دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات لدى الجمهور نحو أداء الحكومة والبرلمان في المجتمع الكويتي

نافل مبارك علي اعويش

الملخص

تسعى هذه الدراسة للوقوف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام الكويتي نحو أداء البرلمان والحكومة ومعرفة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على اعتماد الجمهور في المجتمع الكويتي على هذه الشبكات في الحصول على الأخبار والمعلومات المتصلة بأداء كلا من الحكومة والبرلمان ، وعلاقاتها بقيمهم المجتمعية إيجابا أو سلبا .

نتائج الدراسة

1) أهم الشبكات التي يستخدمونها الجمهور الكويتي هو التويتر والانستغرام ، كشبكات اجتماعية تحقق إشباعا اجتماعيا حيث أنها تخلق جوا اجتماعيا وتواصلا بين الزملاء والأصدقاء والعائلة في أي وقت وفي أي مكان ، وأيضا ساعدت المستخدمين على إبراز وتشكيل صفحاتهم الشخصية بالطريقة التي يريدونها ، والتي يمكنهم من خلالها كتابة المقالات وتبادل الأفكار والآراء أكثر من مواقع الفيديوهات مثل يوتيوب .
2) الجمهور الكويتي يشعر بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يحدث تغيير في اتجاهاتهم وسلوكهم نحو الحكومة والبرلمان ، لما تطرحه من نشر المعرفة حول بع القضايا السياسية وحول أداء البرلمان والحكومة ، حيث تنقل من خلال مستخدميها المعلومات والأحداث والأخبار السياسية والتعليق عليها .
3) يعتبر المجتمع الكويتي أن مواقع التواصل الاجتماعي مصدر هام من مصادر الأخبار والمعلومات السياسية والتي تمكنهم من الدخول في مناقشات مع الأصدقاء من أجل تبادل المعلومات والآراء وإيجاد حلول لهذه المشاكل أو التصرف والمشاركة في مواجهة هذه المشكلات .
4) عدم وجود دراسات وبحوث سابقة تتعلق بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تأثيرها على الناخبين الكويتيين نحو أداء الحكومة والبرلمان وبالتالي فلم يوجد معلومات كثيرة حول مدى تأثير هذه المواقع على الجمهور أو الناخبين في دولة الكويت .

The role of social networking sites in the formation of the public attitudes towards the performance of the government and parliament in the Kuwaiti society

Nafel Mubarek Ali Eawaish

Abstract

The problem of this study can be stated in the following question ; Is there role of to the social networking sites in the formation of the public When gets to information and news towards the performance of the government and parliament in the Kuwaiti society ?

Results:

The following results have been reached:

Enabled social networking for young sites a large space to interact with their social networks and communicate with them ideas and topics, and see the importance of these sites to attract young people in the State of Kuwait, especially my twitter and instagram and their effects in them and give them the opportunity to express their views and attitudes towards the issues on the local scene, it helps to disseminating information rapidly, as well as the formation of public opinion among the public about the Kuwaiti government and parliament and influence them in the performance of behavioral , information and emotional.

مقدمة :

حملت تكنولوجيا الاتصال الحديثة بخصائصها من التفاعلية والتدويل والانتشار إلى جمهور وسائل الإعلام في كل الكرة الأرضية عديداً من الايجابيات التي أتاحت له الزيادة في الاعتماد على هذه الوسائل لتلقي المعلومات والأفكار والاتجاهات والرؤى ، وكذلك مزيداً من الاعتماد عليها في صياغة قراراته المصيرية حول حياته الشخصية والاجتماعية والثقافية والسياسية .

ولقد تمكنت التكنولوجيا الرقمية من العمل على نطاق عالمي لتحقيق بعض أحلام الإنسانية ، وتجلى الربط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى ظهور وسائل التواصل الاجتماعي التي أدت بمرور الوقت دوراً بارزاً في تشكيل اتجاهات الرأي العام وبناء القناعات الذاتية والمواقف والآراء تجاه مختلف القضايا والأحداث في مختلف المجالات.

وتعد شبكات التواصل الاجتماعي إحدى الأدوات التكنولوجية الحديثة التي تتيح للأفراد فرص التواجد على شبكة الانترنت بما يسمح لهم بالتعبير عن آرائهم وتوجهاتهم وأفكارهم وإتاحة الفرصة أمامهم للتعددية السياسية ، وتنمية الوعي السياسي وزيادة درجة المشاركة السياسية ، وفتح منافذ جديدة للأقليات وجميع القوى للتعبير عن آرائها وأفكارها مما يطرح آفاقا أرحب لمفاهيم الديمقراطية الرقمية .

ولكن شبكات التواصل الاجتماعي في نهاية الأمر لا تعني اختراعا لنوع جديد من الديمقراطية بل ممارسة للديمقراطية المعروفة بأدوات وآليات جديدة ، وتعد هذه الشبكات أداة مساعدة وداعمة للمواطنين والحكومات على حد سواء ، باعتبارها من منجزات ثورة المعلومات والاتصالات ويتم استخدامها في تفعيل جوهر الديمقراطية من خلال التواصل والتعبير عن مختلف الآراء بسرعة وسهولة ، بما يضمن رجع صدى سريع يحقق التقويم والتعديل للأوضاع المختلفة التي تتطلب ذلك.

وبالتالي نجد أنفسنا باختصار أمام ظاهرة (سياسية – تكنولوجية) متنامية تفرض نفسها فرضا ، وهي وليدة الرابطة العميقة التي تصل إلى حد التلاحم بين أدوات ممارسة المواطن لحقوقه السياسية والديمقراطية من ناحية وبين منجزات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من ناحية أخرى

ولقد وفرت ثورة الاتصالات والتكنولوجيا الحديثة ما يعرف بالسياسة الافتراضية التى تمثلت فى زيادة انتشار ظاهرة المدونات الشخصية ، وبعض مواقع التواصل الاجتماعى مثل : الفيس بوك واليوتيوب والتويتر وغيرهم ، وهى الوسائل والآليات التى تمكن عددا كبيرا من المواطنين فى جميع أنحاء العالم وغالبيتهم من طلبة الجامعات والمدارس ، والشباب من التعبير عن آرائهم ومطالبهم ومحاولة الحصول على حقوقهم المنتهكة او المسلوبة من خلالها .

ولقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي صوت لكثير من الشباب نجح في زحزحة أسقف التعبير الضيقة التي وضعتها مؤسسات النظام التقليدية ، وذلك لأنها

عبارة عن فضاء شبكي جوهري افتراضي لا صلة له بالحدود الجغرافية أو السياسية المعروفة ، تسوده حركة دائمة ومستمرة ، ويتعمق وجوده من خلال الفيض المعلوماتي الدائم ، كما أنها برزت في صورة عشوائية واستمرت كذلك ، مما ساعد على ابتعادها عن أنظار الرقابة والسيطرة والقمع التي تمارسها بعض أجهزة الأمن والاستخبارات ، وهدفت إلى الخروج عن نموذج المشاركة المحسومة المرسوم من قبل النظام الحاكم ، كما عبرت عن بداية حالة من العصيان والتمرد السياسي على ما هو قائم ، وأسهمت في خروج بعض فئات الشباب في حالة العزلة السياسية التي فرضت عليهم لفترة طويلة وعمقت من درجة مشاركتهم في الحياة السياسية ، بالإضافة إلى أنها خلقت نوعا جديدا من الإعلام الشعبي الذي يعمل كناشر للرسائل الإعلامية التى يحجبها النظام الرسمى فى الدول .

أخذت مواقع التواصل الاجتماعى بالكويت خصوصاً التويتر ، مساحة كبيرة من اهتمام الكويتيين ، حيث اتجه الكويتيون إلى بيت العصفورة "تويتر" للتعبير عن آرائهم السياسية ، وللتعبير أيضا عن رفضهم أو تأييدهم للأحداث السياسية بالكويت .

