



جامعة البرموك

كلية الإعلام

قسم الصحافة

رسالة ماجستير بعنوان

اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد

(دراسة ميدانية)

**Dependency of Kuwaiti Journalists on Twitter as a source of
information about corruption issues (A survey study)**

إعداد :

أحمد حمود مفضي الشمري

إشراف :

علاء الدين احمد خليفة

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

2017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا

الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ﴾

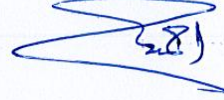
صدق الله العظيم

المجادلة (11)

التفويض

أنا أحمد حمود مفضي الشمري أفوض جامعة اليرموك بتزويد رسالتي للمكتبات أو الأشخاص، أو المؤسسات والهيئات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم : أحمد حمود مفضي الشمري

التوقيع : 

التاريخ : ١١١٢٩م 2017

قرار لجنة المناقشة

اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد

(دراسة ميدانية)

إعداد:

أحمد حمود مفضي الشمري

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام من كلية الإعلام من جامعة

اليرموك - إربد، الأردن

وافق عليها

أعضاء لجنة المناقشة:

د. علاء الدين احمد خليفة الدليمي..... مشرفا ورئيسا

د. زهير ياسين الطاهات..... عضوا

د. د. محمود إبراهيم شليبه..... عضوا

وأجيزت بيوم: الاربعاء الموافق: ٢٩ / ١١ / ٢٠١٧ م

الشكر والثناء

اللهم لك الحمد حتى ترضى، ولك الحمد إذا رضيت، ولك الحمد بعد الرضا، يا واسع العطاء، لا ننثي عليك، كما أثنت أنت على نفسك، وصلى اللهم على نبينا محمد وسلم عليه تسليما كثيرا، أما بعد: أتوجه أنا أحمد حمود مفضي الشمري بجزيل الشكر وعظيم الامتتان للدكتور علاء الدين أحمد خليفة الدليمي لإشرافه على هذه الرسالة، ومتابعتها، وتسييرها لإنجاز هذا العمل، وأتوجه أيضا بجزيل الشكر والامتتان لأعضاء لجنة المناقشة، لما تحملوه من أعباء المناقشة، وأتوجه بالشكر الجزيل لوالدتي العزيزة على مساندتي ووقوفها الى جانبي، ثم للإخوة والأخوات الأعزاء على الدعم المتواصل، ولزوجتي المخلصة على مساندتي خلال دراستي، ولجميع من مد لي يد العون من أقارب وأصدقاء وأعضاء الهيئة التدريسية، وأخص في هذا الشكر ابن الأخت الغالي / صالح سلامة الشمري

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى وطني العزيز

وأهديه إلى والدي رحمه الله

وإلى العزيزة الغالية والدتي أطال الله في عمرها

وإلى إخوتي الكرام وأخواتي العزيزات

وإلى زوجتي العزيزة وأبنائي الأعمام

وإلى أبناء الإخوة الأحباء

والإخوة الذين افتقد وجودهم رحمهم الله

والأصدقاء المخلصين والداعمين

ولكل من ساندني وبك فيني روح المثابرة

وهذا العمل لا يساوي إلا القليل مما يستحقون

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
ب	الآية
ج	التفويض
د	قرار لجنة المناقشة
هـ	الإهداء
و	شكر وتقدير
ز	قائمة المحتويات
ي	قائمة الجداول
ل	قائمة الملاحق
م	الملخص باللغة العربية
ن	الملخص باللغة الإنجليزية
الفصل الأول: الإطار المنهجي	
1	المقدمة
3	مشكلة الدراسة
3	أهمية الدراسة
4	أهداف الدراسة
5	أسئلة الدراسة
6	فرضيات الدراسة
6	مصطلحات ومتغيرات الدراسة
8	النظرية المستخدمة
12	الدراسات السابقة
30	التعليق على الدراسات السابقة
31	منهج الدراسة
32	مجتمع الدراسة
32	عينة الدراسة
33	أداة الدراسة
34	اختبار صدق الدراسة وثباتها

34	اختبار الصدق لأداة الدراسة
35	اختبار الثبات الأداة الدراسة
35	المعالجة الإحصائية
الفصل الثاني: الإطار النظري	
37	المبحث الأول : الإعلام والمجتمع
38	مقدمة
39	علاقة الإعلام بالمجتمع
42	أوجه و أدوار الإعلام في المجتمع إزاء ظاهرة الفساد
46	أبعاد مشكلة انتشار ظاهرة الفساد في المجتمع
47	الإعلام الاجتماعي
48	شبكات التواصل الاجتماعي
51	الإعلام البديل والمهام المنتظرة
53	المبحث الثاني : (تويتر) والعمل الصحفي
54	الصحافة في الكويت
56	تويتر
58	تويتر والعمل الصحفي
63	التحول في صناعة الأخبار بعد ظهور تويتر
65	نماذج عالمية في تنظيم استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي
67	المبحث الثالث: الإعلام والفساد
68	مفهوم الفساد
68	مظاهر الفساد وأنواعه

71	التقارير الإعلامية والصحفية عن الفساد
72	دور الإعلام في مكافحة الفساد
78	مفهوم الصحافة الاستقصائية ودورها في مكافحة الفساد
79	العقبات التي تواجه وسائل الإعلام في مواجهة الفساد
80	الإعلام الفاسد
الفصل الثالث: عرض النتائج ومناقشة	
82	النتائج المتعلقة بثبات أداة الدراسة
83	النتائج المتعلقة بعينة الدراسة
85	النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة
105	النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة
113	ملخص نتائج أسئلة الدراسة
115	ملخص نتائج الفروض الدراسة
117	التوصيات
118	المصادر والمراجع
120	المراجع الأجنبية
126	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الجدول	اسم الجدول	الصفحة
1	تطبيق معادلة (كرونباخ ألفا) على جميع فقرات الأسئلة ذات التدرج الخماسي	82
2	التكرارات والنسب المئوية حسب متغيرات الدراسة (ن=292)	83
3	توزيع أفراد عينة الدراسة عن الأسئلة الخاصة بمحور عادات متابعة وتصفح الصحفيين الكويتيين لـ (تويتر)	85
4	التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأسباب اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد	90
5	التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهداف اعتماد الصحفيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد	92
6	التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للآثار المعرفية المتحققة من خلال الاعتماد على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد	94
7	التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للآثار الوجدانية المتحققة من خلال الاعتماد على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد	95
8	التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للآثار السلوكية المتحققة من خلال الاعتماد على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد	96
9	التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكون تويتر مصدر مهم للمعلومات حول قضايا الفساد	97
10	التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية	99

	والانحرافات المعيارية لتأثيرات التويتر على أداء الصحفيين الكويتيين ومعالجتهم للمعلومات حول قضايا الفساد	
101	التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لنوعية المعلومات التي يسعى الصحفيون الكويتيون إلى الحصول عليها من التويتر	11
102	التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للصعوبات التي تواجه الصحفيين الكويتيين في تغطية قضايا الفساد	12
104	التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى مصداقية المعلومات المنشورة على تويتر حول قضايا الفساد	13
105	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين لأثر النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة في العمل الصحفي، ومستوى إلمامك باللغة الإنجليزية، ونوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها على درجة اعتماد الصحفيين الكويتيين على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد	14
107	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار "ت" لأثر نوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها على أسباب اعتماد الصحفيين الكويتيين على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد	15
107	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار "ت" لأثر نوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها على أهداف اعتماد الصحفيين الكويتيين على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد	16
108	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين لأثر النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، وسنوات	17

	الخبرة في العمل الصحفي، ومستوى إلمامك باللغة الإنجليزية، ونوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها على الآثار المعرفية	
109	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين لأثر النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة في العمل الصحفي، ومستوى إلمامك باللغة الإنجليزية، ونوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها على الآثار الوجدانية	18
110	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين لأثر النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة في العمل الصحفي، ومستوى إلمامك باللغة الإنجليزية، ونوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها على الآثار السلوكية	19
111	معامل ارتباط بيرسون بين أسباب الاعتماد على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد وكل من الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية	20
112	معامل ارتباط بيرسون بين أهداف الاعتماد على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد وكل من الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية	21

قائمة الملاحق

رقم الملحق	اسم الملحق	الصفحة
ملحق (1)	المحكمن	126
ملحق (2)	الاستبانة	127

المخلص

الشمري، أحمد حمود مفضي. اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، 2017. (المشرف أ.د. علاء الدين أحمد خليفة).

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد، استخدم الباحث منهج المسح الوصفي، وتكون مجتمع الدراسة من الصحفيين الكويتيين المسجلين في جمعية الصحفيين الكويتية والبالغ عددهم (597) صحفياً وصحفية، أما عينة الدراسة فتكونت من (292) مفردة، وأظهرت نتائج الدراسة العديد من النتائج، أهمها: أن (تويتر) يساهم في رفع مستوى معرفة الصحفيين الكويتيين بقضايا الفساد في الكويت، ويعتمد ما نسبته (14.0%) من عينة الدراسة على تويتر كمصدر مهم للمعلومات حول قضايا الفساد بدرجة عالية جداً، كما أن (48.8%) من عينة الدراسة يعتمدون على تويتر كمصدر مهم للمعلومات حول قضايا الفساد بدرجة عالية؛ مما يدل على أن هناك ما نسبته (62.8%) من الصحفيين الكويتيين يرون أن تويتر مصدر مهم للمعلومات حول قضايا الفساد، وأن أهم أسباب اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد هو سهولة استخدام تويتر عبر مختلف الأجهزة الإلكترونية والذكية، وأهم أهداف اعتماد الصحفيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد هو فهم الحقائق الخاصة بقضايا الفساد وأبعادها المختلفة.

الكلمات المفتاحية: الاعتماد، الصحفيين الكويتيين، شبكات التواصل الاجتماعي، تويتر، قضايا الفساد.

Abstract

Al-Shammari, Ahmed Hmoud Mufdi. Dependency of Kuwaiti Journalists on Twitter as a source of information about corruption issues (A survey study), MA Thesis, Yarmouk University, 2017. (Supervisor: Prof. Alaa Al-din Ahmed Khalifa).

The study aims at identifying the Kuwaiti Journalists' dependency on Twitter as a source of information on the corruption issues; the researcher used the descriptive survey; the population of the study consisted of (597) male and female Kuwaiti journalists registered in the Kuwaiti Journalists' association while the study sample consisted of (292) items. The study revealed the following major findings: Twitter contributes to raising the level of Kuwaiti journalists' knowledge of corruption issues in Kuwait, (14.0%) of the members of the study sample depend on Twitter as a vital source of information on the corruption issues by a very high degree, (48.8%) of the study sample depend on Twitter as an information source on the corruption issues by a high degree indicating that (62.8%) of the Kuwaiti Journalists find that Twitter is an important source of information on the corruption issues, the most important reason for the Kuwaiti journalists' dependency on Twitter as an information source on the corruption issues is the easy use of Twitter through the different smart and electronic devices and finally that the most important objective of the journalists' dependency on Twitter as an information source on the corruption issues is the understanding of facts related to corruption issues and their different dimensions.

Keywords:Dependency, Kuwaiti Journalists, social networking, Twitter, Corruption Issues.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

المقدمة

شهد العالم في السنوات الأخيرة ازدياد نسبة التواصل الاجتماعي بين البشر في العالم الإلكتروني الافتراضي الذي ألغى الحدود، وقرب المسافات بين الشعوب، وجمع بين الثقافات، وسمي هذا النوع من التواصل بشبكات التواصل الاجتماعي، فتعددت هذه الشبكات، ونالت إعجاب جمهور كبير، وساعدت الأحداث السياسية والطبيعية في العالم على انتشار هذه الشبكات، فكان لها الفضل في انتشار الأخبار والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الأحداث بسرعة هائلة؛ الأمر الذي ساعد في شهرة هذه الشبكات وانتشارها، فمن أهمها (الفيسبوك، وتويتر، واليوتيوب) (عفيفي، 2015، ص160).

واثبتت الثورات في الدول العربية قدرة هذه الشبكات على التأثير في تغيير ملامح العالم، وربما يكون هذا الإعلام بمثابة إنذار للإعلام التقليدي من الخطر القادم، ليدعو كل من يرغب في الاستمرار، باستبدال الورق، واستخدام الكيبورد خصوصا أن المؤشرات تدل على استمرارية هذا النوع من الإعلام الجديد القائم على تكنولوجيا الإنترنت والهاتف المحمول (محمود، 2011، ص16).

وأشارت سوزان ريس لينكولن خبيرة الإعلام الاجتماعي في مقالة لها عن الإعلام الاجتماعي، التي نشرت في 2010 ننقله بتصريف: "هل من الممكن تجاهل الإعلام الاجتماعي الحديث في دهاليز وشبكة الإنترنت؟ ففي الواقع برز الإعلام الاجتماعي على الساحة من دون سابق إنذار، فبعد دراسة الموضوع من كافة الاتجاهات من المتوقع أن يعمل الإنترنت على تغيير

طرق تواصل الأشخاص مع بعضهم، فستؤثر على أداء عملهم، وأسلوب حياتهم". (سلطان, 2012, ص354)

وأصبحت كلمة تويتر تتداول كثيراً بين الناس كلما تصاعدت الأحداث في مكان ما من العالم, فكان تويتر من أهم الوسائل وأولها؛ إذ نقل للعالم ما يحصل في كل من إيران وتونس ومصر وغيرها، على الرغم من بعد المسافة, وقد انتشر تويتر في جميع أنحاء العالم لينقل كل ما يحدث فيه بسرعة كبيرة، نحو نقله لكارثة هاواي وتشيلي، وسيول جدة، وثورة مصر وتونس، وغيرها من الأحداث لحظة وقوعها. (محمود, 2011, ص201).

وتمكن تويتر في سنوات قليلة من أن يكون وسيلة أساسية لجمع الأخبار وتحريرها من قبل الصحفيين والمؤسسات الإعلامية, ولذلك ظهرت أهمية تويتر في العمل الصحفي، وبرز دوره في التغيير الجذري لدور الصحفي، فأسهم في إحداث تغيرات دائمة في الصحافة (السويد, 2015, ص 156). ويمكن للصحفي أن يحصل على المعلومات من أي مصدر موثوق، وليس فقط من المصادر الرسمية ووكالات الأنباء، فمن الممكن أن يحصل على المعلومة، ويستخدمها كمادة إخبارية, فعلى سبيل المثال يمكن أن يحصل عليها من مدير مستشفى، أو رجل أعمال، أو بائع في محل تجاري، أو رياضي. فالمادة الإخبارية لها أهمية كبيرة بالنسبة للجمهور؛ فهي لا تقتصر على ما تقرره الوكالات الرسمية والمتحدثين فحسب, إذ يجب على الصحفي التأكد من صحة المعلومات، فالتثبت وتصديق المعلومة أساس الصحافة، وكلما كثرت مصادر القصة زادت احتمالات صحتها (خليل, 2010, ص 299 – 300).

وتعدّ ظاهرة الفساد ظاهرة إنسانية علنية, وتعني تخلي الشخص عن مبادئه الأخلاقية والإنسانية بما يغلب عليه طابع الطمع والجشع, لذا لا يوجد مجتمع إنساني يخلو من الفساد

والفاسدين، ولا توجد دولة في العالم لا تعاني من أشكاله. إلا أنه يختلف من دولة إلى أخرى في أسلوبه، وكيفية التعامل معه، وطرق اكتشافه، وطرق معاقبة مرتكبيه (العيسى، 2009، ص18).
وقد أثبتت شبكات التواصل الاجتماعي، وخصوصاً (تويتر)، انتشارها في الساحة السياسية والإعلامية الكويتية، وأظهرت نشاطاً واضحاً حول قضايا الفساد، فشهدت الساحة السياسية والاجتماعية والإعلامية الكويتية نشاطاً بارزاً وضخماً حول قضايا الفساد في ميادين شبكات التواصل الاجتماعي؛ فأصبحت الصفحات الخاصة بالسياسيين والإعلاميين على تويتر منبراً للتواصل المباشر بين (الجمهور) من جهة، والسياسيين وصناع القرار من جهة؛ إذ إن هذه الصفحات تعدّ بمثابة مصدراً مهماً للمعلومات حول قضايا الرأي العام بما فيها قضايا الفساد.

مشكلة الدراسة

تعتبر عملية اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام طريقة مناسبة لكي يحقق الأفراد أهدافهم، ويولبون حاجاتهم المعرفية، ويحددوا مواقفهم السلوكية، فالأفراد يعتمدون على شتى المعلومات في وسائل الإعلام لتحقيق هذه الأهداف (أبو زيد، 2006، ص1).

ولذلك تتصدى هذه الدراسة للكشف عن الدور الذي يؤديه تويتر في الكويت فيما يتعلق بقضايا الفساد، وهو محور مهم في العمل الصحفي، ومدى تحقق التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى الصحفيين الكويتيين، ومن هنا يمكن صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي: ما مدى اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد؟

أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة في:

• قلة الدراسات والأبحاث السابقة التي تناولت العمل الصحفي في الكويت والصحفيين

الكويتيين وهي فئة مهمة.

- دور تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد، وتأثيراته؛ إذ إن معدل استخدامه في الكويت عالٍ جداً ومكثف.
- حجم موضوع الدراسة وحدائته أمر يجعل من هذه الدراسة أهمية خاصة.
- انها تبحث في ملف الفساد في الكويت وهو من الملفات المهمة جداً.
- الحاجة الملحة لمعرفة الأسباب والأهداف التي تدفع الصحفيين الكويتيين إلى الاعتماد على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد.
- تسهم الدراسة في تطوير معارف جديدة لدى الباحثين للتعلم في دراسة الموضوع.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة التعرف إلى ما يأتي:

- عادات متابعة وتصفح الصحفيين الكويتيين لـ (تويتر).
- مدى اعتماد الصحفيين الكويتيين على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد.
- أسباب اعتماد الصحفيين الكويتيين على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد وأهدافه.
- الآثار المعرفية والسلوكية والوجدانية التي تحدث للصحفيين الكويتيين نتيجة لاعتمادهم على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد.
- نوعية المعلومات التي يسعى الصحفيون الكويتيون للحصول عليها من (تويتر).
- تأثيرات (تويتر) على أداء الصحفيين الكويتيين، ومعالجتهم للمعلومات حول قضايا الفساد.
- مدى رؤية الصحفيون الكويتيون (تويتر) كمصدراً من مصادر المعلومات حول قضايا الفساد.

- الصعوبات التي تواجه الصحفيين الكويتيين في تغطية قضايا الفساد.
- مدى مصداقية (تويتز) لدى الصحفيين الكويتيين حول قضايا الفساد.

أسئلة الدراسة

السؤال الرئيس : ما مدى اعتماد الصحفيين الكويتيين على (تويتز) كمصدر للمعلومات

حول قضايا الفساد وما هي تأثيراته؟

الأسئلة الفرعية :

- ما عادات متابعة وتصفح الصحفيين الكويتيين لـ (تويتز) ؟
- ما أسباب وأهداف اعتماد الصحفيين الكويتيين على (تويتز) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد؟
- ما الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تحدث للصحفيين الكويتيين من خلال اعتمادهم على (تويتز) ؟
- ما نوعية المعلومات التي يسعى الصحفيون الكويتيون للحصول عليها من (تويتز) ؟
- ما تأثيرات (تويتز) على أداء الصحفيين الكويتيين ومعالجتهم للمعلومات حول قضايا الفساد ؟
- إلى أي مدى يعدّ الصحفيون الكويتيون (تويتز) مصدرا من مصادر المعلومات حول قضايا الفساد؟
- ما هي الصعوبات التي تواجه الصحفيين الكويتيين في تغطية قضايا الفساد ؟
- ما مدى مصداقية (تويتز) لدى الصحفيين الكويتيين حول قضايا الفساد ؟

فرضيات الدراسة:

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد الصحفيين الكويتيين على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد تعزى للعوامل الديموغرافية.
2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أسباب اعتماد الصحفيين الكويتيين على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد تعزى إلى نوع المؤسسة الإعلامية التي ينتمون إليها.
3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أهداف اعتماد الصحفيين الكويتيين على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد تعزى إلى نوع المؤسسة الإعلامية التي ينتمون إليها.
4. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسباب الاعتماد على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية.
5. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أهداف الاعتماد على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية.
6. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تحدث للصحفيين الكويتيين تعزى إلى العوامل الديموغرافية.

المصطلحات الدراسة:

الاعتماد: يعبر عن منطلق العلاقة التي تربط بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والجمهور، فيعتمد الجمهور على وسائل الإعلام المختلفة للحصول على المعلومات بصفتها مصدرا له. (المشاقبة, 2011م, ص96)

الاعتماد اصطلاحا : هو مدى اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر في الحصول على معلومات حول قضايا الفساد.

الصحفي: هو من يجمع المعلومات الإخبارية على مستوى مهني، ويحضرها، وينشرها؛ لغرض الاستهلاك العام، ويصنف الصحفي في بعض الدول وفق انتمائه إلى جمعية أو اتحاد مهني معترف به، بينما يعرف في دول أخرى على أنه الشخص الذي يكسب غالبية دخله من ممارسة مهنة الصحافة(خليل, 2010, ص 295).

الصحفي إجرائياً : هو الصحفي الكويتي المنتسب لجمعية الصحفيين الكويتية.

