سعر شرائح وحدات استهلاك الكهرباء لعام 2024م بالأسعار نفسها في العام 2023م، وذلك بهدف التخفيف من حدة ارتفاع فواتير الكهرباء خلال الأشهر القادمة بسبب الارتفاع في درجات الحرارة؛ ما يؤدي إلى زيادة وحدات الاستهلاك من الطاقة الكهربائية. وخلال أشهر يونيو ويوليو وأغسطس سيكون التخفيض على الشريحة الأولى من 0-4000 كيلوواط بنسبة تبلغ 20% من قيمة الفاتورة، فيما سيحصل المستهلكون في الشريحة الثانية من 4001-6000 كيلوواط على نسبة تخفيض تبلغ 15% من قيمة الفاتورة، في حين سيكون التخفيض على الشريحة الثالثة لأكثر من 6001 كيلوواط بنسبة 10% من قيمة الفاتورة. (العمانية. 2024).

● ثالثاً: ارتفاع أسعار تذاكر الطيران العماني للرحلات الداخلية

بدأت خلال الفترة الماضية تظهر بعض الملاحظات على شبكات التواصل الاجتماعي بشأن ارتفاع أسعار تذاكر الطيران العماني للرحلات الداخلية، وشكّل خط الطيران (مسقط - صلالة والعكس) أكثر الخطوط انتقداً بشأن سعر التذاكر، حيث تعتبر مدينة صلالة في الأطراف الجنوبية لسلطنة عُمان، وتقع في محافظة متاخمة للحدود العمانية اليمنية، وبالتالي فهي الأبعد من بين المدن العمانية الأخرى التي يُسيّر لها الطيران العماني رحلاته الداخلية.



هذا الارتفاع في أسعار التذاكر ربما لم يكن حديث العهد بالشركة، حيث اتضح للباحث وجود منشور على منتدى سبلة عُمان السادس من يوليو 2011م، أشار فيه طارحه إلى أن هناك ارتفاع في أسعار التذاكر للخط (مسقط - صلالة) ويُعد سبلة عُمان - أحد المنتديات العُمانية التي شهدت رواجًا كبيرًا ما قبل انتشار شبكات التواصل الاجتماعي - ومعنى "سبلة" في الدارج العُماني هو المجلس الذي يلتقي فيه العُمانيون من الرجال للأفراح والأتراح، ومناقشة ما يتعلق ببلدانهم من أمور.

ومع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي وانتشار استخدامها بين أطراف المجتمع؛ بدأ الحديث عن هذا الموضوع يظهر أكثر، لاسيما من خلال ما أتاحتها هذه الشبكات من فرص تُتيح تداول الموضوع، وتسمح بانتشاره بشكل أكبر، ولعل أبرز من يتداول الموضوع هم سكان المناطق الذين يضطرون للقيام برحلات دورية ما بين الجنوب والعاصمة العُمانية مسقط في الشمال، حيث يتضح ذلك جليًا من خلال التغريدات المنشورة بهذا الشأن.

وأطلق المغردون على شبكة تويتر (X) وسومًا ينادوا فيها بتخفيض أسعار تذاكر الطيران العُماني، أو تثبيتها عند سعرٍ معقول يكون وفقًا لإمكانات أفراد المجتمع، حيث تم تداول هذه المطالبات على الوسوم:

