

دور الحسابات الوهمية لتطبيق "تويتر" في عملية تشكيل الرأي العام في المجتمع الكويتي: دراسة ميدانية



د. أنور عبدالوهاب مساعد الجراف

ملخص:

أهداف الدراسة: تعرّف دور الحسابات الوهمية لتطبيق "تويتر" في عملية تشكيل الرأي العام في المجتمع الكويتي، والقضايا التي تحظى باهتمام أفراد المجتمع الكويتي فيه، ومدى ثقة المواطن الكويتي بالمعلومات التي تقدمها الحسابات الوهمية في هذا التطبيق "تويتر"، وسلبيات الحسابات الوهمية وإيجابياتها، وتعرّف دلالة إحصائية لدور الحسابات الوهمية في تشكيل الرأي العام في المجتمع الكويتي، تعزى لمتغيرات (الجنس، قطاع العمل، العمر، المستوى التعليمي).

منهجية الدراسة: استخدمت الدراسة منهج المسح.

بيانات الدراسة وعينتها: تكونت عينة الدراسة من (٣٠٠) مفردة من الجمهور الكويتي موزعين على (٢٤٣) من العاملين بالقطاع الحكومي و(٥٧) من العاملين بالقطاع الخاص.

نتائج الدراسة: أظهرت النتائج أن دور الحسابات الوهمية في تشكيل الرأي العام الكويتي في تطبيق "تويتر" جاء بدرجة متوسطة، وأن أكثر دور للحسابات الوهمية أنها تعزز المطالب بالحقوق والواجبات والمساواة بين أفراد المجتمع، ثم جرأة النقد والطرح للقضايا الداخلية. وتُظهر النتائج أيضاً، أن نسبة موافقة عينة الدراسة على دعم الحكومات لحسابات وهمية؛ ذلك لتسويق الأجندة السياسية حيث بلغت (٣٨,٦٪).

- تم تسليم البحث في ٢٤/١٠/٢٠١٩، عُدّل في ٢٣/١/٢٠٢٠، أُجيز للنشر في ٤/٢/٢٠٢٠.

الخاتمة: أوضحت الدراسة أنه لا بد من تفعيل دور الناطق الرسمي لدولة الكويت؛ لمواجهة الشائعات المتعلقة بالأمن القومي. كذلك تنمية دور الإعلام الحقيقي في تبني توجهات الرأي العام، ثم دعم المطالبات الشعبية المستحقة.

المصطلحات العلمية: الحسابات الوهمية، الرأي العام.

مقدمة:

إن ظهور الإنترنت يُعدُّ ثورة غير مسبوقة في وسائل الإعلام والاتصال؛ ذلك من خلال ما أتاحتها هذه الثورة من حرية، وسرعة عالية، ودقة فائقة في مجالات عديدة؛ إذ جاءت تطبيقات التواصل الاجتماعي لتؤكد هذه الثورة الكبيرة والسريعة؛ إذ أدت هذه التطبيقات إلى زيادة الدور الكبير لهذه الثورة، باعتبارها ليست وسيلة للتعبير والتفاعل والتواصل فقط، بل أصبحت الآن وسيلة لحشد الرأي العام لتكوين مجتمعات ضغط، حيث تقوم هذه المجموعات بالضغط على الأنظمة السياسية والاجتماعية.

لقد أحدثت شبكة الإنترنت نقلة نوعية في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية؛ حيث تعد دراسة شبكة الإنترنت وتأثيراتها الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية على مستوى الفرد والمجتمع مطلباً مستمراً في ظل ما يموج به المجتمع المعاصر من تغيرات متلاحقة، سواء من خلال مواقعها وأدواتها، كالمواقع والخدمات الجماعية لهذه الشبكة، مثل تطبيق (Twitter)، أو من خلال ما ينشأ عليها يومياً من مجموعات، وينتشر من معلومات تساعد في تلبية احتياجات الأفراد المختلفة للاتصال بالآخرين، "والحصول على كثير من المعلومات، وتكوين الرأي، وما إلى ذلك، بعيداً عن الاتصال المباشر بالعالم الخارجي" (أبو الهدى، إسلام، ٢٠١١: ٢٩٧)؛ بحيث يعتبر الإنترنت "هو ثاني أهم مصدر للأخبار بالنسبة للأفراد، وهو للفئات العمرية الأصغر سناً يعتبر المصدر الأول للمعلومات" (Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, Levy & Nielsen, 2017).

ومن خلال هذا العالم الافتراضي الذي من الصعب التحكم به، ظهر ما يعرف بـ "الحسابات الوهمية"؛ "فقد حوّل أصحاب تلك الحسابات الوهمية

المنصات إلى ساحات تعجّ بكمّ هائلٍ من الممارسات، حتى بات العالم الافتراضي لا يعكس الصورة الحقيقية لقيم المجتمع " (إبراهيم، حمد، ٢٠١٨).

أولاً - أهمية هذه الدراسة:

إن جدوى دراسة موضوع الحسابات الوهمية بتطبيق "تويتر" ودورها في تشكيل الرأي العام في دولة الكويت - ولا سيما في هذه المرحلة - تكتسب أهمية خاصة، وتفرضه أسباب وجيهة، تُلقى بظلالها في المرحلة الحالية، وتتجلى أهمية هذه الدراسة في النقاط الآتية:

- لم تأت مناقشة النواب في مجلس الأمة لملف الحسابات الوهمية على تطبيقات التواصل الاجتماعي من فراغ، فهي التقاط عملي للإشارة الأميرية الواردة في مضامين الخطاب لدور الانعقاد الثالث للفصل التشريعي الـ ١٥ لمجلس الأمة؛ حيث دعا إلى ضرورة إصدار تشريع يضبط منصات التواصل التي تعجّ بتلك الحسابات الوهمية، وبما يراعي أمن المجتمع وقيمه، ويمنع أصحاب الأجنذات من المساس بأمن الدولة. " وعلى الرغم مما أحدثته ثورة الاتصالات والمعلومات من تسهيل ملحوظ للأخبار والمعلومات بين الناس في كل مكان، فإن الصدع يتضح في استغلال أصحاب الحسابات الوهمية لذلك البراح الديمقراطي، والتخفي خلف أسماء مستعارة، وشخصيات مجهولة يتابعها آلاف الأشخاص، للترويج لأفكار ومعلومات متنوعة " (بن طرف، أميرة: الخطاب، خالد، ٢٠١٩).

من هنا:

- يتضح أن قضية الحسابات الوهمية تحظى باهتمام السلطتين التشريعية والتنفيذية بدولة الكويت.
- يتأكد أنه على الرغم من أهمية الحسابات الوهمية والدور الذي تلعبه، فإنها لم تأخذ أهميتها من ناحية البحث الأكاديمي المكثف.
- تهتم الدراسة بدور "الحسابات الوهمية" الخاصة بالشأن الكويتي في تطبيق "تويتر" فقط ودورها في تشكيل الرأي العام لدى المواطن الكويتي.

ثانياً - مشكلة الدراسة:

تعرف المشكلة، بأنها "الموضوع الذي يختاره الباحث لإجراء البحث، حيث يقوم الباحث بصياغته وتحديدته على شكل مشكلة بحثية تحتاج إلى دراسة وفحص" (أبوسمرة، محمود: الطيبي، محمد، ٢٠٢٠: ٣١).

أصبح الرأي العام في العصر الحالي موضوعاً مهماً من موضوعات علوم القانون والسياسية؛ "فالرأي العام هو نبض الشارع الواقعي، الذي من خلاله يستطيع أن يعبر به عن آرائه، فيكون الرأي صوتاً للشعب الذي هو أحد مقومات الدولة، ومن خلال آرائه، يضمن له البقاء والاستمرارية في مناخ ديمقراطي يكفل للشعوب تأصيل حريتها وحقوقها في المطالبة بها من قبل الأنظمة السياسية" (مهران، سامية، ٢٠١٩: ٢).

من هنا، أرى أن الرأي العام سرعان ما يتغير متأثراً بعوامل كثيرة، أهمها التبعية للقوى الداخلية أو الخارجية، ولا يخفى أثر تطبيقات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام؛ حيث تشكل ضغطاً اجتماعياً مجهول المصدر في كثير من الأحيان، يحيطه كثير من الغموض، ويطرح كثيراً من التساؤلات، ونظراً لتفاوت أفراد الشعب حول موضوع معين واختلاف الآراء، فإنه يكون محل اهتمام الأنظمة السياسية وأصحاب القرار؛ ومن ثم لا بد أن ينشأ عن الأغلبية من الشعب، وأن تكون المطالبات حقاً أصيلاً للجميع. "فوسائل الإعلام لها تأثير في تشكيل الرأي العام والسياسات العامة" (Sojo, C., 2011: 32).

"وقد أوضحت إدارة الجرائم الإلكترونية بدولة الكويت، أنها سجلت نحو ٢٠٠٠ قضية منذ بداية عام ٢٠١٨ حتى نهاية أكتوبر من العام نفسه، في قضايا مختلفة ومتنوعة، وأن أعداد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في الكويت ارتفع إلى نحو ٣ ملايين شخص، بينهم أكثر من مليون مستخدم على "تويتر" فقط، وأن الحسابات الوهمية تدار من داخل الكويت وخارجها" (إبراهيم، حمد، ٢٠١٨).

أشار موقع "تويتر" أيضاً إلى "أنه بموجب السياسات المتعلقة بالتلاعب على منصاته، قامت بتعطيل ٤٢٦٥ حساباً وهمياً بدول عربية، وغلق ٢٦٧

حساباً مرتبطاً بحكومات؛ فكانت تلك الحسابات تقوم بتضليل إعلامي طالت أولاً، ومنها من يقوم بتوسيع انتشار الدعم المتواصل لبعض الحكومات" (الشاهد، ٢٠١٩).

ومن خلال المقابلات والملاحظات التي قمنا بها، والتي تم التركيز على ما يكتب من قبل المستخدمين لـ "تويتر"، لمسنا حالة من الانقسام في الشارع الكويتي حول أدوار الحسابات الوهمية؛ بحيث ترى شريحة من المواطنين أن لها أدواراً إيجابية، تتمثل في كشف الفساد والممارسات الخاطئة للمسؤولين. وشريحة ترى أن أدوار الحسابات الوهمية سلبية، وينبغي إقدام الحكومة على إجراءات تحد من تأثير هذه الحسابات على الرأي العام الكويتي.

وانطلاقاً من تفضيل المجتمع الكويتي لتطبيق "تويتر"، من خلال أهمية المعلومات؛ بحيث "يُعتبر تطبيق "تويتر" من أكثر التطبيقات تأثيراً على حياتهم الاجتماعية" (القحص، خالد: الكندري، يعقوب، ٢٠١٥: ١٦٧)، ومن خلال القضايا التي تطرحها تلك الحسابات، وتوظيف ما يطرح بها في تشكيل الرأي العام لدى المستخدمين، وفي ظل عالم يعيش عصر ثورة المعلومات، ومن خلال متابعة التطورات الملحوظة، التي تقوم بها هذه الحسابات في التأثير وتشكيل الرأي العام لدى المجتمعات، يتضح أنها تؤدي دوراً يستحق أن يدرس؛ وذلك لتعرف حجمها ومدى تأثيرها وقوتها على التغيير وتشكيل الآراء على المجتمع الكويتي، كما أن تعرف ذلك يعد مطلباً رئيسياً للباحثين والمهتمين بقضايا المجتمع الكويتي. وهنا تكمن مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي: ما دور الحسابات الوهمية لتطبيق "تويتر" في عملية تشكيل الرأي العام في المجتمع الكويتي؟

ثالثاً - أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على المتغيرات التي تتعلق بدور الحسابات الوهمية لتطبيق "تويتر" في عملية تشكيل الرأي العام، وتتفرع منه الأهداف الآتية:

- ١ - معرفة دور الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر" في عملية تشكيل الرأي العام.
- ٢ - الكشف عن أهم القضايا الخاصة بالشأن الكويتي، التي تطرحها الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر".
- ٣ - توضيح سلبيات الحسابات الوهمية وإيجابياتها في تطبيق "تويتر" ودورها في تشكيل الرأي العام في المجتمع الكويتي.
- ٤ - تعرف توجهات المواطنين في ما يخص الإجراءات القانونية لملاحقة المغردين وأصحاب الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر".
- ٥ - مدى ثقة المواطن الكويتي بالمعلومات التي تقدمها الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر".
- ٦ - الكشف عن آراء المواطنين حيال وجود الحكومات ودعمها للحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر".