تويتر: هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، وأدت دوراً كبيراً في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة في منطقة الشرق الأوسط، وأخذ تويتر اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، واتخذ من العصفورة رمزاً له، وهي خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية صغيرة لا تتعدى 140 حرفاً للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة. (عفيفي, 2015, ص 171)

الفساد: إن الفساد ظاهرة قديمة نهى الله سبحانه وتعالى عنها في قوله : (وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ) [القصص : الآية 77]. وجعلته بعض القوانين والديساتير جريمة تعادل خيانة الوطن، وهي ليست ظاهرة محصورة في بلد معين، أو مكان معين، أو شريحة معينة، أو مشروعات اقتصادية معينة، وإنما هي ظاهرة يمكن أن يمارسها الفرد في كل زمان ومكان، ولكنها اكتسبت اهتماماً لدراسة أثرها في العصر الحديث وخاصة بعد أن اتسع انتشارها. (كافي, 2016, ص 59)

الفساد اصطلاحاً : هو جميع قضايا الفساد في الكويت سواء في القطاع الخاص أو الحكومي.

المتغيرات الدراسية:

المتغير المستقل : اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر

المتغير التابع : التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية

النظرية المستخدمة:

تستند هذه الدراسة إلى نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام الذي يركز على أن قوة وسائل الإعلام تكمن في سيطرتها على مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الآخرون لتحقيق أهدافهم، ولا تسير علاقة الاعتماد بين المصادر والأهداف باتجاه واحد، بل تعتمد وسائل الإعلام على مصادر المعلومات التي يسيطر عليها الآخرون (دي فلور، روكيتش، 1993، ص 416) ويرى دي فلور أن دراسة وسائل الإعلام كأنظمة اجتماعية تعمل في نظام اجتماعي معين، يمكن تفسير مضمونها على تحقيق استقرار النظام ككل، فالأفراد الذين يتصرفون في أي نظام لديهم أفكار واتجاهات وقيم معينة تفرضها ثقافة مجتمعهم، وهذه الاعتبارات لها دور مهم في تحديد الأسلوب الذي سيتصرفون به داخل النظام الاجتماعي، ويرتكز نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام على أن وسائل الإعلام و جماهيرها يجب دراستها من خلال النظم الاجتماعية، ومن خلال تحليل هذه العلاقة يمكن فهم تأثير وسائل الإعلام على المجتمع والأفراد وإدراكه، ويتحدد اعتماد الجمهور على الوسائل الإعلامية من خلال التعرف على علاقة الاعتماد المتبادل بين الوسيلة من جهة، والنظم الاجتماعية من جهة أخرى، ويوحى اسم النموذج أن العلاقة الرئيسية التي يقوم عليها نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام هي علاقة تبعية بين الأهداف من ناحية، والمصادر من ناحية أخرى، فقد تكون هذه العلاقات مع نظام وسائل الإعلام بشكل إجمالي أو مع أحد أجزائه (دي فلور، روكيتش، 1993، ص 414)

ويرى دي فلور وروكيتش أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:

1- الفهم الذاتي: نحو معرفة القيم والمعايير والمعتقدات الاجتماعية، والفهم الاجتماعي

بمعرفة الفرد المجتمع الذي يعيش فيه.

2- التوجيه السلوكي: اكتساب الفرد للمعلومات الخاصة للقيام بالسلوك الملائم لتوقعات المجتمع وقيمه، والتوجيه التفاعلي باكتساب الفرد مهارات الحوار والتفاعل مع أفراد المجتمع ومؤسساته. (رضوان, 2005, ص314-315)

3- التسلية : وتشمل التسلية المنعزلة التي تشير إلى الحالات التي تكون فيها محتويات الإعلام من الجمال أو المتعة، أو التنشيط، أو الاسترخاء هي ذاتها عنصر الجاذبية، وتقوم التسلية الاجتماعية على أنّ وسائل الإعلام لها القدرة على تقديم محتويات تحت على التسلية بين الأشخاص، مثل: الذهاب إلى السينما، أو الاستماع إلى الموسيقى، ويعدّ دي فلور وروكيتش أن إبعاد التسلية عن المعلومات تقلل من دورها في الحياة الشخصية والاجتماعية، وأن التسلية وسيلة يتعلم فيها الأفراد الأدوار والقيم (دي فلور، روكيتش، 1993 ، ص 418)

ويفترض نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام، أنّ الجمهور يلجأ لوسائل الإعلام ليبي حاجاته المعرفية، ويبني مواقفه السلوكية، ويزيد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام كلما زاد عدم الاستقرار في المجتمع. ويستند النموذج على فروض فرعية؛ أهمها:

1- يزداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام عندما تزيد الحاجة للمعلومات.
2- يزيد النظام الإعلامي في المجتمع من درجة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم.

3- يؤثر اختلاف أهداف الجمهور وحاجاته في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام.
(خورشيد , 2011, ص150, 149)

يرى نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام أن الفرد يتأثر بمحتويات معينة لوسائل الإعلام ففي الخطوة الأولى، ينتقي القائمون بالاختيار لمحتويات وسائل الإعلام، التي يتوقعون أنها

سوف تساعدهم على تحقيق هدف أو أكثر من الفهم أو التوجيه، ويقابل المراقبون العرضيون محتويات وسائل الإعلام بالصدفة دون توقعات مشكلة مسبقاً وفي الخطوة الثانية، تصبح جوانب أخرى من عملية الاعتماد ذات أهمية، فليس كل الأشخاص الذين يتعرضون لمحتويات وسائل الإعلام سوف يعتمدون عليها بالقدر نفسه، والمتغيرات في أهداف الأفراد كثيراً ما تعكس متغيرات في بيئاتهم، وعندما تكون هذه البيئات حافلة بالغموض، أو التهديد مثلاً، فإن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام يزداد لحل غموضها، وكلما زاد توقع الأشخاص لتلقي معلومات مفيدة، زادت قوة اعتمادهم، وفي الخطوة الثالثة، يعدّ الاشتراك مفهوماً أساسياً للأشخاص الذين أثيروا إدراكياً أو عاطفياً سوف يشتركون في نوع التنسيق الدقيق للمعلومات بعد التعرض، أما الخطوة الرابعة والأخيرة، فالأفراد الذين يشتركون بشكل مكثف في تنسيق المعلومات أكثر احتمالاً بالتأثر بتعرضهم لمحتويات وسائل الإعلام (دي فلور، روكيتش 1993، ص 425)

ويحدد ملفين دي فلور وساندرا بول روكيتش آثار اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في

ثلاث فئات رئيسية، هي:

أولاً : الآثار المعرفية :

1- الغموض: يحدث عندما يفتقر الناس إلى المعلومات الكافية، أو تحديد التفسير الصحيح

لفهم معنى حدث ما، ويزداد الغموض عندما تقع أحداث غير متوقعة، مثل: حدوث كارثة

طبيعية، أو اغتيال زعيم سياسي، أو في ظروف التغيرات الاجتماعية السريعة، وتكون

وسائل الإعلام هي المصدر الوحيد المتاح للحصول على المعلومات.

2- تكوين الاتجاه : تساهم وسائل الإعلام في تكوين الاتجاهات نحو القضايا الجدلية في

المجتمع، نحو: مشكلات البيئة، والفساد السياسي، والدعاية لرموز سياسية جديدة.

3- ترتيب الأولويات: تقوم وسائل الإعلام بترتيب أولويات الجمهور الذي يعتمد على تلك

الوسائل في معرفة المشكلات والقضايا والموضوعات الملحة في المجتمع.

4- اتساع المعتقدات: تساهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقدات للجمهور، وتنظيمها في

فئات معينة.

5- القيم: تقوم وسائل الإعلام بتوضيح أهمية القيم، وتقديم المعتقدات التي يرغب الأفراد

بالحفاظ عليها.

ثانيا: الآثار الوجدانية أو العاطفية: هي الآثار المتعلقة بالمشاعر والأحاسيس التي يكونها

الأفراد من البيئة المحيطة بهم، وتظهر عندما تقدم وسائل الإعلام رسائل تحمل معلومات معينة،

تؤثر على مشاعرهم واستجاباتهم في الاتجاهات التي تقدمها هذه الرسائل، وتتمثل هذه الآثار

بالتوتر العاطفي والتوتر، والقلق والخوف، والتأثيرات المعنوية والأخلاقية، نحو الاغتراب، فوجود

مثل هذه المعلومات في وسائل الإعلام قد يكون لها تأثير معنوي على الأفراد الذين يعتمدون

على وسائل الإعلام.

ثالثا : الآثار السلوكية : وتظهر هذه الآثار بتغيير الاتجاهات أو المعتقدات الوجدانية، لدرجة

أنها تؤثر في سلوك الفرد، ومن أهم الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام، الفعالية

من خلال قيام الفرد بفعل معين إثر تعرضه لوسائل الإعلام، وعدم الفعالية بامتناع الفرد، وتجنبه

القيام بفعل ما عند تعرضه للرسائل الإعلامية التي تثير الخوف من شيء ما. (عبد الحميد،

2000, ص239-240)

الدراسات السابقة:

الدراسات العربية:

دراسة المري (2016) بعنوان: "تأثير تويتر على طبيعة عمل عينة قصديه من الإعلاميين في القنوات الفضائية الخليجية".

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في تأثير تطبيق (التويتر) على طبيعة عمل عينة مختارة من الإعلاميين في القنوات الفضائية العربية في منطقة الخليج العربي، ولتحقيق هذا الهدف تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (100) من الإعلاميين في القنوات الفضائية العربية في منطقة الخليج العربي، وتم اختيارهم بواسطة أسلوب العينة العشوائية البسيطة، فتم اختيار من لديهم (300) ألف متابع وأكثر من الجمهور، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

- أن هناك أثرا ذا دلالة إحصائية لاستخدام تطبيق تويتر عند مستوى الدلالة على أداء الإعلاميين في القنوات الفضائية الخليجية. ويعزو الباحث ذلك إلى ما يتميز فيه تطبيق التويتر من سمات تتمثل بتعددية الآراء، ومناقشة القضايا بدرجة كبيرة من الحرية.
- وجود أثر لاستخدام تطبيق تويتر على مصادر المعلومات الإعلاميين في القنوات الفضائية الخليجية. ويعزو الباحث ذلك إلى ما يتميز فيه تطبيق تويتر من سمات، مثل: الفرصة للتعليق، وإبداء الآراء في القضايا المثارة، مما ساعد على جذب الجمهور.
- أن كثافة استخدام التكنولوجيا، وانتشار تطبيق تويتر بين الأفراد قد ساعد على تغيير أنماط التفاعل الاجتماعي فيما بينهم، وأثر على طبيعة التفاعلات الاجتماعية، بالإضافة إلى التأثير الواضح على منظومة القيم الاجتماعية والسلوك الاجتماعي للمستخدمين بما فيهم الإعلاميين الذين يحصلون على المعلومات من مصادرها أو من خلال تويتر.

- وجود أثر لتطبيق تويتر على معالجة معلومات الإعلاميين في القنوات الفضائية الخليجية بمنطقة الخليج العربي، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى اهتمام الإعلاميين بالنمط التكنولوجي الجديد، والتفاعل مع تطبيقاته، وتوظيف كل جديد بالممارسة المهنية.

دراسة السويد (2015) بعنوان: "استخدامات الكتاب الصحفيين لتويتر وتأثيرها على أدائهم المهني (دراسة ميدانية على عينة من كتاب الصحف السعودية)".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى طبيعة استخدامات الكتاب الصحفيين السعوديين لتويتر، وأهم الانعكاسات الناجمة عنها على أدائهم المهني في كتابة المقالات الصحفية، فسعت إلى قياس آراء عينة من كتاب الصحف الورقية والإلكترونية حول دوافع استخدامهم لتويتر، وتقييمهم له كمصدرًا لمعلوماتيًا، ورأيهم في مشكلات استخدامه من جهة، ومردودة على مهاراتهم المهنية وأساليب كتاباتهم وطرائق تواصلهم مع قرائهم من جهة أخرى، وتم استخدام المنهج الوصفي على عينة مكونة من 217 كاتبًا وكاتبة، من مختلف الفئات العمرية والمستويات الدراسية، ويمثلون العديد من التخصصات العلمية، وينتسبون إلى صحف ورقية وإلكترونية، وأغلبهم يكتبون في دورية منتظمة، ويصنفون بالمستخدمين لتويتر بكثافة. وكانت أبرز النتائج ما يأتي:

- دوافع استخدام الكتاب لتويتر: تصدرت دوافع التعبير عن الرأي وحرية أهم دوافع استخدام الكتاب لتويتر بمتوسط حسابي 4,27، ونالت دوافع سهولة الاستخدام وسرعة النشر والوصول ترتيبًا متقدمًا بمتوسط حسابي 4,09، يليها مجموعة دوافع متابعة ما يجري في تويتر بمتوسط حسابي 3,90.

- أهم المهارات المهنية التي يخرج بها الكاتب من استخدام تويتر: وجاء في مقدمتها مهارة تطوير أدوات الحوار بمتوسط حسابي 3,97، ثم مهارة سرعة البحث عن معلومة بمتوسط حسابي 3,95، ثم مهارة استنباط أفكار للمقالات بمتوسط حسابي 3,75.

- تقييم الكتاب لاستخدام تويتر كمصدر للمعلومات: وخلصت دراسة هذا المحور إلى ملاحظة عدم وجود توجه محدد حيال اعتبار تويتر مصدر معلومات معتمد لدى الكتاب يمكن الركون إليه في كتاباتهم، ووجود شبه انقسام بينهم في هذا الاتجاه.
- أهم تأثيرات استخدام الكتاب لتويتر على أساليب المعالجة الكتابية وطرق عرض المقالات: وهي على التوالي ميل الكاتب للاختصار في مقالة بمتوسط حسابي 4,08، واستخدام اللغة السهلة والبسيطة بمتوسط حسابي 3,98، واختزال المقال في فقرات تناسب تويتر بمتوسط حسابي 3,95.

دراسة آل سعود، نايف (2015) بعنوان: "مدى اعتماد القائمين بالاتصال بالصحف المطبوعة السعودية على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات (دراسة مسحية)".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى مدى اعتماد القائم بالاتصال في الصحف السعودية على الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات، وتأثير ذلك على المستوى المعرفي لديهم؛ لذلك أراد الباحث تسليط الضوء على بعض وسائل الإعلام الجديد التي يمكن للقائم بالاتصال بالصحف السعودية الاعتماد عليها، وتستمد هذه الدراسة إطارها النظري من نظرية الاعتماد، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة معينة، وهي التعرف على العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام الجديد بالمستوى المعرفي للقائم بالاتصال بالصحافة السعودية، مع تطبيق فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من خلال الدراسة، وتتكون عينة الدراسة من 200 مفردة من القائمين بالاتصال تم اختيارها بشكل عمدي من (الصحفي، والمحرر، والمراسل، والمندوب الإخباري، والمتعاون، والكاتب، والمخرج الصحفي) في الصحف السعودية موزعة على صحيفتي (الرياض، والجزيرة)، وكانت أبرز النتائج على النحو الآتي:

- يفضل القائمون بالاتصال بالصحافة السعودية وسائل الإعلام الجديد أكثر من الإعلام التقليدي؛ فجاءت المواقع الإخبارية على الإنترنت ضمن أكثر الوسائل اعتماداً عليها في الحصول على المعلومات بمتوسط حسابي 4.56، ثم يليه تويتر بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي 4.48، ثم الصحف الإلكترونية بمتوسط حسابي 4.42.
 - وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مصادر المعلومات التي يعتمد عليها القائمون بالاتصال في الصحف السعودية من وسائل الإعلام الجديد، باختلاف متغير مستوى معرفتهم بها.
 - وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أهداف اعتماد القائمين بالاتصال في الصحف السعودية (الفهم والتوجيه) على الإعلام الجديد للحصول على المعلومات، والتأثيرات (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية) المترتبة على هذا الاعتماد باستثناء هدف التسلية في علاقته بالتأثيرات المختلفة.
 - هناك تباين في نوعية المعلومات التي يسعى القائم بالاتصال في الصحف السعودية إلى الحصول عليها من خلال وسائل الإعلام الجديد؛ فجاءت المعلومات السياسية بالمرتبة الأولى من حيث الاستخدام بمتوسط حسابي 4.15، وجاءت المعلومات الأخرى بالترتيب التنازلي للقائم بالاتصال في الصحف السعودية.
- دراسة عبيدات (2014) بعنوان: "حول اعتماد الجمهور الأردني على الصحف اليومية في متابعة قضايا قضايا الفساد الاقتصادي (دراسة ميدانية)".**
- هدفت هذه الدراسة لمعرفة مدى اعتماد الجمهور الأردني على الصحف اليومية في متابعة قضايا الفساد الاقتصادي من خلال معرفة دور الصحافة في معالجة الفساد الاقتصادي في الأردن، وأبرز قضايا الفساد الاقتصادي التي عالجتها الصحف اليومية في الأردن، بالإضافة إلى

معرفة الصعوبات والتحديات التي تواجه الصحف اليومية في تغطية قضايا الفساد الاقتصادي في الأردن، والبحث في الإنجازات التي حققتها الصحف اليومية في معالجة الفساد الاقتصادي وأخيراً معرفة اعتماد الجمهور الأردني على الصحف اليومية في متابعة قضايا الفساد الاقتصادي تبعاً للمتغيرات الشخصية وقد اعتمدت هذه الدراسة المنهج المسح بالعينة، واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي، وكان مجتمع الدراسة المجتمع الأردني في كافة المحافظات. وكانت أبرز النتائج على النحو الآتي:

- أن دور الصحافة في معالجة الفساد الاقتصادي في الأردن كان بدرجة متوسطة، وأن دورها كان يتمثل في أنها عجزت عن معالجة ظاهرة الفساد الاقتصادي، ثم حرصت الصحف اليومية على اغتنام أي فرصة لكشف قضايا الفساد الاقتصادي.
- لا يوجد فروق بين الذكور والإناث في اتجاهاتهم نحو دور الصحافة في معالجة الفساد الاقتصادي في الأردن، واتجاهاتهم نحو أبرز قضايا الفساد.
- لا يوجد فروق بين مستويات متغير العمر في التأثير على اتجاهات عينة الدراسة نحو الصعوبات والتحديات التي تواجه الصحف اليومية في معالجة قضايا الفساد، والاقتراحات التي قدمها أفراد العينة لتطوير العمل الصحفي.
- لا يوجد فروق بين مستويات متغير مستوى الدخل، والمستوى التعليمي، ومكان الإقامة، والحالة الاجتماعية في التأثير على اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو دور الصحف اليومية في معالجة قضايا الفساد الاقتصادي.

دراسة الفيقي (2014) بعنوان: "سلوك البحث عن المعلومات لدى الصحفيين لمؤسسة عكاظ للصحافة والنشر (دراسة مسحية)".

هدفت الدراسة للتعرف على واقع سلوك البحث عن المعلومات لدى الصحفيين لمؤسسة عكاظ للصحافة والنشر من حيث: التعرف على أنواع المعلومات التي يحتاجونها، ودوافعهم للبحث عن المعلومات، والوسائل التي يتبعونها للوصول إلى مصادر المعلومات، ومدى استخدامهم لمصادر المعلومات، واستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وصعوبات التي يواجهونها. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي باستخدام الاستبانة الإلكترونية المعدة عن طريق Google drive أداة رئيسة لجمع البيانات، وقد تكونت عينة الدراسة (58) من المحررين الصحفيين (الذكور والإناث) العاملين في الإصدارات الصحفية الثلاثة (عكاظ، والنادي، وسعودي جازيت)، التي تصدر عن مؤسسة عكاظ للصحافة والنشر. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج؛ أهمها :

- أن أكثر الدوافع للبحث عن المعلومات لدى الصحفيين هي إجراء التحقيق الصحفي بنسبة 29 %، يليها كتابة الخبر وكتابة التقارير بنسبة 24 %.
- أن أكثر الوسائل استخداما لدى الصحفيين هي أدوات الإنترنت، مثل: محركات البحث بنسبة 18%، تليها مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 13 %، تليها مطالعة الصحف بنسبة 12 %.
- أن خمس النسب المئوية لمصادر المعلومات المستخدمة من قبل الصحفيين هي مواقع الإنترنت بنسبة 88 %، تليها المصادر الرسمية بنسبة 67 %، ثم المصادر الشخصية والصحف المطبوعة بنسبة 62 %، ثم تويتر بنسبة 59 %، يليها الصحف الإلكترونية بنسبة 57 %.

- أن أكثر أسباب استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي هي معرفة الرأي العام من الأحداث الجارية بنسبة 28 %، يليها التواصل مع الأشخاص بنسبة 23 %، ثم البحث عن المعلومات عن قضية أحداث معينة بنسبة 19 %.

دراسة السويد (2014) بعنوان: "استخدامات الشباب الجامعي السعودي لموقع التواصل الاجتماعي (تويتر) وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى أهم استخدامات عينة من الشباب السعودي لتويتر، وهدفت أيضاً إلى دراسة علاقة هؤلاء الشباب بوسائل الإعلام التقليدي، وتأثير استخدامهم لتويتر على علاقتهم بتلك الوسائل، وقد شارك في الدراسة 737 طالباً جامعياً، يمثلون عينة من خمس جامعات حكومية وخاصة في مدينة الرياض، يتوزعون على الفئات العمرية والتخصصات العلمية والمستويات الدراسية المختلفة، ومن أهم نتائجها ما يلي:

- انتشار استخدام تويتر بين الشباب الجامعي كسمة غالبية، وطول فترات تعاملهم (اليومي) مع الموقع، إذ جاءت نسبة الذين لا يستخدمونه 3% فقط.
- تركزت كثافة استخدامات الشباب بالتويتر في المتابعة والقراءة فقط بمتوسط 4.02، وإعادة الإرسال بمتوسط 3.22، والتغريد بمتوسط 3.20، يليها بدرجة أقل الرد والتعليق بمتوسط 3.1، والمشاركة في الـ (الهاشتاق) بمتوسط 2.69.
- أهم العوامل التي جذبت الشباب لـ (تويتر) على التوالي هي : سهولة الاستخدام، وعامل الإخبار، وحرية التعبير، والتنوع، والتواصل الاجتماعي، والإثارة، وإن لكل عامل قياسي عدة متغيرات عنه تعكس جاذبيته.