#أسعار_تذاكر_الطيران_الداخلي_إلى_أين

#الطيران_العُماني

#موسم_الخريف

#خط_صلالة_مسقط

واستمر تداول موضوع ارتفاع أسعار التذاكر على شبكة تويتر يتردد بين الفينة والأخرى، وبحسب صحيفة الرؤية العُمانية (2018) فإن الطيران العُماني نفى ذلك معتبرًا الحديث بشأن ارتفاع أسعار التذاكر عارٍ عن الصحة، وقال في بيانٍ رسميٍّ إنه لم يتم اتخاذ هذا الإجراء، بدليل أن أسعار التذاكر لا زالت متاحة بواقع 61.900 ريال للرحلات المغادرة من مسقط إلى صلالة بتاريخ 12 يونيو، وكذلك رحلات العودة من صلالة وحتى تاريخ 19 يونيو، وأن ذلك ينطبق أيضًا على الرحلات المغادرة من مسقط بتاريخ 13 يونيو وحتى الساعة 9 صباحًا، إضافة إلى رحلات العودة بتاريخ 19 يونيو، حيث تبقى التذاكر متوفرة بسعر 61.900 ريال، في حين تطرح الرحلات المغادرة من مسقط بتاريخ 13 يونيو بعد الساعة 7 مساءً مع رحلات العودة من صلالة بتاريخ 19 يونيو جميعها أسعار تذاكر في حدود 66.900 ريال.

واستمرًا لمحاولة التعاطي مع تكرار إثارة موضوع ارتفاع الأسعار للتذاكر؛ فقد أعلن الطيران العُماني في العشرين من يوليو 2022م عن طرحه لأسعار تذاكر مخفضة جديدة خاصة للعُمانيين بين مسقط وكل من خصب وصلالة، مُعللاً ذلك بهدف تنشيط السياحة الداخلية وتسهيلها وخلق نشاط اقتصادي للمجتمعات المحلية، مؤكدًا أن هذه الخطوة تعكس التزام الطيران العُماني بمسؤولياته كاملة كناقِل وطني لسلطنة عُمان (الشبيبة.2022).

وتواصل الحديث عن ارتفاع أسعار تذاكر الرحلات الداخلية عبر الطيران العُماني، ولتفنيد أسباب الارتفاع؛ استضافت إذاعة هلا أف أم في الخامس والعشرين من مايو 2023م الرئيس التنفيذي لطيران السلام، وهو الطيران الاقتصادي المنافس للطيران العُماني، الذي أكد في مقابلة إذاعية لبرنامج كل الأسئلة أنه لا يوجد دعم حكومي للطيران، وأن قيمة الوقود في مطار صلالة تصل إلى أضعاف السعر الموجود، ويمكن اعتبار مطار صلالة من أعلى المحطات في المنطقة، وإذا ما تم حل هذه الأمور؛ فسعر التذكرة لخط مسقط صلالة



سوف ينخفض (هلا أف أم. 2023)، ويُفهم من هذا التصريح أن ارتفاع أسعار التذاكر إنما هو نتيجة مباشرة لارتفاع أسعار الوقود في مطار صلالة، بدليل تأكيده أنه إذا ما تم حلّ هذا الأمر سوف تنخفض الأسعار.

وفي الحادي والثلاثين من مايو 2023م، ترأس السلطان هيثم بن طارق - سلطان عُمان اجتماعًا لمجلس الوزراء، وخلال هذا الاجتماع وجّه جلالتة الحكومة بتقديم دعمٍ مباشرٍ لأسعار الوقود في مطار صلالة، بما يعادل أسعار الوقود في مطار مسقط الدولي، وذلك تزامنًا مع موسم خريف ظفار، وبهدف تسيير مزيد من رحلات الطيران المباشرة من وإلى مطار صلالة بأسعار تنافسية، وموسم خريف ظفار هو موسم سياحي يشهد كثافة في حركة السواح المتوجهين إلى محافظة ظفار العُمانية سواءً من الداخل أو الخارج، والتي تُعد ولاية صلالة عاصمتها الإدارية، ويمتد هذا الموسم عادة من الثلث الأخير من شهر يونيو إلى شهر سبتمبر من كل عام.

يُعد تدخل السلطان هيثم بن طارق بتوجيه الحكومة لدعم أسعار الوقود في مطار صلالة هو الحل الأعلى من بين الحلول التي قامت بها شركة الطيران، علمًا بأن هذا الدعم لن يستفيد منه الطيران العُماني وحده، بل ستكون الاستفادة أيضًا لطيران السلام، وغيرها من شركات الطيران التي تتوجه إلى محافظة ظفار العمانية خصوصًا في موسم الخريف السياحي.