رابعاً - تساؤلات الدراسة:

- ١ - ما دور الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر"، في عملية تشكيل الرأي العام في المجتمع الكويتي؟
- ٢ - ما القضايا الخاصة بالشأن الكويتي، التي تطرحها الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر"؟
- ٣ - ما سلبيات الحسابات الوهمية وإيجابياتها في تطبيق "تويتر"، ودورها في تشكيل الرأي العام في المجتمع الكويتي؟
- ٤ - ما توجهات المواطنين في ما يخص الإجراءات القانونية لملاحقة المغردين وأصحاب الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر"؟
- ٥ - ما مدى ثقة المواطن الكويتي بالمعلومات التي تنشرها الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر"؟
- ٦ - ما آراء المواطنين حيال وجود الحكومات ودعمها لحسابات وهمية في تطبيق "تويتر" لتسويق أجندة سياسية؟

خامساً - فروض الدراسة:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقديرات العينة لدور الحسابات الوهمية لتطبيق "تويتر" في تشكيل الرأي العام في المجتمع الكويتي، تعزى لمتغيرات (الجنس، قطاع العمل، العمر، المؤهل العلمي).

سادساً - المفاهيم الإجرائية للدراسة:

- الحسابات الوهمية إجرائياً: حسابات تنشأ لغرض سياسي اقتصادي اجتماعي، موجهة لتحقيق أهداف محدّدة ومعينة، وتكون متنوعة المضامين إخباري تحذيري توعوي استفزازي، تُدار من قبل فرد أو جماعات مختصة، تحاول لفت أنظار المجتمع حول قضية معينة، وقد تكون هذه الحسابات خارجية أو داخلية تُدار من قبل جهات في دول مختلفة؛ تهدف إلى التأثير على الرأي العام بطريقة إيجابية أو سلبية.

- المجتمع الكويتي إجرائياً: عدد من الأفراد المستقرّين في دولة الكويت، تجمعهم روابط اجتماعية ومصالح مشتركة، ترافقها أنظمة تهدف إلى الضبط، ويكونون تحت رعاية السلطة، وتم التركيز على العاملين منهم في القطاع الحكومي والهيئات التابعة لها، والقطاع الخاص والهيئات التابعة لها دون سواهم، الذين يتابعون الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر".

- تطبيق "تويتر": هو موقع من فئة المواقع الاجتماعية بتقنية Micro blogging، وهو بمثابة خدمة التدوين المصغرة تم إطلاقها عام ٢٠٠٦، ويتم استخدام هذا الموقع في الوقت الحالي من قبل الأشخاص أو الشركات أو المجموعات؛ لتبادل الأفكار، والأخبار، والآراء في شتى مجالات الحياة (Hill, Dean & Murphy, 2014:8).

- الرأي العام: يعرفه أستاذ علم السياسة الأمريكي Young، بالحكم الاجتماعي لجماعات ذات وعي ذاتي على موضوع ذي أهمية، بعد مناقشة عامة ومقبولة (ابن عوف، أحمد، ٢٠١٦: ٣١).

حدود الدراسة:

الحد النوعي: اقتصرت هذه الدراسة على دور الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر"، الخاصة بالشأن والقضايا الكويتية في عملية تشكيل الرأي العام.

الحد البشري: الدراسة خاصة في دولة الكويت.

الحد الزمني: الدراسة محدّدة من بداية يناير ٢٠١٨ إلى نهاية ديسمبر ٢٠١٨.

سابعاً – الإجراءات المنهجية للدراسة:

- **نوع الدراسة:** تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، "التي تهدف إلى تصوير وتحليل وتقويم لخصائص معيّنة، أو موقف معين يغلب عليها صفة التحديد؛ وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة دون التدخل في أسبابها والتحكم فيها" (حسين، سمير، ٢٠٠٦: ١٣١)، وهذا يعني أن هذا النوع من الدراسات "لا يقف عند حد جمع البيانات والمعلومات، بل يصل إلى تصنيفها وتسجيلها وتحليلها، واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها، تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة محل الدراسة" (عبدالحميد، محمد، ٢٠٠٠: ٩٤).
- **منهج الدراسة:** يعد منهج المسح من أبرز مناهج البحوث الإعلامية؛ للحصول على البيانات والمعلومات العلمية، التي تستهدف الظاهرة العلمية، ويعرف بأنه: "مجموعة الظواهر موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولفترة زمنية كافية للدراسة؛ بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة في مجال تخصص معين" (المشاقبة، بسام، ٢٠١٠: ٦٠). ويستخدم مسحاً لجمهور متابعي صفحات الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر" لدراسة خصائص الجمهور واتجاهاته نحو القضايا المختلفة لها. وكانت أهم المسوغات المهمة لاستخدام المنهج المسحي في هذه الدراسة:

- تعرف سمات وخصائص الجمهور الذي يتعامل مع أحد تطبيقات الإعلام الجديد، ووجهات نظره وآرائه حول الموضوعات والقضايا التي تطرحها الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر".
- تعرف وجهات نظر الرأي العام تجاه القضايا التي تهم المجتمع الكويتي، والتي تتناولها الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر" بشكل مختلف عن وسائل الإعلام التقليدية؛ كالنقد، والكشف، والتشهير، والنشر الاستباقي للمعلومات الحساسة عن الدولة.
- إنه ينصب على الظواهر الحالية؛ إذ إنه يتناول أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء المسح وليست لفترة ماضية، بحيث برزت قضية الحسابات الوهمية بشكل ملحوظ في المجتمع الكويتي مؤخراً.
- إنه يسعى إلى تعميم النتائج للاستفادة منها في وضع البرامج الإصلاحية.

مجتمع الدراسة وعينتها:

- **مجتمع الدراسة:** هو المجتمع أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجتمع الأكبر للمجتمع المستهدف لدراسة الباحث. ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، "ويعد جزءاً ممثلاً للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها، وتُختار منه عينة البحث" (عبد الحميد، محمد، ٢٠١٥: ١٣٠). ويتمثل مجتمع الدراسة في العاملين الكويتيين دون سواهم في القطاع الحكومي والقطاع الخاص بدولة الكويت، من متابعي الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر" فقط.
- **عينة الدراسة:** "العينة هي مجموعة جزئية من مفردات المجتمع ويعرف عدد المفردات التي يتكون منها المجتمع بحجم العينة. ولحجم العينة أهمية كبيرة في دراسة العلاقة بين العينة والمجتمع الذي تمثله" (نجم، طه، ٢٠١٥: ١٢٤)، وقد تم اختيار عينة باستخدام أسلوب العينة المتاحة في إطار العينات غير الاحتمالية (عمدية)، "التي تستخدم عندما نريد

الوصول إلى جمهور له خصائص معينة" (طابع، سامي، ٢٠٠٣: ٣٢)، وقام الباحث بتحديد عينة الدراسة، ومقدارها (٣٠٨) مفردات، وبعد المراجعة، استبعد (٨) منها؛ نظراً لأنها غير كاملة وغير دقيقة، وكان العدد النهائي للعينة (٣٠٠). واختيرت العينة بطريقة عمدية من خلال الاعتماد على أسلوب التوزيع المباشر للمواطنين الكويتيين العاملين في القطاعين العام والخاص في مقر أعمالهم، بعد أن يتم سؤالهم إن كانوا يتابعون الحسابات الوهمية الخاصة بالشأن الكويتي في تطبيق "تويتر". فمتابعو تلك الحسابات هم من تم توزيع الاستمارات عليهم فقط. ولا بد من الإشارة إلى أن هناك صعوبة في الاعتماد على طريقة أخرى لسحب العينة من المجتمع الكلي، كاستخدام العينة العشوائية أو العنقودية أو الحصصية؛ وذلك لقيام العديد من مستخدمي تطبيق "تويتر"، بعدم متابعة الحسابات الوهمية، وهو الأمر غير المفضل للاعتماد على عينة غير تلك العينة القصدية المتاحة.

مسوغات اختيار العينة:

- ركزت الدراسات السابقة لتطبيقات التواصل الاجتماعي على عينة الطلاب في الجامعات بشكل مكثف، وهذا عزز مسوغات تغيير العينة إلى المواطنين العاملين في القطاع الحكومي والقطاع الخاص.
- يمثل تطبيق "تويتر"، أهمية خاصة للمجتمع الكويتي بجميع أطيافه.
- عملية إشراك العاملين في القطاعين العام والخاص، أحد مرتكزات نظرية المجال العام المستخدمة في الدراسة الحالية.

أدوات جمع البيانات:

- المقابلة: تعد المقابلة واحدة من أهم أدوات البحث الاجتماعي التي يستخدمها الإنسان في حياته اليومية، وتعرف بأنها "محادثة موجهة يقوم بها فرد مع آخر أو أفراد آخرين؛ بهدف الحصول على المعلومات لاستخدامها في بحث علمي أو الاستعانة بها في التشخيص والتوجيه

والعلاج" (نجم، طه، ٢٠١٥: ٣٠٧)، منطلقاً من أسباب. وتهدف المقابلة العلمية إلى تعرف الظاهرة، والبحث عن الخلل والأسباب، وتطرح فيها أسئلة تساعد في استيضاح الحقائق من ذوي العلاقة بالحالة والظاهرة، وقد استخدم الباحث المقابلة المقننة مع كثير من أهم المدونين والناشطين الكويتيين في تطبيق "تويتر"، والسؤال حول دور الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر"، ومدى تأثيره على الرأي العام للمجتمع الكويتي.

● **الملاحظة:** "وهي الجهد الحسي والفعلي المنظم والمنتظم، الذي يقوم به الباحث؛ بغية تعرف بعض المظاهر الخارجية المختارة الصريحة والخفية للظواهر والأحداث والسلوك الحاضر في موقف معين ووقت معين" (نجم، طه، ٢٠١٥: ٢٨٥، ٢٨٦)، وقد تم خلال الملاحظة تعرف الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر"، عن طريق الأسماء والصور المستعارة التي تستخدمها في الملف التعريفي والموضوعات الحساسة التي تتناولها؛ بحيث يصعب على الصفحات الموثقة أن تتناول تلك الموضوعات تحسباً للملاحقات القانونية، ومن خلال حملات "الريبوت سبام" لإغلاقها. واستخدمنا الملاحظة أيضاً من خلال متابعتنا لأهم الحسابات الوهمية الخاصة بالشأن الكويتي، وذلك لتعرف أهم القضايا المطروحة عبر صفحاتها وأساليبها المتبعة بتقديم القضايا المختلفة، وأهم سلبياتها وإيجابياتها، وهذه تعتبر من أهم المنطلقات التي استند إليها الباحث في جمع المعلومات وفي بناء محاور صحيفة الاستبانة الخاصة بدور الحسابات الوهمية في تشكيل الرأي العام في المجتمع الكويتي. وقد لوحظ ما يكتب عبر صفحات الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر" من الأول من يناير حتى الأول من يونيو لعام ٢٠١٨.

● **صحيفة الاستبانة:** تعتبر الاستثمارة من أكثر الأدوات لجمع البيانات استخداماً في البحوث، وتعريفها أنها: "مجموعة من الأسئلة المكتوبة، التي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين، حول ظاهرة أو موقف

معين" (عیشور، نادية، ٢٠١٧: ٣٥٢). وقد اعتمدت الدراسة في إحدى أدواتها لجمع بياناتها على صحيفة الاستبانة أداة لجمع البيانات، وطبقت هذه الاستبانة بطريقة المقابلة المقننة من ٢٠١٨/٦/٣٠ - ٢٠١٨/١٠/٣٠، وقد روعي في تصميمها الهدف المحدد للدراسة.

● **صدق الأداة Validity:** "ويقصد به أن تؤدي أسئلة الاستبانة ما وضعت لقياسه فعلاً، ويقصد بها وضوح الاستبانة وفقراتها ومفرداتها وأنها مفهومة لمن سوف تشملهم الاستبانة، وكذلك تكون صالحة للتحليل الإحصائي". (المشهداني، ٢٠١٧: ١٥٢)، وللتأكد من مصداقية الأدوات المستخدمة في البحث، لا بد أن تستوفي عدة شروط أو معايير، أبسطها صدق المحكمين؛ على اعتبار أن المحكم شخص مختص في هذا المجال ويملك من الخلفية العلمية والعملية ما يؤهله لأن يقيّم البنود والأسئلة القائمة في الاستبانة، والتأكد من أنها تقيس فعلاً ما وضعت لقياسه. وقد عرضت الاستبانة في صورتها الأولية على السادة المحكمين؛ بهدف تعرف مدى وضوح العبارات، ومدى انتماء العبارة للمحور، ومدى مناسبة مقياس الاستجابة، وقد وزعت الأداة على الأساتذة المحكمين، الذين أبدوا الرأي في صلاحيتها لقياس ما وضعت من أجله، وتم تعديل الاستبانة في ضوء الملاحظات المهمة، التي سجلوها على الاستبانة، متضمنة المحاور الرئيسية الآتية:

● **السمات العامة لأفراد عينة الدراسة:** تتضمن معلومات وبيانات أولية. واشتملت على أربع فقرات هي: الجنس، المستوى التعليمي، قطاع العمل، المحافظات، جهة العمل.