- أهم الموضوعات الأكثر متابعة في تويتر، هي: الشؤون المحلية، وقضايا المجتمع والشأن العام، والموضوعات الرياضية، والترفيهية، يليها موضوعات حققت متابعة جيدة، وهي: التقنيات والأجهزة الحديثة، والموضوعات الدينية.

دراسة الطيار (2014) بعنوان: "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجاً) دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود"

هدفت الدراسة إلى بيان أثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى طلاب الجامعة من خلال التعرف على الأهداف الفرعية التالية: بيان الآثار السلبية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي، وبيان الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي، وبيان أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة. واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة الحالية من طلاب جامعة الملك سعود بالرياض على اختلاف تخصصاتهم العلمية، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وبلغت العينة النهائية 2247 طالباً. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج؛ من أهمها :

- أن أهم الآثار السلبية لشبكات التواصل تمثلت في التمكن من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، والإهمال في الشعائر الدينية، ثم العزلة، وضعف التفاعل مع المجتمع.
- أن أهم الآثار الإيجابية تمثلت في: الاطلاع على أخبار البلد الذي نعيش فيه، تعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، والتعبير بحرية عن الرأي، التمكن من تخطي حاجز الخجل.

- أن أهم مظاهر تغيير القيم نتيجة شبكات التواصل ظهر في: تعزيز استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي، والقدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة.

دراسة الأنصاري (2013) بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتخابات مجلس الأمة الكويتي الرابع عشر (2012)"

هدفت الدراسة للتعرف إلى الدور الذي أدته مواقع التواصل الاجتماعي تويتر والفيسبوك في عمليات التواصل، والدعاية الانتخابية، والترويج للأفكار والشعارات أثناء انطلاق حملات الدعاية الانتخابية لانتخابات مجلس الأمة الكويتي الرابع عشر خلال الفترة الممتدة من (أواسط شهر كانون الثاني يناير 2012 إلى الثاني من فبراير اشباط 2012)، ويتمثل السؤال الرئيس للدراسة في (كيف جرى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تويتر والفيسبوك في حملات الدعاية الانتخابية لانتخابات مجلس الأمة الكويتي الرابع عشر؟).

وقد اعتمدت الدراسة على مسح ميداني لعينة طبقية عشوائية تكونت من (378) فردا من مختلف الفئات المهنية في المجتمع الكويتي، واقتصرت على مستخدمي أي من الموقعين (تويتر والفيسبوك) أو كليهما، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

- أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من أجل التعرف على الأحداث السياسية جاء في المرتبة الأولى من بين الاستخدامات بوسط حسابي يبلغ (3.87)، بينما جاء في المرتبة الثانية الاستخدام (لأهداف التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء والأهل) بوسط حسابي مرتفع أيضا يبلغ (3.84).
- أن الدافع الأول من دوافع استخدامات الناخبين الكويتيين لمواقع التواصل الاجتماعي (تويتر والفيسبوك) في التواصل مع المرشحين، أو التعرف على برنامجهم وشعاراتهم الانتخابية بوسط حسابي مرتفع يبلغ (3.82).

- أن الأغلبية من المبحوثين ترى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية كان مهما وفعالاً، وقد حصل موقع تويتر على وسط حسابي مرتفع بلغ (4.02)، مقابل وسط حسابي متوسط بلغ (3.24) لموقع الفيسبوك.

دراسة قطيم (2013) بعنوان: "الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي تويتر من قبل الشباب الكويتي".

هدفت الدراسة للكشف عن طبيعة الاستخدامات السياسية لموقع تويتر، وأغراضها، ومضامينها المختلفة من قبل الشباب الكويتي، واستخدم المنهج الوصفي المسحي في الدراسة وأداة الاستبانة، التي طبقت على عينة من (404) أفراد، وجرى اختيارهم بطريقة عشوائية بسيطة من شرائح متنوعة من الشباب الكويتي، واستخلصت الدراسة عددا من النتائج؛ أهمها ما يلي :

- أن 90% من أفراد العينة يستخدمون موقع تويتر للتواصل الاجتماعي بدرجات متفاوتة، تقع بين الاستخدام الدائم إلى الاستخدام النادر، إذ إن (39.1%) منهم يستخدمون تويتر استخداما دائما، و(31.2%) استخداما غالبا، أي أن (70%) من أفراد العينة يستخدمون تويتر استخداما مكثفا، بينما يستخدم الباقون موقع تويتر أحيانا بنسبة (28%)، بينما لا يستخدمه أبدا أنت بنسبة (2%) فقط.

- في محور الاستخدامات المتنوعة لبرنامج تويتر، تبين أن الاستخدامات التي تتعلق بطبيعة العمل الذي أقوم به حلت في المرتبة الأولى، وجاءت في المرتبة الثانية الاستخدامات التي تتعلق بصداقات جديدة من الجنسين، بينما جاء (الاستخدام من أجل الترفيه والتسلية وقضاء الوقت) في المرتبة الأخيرة من تلك الاستخدامات.

- في محور تأثير استخدام موقع التواصل الاجتماعي تويتر نحو استخدامات وسائل إعلام أخرى، أظهرت النتائج متوسطات حسابية منخفضة؛ مما يدل على ضعف فرضية استخدامات تويتر كبديل لوسائل الإعلام التقليدية من مطبوع ومرئي ومسموع وإلكتروني.
- دراسة سيد (2011) بعنوان: "حول دور الإعلام الإقليمي في معالجة قضايا الفساد (دراسة تطبيقية على إقليم شمال الصعيد)".

هدفت الدراسة إلى الكشف عن طبيعة الدور الذي يمكن أن تؤديه وسائل الإعلام الإقليمية في مكافحة الفساد، ومعالجته، والكشف عن وقائعه، وعرضها على الجمهور، بالإضافة إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور عينة الدراسة في تلك الوسائل في الإلمام بقضايا الفساد المختلفة، واستخدمت الدراسة منهج الوصف المسحي على عينة قوامها 400 مفردة من جمهور شمال الصعيد، موزعة على أربع محافظات، هي (الفيوم وبني سويف، والمنيا، وأسيوط)، وتم استخدام الاستبانة بالإضافة إلى تحليل عينة من برامج قناة السابعة وبعض الصحف الإقليمية، وكانت أهم النتائج ما يلي:

- إن التحقيق الصحفي أكثر الأشكال الصحفية استخداماً في تناول مواد الفساد في الصحافة الإقليمية، تلاه الخبر الصحفي، وقد اتفقت جميع الصحف الإقليمية في نفس الأسلوب والقوالب لعرض جوانب موضوعات الفساد والتراجع في استخدام الكاريكاتير على الرغم من أهميته.
- كانت نسبة قضايا الفساد المنشورة في الصحف الإقليمية من الحضر أكثر من نسبة الفساد المتعلقة بالريف، إذ حصل الحضر على نسبة 56.6%، مقابل 43.4% للريف.

• تقدمت الرشاوى كافة صور الفساد من وجهة نظر الجمهور، فأقر المبحوثون ذلك بنسبة 77.3%؛ إذ جاءت بشكل تقديم الخدمات العامة، ثم جاءت إهدار المال العام، ثم المحاباة والمحسوبية.

• أحال معظم أفراد الجمهور أسباب الفساد إلى تدني الرواتب والأجور، وكذلك عدم قيام مجلسي الشعب والشورى بدورهم الرقابي على الأجهزة المختلفة، وتقاعس الأجهزة الرقابية عن القيام بدورها.

دراسة زغيب (2010) بعنوان: " استخدام موقع التدوين المصغر (تويتر) في تغطية الانتخابات التشريعية المصرية (دراسة تحليلية)".

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة موقع التدوين المصغر تويتر، في الانتخابات التشريعية المصرية لعام 2010. وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التفسيرية، واعتمدت على منهج مسح المضمون، وعلى أسلوب المسح بالعينة، وتم تصميم استمارة تحليل المضمون كأداة لتحليل 8167 تغريده، تم جمعها من خلال إنشاء أرشيف للتغريدات، وتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في التغريدات في الفترة الزمنية من 26 نوفمبر ، حتى 7 ديسمبر 2010 ، أي قبل الانتخابات بيومين إلى ما بعد انتخابات الإعادة بيومين يوم 5 ديسمبر 2010 ، واقتصرت عينة الدراسة على التغريدات على موقع تويتر، وقد بلغ عدد التغريدات التي تم تحليلها (8167) تغريده، ويمكن استخلاص أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي:

• جاءت الغالبية العظمى من التغريدات غير موجهة، وبلغت نسبتها 96.1% ، ويرجع ذلك إلى أن معظم التغريدات كان هدفها التغطية الإخبارية، وليس إجراء المناقشات،

واشتملت 46% من التغريدات على روابط خارجية ، وكان الهدف من معظمها إعطاء مزيد من التفاصيل للخبر.

• جاءت الغالبية العظمى من التغريدات باللغة العربية؛ إذ بلغت نسبتها 76.9%، ثم جاءت التغريدات باللغة الإنجليزية 21,2%، أما التغريدات التي جمعت بين اللغتين، فجاءت بنسبة 1.1%

• استهدفت 53.6% من التغريدات إعطاء معلومات، في حين استهدفت 26.3% تشكيل اتجاهات.

• إن معظم المناقشات بين المغردين 95.8% بين أفراد ذوي توجهات متشابهة، وهو ما يعرف بغرفة رجع الصدى.

الدراسات الأجنبية :

دراسة هيرميس (2013) بعنوان " How Social Media has Changed News

" Gathering at Television Stations

هدفت الدراسة إلى قياس تحول وسائل الإعلام الاجتماعية بسرعة إلى واحدة من الوجهات الرئيسية للأخبار على الإنترنت، وانتقالها من غرف الأخبار على المحطات الإخبارية إلى شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي.

وتقدم هذه الدراسة تحقيقاً شملت فيه مسحاً للمحطات التلفزيونية الصغيرة والمتوسطة، وكانت عينة الدراسة على الإداريين وأعضاء مجلس الإدارة وموفري المحتوى الإخباري، والإداريين التنفيذيين والمستشارين، وكان عدد أفراد عينة الدراسة (20) إدارياً من كل قسم، وقدم هؤلاء الأفراد إجاباتهم عن عشرة أسئلة في الاستبيان، وخلصت الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من الذين شملتهم العينة أجابوا أن وسائل الاتصال الاجتماعي أثرت بشكل كبير وإيجابي على جمع المعلومات والأخبار التلفزيونية.

دراسة أرمان وشريف (2012م) بعنوان: " Information-seeking by print media

"journalists in Rajshahi, Bangladesh

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى الاحتياجات المعلوماتية للصحفيين، والتعرف إلى مصادر المعلومات المختلفة من قبل الصحفيين لتلبية احتياجاتهم ، والتعرف إلى خدمات المعلومات التي يحتاجها الصحفيون من المكتبات ومراكز المعلومات. وقد استخدمت الدراسة الاستبانة أداة لجمع البيانات، بالإضافة إلى إجراء المقابلات الشخصية المقننة وغير المقننة مع المبحوثين. وكانت الجرائم من أوائل أنواع الأخبار التي نُشرت من قبل الصحفيين بنسبة 72%، وتُعد الحقائق من أهم أنواع احتياجات الصحفيين من المعلومات بنسبة 88%. ويتمثل غرضهم من

البحث عن المعلومات في كتابة الأخبار بنسبة 88%، وكتابة المقالات بنسبة 37%. ويعد الإنترنت مصدر المعلومات الأكثر استخداماً بنسبة 82%. وأبرز مشاكلهم في البحث عن المعلومات هو عدم وجود الوقت الكافي بنسبة 79%، وبليها قلة التدريب بنسبة 26%.

دراسة سميث (2011) بعنوان: "Americans use social networking sites"

هدفت الدراسة للتعرف على (لماذا يستعمل الأمريكيان مواقع التواصل الاجتماعي؟) وإلى التعرف إلى دوافع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في استخداماتهم تلك المواقع، وكان أهم النتائج ما يلي:

• أن 66% من البالغين يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي، مثل: الفيسبوك، وتويتر، وماي سبيس أو لينكيدن.

• تستعمل هذه الفئة المواقع للتواصل مع أفراد العائلة أو الأصدقاء، ونصف هذه الفئة تستخدم هذه المواقع للتواصل مع الأصدقاء القدامى، وأن 14% يستخدمون هذه المواقع مع الأشخاص الذين يشتركون معهم في الهوايات والاهتمامات، أما 9% فيستخدمونها للتعرف على أصدقاء جدد، أما من يتابعون الشخصيات العامة فإن نسبتهم 5%، وإن نسبة 3% من المستعملين كانت تهدف إلى إيجاد شركاء رومانسيين.

وجاءت دراسة سميث الثانية (2011) حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الانتخابات الأمريكية، وبينت نتائج الدراسة أن 22% من المواطنين الأمريكيين استخدم المواقع الاجتماعية في الحملة الانتخابية لعام 2010، وذلك على مستوى الجمهوريين والديمقراطيين، وكشفت الدراسة أن 12% من البالغين قد استعمل المواقع الاجتماعية؛ مثل: الفيسبوك، وماي سبيس في الشهور التي سبقت تشرين الثاني لعام 2010 في الحملات الانتخابية، وكانت نسبة

الناخبين من الجمهوريين 40%، ونسبة الناخبين الديمقراطيين 38% من مستعملي المواقع الاجتماعية في الحملة السياسية.

دراسة عبد الستار ولولوه (2011) بعنوان: "Information behavior of journalists

"Analysis of critical incidents of information finding and use

هدفت الدراسة إلى التحقق من السلوك المعلوماتي للصحفيين في دولة الكويت. وركزت الدراسة على البحث عن إجابات عدد من الأسئلة، مثل: كيف يبدأ البحث عن المعلومات، وما هي مصادر المعلومات المفضلة ومدى النجاح في إيجاد المعلومات؟ وطُلب من الصحفيين التبليغ عن الحالات الحرجة من المعلومات المتعلقة بمهتهم الصحفية. وقد استخدمت الدراسة الاستبانة أداة لجمع البيانات. وأجريت الدراسة على الصحفيين العاملين في خمس صحف، فبلغ عددهم (42). وكشفت الدراسة أن الحالات الحرجة للصحفيين في تأدية مهامهم الصحفية تمثلت في أربعة مجالات رئيسية؛ هي: السياسة، والثقافة، والاقتصاد، والرياضة. وكان الإنترنت مصدر المعلومات الأكثر استخداماً، على الرغم من أن بعض الصحفيين ينظر للمعلومات المتاحة على المواقع بشكل غير موضوعي، إلا أنها تعطي أهمية أكبر لجودة المعلومات، وسهولة الوصول إليها عند اختيار مصدر المعلومات.

دراسة بوداك (2010) بعنوان: "the role of social media in the presidential

"elections in the United States of America 2007

هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي موقعي فيسبوك وتويتر في دفع المستخدمين البالغين إلى التصويت في انتخابات الرئاسة الأمريكية، وقد أجريت الدراسة على عينة من الجمهور قوامها 2254 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: يستقي الجمهور العام من وسائل الإعلام التقليدية، مثل الإذاعة والتلفزيون المعلومات

الخاصة بالانتخابات والجوانب السياسية الأخرى بشكل أكبر من غيرها من الوسائل، وعلى الرغم ما قام به موقعي الفيسبوك والتويتر من دور مهم في انتخابات الرئاسة الأمريكية، إلا أن دورهم لا يزال محدودا مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.

دراسة أمان (2010) بعنوان : "What Twitter uses by US Senate candidates"

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى استخدام المرشحين لمجلس الشيوخ الأمريكي سنة 2010، وقد خلصت الدراسة إلى: أن جميع المرشحين ما عدا مرشحا واحدا لديهم حساب على تويتر بغض النظر عن خصائصهم الديموغرافية، وأن المرشحين استخدموا التويتر في إطار حملتهم الانتخابية السياسية، وهناك تفاوت كبير في ما يقوم به المرشحون بإرساله من خلال التويتر قبل الانتخابات، وقد توزع ما بين فئتين رئيسيتين: الأولى ذات علاقة بالانتخابات، والثانية متعلقة بالرأي العام، وقد وجد الباحث دليلا إحصائيا على وجود علاقة طردية ما بين استخدام التويتر ومدى إقبال الناخبين.

دراسة اليجاندر (2010) بعنوان : " JOURNALISM IN THE AGE OF SOCIAL MEDIA"

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على أهمية وسائل التواصل الاجتماعي، ودورها المحوري في عمل الصحفيين. وللوصول لذلك الهدف فإن الباحث قام بمقارنة بين وسائل المعلومات القديمة والحديثة، وكيف أن الوسائل الحديثة، نحو التويتر والفيسبوك، باتت ركيزة حقيقية يعتمد عليها المراسل والصحفي والإعلامي كمصدر حقيقي من مصادره للأخبار الحصرية، والسبق الصحفي. وأجرى الباحث بعض الدراسات المسحية على بعض وسائل التواصل الاجتماعي، الفيسبوك والتويتر، لتكون تصورا عن مستقبل تلك الوسائل مع عمل

الإعلامي، وتوصلت الدراسة إلى أن السنوات الأخيرة شهدت نموا ملحوظا في أعداد مرتادي ومستخدمي تلك الوسائل؛ مما يعطي مؤشرا حقيقيا في أنه كلما ازداد عدد المستخدمين ازداد عمل الصحفيين والإعلاميين؛ لأن كثيرا من المرتادين لتلك المواقع لديهم قصصهم الخاصة، وأحداثهم التي يودون مشاركتها.

وأفادت الدراسة وفق الإحصائيات إن وسائل التواصل الاجتماعي يزداد الاعتماد عليها من قبل الإعلاميين والصحفيين باعتبارها مصدرا متنوعا ومباشرا من مصادر المعلومات. وأن كثيرا من الإعلاميين يحملون مصادر المعلومات تلك على محمل الجد، ويعدون سبقا صحفيا أحيانا وحدثا حصريا أحيانا أخرى.

دراسة ربيكا هايس (2009) بعنوان : new media And new policies The efficiency" of political education and testing of the uses of social "networking sites In political participation

إن هذه الدراسة دراسة ميدانية، اعتمدت على مسح عينة ممثلة من (625) مبحوثا، تتراوح أعمارهم بين (18-25) عاما في الولايات المتحدة الأمريكية ، وهدفت لاختيار تأثيرات استخدام الشبكات الاجتماعية على كفاءة التعلم السياسي، والمعرفة السياسية، والمشاركة السياسية، ومن أهم النتائج التي توصلت لها هذه الدراسة ما يأتي:

- أن لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية أهدافا سياسية، يمكن أن يكون له تأثير إيجابي على كفاءة التعلم السياسي وعلى المعرفة والمشاركة السياسية. وأن التأثير على المشاركة السياسية من خلال وسائل الإعلام الاجتماعية أثناء الانتخابات 2008 كان أقل مقارنة بتأثير وسائل الإعلام الإخبارية.

- أن المصادر الإلكترونية للأخبار والمعلومات السياسية ليست هي المصادر المعلوماتية المفضلة لدى الفئة العمرية التي تهتم بها الدراسة، بل كانت وسائل الإعلام التقليدية، مثل الصحف والأخبار التلفزيونية، أكثر تفضيلاً.
- أن وسائل الإعلام التقليدية أصبحت تشتمل على التقنيات الإلكترونية، وتتفاعل معها كما هو الحال في مواقع الشبكات الاجتماعية، فإن الناخبين الشباب قد يزيد استخدامهم للمحتوى المقدم من خلال مخرجات وسائل الإعلام التقليدية، أي أن وسائل الإعلام التقليدية تتشارك مع وسائل الإعلام الجديدة في عملية الاتصال السياسي.

التعليق على الدراسات السابقة :

اتفقت الدراسة الحالية من حيث تناولها للقضايا الفساد مع دراسة (عبيدات، 2014) التي تناولت تغطية الصحف لقضايا الفساد، ودراسة (سيد، 2011) التي تناولت دور الإعلام الإقليمي في تغطية قضايا الفساد، بينما اختلفت الدراسة الحالية مع باقي الدراسات؛ إذ إنها تناولت تأثير وسائل على قضايا أخرى.

وأجريت الدراسة الحالية على الصحفيين الكويتيين المسجلين في جمعية الصحفيين الكويتيين، واتفقت مع دراسة (عبد الستار ولولوه، 2011) التي تناولت سلوك البحث للصحفيين المعلومات الكويتيين، واختلفت مع باقي الدراسات السابقة.

وتشابهت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة التي تناولت التويتر فقط، وهي: دراسة (المري، 2016)، ودراسة (السويد، 2015)، ودراسة (الطيّار، 2014)، ودراسة (السويد، 2014)، ودراسة (قطيم، 2013)، ودراسة (زغيب، 2010)، ودراسة (أمان، 2010)، وتشابهت أيضاً مع دراسات تناولت التويتر بالإضافة لمواقع أخرى، مثل: دراسة (بوداك، 2010)، ودراسة

(اليجاندرو، 2010)، ودراسة (سميث، 2011)، ودراسة(الأنصاري، 2013) التي تناولت الفيسبوك مع التويتر، واختلفت مع باقي الدراسات السابقة.

واستخدمت الدراسة الحالية المنهج المسح الوصفي، واتفقت بذلك مع جميع الدراسات السابقة.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

- صياغة المشكلة البحثية.
- تحديد النظرية المستخدمة، ومن ثم تكييفها وفقا لأهداف الدراسة الحالية.
- تحديد المنهج المستخدم وطريقة اختيار العينة.
- الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة وتوصياتها في صياغة الفروض.