ونتيجة للدعم المباشر الذي تحقق على أسعار الوقود في مطار صلالة وفقًا للتوجيهات التي جاءت للتعامل مع ملف هذا الموضوع، فقد بدأ الأمر إيجابيًا على الطيران العُماني، حيث أكد ارتفاع نسبة الحجزات لمحافظة ظفار بنسبة ٢٠ بالمائة مقارنةً بالعام 2022؛ وعلى إثر ذلك تم تثبيت أسعار التذاكر بين مسقط وصلالة ذهابًا وإيابًا لتكون بواقع 54 ريالًا عُمانيًا للمواطنين الكبار، و36 ريالًا للأطفال، و10 ريالًا عُمانية للرضع، على أن يتم تقييم هذه الأسعار ومدى تقبلها لإمكانية دراسة تثبيتها لاحقًا بعد موسم الخريف (العُمانية. 2023).

واستكمالًا لهذا الأمر ومتابعة للحلول الموضوعية لمعالجة ارتفاع أسعار تذاكر الرحلات الداخلية للخط مسقط - صلالة، فقد أعلن وزير النقل والاتصالات وتقنية المعلومات العُماني، رئيس مجلس إدارة شركة الطيران العُماني عن ثبات أسعار تذاكر الطيران الداخلي في مسار (مسقط - صلالة - مسقط) والعكس وذلك للمواطنين العُمانيين، مؤكدًا أنه تم تثبيت سعر تذكرة الطيران العُماني للعُمانيين على الدرجة السياحية للمسار الداخلي بين مسقط وصلالة، والعكس، بسعر وقدره 64 ريال عماني ذهابًا وإيابًا، و35 ريال عماني لتذكرة الذهاب فقط، وذلك طوال فترة العام. كما تم تحديد سعر تذكرة الطيران للذهاب والعودة خلال موسم الخريف في محافظة ظفار بـ 54 ريال عمان. (الصحة. 2024).

• رابعًا: ارتفاع أسعار خدمة توصيل المياه للمنازل

من الخدمات التي التزمت بها الحكومة العُمانية تجاه السكان هي إيصال المياه الصالحة للشرب إلى المنازل، وذلك عن طريق شبكات توزيع المياه التي تعم أرجاء البلاد، حيث تأتي هذه المياه من محطات التحلية لمياه البحر، أو من مشاريع المياه الجوفية الأخرى في بعض المحافظات والمناطق، وتعمل الحكومة على مد شبكات المياه لتصل إلى أقاصي البلاد، حيث يعتمد طول هذه الشبكة بناءً على موقع المحطة التي يتم ضخ المياه منها، وعادة ما تتكلف الحكومة بمبالغ كبيرة في سبيل تنفيذ هذه الشبكات، ويعود ذلك إلى جملة الأطوال التي تبلغها الشبكة، بالإضافة إلى التضاريس الصعبة التي تمر عليها خطوط الخدمة، والتي عادة ما تتطلب أعمال حفرية، أو شق في الجبال، وغيرها بحسب بيئة الموقع المراد إيصال الشبكة إليه وجغرافيته المختلفة.

وفرضت الحكومة رسومًا على المنازل السكنية الراغبة في إيصال خدمة المياه إليها، على أن تصدر عقب ذلك فواتير شهرية وكان الرسم الحكومي المفروض على المنازل هو (120) مئة وعشرون ريالًا عُمانيًا، أي ما يعادل (311) ثلاثمائة وأحد عشر دولارًا



أمريكياً، تُدفع لشركات التوصيل عن كل عدّد خدمة يتم إيصاله للمنزل، وبهذا المبلغ تقوم الشركة بتوصيل خط مياه خاص بالمنزل، ويربطه بخط الشبكة الرئيسية الذي يغذي الحي الذي يسكنه، وتزويده بعدّاد يحسب معدّل الاستهلاك الشهري من المياه.