وكان لـــ" الهاشتاقات " hashtag " بالتويتر النصيب الأكبر ، وكان لاستعمال الألوان تعبير خاص لدى الكويتيين ، فاللون البرتقالى يعبر عن الأشخاص المقاطعين والمعارضين للانتخابات السابقة واللون الأزرق يعبر عن المؤيدين للانتخابات السابقة ، ولم يكن استعمال تويتر فقط للتعبير عن الآراء فقد أصبح الجمهور الكويتي على اتصال مباشر مع الساسة والنواب في الكويت ، ومواقع التواصل الاجتماعي ساعدت في تقوية الحراك الشبابي المعارض للانتخابات والمعارض للمجلس الحالي ، وما كان لهذا الحراك الشبابي أن ينتظم ويتعاظم بوتيرة متسارعة لولا مثل هذه الوسائل الحديثة ، وما لا يعرفه الكثيرون أن الحراك الشبابي منذ بدايته بالكويت ، كان تنظيماً إلكترونياً وتطورت الأحداث السياسية ، قبل أن يأتي التويتر في الفترة الحالية ليتوج هذا الاستخدام الإلكتروني في فعاليات الحراك الشعبي الكويتي .

الدراسات السابقة :

قسم الباحث الدراسات السابقة إلى محورين أساسيين على النحو التالي :

- **المحور الأول : يشتمل على الدراسات التي تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات .**
- **المحور الثاني : يشتمل على مجموعة الدراسات المرتبطة بالإطار النظري للدراسة وهو نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام .**

- **المحور الأول : الدراسات التي تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات**

1-دراسة صلاح الفضلي وعلي دشتي (2013) عن :" تأثير التويتر على الناخبين في انتخابات مجلس الأمة الكويتي ."

تأتي هذه الدراسة في ضوء تأثير التويتر على الناخبين في انتخابات مجلس الأمة الكويتي ، وتهدف إلى دراسة تأثير استخدام خدمة التويتر على قرار الناخب الكويتي خلال فترة انتخابات مجلس الأمة لعام 2012 ، في ظل الانتشار السريع لموقع التويتر وباقي مواقع التواصل الاجتماعي الذي شجع مستخدمي هذه المواقع على توظيفها في الحملات الانتخابية ، التي أصبحت وسيلة للناخبين للتعرف على المرشحين في أثناء الحملات الانتخابية ، وفي المقابل حرص المرشحون على تحسين حملاتهم الانتخابية من خلال استخدام هذه المواقع للوصول إلى أكبر عدد من الناخبين ، وقد جاءت النتائج المحصلة من الدراسة تشير إلى وجود علاقة إيجابية بين استخدام التويتر واختيارات الناخب الكويت .

2-دراسة عبد الكريم علي الدبيسي وزهير ياسين الطاهات (2013) عن :" دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلاب الجامعات الأردنية."

تتلخص أهداف الدراسة في معرفة معدلات استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعية الرقمية ، والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الطلبة ، ومستوى منافسة شبكات التواصل الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية باعتمادها مصادر للأخبار والمعلومات ، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي عن طريق تصميم استبانه لمسح آراء الطلبة وجمع الحقائق والمعلومات ثم تحليلها.

وقد اختار الباحثان عينة عددها (300) طالب وطالبة من طلبة الجامعات الأردنية ، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة ، وان تلك الشبكات أصبحت تشكل مصدرا من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي من شانها التأثير في تشكيل الرأي العام ، ومنافسة وسائل الإعلام التقليدية والصحافة الالكترونية في ذلك ، وكان بعض معلوماتها ايجابيا مثل تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء ، والبعض الآخر سلبيا مثل ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي والتشكيك فيما تبثه وسائل الإعلام الوطنية الرسمية وشبه الرسمية والتحريض على التظاهر أو الاعتصام أو الإضراب ، واستخدام العامل الديني لإثارة سلوك أفراد المجتمع أو الدعوة لمقاطعة الأنشطة والفعاليات التي تدعو إليها الحكومة .

3-دراسة رامي حسين الشرافي (2012) عن :" دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني ."

هدفت هذه الدراسة بشكل رئيسي إلى التعرف إلى الدور الذي يقوم به

الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني في قطاع غزة وطبقت الدراسة على عينة من الطلبة في الجامعات الفلسطينية ممن هم مسجلون بالفعل في الفصل الثاني من العام الجامعي 2011 – 2012 ، وقد استخدم الباحث المنهج المسحي لعينة مكونة من (492) طالبا وطالبة وهم من أكثر فئات المجتمع الفلسطيني استخداما للانترنت والإعلام التفاعلي ، وجاءت نتائج الدراسة كالتالي :

1–أن الفيس بوك أكثر وسائل الإعلام التفاعلي استخداما لدى المبحوثين .
2–أن الطلبة يثقون بالإعلام التفاعلي للحصول على المعلومات وبالدور الذي يقوم به في تشكيل الثقافة السياسية الفلسطينية لدى المبحوثين وبالنسبة تصل إلى 70% .
3–أن للإعلام التفاعلي دور ايجابي في تشكيل الثقافة السياسية لدى المبحوثين .
4–وجود فروق ذات دلالة إحصائية في محور ايجابيات الإعلام التفاعلي طبقا لمتغير الجامعة التي يدرس فيها المبحوث .
5–وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة دوافع الإعلام التفاعلي ومتغير التخصص العلمي .
6–وجود فروق بين مستوى دخل الأسرة المرتفع مقارنة بمستوى الدخل الأدنى له.

- **المحور الثاني : يشتمل على مجموعة الدراسات المرتبطة بالإطار النظري للدراسة وهو نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام .**

1–دراسة أحمد فاروق رضوان (2012)(عن :" اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011 ."

استهدفت الدراسة التعرف على كثافة استخدام الجمهور لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة أثناء أحداث ثورة 25 يناير 2011 وكذلك التعرف على العوامل المؤثرة في اعتماد الجمهور على هذه الوسائل وطبيعة التفاعل معها والتعرف على مدى تحقق التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المرتبطة بالاعتماد على الوسائل أثناء الثورة ، وقد أجريت الدراسة على عينة من 300 مبحوث من مستخدمي الانترنت خلال شهري أبريل ومايو 2011.

وأثبتت الدراسة أن العديد من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية قد تحققت نتيجة اعتماد أفراد العينة على وسائل الإعلام أثناء الثورة فعلى مستوى التأثيرات المعرفية استطاعت وسائل الإعلام أن تقدم معلومات وتفسيرات للعديد من أحداث الثورة والأحداث التي سبقتها وأدت إلي حدوثها، كما استطاعت أن تعرض وجهات نظر وآراء متنوعة ، وعلى مستوى التأثيرات الوجدانية استطاعت وسائل الإعلام أن تشعر أفراد العينة أنهم يساهمون في الحوارات والنقاشات الخاصة بمستقبل الدولة كما استطاعت هذه الوسائل أن ترفع شعور الأفراد بالانتماء وتأييد الثورة وشعوره بالاطمئنان على مستقبل الدولة ، وعلى مستوى التأثيرات السلوكية ذكر أفراد العينة

أن وسائل الإعلام دفعتهم للمشاركة في نقاشات وحوارات حول الثورة واتخاذهم لقرار المشاركة في التصويت سواء في الاستفتاء على التعديلات الدستورية أو الاقتناع بالمشاركة في الانتخابات التشريعية والرئاسية.

وجاء في نتائج الدراسة أن أكثر العوامل التي دفعت الجمهور لمتابعة وسيلة معينة أثناء الثورة هي سرعة الوسيلة في نقل وتغطية الحدث وكذلك وجود صور أو مشاهد فيديو مصورة مصاحبة للخبر، إلى جانب موضوعية الوسيلة وعدم تحيزها والثقة فيما تقدمه وقدرتها على عرض وجهات النظر المختلفة.

وجاءت القنوات الإخبارية العربية كالجزيرة والعربية في مقدمة الوسائل التي تعرض لها أفراد العينة أثناء الثورة ، تليها الصحف المصرية الخاصة مثل المصري اليوم واليوم السابع والشروق سواء نسخها المطبوعة أو مواقعها الالكترونية وفي الترتيب الثالث جاءت القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية مثل بي بي سي العربية والحرة ، تليها مواقع الإنترنت الإخبارية مثل مصراوي ثم القنوات المصرية الخاصة مثل الحياة ودريم واون تى في ، وحلت قنوات التليفزيون المصري الرسمي في الترتيب السادس يليها الجرائد الحزبية المصرية ثم القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة بلغات أجنبية مثل CNN , BBC. وجاءت الصحف القومية المصرية في الترتيب الأخير.وفيما يتعلق بالإنترنت جاءت مواقع التواصل الاجتماعي مثل facebook ,twitter في مقدمة المواقع التي تم الاعتماد عليها لمتابعة أحداث الثورة يليها موقع youtube ثم المنتديات والمدونات.