منهج الدراسة:

منهج المسح الوصفي: يعدّ منهج المسح نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية، ولذلك فإننا لا نبالغ إذا حددنا المفهوم باستخدامه مع المفردات البشرية بالتحديد دون سواها، وإذا كان تعريف منهج المسح أنه أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد، وسلوكهم، وإدراكهم، ومشاعرهم، واتجاهاتهم، فإنه يعدّ أيضاً الشكل الرئيس والمعيارى لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي، أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها؛ مما يوفر جانبا كبيرا من الوقت، والنفقات، والجهد المبذول من خلال خطوات منهجية وموضوعية. وهو بهذا المفهوم يعدّ المنهج الرئيس لدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي؛ إذ يسمح للباحث - بالإضافة لما سبق - بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد، مثل: السمات العامة، والاجتماعية، والنفسية، وكذلك أنماط السلوك الاتصالي، وتقديم قاعدة معرفية واحدة للبيانات الخاصة بهذا الجمهور يمكن استخدامها

في وصف تركيبية وبنائه, واختبار العديد من الفروض العلمية الخاصة بالعلاقات بين هذه المتغيرات (عبد الحميد, 2000م, ص158).

مجتمع الدراسة:

هو جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها (زغيب, 2009, ص 240), وهم جميع الصحفيين الكويتيين المسجلين في جمعية الصحفيين الكويتية، والبالغ عددهم (597) صحفياً وصحفية. (حسب جمعية الصحفيين الكويتية)⁽¹⁾.

عينة الدراسة:

العينة هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجياً, ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة. ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلاً لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع (عبد الحميد, 2000, ص133).

وتم اختيار العينة العشوائية البسيطة، وهي أحد العينات الاحتمالية التي تضمن فرصة ظهور متساوية لكل مفردة من مفردات المجتمع ضمن العينة (زغيب, 2009, ص 244)، ويتم اختيار المفردات عشوائياً من بين قوائم إطار أو أطر العينة، وبذلك تعطى لجميع المفردات فرصة متساوية ومستقلة في الاختيار، وهذا يعني احتمال اختيار المفردات متساو لكل منها؛ لأن الاختيار عشوائي. وكذلك لا توجد علاقة بين المفردة التي يتم اختيارها وغيرها من المفردات، فكل المفردات بالنسبة للباحث لا يعبر عنها سوى رقم في الجداول العشوائية (عبد الحميد,

¹ - تعريف الجمعية: هي المؤسسة العمومية التي ينتمي إليها 597 عضواً من الصحفيين الكويتيين حسب التقرير المالي والإداري وتعد الممثل الرسمي لهم للدفاع عن حقوقهم ودعوتهم للالتزام بواجباتهم بما ينسجم مع المواثيق والمدونات المتعلقة بالسلوك المهني للصحافة.

2000, ص 144)، وتتكون العينة من الصحفيين الكويتيين المنتسبين لجمعية الصحفيين الكويتية، وتكونت من (292) مفردة، وهي المتاحة.

أداة الدراسة:

أداة الدراسة هي الاستبانة، وهي مثير يتتبع الإجابة، وهذا المثير يجب أن يكون واحداً؛ أي ثابتاً من مبحوث لآخر، فهو عبارة عن مقياس، وهذا المقياس يجب أن يكون صادقا (محمد الوفائي، 1998 ص 97) بهدف الإجابة عن التساؤلات، وهو أيضا أسلوب جمع البيانات الذي يهدف إلى استنارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات. وبعد الاستقصاء من أكثر أدوات جمع البيانات شيوعا واستخداما في منهج المسح، وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد يجتمعون في مكان واحد، أو لا يجتمعون فيه. (عبد الحميد، 2000، ص 353). وتم تقسيم الاستبانة إلى ثلاثة أجزاء :

- معلومات الباحث، والهدف من الدراسة.
- معلومات أفراد العينة، وكانت على النحو التالي (النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة، ومستوى اللغة الأجنبية، والمؤسسة الإعلامية).
- يشتمل على خمسة محاور، وتدرج تحت كل محور عدة أسئلة، هي:
 1. المحور الأول: متعلق بعادات تصفح الصحفيين الكويتيين لـ(تويتر)، واستخدامها.
 2. المحور الثاني: متعلق بمدى اعتماد الصحفيين الكويتيين على (تويتر) في الحصول على معلومات حول قضايا الفساد، والأنشطة التي يقوم بها الصحفيين الكويتيين في (تويتر)، ونوعية المعلومات التي يهتم بها الصحفيون.

3. المحور الثالث: متعلق بأسباب اعتماد الصحفيين الكويتيين على (تويتر) وأهدافه كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد.

4. المحور الرابع: متعلق بآثار اعتماد الصحفيين الكويتيين على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد

5. المحور الخامس: ما هي أهم الصعوبات التي يواجهونها في الكشف عن قضايا الفساد، ومدى مصداقية المعلومات المنشورة على (تويتر).

اختبارات الصدق والثبات :

يعدّ من ضرورات تصميم المقاييس والأدوات المنهجية أن يتأكد الباحث من أن هذه المقاييس والأدوات صالحة لتحقيق الأهداف التي أعدت من أجلها، وأنها ستنتقل بدقة وموضوعية صورة الواقع البحثي والتجريبي أمام الباحث، فيمكن الاعتماد على هذه الصورة في التفسير والتعميم. ولذلك يقوم الباحث بإجراء عدد من الاختبارات التي تجعله يتأكد من هذه الأمور حتى يطمئن إلى أن المقياس أو الأداة قد تجاوز إلى حد كبير الأخطاء الخاصة بالتصميم والتطبيق التي تؤثر في صلاحية المقياس أو الأداة، ودقتها (عبد الحميد, 2000, ص 417).

اختبار الصدق لأداة الدراسة :

يتسم المقياس أو الأداة بالصدق متى كان صالحا لتحقيق الهدف الذي أعد من أجله. وهذا هو تعريف الصدق الذي اتفق عليه الخبراء. ومتى كان المقياس صادقا صحيحا وصالحا لتحقيق الهدف الذي أعد من أجله، فإنه يعني أيضا أنه ثابت، ويتسم بالدقة أيضا، لأنه لن يصلح للمقياس ما لم يكن دقيقا، ولذلك فإن مفهوم الصدق يعني الثبات في نفس الوقت.

وسيتم استخدام الصدق الظاهري، وهو الذي يعبر عن اتفاق المحكمين أو المبحوثين على أن المقياس أو الأداة صالحة فعلا لتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله، ويطلق عليه الصدق الظاهري؛ نظرا لأنه يقوم على رؤية المحكمين أو المبحوثين للصلاحية بشكل عام. ويكون السؤال المطروح في هذه الحالة حول مدى صلاحية المقياس ككل أو الأداة لتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله، وقد يتفق المحكمون أو يختلفون في بعض الجوانب الخاصة بالمحتوى أو البناء في علاقته بالهدف من المقياس. ويجب أن يكون المحكمون في هذه الحالة من أصحاب الاختصاص في التخصص العلمي ومناهج البحث، وأدواته حتى لا يصبح الحكم وإجراء التعديلات مرهونا بالرؤى الذاتية لهؤلاء المحكمين. وفي هذه الحالة فإنه يمكن تقدير صدق المقياس أو الأداة بتقدير حدود الاتفاق بين هؤلاء المحكمين. (عبد الحميد، 2000، ص 429 - 430).

اختبار الثبات لأداة الدراسة

هو الوصول إلى نفس النتائج بتكرار تطبيق المقياس على نفس الأفراد في نفس المواقف أو الظروف. وبالتالي فإن كافة الإجراءات يجب أن تتسم بالدقة، والاتساق، والثبات للوصول إلى ثبات النتائج. (عبد الحميد، 2000، ص 419).

وتم استخدام طريقة الاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا): وهي ببساطة أن يخرج الباحث مصفوفة للعلاقة بين كل فقرة وأخرى، لكي يلاحظ مدى الاتساق بينهما، والفكرة هنا هي بيان ما إذا كانت هذه الفقرات تدور حول نفس المحور؛ أي تقيس نفس الشيء أم لا، فإذا كانت كلها تقيس نفس الشيء، فسوف يتاح لها قدر عال من الثبات (محمد وفائي، 1998، ص 110).

المعالجة الإحصائية :

تم إدخال البيانات على البرنامج الإحصائي spss لاستخراج:

- 1- التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية.
- 2- اختبار درجة الثبات (كرونباخ ألفا)، لإيجاد معامل الاتساق الداخلي.
- 3- اختبار (T. test) لاختبار الفروق الإحصائية بين متوسطين حسابيين.
- 4- اختبار تحليل التباين (Anova) لاختبار الفروق الإحصائية بين ثلاثة متوسطات حسابية فأكثر.
- 5- معامل ارتباط بيرسون لمعرفة العلاقة بين متغيرات الدراسة.

الفصل الثاني

الإطار النظري

المبحث الأول : الإعلام والمجتمع

- علاقة وسائل الإعلام بالمجتمع.
- أوجه و أدوار الإعلام في المجتمع إزاء ظاهرة الفساد.
- أبعاد مشكلة انتشار ظاهرة الفساد في المجتمع.
- الإعلام الاجتماعي.
- شبكات التواصل الاجتماعي.
- الإعلام البديل والمهام المنتظرة.

المبحث الأول

الإعلام والمجتمع

مقدمة:

تعمل وسائل الإعلام الحديثة على تزويد الناس بمعلومات وحقائق سليمة تساعدهم على تكوين رأي صحيح في حقيقة أو مشكلة ما. وهذا يعني أن الغرض الوحيد من وسائل الإعلام هو إقناعهم من خلال المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات، وعلى هذا الأساس، يمكن القول إن الناس لا يستجيبون أبدا لوسائل الإعلام التي لا تعبر عن ثقافتهم وتفكيرهم، وأن وسائل الإعلام التي لا تقوم على أساس من الواقع، والمبنية على أساس الافتراضات لا تندرج تحت مسمى الإعلام، وإنما يكون ذلك دعاية، وليس إعلام، والتي يمكن أن تعتمد على التضخيم، وربما التظليل في أوقات معينة. وبالتالي، فإن متطلبات أي وسائل إعلام ناجحة تتحدد بموضوعية ونزاهة في عرض الحقائق والأمانة والموضوعية في جمع البيانات ونقلها من مصادرها الأصلية، فضلا عن التعبير الصادق لجمهور وسائل الإعلام. (عبد الرزاق وساموك، 2011).

ويساهم الإعلام بشكل أساسي في تكوين أشكال السلوك والقيم والاتجاهات والعادات، فقد أصبح أي تغير على هذه الجوانب يخدم أهداف العولمة، فأثرت وسائل الإعلام سريعا في مجتمعاتنا وفي كل الاتجاهات، مما دفع الأفراد على التعامل مع هذه الوسائل بشكل كبير، ونتيجة لهذه التطورات الهائلة زادت نسبة الوعي لدى الأفراد، وتغيرت أولوياتهم، وتغيرت أنماط سلوكياتهم، فلم يعد النظام الإعلامي الحديث وسيلة فقط، بل أصبح وافر متطفل ومحاور يشدنا، ويتدخل في شؤوننا، ويخترق حياتنا الخاصة بلا أدنى تهذيب أحيانا أو غالبا (خليفة، 2011، ص 54).

وقد دخلت وسائل الإعلام الجديدة وإلى حياة الملايين من الناس، مما سهل الاتصال بينهم وبين أسرهم وأصدقائهم، فضلا عن أنها ساهمت في تشكيل شخصياتهم وعاداتهم الاجتماعية، وأثرت عليهم سواء بشكل إيجابي أو سلبي (Yonghwan Kim et autres, 2013,22)

علاقة وسائل الإعلام بالمجتمع :

أوضحت النظريات الخاصة بعلاقة وسائل الإعلام بالفرد أن الفرد نفسه هو الذي يتحكم بتحديد هذه العلاقة لأبعد مدى، وما ينتج عنها بواسطة تأثير العوامل الاجتماعية والنفسية في تعيين أهداف الاستخدام وفهم المعاني ومعرفتها، ويشير الاستخدام المخطط لوسائل الإعلام في المجتمع إلى مدى تأثير وسائل الإعلام في المجتمع من حيث التغيير في المعرفة والسلوك، سواء على الصعيد الفردي أو الجماعي لعلاقاتهم في وسائل الإعلام خلال التعرض لها من وجهة نظر جميع أفراد المجتمع، فتسبب ذلك في حدوث تغيرات على الصعيد الاجتماعي وفي البناء الثقافي واتجاهاته. وأكدت هذه النتائج العديد من البحوث الإعلامية وخاصة في مجالات المعرفة، فنتج عنها صياغة فروض ونظريات خاصة بهذا التأثير. (بن روان, 2007, ص27-28).

فاختلفت النظريات العلمية بأرائها حول أن جمهور وسائل الإعلام كتلة واحدة أو فردية مختلفة بمكوناتها وطبيعتها الذاتية عن الطبيعة الجماعية. فبعض الآراء تمكنت من تحديد المؤثرات المجتمعية على طريقة تعامل وسائل الإعلام في كل مجتمع مما أعطت لكل وسيلة ميزة خاصة تختلف عن الوسائل الإعلام الأخرى في كل المجتمعات الأخرى، فنتيجة لذلك كانت العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع والأفراد ليس لها إطار نظري في مجال علم واحد، بل جاء

من إسهامات كثيرة من علوم مختلفة اهتم كل منها بجانب من جوانب هذه العلاقة. (نصار, 2004, ص 61).

وأشار (خضور, 2015, ص 45) إلى أن الإعلام ورسائله تحول إلى موضوع مركزي في قياس موضوع النضوج والتقدم الاجتماعي، في إعادة النظر في أشكال التفكير، وأنواع السلوك، وأنواع العلاقات الاجتماعية والتفاعل الاجتماعي، وأنه لم يعد موضوعاً هامشياً، وإنما احتل المركز الأول في قيادة الفعاليات الاجتماعية. وأن تأثيره امتد إلى أعماق المجتمع، ولم يعد محصوراً كما كان مسبقاً.

فيعني هذا أن الفرد ليس سلبياً ضمن العديد من عمليات الاتصال المعقدة والمتداخلة، وإنما يتفاعل مع الآخرين عبر الوسائل المتعددة؛ ليتعرف على صور مختلفة عن هذه العوالم التي تحيط به، وتساعد في اتخاذ قراراته، فينتج عنها علاقات اجتماعية بسبب التفاعل بين الأفراد بواسطة الوسائل المختلفة. (بن روان, 2007, ص 28)

وبين (رشيد, 2011, ص 25) أن وسائل الاتصال تعد من أكثر الاكتشافات التي غيرت الكثير من التنظيمات الاجتماعية، إذ يتمتع تطور وسائل الاتصال بالتأثيرات لأبعد مدى، فكما جاء في نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام (نموذج ترتيب الأولويات الأجددة) أنه يتوقع هذا النموذج أو النظرية أن وسائل الإعلام لا تتمكن من إتاحة كافة الموضوعات أو القضايا التي تقع في المجتمع، وإنما يختار العاملون في هذه الوسائل بعض المواضيع التي يتم التركيز عليها، والسيطرة على طبيعتها ومحتواها، فتثير اهتمامات الناس أولاً بأول؛ مما تجعلهم يدركونها، ويفكرون فيها، ويقلقون بشأنها مما لهذه المجموعات من أهمية كبيرة للأفراد مقارنة بالمواضيع الأخرى التي لا تتطرق لها وسائل الإعلام.

وأوضح (بن روان, 2007, ص28-29) أن وسائل الإعلام تتفوق على الوسائل الأخرى في بناء هذه الصور أو المعاني لما حققته من تطورات، التي من خلالها أصبحت المصدر الرئيس للمعرفة لعدد كبير من الأفراد في أي مجتمع، فأصبح يتعامل هذا القطاع مع ما تقدمه وسائل الإعلام لرسم الصور والعوالم المحيطة به لتوقعه أن الواقع أكثر تعقيداً على إدراكه، واستيعابه مما تقدم وسائل الإعلام بتأثيرها، وإمكانياتها، وطاقتها هذه الصور بشكل مبسط، تسهل عليه الفهم والإدراك، بالإضافة إلى إمكانية نقلها، وتقريبها إليه عبر الحدود والمسافات، ومن ناحية أخرى، أصبحت وسائل الإعلام تتنافس مصادر المعرفة والخبرة الأخرى بالنسبة لقطاعات أخرى عريضة كمختلف مراحل الطفولة التي تعتمد على العديد من المصادر في سعيها الغريزي للمعرفة والاستطلاع؛ لبناء المفاهيم عن العالم المحيط بها وفهمها

وتظهر أهمية الإعلام بمعرفة مختلف حاجات المجتمع النفسية والاجتماعية والجسدية وغيرها، مما يستدعي وضع برامج إعلامية متخصصة على أسس علمية ونفسية؛ مما يستوجب إعداد كادر إعلامي متخصص ومدرب للعمل، فأصبح جزءاً أساسياً من تراثنا وحضارتنا، وذلك لتوظيف الإمكانيات الإعلامية في خدمة المجتمع؛ مما يزيد من أهمية أثر وسائل الإعلام المتعددة في المجتمع، لما تتيحه من معلومات وأفكار وحقائق وبرامج، لتخدم جميع فئات المجتمع دون استثناء، وتلبي جميع متطلبات الفرد وحاجاته. (عبيدات, 2014, ص32)

فأظهرت الدراسات ثلاثة عوامل تزيد من أهمية الإعلام في المجتمع، وهي:

1. يتيح الإعلام لجميع أفراد المجتمع كافة المعلومات التي تتعلق بالبيئة، وما يحيط بها من أخطار، وذلك للابتعاد عنها وحماية المجتمع منها.
2. يجمع الإعلام بين جميع أفراد المجتمع المعاصر، ويدعم التفاعل بينهم؛ مما يزيد من التماسك الاجتماعي في مواجهة المواقف المختلفة.

3. يحافظ الإعلام على الهوية الثقافية للمجتمع عن طريق نقله للتراث، وتوارثه من جيل

لآخر، وتعريف الأجيال الجديدة بالتراث الذي يعدّ من المحددات الرئيسة للنظام الثقافي

في المجتمع. (خضور, 2015, ص46)

وليس صعب التأكد من أن وسائل الإعلام والاتصال أصبحت الركيزة الأساسية في التناسق

الثقافي والسياسي والاجتماعي والاقتصادي، وهذا يدل على عمق تداخل وسائل الإعلام في

الركيزة الأساسية للمجتمع، ولتمكن من إدراك العمليات الاجتماعية، فيجب متابعة دراسة وسائل

الإعلام والاتصال في كافة جوانبها (وظائفها، وتقنياتها، وآثارها، وآلياتها)، ومن ثم دراسة الآثار

المتبادلة الذي لم يأخذ مداه بعد في البنى الاجتماعية والثقافية. (أبو الحمام, 2010, ص96).

أوجه أدوار الإعلام في المجتمع إزاء ظاهرة الفساد :

دور الإعلام في تقوية الضبط الاجتماعي :

اقترح لازرسفيلد وميرتون وظيفة مهمة للإعلام، وتختص في المجتمعات الحالية، تتضح

من خلال حث الإعلام على زيادة الضبط الاجتماعي، وذلك عن طريق قيام الإعلام بتقوية

الضبط الاجتماعي اتجاه الأفراد، وفرض المعيار الأخلاقي من خلال التوجه للحملات الإعلامية

المكثفة؛ لتثبت سلوكهم المنحرف، وذلك لتكون الأعمال التي خرق بها هؤلاء الأشخاص القوانين

والأنظمة معروفة لدى العديد من القطاعات في المجتمع بواسطة شبكة الاتصال المباشر، التي

تجبر الكثير من أعضاء المجتمع أن يخضعوا لشروط اجتماعية ونفسية بوجوب التعبير بشكل

صريح وواضح لهذا الخرق، وبشرط وجود القواعد الأخلاقية العامة. (خليفة, 2011, ص 53)

فظهر دور الإعلام كثيراً في الرقابة الاجتماعية عن طريق الكشف عن العديد من

العمليات المتواصلة التي كشفت عن مواقع الفساد والانحراف، وإثباتها علنياً أمام الجماهير، وما

يترتب عليها من إجراءات ردية ووقائية تتناسب مع المعيار الأخلاقي السائد.

وأشار (خليفة، 2011، ص 53) إلى أن أي سلطة تعدّ وسائل الإعلام وسيلة للتواصل بينها وبين أجزاء المجتمع الأخرى، أو تعكس الإدارة العامة التي تحدث عنها جاك روسو، أو الروح العامة التي أشار إليها جون لوك، التي تتمثل مهمتها في صياغة رؤيتها الأحادية الجانب. ويسعى إلى تحويل أعضاء المجتمع إلى مجموعات لا تحصل إلا على الرؤية، وتخزينها لإعادتها عندما تحتاج إليها. ويتجلى ذلك في العديد من وسائل الإعلام التي تحاول تضليل أعضاء المجتمع بموجة إعلامية من أعلى إلى أسفل؛ أي تدفق حقيقي أو موضوعي من الرأي من أسفل إلى الأعلى.

دور الإعلام الاجتماعي في الكوارث والأزمات

تؤدي وسائل الإعلام الاجتماعية في وقت الأزمات ووقوع الكوارث دوراً مهماً في نقل ما يحدث للناس، وتوجيههم للتعامل مع الأزمات والكوارث علمياً ونفسياً واجتماعياً، والحد من آثار الأزمات والكوارث، والحد من زيادة، ومساعدة الناس على تجنب المضاعفات، وسبل معالجتها. (الجبور، 2010، ص104).