وفي السابع عشر من يونيو 2019 م، أصدرت الهيئة العامة للمياه للقرار رقم 6 / 2019 بإصدار لائحة تنظيم خدمة المياه الصالحة للشرب، ومما تضمنته هذه اللائحة رفع رسم توصيل المياه للمنازل، حيث حدّدت اللائحة قيمة الرسم للمجال السكني لمساحة الأرض التي تساوي أو تقل عن 2000 متر مربع 700 ريال عماني أي ما يعادل (1818) ألف وثمانمئة وثمانية عشر دولاراً أمريكياً، كما تبلغ قيمة رسم توصيل الخدمة للمساحة الأعلى عن 2000 متر مربع 700 ريال أو قيمة التوصيل الفعلية (أيهما أعلى) (الجريدة الرسمية. 2019)، وهذا يعني أن الرسم قد ارتفع بما يزيد عن خمسة أضعاف من السعر المعمول به سابقاً.

هذا الارتفاع المفاجئ لم يكن متوقعاً لدى المواطنين، ولم يكن في حسابهم إطلافاً وأصبح عبئاً جديداً يضاف إلى الأعباء المالية يتكبدها المواطن في سبيل العيش، وعادة ما يكون إيصال هذه الخدمة يأتي بعد أن ينجز المواطن بناء مسكنه الذي تكبّد لأجله الكثير من الخسائر والمصاريف المالية، وبالتالي فإن ارتفاع المبلغ بهذا القدر غير مخططاً له ضمن ميزانية البناء، وهنا لا بد من اللجوء إلى حلول مالية أخرى قد تعين المواطن لتدبير هذا الأمر.

وعلى صعيد التعاطي مع الموضوع؛ فقد بدأ يأخذ طريقه نحو منصات شبكات التواصل الاجتماعي كغيره من المواضيع التي نالت حظها من النقاش والتداول على هذه الشبكات، وبدأ المواطنون يغرّدون مستنكرين هذا القرار الذي رأوا بأنه جاء بمثابة استنزاف لجيوبهم كما أشار بعض المغرّدون، وأطلق المغرّدون على شبكة تويتر (X) وسوم جديدة تتناول قضية تسعيرة خدمة توصيل المياه، حيث جاءت مطالباتهم واستنكارهم في وسوم:

- #رسوم_توصيل_المياه

- #ضد_رسوم_الهيئة_الجديدة

- #رسوم_خدمة_توصيل_الماء

وبعضهم من طرح مشاركاته في وسوم أخرى خصوصاً تلك التي تحمل اسم السلطان، أو أن يربطها بالوسوم الأكثر تداولاً على الصعيد المحلي.

وأشارت صحيفة الصحوة الإلكترونية العمانية في التاسع من يوليو 2019م، أن قرار الهيئة العامة للمياه والتي كانت تحمل آنذاك إسم ” ديم ” أثار سخط المغردين العمانيين في تويتر، وأظهر عجز البعض وغضب البعض الآخر و استيائه؛ مما دفعهم لطرح هذا الموضوع بأسفٍ شديد في وسوم #ضد_رسوم_الهيئة_الجديدة، وذلك بعد أن أصدرت ” ديم ” قرارها رقم 6/2019 المتعلق بإصدار لائحة تنظيم خدمة المياه الصالحة للشرب. (الصحوة. 2019).