2- دراسة سماح محمد محمدي (2012) عن :" اعتماد الشباب الجامعي على موقع التواصل الاجتماعي " فيسبوك" أثناء انتخابات الرئاسة المصرية ."

توصل البحث من خلال الدراسة الميدانية التي تم إجراؤها على عينة قوامها 200 من طلاب الجامعة ، وباستخدام صحيفة الاستبيان إلى عدد من النتائج التي سعت إلى الوقوف على مجموعة العوامل المؤثرة في اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على موقع فيسبوك أثناء فترة انتخابات الرئاسة المصرية (الجولة الأولى للانتخابات) إلى :

1- ارتفاع كثافة اعتماد الشباب الجامعي على الفيسبوك أثناء انتخابات الرئاسة المصرية .
2- موقع الفيسبوك جاء بالمرتبة الثانية كأكثر الوسائل التي اعتمد عليها المبحوثين لاستيقاء معلوماتهم عن انتخابات الرئاسة المصرية .
3- أظهرت الدراسة أن ارتفاع اعتماد الشباب الجامعي على الفيسبوك لا يعني بالضرورة ارتفاع مستوى مصداقية الفيسبوك لديهم .
4- وعن مدى استفادة الشباب من الفيسبوك في اتخاذ القرار بالتصويت الانتخابي بانتخابات الرئاسة المصرية انقسم المبحوثين ما بين مؤكد و رافض لوجود تأثير للفيسبوك على قرار التصويت لمرشح محدد من المرشحين للرئاسة .

5- أظهرت الدراسة وجود علاقة إرتباطية طردية قوية بين كثافة اعتماد الشباب الجامعي على الفيسبوك أثناء انتخابات الرئاسة وبعض أهداف هذا الاعتماد والمتمثلة في أهداف الفهم الذاتي وتوجيه الفاعل والتسلية بنوعيها الانعزالية والاجتماعية .

3- دراسة تشانغ Chang وتشو Zhu (2011) عن :" فهم اعتماد مواقع الشبكات الاجتماعية في الصين : مقارنه الاعتماد ما قبل وما بعد الاعتماد ".

تهدف الدراسة إلي التعرف علي الاعتماد علي المواقع الاجتماعية قبل وبعد الاعتماد علي أساس نظرية السلوك المخطط لها ، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح ، كما استخدمت استمارة الاستبيان طبقت علي مستخدمي الانترنت في الصين . وقد خلصت الدراسة إلي:- 1- التواصل مع الأصدقاء القدامى لديها اختلافات واضحة بين ما قبل وما بعد ، موضحا أنه ليس لديها تأثير كبير في السابق ولكن لها تأثير كبير فيما بعد . 2- أن دوافع الحصول للحصول علي المعلومات المفيدة ، قبل وبعد الاعتماد لا توجد اختلافات كبيرة بين المجموعتين . 3- أما دافع التسلية نجد أن هناك اختلاف كبير ، حيث تستخدم المواقع الاجتماعية الألعاب الاجتماعية باعتبارها نقطة تحول في استقطاب مشاركة المستخدم.

التعليق على الدراسات السابقة :

أكدت معظم الدراسات السابقة على ما يلي :

1- مدى انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب وأن هذه المواقع أصبحت مصدر مهما من مصادر الحصول على المعلومات والأخبار .

2- أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورها هاما في تشكيل الرأي العام والتأثير على اختيارات الجمهور الانتخابية وأنها أصبحت منافسا لوسائل الأعلام التقليدية ولها دور فعال في تشكيل الثقافة السياسية .

3- بعض مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك والتويتر استطاع كسر حواجز الرقابة التي تفرضها الحكومات ، وأعطى قوة إضافية للمواطنين في التأثير ومراقبة صناع القرار ومن خلال تسهيل التواصل فيما بين الناس شجعت هذه المواقع على زيادة المشاركة السياسية للمواطنين .

4- ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي في نجاح الثورات العربية في تونس ومصر كما أوضحت بعض الدراسات أن هذه المواقع أدت دوراً كبيراً في التنسيق بين الثوار وتم توظيفها في مسألة التشبيك بين المجموعات السياسية وتنظيم الاعتصامات ، وساهمت في تغيير الصورة النمطية للشباب العربي ، إذ حولته من شباب كان يوصف بالسطحية ، إلى شباب فاعل يتوق للحرية والكرامة والتغيير .

5- بالنسبة للمدونات أشارت بعض الدراسات أن لها تأثير سياسي ولكن هذه التأثير يأتي على المدى البعيد .

6- جاءت بعض الدراسات مؤكده على أن الجمهور يزيد اعتماده على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة خصوصا في وقت الأزمات والثورات لحاجة هذا

الجمهور إلى المعلومات والأخبار ، وأن أكثر العوامل التي دفعت الجمهور لمتابعة وسيلة معينة أثناء الثورة أو الأزمة هي سرعة الوسيلة في نقل وتغطية الحدث وكذلك وجود صور أو مشاهد فيديو مصورة مصاحبة للخبر، إلى جانب موضوعية الوسيلة وعدم تحيزها والثقة فيما تقدمه وقدرتها على عرض وجهات النظر المختلفة .

7- أما بالنسبة للدور السلبي الذي تلعبه بعض مواقع التواصل الاجتماعي أكدت بعض الدراسات السابقة على أن هذا الدور يتمثل في ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي والتشكيك فيما تبثه وسائل الإعلام الوطنية الرسمية وشبه الرسمية والتحريض على التظاهر أو الاعتصام أو الإضراب ، واستخدام العامل الديني لإثارة سلوك أفراد المجتمع أو الدعوة لمقاطعة الأنشطة والفعاليات التي تدعو إليها الحكومة.

- لم تتطرق معظم الدراسات السابقة إلى الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في مراقبة أداء الحكومة والبرلمان وتشكيل اتجاهات الجمهور بالنسبة لهذا الأداء وتقييمه وحدوث رجع صدى بالمقابل وهذا ما يدور حوله موضوع الدراسة الحالية .
- وقد استفاد الباحث من مراجعة الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة تحديدًا دقيقا ومعرفة الجوانب الجديدة التي لم يتم دراستها لتجنب التكرار ، كما استفاد الباحث من مراجعة الدراسات السابقة في صياغة فروض الدراسة وتساؤلاتها واختيار المنهج المناسب للدراسة .

مشكلة الدراسة :

في ظل الارتفاع المستمر لاستخدام شبكة الانترنت على مستوى العالم حيث وصل عدد مستخدمي شبكة الانترنت في عام 2010 إلى مليار 966 مليون مستخدم ، أحدثت الشبكات الاجتماعية ثورة في الاتصال والتواصل وذلك لجمعها لملايين من المستخدمين الذين يتبادلون كمية هائلة من البيانات في نفس الوقت .

وفي ضوء ما تشير إلية الإحصائيات والبيانات من معدلات إقبال العالم على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث وصل عدد مستخدمي فيس بوك (Facebook) حوالي 400 مليون مستخدم ، وعدد مشتركي التويتر (Twitter) 300 مليون مشترك ،، ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في وصول الأفكار والمعلومات بصورة كبيرة لم تكن موجودة من قبل ، الأمر الذي أدى إلى زيادة أعداد المشتركين فيها بصورة كبيرة جدا ، فهذه الشبكات تمثل لمستخدميها فضاء للتواصل الاجتماعي والتبادل الاجتماعي والنقاش السياسي ، وتتيح لهم الفرصة للتعبير عن آرائهم واتجاهاتهم في القضايا المطروحة على الساحة المحلية والإقليمية والعالمية ، فهي تساعد على نشر المعلومات بصورة سريعة والبعض يؤكد على الدور الحيوي والحاسم الذي لعبته هذه الشبكات سواء بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال إدراك الشباب لحرية الرأي والتعبير في

القضايا السياسية .

وبما أن هناك بحوث تشير إلى وجود علاقة طردية بين استخدام الفيس بوك وزيادة المشاركة السياسية في الكويت ، تأتي مشكلة هذه الدراسة في الوقوف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو أداء البرلمان والحكومة في المجتمع الكويتي ومعرفة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على اعتماد الجمهور الكويتي على هذه الشبكات في الحصول على الأخبار والمعلومات المتصلة بأداء كلا من الحكومة والبرلمان، وعكس آراء واتجاهات وميول الشرائح الاجتماعية لا سيما الشرائح التي تتصدى للقضايا المحلية و الوطنية و قضايا الإصلاح السياسي والاقتصادي والاجتماعي .