ويقوم الإعلام أيضاً بدور في غاية الأهمية أثناء الأزمات؛ فمن الممكن أن يؤدي مهمتين؛ الأولى: توضيح تطورات الأزمة للرأي العام وأطراف المعنية، والثانية: تشكيل الرأي العام، والتأثير عليه، وتوجيهه؛ فتزداد حاجة الأفراد أثناء الأزمات لسماع أخبار الأزمة، ومتابعة التطورات، وإذا لم تلب المنظمة أو المؤسسة هذه الاحتياجات، فذلك يؤدي إلى انتشار الشائعات بصورة لا تصب في مصلحة المنظمة أو المؤسسة المعنية. (الضويحي، 2004، ص61)

فنستنتج أن للإعلام الاجتماعي المحلي والإقليمي والدولي دوراً مهماً في التعامل مع الكوارث والأزمات، ومعالجتها، وتوجيه الناس باتجاه السلوك الأفضل، ولا تقتصر الأزمات على الأزمات السياسية فقط، وإنما هناك أزمات مالية، وأزمات مصرفية، وأزمات داخل المنشآت

والشركات، وأزمات داخل المجتمع، وأزمات الجماعة، وأزمات الأفراد، والأزمات الاجتماعية، فلذلك يجب أن نوضح مفهوم الأزمة؛ فالأزمة هي لحظة حاسمة وحرجة ترتبط بمصير الكيان السياسي أو الإداري الذي يقع بمشكلة، فأصبح من الصعب جداً على متخذ القرار التأكد من المعلومات، واختلاط الأسباب بالنتائج، وازديادها بشكل متتالي يزيد من درجة الغموض والتطورات التي قد تحدث مستقبلاً من الأزمة وفي الأزمة نفسها (الجبور، 2010، ص105).

دور الإعلام في زرع القيم لدى النشء (توظيف الإعلام التربوي لتفعيل النزاهة)

تؤدي وسائل الإعلام دوراً مهماً في تنمية قيم الشباب من خلال غرس المفاهيم السامية للمجتمع، وتوطيدها. فالهدف من وسائل الإعلام التربوية الرئيسية هو نقل رسالتها بطريقة تفوز بثقة المتلقي، وأن تكون حذرة ودقيقة في توضيح الحقائق لتحسين واقع المجتمع للوصول إلى أعلى مستوى من التنمية والرفاهية، ويحصل هذا عند التفاعل مع الرأي العام، والتأثير فيه بشكل إيجابي ضمن قواعد وأسس منطقية، لا تخضع لأي جهة سواء أكانت السياسية أم غيرها من الجهات التي لها مصالح مشبوهة، التي من الممكن أن تأقلم الرسالة الإعلامية بما يتناسب مع مصالحها، حتى لو ابتعدت عن الأخلاق النبيلة والقيم السامية، ومن ثم تتوجه للمجتمع بطريقة غير سليمة، إذ تخرج ثوابت القيم عن واقعها الصحيح، وتفرغ محتواها. (الحجار، 2011، ص6)

وتتوقف دراسة التأثير السلبي لوسائل الإعلام في نظام القيم ونمو الثقافات الوطنية على تفسير مجموعة القيم التي تشكل إطار الفرد والمجتمع. وبعبارة أخرى، تعدّ وسائل الإعلام رسالة إيجابية، إلا إذا تم استخدامها بشكل سلبي، فتكون سبباً لعوامل التفكك، والإفساد للمنظومة القيمية والاجتماعية، مما يؤثر سلباً على التنشئة الاجتماعية من خلال القضاء على قيم المجتمع وثوابت ثقافته، فيختلف قيم الفرد عن قيم الجماعة، وتساهم في انتشار قيم الجماعة المغربية الداخلية التواصلية التي توضح أهمية العمل الجماعي أو العمل بشكل منفرد؛ مما يعني أنه يمكن متابعة

مسلسل مدبلج واحد لتوضيح كيفية نقل صورة العلاقات الأسرية والاجتماعية المزعزعة، وبشكل آخر في تعظيم العلاقات غير السليمة، التي تستهدف العلاقات الأسرية، وكل ما يتعلق بها والعلاقات بين المجتمع الواحد بشكل عام. (خليفة، 2011، ص54).

وبهذا يبرز دور الإعلام التربوي المهم في التصدي للفساد، ومحاولة القضاء عليه، والكشف عن الطرق غير السليمة من خلال الوسائل الممنهجة التي تمتاز بالحيادية والموضوعية، التي تراعي القيم الأخلاقية العليا، بهدف إيجاد علاقات إعلامية تربوية وطنية تعزیزاً للثقافة والنزاهة. (الحجار، 2011، ص6)

دور الإعلام في الديمقراطية

تعدّ قضية نشر الوعي بالحقوق السياسية والمدنية، وتأمين حريات الأساسية للإنسان، من القضايا المعاصرة المطروحة على المستوى الدولي، فأكدت اليونسكو على الاهتمام بأشكال الديمقراطية في سياسة الإعلام والاتصال، إذ إن من الحريات الأساسية لممارسة حقوق الإنسان حريات القول والصحافة والإعلام والتجمع. فتوسيع نطاق الحريات التي ترتبط بالاتصال، التي تعدّ مبدأ من المبادرة المتطورة في مفهوم الديمقراطية وحقوق الإنسان التي يجب تأكيدها، والدفاع عن جميع الواجبات الإعلامية (عبد الرزاق، الساموك، 2011، ص61).

وتعد شبكة الإنترنت، وخاصة ويب 2.0، واحدة من أهم وسائل نمو الديمقراطية في وسائل الإعلام، إذ توفر لمستخدميها منصة تمكنهم من الوصول إلى وسائل الإنتاج. وتتيح هذه الشبكة للجميع تبادل المعلومات مباشرة، ودون عوائق من خلال بنية تحتية مشتركة، فهي تعدّ مثلاً على القوة المحتملة لديمقراطية الإعلام.

واكتسبت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية مصداقية على نموذج الديمقراطية الإعلامية من خلال تعزيز الإصلاح والمعارضة السياسية. ويتجلى هذا من خلال احتجاجات

واسعة النطاق في شمال أفريقيا والشرق الأوسط، التي أطلق عليها اسم الربيع العربي، فتمكن المواطنين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، مثل: التويتر، والفيسبوك، واليوتيوب من التواصل، وتبادل المعلومات مع بعضهم البعض، وتدبير الاحتجاجات المقاومة لحكوماتهم. وفضل نجاح هذه المظاهرات ليس فقط لوسائل التواصل الاجتماعي، وإنما أدت التقنيات أيضاً دوراً مهماً في إحداث التغيير في مصر وتونس وليبيا. وكانت هذه الأعمال واضحة للجمهور من خلال الأخبار التي انتشرت على قنوات وسائل الإعلام البديلة (كنعان، 2015، ص 65).

أبعاد مشكلة انتشار ظاهرة الفساد في المجتمع :

تعدّ مشكلة الفساد مشكلة متعددة الأطراف؛ فمنها: مشكلة أمنية، واجتماعية، وقانونية، واقتصادية، وتربوية، وأخلاقية؛ لذا من الصعب أن يتغلب عليها، أو يتصدى لها تخصصاً واحداً، بل يجب تعاون الجميع للتغلب عليها (خليفة، 2011، ص 55). فيعرف الفساد أنه خلل اجتماعي يجب التعامل معه بحكمة وبسرعة، فلا يتحقق ذلك إلا بتعاون الحكومة مع شعبها، فيجب أولاً معرفة مكن الخلل، ومن بعدها البدء بعملية الإصلاح من خلال بتر ذلك العضو الفاسد؛ سواء أكان نظاماً فاسداً، أم رجل مسؤولاً أو صاحب نفوذ، أو غيرهم، أم قانوناً قديماً، أم غيرها من معوقات التنمية في المجتمعات. (هاشم، 2011، ص 153).

ويشوه الفساد البنى الاجتماعية والنسيج الاجتماعي، وتصعد النخب الأقلية على حساب الأكثرية التي تتحدر للقاع جراء ممارسات الفساد، وكذلك يؤدي اقتصاد الفساد إلى سوء توزيع الدخل بشكل غير متكافئ وغير مشروع؛ مما يحدث تحولات سريعة ومفاجئة في التركيبة الاجتماعية، الأمر الذي يكرس تفاوت اجتماعي، وزيادة بالتوتر، وعدم استقرار سياسي، فتركز الموارد بين المفسدين يؤدي إلى اختلال التوازن في المجتمع، وصعود هذه الفئة مع انخفاض فئة الأكثرية الفقيرة إلى مستوى التدهور. (رشيد، 2011، ص 29).

وبين (خليفة، 2011، ص55) أن التقارير والدراسات تشير إلى تفاقم خطر انتشار ظاهرة الفساد في المجتمعات، على الرغم من كل الطرق والوسائل التي تحاول تقليل هذه الظاهرة. وتكمن خطورة هذه المشكلة في الحد من حجم الإهدار للاقتصاد عبر عدة سنين، بالإضافة إلى الخسائر الاجتماعية، فأظهرت الإحصائيات أن ارتفاع عدد القضايا في مجال مكافحة انتشار الفساد واضح.

فتعاني المجتمعات النامية من مشكلة المشرعين القائمين على حماية حقوق الأفراد وحقوق المجتمع وغياب الرقابة والقوانين الصارمة. فنتج عن هذا الغياب انتشار ظواهر مرضية منحرفة، نحو: الغش، والرشاوى، والتزوير، والتزيف، وعدم تطبيق القوانين لمحاسبة المؤتمنين والمقصرين على المال العام بالإضافة إلى انتشار الوساطة والمحسوبية في جميع مجالات الحياة، وتهدد ظاهرة الفساد جميع أشكال التطور، وتؤثر سلباً على مسيرة الدول التي تسعى إلى الوصول إلى أعلى معدلات النمو، أن الفساد في كثير من دول العالم ينبثق أحياناً من ضعف السلطة السياسية، أو نتيجة إغفال تطبيق القوانين (هاشم، 2011، ص153).

الإعلام الاجتماعي

يهتم الإعلام الاجتماعي بأخبار المجتمع والأفراد، ويخاطب المجموعات بأسلوب جمعي للتعريف بأخبار الجماعة سواء أكان مجتمعاً صغيراً أو كبيراً، أم كانت هيئة، أم منظمة، أم مؤسسة. فينقل الإعلام الاجتماعي معلومات وأخبار مجتمع ما إلى المجتمع ذاته أو لمجتمعات أخرى بجميع أنواعها بهدف الأخبار، والتعليم، والتوجيه، والإرشاد، والتأثير في السلوك الجماعي، ويعدّ الإعلام الموجه إلى شريحة معينة من المجتمع إعلاماً اجتماعياً لهذه الشريحة، مثل الإعلام الموجه إلى مجتمع المرأة، أو إلى مجتمع الطفل، أو مجتمع الطلاب، أو مجتمع العلم والصناعة... الخ. (الجبور، 2010، ص14).

وأشارت (الجبور، 2010، ص14-15) إلى أن الإعلام الاجتماعي يخاطب جميع فئات المجتمع، وهو يعبر عن سياسة الدولة أو القيادة، ويتخذ أسلوب التأثير الانفعالي الذي يتجه نحو دراسة اتصال الفرد مع الجماعة، وما يترتب عليها من تأثيرات وردود فعل والظروف التي ترتبط بهذا الاتصال سواء أكانت مكانية، أم زمنية، أم كمية، أم نوعية... إلخ.

وأوضح (خضور، 2015، ص45-46) أن الإعلام هو نشاط حر أو هامشي في الحياة الاجتماعية، وخاصة في مجالات العلاقات والتفاعل وأنواع السلوك الاجتماعي، وإنما تحول إلى التركيز على إنشاء هذه العناصر الاجتماعية، وتنظيمها، وضبطها، فأصبح من الصعب التحدث عن هذه العلاقات المتناغمة، وتفاعلاتها الحقيقية، وأنماطها السلوكية، وأيضاً عن البنية المعرفية والثقافية بشكل عام، فأصبح غياب وسائل الإعلام يعني موت الحياة الاجتماعية المعاصرة.

شبكات التواصل الاجتماعي

كانت وسائل الإعلام التقليدية بجميع أشكالها على مر العصور الماضية هي محور الوسائل الاتصالية والإعلامية المجتمعية، التي تهدف للوصول إلى الجماهير، وإيصال إليهم الرسائل المختلفة بأنواعها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتجارية وغيرها الكثير، وتطور التكنولوجيا، وظهور الحاسوب والإنترنت بمختلف أجياله، وانتقال الاتصال من مرحلة الأنظمة التماثلية إلى الأنظمة الرقمية، وبظهور أشكال جديدة من الاتصال والإعلام اختلفت التسميات؛ فمنها ما أطلق عليه الإعلام الجديد أو الإعلام الرقمي أو وسائط المتعددة، وعلى الرغم من اختلاف تسمياتها، إلا أن الجميع متفق عليها، وأنها تمكنت من فرض نفسها بقوة، وأصبحت منافساً قوياً لوسائل الإعلام التقليدية. (الصفدي، 2015، ص53).

ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي: أنها مجموعة من الشبكات الإلكترونية التي تتيح للمشارك بها أن يكون له موقع خاص به، ومن ثم دمجها مع الآخرين الذين لهم نفس الاهتمامات والهويات، وذلك عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني (كنعان، 2015، ص158).

وعرفها (الدحودح، 2012، ص26) أنها مواقع تسمح من خلالها للمشارك أن يكون له ملف شخصي بمثابة سيرة ذاتية أو بطاقة تعريف، تمكنه من بناء علاقات وصدقات مع الآخرين عبر هذه الشبكة.

ومن المعروف أن الإعلام الجديد لم يتوقف فقط عند تبادل المعلومات والآراء بين المرسل والمستقبل، وتبادل الأدوار الإعلامية الاتصالية فحسب، وإنما أحدثت هذه الوسائل الإعلامية الجديدة ثورة نوعية في محتوى الاتصال متعدد الوسائط، الذي يتضمن الصور، والنصوص، ومقاطع الفيديو، وملفات الصوت (الصفدي، 2015، ص53).

إذ عرف (الديهي، 2015، ص317) العلاقة التفاعلية: أنها العلاقة الثنائية التي تسمح من خلالها للمرسل والمستقبل بتبادل الآراء والأدوار مع تكافؤ الفرص، ويتأثر المشاركون بأدوار الآخرين خلال عملية الاتصال.

مميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

تتيح تطبيقات الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لمستخدميها بكتابة بياناتهم الشخصية؛ لتكوين ملامحهم الشخصية، وعرض الصور للتواصل مع الأصدقاء، ومشاهدة البيانات الشخصية للآخرين (اللبان، 2010، ص85).

وتسمح هذه الشبكات لمستخدميها بإرفاق الملفات والكتابة حول مواضيع محددة ومعينة، تهم المشتركين الآخرين في نفس الصفحة، التي تخدم مصالحهم المشتركة، فتوفر المواقع الاجتماعية خاصية التعليق على المواضيع المطروحة فيها، فهذا يحث الأفراد على المشاركة

عبر تلك الشبكات بعد التعريف بأنفسهم، وكتابة شيء عنهم، مثل: المهنة، والاختصاص، والاهتمام، وتختص بعض المواقع الاجتماعية بمجالات معينة، نحو: منتديات إعلامية، أو تربوية، أو ثقافية، أو غيرها الكثير التي تهتم بمجموعة معينة من الأفراد، ومن أكثر المواقع تفاعلاً التي تختص بالتسويق والتجارة، وهناك نوع جديد من الشبكات الاجتماعية التي يتم من خلالها التواصل عبر الهواتف المحمولة، فيتم من خلالها تكوين صداقات، وإجراء محادثات ونقاشات، وتبادل معلومات والآراء عبر شاشات الهواتف النقالة (الديهي، 2015، ص449).

وقد أشارت (المري، 2016، ص37-38) إلى وجود إيجابيات لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ومنها ما يلي:

1- تمتاز بسهولة الاستخدام، فتتضمن تقنيات متطورة، تمتاز أنها بسيطة في التصميم والألوان، وتعرض الميزات عند الطلب، فتكون المحادثة سهلة، وأزرارها واضحة، وتحتوي على رسوم وأشكال توضيحية، وتوفر صور متزامنة مع الوقت للتحديثات، وتحتوي على خاصية إشعار معين يشير إلى انتباه المستخدم.

2- تستخدم في مجال التعليم الإلكتروني، إذ إن التواصل على هذه الشبكات يُكسب مهارات أخرى، نحو: التواصل، والاتصال، والمناقشة، وإبداء الرأي، فتزيد مواقع التواصل الاجتماعي من فرص الاتصال والتواصل في خارج نطاق المؤسسات التربوية.

3- تستخدم لأغراض خاصة، كالتواصل بين الأصدقاء عن طريق تبادل المعلومات والملفات الخاصة ومقاطع الفيديو والصور. وتتيح بعض الشبكات بتكوين مجتمع بطرق جديد من خلال استخدام تطبيقات تسمح للمستخدمين بوصف العلاقة بينهم وبين الأعضاء الآخرين، فعملت على إيجاد طرق جديدة للاتصال، فعلى سبيل المثال يتم من خلالها تنظيم

المستخدمين لمجتمعات قراء الكتب، والاتصال من خلالها لتبادل الكتب التي يحبونها وقراءتها.

4- تستخدم في الأغراض الرسمية والحكومية، إذ توفر الجهد والوقت في قضاء معاملات المواطنين.

5- تستخدم في وسائل الإعلام، إذ تنتشر الأخبار بسرعة على مواقع التواصل الاجتماعي، فأتاحت شبكات التواصل الاجتماعي العديد من مصادر الأخبار الموثوقة لكثير من مستخدميها.

الإعلام البديل والمهام المنتظرة

أوضح (كنعان، 2015، ص41) أن أي نظام غير ديمقراطي سينزعج من تطور هذا الإعلام؛ لأن من أهدافه كشف الاستبداد والفساد المالي والسياسي وغيره، لذلك يجب على العاملين في وسائل الإعلام والديمقراطيين والهيئات الحقوقية والسياسية من البحث عن مداخل تحمي هذا الإعلام، وتمكنه من القيام بأعماله، فيجب تشكيل لجان للدفاع عن الإعلاميين الأحرار الذين يتعرضون لمضايقات السلطة، لضمان حق الوصول المعلومة إلى المواطن، والعمل على التفكير في طرق أخرى لإيصال اقتراحات الصحفيين المستقلين في صياغة قانون الإعلام الإلكتروني، والعمل على إيجاد شركات تساهم في إنشاء هيئات إقليمية للدفاع عن الصحفيين وحرية التعبير.

فقد أصبح المستقبل قادراً على مشاركة الأنشطة الفاعلة في العملية الاتصالية، وذلك بظهور وسائل الاتصال المتطورة التي تمتلك أدوات تفاعلية، الأمر الذي جعل الجمهور يسعى للحصول على المعلومات، واختيار ما يناسبه منها، ويتبادل الرسائل مع المرسل بعد ما كان دوره تلقي المعلومات فقط، وهناك من يرى أنه في أغلب الأحيان يصعب التمييز بين المرسل

والمستقبل في ظل استخدام هذه الوسائل، التي أتاحت الفرصة للوصول إلى هذه المعلومات، وهو ما أثر على العملية الاتصالية في ثلاثة جوانب، وتمثلت بما يلي (عبد الرزاق - الساموك, 2011, ص22)

1. إن التطورات السريعة أتاحت الفرصة لمجال الاتصال بالحصول على المعلومات بوسائل إعلام حديثة ومتطورة، وهو ما عمل على زيادة البدائل المطروحة أمام المتلقين.
2. امتاز بالتفاعلية، إذ أتاح لمستخدميه فرصة التحكم بكمية المعلومات، وطرق تبادلها.
3. الحصول على المعلومات بسهولة وبسرعة.

المبحث الثاني

(تويتر) والعمل الصحفي

- الصحافة في الكويت
- تويتر
- تويتر والعمل الصحفي
- التحول في صناعة الخبر بعد ظهور تويتر
- نماذج عالمية في تنظيم استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي

الصحافة في الكويت

تعدّ الصحافة المرآة التي تعكس حال المجتمع، بل تعد نبض المجتمع بكل ما يدور فيه، فهذا التشبيه يعطي صورة واضحة لمعنى الصحافة، وارتباطها بالمجتمع، وكل ما يتعلق به، فتعمل الصحافة على نقل جميع وقائع المجتمع بمختلف مجالاته، وتعدّ السلطة التي تراقب وتنتقد أداء المؤسسات الرسمية وغير الرسمية، وأنها حلقة وصل بين قضايا المجتمع وهمومهم وسياسات الدول ومؤسساتها المختلفة، وتقدم للناس جميع ما يحدث حولهم، وتثقفهم، وتعلمهم، وتجمعهم حول قيم وأهداف معينة، وتقدم لهم أيضاً المتعة والتسلية؛ وذلك من خلال الفنون التحريرية المختلفة التي يستطيع الصحفي من خلالها أداء مهامه (الفيفي، 2014، ص 32).

فاحتلت الكويت في عام 2009م المركز الأول بين الدول العربية والشرق الأوسط في الحريات الصحفية لعام 2009م، وجاء أيضاً في تقرير منظمة "مراسلون بلا حدود". وقد ذكر فيصل القناعي أمين سر جمعية الصحفيين الكويتية أن الكويت احتلت على المركز 60 عالمياً على مستوى 175 دولة لعام 2009م، وحصلت على مركز 61 عالمياً في عام 2008م، فتفوقت بذلك الدول العربية في مجال الحرية الصحفية والإعلامية منذ عام 2003م (الضامن، 2015، ص 19-20).