● **دور الحسابات الوهمية في تشكيل الرأي العام:** احتوى هذا المحور على الدور الذي تقوم به الحسابات الوهمية بتطبيق "تويتر"، في تشكيل الرأي العام واشتمل على (١٠) فقرات.

● **القضايا الخاصة بالشأن الكويتي التي طرحها الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر":** ويتضمن هذا المحور القضايا التي طرحها

الحسابات الوهمية الخاصة بالشأن الكويتي، واشتمل على (١٠) قضايا.

- **إيجابيات الحسابات الوهمية وسلبياتها:** يتضمن هذا المحور (١٠) فقرات مناصفة: السلبيات (٥) فقرات، والإيجابيات (٥) فقرات.
 - **فرض الرقابة على الحسابات الوهمية:** وتم قياسه بسؤال المبحوثين، هل تؤيد فرض الرقابة على الحسابات الوهمية بتطبيق "تويتر"؟، وتم استخدام مقياس "ليكرت" الخماسي.
 - **الملاحظات القانونية للمغردين في تطبيق "تويتر":** هل تؤيد القوانين والإجراءات الخاصة بملاحقة المغردين بتطبيق "تويتر" وتم استخدام مقياس "ليكرت" الخماسي.
 - **مدى الثقة في معلومات الحسابات الوهمية:** وتم قياسه بسؤال المبحوثين: ما مدى ثقتكم بالمعلومات التي تنشرها الحسابات الوهمية؟ وتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي.
 - **الوجود الحكومي في تطبيق "تويتر":** وتم قياسه بسؤال المبحوثين: هل ترى أن الحكومات موجودة وتدعم الحسابات الوهمية لتسويق الأجندات السياسية؟ وتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي.
 - **ثبات الاستبانة Reliability:** ويقصد بالثبات مدى ثبات النتائج التي يتوصل إليها بتكرار القياس على الخاصية ذاتها. ويُقدر الثبات بتحديد نسبة التغير المنتظم في المقياس، ويقاس من خلال مدى الارتباط بين درجات القياس التي يُحصل عليها عبر التطبيقات المختلفة للمقياس؛ فإذا كان الارتباط قوياً كان المقياس أكثر ثباتاً.
- تم إجراء اختبار الثبات لاستمارة الاستبانة عن طريق إعادة تطبيق الاستمارة Retest عبر فترة زمنية من إجاباتهم عليها، وذلك على عينة التقنين بعد مرور خمسة عشر يوماً من التطبيق الأول للاستمارة، وقد اعتمد الباحث في حساب ثبات نتائج الاستبانة على حساب نسبة الاتفاق بين إجابات المبحوثين

في التطبيقين: الأول والثاني، وكانت قيمة معامل الثبات 0.89 ، وهو معامل ثبات مرتفع، يدل على عدم وجود اختلاف كبير في إجابات المبحوثين، كما يدل على صلاحية الاستبانة للتطبيق.

- تصحيح الأداة:

اعتمد تدرج "ليكرت" الخماسي، لاستجابات العينة على عبارات الاستبانة؛ بحيث تعطى عند التصحيح الدرجات الآتية: موافق بشدة (٥) درجات، موافق (٤) درجات، محايد (٣) درجات، غير موافق (درجتان)، غير موافق بشدة (درجة واحدة)، وبذلك تراوح المتوسطات الحسابية ما بين (١ و ٥)، وقد قسمها الباحث إلى ثلاثة مستويات لتسهيل تصنيف استجابات العينة:

- المتوسطات الحسابية من ١,٠٠-٢,٣٣: بدرجة قليلة.

- المتوسطات الحسابية من ٢,٣٤-٣,٦٦: بدرجة متوسطة.

- المتوسطات الحسابية من ٣,٦٧-٥,٠٠: بدرجة كبيرة.

- المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع البيانات والدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها في الحاسب الآلي ثم معالجتها وتحليلها، واستخراج النتائج الإحصائية، باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية"، وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية الآتية: التكرارات والنسب المئوية، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين، ولتحقق من صحة فروض الدراسة، استخدم اختبار (ت) للعينة الواحدة، واختبار (ت) للعينات المستقلة، وتحليل التباين الأحادي للعلاقة.

ثامناً - الإطار النظري للدراسة:

الدراسات السابقة:

يعرض الباحث إسهامات الدراسات السابقة في مجال شبكات التواصل الاجتماعي، وتحديدًا تطبيق "تويتر"؛ بحيث أظهرت دراسة Castillo أن "تويتر" بدأ يكتسب أهمية بوصفه مصدراً إخبارياً موثوقاً به، خاصة في وقت

الأزمات والأحداث المهمة" (Castillo, Mendoza & Poblete, 2011:682). وقد تعامل الباحث مع الدراسات السابقة؛ من خلال استعراض الدراسات التي تناولت تأثير الإنترنت على "تويتر" والمجتمع؛ بحيث وجدنا من خلال الملاحظات التي قمنا بها، أن موضوع الحسابات الوهمية لم تتعرض له الدراسات السابقة بشكل مكثف، على الرغم من نشاط تلك الحسابات في فترة الربيع العربي في الدول العربية، وفترة الحراك السياسي بالكويت" (المستجدات السياسية في دولة الكويت: ٣). فأرى أن "تويتر" قد استخدم لرفع الوعي بالموضوعات السياسية، ونشر الرسائل السياسية وتنسيق العمل الجماعي.

الدراسات العربية:

دراسة (أحمد قاسمي، سليم جداي، ٢٠١٩): هدفت الدراسة إلى تعرّف طبيعة الدور الذي تقوم به تطبيقات التواصل الاجتماعي في القضايا المجتمعية التي تواجه الدول الخليجية كهدف رئيسي للدراسة، تم الاعتماد على المنهج التاريخي ومنهج دراسة الحالة، واستخدام نظرية المقاربة البنائية، أما حدود الدراسة فقد ركزت على الأعوام من عام ٢٠١٢ حتى ٢٠١٧. وكانت أبرز النتائج الترويج لثقافة التغيير بواسطة مواقع التواصل الاجتماعي في دول الخليج؛ مما يؤدي ذلك لزعزعة أنظمة الحكم. أشارت النتائج إلى إسهام هذه التطبيقات الاجتماعية في نشر الديمقراطية الافتراضية في المجتمعات الخليجية، وأكدت النتائج تأثير هذه التطبيقات في تشكيل الرأي العام في المجتمعات الخليجية، ولوحظ أن فئة الشباب هي أكثر من تتأثر أفكارهم بما يتم تداوله عبر منصات التواصل الاجتماعي.

دراسة (فاضل مشتاق، ٢٠١٨): وضّحت هذه الدراسة بيان ماهية تطبيقات التواصل الاجتماعي ودورها في تكوين الرأي العام للمجتمع العراقي، ومعرفة أهم الاستخدامات المتنوعة والأساسية لهذه المواقع والشبكات، وتوضيح ماهية الموضوعات التي ركزت عليها في ظل ما تشهده الساحة العراقية من مواقف مناصرة ومؤيدة للرأي العام، تنتمي هذه الدراسة للبحوث الوصفية، واستخدمت

منهج المسح، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن تطبيقات التواصل الاجتماعي أصبحت أكثر جرأة في طرح قضايا حساسة تهم الرأي العام، وأن بعض الحكومات تلجأ لتطبيقات التواصل الاجتماعي لتسويق أجندات سياسية.

دراسة (سعود عيد، ٢٠١٦): سعت الدراسة إلى معرفة مدى تأثير تطبيقات التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي بدولة الكويت، وتعرف الأساليب والطرق التي يستخدمها الشباب في تنظيم الحراك، والنزول إلى الشارع من خلال تطبيقات التواصل الاجتماعي. استخدمت الدراسة منهج المسح بالتطبيق على عينة عشوائية طبقية لطلبة جامعة الكويت وطالباتها قوامها (٤٠٠) مفردة. توصلت نتائج الدراسة إلى أن ٨٠٪ من عينة الدراسة يقرون بأن تطبيقات التواصل زودتهم بمعلومات الحراك السياسي أولاً فوئلاً، وأثرت على قرار مشاركة الشباب الكويتي بالحراك السياسي، ٦٧٪ من عينة الدراسة زادت أهمية الحراك السياسي بالنسبة لهم من خلال تطبيقات التواصل الاجتماعي.

دراسة (أسامة المدني، ٢٠١٥): تقوم تطبيقات التواصل الاجتماعي بدور مهم في تشكيل الرأي العام لدى مستخدمي تطبيقات التواصل الاجتماعي، ويؤكد ذلك الإقبال المتزايد من قبل شرائح المجتمع المختلفة على تلك التطبيقات، ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتعرف دور تطبيقات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية. وقد توصلت الدراسة إلى أن ٤١,٨٦٪ من مستخدمي تطبيقات التواصل الاجتماعي لديهم مستوى مرتفع في تشكيل الرأي العام، وأن نسبة ٥٥,٢٣٪ من مستخدمي تطبيقات التواصل الاجتماعي لديهم مستوى متوسط في تشكيل الرأي العام.

دراسة (خالد القحص، يعقوب الكندري، ٢٠١٥): هدفت هذه الدراسة إلى تعرف اتجاهات أعضاء هيئة التدريس بجامعة الكويت والهيئة العامة للتعليم التطبيقي نحو الأهمية المعلوماتية لـ "تويتر" في الحياة الاجتماعية. اشتملت

عينة الدراسة على ٢٠٦ أعضاء هيئة تدريس باستخدام عينة غير عشوائية (العينة المتاحة).

وتظهر النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من أعضاء الهيئة التدريسية في مقياس الأهمية المعلوماتية لـ "تويتر"، ومقياس التواصل الاجتماعي عبر "تويتر"، ومقياس كثافة الاستخدام، وإيجابية الاستخدام لـ "تويتر"، ومقياس درجة الاستخدام. كما كشفت الدراسة عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأهمية المعلوماتية لـ "تويتر" وبعض المتغيرات الشخصية والاجتماعية.

الدراسات الأجنبية:

دراسة (Mark Boukes, 2019): تبحث هذه الدراسة في كيفية تأثير استخدام Twitter و Facebook على اكتساب المعلومات، وإذا ما كان هذا التأثير مشروطاً بمصالح الناس السياسية، استخدمت الدراسة منهج المسح لمعرفة العلاقات المترابطة بين المبحوثين، وتأثيرات تطبيقي "تويتر" و "فيس بوك" عليهم. أشارت الدراسة إلى أن المبحوثين يؤكدون أن تطبيق "تويتر" أهم من تطبيق "فيس بوك" في خاصية التفاعل المباشر وتحصيلهم المعرفي للمعلومات المتعلقة بالشؤون العامة والشؤون السياسية، وأشارت النتائج إلى أن من يفضلون تطبيق "فيس بوك" لا يهتمون بالقضايا السياسية، وأشاروا إلى أن تطبيق "تويتر" له دور إيجابي ومؤثر بشكل أكبر من تطبيق "فيس بوك" في التأثير على الرأي العام.

دراسة (Mousa, Ahmadi & Donghee, Wohn, 2018): هدفت الدراسة إلى معرفة تأثيرات تطبيقات التواصل الاجتماعي على الوعي المعرفي للمواطن الأمريكي من خلال اهتماماته بتعرّف تحديثات الأخبار التي تبث بشكل متسارع عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي، ومن ثم وزعت ٢٥٠ استبانة بطريقة عشوائية إلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. أشارت نتائج الدراسة إلى

أن ٨٠٪ من عينة الدراسة تتفاعل مع الأخبار وتشارك من خلال هواتفهم المحمولة، أكدت نتائج الدراسة أنهم يفضلون "فيس بوك" لتتبع الأخبار المحلية بنسبة ٤٦٪، وحل ثانياً "تويتر" بنسبة ٢٦٪. كما أشارت النتائج إلى أن الترويج لاستهلاك الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي لا يمكن تحقيقه من خلال منح المستخدمين المعلومات التي يريدونها فحسب، بل من خلال تعريض المستخدمين لمعلومات لا يبحثون عنها أيضاً.