ونظرًا لأهمية تلك المواقع في استقطاب الشباب لها في دولة الكويت وتأثيراتها فيهم ، تتحدد مشكلة البحث في محاولة الوقوف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام الكويتي نحو أداء البرلمان والحكومة ومعرفة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على اعتماد الجمهور في المجتمع الكويتي على هذه الشبكات في الحصول على الأخبار والمعلومات المتصلة بأداء كلا من الحكومة والبرلمان ، وعلاقاتها بقيمهم المجتمعية إيجابا أو سلبا .

أهداف الدراسة :

1- التعرف على العلاقة بين اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل اتجاهات الجمهور الكويتي نحو أداء البرلمان والحكومة .
2- الوقوف على درجة اعتماد الجمهور في المجتمع الكويتي على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار والمعلومات والموضوعات المتصلة بأداء الحكومة والبرلمان .
3- رصد التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي .
4- التعرف على دوافع استخدام الجمهور الكويتي لهذه المواقع .
5- التعرف على أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الجمهور الكويتي.
6- التعرف على دوافع التيارات السياسية في موضوعات الحراك الجماهيري نحو أداء الحكومة والبرلمان الكويتي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

أهمية الدراسة :

1- يكتسب البحث أهميته من قدرة مواقع الشبكات الاجتماعية على حشد الشباب نحو فكرة أو موضوع أو قضية أو حدث وهو ما كان واضحا للجميع عند قيام الشباب الكويتي بإنشاء أكثر من هاشتاج (hashtag) على موقع التويتر (Twitter) يحث المواطنين على التظاهر بشكل سلمي على سبيل المثال نحو مقاطعة الانتخابات لرفضهم لمرسوم الصوت الواحد ووضع اللون

البرتقالي إشارة إلى المقاطعة ، كما ساعد موقع يوتيوب (Youtube) على نشر كلّ ما يخص المظاهرات وأعدادها وكل ما يذكر فيها من ندوات وهتافات على نطاق واسع .

2- أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي للشباب مساحة كبيرة للتفاعل مع شبكاتهم الاجتماعية ، والتواصل معهم بالأفكار والموضوعات وهو ما يمثل طفرة كبيرة في عالم الاتصال تختلف بشكل جذري عن وسائل الإعلام التقليدية ، فقد ظهر موقع (Youtube) في عام ٢٠٠٥ ؛ بهدف إتاحة الفرصة للمستخدمين لوضع مقاطع الفيديو وتبادلها مع المستخدمين الآخرين والتعليق عليها بعد المشاهدة ، كذلك إنشاء قنوات (Channels) تحتوي على بياناتهم الشخصية ومقاطع الفيديو التي يضعونها.

3- تعنى الدراسة بدور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الجمهور الكويتي نحو أداء الحكومة والبرلمان ، وأنها تبحث في الآثار المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل هذه الشريحة ، ويمكن أن تنبه الجهات الرسمية الكويتية المعنية إلى مضاعفة جهودها الإعلامية في جعل فئة الشباب عنصراً أساسيا مساندا لعملية البناء والتنمية في الكويت .

تساؤلات الدراسة :

1- ما معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار والمعلومات والموضوعات المرتبطة بأداء الحكومة والبرلمان الكويتي ؟

2- ما التأثيرات المترتبة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي نحو الأداء الحكومي والبرلماني ؟

3- ما أسباب استخدام الجمهور الكويتي مواقع التواصل الاجتماعي؟

4- ما مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الجمهور الكويتي ؟

5- ما الأساليب التي يستخدمها الجمهور الكويتي في المشاركة في موضوعات تخص أداء الحكومة والبرلمان الكويتي عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

فروض الدراسة :

1- يزداد الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الأفراد كلما زادت الحاجة لمعرفة الأداء الحكومي والبرلماني .

2- توجد علاقة بين السمات الديموغرافية للمبحوثين ومدى المشاركة في المواضيع المتعلقة بأداء الحكومة والبرلمان الكويتي .

3- هناك علاقة بين كثافة الاستخدام والمتغيرات الديموغرافية .

4- توجد علاقة إحصائية دالة بين التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المتحققة ودرجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي .

5- توجد علاقة إحصائية دالة بين الحاجات والأهداف الفردية وبين درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي .

نوع الدراسة :

بالنسبة لهذه الدراسة يمكن تصنيفها من الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف وتحليل ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية من حيث طبيعة استخدامات الجمهور الكويتي لها وعلاقاتها بقيمهم المجتمعية إيجاباً أو سلباً .

مجتمع الدراسة :

بالنسبة لمجتمع الدراسة سوف يشتمل على **مجتمع الدراسة التحليلية** المتمثل في جميع مواقع الشبكات الاجتماعية Social Networking Sites في الإنترنت ،**ومجتمع الدراسة الميدانية** المشتمل على الجمهور الكويتي في الدوائر الانتخابية الخمس الذي له الحق في الاقتراع ، حيث تنقسم دولة الكويت إلى خمسة دوائر انتخابية لعضوية مجلس الأمة ، على أن تنتخب كل دائرة عشرة أعضاء للمجلس وان يكون لكل ناخب حق الإدلاء بصوت واحد لمرشح في الدائرة المقيد فيها كحد أقصى وفقا لقانون الانتخاب الكويتي .

عينة الدراسة :

أ – العينة الاستطلاعية.

تكونت من 60 مفردة تم اختيارهم عشوائيا من موظفين بجامعة الكويت. بهدف التأكد من أدوات البحث والدراسة (الثبات والصدق).

ب– العينة النهائية.

وذلك للخروج بنتائج البحث وقوام هذه العينة 400 مفردة من العاملين بالجهات الحكومية والقطاع الخاص ومن الأسواق العامة من مستويات اقتصادية واجتماعية وتعليمية مختلفة ومن دوائر انتخابية مختلفة وممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي والجدول (1) يظهر خصائص العينة .

جدول (1) خصائص العينة

		التكرار	النسبة		المتغير	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	316	79.0	المهنة	أخصائي اجتماعي	2	0.5
	أنثى	84	21.0		الأشغال	1	0.3
العمر	30–21	218	54.5		الإعلام	1	0.3
	40–31	128	32.0		الداخلية	3	0.8
	50–41	36	9.0		باحث قانوني	10	2.5
	60–51	15	3.8		تربية	2	0.5
	61 فأكثر	3	0.8		ربة بيت	6	
الدائرة الانتخابية	الأولى	46	11.5		سكرتيرة	9	2.3
	الثانية	31	7.8		صحفي	1	0.3
	الثالثة	31	7.8		ضابط	2	0.5
	الرابعة	55	13.8		طالب	62	15.5

		التكرار	النسبة		المتغير	التكرار	النسبة
	الخامسة	237	59.3		عسكري	17	4.3
المستوى التعليمي	ابتدائي	2	0.5		فني	23	5.8
	متوسط او ما يعادله	35	8.8		متقاعد	10	2.5
	ثانوي او ما يعادله	67	16.8		محاسب	2	0.5
	دبلوم بعد الثانوي	79	19.8		محامي	2	0.5
	طالب جامعي	164	41.0		محضر علوم	1	0.3
	دراسات عليا	53	13.3		مدير	6	1.5
الدخل الشهري	اقل من 500 دينار	71	17.8		مراقب	1	0.3
	من 501- 1000	129	32.3		معلم	46	11.5
	1001- 1500	124	31.0		مهندس	19	4.8
	1501- 2000	57	14.3		موظف	174	43.5
	2001 فأكثر	19	4.8				
الحالة الاجتماعية	أعزب	107	26.8				
	متزوج	279	69.8				
	مطلق	14	3.5				

منهج الدراسة :

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي المسحي الذي يتناول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات لدى الجمهور نحو أداء الحكومة والبرلمان في المجتمع الكويتي من خلال توزيع أداة الدراسة والمكونة من (27) بندا على عينة الدراسة.