فتبين ذلك من خلال العديد من المستويات، فعلى سبيل المثال مستوى الإعلام المطبوع، الذي ظهر وفقاً لقانون المطبوعات والنشر في 2006م، الذي أتاح التراخيص للصحف اليومية والصحف الأسبوعية والمجلات، وبهذا القانون شهدت الصحافة الكويتية نموا ملحوظا، فارتفع عدد الصحف اليومية إلى 15 صحيفة، وهي: (عالم اليوم، والوسط، والرؤية، والنهار، والدار، والصبح، وأوان، والجريدة، والحرية، والشاهد، والصوت وصحيفة الكويتية)، بعدما كانت خمسة صحف، وهي: (الأنباء، والقبس، والوطن، والسياسة، والرأي)، وقد توقفت بعض الصحف عن

الإصدار لأسباب مالية، مثل: صحيفة أوان، وصحيفة الرؤية، وصحيفة عالم اليوم، وصحيفة الوطن، وصحيفة الصوت. وأظهرت بعض الصحف اليومية التي كانت تصدر باللغة الإنجليزية، وهي صحيفة كويت تايمز وصحيفة العرب تايمز، وصحيفة الوطن دايلي التي ظهرت بعد قانون المطبوعات والنشر رقم (3) لسنة 2006، فمن خلال تنوع الصحف والمجلات الأسبوعية لوحظ تنوع في الميول والاتجاهات السياسية والفكرية والآراء المختلفة في البيئة الصحفية، فساهمت طرق العمل الصحفي ووسائله على التوسع في استخدام تكنولوجيا المعلومات، والاعتماد على الاتصالات في ورفع كفاءته، وتقليل تكاليفه، وسرعة إخراجها، وتحريره، فعملت جميع الصحف الكويتية بتوفير إصدار يومي لها بنسخة الإلكترونية من خلال إنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت (الضامن، 2015، ص21-22).

جمعية الصحفيين الكويتية:

أعلنت وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل في الكويت قيام جمعية الصحفيين في عام 1964/6/21م، ومقرها مدينة الكويت لمدة غير محدودة والمسجلة لدى الوزارة تحت رقم (27) أندية وجمعيات نفع عام؛ لتحقيق الأهداف الآتية: توطيد روابط الود والصدقة بين مختلف أعضاء الجمعية وبين أعضاء الجمعية وغيرهم من الصحفيين في الكويت والبلاد العربية، والارتقاء بالصحافة المحلية لتكون الوجه المعبر الصادق عن الكويت خاصة والوطن العربي عامة، والدفاع عن مصالح الأعضاء وتهيئة السبل ليتمكنوا من أداء واجبهم الصحفي على أحسن وجه وفقاً لما تقتضيه المصلحة العامة.

ويتكون مجلس الإدارة من سبعة أعضاء، يتم انتخابهم كل عامين، وتبدأ السنة المالية من أول يناير، وتنتهي في 31 ديسمبر. وتجتمع الجمعية العمومية العادية مرتين كل سنة. وبهذا

الإشهار اكتسبت الجمعية الشخصية الاعتبارية اعتباراً من تاريخه. (<http://www.kja->)
(/kw.com)

تويتر

هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي التي انتشرت في الآونة الأخيرة، وكان له دور كبير في الأحداث السياسية في الكثير من البلدان وخاصة في الشرق الأوسط، فكان من ضمن المواقع الثلاثة المنتشرة على الشبكات التواصل الاجتماعي، التي كان لها دور كبير في السنوات الأخيرة بتوليد ثورات (الربيع العربي)، وهي: (فيس بوك، وتويتر، ويوتيوب). واخذ تويتر اسمه من مصطلح تويت الذي يعني التغريد، واتخذ من العصفورة رمزاً له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتجاوز 140 حرفاً لكل رسالة، ويمكن أن تسمى نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة. (الديهي، 2015، ص465).

ويعدّ التويتر أحد الشبكات الإخبارية والاجتماعية التي تتداول الأخبار بسهولة وبسرعة كبيرة، فتساهم سرعة التفاعل مع الخبر بزيادة حجم الأخبار التي تنتشر، وفي الغالب يكون لها الفضل في انتشار الأحداث الجارية محلياً وعالمياً، كما حدث في ثورة مصر، فكان التويتر أول شبكة إخبارية اجتماعية تنشر خبر تنحي الرئيس المصري مبارك. (ريان، 2012، ص 50)
وأشار (شفيق، 2010، ص207) إلى أن التويتر يوفر خدمة التواصل بين الأصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل على التواصل مع بعضهم بشكل دائم من خلال تبادل الأخبار والمعلومات.

ويوفر التويتر العديد من الخدمات، منها التغريدات (تويتات)، فيمكن لأي شخص لديه حساب على التويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات، من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية، أو من خلال دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، ويوفر أيضاً خدمة

التدوين مصغرة من خلال إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، وكذلك أهم الأحداث عن طريق خدمة rss بواسطة الرسائل النصية sms. (الديهي، 2015، ص465).

وإن استخدام التويتر أمر سهل للغاية، فهو موقع مجاني يتم التسجيل به من خلال الإنترنت، فمن خلال اختيار الفرد لنفسه اسم مستخدم وكلمة سر يصبح له حساب مفعّل، ويمكن من خلاله متابعة الأصدقاء والصفحات الشعبية، ويمكن استخدامه وتحديثه من خلال جهاز الحاسب الآلي أو عن طريق الهاتف النقال. (شفيق، 2010، ص207-208).

ففي بداية عام 2006 بدأ انتشار موقع التويتر، وذلك عندما أرادت شركة (obvious) الأمريكية من تطوير خدمة التدوين المصغرة، فعملت على إتاحت استخدام هذه الخدمة لجميع الناس، وذلك في أكتوبر من العام نفسه فهكذا بدأ الموقع بالانتشار كونه يطبق خدمة متطورة من التدوينات المصغرة، وبعد أن انتشرت هذه الخدمة قامت الشركة نفسها بفصل هذه الخدمة عن الشركة الرئيسة، وأطلقت عليها اسم التويتر، وذلك في إبريل عام 2007 وكان يستخدم في اللغة الإنجليزية فقط، إذ تطور في عام 2008، وظهر باللغة اليابانية، مما جعل التويتر الياباني يتفوق على التويتر الإنجليزي، فطور اليابانيون نسختهم، واستخدموا الإعلانات من خلاله، فلم تستخدم هذه الإعلانات في النسخة الإنجليزية، ومن ثم استخدم التويتر في لغات عدة، فبلغ عددها في نهاية عام 2010 إلى 7 لغات. (الديهي، 2015، ص466-467).

ولا يوجد حد لعدد مرات الكتابه على تويتر، والحد الوحيد هو عدد الاحرف التي لا تتجاوز ال 140 حرف في كل مرة، وهو مناسب لكتابة خبر قصير او عبارة ساخرة او تعليق مختصر قد يؤدي دورا في منتهى الخطورة والاهمية، وهو في ذلك يشبه الرسائل القصيرة sms بالنسبة للهواتف المحمولة ولكن يتفوق على ذلك استغلاله لانتشار شبكة الانترنت وامكانياته الكبيرة. (ريان، 2012، ص52)

فهناك العديد من المواقع التي تنافس التويتر، إلا أن مستخدميه ارتبطوا به كثيراً، ولا يمكنهم الاستغناء عنه، لسهولة البحث فيه عن مواضيع مختلفة، لانتشاره في جميع أنحاء العالم، غير أن المدونين يرون في التويتر أداة تدوين مصغرة تساعد في رقد مدوناتهم بالأخبار والأحداث الموجزة. (الديهي، 2015، ص 467-468).

فخدمة الهاش تاق التي يرمز لها بالرمز # تستخدم فيه لتصنيف الموضوعات والأحداث الجارية، فتسهل عملية المتابعة على الأشخاص الذين لديهم نفس اهتمامات، ويقسم الهاش تاج إلى أربعة أجزاء، وهي (ريان، 2012، ص 52):

1- خاص بأحداث مهمة ومصيرية.

2- خاص بدول وحكومات وأحزاب.

3- خاص بمجموعات وحركات.

4- خاص بأشخاص.

تويتر والعمل الصحفي :

تمكن التويتر في سنوات قليلة من أن يكون وسيلة أساسية لجمع الأخبار، وتحريرها من قبل الصحفيين والمؤسسات الإعلامية، فظهرت أهمية التويتر في العمل الصحفي، وبرز دوره في التغيير الجذري لدور الصحفي، فأسهل في إحداث تغييرات دائمة في الصحافة، فأكدت بعض المقولات لصحفيين أن وسائل التواصل الاجتماعي قد عملت على تغيير وتيرة الصحافة وصدقها، فذكر محرر ونائب رئيس (American journalism review) rem raider : أن التويتر أحدث تحولاً كبيراً وملحوظاً في العالم الصحفي، فأظهر قوة غريبة في طريقة نقل الأخبار والأحداث، فهو نظام رائع في الإنذار المبكر، فهذا لا يعني من عدم استخدامه بحذر؛ لما له من تحديات كثيرة في دقة الخبر والتحقق من صحته. (السويد، 2015، ص 156) .

فتمكن التويتر من أن يكون مصدراً معتمداً للتصريحات الشخصية، سواء صدر عن صحفيين أو سياسيين أو وجهاء مجتمع، ومن المتوقع في المستقبل أن يكون مصدراً معتمداً للتصريحات الحكومية والإخبارية وقناة تواصل الشعوب، واعتمدت عليه الصحف في نشر الأخبار وكل ما يرد فيها من خلال إنشاء مواقع لها، فبين (الجارديان) المدير التنفيذي لصحيفة اللندنية أن تويتر قد وصل إلى أماكن كان من الصعب أن يصل إليها، فقام بنقل القارئ إلى مناطق لا تتوفر فيها نسختها الورقية، ولا شك أن لهذا التطور انعكاس مهم على النماذج التجارية لوسائل الإعلام بشكل عام، فبلوغ أسواق جديدة يعدّ أحد مطالب المعلنين الرئيسة (السويد، 2015، ص156-157).

وفي دراسة أجراها (كواك وزملائه) 2010 وجدوا أن معظم محتوى تغريدات تويتر (أكثر من 85%) عبارة عن عناوين أخبار أو مضمون ذي طبيعة إخبارية، وتتعدد الوظائف الإخبارية لتويتر، فيتم من خلاله نشر الأخبار قبل ظهورها في وسائل الإعلام التقليدية، ويتم من خلاله تحديث الأخبار الجارية والطائرة، والتواصل بين الصحفيين، والوصول لمصادر إخبارية جديدة، وإيجاد أفكار لقصص إخبارية. (زغيب، 2010، ص7)

وأشار (شفيق، 2010، ص208) إلى أن التويتر في بداية عام 2009م أثبت نفسه أن يكون المصدر الأمثل لنقل أخبار وقت وقوعها على الفور، وذلك عندما نشر أحد مستخدميهِ عن حادثة الهبوط الاضطراري لطائرة الخطوط الجوية الأمريكية على سطح نهر الهدسون يوم 18 يناير /كانون الثاني، وأثبت ذلك بصورة. فيوفر التويتر للعاملين في مجال صحافة المواطنين الناشئة حول العالم جمهوراً في اللحظة التي ينقلون فيها الخبر، ويمكنهم حتى من تحقيق سبق صحفي على وسائل الإعلام الكبرى.

لقد تمكن تويتر أن يكون مصدراً للمعلومات أو وكالة إخبارية من خلال إتاحة الفرصة للناس بالمشاركة في حدث ما، أو أن يقوموا مشاهديه الحدث من نقل أخباره ومجرياته من خلاله. ومن ثم أصبح عملاً صحفياً في الغالب يعتمد على التفسير والتوضيح الحدث متفاعلاً معه بسرعة، وهنا يضطر الصحفي إلى البحث والتنقيب ضمن كم هائل من المعلومات والآراء ليقرر ما يجب نقله للناس، وحول هذه الخاصية المزدوجة يوضح الصحفي المتمرس في مجال تقنيات الاتصال (أليكس ماسترز) أن تفاعل تويتر أصبح مرادفاً لتغطية الأخبار، وأن وسائل الإعلام تعتمد اليوم بشكل كبير أثناء تغطيتها الإخبارية العاجلة على ما ينشره الناس حال وقع الأحدث، وردود الأفعال والآراء العامة. (السويد، 2015، ص157).

وذكر (بيزستون) المؤسس المشارك بالنسبة للصحفيين المحترفين والمنظمات الإخبارية، إن إنشاء تويتر يعدّ نقطة بداية مميزة وقوية لتطور الأخبار الصحفية، ووسيلة للبحث عن كتاب لنصوص تثير اهتمام الناس، فمثال على ذلك، احتل الخبر الذي نقله الطالب في جامعة (بيركلي)، جيمس بوك، العناوين الرئيسية عندما أرسل تحديثاً بعنوان "مقبوض علي"، ساعة اعتقاله خلال نشاط احتجاجي في عام 2008م، فأسّرت منظمات إخبارية كبرى، مثل صحيفة نيويورك تايمز أو شبكة سي أن أن، في استخدام تويتر لمتابعة الاتجاهات، وتطوير الأخبار، وإرسال التحديثات الإخبارية الآنية والعناوين الرئيسية إلى متابعيها (شفيق، 2010، ص208-209).

ونتيجة للتأثير المتزايد لتويتر في تغطية الأحداث والأزمات، فقد طلبت وزارة الخارجية الأمريكية من إدارة تويتر أن تؤجل أعمال الصيانة السنوية لتسهيل على المواطنين الإيرانيين التواصل أثناء تظاهراتهم ضد إعادة انتخاب الرئيس محمود أحمدني نجاد، وخاصة أن نقل أخبار التظاهرات كان محظوراً من قبل الحكومة الإيرانية. (زغيب، 2010، ص8)

ويستخدم الصحفيون التويتر في التعبير عن آرائهم في الأحداث وقضايا الشأن العام الكبرى، فيساندوا، أو يعارضوا، أو يعبروا عن إعجابهم بما يتصفحون، وأحياناً ينتقدون الآخرين بما فيهم زملائهم، فيستخدمون الصحفيين المواقع الاجتماعية كما يشاءون، فمنهم من يروي وقائع من حياتهم، ومنهم من ينشر صوراً عن حياته الخاصة، فالبعض يرون أن حرية الصحفي في تلك الشبكات ليست مطلقة، بل تخضع إلى عدد من المبادئ والأخلاقيات، وإن مصدرها الرئيس مؤسسات الإعلام وتنظيمات الصحفيين التي يضعونها في إطار التنظيم الذاتي لمهنتهم، وتمثل التزاماً جماعياً طوعياً (السويد، 2015، ص159).

ويسهل التويتر عمل الصحفيين، ويهون عملية المقابلات، فيمكنهم من عمل مقابلات واستطلاعات رأي إلكترونية من خلال طرح أسئلة على القراء الذين قد يكونوا أكثر اهتماماً في قراءة المقابلات التي تجيب مباشرة على تلك الأسئلة التي يتوقون إلى طرحها (شفيق، 2010، ص208-209).

وأوضحت الدراسة التي قامت بها (TNS Qual) أن مجالات استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي متعددة ، ومنها ما يلي (الفيفي، 2014، ص44-45):

- معرفة الرأي العام من الأحداث الجارية.
- التأكد من صحة المعلومات.
- البحث عن معلومات عن قضية أو حدث معين.
- البحث عن الصور.
- البحث عن مقاطع الفيديو.
- الاطلاع على آخر الأخبار.
- التواصل مع الأشخاص والزملاء.

- ترويج أعماله الصحفية المنشورة في الصحيفة. (الفيبي, 2014, ص44-45)
- فقدم مدير قسم الصحافة والأخبار في تويتر، والصحفي السابق في (واشنطن بوست) مارك لوكي، بعض النصائح للصحفيين في كيفية الاستفادة من شبكة تويتر بما يخص مهنتهم، وذلك بناء على تحليل آلاف التغريدات التي قام الصحفيون بإرسالها نهاية عام 2011 م، لمعرفة ما هي السلوكيات التي نتجت عن تلك التغريدات، من ناحية إعادة التغريد، أو الردود، أو النمو في عدد المتابعين، وقد أوصى (لوكي) بالعديد من التوصيات ومنها ما يلي:
- غرد بإنجازاتك: فالصحفيون ينتقون الموضوعات التي يقومون بتغطيتها بكل خبرة؛ لذا عليهم أن ينقلوا الخبرة والمعرفة نفسها إلى تويتر، فأظهرت الإحصائيات أن الصحفيين يسجلون أكبر نسبة مشاهدة ونمو في عدد المتابعين بعد إرسال التغريدات المتعلقة بالمناطق التي يقومون بتغطيتها.
- التغطية المباشرة للأحداث: يزداد عد المتابعين بنسبة 50% عند التغطية المباشرة للأحداث.
- استخدام @ الإشارات: إن تضمين الإشارات بالتغريدات تزيد من عدد المتابعين أكثر من روابط الإنترنت URL، فمن الممكن أن تصل إلى أعلى مستوياته باستخدام الإشارات، وخاصة عند الإشارة إلى @ للشخصيات المشهورة التي تقوم بإعادة التغريد لمتابعيها الكثر.
- استخدام زر إعادة التغريد: أثبتت الدراسة أن التغريدات التي يُعاد تغريدها باستخدام زر إعادة التغريد، تحصل على إعادة التغريد بمعدل 3 مرات مقارنة بالتغريدات التي تُقتبس.

(السويد, 2015, ص162)

وقد رأى البعض أن التويتر أصبح منافساً قوياً للصحف، وأنه سيؤثر في المستقبل على وجودها وصناعتها، وانتقاله إلى المواقع الاجتماعية والشخصية ليطفوا على السطح الإعلامي، وذلك بعد ما أثبت أن الصحافة التقليدية تلجأ إلى شبكات التواصل الاجتماعي، وما ينشر فيها من أخبار ومتابعات، فهذا يؤثر على سرعة نقلها للمعلومة، وجديتها، وجراتها معاً في مناقشة القضايا التي تهم المواطنين (السويد، 2015، ص158)

التحول في صناعة الأخبار بعد ظهور (تويتر)

أجريت دراسة حالة على استخدام موقع (تويتر) من قبل الصحفي اندي كارفين، وقام بنشر أخبار الحراك العربي في مصر وتونس من أميركا من خلال حسابه على تويتر، ليرى مدى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في توسيع النطاق للجهات الفاعلة والمشاركة في صناعة الخبر، فتم تحليل تغريداته المنشورة على تويتر في الفترة ما بين ديسمبر 2010م إلى سبتمبر 2011م، والتي زاد عددها عن 60,000 تغريده. وأظهرت النتائج أن المصادر غير الرسمية كان لها تأثير أكبر على المحتوى المتدفق عبر حسابه على (تويتر) من الصحفيين أو المصادر الرسمية الأخرى. وعلى الرغم من أن المصادر الفاعلة البديلة قد وصلت إلى ربع مصادره في تويتر، إلا أن تغريداته شكلت ما يقارب نصف التغريدات الموجودة في العينة. ويشير استخدام كارفين لتويتر إلى استحداث طرق جديدة لجمع الأخبار، والتحقق منها باستخدام تقنيات ومواقع التواصل الحديثة. ويظهر تحليل اختياره لأنواع المصادر الفاعلة، وعملية تكرار استخدامه للمصادر، بأن هنالك تحولا جذريا في كيفية استخدام المصادر في عملية بناء الأخبار في وجود مواقع التواصل الاجتماعي. (يعمل الصحفي آندي كارفين في الإذاعة الوطنية العامة NPR في أميركا، الذي اشتهر بتغطيته لأحداث لحراك العربي التي كانت بدايته في تونس في نهاية 2010 من خلال حسابه على تويتر، على الرغم من أنه يقيم في مناطق بعيدة عن الحدث، مخترعاً

بذلك نوعاً جديداً من الصحافة، وقد حصل على جائزة لتجربته الفريدة من نايت- باتن للاختراعات في مجال الصحافة) (إسماعيل، 2014، ص 47-48).

ونقلت فرانس² عن رويترز في 24 شباط 2010م تجربة خمس صحفيين في إذاعات فرنسية، تم عزلهم كلياً عن جميع وسائل الإعلام من صحف وفضائيات، فطلب منهم التعقيب على الأخبار من خلال متابعتهم لموقعي (فيسبوك) و(تويتر) فقط، دون السماح لهم بتصفح أي مواقع أخرى، والهدف من ذلك معرفة مدى أهمية الموقعين كمصادر وحيدة للمعلومات. وجاءت نتائج التجربة النحو الآتي: "الميزة الرئيسية هي سرعة وصول ونشر الأخبار في كل من (فيسبوك) و(تويتر)، فتنشر الأخبار عبرهما بصورة أسرع من وكالات الأنباء، إلا أن هناك مشكلة تتعلق بالفيسبوك، فعلى الرغم من سرعة انتشار الأخبار عليه، إلا أن عملية الحصول عليها، والتحقق من صحتها يأخذ وقتاً طويلاً، ويعتمد أيضاً على حجم علاقات الشخص ومداهها، أما المشكلة التي تتعلق بالتويتر فإنها تتعلق ببنيته وفكرته الرئيسية، أي حجم الرسالة الذي لا يتعدى 140 حرفاً، ففي الغالب يتضمن موجزاً قصيراً للخبر و رابط يحتوي لمصدر تفصيلي له، فلا يتمكن الصحفيين من استخدام الروابط تبعاً لشروط التجربة. وتوضح إحدى الملاحظات التي أشار إليها أحد الصحفيين المشاركين اختلاف ترتيب الأخبار بالنسبة لأهميتها بعكس الإعلام التقليدي الذي يقدم الأخبار حسب أهميتها، فالأكثر أهمية أولاً ثم الأقل أهمية وهكذا، ويتم طرح الأخبار بصورة أفقية، فلا يبرز هذا الترتيب في الشبكات الاجتماعية؛ لأن من ينشر الأخبار هو جمهور كبير متعدد الاهتمامات. <http://www.france24.com/ar/20100219->

[face-book-twitter-internet-mcd-journalist-media-news](http://www.france24.com/ar/20100219-)

² - فرانس : وهي وكالة صحفية فرنسية.