دراسة (Adewole, Anuar, Kamsin, Varathan & Razak, 2017): هدفت الدراسة إلى مراجعة شاملة للدراسات ذات الصلة التي تتعامل مع اكتشاف الحسابات الخبيثة على تطبيقات التواصل الاجتماعي "تويتر" و"فيس بوك". وتركزت المراجعة على أربع فئات رئيسية، بما في ذلك الكشف عن حسابات البريد العشوائي والحسابات المزيفة والحسابات المخادعة والتصيد الاحتيالي. استخدمت الدراسة تحليل مضمون محتوى هذه الحسابات؛ للكشف عن التوجهات السلبية والإيجابية وأدوارها المستقبلية. أشارت نتائج الدراسة إلى أن أدوار الحسابات الخبيثة في تطبيقات "تويتر" و"فيس بوك" من الممكن أن تتوسع في المستقبل ويكون لها أدوار مؤثرة، كما أشارت النتائج إلى أن المعلومات التي تقدمها الحسابات الخبيثة، لا تحظى بكثير من الاهتمام في وقت إجراء الدراسة، وتأثيرها على الرأي العام جاء بشكل متفاوت، وأظهرت نتائج الدراسة أيضاً أن النمو المتسارع لشبكة الإنترنت وظهور تطبيقات التواصل الاجتماعي "تويتر" و"فيس بوك" ساعد بشكل ملحوظ في إنشاء الحسابات الخبيثة، التي كانت لها آثار سلبية أكثر من إيجابياتها بحسب عينة الدراسة. أوضحت نتائج الدراسة أيضاً أن من الصعب كشف الحسابات الخبيثة والحد من انتشارها على تطبيقات "تويتر" و"فيس بوك"، وطالبت الدراسة بتحييد تلك الحسابات عن طريق القوانين أو طريق الشركات المشغلة لها.

دراسة (Iordache & Lamanuskas, 2013): هدفت الدراسة إلى استكشاف

استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي في تشكيل المفاهيم السياسية والرأي العام لشباب الجامعات في رومانيا، وتم التوصل إلى النتائج الآتية: أظهرت التحليلات أن أكثر تطبيقات التواصل الاجتماعي التي يحرص طلاب الجامعات الرومانية على استخدامها هي "الفيس بوك" ثم "اليوتيوب"، وظهرت علاقة ارتباط موجبة بين استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية، وتوجيه الرأي العام الطلابي نحو القضايا في رومانيا.

التعليق على الدراسات السابقة ومدى الاستفادة منها:

- تنوعت الدراسات التي عُنيت بتطبيقات التواصل الاجتماعي ما بين دراسة مضمون الشبكات وجمهورها وتأثيراتها على التفاعل والمشاركة.
- يلاحظ أن أغلب الدراسات استخدمت منهج المسح، والمنهج المقارن، واستخدام صحيفة الاستقصاء لجمع البيانات.
- اتفقت نتائج الدراسات على تفوق الإيجابيات على السلبيات لدور تطبيقات التواصل الاجتماعي والدراسات القليلة التي ناقشت دور الحسابات المزيفة أو الوهمية اتفقت على سلبياتها، كما أشارت دراسة (Adewolek, Anuar, Kamsin, Varathan & Razak, 2017)
- أظهرت الدراسات تنامي تأثير تطبيقات التواصل الاجتماعي على العلاقة بين الفرد ومحيطه الاجتماعي والسياسي، من خلال إيجاد مفاهيم جديدة للمشاركة القائمة على الاتصال التفاعلي، كما أشارت دراسة (Mark Boukes, 2019) و(سعود عيد، ٢٠١٦).
- أكدت نتائج معظم الدراسات، أن التطبيقات الحديثة ساهمت في بناء مجال عام يتجاوز أفق المجال العام بشكله التقليدي، ويزيد مساحة التعبير أمام مختلف قطاعات الجمهور في مناقشة مجمل القضايا المتعلقة باهتمامات الجمهور.
- استخدمت معظم الدراسات المتعلقة بدراسة تطبيقات التواصل الاجتماعي، نظريات الاستخدامات والإشباع، أو نظرية الاعتماد.

- أوجه الاستفادة من مراجعة الدراسات السابقة: من الناحية المنهجية والإجرائية كانت على النحو الآتي:

- ساهمت الدراسات في بناء تصور عام لأهمية تطبيقات التواصل الاجتماعي، وخصوصاً "تويتر"، الذي نعتمد عليه في دراستنا.
- ساعدت الدراسات السابقة في تحديد النظريات التي نعتمد عليها في دراستنا.
- أسهمت الدراسات في تحديد عينة الدراسة والأدوات المستخدمة في جمع البيانات.
- وضحت دراسة (أحمد قاسمي، سليم جدي، ٢٠١٩) تأثير تطبيقات التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي لدول الخليج باستخدامها المنهج التاريخي، ودراسة الحالة بين عامي ٢٠١٢ و ٢٠١٧، واستفدنا من خلال ذلك، في تعرف أثر تلك التطبيقات على الرأي العام، وإمكانية فكرة التغير عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي.
- تختلف دراستنا عن الدراسات السابقة من حيث صلب الموضوع؛ فقد ركزنا على "ظاهرة الحسابات الوهمية" في تطبيق "تويتر" في تشكيل الرأي العام لدى المواطنين الكويتيين.
- اختلفت الدراسة الحالية عن دراسة (سعود عيد، ٢٠١٦)، ودراسة (القحص والكندري، ٢٠١٥)؛ فقد خصت الأولى دراسة حالة دولة الكويت من حيث العينة المستهدفة، فكانت عينة الدراسة الأولى موجهة للطلاب الجامعيين بجامعة الكويت، في حين كانت الدراسة الثانية موجهة لأعضاء هيئة التدريس بجامعة الكويت. أما دراستنا فهي للمواطنين الكويتيين العاملين في القطاعين الحكومي والخاص.
- أسئلة الدراسة وأهدافها موجهة بشكل مباشر لدور الحسابات الوهمية، أما الدراسات السابقة، فركّزت بشكل مباشر على تطبيقات التواصل الاجتماعي.

تاسعاً – نظرية المجال العام:

اعتمدت الدراسة على الإطار بتعريفات خصائص المجال العام (Public Sphere) وعناصره وأدواره؛ حيث إنه الأقرب إلى موضوع الدراسة، ويسعى الباحث إلى تحديد المجال العام ووظائفه، وتنتهي بتوضيح الإفادة من النظرية في موضوع الدراسة. "ظهرت نظرية المجال العام (Public Sphere Theory) كنظرية اجتماعية وسياسية على يد "يورغن هابرماس (Jürgen Habermas) في كتابة "التحول البنوي للمجال العام 1962 Structure Transformation of The Public Spher, (الدليمي، عبد الرزاق، ٢٠١٦: ٥٨).

"ففي إطار التغيرات السياسية والاجتماعية الكبرى التي شهدتها أوروبا في القرون السابع عشر والثامن عشر والتاسع عشر، بإنجلترا وفرنسا وألمانيا، ومع تطور الرأسمالية في أوروبا الغربية، قام "هابرماس" ببناء النظرية البرجوازية المعروفة باسم المجال العام، معتمداً على بعض التصورات السياسية ودور المجتمع المدني المنتشر في جميع أنحاء العالم" (Wu, X, 2005:24). شدد "هابرماس" على أن الفعل الديمقراطي التواصلي لا يمكن أن يحصل على مشروعية حقيقية قائمة على سلطة العقل إلا في إطار خطاب نقدي خالٍ من الإلزامات والقيود السلطوية، كما يرى أن الفعل الاتصالي هو المبدأ الرئيسي في المجال العام، وأن كل المشكلات والنزاعات يتم حلها عبر النقاش المفتوح" (كدواني، شيرين، ٢٠١٥: ٤٦).

ويتطلب مفهوم المجال العام ثلاثة عناصر أساسية هي (عبدالفتاح، فاطمة الزهراء، ٢٠١٢: ٥٢-٩٤):

- نص مشترك. ويتضح ذلك من خلال ما رمت إليه تساؤلات الدراسة في ما يخص الموضوعات والقضايا التي تطرحها تلك الحسابات؛ بحيث دائماً ما تركز على قضايا شعبية، يلتف حولها شريحة كبيرة من المواطنين.
- النقاش دون تمييز. يتضح لنا من خلال المضامين المطروحة من قبل الحسابات الوهمية أن الأجندات الخاصة بها تُطرح في إطار عملية

نقاش وحوار واحد، يدور هذا الحوار حول قضية تهتم جميع الأفراد من المجتمع من دون استثناء أو تمييز.

– مكان لهذا النقاش. "فالمجال العام هو الفضاء الاجتماعي، الذي يعرف تبادلات عقلانية ونقدية بين الذوات (الفردية والجماعية)، التي تسعى إلى بلوغ حالة التوافق حول القضايا التي تتصل بالممارسات الديمقراطية. فالفضاء العام، هو المكان الذي تجتمع فيه الجماعات والأفراد المستقلون بوصفهم جمهوراً يتناقشون حول الشؤون المشتركة، والقوانين والقيم" (محمود، أنور، ٢٠١٧: ٧٤). فأرى أن لجوء كثير من المواطنين لتطبيقات التواصل الاجتماعي، والتعرض للحسابات الوهمية، هو بسبب ضعف تغطيات وسائل الإعلام التقليدية لاهتمامات الشعب، وسيطرة الملاك على سياسات التحرير؛ مما أوجد حالة من الفجوة بين المواطن والوسائل الإعلامية التقليدية.

حيث إن هذه العلاقة التفاعلية القائمة على النقاش والحوار، عملت على تحويل علاقة الفرد بالمجال العام من مجرد متلق سلبي، إلى فاعل إيجابي، داخل مناخ عام، تعلق فيه أهمية رؤى الجمهور، فالبناء المؤسسي المعقد يجعل من الصعب، أن يشارك المواطنون في عمليات صنع القرار، ما يستلزم وجود آلية تتيح المشاركة في صياغة السياسات؛ بما يدعم الممارسة الديمقراطية. ولأن الفرد يدخل يومياً لتطبيقات التواصل فتتكون محادثات جماعية مع أفراد وجماعات يتبادلون مختلف القضايا، وكذلك مع الدولة ومؤسساتها، وهي بالضرورة علاقات وتعاملات تؤثر على مصالحه وحياته، بل على الحقوق والممارسات. يتوافق ذلك مع ما ذهب إليه بعض تساؤلات الدراسة الخاصة بتوجهات الجمهور، بمدى موافقته للإجراءات الحكومية في تضييق مساحات حرية التعبير في تطبيقات التواصل الاجتماعي، وملاحقة مستخدمي تلك الحسابات قانونياً. "فالمواقف السياسية العامة لا تكون عاكساً للرأي العام حقيقة، إلا إذا تحقق في مجال عام حر ومععباً". (صيام، عصام، ٢٠٠٩: ٦٥) ويرى "أن

الشأن العام هو شبكة اتصالية من الشبكات القائمة في المجتمعات المدنية، ترتبط ارتباطاً عميقاً بالحياة العامة، أو المستوى التعليمي، أو الخبرات اليومية للأفراد" (رفعت، محمد، ٢٠١٨: ٥٤). وقد تضمن فرض الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية لدور الحسابات الوهمية في تشكيل الرأي العام في المجتمع الكويتي، تعزى لمتغيرات (الجنس، المؤهل العلمي، العمر). فخبرات الحياة المتمثلة في التحصيل العلمي والعمر، من الممكن أن يكون لها أدوار في تقييم الوضع العام، ومدى أثر القضايا التي تطرحها الحسابات على آرائهم.

"إن وجود المجال العام هو الجانب الحاسم والقوة الجوهرية في الوصول إلى الرأي العام. وعلى جانب آخر أكثر أهمية، فإنه يعطي الجمهور ومجموعات منه أهمية لمسألة أو مشكلة ما. والطريقة التي تبرز بها قضية ما على هذا النحو، تكون حول الطريقة التي يفكر بها الجمهور، وتكون صورة عن العالم وأحداثه، وتأثير هذه الأحداث على حياتهم وقيمهم" (بالفانز، هيميلرمك، شوسميث، ٢٠١٧: ١٧٨، ١٨٨).

وعلى هذا، تؤكد نظرية المجال العام أن وسائل الإعلام تحدث حالة من الجدل بين الجمهور، وتمنح تأثيراً واضحاً في القضايا العامة، وتؤثر في عملية صنع القرار، ومن أهم السمات التي حددها "هابرماس" ما يأتي (Vivian, J, 2012):

- أنه أصبح حيزاً من حياتنا الاجتماعية، يمكن من خلاله أن يتم تشكيل ما يقترب من الرأي العام.
- ينشأ من أناس خصوصيين يجتمعون معاً، كجمهور يتناول احتياجات المجتمع من الدولة.
- مجموعة أشخاص يستفيدون من عقولهم وتفكيرهم؛ لمناقشة المسائل العامة.