أدوات الدراسة :

استبانه لقياس (دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات لدى الجمهور نحو أداء الحكومة والبرلمان في المجتمع الكويتي)

صدق الإستبانة وثباته :

أولاً: صدق القائمة : Validity

قام الباحث بالتحقق من صدق الإستبانة بطريقتين :

صدق المحكمين حيث عرضت الإستبانة على مجموعة من الأساتذة المختصين والخبراء في جامعة الكويت وجامعة عين شمس وكذلك المستشارين في مجلس الأمة الكويتي ، وقد بلغ عددهم 11 محكم ، أسماء السادة المحكمين :

1- / **بدر ناصر الحجي** (دكتور من قسم الإعلام – جامعة الكويت)
2- **المستشار / حسن الحداد** (المستشار القانوني في مجلس الأمة الكويتي)
3- **د/ خالد القحص** (دكتور من قسم الإعلام – جامعة الكويت)
4- **أ.د/ داوود الباز** (مستشار قانوني في مجلس الأمة الكويتي)
5- **د/ دينا فاروق أبو زيد** (قسم علوم الاتصال والإعلام – جامعة عين شمس)
6- **د/ شيرين عمر** (قسم علوم الاتصال والإعلام – جامعة عين شمس)
7- **د/ عالية العوضي** (دكتور من قسم الإعلام – جامعة الكويت)
8- **د/ عبدالعزيز الديحاني** (دكتور من قسم الإعلام – جامعة الكويت)
9- **د/ محمد أحمد العوضي** (المستشار القانوني في مجلس الأمة الكويتي)
10- **د/ منيب ربيع** (المستشار القانوني في مجلس الأمة الكويتي)
11- **أ.د/ هبة شاهين** (قسم علوم الاتصال والإعلام – جامعة عين شمس)

1. الاتساق الداخلي : Internal Consistency

قام الباحث بحساب معامل الارتباط بين درجة كل بند والدرجة الكلية للمحور التابع له وهذا يتضح من خلال استعراض نتائج الجدول التالي :

جدول (2) معاملات الارتباط داخل محاور للدراسة

البند	الارتباط	البند	الارتباط
الدوافع السياسية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على أخبار والمعلومات المتعلقة بالبرلمان والحكومة الكويتية		التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المتحققة ودرجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي	
1	0.435**	1	0.566**
2	0.590**	2	0.560**
3	0.638**	3	0.522**
4	0.328*	4	0.490**
5	0.668**	5	0.536**
6	0.641**	6	0.679**
7	0.502**	7	0.612**
8	0.534**	8	0.535**
9	0.328*	9	0.273**

البند	الارتباط	البند	الارتباط
10	0.477**	10	0.484*
11	0.460**	11	0.475**
12	0.500**	12	0.588**
13	0.485**		
14	0.584**		
15	0.312*		

- **دال عند 0.05 – **دال عند 0.01**

تبين نتائج معاملات الارتباط في الجدول رقم (2) بالنسبة للمحـــور الأول وجود ارتباط موجب دال بين كل بند والدرجة الكلية للمحور عند مســـتوى 0.01 بعدد (12) بند وعند مستوى 0.05 بعدد ثلاث بنود . وقد بلـــغ أقـــل ارتبـــاط (0.312) بينما بلغ أكبر ارتباط (0.668)

أما بالنسبة للمحور الثاني أيضا بوجود ارتباط موجب دال بين كـــل بنـــد والدرجة الكلية للمحور عند مستوى (11) بند وعند مستوى 0.05 ببند واحد وقد بلغ أقل ارتباط (0.273) بينما بلغ أكبر ارتباط (0.679)

مما يعني اتسام المحورين لاتساق داخلي مرتفع

صدق المحتوى : (Construct Validity)

جدول (3) معاملات الارتباط الإبعاد الثلاث بالدرجة الكلية للمحور الثاني

	المحاور	درجة الارتباط	الدلالة
1	التأثيرات المعرفية	0.804**	0.000
2	التأثيرات الوجدانية	0.811**	0.000
3	التأثيرات السلوكية	0.779**	0.000

****دال عند 0.01**

يتضح من الجدول السابق أن جميع معاملات الارتباط جاءت دالة عند مستوى 0.01 . بين كل بعد والدرجة الكلية للاختبار .

ثانياً : إجراءات الثبات : Reliability

لقد قام الباحث من خلال تطبيق الإستبانة على العينة استطلاعية التي تم اختيارها عشوائيًا ، والتي بلغ عدد أفرادها 40 فردا ، بحساب ثبات الإستبانة ككل ، وحساب ثبات كل محور من محاورها الثلاثة ، بطريقتي القسمة النصفية Split-half والفا كرونباخAlpha Cronbach ، ويقصد بثبات الإستبانة أنها تعطي نفس النتائج تقريبا أذا تم إعادة تطبيقها أكثر من مرة وفي نفس الظروف والشروط وجدول (4) يوضح نتائج ذلك

جدول (4) معاملات الثبات بطريقتي ألفا كرونباخ والتجزئة النصفية للمحورين

	المحاور	عدد الفقرات	معامل الثبات AlphaCronbach	التجزئة النصفية Split-half
1	الدوافع السياسية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على أخبار والمعلومات المتعلقة بالبرلمان والحكومة الكويتية	15	0.745	0.747
1	التأثيرات المعرفية	4	0.576	0.438
2	التأثيرات الوجدانية	4	0.707	0.795
3	التأثيرات السلوكية	4	0.498	0.586
	التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المتحققة ودرجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي	12	0.745	0.725

- تم تصحيح الطول بطريقة سيبرمان – براون

يوضح جدول (4) أن قيم معامل ألفا كرونباخ مرتفعة لكل محور من محاور الإستبانة ، وكذلك بطريقة التجزئة النصفية ، و أنها معدلات مقبولة للثبات ، مما يجعل الإستبانة صالحة للتطبيق .

وقد قام الباحث بعد التحقق من صدق وثبات الإستبانة بوضعها في صورتها النهائية

الأساليب الإحصائية :

استخدم الباحث الحاسب الآلي في إدخال البيانات ومعالجتها بواسطة برنامج spss فقد تم اختيار الاختبارات الإحصائية التي تتناسب مع أسئلة الدراسة المستخدمة ومتغيرات الدراسة وهي :

- الارتباطات Correlation معامل بيرسون
- التكرارات والنسب المئوية. (Frequency – Percent)
- اختبار (ت) Independent Samples Test
- تحليل التباين الأحادي (one Way ANOVA)واختبار LSD (اقل فرق) للبحث عن اتجاه الفروق .

التعليق على نتائج الدراسة الميدانية

قد سبق العرض التفصيلي لنتائج الدراسة الميدانية على عينة الجمهور الكويتي بالأرقام والنسب المئوية في الفصل الرابع وفيما يلي ملخص لأهم هذه **النتائج :**

1- عدم وجود دراسات وبحوث سابقة تتعلق بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تأثيرها على الناخبين الكويتيين نحو أداء الحكومة والبرلمان وبالتالي فلم يوجد معلومات كثيرة حول مدى تأثير هذه المواقع على الجمهور أو الناخبين في دولة الكويت .

2- نلاحظ أن نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين أفراد العينة بصفة يوميه جاءت الأكثر بنسبة70% تقريبا ويرى الباحث أن السبب ربما يعود للتطور التكنولوجي الحديث الذي أدى إلى ظهور التطبيقات الحديثة الخاصة بمواقع التويتر واليوتيوب والانستغرام والفيس بوك على الهواتف الذكية مما يؤدي إلى سرعة انتشار المعلومات والأخبار في هذه المواقع .

3- حرص الجمهور الكويتي على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي دائما ، ويرجع الباحث أن حرصهم هذا نتيجة التفوق التكنولوجي الذي اعتمدت عليه شبكات التواصل الاجتماعي والذي جعل بها مميزات تخاطب احتياجاتهم وتشغل معظم أوقات فراغهم ، وجعل منها أداة سياسية .

4- يعتبر استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي ليس بالآمر الحديث على المجتمع الكويتي ، حيث أن نسبة 75% تقريبا من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من عامين فأكثر حيث ما يؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي تجذب العديد من المستخدمين الذي يعدون تلك المواقع أحد الأنشطة اليومية المهمة في حياتهم .

5- بالنسبة للوقت الذي يقضيه المبحوثين في كل مره يتصفحون فيها مواقع التواصل الاجتماعي نجد أن نسبة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لمدة من ساعة إلى ساعتين هي النسبة الغالبة ، فيما نلاحظ أن النسبة الأقل هي من ساعتين لثلاث ساعات .