نماذج عالمية في تنظيم استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي :

أصدرت الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار The American Society of News Editors دليلاً اختصرت فيه القواعد التي وضعتها الصحف الأمريكية لتنظيم استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي منها:

القاعدة الأولى: يجب تطبيق المبادئ الأخلاقية التقليدية في العالم الإلكتروني فيجب على الصحفي الذي يريد أن ينشر على الشبكات الاجتماعية أن يلتزم بنفس قوانين النشر في الصحف التقليدية. ويجب عليه ان لا ينشر ما يسيء إليه شخصياً أو مهنياً، أو ما يسيء إلى مؤسسته.

القاعدة الثانية: يتحمل الصحفي مسؤولية كل ما يكتبه, حتى إذا كانت صفحته خاصة وشخصية وغير مرتبطة بالمؤسسة، وذلك لصعوبة الفصل بين الفضاء الشخصي والفضاء العمومي.

القاعدة الثالثة: يتفاعل الصحفي مع القراء بطريقة مهنية , و يكون مطلعاً على جميع الأحداث والمعلومات، وإن للانخراط في العالم الافتراضي حدوداً؛ لأنه لا يعلم حجم الاتصال العدائي.

القاعدة الرابعة: يجب أن يلتزم بقواعد نشر المعلومات الحصرية على موقع الصحيفة فقط، وعدم نشرها على الفيسبوك أو على التويتر الخاص به.

القاعدة الخامسة: ينتبه الصحفي إلى نظرة الآخرين إليه :فيجب على الصحفي التحكم في خيارات الخصوصية بشكل لا يبدو فيه تأييداً لمجموعة معينة، فمن المستحسن إخفاء قائمة الأصدقاء ؛لأنهم يمكن أن يكونوا مصادر أخبار، ويوصى هنا بعدم الالتحاق بالمجموعات ذات الاتجاه الإيديولوجي، فانضمام الصحفيين إلى بعض الصفحات (عبر like) لمتابعة الأخبار، قد يؤدي في الوقت ذاته إلى التأثير على صورة الصحفي.

http://journaliste222.blogspot.com/2013/11/blog-post_6274.html

البي بي سي أخبار:

أصدرت البي بي سي في عام 2011م دليلاً خاصاً باستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في قسم الأخبار، وقد بين هذا الدليل ثلاث حالات من الاستخدام حدد لكل منها شروطاً ونصائح مخصوصة، هي:

الحالة الأولى : يجب على الصحفي ألا يشير أنه ينتمي إلى قسم البي بي سي، إذا استخدم مواقع الشبكات الاجتماعية في إطار شخصي للتفاعل مع أصدقائه : فإن سلوك الصحفي ينعكس بشكل أو بآخر على صورة المؤسسة، وفي هذا الإطار الضيق يمكن للصحفي أن يشير إلى أنه يعمل بقسم الأخبار في البي بي سي ، ويتفاعل مع أصدقائه حول عمله على شرط ألا يتضمن تلميحا إلى انتمائه إلى البي بي سي ، وأن يشير إلى أن آراءه لا تعبر عن سياسية البي بي سي.

الحالة الثانية : يندرج استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في إطار النشاط الرسمي لقسم الأخبار كخدمة الأخبار العاجلة. فيمكن عمل الصحفيين هنا التأكد من صحة ما ينشر لتجنب الإساءة إلى مؤسسة البي بي سي أو للصحفي.

الحالة الثالثة: من الممكن أن يستخدم مقدمو البرامج والصحفيون والمخبرون والناشرون مواقع الشبكات الاجتماعية في إطار مؤسسي، فقد بين ذلك رسمياً قسم الأخبار هذه الحسابات. فهنا يكون عمل الصحفيين الكتابة في مسائل لها علاقة بمجال اختصاصهم، وليس في مسائل شخصية.(الفيفي، 2014: 48-49)

المبحث الثالث

الإعلام والفساد

- مفهوم الفساد
- مظاهر الفساد وأنواعه
- التقارير الإعلامية والصحفية عن الفساد
- دور الإعلام في مكافحة الفساد
- مفهوم الصحافة الاستقصائية ودورها في مكافحة الفساد
- العقوبات التي تواجه وسائل الإعلام في مواجهة الفساد
- الإعلام الفاسد

مفهوم الفساد :

تعدّ ظاهرة الفساد ظاهرة قديمة نهى الله سبحانه وتعالى عنها بقوله: (وَلَا تَبْغِ
الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ) [القصص : الآية 77]. وعدته بعض القوانين
والدساتير جريمة تعادل خيانة الوطن، فهي ظاهرة لا تحصر في بلد أو مكان ما أو شريحة ما أو
مشروعات اقتصادية معينة، وإنما هي ظاهرة يمكن للفرد أن يمارسها في كل زمان ومكان، فكان
الاهتمام لدراسة أثرها بالعصر الحديث لأنه زاد انتشارها. (كافي, 2016, ص 59)

وقد حدد عامر رشيد ستة عناصر أساسية لمفهوم الفساد،(الشمري, رشيد, 2016, ص 274):

١- إساءة استخدام السلطة أو استغلالها لحساب المصلحة الخاصة.

٢- انحراف في السلوك العام.

٣- الإساءة السرية غير القانونية لاستخدام السلطة.

٤- إلحاق الضرر بالمصلحة العامة لحساب المصلحة الخاصة.

٥- الانحراف عن معايير السلوك الاجتماعي.

٦- حماية التقدير في اتخاذ القرار مع غياب المساءلة القانونية

مظاهر الفساد وأنواعه

وتتضح ظاهرة الفساد من خلال سلوكيات عديدة يقوم بها بعض من الأشخاص الذين يتولون

المناصب العامة، ويمكن إجمالها فيما يلي:

1. الفساد السياسي: ويتعلق بالمؤسسات السياسية والانحرافات المالية ومخالفات الأحكام والقواعد

التي تنظم عمل الإطار السياسي في الدولة وتتشكل مظاهر الفساد السياسي في: الحكم

الشمولي الفاسد، وفقدان المشاركة، وفقدان الديمقراطية، وفساد الحكام، وسيطرة نظام حكم

الدولة على الاقتصاد، وانتشار الوساطة والمحسوبية. (السكرانة, 2010, ص 24)

2. الفساد المالي : يكون من خلال عدم الالتزام بالقواعد والأحكام المالية للنظام الإداري والمالي في الدولة ومؤسساتها، وعدم التزام أجهزة الرقابة المالية، فمن صور الفساد المالي: الاختلاس، والرشاوى، والتهرب الضريبي، والمحابة والمحسوبية في التعيينات الوظيفية.

3. الفساد الإداري : ويكون من خلال المخالفات التي تصدر عن عدم تأدية الموظف العام لمهام وظيفته في منظومة التشريعات والقوانين والضوابط ومنظومة القيم الفردية، وتتمثل مظاهر الفساد الإداري في : عدم التزام أوقات ومواعيد العمل في الحضور والانصراف، أو عدم الالتزام بساعات العمل في إنجاز مهام العمل والتراخي، أو الامتناع عن أداء العمل، أو عدم المحافظة على أسرار المهنة.

4. الفساد الأخلاقي: وهو مجموعة الانحرافات السلوكية والأخلاقية المتعلقة بتصرفات وسلوك الموظف الشخصية. فعلى سبيل المثال التصرف بتصرفات مخلة بالآداب في أماكن العمل، أو أن يستغل السلطة لتحقيق متطلباته الشخصية على حساب المصلحة العامة، أو أن يمارس المحسوبية بشكلها الاجتماعي الذي يسمى (المحابة الشخصية)، (السكرانة، 2010، ص24-25).

أما بالنسبة لأنواع الفساد من حيث الحجم، فهي:

• الفساد الكبير (Gross Corruption) (هو فساد الموظفين في المستويات الوظيفية

العليا): وهو أخطر أنواع الفساد لما يترتب على مبالغ ضخمة، وهو الذي يصدر عن

كبار المسؤولين والموظفين لتحقيق مصالح اجتماعية أو مادية كبيرة

• الفساد الصغير (Minor Corruption) (هو الفساد الموظفين في المستويات الوظيفية

الدنيا): وهو الفساد يقوم به شخص واحد دون تنسيق مع الآخرين؛ لذا ينتشر بين صغار

الموظفين من خلال استلام رشاوى من الآخرين. (رشيد، 2011، ص28)

أما الفساد من ناحية الانتشار فنوعان، هما:

1. فساد دولي:

وهذا النوع من الفساد لا يتوقف عند حدود الدولة، وإنما يمتد إلى القارات تحت مسمى العولمة، فترتبط المؤسسات الاقتصادية للدولة داخلها وخارجها بالطبيعة السياسية أو قيادته لتمير منافع اقتصادية نفعية يصعب الفصل بينهما؛ لهذا يكون مترابطاً، ويعدّ الأخطر نوعاً.

2. فساد محلي :

وهو الذي ينتشر داخل البلد الواحد وخلال المناصب الصغيرة التي نفوذها صغيرة ومحصورة داخل البلاد (مع شركات، أو كيانات كبرى، أو عالمية). (رشيد، 2011، ص 28) وهناك مظاهر أخرى للفساد، وهي:

الرشوة: أي أخذ المال أو الانتفاع بأي منفعة أخرى مقابل تنفيذ عمل غير مشروع ضمن قوانين مهنته، وهذا النوع من الفساد منتشر في العديد من الدول النامية.

المحسوبية : أي القيام بعمل ما لصالح فرد أو جهة ينتمي لها الشخص، مثل : عائلة، أو حزب، أو منطقة، دون أن يكونوا مستحقين لها.

المحاباة: أي تفضيل جهة على أخرى في الخدمة، بغير حق للحصول على مصالح معينة.

الواسطة: أي التدخل لصالح فرد ما أو جماعة دون الالتزام بأصول العمل والكفاءة اللازمة، مثل: تعيين شخص في منصب معين لأسباب تتعلق بالقرابة أو الانتماء.

نهب المال العام: أي الحصول على أموال الدولة، والتصرف بها من غير أي حق بشكل سري تحت مسميات عديدة.

الابتزاز: أي الحصول على أموال من طرف معين في المجتمع مقابل تنفيذ مصالح متعلقة بوظيفة الشخص المتصرف بالفساد. (السكرانية، 2010، ص 25-26)

التقارير الإعلامية والصحفية عن الفساد

في الغالب يتمكن الصحفيون والإعلاميون من الوصول إلى معلومات يصعب على الكثير من الدارسين الباحثين الوصول إليها؛ إذ يسمح للصحفيين بالاقتراب من مصادر معلومات يمنع الأشخاص الآخرين من الاقتراب منها، فيجب على كل من يعمل في مجال الصحافة والإعلام أن يكون حذراً ودقيقاً خلال جمع المعلومات، ونشر الأخبار، وذلك تجنباً للمسائلة القانونية والإساءة إلى الأبرياء، فيرى البعض أن التقارير الإعلامية والتحقيقات الصحافية أدت دوراً مهماً في مكافحة ظاهرة الفساد. إذ يرى بعض الإعلاميين أن هذه المعلومات مهمة وعملية، جمعها ممتع كونها تتعلق بالسياسيين أو أعضاء السلطة التنفيذية، فتعدّ وسائل الإعلام أن هذه المعلومات مصدر مهم للفضائح السياسية والشخصية، وأن وسائل الإعلام مصدر مهم لاكتشاف قضايا الفساد، فإن أهمية وسائل الإعلام هدفها ليس فقط فضح ممارسات الفساد وملاحقة المتورطين فيها، وإنما تعود أهميتها إلى دورها في تشكيل الرأي العام، وتشكيل نظرة المجتمع إلى الفساد (كافي، 2016، ص82).

وتتطلب محاربة الفساد استخدام أساليب شاملة ومستمرة ومتعددة وقانونية على النحو التالي:

- بناء نظام ديمقراطي، يعتمد على مبدأ فصل السلطات، وسيادة القانون، من خلال إخضاع الجميع أمامه، واحترام حق المساواة، وان يكون نظاماً قائماً على الشفافية.
- بناء جهاز قضائي مستقل وغير متحيز، وإبعاده عن كل المؤثرات التي يمكن أن تؤثر على عمله، ويجب احترام أحكامه من قبل السلطة التنفيذية.
- تطبيق القوانين المختصة بمكافحة الفساد على جميع المستويات، نحو: قانون الكشف عن الذم المالية لذوي المناصب العليا، وقانون حرية الوصول إلى المعلومات، والالتزام

بقانون العقوبات في تطبيق الأحكام المتعلقة بمكافحة الرشوة والمحسوبية واستغلال الوظيفة العامة.

- تطوير دور الرقابة للهيئة التشريعية من خلال استخدام الأدوات البرلمانية المختلفة، مثل: الأسئلة الموجهة للوزراء، وطرح المواضيع للنقاش العلني، وإجراء التحقيق والاستجواب.
- تعزيز الدور المنشود من الهيئات الرقابية العامة كمراقب الدولة أو دواوين الرقابة المالية والإدارية أو دواوين المظالم، التي تهتم بمراقبة حالات سوء الإدارة في مؤسسات الدولة والتعسف في استعمال السلطة.
- الاهتمام بالبعد الأخلاقي لمحاربة الفساد في قطاعات العمل العام والخاص والأهلي، وذلك من خلال الاهتمام بدعوة جميع الأديان إلى محاربة الفساد بأشكاله المختلفة، وكذلك من خلال قوانين الخدمة المدنية والمواثيق المتعلقة بشرف ممارسة الوظيفة.
- إعطاء الحرية للصحافة، والسماح لها بالوصول إلى المعلومات، ومنح الحصانة للصحفيين للقيام بدورهم في نشر المعلومات، وعمل التحقيقات التي تكشف عن قضايا الفساد ومرتكبيها.
- تنمية الدور الجماهيري في مكافحة الفساد من خلال برامج التوعية بهذه الآفة، ومخاطرها، وتعزيز دور مؤسسات المجتمع المدني والجامعات والمعاهد التعليمية والمتقنين في محاربة الفساد (السكارنة، 2010، ص 39 - 40).

دور الإعلام في مكافحة الفساد

يؤدي الإعلام دورا مهما في مكافحة الفساد، والتصدي لهذه الظاهرة التي أصبحت منتشرة في مجتمعاتنا؛ نظرا لما يقوم به من دور في كشف الفساد الذي يحدث بالخفاء، فالفسد لا يستطيع ارتكاب جرائمه بشكل ظاهر، فيكون دور الإعلام في إظهار الحقيقة، وكشف ما

يحدث بالخفاء، ومن هذه النقطة ينشأ الخلاف بين الإعلام والفساد، فالمفسدون غالبا بارعون في ارتكاب جرائم الفساد، وعلى حنكة بالتلاعب في القوانين، ويكونون على دراية تامة بما يقومون به، وكيف يقومون به، ولديهم مقدرة على التمويه وإخفاء جرائمهم. (كافي، 2016، ص45)

وتعدّ وسائل الإعلام بمثابة الأداة القادرة على زيادة الوعي لدى الأفراد؛ ليكونوا قادرين على استيعاب الظروف المحيطة بهم، وتكوين القدرة لديهم على تحويل الظروف لصالحهم بما ينعكس إيجابيا على حياتهم. ومن ناحية أخرى فإن جميع الأجهزة الرقابية لا تستطيع أن تستغني في عملها عن وسائل الإعلام سواء أكان ذلك باستعمال الوسائل الإعلامية المتوفرة لديها والداخلية في إطار أجهزتها، أم تلك الأجهزة التي تعمل في خدمة المجتمع ككل، فوسائل الإعلام تكشف الكثير من أشكال الفساد، وتساعد على خلق أجواء سليمة وصحيحة في تلك المؤسسات، التي يجب أن تقوم على أسس من الشفافية وحرية تبادل المعلومات وتعزيز قدرة السلطة التشريعية والتنفيذية والقضائية في المساءلة والمحاسبة، وفي الوقت ذاته فوسائل الإعلام التي لها حرية تامة لا تمثل مصدرا للرقابة فقط، بل تعدّ متنفسا للتعبير عن رأي الشارع العام، ومصدرا للمساءلة أيضا، ووسيلة للمشاركة المدنية، والتحقق من الفساد؛ لذلك تساعد وسائل الإعلام في بناء مؤسسات أكثر فاعلية وقوة ونزاهة. (الشريدي، 2010، ص66)

وتبرز فعالية وسائل الإعلام في خلق ما يطلق عليه التقمص الوجداني (هو المقدرة على فهم الحالة الذهنية لشخص آخر) من خلال توسيع الآفاق، وخلق الشخصية الجدية، وتبني النظرة الحديثة للتحويل من المجتمع التقليدي إلى مجتمع عصري، وتنمية الروح الاجتماعية، وإذابة الأنانية والفردية، وهذه أهم أدوار وسائل الإعلام في مكافحة الفساد. (حسين، 2013،

ص13)

فعلاقة الإعلام بالفساد علاقة مزدوجة، فهي علاقة كشف وعلاقة وجود. وتشكل وسائل الإعلام (المقروءة والمسموعة والمرئية) السلطة الرابعة، وبالتالي فهي تعدّ سلطة شعبية تمثل ضمير المجتمع، وتحافظ على مصالحه الوطنية، وبذلك تقع عليها مسؤولية كبيرة في مكافحة الفساد، والتصدي لهذه الظاهرة الخطيرة، وهنا يجب أن تتحلّى بالموضوعية وحس المسؤولية في سبيل تحقيق هذه الغاية لترصد المخالفات والممارسات الفاسدة وتكشفها وتتابعها، بعيدا عن التشهير والتحيز، ولا يخفى علينا القدرة التأثيرية لوسائل الإعلام على المجتمع، وبالتالي يعطيتها أهمية خاصة في مقدرتها على مواجهة الفساد ومحاربة المفسدين كون الإعلام يستهدف مباشرة أفراد المجتمع. (كافي، 2016، ص45)

ويعد إدراك المرء لحقوقه إدراكا كاملا ليس كافيا لتأمين عدم انتهاكها، وبناءً على ذلك فإن المسؤولية تقع على عاتق وسائل الإعلام في فضح تلك الانتهاكات، وإدانتها، وبيان أشكالها، وينبغي على العاملين في مجال وسائل الإعلام أن يحرصوا على إدراج أنفسهم في عداد القوى التي تكافح الفساد من أجل تعزيز حقوق الإنسان ، وبالمثل يمكن أن تشكل شبكات الاتصال على نظام من القيم ينطوي على احترام حقوق الإنسان، والدفاع عنها. (حسين، 2013، ص13)

وتمثل وسائل الإعلام حلقة وصل مهمة في المواجهات والقتال، وكشف مظاهر الفساد، وفضح المفسدين والمحاسبية، لأنها محور رئيس لجهود المجتمعات والحكومات للحد من ظاهرة الفساد، ووقف العواقب المدمرة، وقد أدت وسائل الإعلام، من خلال وسائلها وأدواتها وأشكالها وأساليبها، أدوارا محورية في كثير من القضايا الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية (الشمري ورشيد، 2016).

ولا بد للإعلام أن يهتم برسائله، وبالطريقة العلمية الممكن استخدامها للتأثير على ظاهرة الفساد في المجتمع من خلال تخصيص برامج مستمرة على برامج البث الإذاعي والتلفزيوني،

التي تهتم بشكل أساسي لمعالجة هذه المشكلة في أبعادها المختلفة، ويأخذ بعين الاعتبار اختلاف مواعيد بث البرامج؛ لكي يحقق نسبة مشاهدة عالية تطل الجمهور المستهدف من قبل هذه البرامج، وتعظيم الاستفادة منها. وأن يتم التحضير لهذه البرامج، وإعدادها إعداداً قوياً يشير إلى الإحصائيات والأرقام والتشخيص الدقيق الذي يشمل جوانب المشكلة، وتوظيف الصورة التلفزيونية بشكل جيد، والاعتماد على الكلمة المسموعة، على الرغم من خطورة الصورة في معالجة المشكلة. (خليفة، 2011، ص56)

وبما أن سلوكيات الفساد تمثل تعدد على القوانين المعمول بها، واعتداء على المصلحة العامة، فإن أبرز ما تتميز به هذه السلوكيات هو السرية، فتعقد صفقات الفساد الكبير والصغير وراء الكواليس، وتتم في أجواء تسودها العتمة، وتؤكد الدراسات أن غياب الشفافية، وتكريس الضبابية من أسباب ظهور الفساد وتفشيته، ومن أوائل مناخات الفساد غياب الشفافية قبل إنجاز العمل الإداري وأثنائه وبعده، وترتبط علاقة عكسية ما بين الفساد والشفافية؛ فكلما ارتفعت مؤشرات الشفافية انحصرت مؤشرات الفساد وظهرت، وكلما زاد الفساد دل ذلك على غياب الشفافية وضعفها؛ إذ إن الفساد لا ينمو إلا في بيئة تتعدم فيها الشفافية، أو تكون دون المستوى المطلوب (تقي، 2011، ص89).

وتستحوذ وسائل الإعلام بلا شك في وقتنا الحاضر على اهتمام المجتمع وانتباهه، وتحاصرنا في كل مكان نذهب إليه وفي جميع الأوقات؛ لأنها تسهم في تزويد الناس بالمعارف والعلوم، وتعد وسيلة فعالة التأثير في سلوك المجتمع من خلال الضوابط التالية (الشمري، رشيد، 2016، ص289):

- الإسهام في توعية الناس بمفهوم الفساد، وأسبابه، ونتائجه، وسبل مكافحته، ومعالجته.
- الكشف عن حالات الفساد المتنوعة لمساعدة الحكومة في الحد منها.