فروض النظرية (Nielsen, H, 2009):

- قدم "هابرماس" أربعة فروض يجب توافرها في الخطاب المثالي:
- يمكن لأي شخص أن يشترك في المناقشة. وهذا ما تقدمه تطبيقات التواصل الاجتماعي في مشاركة الجميع في الحوار والمناقشة.

- يمكن لأي شخص أن يقدم إشكالية لأمر أو يطرح أسئلة عما يريد من موضوعات.
- يمكن لأي شخص أن يعبر عن مواقفه ورغباته واحتياجاته.
- لا يمنع أي فرد بالقوة من ممارسة حقوقه المنصوص عليها. ولكن نرى تحديداً بهذا الفرض إمكانية تحييدها في الدول التي لا تتمتع بديمقراطيات حية، من خلال تشريعها لقوانين تقلص من حريات التعبير.
- ومن خلال فروض نظرية المجال العام، يتضح المعيار الأساسي للنظرية في عدم مشروعية تضييق مساحات الحرية، والتعبير من قبل السلطات على الأفراد، فيستطيع المواطنون إبداء آرائهم وطرح قضاياهم ودعمها، والتفاعل مع احتياجاتهم الشعبية في هذا العالم الافتراضي الواسع، من غير ملاحقات قانونية وترهيب.
- ووفقاً "ليورغن جرهارد" فإن المجموعات المنظمة مثل الأحزاب السياسية، وجماعات المصالح والحركات الاجتماعية، هي التي تهيمن على النقاش العام، وهي كجماعات تشارك في صنع القرار السياسي. وتمثل هذه الجماعات آراء المواطنين ومصالحهم، كما أن وسائل الإعلام تمثل المصدر الأكثر تأثيراً لتقديم الأفكار والمدخلات للقرار السياسي، وتشكيل الرأي العام والوصول إلى منتج سياسي. وتمثل وسائل الإعلام الجديدة في الإنترنت، وهو الفضاء العام الأصح والأسرع؛ فشبكات الإنترنت، بوصفها الفضاء العام، هي واحدة من المناقشات الفعلية في ما يتعلق بوظيفة المجال العام، علاوة على ذلك، يحقق المجال العام عدة وظائف هي (إبراهيم، إيناس، ٢٠١٩: ٥٥):
- وظيفة الشفافية: وتعني أنه يعطي وضوح الرؤية والصوت لجميع الأفراد للتعبير عن آرائهم.
- سرعة الاستجابة لواضعي السياسات: حيث من الممكن أن يستجيب لآراء المواطنين.
- وظيفة التشاركية: وهي المساحة التي تشجع جميع الأطراف على الانخراط في النقاش العام.

الجهات الفاعلة في المجال العام:

- الجمهور: مجموعة الأفراد ترتبط من خلال الاهتمام المشترك بقضية واحدة أو عدة قضايا (Fisher et al., 2018).
 - المجتمع المدني: يرتبط المجتمع المدني بالجمهور ارتباطاً وثيقاً، حيث يُشكل المجتمع المدني من خلال المنظمات والأنشطة، ويمكن أن يصبح جزءاً من المجال العام.
 - الموظفون الرسميون: ليست الدولة جزءاً من المجال العام، ولكنها عنصر فاعل فيه؛ ففي ظل المجال العام الديمقراطي تستمع السلطات العامة للجمهور، وتتواصل مع قضاياهم ومواقفهم الخاصة، وتوفر المعلومات حول القرارات والإجراءات.
 - وسائل الإعلام: من ناحية الأهمية المركزية توفر قنوات الاتصال ووسائل الإعلام شكل الموضوعات للمناقشة العامة.
 - القطاع الخاص: عندما تدخل إلى الشركات والمواطنين، تعزز المصالح الخاصة والعامة. (World Bank: 4-5)، ونرى أن ذلك يتضح جلياً من خلال تركيز الدراسة في عينتها على الموظفين العاملين بالقطاع العام والقطاع الخاص، وقياس مدى اتجاهاتهم لما تقدمه الحسابات الوهمية من قضايا تسهم في تشكيل الآراء لديهم.
- ومن خلال ما تقدم، نرى أن نظرية المجال العام في بنيتها الجديدة تقوم على محاولة فهم حدود الدور الذي يقوم به تطبيق ("تويتر") تحديداً، ودور الحسابات الوهمية الموجودة في هذا التطبيق في إتاحة النقاشات العامة بسلبياتها وإيجابياتها، وتسهيل بلورة توافقات تعبر عن توجهات الرأي العام؛ بحيث تكون إطاراً نظرياً متكاملًا يمكنه توضيح الدور الذي تقوم به الحسابات الوهمية بتطبيق "تويتر"، ممثلة بمجموعات النقاش وتوجيه النقد أو الثناء السياسي والاجتماعي، بحسب نوعية القضية المطروحة في الساحة الكويتية، ومن أجل تعزيز المشاركة العامة.

نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً - خصائص عينة الدراسة:

حسبت التكرارات والنسب المئوية على النحو الموضح في الجدول الآتي:

الجدول (١)
خصائص عينة الدراسة

المتغير	فئات المتغير	التكرارات	النسب المئوية
الجنس	ذكر	١٣٢	٪٤٤,٠
	أنثى	١٦٨	٪٥٦,٠
العمر	من ١٨ سنة إلى أقل من ٣٠	١٩٦	٪٦٥,٣
	من ٣٠ سنة إلى أقل من ٤٠	٢٥	٪٨,٣
	من ٤٠ سنة إلى أقل من ٥٠	٦٦	٪٢٢,٠
	من ٥٠ سنة فما فوق	١٣	٪٤,٣
المستوى التعليمي	دبلوم فأقل	٦٩	٪٢٣,٠
	بكالوريوس	١٨٧	٪٦٢,٣
القطاع الحكومي	دراسات عليا	٤٤	٪١٤,٧
	وزارة الإعلام	٦٣	٪٢١,٠
	وزارة الخارجية	٢٢	٪٧,٣
	وزارة الداخلية	١٩	٪٦,٣
	وزارة التجارة	١٣	٪٤,٣
	مجلس الأمة	٢٧	٪٩,٠
	جامعة الكويت	٣١	٪١٠,٣
	الهيئة العامة للتعليم التطبيقي	٢٠	٪٦,٧
	وكالة الأنباء الكويتية	٢٠	٪٦,٧
	الديوان الأميري	١٦	٪٥,٣
	مجلس الوزراء	١٢	٪٤,٠
	مجموع القطاع الحكومي	٢٤٣	٪٨١,٠

تابع / الجدول (١) خصائص عينة الدراسة

المتغير	فئات المتغير	التكرارات	النسب المئوية	
القطاع الخاص	بنوك	١٣	٤,٣٪	
	بورصة الكويت	١١	٣,٧٪	
	مؤسسات إعلامية	١٦	٥,٣٪	
	جامعات خاصة	١٠	٣,٣٪	
	شركات التأمين	٢	٠,٧٪	
	شركات الاستثمار	٣	١,٠٪	
	شركات عقارية	٢	٠,٧٪	
	مجموع القطاع الخاص	٥٧	١٩,٠٪	
	المحافظة	العاصمة	١٤٣	٤٧,٧٪
		حولي	٧١	٢٣,٧٪
الفروانية		٣٢	١٠,٧٪	
الجهراء		٢٦	٨,٧٪	
الأحمدي		١٥	٥,٠٪	
مبارك الكبير		١٣	٤,٣٪	
المجموع		٣٠٠	١٠٠٪	

يتضح من الجدول السابق، أن نسبة الإناث في عينة الدراسة جاءت أعلى من نسبة الذكور؛ فقد بلغت نسبة الإناث (٥٦,٠٪)، وبلغت نسبة الذكور (٤٤,٠٪). ويتضح من النتائج في ما يتعلق بمتغير العمر أن صغار السن شكلوا النسبة العليا في العينة، وهم فئة العمر "من ١٨ سنة إلى أقل من ٣٠"، وبلغت (٦٥,٣٪)، في حين شكلت فئة العمر الأكبر (من ٥٠ سنة فما فوق) النسبة الدنيا وبلغت (٤,٣٪). وتظهر نتائج متغير المستوى التعليمي، أن غالبية عينة الدراسة من حملة مؤهل بكالوريوس وبلغت (٦٢,٣٪)، وبلغت نسبة حملة مؤهل دراسات عليا (١٤,٧٪)، ودبلوم فأقل (٢٣,٠٪). وتظهر نتائج متغير المحافظة أن النسبة راوحت ما بين (٢٣,٧٪)، من محافظة حولي، و(٤,٣٪) من محافظة

مبارك الكبير. كذلك تظهر نتائج متغير قطاع العمل أن نسبة العاملين في القطاع الحكومي شكلوا غالبية عينة الدراسة وبلغت (٨١,٠٪)، أعلى نسبة منهم يعملون في وزارة الإعلام وبلغت (٢١,٠٪) من العينة، وأدنى نسبة يعملون في مجلس الوزراء وبلغت (٤,٠٪) من العينة. وبلغت نسبة العاملين في القطاع الخاص (١٩,٠٪)، أعلى نسبة منهم يعملون في المؤسسات الإعلامية وبلغت (٥,٣٪) من العينة، وأدنى نسبة يعملون في الشركات العقارية وشركات التأمين وبلغت (٠,٧٪) من العينة.

١ - نتائج السؤال الأول (ما دور الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر" في عملية تشكيل الرأي العام في المجتمع الكويتي؟):
حسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية على النحو الموضح في الجدول الآتي:

الجدول (٢)

دور الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر" في تشكيل الرأي العام

الترتيب	الأهمية النسبية	المتوسطات الانحرافات المعيارية	العبارة	الرقم
١	٧٤,٩٪	١,٠٠٤	٣,٧٤٣	٤
			تعزز المطالب بالحقوق والواجبات والمساواة بين أفراد المجتمع.	
٢	٧٤,٣٪	١,٠٩٩	٣,٧١٣	١
			جراءة النقد والطرح للقضايا الداخلية تسهم في تشكيل رأيي الخاص.	
٣	٧٣,١٪	١,٠٤١	٣,٦٥٣	٥
			تعتبر قنوات اتصالية فعالة لتشكيل رأيي الخاص.	
٤	٧٢,٦٪	١,٠١٢	٣,٦٣٠	٨
			تعمل على زيادة الوعي الثقافي والسياسي والاجتماعي.	
٥	٧١,٧٪	١,٠١٠	٣,٥٨٣	٦
			حسابات جيدة للتوافق الاجتماعي والسياسي بين الآراء المختلفة.	
٦	٧١,٥٪	٠,٨٩٨	٣,٥٧٧	٣
			تسهم في تشكيل رأي عام نحو التغيير.	
٧	٧٠,٠٪	١,٢٣٩	٣,٥٠٠	٩
			تعتبر النافذة الوحيدة لحرية التعبير بطلاقة عن الأوضاع السائدة في المجتمع الكويتي.	

تابع / الجدول (٢)

دور الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر" في تشكيل الرأي العام

الترتيب	الأهمية النسبية	المتوسطات الانحرافات الحسابية المعيارية	العبارة	الرقم
٨	٪٦٨,٦	١,٠٠٨	٣,٤٣٠	٧
٩	٪٦٦,٢	١,٠٤٤	٣,٣١٠	١٠
١٠	٪٥٤,٩	٠,٩٧٠	٢,٧٤٣	٢
	٪٦٩,٨	٠,٧٢٠	٣,٤٨٨	الدرجة الكلية للمحور

تظهر نتائج الجدول السابق، أن دور الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر" في تشكيل الرأي العام الكويتي جاء بمتوسط حسابي (٣,٤٨٨) وأهمية نسبية (٦٩,٨٪)، وبناء على هذه النتيجة فإن دور الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر" في تشكيل الرأي العام جاء بدرجة متوسطة.

وتظهر نتائج الجدول السابق، أن أكثر دور للحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر" في تشكيل الرأي العام الكويتي، أنها "تعزز المطالب بالحقوق والواجبات والمساواة بين أفراد المجتمع" بمتوسط حسابي (٣,٧٤٣) وأهمية نسبية (٧٤,٩٪)، ثم في المرتبة الثانية "جراً النقد والطرح للقضايا الداخلية تُسهم في تشكيل رأيي الخاص" بمتوسط حسابي (٣,٧١٣) وأهمية نسبية (٧٤,٣٪)، وفي المرتبة الثالثة "تعتبر قنوات اتصالية فعالة لتشكيل رأي الجمهور الخاص" بمتوسط حسابي (٣,٦٥٣) وأهمية نسبية (٧٣,١٪)، ثم "تعمل على زيادة الوعي الثقافي والسياسي والاجتماعي" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٣,٦٣٠) وأهمية نسبية (٧٢,٦٪)، كما جاءت "حسابات جيدة للتوافق الاجتماعي والسياسي بين الآراء المختلفة" في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٣,٥٨٣)، وأهمية نسبية (٧١,٧٪).