6- فيما يخص طريقة تقديم المبحوثين لأنفسهم للأخريين عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي نلاحظ أن من يستخدمون معلومات صحيحة عن أنفسهم بلغت 65% مقابل من يستخدمون اسم مستعار بنسبة 35% ، ويرى الباحث أنه قد يكون هناك جانب من الاهتمام بالمصداقية في تقديم المعلومات والمواضيع والأخبار بالنسبة لمن يستخدم معلومات صحيحة في تقديم نفسه للآخرين .

7- نجد أن نسبة مستخدمي جهاز الهاتف المحمول للدخول على مواقع التواصل الاجتماعي هي النسبة الغالبة بنسبة 74% تقريبا ويرى الباحث أن سبب هذه النسبة العالية يعود إلى تأثير المستوى الاجتماعي على نوعية الوسائط المستخدمة من قبل المجتمع الكويتي حيث كلما ارتفع المستوى الاجتماعي

ارتفعت نسبة الدخول من خلال الأجهزة الحديثة كالايفون والجلكسي والايباد ، وكلما انخفض المستوى الاجتماعي كلما زادت الفرصة للدخول على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الكمبيوتر العادي .

8- فيما يتعلق بأكثر الأماكن استخداما للدخول على مواقع التواصل الاجتماعي نجد أن النسبة الأكثر هي (في كل مكان) ويرى الباحث أن انتشار الأجهزة الذكية بين أفراد المجتمع الكويتي تتيح للشخص الدخول لمواقع التواصل الاجتماعي والانترنت بشكل عام في كل مكان وبأي وقت .

9- أهم الشبكات التي يستخدمونها الجمهور الكويتي هو التويتر والانستغرام ، كشبكات اجتماعية تحقق إشباعا اجتماعيا حيث أنها تخلق جوا اجتماعيا وتواصلا بين الزملاء والأصدقاء والعائلة في أي وقت وفي أي مكان ، وأيضا ساعدت المستخدمين على إبراز وتشكيل صفحاتهم الشخصية بالطريقة التي يريدونها ، والتي يمكنهم من خلالها كتابة المقالات وتبادل الأفكار والآراء أكثر من مواقع الفيديوهات مثل يوتيوب .

10- نلاحظ أن مجتمع العينة يصنف مواقع التواصل الاجتماعي المصدر الثاني في الحصول على المعلومات والأخبار بعد التليفزيون بنسبة بسيطة ولكنهم أيضا يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة ناجحة في الحصول على الأخبار والمعلومات بنسبة 88% تقريبا ، وأن التليفزيون يمثل أعلى الوسائل في الاعتماد على كل الوسائل التقليدية والمستحدثة ويرى الباحث أن هذه النقطة تتفق مع دراسة عبد الله الرفاعي (2008) وهي اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام التقليدية والوطنية والمستحدثات الاتصالية .

11- بالنسبة لدوافع وأسباب الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي نجد أن مجمل النتائج الواردة بالجدول تأكد أن من أهم الدوافع بعد التسلية والترفيه وتجربة كل ما هو جديد هو تجعلني على اطلاع دائم بمعرفة المعلومات والأخبار المتعلقة بالحكومة وكذلك تزيد من معلوماتي حول القضايا المطروحة على الساحة السياسية وأيضا الحصول على المعلومات الأخبار المتعلقة بالبرلمان (مجلس الأمة الكويتي) ، كما أقر ما نسبته 70% بأن مواقع التواصل الاجتماعي قامت بتبصير المجتمع الكويتي بأداء مجلس الأمة .

12- يعتبر المجتمع الكويتي أن مواقع التواصل الاجتماعي مصدر هام من مصادر الأخبار والمعلومات السياسية والتي تمكنهم من الدخول في مناقشات مع الأصدقاء من أجل تبادل المعلومات والآراء وإيجاد حلول لهذه المشاكل أو التصرف والمشاركة في مواجهة هذه المشكلات .

13- بالنسبة لطريقة المشاركة الغالبة على مواقع التواصل الاجتماعي نجد آن نسبة المتصفحين للأخبار والمعلومات فقط هي النسبة الغالبة ، فيما نجد آن أقل النسب هي لمن يسعون إلى نشر الجديد من الأخبار والموضوعات .

14- أما بالنسبة لمدى ثقة المبحوثين بالمعلومات والأخبار التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي نجد أن نسبة من يثقون بالمعلومات والأخبار

التي لها مصدر موثوق ومعلوم هي النسبة الغالبة ، فيما نلاحظ أن أقل النسب هي لمن يثقون بالمعلومات والأخبار التي تكون من مصدر مقرب ، وفيما يتعلق بمدى الثقة بالمعلومات والأخبار التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بأداء الحكومة والبرلمان نجد أن أكثر الاستجابات جاءت لمن أجابوا (أثق بدرجة متوسطة) .

15- أهم الموضوعات التي تناول أفراد العينة استخدامها عبر شبكات التواصل الاجتماعي هي الموضوعات السياسية ، حيث أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي تستخدم للتعبير عما يراه مستخدميها وتشجعهم على رصد أفكارهم بصفة مستمرة واشتراكهم مع الآخرين بنفس الأفكار ، أو تشجيع فكر معين أو رأي مناصر أو مضاد للنظام السياسي ، وذلك بسبب ابتعادهم عن أنظار الرقابة .

16- بالنسبة لتأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار والمعلومات المتعلقة بالحكومة والبرلمان على وسائل الإعلام التقليدية (الإذاعة والتليفزيون والصحف) جاءت استجابات عينة الدراسة الأكثر بأنها قللت من استخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية ، ويرى الباحث أن ما أهم ما يميز مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام الأخرى هي سرعة الوصول والحصول عليها .

17- الجمهور الكويتي يشعر بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يحدث تغيير في اتجاهاتهم وسلوكهم نحو الحكومة والبرلمان ، لما تطرحه من نشر المعرفة حول بع القضايا السياسية وحول أداء البرلمان والحكومة ، حيث تنقل من خلال مستخدميها المعلومات والأحداث والأخبار السياسية والتعليق عليها .

18- نجد أن نسبة الراضين بدرجة متوسطة وكبيرة عن الحكومة الحالية من خلال متابعتهم للأخبار والمواضيع المتعلقة بالحكومة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بلغت نسبة 50.8% ، مقابل49.3% غير راضين وراضين بدرجة قليلة ، ويرى الباحث أن المبحوثين انقسموا الى فريقين تقريبا فيما يتعلق بالرضا النفسي عن الحكومة الحالية ولو ان نسبة الرضا كانت أكثر بقليل من عدم الرضا أو قلت الرضا .

19- أما بالنسبة عن رضا المبحوثين عن البرلمان الكويتي الحالي من خلال متابعتهم للأخبار والمواضيع المتعلقة بالبرلمان من خلال مواقع التواصل الاجتماعي جاءت نسبة من أجابوا (بـــ لا أعلم ، و لا) 51.3% ، مقابل من أجابوا (بـــأحيانا ، ودائما) بنسبة 48.8% ، ويرى الباحث أن الغير راضين عن مجلس الأمة الحالي هم الأكثر في عينة الدراسة وقد هذا واقع المجتمع الكويتي من وجهة نظر الباحث .

نتائج اختبارات الفروض

1- في الفرض الأول تأكد وجود علاقة طردية بدرجة كبيرة بين اعتماد الجمهور الكويتي على مواقع التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات المعرفية المترتبة على ذلك ، أي أنه كلما زاد استخدام الجمهور الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي زادت التأثيرات المعرفية المتمثلة في المعلومات والأخبار التي يحصل عليها عن أداء الحكومة والبرلمان وبالتالي يزيد الاعتماد على هذه المواقع لدى الأفراد كلما زادت الحاجة لمعرفة الأداء الحكومي والبرلماني ، وبذلك يتضح تحقق الفرض الأول كليا .

2- في الفرض الثاني ظهر وجود علاقة طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين مدى المشاركة في المواضيع المتعلقة بأداء الحكومة والبرلمان الكويتي عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات السلوكية والمعرفية المترتبة على ذلك ، أي أنه كلما زاد اهتمام الجمهور الكويتي بالمشاركة في المواضيع المتعلقة بأداء الحكومة والبرلمان الكويتي عبر مواقع التواصل الاجتماعي زادت المعلومات المكتسبة لديهم حول هذه الموضوعات وذلك من خلال الدخول إلى صفحات تتحدث عن هذه القضايا ، وبالتالي يتضح تحقق الفرض الثاني كليا .