ونتيجة لما أثير في هذا الوسم وغيره من تغريدات فقد أصدرت الهيئة العامة للمياه بياناً توضيحياً تُفدّ فيه تفاصيل هذه التسعيرة حيث أشارت صحيفة عُمان (2019) أن الهيئة العامة للمياه «ديم» قالت في بيان لها إشارة إلى ما يتم تداوله في وسائل التواصل الاجتماعي حول رسوم توصيل خدمة المياه الصالحة للشرب الجديدة؛ أن صدور لائحة تنظيم خدمة المياه الصالحة للشرب رقم (6/2019م) جاء من أجل تنظيم تقديم الخدمة، ولتنظيم العلاقة بين طالب الخدمة «المشترك» ومقدمها «الهيئة»، مؤكدة أن رسوم توصيل خدمة المياه الصالحة للشرب الجديدة تعكس المتوسط الفعلي لتكلفة تمديد الشبكات في المخططات فقط، ولا تشمل مكونات منظومة التي تشمل أنابيب نقل المياه الرئيسية، ومحطات الضخ، والخزانات التجميعية، وخطوط التوزيع الرئيسية، والتي تتحملها الهيئة، وقد تم



وضع رسم للعقارات السكنية بقيمة (10) ريالاً عمانية فقط لا غير مضاف على قيمة الاستهلاك الشهري في فاتورة المياه ولمدة شهراً فقط.

وأشارت صحيفة الشبيبة العمانية (2019) أن عددًا كبيرًا من المواطنين عبّروا عن امتعاضهم من الرسوم الجديدة التي ستطبقها الهيئة العامة للمياه في المخططات الجديدة، او المخططات التي لم تصل لها خدمات المياه الصالحة للشرب، وذلك بعد صدور لائحة تنظيم خدمة المياه الصالحة للشرب، حيث أطلقوا وسم "#ضد_رسوم_الهيئة" على شبكات التواصل الاجتماعي، مما دفع بالهيئة الى تنظيم جلسة حوارية مع وسائل الإعلام هدفت فيها الى توضيح الرسوم.

ويمكن للباحث أن يستنتج من ذلك إن مثل هذه البيانات والجلسات تؤكد مدى الضغط أو القوة التي تفرضها شبكات التواصل الاجتماعي على المؤسسات، حيث أن ظاهرة الملتقيات الصحفية واللقاءات الإعلامية بين المؤسسات صانعة القرار ووسائل الإعلام لم يكن معمول بها في سابق الوقت، وإنما هي حديثة عهد، وباتت تستخدمها للمؤسسات للتسويق لأعمالها، وتفنيد ما قد يطالها أو يطال خدماتها من نقد وملاحظات.

وفي ذات السياق، ورفضًا لقرار الهيئة برفع الرسوم أقام بعض أهالي ولاية بدبد بمحافظة الداخلية دعوى قضائية ضد الهيئة العامة للمياه، مطالبين في دعواهم بالحكم ببطالان القرار وإلغائه، حيث أصدرت محكمة القضاء الإداري في 26 يناير 2020م حكمًا بعدم صحة قرار الهيئة العامة للمياه بشأن مساهمة المواطن بمبلغ وقدره 700 ريال لتوصيل خدمة المياه الصالحة للشرب إلى المباني السكنية (أثير. 2020).

وفي السابع والعشرين من فبراير 2020م نشر عضو مجلس الشورى ممثل ولاية بدبد عبر حسابه الشخصي في شبكة تويتر (X) أن الهيئة استأنفت الحكم في قضية رفع رسوم توصيل المياه التي تقدم بها أهالي ولاية بدبد.

واستمر الحديث عن هذا الموضوع يتربع على شبكات التواصل الاجتماعي، واستمرت مطالبات ومناشدات أفراد المجتمع دون توقف، مما دفع الشركة العمانية لخدمات المياه والصرف الصحي في وقتٍ لاحقٍ إلى إصدار بيانٍ توضيحيٍّ آخر حول الموضوع ذاته، قالت فيه أنها تعمل على مراجعة لائحة توصيل خدمة المياه الصالحة للشرب، ومن المتوقع العمل بها خلال الربع الأخير من هذا العام، مؤكدة في الوقت ذاته أن هذه الرسوم قد تم استحداثها منذ عام 2019 م بناءً على مطالبات عديدة من شريحة كبيرة من المواطنين بهدف التسريع بتوصيل خدمة مياه الشرب بالشبكات، بدلا من التزويد عن طريق صهاريج المياه بالمخططات التي لا تشملها الشبكات. (شؤون عمانية. 2022).