وتظهر نتائج الجدول السابق، أن أقل دور للحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر" في تشكيل الرأي العام الكويتي، كانت "تؤثر على أفكار الجمهور"

بمتوسط حسابي (٢,٧٤٣) وأهمية نسبية (٥٤,٩٪)، ثم "تشبع رغبات الجمهور وحاجاته إلى تشكيل رأيه الخاص" بمتوسط حسابي (٣,٣١٠) وأهمية نسبية (٦٦,٢٪). وجاءت هذه النتائج؛ لتوضح أن الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر" تؤثر بشكل متوسط على الرأي العام للمجتمع الكويتي، وهو ما يوضح أن أدوارها ليست هامشية، ولها قبول ومتابعة لدى الكثيرين ومن مختلف الأعمار والتوجهات، وهذا يعزى إلى أن تلك الحسابات تقدم شيئاً مختلفاً يجذب أفراد المجتمع لما يُطرح عبر حساباتها. من خلال عرض النتائج نستكشف أنها تتوافق مع ما جاءت به نتائج دراسة (Mark Boukes, 2019)، ودراسة (أحمد قاسمي، سليم جداي، ٢٠١٩)، بتأثير تطبيق "تويتر" وما يقدمه من معلومات، على الرأي بشكل عام.

٢ - نتائج السؤال الثاني (ما القضايا الخاصة بالشأن الكويتي التي تطرحها الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر"؟):

حسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والأهمية النسبية على النحو الموضح في الجدول الآتي:

الجدول (٣)

القضايا الخاصة بالشأن الكويتي التي تطرحها الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر"

الترتيب	الأهمية النسبية	المتوسطات الانحرافات المعيارية	العبارة	الرقم
١	٧٨,٦٪	٠,٩١٤	٣,٩٣٠	٥ المطالبة بالعدالة والمساواة بين أفراد الشعب.
٢	٧٧,٣٪	١,٠٥٨	٣,٨٦٧	٧ كشف مكامن الخلل بأجهزة الدولة.
٣	٧٦,٧٪	١,٠٠٧	٣,٨٣٧	٢ الكشف والتشهير بكل ما يتعلق بالفساد.
٤	٧٦,٦٪	٠,٩٣٧	٣,٨٣٠	٦ قضايا الوافدين وأثرها على المجتمع الكويتي.
٥	٧٤,٨٪	١,١٢٤	٣,٧٤٠	٤ انتقاد أداء أعضاء مجلس الأمة وأعضاء الحكومة.
٦	٧٣,٥٪	١,٠٢١	٣,٦٧٧	٨ قضايا المعارضة السياسية واللاجئين السياسيين الكويتيين.

تابع / الجدول (٣)

القضايا الخاصة بالشأن الكويتي التي تطرحها الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر"

الرقم	العبارة	المتوسطات الانحرافات الحسابية	الأهمية النسبية	الترتيب
١	سياسات تعامل السلطة السياسية مع الملفات الداخلية والخارجية.	٣,٦١٧	١,٠٢٦	٧
٩	الاعتقالات وتقييد الحريات الإعلامية.	٣,٥٨٣	١,٠٢٠	٨
٣	التمسك بالدستور والديموقراطية.	٣,٥٣٠	٠,٩٧٦	٩
١٠	ترتيب بيت الحكم.	٣,٢٩٠	١,١٥١	١٠
	الدرجة الكلية للمحور	٣,٦٩٠	٠,٧٦٩	٧٣,٨٪

تظهر نتائج الجدول السابق أن القضايا الخاصة بالشأن الكويتي، التي تطرحها الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر" جاءت بمتوسط حسابي (٣,٦٩٠) وأهمية نسبية (٧٣,٨٪)، وبناء على هذه النتيجة فإن القضايا الخاصة بالشأن الكويتي، التي تطرحها الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر"، جاءت بدرجة كبيرة.

وتظهر نتائج الجدول السابق، أن أكثر القضايا الخاصة بالشأن الكويتي، التي تطرحها الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر"، كانت "المطالبة بالعدالة والمساواة بين أفراد الشعب"، بمتوسط حسابي (٣,٩٣٠) وأهمية نسبية (٧٨,٦٪)، ثم في المرتبة الثانية "كشف مكامن الخلل بأجهزة الدولة" بمتوسط حسابي (٣,٨٦٧) وأهمية نسبية (٧٧,٣٪)، وفي المرتبة الثالثة "الكشف والتشهير بكل ما يتعلق بالفساد" بمتوسط حسابي (٣,٨٣٧) وأهمية نسبية (٧٦,٧٪)، ثم "قضايا الوافدين وأثرها على المجتمع الكويتي" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٣,٨٣٠) وأهمية نسبية (٧٦,٦٪)، ثم "انتقاد أداء أعضاء مجلس الأمة وأعضاء الحكومة" في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٣,٧٤٠) وأهمية نسبية (٧٤,٨٪).

وتظهر نتائج الجدول السابق أيضاً أن أقل القضايا الخاصة بالشأن الكويتي التي طرحها الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتز" كانت "ترتيب بيت الحكم" بمتوسط حسابي (٣,٢٩٠) وأهمية نسبية (٨,٦٥٪)، ثم "التمسك بالدستور والديموقراطية" بمتوسط حسابي (٣,٥٣٠) وأهمية نسبية (٦,٧٠٪). جاءت هذه النتائج منسجمة مع ما يتم المطالبة به مؤخراً في الساحة الكويتية من قبل المواطنين من الحد من انتشار المحسوبية والفساد، الذي أسهم في وجود حالة من عدم الرضا لكثير من أطراف الشعب الكويتي. فالتعبير عن الآراء والكشف عنها وتبادل الأفكار وتقديم الحلول للمساعدة في رسم السياسات العامة، والمساهمة في صنع القرارات من خلال تطبيقات الإعلام الجديد، يعتبر أحد أهم المرتكزات الأساسية، التي وضعتها نظرية المجال العام، ومن خلال العالم الافتراضي.

٣ - نتائج السؤال الثالث (ما سلبيات الحسابات الوهمية وإيجابياتها في تطبيق "تويتز" في تشكيل الرأي العام في المجتمع الكويتي):
 أ - سلبيات الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتز":
 حسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية على النحو الموضح في الجدول الآتي:

الجدول (٤)

سلبيات الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتز"

الترتيب	الأهمية النسبية	المتوسطات الانحرافات المعيارية	العبارة	الرقم
١	٨٠,٢٪	٠,٩٣٨	٤,٠١٠	٤ لا أعرف من يقف خلف أجداداتها.
٢	٦٧,٥٪	١,١٣٩	٣,٣٧٣	٢ تفتقر إلى الموضوعية والمنطق.
٣	٦٥,٥٪	١,٢٤٠	٣,٢٧٣	١ تسهم في ضرب الوحدة الوطنية.
٤	٦١,٧٪	١,١٩١	٣,٠٨٧	٥ الموضوعات التي تثيرها لا تثير اهتمامي.
٥	٦١,٠٪	١,٠٤١	٣,٠٥٠	٣ تظلم الأنظمة الحاكمة.
	٦٧,٢٪	٠,٨١٠	٣,٣٥٩	الدرجة الكلية للمحور

تظهر نتائج الجدول السابق أن سلبيات الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر"، جاءت بمتوسط حسابي (٣,٣٥٩) وأهمية نسبية (٢,٦٧٪)، وبناء على هذه النتيجة، فإن سلبيات الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر" موجودة بدرجة متوسطة.

وتظهر نتائج الجدول السابق أيضاً أن أكثر سلبيات الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر"، كانت "عدم معرفة من يقف خلف أجدانها" بمتوسط حسابي (٤,٠١٠) وأهمية نسبية (٢,٨٠٪)، ثم "تفتقر إلى الموضوعية والمنطق"، بمتوسط حسابي (٣,٣٧٣) وأهمية نسبية (٥,٦٧٪)، كذلك "تسهم في ضرب الوحدة الوطنية"، بمتوسط حسابي (٣,٢٧٣) وأهمية نسبية (٥,٦٥٪).

وتظهر نتائج الجدول السابق أيضاً أن أقل سلبيات الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر"، كانت "تظلم الأنظمة الحاكمة"، بمتوسط حسابي (٣,٠٥٠) وأهمية نسبية (٠,٦١٪)، ثم "الموضوعات التي تطرحها لا تثير اهتمامي"، بمتوسط حسابي (٣,٠٨٧) وأهمية نسبية (٧,٦١٪). نرى أنّ من المهم معرفة من يمول تلك الحسابات بالمعلومات والوثائق، وأهدافها حيال المجتمع الكويتي؛ فالتخفي خلف أسماء مستعارة وإدارتها من دول خارجية، يضع علامات استفهام كثيرة حول ماهية أدوارها الحقيقية! فقضية الحسابات الوهمية بدولة الكويت، أخذت زخماً إعلامياً كبيراً ومناقشات جديّة على جميع الصعد، حاولت من خلالها وضع الحلول للحد من تأثيرها السلبي على الرأي العام.

ب - إيجابيات الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر":

حسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية على النحو الموضح في الجدول الآتي:

الجدول (٥)

إيجابيات الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر"

الترتيب	الاهمية النسبية	المتوسطات الانحرافات المعيارية	العبارة	الرقم
١	٪٧٩,٩	٠,٩٩٢	٣,٩٩٣	٣
٢	٪٧٦,٨	١,٠٠٩	٣,٨٤٠	٤
٣	٪٧٦,٣	١,٠٣٩	٣,٨١٧	٥
٤	٪٧٦,٠	١,٠٦٠	٣,٨٠٠	٢
٥	٪٧١,٥	١,٠٦٢	٣,٥٧٣	١
	٪٧٦,١	٠,٨٤٧	٣,٨٠٥	الدرجة الكلية للمحور

تظهر نتائج الجدول السابق أن إيجابيات الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر" جاءت بمتوسط حسابي (٣,٨٠٥) وأهمية نسبية (١,٧٦٪)، وبناءً على هذه النتيجة، فإن إيجابيات الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر" موجودة بدرجة كبيرة.

وتظهر نتائج الجدول السابق أيضاً أن أكثر إيجابيات الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر"، هي أنها "تطرح موضوعات لا تطرحها وسائل الإعلام التقليدية"، بمتوسط حسابي (٣,٩٩٣) وأهمية نسبية (٩,٧٩٪)، كما "تضيف الحسابات الوهمية معلومات جديدة" بمتوسط حسابي (٣,٨٤٠) وأهمية نسبية (٨,٧٦٪)، كذلك "تكشف عن الوسطة والمحسوبة" بمتوسط حسابي (٣,٨١٧) وأهمية نسبية (٣,٧٦٪).

وتظهر نتائج الجدول السابق أيضاً أن أقل إيجابيات الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر"، كانت "طريقة معالجاتها للقضايا تثير اهتمامي" بمتوسط حسابي (٣,٥٧٣) وأهمية نسبية (٥,٧١٪)، ثم "تعبر عن القضايا بحرية وجرأة" بمتوسط حسابي (٣,٨٠٠) وأهمية نسبية (٠,٧٦٪)،

وجاءت هذه النتائج مخالفة لما أشارت إليه دراسة (Adewole, Anuar, Kamsin, Varathan, Razak, 2017)، من أن السلبيات تتفوق على الإيجابيات،

ونوضح أنّ أهم ما يعزز إيجابية تلك الحسابات في دولة الكويت، هو أسلوب الطرح والنقد، في وقت أصبحت فيه وسائل الإعلام التقليدية رتيبة وبعيدة كل البعد عن اهتمامات الشارع الكويتي، ولعل السبب يكمن أيضاً في سيطرة الملاك على السياسات التحريرية، وإبراز ما يخدم مصالحها بالدرجة الأولى.