3- في الفرض الثالث ثبت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة الاستخدام والمتغيرات الديموغرافية لأفراد العينة . فقد جاءت النتائج بوجود فروق بين الجنسين لصالح الذكور بمحور الدوافع السياسية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ، وكذلك بالنسبة لمتغير المستقل (الدوائر الانتخابية) جاءت بوجود فروق داله لصالح الدائرة الأولى ، وكذلك لمتغير (الدخل الشهري) جاءت بوجود فروق دالة لصالح الدخل الشهري القليل والمتوسط مقابل الدخل المرتفع بمحور الدوافع السياسية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي . بينما لم يكن لمتغير (الحالة الاجتماعية) اثر وعلاقة بمحاور الدراسة .

4- في الفرض الرابع ظهر وجود علاقة إرتباطية موجبة دالة إحصائيا بين التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المتحققة ودرجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي ، وبالتالي يتضح تحقق الفرض الرابع كليا .

5- في الفرض الخامس ثبت وجود علاقة إرتباطية موجبة دالة إحصائيا بين دوافع الاستخدام والحاجات الفردية وبين درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي ، أي أنه كلما زادت حاجات الأفراد الفردية زاد الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي وبالتالي يتحقق الفرض الخامس .

توصيات الدراسة

1- ضرورة استفادة الحكومة والبرلمان في دولة الكويت من الانتشار الكبير لشبكات التواصل الاجتماعي ، في الإعلان عن المشاريع التنموية وكل ما يقدم في صالح الوطن والمواطنين وتوصيل صوتهما للمجتمع الكويتي .

2- عدم ترك الساحة في مواقع التواصل الاجتماعي لأفراد لديهم ميول واتجاهات مختلفة عن الحكومة والبرلمان في دولة الكويت عن طريق بث روح الفساد والفتنة بإظهار الدور الفعال الذي يقوم به مجلس الأمة الكويتي وكذلك الحكومة الكويتية بالصورة السيئة والخاطئة والذي قد يؤدي إلى العبث بعقول المواطنين وخاصة بعد ظهور العديد من التهديدات للأنظمة العربية في العديد من الدول المجاورة والتي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير لجذب عقول الشباب وتجنيدهم .

3- ضرورة إجراء العديد من الدراسات العلمية حول مواقع التواصل الاجتماعي واستخداماتها المختلفة سواء السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو حتى الترفيهية حتى يمكن احتواء هذه الظاهرة والتي انتشرت بشكل كبير في العالم كله بصفة عامة والعالم العربي بصفة خاصة .

4- العمل على إنشاء صفحات خاصة بالمشاريع الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي يتمكن من خلالها المواطنين من الوصول إلى ما يرغبون فيه من معلومات حول المشاريع الحكومية المختلفة.

5- العمل على إنشاء صفحات خاصة بالقوانين والقرارات التي يقوم مجلس الأمة الكويتي بتشريعها والعمل على تسويقها إلى أكبر شريحة ممكنة في المجتمع لكي يتمكن المواطنين من الوصول إلى ما يرغبون فيه من معلومات وأخبار حول هذه القوانين والقرارات ومعرفة الدور الفعال الذي يقوم به البرلمان في صالح الوطن والمواطنين .

6- تفعيل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة الأزمات الوطنية التي تزعزع أمن الوطن والمواطنين في بث روح الفتنة في الدعوة إلى والاعتصامات والنزول إلى الشارع بأكاذيب وحجج وهمية وباطلة عن الحكومة والبرلمان في دولة الكويت .

7- تطبيق نظام توعية في المدارس والجامعات بمميزات وعيوب شبكات التواصل الاجتماعي وضرورة استخدامها وفق عادات وتقاليد وتعاليم ديننا الحنيف وبما يرفع من شأن الوطن .

8- على الدولة عمل مواقع على شبكات التواصل الاجتماعي في مختلف القطاعات ونشر كل ما هو جديد على المواقع وتدعيمها بالوثائق وعمل فريق عمل متابعة لكل الأخبار ، ومساندة الصحيح فيها وتكذيب الغير صحيح حتى لا تدع الدولة فرصة لانتشار الشائعات داخل المجتمع

وتخريبه ممن لهم أهداف في زعزعة استقرار البلاد ، وتلقي الشكاوي والتعليقات والترحيب بالآراء الجديدة .

9- أن يكون هناك حسابات حكومية عبر مواقع التواصل الاجتماعي متخصصة في توعية المجتمع نحو القيم السياسية والثقافية والاجتماعية وخاصة ما يتعلق بقيم التعاون والتكامل والمشاركة السياسية وحرية الرأي وذلك لإكسابهم قدرا معقولا من المعرفة السياسية .

خاتمة الدراسة

تؤدي شبكات التواصل الاجتماعي دورا مهما ، وتزايدت أهمية هذا الدور حديثا مع مجريات الأحداث السياسية في البلاد ، فما جرى من أحداث سياسية في النزول إلى الشارع والاعتصامات ضد أداء مجلس الأمة والحكومة الكويتية شكل علامة فارقة في تغيير صورة الشعب النمطية وأظهرت علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالتغيير السياسي وبالشباب ، ومقدرتها على جمع الجماهير والحشود إلى الشارع وساحات الاعتصام فحينما حانت هذه والاعتصامات كشفت مواقع التواصل الاجتماعي عن كل أسلحتها في متابعة ونشر مجريات الأحداث في هذه اللحظات الصعبة على الوطن والمواطنين ، وفي سحب تجربتها إلى بلاد عربية أخرى عانت ولا تزال تعاني من نفس الأمراض السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي عانت منها البلاد ، فجاءت هذه الدراسة لتوضح أن مواقع التواصل الاجتماعي أدت دورا مهما في تشكيل اتجاهات الجمهور الكويتي حول أداء الحكومة والبرلمان وأنها أسهمت إسهاما كبيرا في هذا الدور ، حيث مرت الحياة السياسية الكويتية بفترات طويلة من التدهور والفتور ، ولازمها حالة من العزوف عن المشاركة السياسية وتدهور في الوعي السياسي الكويتي ، فشبكات التواصل الاجتماعي أسهمت في تجميع الناشطين والتنسيق بينهم والترويج لرسالتهم ، وأصبحت وسيلتهم للهجوم على من هم في السلطة سواء التشريعية أو التنفيذية حتى وصل الأمر إلى نقل ما يحدث للعالم الخارجي ، ومع أهمية الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت في تحريك الثورات العربية والحشد لها وتنظيمها ، يكون دور مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة النافذة أو القناة التي يتم من خلالها التوجيه السياسي ، حيث تعد هذه الشبكات إحدى وسائل تشكيل الوعي السياسي في الوقت الراهن ، ويمكن الاستفادة من انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام تجاه مختلف القضايا ، وتحديدا التوعية والتثقيف السياسي من خلال نشر المفاهيم السياسية بأساليب مبتكرة ، وإمكانية قيام أنظمة سياسية افتراضية تحاكي الأنظمة السياسية الحقيقة الموجودة في العالم حاليا .

المراجع والمصادر

المراجع العربية :

رسائل الماجستير والدكتوراه :

1) رامي حسين الشرافي : دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني ، دراسة ميدانية على طلبة الجامعات في قطاع غزة ، **رسالة ماجستير غير منشوره** ، (غزة ، جامعة الأزهر ، كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، 2012)
2) ريهام سامي حسين يوسف ، دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري ، **رسالة ماجستير غير منشوره** ، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ،2008)
3) عبد القادر معروف الحديثي، دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى سكان مدينة بغداد وإزاء الانتخابات النيابية العراقية 2010، **رسالة دكتوراه غير منشورة** (كلية الإعلام ، جامعة بغداد، 2011) .
4) عبدالله ممدوح الرعود : دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجه نظر الصحفيين الأردنيين ، **رسالة ماجستير غير منشورة** ، (الأردن ، جامعة الشرق الأوسط ، كلية الإعلام ، 2012) .
5) فاطمة الزهراء عبد الفتاح إبراهيم : العلاقة بين المدونات الالكترونية والمشاركة السياسية في مصر ، **رسالة ماجستير غير منشوره** ، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 2011) .
6) نجلاء جمال ، اعتماد الشباب على وسائل الإعلام الثقافية التقليدية والحديثة كمصدر للمعرفة الثقافية ، **رسالة دكتوراه غير منشورة** ، (جامعة القاهرة ، كلية الآداب ، 2011) .
7) نوال عبد الرازق عسكر ، استخدام الجمهور في دولة الإمارات العربية المتحدة للقنوات الاخباريه العربية وتأثيرها على اتجاهاتهم نحو القضايا العربية ، **رسالة ماجستير غير منشوره** ، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 2008).