وأستمر الوضع على ما هو عليه بين مناقشات ومناشدات ومطالبات على شبكات التواصل الاجتماعي، والبرامج الإذاعية، وفي كل يعيد المواطنون ذات مطالبهم بهذا الشأن، حتى جاء يوم التاسع من يناير 2024م، حيث اعتمد السلطان هيثم بن طارق - سلطان عُمان - إلغاء وتخفيض وتبسيط ودمج (411) رسمًا، من بينها تخفيض رسوم خدمة توصيل المياه الصالحة للشرب للفئات السكنية وغير السكنية لتكون بواقع 200 ريال عُماني للفئات السكنية بتخفيض مقداره خمسمئة ريال عُماني، حيث لاقى هذا الأمر ترحيبًا وقبولًا شعبيًا من قبل المواطنين.

● التفاعل الحكومي مع موضوعات يطرحها أفراد المجتمع

أثبتت متابعة شبكات التواصل الاجتماعي أن هنالك تفاعلاً حكوميًا في سلطنة عُمان مع ما يطرحه المتابعون لهذه الشبكات، ولعل هذا يتضح على وجه الخصوص على شبكة تويتر (X)، وبمتابعة بعض حسابات المؤسسات الحكومية يتضح أن هذه المؤسسات سواءً كانت وزارات، أو هيئات، أو حتى بمستوى مديريات قامت بالتفاعل مع عددٍ من التغريدات التي طرحها المعرّدون، وعلى ضوءها



أصدرت بيانات توضيحية بشأن ما يتم تداوله، وهذا يؤكد أنه بات لهذه الشبكات من القوة ما تجعل بصانع القرار أن يتواصل مع المجتمع بالوسيلة التي اختارها أفراد المجتمع، ولعل بعض المسؤولين قد لا يكونوا على قناعة بأهمية الرد على مثل هذه المواضيع، ولكن المعطيات من حوله تجعل من اللازم عليه الرد وتفنيد الأمور، لأنه لو ترك الأمر هكذا فقد يتفاقم لما هو أكثر، ويتطور لمطالبات متعددة، وقد يطال الطرح جملة من المغالطات التي يجد المسؤول نفسه والمؤسسة أمامها، مما يترتب عليهم إيجاد طرق بديلة لإزالة هذا الاحتقان وتقليل الامتعاض.

ومن خلال ما تم استعراضه أعلاه من نماذج لموضوعات تم إثارتها على شبكات التواصل الاجتماعي؛ يمكن للباحث أن يخلص إلى وجود تأثير لهذه الشبكات على صنع القرار، وأن هذه الشبكات أحدثت ضغطاً على صنّاع القرار في الحكومة، كما أن الحكومة أجرت تعديلات على عددٍ من قراراتها متأثرة بما يعرض على شبكات التواصل الاجتماعي، ويمكن الاستناد في هذه الفرضية على التصريح الإذاعي الذي أدلى به وكيل وزارة العمل العمانية لإذاعة هلا أف أم؛ حيث قال في حديثه في مقابلة إذاعية مصوّرة: "عدد المتابعين في منصات التواصل الاجتماعي للحكومة أكثر من 50 مليون متابع، وتم اتخاذ حوالي 1200 قرار حكومي، ناتج من رأي المجتمع" (أف أم. 2024).

كما يلاحظ لدى الباحث أيضاً أن جميع التعديلات على القرارات التي تم اتخاذها جاء بأمرٍ من السلطان نفسه، باعتباره رأس الهرم الأعلى في البلاد، كما يمكن أن يقود لتفسيرٍ آخر، وهو عدم قدرة بعض المسؤولين على اتخاذ قرار التعديل والتحسين نحو الأفضل يتوافق والمطالب المجتمعية.