٤ - نتائج السؤال الرابع (ما توجهات المواطنين في ما يخص الإجراءات القانونية لملاحقة المغردين وأصحاب الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتير"؟):
أ - هل تؤيد فرض الرقابة على الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتير"؟
حسبت التكرارات والنسب المئوية على النحو الموضح في الجدول الآتي:

الجدول (٦)

مدى الموافقة على فرض الرقابة على الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتير"

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	مؤيد بشدة	٨٤	٪٢٨,٠
٢	مؤيد	٨٩	٪٢٩,٧
٣	إلى حد ما	٤٧	٪١٥,٧
٤	غير مؤيد	١٦	٪٥,٣
٥	غير مؤيد بشدة	٦٤	٪٢١,٣

تظهر نتائج الجدول السابق أن نسبة تأييد عينة الدراسة لفرض الرقابة على الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتير" بلغت (٧٣,٤٪)، منهم (٢٨,٠٪) مؤيدون بشدة، و(٢٩,٧٪) مؤيدون، و(١٥,٧٪) مؤيدون إلى حد ما، في حين بلغت نسبة عدم تأييد عينة الدراسة لفرض الرقابة على الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتير" (٢٦,٦٪)، منهم (٥,٣٪) غير مؤيدين، و(٢١,٣٪) غير مؤيدين بشدة. وجاءت هذه النتائج متوافقة مع ما أسفرت عنه نتائج دراسة (Adewole, Anuar, Kamsin, Varathan, Razak, 2017)، باتخاذ إجراءات قانونية، للحد من آثار تلك الحسابات على المجتمعات، وتوافقت أيضاً مع توجهات بعض المسؤولين بدولة الكويت؛ لتحييد أدوار تلك الحسابات. ولم تتوافق هذه النتائج مع ما رمت إليه نظرية المجال العام، من عدم

التضييق على حرية التعبير؛ من خلال فرض حزمة إجراءات قانونية تحيد حرية التعبير في المجتمعات.

ب - هل تؤيد القوانين والإجراءات الخاصة بملاحقة مستخدمي تطبيق "تويتر"؟

حسبت التكرارات والنسب المئوية على النحو الموضح في الجدول الآتي:

الجدول (٧)

مدى تأييد القوانين والإجراءات الخاصة بملاحقة مستخدمي تطبيق "تويتر"

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	مؤيد بشدة	٥٦	٪١٨,٧
٢	مؤيد	٧٩	٪٢٦,٢
٣	إلى حد ما	٦٢	٪٢٠,٧
٤	غير مؤيد	٣٢	٪١٠,٧
٥	غير مؤيد بشدة	٧١	٪٢٣,٧

تظهر نتائج الجدول السابق أن نسبة تأييد عينة الدراسة للقوانين والإجراءات الخاصة بملاحقة مستخدمي تطبيق "تويتر" بلغت (٦٥,٦٪)، منهم (١٨,٧٪) مؤيدون بشدة، و(٢٦,٢٪) مؤيدون، و(٢٠,٧٪) مؤيدون إلى حد ما، في حين بلغت نسبة عدم تأييد عينة الدراسة للقوانين والإجراءات الخاصة بملاحقة مستخدمي تطبيق "تويتر" (٣٤,٤٪)، منهم (١٠,٧٪) غير مؤيدين، و(٢٣,٧٪) غير مؤيدين بشدة. هذه النتائج لا تتوافق مع أهم ما جاءت به مرتكزات نظرية المجال العام، التي طالبت بحرية التعبير دون قيد أو شرط، فكثير من المغردين أو المدونين الكويتيين في تطبيق "تويتر" تحديداً، صدرت بحقهم أحكام نهائية، كالسجن والغرامات المالية، وهذه الإجراءات لا تتوافق مع الديمقراطية الافتراضية، التي فرضتها تطبيقات التواصل الاجتماعي.

٥ - نتائج السؤال الخامس (ما مدى ثقة المواطن الكويتي بالمعلومات

التي تنشرها الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر"؟):

حسبت التكرارات والنسب المئوية على النحو الموضح في الجدول الآتي:

الجدول (٨)

مدى الثقة بالمعلومات التي تنشرها الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر"

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	أثق بها بدرجة كبيرة جداً	٩	٣,٠٪
٢	أثق بها بدرجة كبيرة	٢٧	٩,٠٪
٣	أثق بها بدرجة متوسطة	١١٩	٣٩,٧٪
٤	لا أثق بها	٨١	٢٧,٠٪
٥	لا أثق بها مطلقاً	٦٤	٢١,٣٪

تظهر نتائج الجدول السابق، أن نسبة ثقة عينة الدراسة بالمعلومات التي تنشرها الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر" بلغت (٥١,٧٪)، منهم (٣,٠٪) يتقنون بدرجة كبيرة جداً، و(٩,٠٪) يتقنون بدرجة كبيرة، و(٣٩,٧٪) يتقنون بدرجة متوسطة. في حين بلغت نسبة عدم ثقة عينة الدراسة بالمعلومات التي تنشرها الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر" (٤٨,٣٪)، منهم (٢٧,٠٪) لا يتقنون، و(٢١,٣٪) لا يتقنون مطلقاً. ومن خلال النتائج، أرى أن الحسابات الوهمية تعرض معلومات تحظى بالثقة عند الجمهور، وهذا يشير إلى أن تلك الحسابات تمتلك علاقات، سواء كانت داخلية أم خارجية، تساعد على تزويدها بالمعلومات التي تجذب بها الجمهور. وجاءت هذه النتائج مخالفة لما أسفرت عنه أهم نتائج دراسة (Adewole, Anuar, Kamsin, Varathan, Razak, 2017)، التي أشارت إلى أن المعلومات التي تقدمها الحسابات الخبيثة، لا تحظى باهتمام كافٍ، وجاءت نسبة تأثيرها على الرأي العام بشكل متفاوت.

٦ - نتائج السؤال السادس (ما آراء المواطنين حيال وجود الحكومات

ودعمها لحسابات وهمية في تطبيق "تويتر" لتسويق أجندة سياسية؟):

حسبت التكرارات والنسب المئوية على النحو الموضح في الجدول الآتي:

الجدول (٩)

مدى الموافقة على دعم الحكومات حسابات وهمية لتسويق أجندة سياسية

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	موافق بشدة	٦٩	٪٢٣,٠
٢	موافق	٥٠	٪١٦,٧
٣	إلى حد ما	١١٦	٪٣٨,٦
٤	غير موافق	٤٧	٪١٥,٧
٥	غير موافق بشدة	١٨	٪٦,٠

- تظهر نتائج الجدول السابق أن نسبة موافقة عينة الدراسة على دعم الحكومات لحسابات وهمية لتسويق أجندة سياسية بلغت (٣,٧٨٪)، منهم (٢٣,٠٪) موافقون بشدة، و(١٦,٧٪) موافقون، و(٣٨,٦٪) موافقون إلى حد ما، في حين بلغت نسبة عدم موافقة عينة الدراسة على دعم الحكومات لحسابات وهمية لتسويق أجندة سياسية (٢١,٧٪)، منهم (١٥,٧٪) غير موافقين، و(٦,٠٪) غير موافقين بشدة. وجاءت هذه النتائج متقاربة بشكل كبير مع ما أسفرت عنه نتائج دراسة (فاضل مشتاق، ٢٠١٧) بوجود الحكومات في تطبيقات التواصل الاجتماعي لتسويق الأجندات السياسية، وأرى أن الحكومة الكويتية توجد في تطبيقات التواصل الاجتماعي لجس نبض الشارع لقرارات مستقبلية، أو لضرب الخصوم، وأرى أن ذلك يتضح جلياً في الأوراق الحساسة والرسمية، التي تنشرها الحسابات الوهمية.

فرض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقديرات العينة لدور الحسابات الوهمية لتطبيق "تويتر" في تشكيل الرأي العام في المجتمع الكويتي، تعزى للمتغيرات الديموغرافية.

١ - دلالة الفروق بحسب متغير الجنس:

حسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار

"ت"، على نحو ما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول (١٠)

دلالة الفروق في تقديرات العينة لدور الحسابات الوهمية لتطبيق "تويتير" في تشكيل الرأي العام في المجتمع الكويتي، بحسب متغير الجنس

الجنس	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة
نكر	٣,٥٤٧	٠,٨١٥	١,٢٥٢	٢٩٨	٠,٢١٢
أنثى	٣,٤٤٢	٠,٦٢٣			

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \geq 0,05$) في تقديرات العينة لدور الحسابات الوهمية لتطبيق "تويتير" في تشكيل الرأي العام في المجتمع الكويتي، تعزى لمتغير الجنس.

٢ - دلالة الفروق بحسب متغير قطاع العمل:

حسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار "ت"، على نحو ما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول (١١)

دلالة الفروق في تقديرات العينة لدور الحسابات الوهمية لتطبيق "تويتير" في تشكيل الرأي العام في المجتمع الكويتي، بحسب متغير قطاع العمل

قطاع العمل	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة
قطاع حكومي	٣,٤٧٠	٠,٧٠٥	-٠,٩١٣	٢٩٨	٠,٣٦٢
قطاع خاص	٣,٥٦٧	٠,٧٨٣			

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \geq 0,05$) في تقديرات العينة لدور الحسابات الوهمية لتطبيق "تويتير" في تشكيل الرأي العام في المجتمع الكويتي، تعزى لمتغير قطاع العمل.

٣ - دلالة الفروق بحسب متغير العمر:

حسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار تحليل التباين الأحادي، على نحو ما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول (١٢)

دلالة الفروق في تقديرات العينة لدور الحسابات الوهمية لتطبيق "تويتير" في تشكيل الرأي العام في المجتمع الكويتي، بحسب متغير العمر

العمر	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى الدلالة
من ١٨ سنة إلى أقل من ٣٠	٣,٣١٢	٠,٧٠٨	١٦,٠٣١	٣	٠,٠٠٠
من ٣٠ سنة إلى أقل من ٤٠	٣,٦٦٤	٠,٤٦٥			
من ٤٠ سنة إلى أقل من ٥٠	٣,٩٦١	٠,٦٠٩			
من ٥٠ سنة فما فوق	٣,٤٠٨	٠,٧٢٥			

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \geq 0,05$) في تقديرات العينة لدور الحسابات الوهمية لتطبيق "تويتير" في تشكيل الرأي العام في المجتمع الكويتي تعزى لمتغير العمر، وتبين من نتائج اختبار "شافيه"، أن الفروق كانت بين فئة العمر من ٤٠ سنة إلى أقل من ٥٠ وفئتي العمر من ١٨ سنة إلى أقل من ٣٠ ومن ٥٠ سنة فما فوق، لصالح فئة العمر من ٤٠ سنة إلى أقل من ٥٠. نرى أن الفروق العمرية أسهمت بتشكيل الآراء حول ما يطرح عبر الحسابات الوهمية، وهذا أمر غير مستغرب؛ حيث إن بعض الفئات قد عاصرت الانفجار التكنولوجي والمعلوماتي، ولديها اطلاع أوسع من غيرها بحكم التعرض اليومي والمباشر بوسائل الإعلام ومختلف الوسائل الاتصالية الحديثة.

٤ - دلالة الفروق بحسب متغير المستوى التعليمي:

حسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار تحليل التباين الأحادي، على نحو ما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول (١٣)

دلالة الفروق في تقديرات العينة لدور الحسابات الوهمية لتطبيق "تويتير" في تشكيل الرأي العام في المجتمع الكويتي، بحسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى الدلالة
دبلوم فأقل	٣,٢١٩	٠,٦٠٥	٧,٦٣٦	٢	٠,٠٠١
بكالوريوس	٣,٥٣٦	٠,٧٢١			
دراسات عليا	٣,٧٠٩	٠,٧٧٢			

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \geq 0,05$) في تقديرات العينة لدور الحسابات الوهمية لتطبيق "تويتير" في تشكيل الرأي العام في المجتمع الكويتي، تعزى لمتغير المستوى التعليمي، وتبين من نتائج اختبار "شافيه" أن الفروق كانت بين حملة مؤهل دراسات عليا، وحملة مؤهل دبلوم فأقل لصالح حملة مؤهل دراسات عليا. وهو ما يعني أن الأفراد يتابعون ويشاركون في تطبيقات التواصل الاجتماعي، دون النظر إلى المؤهل العلمي، وأن العزوف المؤقت عن متابعة تلك الحسابات وما يطرح في مضامينها، يختلف من شخص إلى آخر، بحسب الظروف اليومية، وما ينتج عنها من واجبات.