الدوريات العلمية المتخصصة :

1) أحمد فاروق رضوان ، اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011 ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** (القاهرة ، العدد 39 ، يناير – مارس ، 2012) .
2) أماني السيد فهمي : " الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتليفزيون" ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، (القاهرة : جامعة القاهرة ــ كلية الإعلام ، العدد السادس ، أكتوبر ــ ديسمبر 1999) .
3) أميرة النمر ، اعتماد المراهقين السعوديين على وسائل الإعلام في المعرفة بالقضايا المحلية والعربية والحديثة ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، (جامعة القاهرة ، المجلد 8 ، العدد 4 ، 2007) .
4) جمال جاسم المنيس ، نشأة المداخل العلمية لدراسة تأثير وسائل الإعلام وتطورها : دراسة نقدية تحليلية ، **المجلة العربية للعلوم الإنسانية** ، (جامعة الكويت ، العدد 46 ، 1994) .

5) دراسة سماح محمد محمدي ، اعتماد الشباب الجامعي علي مواقع التواصل الاجتماعي " فيسبوك" أثناء انتخابات الرئاسة المصرية ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، (جامعة القاهرة ، العدد 40 ، 2012) .
6) زهير عابد : دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي ، **مجلة جامعة النجاح للأبحاث – العلوم الإنسانية** ، (فلسطين ، نابلس ، المجلد 26 ، الإصدار 6، 2012) .
7) صلاح الفضلي – ياسر الصالح " **تأثير الفيس بوك على المشاركة السياسية في الكويت** " ، (دولة الكويت، مجلة العلوم الاجتماعية ، المجلد 40 ، العدد 4 ، 2012).
8) صلاح الفضلي وعلى دشتي : تأثير التويتر على الناخبين في انتخابات مجلس الأمة الكويتي ، **مجلة العلوم الاجتماعية** ، (الكويت ، المجلد 41 ، العد 2 ، 2013).
9) عبد الكريم علي الدبيسي وزهير ياسين الطاهات : دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلاب الجامعات الأردنية ، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية** ، (الأردن ، المجلد 40 ، العدد 1، 2013) .
10)عبدالله بن محمد الرفاعي ، اعتماد الشباب السعودي على وسائل الاعلام التقليدية والوطنية والمستحدثات الاتصالية : دراسة مقارنة على عينة من الشباب في مدينة الرياض ، **مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية** ، (السعودية ، العدد 6 ، 2008 ، ص 274–357)

الكتب :

1) بسيوني إبراهيم حمادة : **وسائل الإعلام والسياسة ــ دراسة في ترتيب الأولويات** ، (القاهرة : مكتبة نهضة الشروق ، 1996).
2) حسن عماد مكاوي ، **نظريات الاعلام** ، (القاهرة ، الدار العربية للنشر والتوزيع ، 2009).
3) عاطف العبد ، **المنهج العلمي في البحوث الإعلامية** ، (القاهرة :دار الهاني، ٢٠٠٠.
4) فتحي شمس الدين " **شبكات التواصل الاجتماعي والتحول الديمقراطي في مصر** " ، (القاهرة ، دار النهضة العربية ، الطبعة الأولى ، 2013).
5) محمد عبد الحميد ، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير** ، (القاهرة ، عالم الكتب ، الطبعة الثالثة ، 2010).
6) ميليفين . ل . ديفلير – ساندرا . ب . روكتش : **نظرية وسائل الإعلام** ، ترجمة كمال عبد الرءوف (القاهرة ، الدار الدولية للنشر والتوزيع ،1993) .

بحوث المؤتمرات العلمية المنشورة :

1) أحمد فاروق رضوان ، اعتماد الجمهور على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات ، **أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام** ، (القاهرة ، 2004) .
2) طه عبدالعاطي نجم ، أنور بن محمد الرواس " **العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية** " ، ص (319) ، في أشغال ملتقى 2010 ، الشباب والاتصال والميديا ، تونس ، مؤسسة كونراد أديناور .

3) عبد الرزاق الدليمي : الفيسبوك والتغير في تونس ومصر، **المؤتمر العلمي الذي أقيم تحت عنوان دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية في الوطن العربي ،** (إربد ، جامعة اليرموك ، كلية الإعلام ،2011).
4) مراد كامل خورشيد : دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي – شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً، **المؤتمر العلمي – وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير** ، (عمان ، جامعة البتراء ، كلية الإعلام ، 2011).

المراجع الأجنبية:

- **Master and phd thesis**

1) Alex Budak. “Facebook, Twitter and Barack Obama: New Media and the 2008 presidential elections”. **Unpublished M.A.** (Washington, DC: Georgetown University, 2010).
2) Bryan Boroughs. “Social networking websites and voter turnout”. **Unpublished M.A.** (Washington, DC: Georgetown University, 2010)
3) Rebecca A. Hayes. “New media, new politics: political learning efficacy and the examination of uses of social network sites for political engagement”. **Unpublished PhD.** (Michigan: Michigan State University, 2009).

Books

1- Denis Mc quail svin windhal : " **Communication Models: for the Study Of communication** ، 2ed New york (longman ، 1995).
2- James waston : **Media communication..An introduction to Theroy and process** , (Macmillam press LTD , 1998) , .
3- Melvin L.De Fleur & Sandra Ball – Rokeach (1987). **Theories of Mass Communication**, third edition, (New York and London, longman) .
4- Stanly J.Baran, Dennis K.Davis, **Mass Communication theory: Foundations, Ferment, and Future**, fifth edition, USA, Thomson, 2009 .
5- William E . Loges (1994) canaries in the coal mine**: Perceptions of threat and media system dependency relations** in:communication research, vol. 21,No. 1,February

Periodicals

1- Chang ,Y & Zhu, D " Understanding social networking sites adoption in China: A comparison of pre-adoption and post-adoption" ,**In Computers in Human Behavior**, 2011.

2- Cheung ,C ., Chiu ,P & Lee ,M " Online social networks: Why do students use facebook?", **In Computers in Human Behavior**, 2011.
3- Dave Harley, Geraldine FitzPatrick. “Youtube and intergenerational communication.The case of Geriatric 1927”. **In: Universal Access in the Information Society**(special issue HCI and older people) 2008.
4- Hanson Gary & el, The 2008 presidenlial campaign: political eyneism in the age of facebook, Myspaee and youtube, **Mass communication & sociely**, vol.l3(5)Nov,2010.
5- Kausar Suhail, Zobia Bargees. “Effects of Excessive Internet use on undergraduatestudents in Pakistan”. **In: Cyber psychology & Behavior**. Vol.9, No.3, June 2006.
6- Kraus,S.and R. Perloff," Mass Media and political thought : An information – processing approach " , (**London: Bebrly Hills, Sage Publication** ، 1985).
7- Leung, L. (2007),Stressful life events, motives for internet use, and social support among Digital Kids, **Cyber Psychology & Behavior Journal**, Vol.10, No.2.
8- Oscar H.gandy، Jr. paula. W .Matabon ، and john. O.omachonu;"media use relaiance ، and active participation، exploring student aworenessof south africaconflict", **communication research** , 1987,vol .14 , No.6 .
9- Quan-Haase, Anabel; Young, Alyson L, Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging, **Bulletin of Science, Technology & Society**, 30 (5), Oct, (2010).
10- Skoric, M. Marco .,& Ying Deborah, NG Ying.,(2009)," Bowling Online, Not Alone : Online Social Capital And Political Participation in Singapore", **Journal of Computer-Mediated communication**, Vol.14, no.2 .
11- Stafford. T., & Gonier, D. (2004), What Americans Like about being online**, Communications of the ACM**, 47, (11)
12- Sun, Tao, Chang ,Tsan-Kuo and Yu, Guoming. (2001) Social structure, media system and audiences in china: Testing the uses and dependency model, **Mass Communication and Society**, Vol. 4, Iss. 2.