وبالمتابعة أيضاً يمكن استنتاج عددًا من النتائج تتمثل فيما يلي:

- كلما كان التعاطي مع الموضوع المثار على شبكات التواصل الاجتماعي مبكراً؛ كلما كانت الفرص أكثر مواتية لإنهائه دون تطورات سلبية.
- الردود والتعاطي مع بعض المواضيع زادها سوءً وتعقيداً، ولعل هذا الأمر عائد إلى لغة البيان، وتوقيته، أو أن بيان الرد الرسمي حوى أيضاً بعضاً من المغالطات التي يعيها الجمهور المتابع.
- بعض المواضيع التي تم إهمالها بتجنب الرد عليها والتعاطي معها، زادت في التداول والانتشار، وكثر الأخذ والرد فيها، حتى أنها وصلت إلى تسليط الضوء عليها من قبل قنوات تلفزيونية، ووسائل إعلام غير عُمانية.
- بعض المواضيع أثّرت على شبكات التواصل الاجتماعي وتُعدّ بجهات رسمية أيضاً إلا أنها لم تجد نصيباً من الاهتمام والتداول، مما لم يدفع المؤسسة الرسمية للتعاطي معها وأهملتها، وكان هذا سبباً في وأدها، إذ أن بعض الردود الرسمية تكون سلبية، ونتائجها تكون عكسية على المؤسسة نفسها.



المراجع:

- 1- أبو العيين، شريف محمود 2022. دور مواقع التواصل الاجتماعي في اتجاه اتخاذ القرار بالنسبة للهيئات الرياضية، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة، العدد 95، الجزء 1، جامعة حلوان.
- 2- الحربي، عبد الله مزعل وآخرون 2016. مقدمة في الإدارة التربوية، الرياض: مكتبة الرشد.
- 3- الحباني، ليث أحمد ياسين 2012. دور المعلومات في صنع القرار السياسي، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، كلية القانون والسياسة.
- 4- الدليمي، عبد الرزاق محمد 2011. الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، عمان: دار وائل للنشر.
- 5- الطائي، مصطفى حميد 2012. مناهج البحث العلمي في الإعلام وعلوم الإتصال، الشارقة: مكتبة الجامعة.
- 6- العدوان، علي فواز طلال 2023. دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام في الأردن، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، المجلد 37، العدد الثاني.
- 7- العياوي، ياسين محمد حمد والمشهداني، سلام علي أحمد 2016. صنع القرار السياسي في الولايات المتحدة الأمريكية، عمان، مركز الكتاب الأكاديمي.
- 8- النعمي، بلقيس عبد الوهاب 2010. صناعة القرار التربوي، مجلة دراسات تربوية، وزارة التربية والتعليم العراقية، 3، 10، ص 205 – 224.
- 9- أيوب، ناديا 1989. نظرية القرارات الإدارية، مطبعة طربي، دمشق.
- 10- بن الحبيب، عادل 2021. دور مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام وتوجيه القرار السياسي، العمق المغربي، تم الاسترداد من: <https://al3omk.com/626995.html>
- 11- بوشهري، سعود عبدالعزيز 2021، دور وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على صنع القرار بدولة الكويت، مجلة البحوث المالية والتجارية، المجلد رقم 22، العدد الثاني، ابريل 2021، جامعة بورسعيد، مصر.
- 12- بوشهري، سعود عبدالعزيز 2018. دور شبكات التواصل في التأثير على أعضاء مجلس الأمة الكويتي في صنع القرار، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، المجلد رقم 9، العدد 1، ص 674 – 694.
- 13- جرار، ليلي احمد 2012. الفيسبوك والشباب العربي، عمان: مكتبة الفلاح.
- 14- حسين، سمير محمد 2006. دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة.
- 15- خلف الله، محمد جابر 2013. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي: [Social networking sites: مقال إلكتروني متاح على الموقع الرسمي الخاص بالأستاذ الدكتور محمد جابر خلف الله على الرابط](http://kenanaonline.com/users/azhar-gaper/posts/512902) <http://kenanaonline.com/users/azhar-gaper/posts/512902>، تم استرجاعه بتاريخ 2024/12/14.
- 16- خليفه، إيهاب 2016. حروب مواقع التواصل الاجتماعي، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- 17- دورتي، جيمس، وبالمستغراف، روبرت 1985. النظريات المتضاربة في العلاقات الدولية، ترجمة: الدكتور وليد عبدالحّي، الكويت، كاظمة للنشر والترجمة والتوزيع.
- 18- زعرب، زينب محمود عوض 2019. دور مواقع التواصل الاجتماعي في الضغط على عملية صنع القرار في وزارة التربية والتعليم، رسالة ماجستير، جامعة دمياط، كلية التربية، مصر.
- 19- شريف، علي وآخرون 2007. الإدارة المعاصرة، الأسكندرية، دار الفكر الجامعي.
- 20- شفيق، حسنين 2013. سيكولوجية الإعلام الجديد، القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.
- 21- شؤون عُمانية 17 فبراير 2022. حيا ديم” تنشر بيانا حول رسوم توصيل خدمات المياه.. ماذا جاء فيه؟، جريدة شؤون عُمانية الإلكترونية، تم الاسترداد من: <https://shuoon.om/?p=120196>
- 22- عامر، ربيع وعبد الرؤوف، طارق ٢٠٠٩. الإدارة المدرسية واتخاذ القرار، القاهرة: المؤسسة العربية للعلوم والثقافة.
- 23- عامر، طارق عبد الرؤوف والمصري، إيهاب عيسى 2016. صناعة واتخاذ القرار، القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.
- 24- عبدالرحمن، وفاء صلاح 2022. فعالية الهاشنتاجات كأساليب ضغط إعلامي جماهيري على القرارات الحكومية. مجلة مستقبل العلوم الاجتماعية، مج 8، ع 3، 145-178.
- 25- عرابي، خالد 11 يوليو 2019. امتعاض كبير في "السوشيال ميديا" من الرسوم الجديدة لتوصيل المياه، جريدة الشبيبة، تم الاسترداد من: <https://shabiba.com/article/122921>