نتائج الدراسة:

خلصت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- ١ - من أكثر أدوار الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتير" في تشكيل الرأي العام الكويتي، أنها "تعزز المطالب بالحقوق والواجبات والمساواة بين أفراد المجتمع" بنسبة (٧٤,٩٪).
- ٢ - أكثر القضايا الخاصة بالشأن الكويتي، التي تطرحها الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتير"، كانت "المطالبة بالعدالة والمساواة بين أفراد الشعب" بنسبة (٧٨,٦٪).
- ٣ - جاءت نتيجة "الكشف عن مكامن الخلل بأجهزة الدولة" بنسبة

- (٣،٧٧٪)، في المرتبة الثانية لأكثر القضايا التي تتناولها الحسابات الوهمية من وجهة نظر الجمهور الكويتي.
- ٤ - يرى الجمهور الكويتي، أن إيجابيات الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر"، "تطرح موضوعات لا تطرحها وسائل الإعلام التقليدية" بنسبة (٩،٧٩٪)، ويرى الجمهور الكويتي أيضاً أن "تكشف الحسابات الوهمية عن الوساطة والمحسوبية" بنسبة (٣،٧٦٪).
- ٥ - نسبة تأييد الجمهور الكويتي لفرض الرقابة على الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر"، بلغت (٤،٧٣٪).
- ٦ - ثقة الجمهور الكويتي بالمعلومات التي تنشرها الحسابات الوهمية في تطبيق "تويتر"، "يثقون بدرجة متوسطة" (٧،٣٩٪).
- ٧ - يرى الجمهور الكويتي "في ما يخص دعم الحكومات لحسابات وهمية لتسويق أجندة سياسية" أنهم موافقون إلى حد ما بنسبة (٦،٣٨٪).

التوصيات:

- مما سبق توصي الدراسة بما يأتي:
- ١ - إجراء الدراسات والبحوث، التي تهدف إلى معرفة القيم الإيجابية، بناء على نتائج الدراسة الحالية لزيادتها، ولتوعية المجتمع بأن لتطبيق "تويتر" إيجابيات.
- ٢ - ضرورة التوسع في إجراء المزيد من الدراسات والبحوث، التي تتناول دور الحسابات الوهمية في تطبيقات التواصل الاجتماعي؛ وذلك لندرة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع.
- ٣ - الإكثار من الندوات العلمية والبرامج التعليمية الهادفة، التي توضح الجانب السلبي لتطبيقات التواصل الاجتماعي على القيم والرأي العام.
- ٤ - الاهتمام من قبل الجامعة ومراكز البحوث بدولة الكويت بصورة مستمرة، بدراسات تأثير تطبيقات التواصل الاجتماعي على الأفراد؛ نتيجة لما تؤثر به على القيم، والمفاهيم، والثقافة، والهوية المحلية، وتوجيه الرأي العام.

- ٥ - تفعيل دور الناطق الرسمي لدولة الكويت؛ لمواجهة الشائعات المتعلقة بالأمن الوطني.
- ٦ - تنمية دور الإعلام الحقيقي في تبني توجهات الرأي العام، ودعم المطالبات الشعبية المستحقة.
- ٧ - التعاون بين الناشرين في تطبيقات التواصل الاجتماعي، وكليات وأقسام الإعلام، في إطار تنظيم الدورات التدريبية؛ لرفع ميثاق مصداقية النشر، وكيفية تطبيقه في الواقع العملي.

المراجع

أولاً - المراجع العربية:

- إبراهيم، إيناس. (٢٠١٩). السوشيال ميديا وأثارها على المجتمع. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع. الطبعة الأولى.
- إبراهيم، حمد. (٣ نوفمبر ٢٠١٨). إغلاق مئات الحسابات الوهمية على "تويتر". صحيفة القبس الكويتية.
- أبوسمرة، محمود؛ الطيطي، محمد. (٢٠٢٠). **مناهج البحث العلمي من التبیین إلى التمكين**. عمان: اليازوري للتوزيع والنشر. الطبعة الأولى.
- أبو الهدى، إسلام. (٢٠١١). استخدام طلاب الجامعة للإنترنت. وعلاقته بأبعاد الاغتراب لديهم. **مجلة كلية التربية. جامعة المنصورة. العدد ٧٥. الجزء الأول. يناير. ص ٣٩٣ - ٤٣٤.**
- بالنافر، مارك؛ هيميلرمك، ستيفاني؛ شوسميث، بريان. (٢٠١٧). **نظريات ومناهج الإعلام**. ترجمة: عاطف حطيبة. القاهرة: دار النشر للجامعات. الطبعة الأولى.
- بن طرف، أميرة؛ الحطاب، خالد. (٨ يناير ٢٠١٩). الحسابات الوهمية معول هدم بيد مثيري الفتن. صحيفة القبس الكويتية.
- بن عوف، أحمد. (٢٠١٦). **الرأي العام بمفهومه وأساليبه قياسه**. عمان: أمواج للنشر والتوزيع. الطبعة الأولى.
- حسين، سمير. (٢٠٠٦). **دراسات في مناهج البحث العلمي**. القاهرة: عالم الكتب. الطبعة الثانية.
- الدليمي، عبدالرزاق. (٢٠١٦). **نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين**. عمان: اليازوري للنشر. الطبعة الأولى.
- رفعت، محمد. (٢٠١٨). **الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية**. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع. الطبعة الأولى.
- الشاهد. (سبتمبر ٢٠١٩). "تويتر" يعاقب الكذابين والمزييفين ويغلق حساباتهم. صحيفة الشاهد الكويتية. العدد ٢٢. ٣٨٦٢.

- صيام، عصام. (٢٠٠٩). الاحتجاجات السلمية في مصر مجتمع مدني جديد. مجلة الديمقراطية. العدد ٣. القاهرة: مؤسسة الأهرام.
- طابع، سامي. (٢٠٠٣). مناهج البحث وكتابه المشروع المقترح للبحث. القاهرة. مركز بحوث الطرق الفردية المؤدية للتعليم العالي.
- عبدالحميد، محمد. (٢٠٠٠). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: عالم الكتب. الطبعة الأولى.
- عبدالحميد، محمد. (٢٠١٥). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: عالم الكتب. الطبعة الثانية.
- عيد، سعود. (٢٠١٦). دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء النقاش حول القضايا السياسية والاجتماعية بدولة الكويت. رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة القاهرة. كلية الإعلام.
- عبدالفتاح، فاطمة الزهراء. (٢٠١٢). المدونات الإلكترونية والمشاركة السياسية. القاهرة: دار العالم العربي.
- عيشور، نادية. (٢٠١٧). منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية. الجزائر: حسين راس الجبل للنشر والتوزيع. الطبعة الأولى.
- قاسمي، أحمد. جداي، سليم. (٢٠١٩). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية. برلين. المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية. الطبعة الأولى.
- القحص، خالد. الكندري، يعقوب. (٢٠١٥). الأهمية المعلوماتية لـ "تويتر" ودوره في الحياة الاجتماعية: دراسة على عينة من الهيئة التدريسية في الكويت. المجلة العربية للعلوم الإنسانية. العدد ١٣٢. السنة ٣٣. ص ١٣٥ - ١٧٨.
- كنواني، شيرين. (٢٠١٥). استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية على الإنترنت وعلاقته بالتحول الديمقراطي في مصر. رسالة دكتوراه غير منشورة. قسم الإعلام. كلية الآداب. جامعة أسيوط.
- مجموعة باحثين. (٢٠١٦). المستجدات السياسية في دولة الكويت:

- انعكاسات التغيّر السياسي في الكويت خلال فترة ما بعد الاحتجاجات العربية ٢٠١١-٢٠١٦. الدوحة. مركز الخليج لسياسات التنمية.
- محمود، أنور. (٢٠١٧). دور المجال العام في ترسيخ الحكم الرشيد. مجلة جامعة التنمية البشرية. المجلد ٣. العدد ١. ص ١٢٠ - ١٤٣.
- المدني، أسامة. (٢٠١٥). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية. مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية. جامعة السلطان قابوس. ص ٣٩٥ - ٤٢٥.
- فاضل، مشتاق. (٢٠١٨). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي. مجلة تكريت للعلوم السياسية. العدد ١٣. المجلد ٣. ص ١٩٠-٢٢٦.
- المشاقبة، بسام. (٢٠١٠). مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب. عمان: دار أسامة للنشر. الطبعة الأولى.
- المشهداني، سعد. (٢٠١٧). مناهج البحث الإعلامي. الإمارات: دار الكتاب الجامعي. الطبعة الأولى
- نجم، طه. (٢٠١٥). مناهج البحث الإعلامي. الإسكندرية: دار كلمة للنشر والتوزيع. الطبعة الأولى.
- وهران، سامية. (٢٠١٩). الرأي العام والشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي. المؤتمر السنوي لكلية الحقوق. جامعة طنطا. القاهرة.

ثانياً - المراجع الأجنبية:

- Adewole, K. & Anuar, N & Kamsin, A. & Varathan, K & Razak, S. (2017). Malicious accounts: Dark of the social networks, *Journal of Network and Computer Applications*, 79, 1 February, 41-67.
- Ahmadi, M. & Wohn, D., (2018). The Antecedents of Incidental News Exposure on Social Media, *journal Social Media + Society*, (4) 2, 1-8.
- Boukes, M. (2019). Social network sites and acquiring current affairs knowledge: The impact of Twitter and Facebook usage on

learning about the news, *Journal of Information Technology & Politics*, (16) 1, 36-51.

- Castillo, C. & Mendoza, M., & Poblete, B., (2011). Information Credibility on Twitter, *The International World wide Web Conference committee (IW3C2)*, Session:Information Credibility, March 28-April 1, Hyderabad, India.
- Fisher, J. & Fieldhouse, E. & Franklin, M. & Gibson, R. & Cantijoch, M. & Wlezien, C. (2018). *the Routledge handbook of elections, voting behavior and public opinion*, New York: Routledge.
- Hill, C. & Dean, E. & Murphy, J. (2014). *Social Media, Sociality, and Survey Research*, New Jersey, John Wiley & Sons, Inc.
- Iordache, D. & Lamanuskas, V. (2013). Exploring the Usage of Social Networking Websites: Perceptions and Public Opinions of Romanian University Students”, *Informatica Economicã vol. 17, no. 4*, 18-24.
- Mitchell, A. & Gottfried, J. & Barthel, M. & Sheare, E. (2016). The modern news consumer: News attitudes and practices in the digital. *Pew Research Center*. Washington.
- Newman, N. & Fletcher, R. & Kalogeropoulos, A. & Levy, D. & Nielsen, R. (2017). Reuters institute: Digital news report, *Reuters Institute for the Study of Journalism*, United Kingdom.
- Nielsen, H., (2009). Gender, Diversity and the European Public Sphere, *eurosphere*, Working Paper Series (EWP) 24.
- Sojo, C., (2011). *The State under scrutiny: Public opinion, Stateness and government performance in Latin America*, United Nations, Santiago, Chile.
- Vivian, J., (2012). *Media of Mass Communication*, London: Pearson.
- World Bank. (2009). *The Public Sphere*, communication for Governance & Accountability Program (commGAP), DC, *World Bank*.
- Wu, X. (2005). *Chinese Cyber nationalism: How china's online public sphere affected its social and political transitions*, Ph.D. Dissertation, University of Florida.

The Role of Twitter Fake Accounts in the Process of Forming Public Opinion in Kuwaiti Society Field Study

D. Anwar A. M. Al-Jazaf

Abstract:

Aim of the Paper: The study aimed to identify the role of Twitter fake accounts in the process of forming public opinion in Kuwaiti society, issues of interest to Kuwaiti society members in Twitter, the extent of Kuwaiti citizens' confidence in the information provided by the fake accounts in Twitter application, and the advantages and disadvantages of the fake accounts, and the significance of differences in the role of fake accounts in the formation of public opinion in Kuwaiti society attributed to the demographic variables.

Study Design: The study used the survey methodology.

Sample and Data: relied, in data collection, on the questionnaire and the sample of the study consisted of (300) individuals from the Kuwaiti public, Distributed to (243) for workers in the government sector and (57) for workers in the private sector.

Results: The results showed that the role of the fake accounts in the formation of Kuwaiti public opinion in Twitter application came to a medium degree, and that the biggest role of the fake accounts that it promotes the demands of rights and duties and equality among society members, and then the audacity of criticism and ability to address internal issues, The results showed that the approval rate of the study sample on government support for fake accounts to market the political agenda was (38.6%).

Conclusion: The study showed that the role of the spokesperson for the State of Kuwait must be activated to confront rumors related to national security, and developing the role of the real media in adopting the trends of public opinion, then supporting the populist claims due.

Keywords: Fake Accounts, Public Opinion.

د. أنور عبدالوهاب مساعد الجزاف، دكتوراه في تخصص علوم الإعلام والاتصال، الجامعة اللبنانية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، ٢٠١٧. الاهتمامات البحثية: الإعلام الاقتصادي، الصحافة الاقتصادية، أسواق المال، قضايا النفط، قضايا الفساد، قضايا الإصلاح والتنمية الاقتصادية، قضايا صناديق الثروة السيادية.

(dr.anwaraljzaf@gmail.com)