- 26- عميور، نسرین 2008. دور صناعة القرار في تحقيق الفعالية التنظيمية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، الجزائر.
- 27- فاضل، مشتاق طلب 2018. دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي 2014 – 2017، مجلة تكريت للعلوم السياسية، العدد 12، العراق.
- 28- قراوع، إلياس محمد نصار 2019، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القرارات الحكومية من وجهة أعضاء مجلس النواب الثامن عشر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، قسم الصحافة، الأردن.
- 29- مال الله، عبدالرحمن حسين 2013. المشاركة الفعالة لمديري الأقسام في المديرية العامة للتربية في عملية صنع القرار"، مجلة البحوث التربوية والنفسية، جامعة بغداد، العدد 36، ص 221 – 251.
- 30- محمد، أحمد محمد عبدالحليم 2021. أثر شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية في مصر، مجلة البحوث المالية والتجارية، ع 1.
- 31- محمد، فتحي عبد الرسول 2008. الاتجاهات الحديثة في الإدارة المدرسية، الجيزة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- 1- Hsu, C & Park, H.W 2010. Sociology of Hyperlink Networks of Web 1.0, Web 2.0 and: a case study of South Korea, Social Science Computer Review, Published online 21 September 2010.Ssc sagepub.com.
- 2- M. Sanchez: Agenda Setting, spring 2002, at: <http://www.comprofessor.com/2012/10/media-agenda-setting.html>, available at: 17/5/2013
- 3- Maxwel McComba: The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion, University of Texas at Austin, P.P. 1-2. At: [www.infoamerica.org/documentos pdf/mccombs01.pdf](http://www.infoamerica.org/documentos/pdf/mccombs01.pdf), available at: 20/4/2013