- الحث على سن القوانين المحكمة التي تكافح الفساد.
- التأثير على الرأي العام لجعله أكثر عداء للفساد.
- دفع الجهات الرسمية إلى إجراء التحقيقات والتحريات التي تخلص المجتمع من الفساد والمفسدين.
- القيام بحملات إعلامية واسعة ومستمرة تشجع عواقب الفساد، وتبين الحاجة إلى الإصلاحات الإدارية والاجتماعية والمالية، وتسهل انسيابية المعاملات.
- نشر مقالات وموضوعات مختصرة وواضحة تشرح عواقب الفساد، والاستفادة من المعلومات عن مخاطر الفساد، ونشرها على أوسع نطاق.
- نشر أبحاث عن الفساد، والقيام باستطلاعات رأي بشكل دوري.(الشمري, رشيد, 2016, ص289)

وتعد وسائل الإعلام التي تعمل على تقصي الحقائق واستكشافها أحد المفاتيح الرئيسية للكشف عن الفساد ، لذلك ينبغي على هذه الوسائل أن لا تكتفي بالتذمر، وتعد السلبيات أو السلوكيات خطأ، بل يجب أن توظف للكشف عن مواطن وجود أي شكل من أشكال الفساد مهما كان صغيراً خشية استفحاله ونموه. (حسين, 2013, ص14)

ولتقوم وسائل الإعلام بدورها على أكمل وجه لا بد من توافر الشروط التالية :

- عدم المجاملة والمحاباة أو الخوف من الجهات المراقبة.
- استخدام طرق وأدوات ووسائل جديدة في مواجهة الفساد، وعدم التراخي في متابعة قضايا الفساد
- إيمان الإعلامي برسالته الإعلامية، وأن يكون صاحب مبدأ لا يتنازل عنه أبداً، ويتحمل الضغوطات التي قد يتعرض لها الإعلامي للتخلي عن قضيته.

• تنظيم دورات تدريبية للعاملين بها من قبل المؤسسات الصحفية التي تهتم بمواضيع الفساد وطرق وأساليب كشفه من أجل تطوير قدراتهم، وإثراء معلوماتهم، وأن يكون على قدر لمواجهة المفسدين، لا سيما أن المفسدين غالبا ما يكون على معرفة واسعة مع أناس متخصصون بالفساد.

• يتطلب من الجهات الحكومية التعامل الكامل مع وسائل الإعلام، وعدم إخفاء المعلومات اللازمة عن الإعلاميين من قبل المؤسسات العاملة.

• يتطلب من الدولة ضمان حرية الإعلام، والحق في الحصول على المعلومة الذي يعدّ من الأمور الضرورية لمكافحة الفساد؛ مما يفتح مجالا واسعا أمام الإعلام في ممارسة دوره عن طريق الالتزام بالموضوعية في تقديم المعلومات (كافي, 2016, ص48-49).

وتساعد حرية تداول المعلومات على محاربة الفساد، والكشف عن أماكن القصور في المجتمع ومؤسسات الدولة الرسمية وكذلك المؤسسات الخاصة، وهو شيء لا يتحقق بالمصارحة والمحاسبة (ريان, 2012, ص15).

ويذكر الدكتور على البريهي, أستاذ الإعلام والاتصال بجامعة صنعاء في ورقة عمل بعنوان (حرية المعلومات، والنفاذ إليها من منظور المجتمع المدني والإعلام، ودورها في المساعدة على كشف الفساد) أن إعطاء الحرية الكاملة والمسؤولية لمنظمات المجتمع المدني ووسائل الإعلام في نشاطها، والسماح لها بالحصول على المعلومات، أمر في غاية الأهمية؛ فهي تخدم المجتمع، وتساعد على نشر المعرفة، ومن ثم تسهم في إحداث التنمية المطلوبة، لهذا فالمنطق السليم يقضي بتغذية هذه الوسائل بالمعلومات الدقيقة، التي تستطيع عن طريقها وضع سياق معرفي وثقافي صادق في ضوء رؤية واضحة وسوية، وبخلاف ذلك فإن المسألة تدعو للريبة والشك وتوحي أن آليات وأساليب وإدارة المؤسسات الرسمية وغير الرسمية التي تمارس

التعظيم تتبع اتجاه مختلف مع المعايير والكفاءة، وأن الاختلافات قد وصلت إلى الحد الذي يكون التعظيم هو العاصم الوحيد لها؛ نظرا لجسامة المخالفات والفساد، وغياب البعد المؤسسي، وبروز المزاجية والارتجال في تسيير العمل وإدارته. (ريان، 2012، ص 15-16)

تتحمل وسائل الإعلام مسؤولية كشف الوثائق، وعرض الحقائق المتعلقة بقضية ما، ومتابعتها للتحقيقات الخاصة بها وصولا إلى إحالتها للقضاء والبت فيها ومحاسبة المفسدين ورد الحقوق ، يرصد الإعلام خلفيات أي قضية تحقيقه بقضايا الفساد، ومتابعة سير المحاكم المختصة بقضايا الفساد. مما يمكن أن نعدّه أثرا لكشف حالات من الفساد السياسي أو الإداري أو المالي (حسين، 2013، ص14).

مفهوم الصحافة الاستقصائية ودورها في مكافحة الفساد :

الصحافة الاستقصائية هي صحافة مراقبة الحكم المحلي ومراقبة الفساد، وهي صحافة الحصول على المعلومة، فهي تهتم بالتركيز على قضايا محددة تحدث في المجتمع وخاصة فيما يتعلق بالانحراف والفساد في عملية إدارة الشأن العام في المجتمع، ويسمى محررو هذه الصحافة (بالمنقبين عن الفساد حيث برزت حركة هؤلاء عام 1906). وتستخدم الصحافة الاستقصائية لعرض التقارير التي تلتزم بإثارة الأسئلة فوق العادة أكثر من كونها تقارير نمطية وساهمت هذه الصحافة في العديد من الإصلاحات، وتستخدم في مجالات واسعة في كشف الفساد، وتقديم الرؤية الاستقصائية الشاملة التي لا يمكن أن تقدمها وسائل الإعلام الأخرى. (تقي، 2011، ص101)

وليس هناك حدود للاستقصاء، خاصة إذا كان مهنيا وقانونيا، ويصب في خدمة الصالح العام ولا يقوم على نوايا وعواطف شخصية، وبإمكان الصحفي المستقصي استخدام كل الطرق المشروعة والأساليب التقنية الحديثة لكشف الغطاء عن جميع الجرائم، وعملت الدول على وضع

نظم تكنولوجيا حديثة لمواجهة الفساد منها الصحافة الاستقصائية التي تبدأ بخبر أو تقرير من هذه الصحافة، و قد يمتلك المفسدون الكبار الحصانة والمال مما يصعب كشفهم فتقوم هذه الصحافة بمهمتها ، ولا بد من توافر المهنية والحرفية في ممارسة هذا النوع من الصحافة، فتساهم في توفير المعلومات عن الأداء الحكومي والإداري للجمهور من خلال العمل بالشفافية. (تقي, 2011, ص101)

العقبات التي تواجه وسائل الإعلام في مواجهة الفساد:

1. عدم اكتراث الجمهور، وذلك عائد للأسباب التالية:

- عدم وجود متابعة من الجمهور للقضية المطروحة، او يكون الهدف من طرح الموضوع ليس البحث عن الحقيقة، وتحقيق العدالة، ومحاربة الفساد، وإنما لطرح عناوين مبهرجة لجذب الجمهور، او لإثارة شبهاة حول شخصيات معينة بغية تحقيق مآرب شخصية.
- عدم مصداقية بعض وسائل الإعلام، فلا تعتمد في بعض الأحيان على مصادر معلومات موثقة، وتقتصر على تناقل المعلومات فقط.

2. عدم الواقعية من (وجهة نظر الجمهور): وكأنا الإعلام بناء على ذلك ينادي بنظريات لا

تكون قريبة من الواقع بناء على مقارنة الجمهور بما يحدث على أرض الواقع.

3. عدم التنسيق بين المؤسسات الرسمية وأجهزة الإعلام: لو وجد التنسيق لكان من الممكن

القضاء التام على ظاهرة الفساد, إذ يواجه الإعلاميون عدم تعاون من بعض كبار

الموظفين؛ كونها تتعارض مع مصالحهم الشخصية وعلاقاتهم بالمفسدين.

4. عدم التنسيق بين أجهزة الإعلام : فبعض الجهات الإعلامية هدفها جذب أكبر عدد من

الجمهور إليها، وتحقيق مصالح خاصة وليس القضاء على الفساد، فالكل يهمة مصلحته،

وليس المصلحة الكبرى الهادفة لمحاربة الفساد، والقضاء عليه.

5. عدم وجود دور إعلامي حقيقي لتوعية المواطن بخطورة قضايا الفساد.
6. التركيز على التغطية الصحفية للخبر بالاهتمام بقضايا فساد بعينها، دون التحدث عن الظاهرة ككل، وكيفية اتخاذ مواقف ضد عمليات الفساد. (كافي, 2016, ص49-50)

الإعلام الفاسد

مما لا خلاف عليه هو أن أهم أدوات مكافحة الفساد هما؛ القضاء النزيه والإعلام الحر. لكن حين يصل الفساد إلى سلطة القضاء والإعلام يصبح الحديث عن مكافحة الفساد مهماً، بل وقد يصبح الإعلام محرضاً وداعماً للفساد، فيبرز الفساد الإعلامي، والفساد الإعلامي على نوعين: أولهما إعلام مُفسد يسعى للربح عبر استغلال الأمراض الاجتماعية في المجتمع؛ فيروج قيم أخلاقية وثقافية متدنية مخلة بالذوق العام، ويرسخ ثقافة الفساد والاستهلاك، واللامبالاة والانتهازية، ومثالها قنوات الأغاني الهابطة؛ من حيث الصورة والكلمة واللحن، كذلك معظم قنوات خدمة "التشات"، وبرامج المسابقات في عملية استغلال للجمهور من خلال شركات الاتصال، التي تضاعف أجور مكالمات المشاركين الذين يلتمون بالربح في تلك المسابقات الوهمية غالباً.

أما الشكل الثاني فهو: إعلام فاسد يقوم بإبراز الأنظمة والتعظيم على تجاوزاتها الاقتصادية والإنسانية، وفسادها كأنظمة حاكمة، فيوظف هذا الإعلام قدراته للتضليل، وترويج منجزات وهمية للحكومة، وهناك مؤسسات إعلامية فاسدة تؤازر بعض المفسدين، وترتبط برموز الفساد الكبيرة، وتعتاش على أموالهم، بغرض التمويل الذي لا بد منه للمؤسسات، ويمارس بعضها الفساد بأسلوب الابتزاز والتهديد بنشر ما يسيء للأشخاص أو للشركات، إذا لم يدفع الشخص المقصود مبالغ يتم التفاوض عليها <http://www.alarab.co.uk/article/Opinion>.

وهذه بعض الحلول المقترحة للحد من فساد الإعلام:

- 1- الفصل بين الإدارة والملكية في الصحافة.
- 2- تنظيم مدونة للسلوك تنظم العمل الصحفي، وتؤكد على احترام أخلاقية المهنة مع التأكيد على ضرورة التقيد بمدونة سلوك العمل الصحفي، ونشر مبادئ العمل الصحفي عبر شبكة معلومات متخصصة، وتنظيم البرامج التدريبية على تطبيق الأخلاق في الصحافة، ومراقبه الخروقات الصحافية، وإعداد تقارير حول قضايا أخلاقيه في مهنة الصحافة.
- 3- أن تحتل محاربة الفساد الأولوية على جدول أعمال أي صحيفة أو مؤسسة إعلامية.
- 4- ضرورة التأكيد على حرية وسائل الإعلام واستقلاليتها.
- 5- معاقبة الإعلامي الذي يثبت عليه عدم صدقه، وإثارته لمواضيع تحقق مآرب شخصية لديه، ومحاولته اغتيال شخصية معينة من خلال تتبع القضية المثارة، واعتبارها جريمة لردع الإعلاميين عن مثل هذه الممارسات.
- 6- دفع رواتب جيدة للصحفيين(كافي, 2016, ص54-55).

الفصل الثالث

عرض النتائج ومناقشة

يتضمن هذا الفصل عرضاً لنتائج الدراسة الميدانية التي هدفت للتعرف على مدى اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد، وتحليلاً لتلك النتائج، وذلك لإجابات أفراد العينة عن أسئلة الاستبانة وفقراتها، والتي جاءت على النحو الآتي:

- أولاً: النتائج المتعلقة بثبات أداة الدراسة:

للتحقق من ثبات أداة الدراسة تم تطبيق معادلة (كرونباخ ألفا) على جميع فقرات الأسئلة ذات التدرج الخماسي، والجدول رقم (1) يوضح ذلك.

الجدول رقم (1)

تطبيق معادلة (كرونباخ ألفا) على جميع فقرات الأسئلة ذات التدرج الخماسي

كرونباخ ألفا	السؤال
0.78	تأثيرات (تويتر) على أداء الصحفيين الكويتيين ومعالجتهم للمعلومات حول قضايا الفساد
0.75	نوعية المعلومات التي يسعى الصحفيون الكويتيون إلى الحصول عليها من (تويتر)
0.85	أسباب اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد
0.75	أهداف اعتماد الصحفيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد
0.82	الآثار المعرفية المتحققة من خلال اعتمادك على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد
0.76	الآثار الوجدانية المتحققة من خلال اعتمادك على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد
0.85	الآثار السلوكية المتحققة من خلال اعتمادك على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد
0.74	الصعوبات التي تواجه الصحفيين الكويتيين في تغطية قضايا الفساد
0.83	مصادقية المعلومات المنشورة على تويتر حول قضايا الفساد

يظهر من الجدول رقم (1) أن معاملات الثبات بطريقة كرونباخ ألفا لمجالات المقياس تراوحت ما بين (0.74-0.85) وجميعها قيم مرتفعة ومقبولة لأغراض التطبيق أيضاً؛ إذ أشارت معظم الدراسات إلى أن نسبة قبول معامل الثبات (0.60) (Amir & Sonderpandian, 2002).

- ثانياً: النتائج المتعلقة بعينة الدراسة

تم اختيار عينة عشوائية مكونة من (292) من الصحفيين الكويتيين، والجدول رقم (2) يوضح توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغيرات الشخصية.

جدول (2)

التكرارات والنسب المئوية حسب متغيرات الدراسة (ن=292)

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة
النوع الاجتماعي	ذكر	218	74.7
	أنثى	74	25.3
العمر	أقل من 25	19	6.5
	من 25 إلى 30	65	22.3
	من 31 إلى 35	71	24.3
	من 36 فما فوق	137	46.9
المؤهل العلمي	دبلوم وأقل	60	20.5
	بكالوريوس	192	65.8
	دراسات عليا	40	13.7
سنوات الخبرة في العمل الصحفي	أقل من 5 سنوات	55	18.8
	من 5 سنوات إلى 10 سنوات	78	26.7
	أكثر من 10 سنوات	159	54.5
مستوى إلمامك باللغة الإنجليزية	جيد جدا	105	36.0
	جيد	139	47.6
	مقبول	48	16.4
نوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها	حكومية	49	16.8
	خاصة	243	83.2
المجموع		292	100.0

يظهر من الجدول رقم (2) ما يلي:

1. بلغ عدد الذكور في العينة (218) بنسبة مئوية (74.7%)، بينما بلغ عدد الإناث (74) بنسبة مئوية (25.3%).

2. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير العمر (46.9%) للفئة العمرية (من 36 فما فوق)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (6.5%) للفئة العمرية (أقل من 25).
3. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير المؤهل العلمي (65.8%) للمؤهل العلمي (بكالوريوس)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (13.7%) للمؤهل العلمي (دراسات عليا).
4. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير سنوات الخبرة في العمل الصحفي (54.5%) لفترة الخبرة (أكثر من 10 سنوات)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (18.8%) لفترة الخبرة (أقل من 5 سنوات).
5. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير مستوى إلمامك باللغة الإنجليزية (47.6%) لمستوى الإلمام (جيد)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (16.4%) لمستوى الإلمام (مقبول)، وهذه دلالة علمية على أن أفراد العينة لديهم مستوى لغة انجليزية عالية.
6. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير نوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها (83.2%) لنوع المؤسسة (خاصة)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (16.8%) لنوع المؤسسة (حكومية). وهذا يعزى إلى النظام الصحفي السائد في دولة الكويت، فلا توجد غير مؤسستين حكوميتين وهما (وكالة الأنباء الكويتية كونا وجريدة الكويت اليوم)، وبما أن جريدة الكويت اليوم متخصصة بالمراسيم الأميرية والقوانين الصادرة من الهيئة التشريعية تم استبعادها من مجتمع الدراسة، وجاءت المؤسسات الحكومية بنسبة 16.8%.

- ثالثاً: النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة:

السؤال الأول: ما عادات متابعة وتصفح الصحفيين الكويتيين لـ (تويتر) ؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسبة المئوية لإجابات الأسئلة الخاصة

بمحور عادات متابعة وتصفح الصحفيين الكويتيين لـ (تويتر)، والجدول رقم (3) يوضح ذلك.

الجدول رقم (3)

توزيع أفراد عينة الدراسة عن الأسئلة الخاصة بمحور عادات متابعة وتصفح الصحفيين الكويتيين لـ (تويتر)

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة	السؤال
88.4	258	نعم	هل تستخدم تويتر
11.6	34	لا	
100.0	292	المجموع	
.0	0	لست مشتركاً في الإنترنت	ما أسباب عدم استخدامك لـ (تويتر) ؟
11.8	4	ليس لدي المهارات الكافية لاستخدام تويتر	
41.2	14	ليس لدي الوقت الكافي لاستخدام تويتر	
2.9	1	المؤسسة التي اعلم فيها تحظر على العاملين فيها استخدام تويتر	
14.7	5	اشعر بقلق على الخصوصية وإجراءات الأمان من خلال استخدام موقع تويتر	
8.8	3	لا يفيدني تويتر في عملي الصحفي	
11.8	4	أشكك في مصداقيته	
11.8	4	لست مهتماً بمواقع التواصل الاجتماعي بوجه عام	
26.5	9	استخدم موقعاً آخر	
5.9	2	أخرى	
5.4	14	أقل من سنة	
19.0	49	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	
31.4	81	من 3 سنوات إلى أقل من 5 سنوات	
44.2	114	5 سنوات فأكثر	
100.0	258	المجموع	
14.3	37	من مرة إلى 3 مرات أسبوعياً	كم مرة تفتح حسابك على تويتر ؟
15.5	40	من 4 مرات إلى 6 مرات أسبوعياً	
19.8	51	من مرة إلى 3 مرات يومياً	
50.4	130	أكثر من 3 مرات يومياً	
100.0	258	المجموع	

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة	السؤال
31.8	82	أقل من ساعة	ما عدد ساعات التعرض التي تقضيها في استخدام تويتر؟
31.8	82	من ساعة إلى أقل من ساعتين	
18.2	47	من ساعتين إلى أقل من 3 ساعات	
18.2	47	3 ساعات فأكثر	
100.0	258	المجموع	
90.3	233	العربية	ما اللغة التي تستخدمها أثناء استخدامك لتويتر؟
8.5	22	الإنجليزية	
1.2	3	أخرى	
100.0	258	المجموع	
86.0	222	اسمي الحقيقي	ما الاسم الذي تستخدمه على حسابك الخاص على تويتر
14.0	36	اسم مستعار	
100.0	258	المجموع	
49.2	127	صورة شخصية	ما الصورة الشخصية التي تضعها تضعينها عادة على حسابك على تويتر؟
7.0	18	صورة تظهر طبيعة عملي كصحفي	
31.4	81	صورة رمزية	
1.6	4	صورة مع العائلة	
1.9	5	صورة مع الأصدقاء	
7.0	18	لا أضع أي صورة	
1.9	5	أخرى	
100.0	258	المجموع	
91.1	235	بمفردي	مع من تتصفح عادة حسابك على تويتر؟
3.5	9	مع الزملاء	
5.4	14	مع الأهل والأصدقاء	
100.0	258	المجموع	
49.9	217	المنزل	أين تتصفح عادة حسابك على تويتر؟
37.7	164	العمل	
12.4	54	أخرى	
100.0	435	المجموع	

يظهر من الجدول رقم (3) ما يلي:

1- بلغ عدد مستخدمين (تويتر) من عينة الدراسة (258) بما نسبته (88.4%)، بينما بلغ عدد الصحفيين الذين لا يستخدمون (تويتر) من عينة الدراسة (34) بما نسبته (11.6%)، مما يدل على أن معظم أفراد عينة الدراسة يستخدمون (تويتر)، وقد يعود السبب في ذلك إلى أن سهولة

استغلال الوقت بنسبة لموقع (تويتر)؛ إذ يتميز هذا الموقع بعدم وجود ألعاب تضيع الوقت، ويتميز بعدم إمكانية أن يزجج مستخدم (تويتر) أحدهم بعمل (تاق) في صورة لا يكون المستخدم جزء منها، وأن مستخدم (تويتر) لست مجبراً لنقر أعجبي مجاملة أحد الأصدقاء؛ الأمر الذي ساهم في زيادة ميل الصحفيين نحو استخدام موقع (تويتر)، واتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة **قطيم (2013) التي خلصت إلى أن 90% من الكويتيين يستخدمون موقع تويتر للتواصل الاجتماعي بدرجات متفاوتة تقع بين الاستخدام الدائم إلى الاستخدام النادر، واتفقت أيضاً مع نتيجة دراسة الأنصاري (2013) إذ حصل موقع تويتر على وسط حسابي مرتفع بلغ (4.02) مقابل وسط حسابي متوسط بلغ (3.24) لموقع فيس بوك من قبل الجمهور الكويتي.**

2- بلغت أعلى نسبة مئوية لإجابات أفراد العينة الدراسة الذين لا يستخدمون موقع (تويتر) حول السؤال " ما أسباب عدم استخدامك ل (تويتر) ؟" (41.2%) للإجابة (ليس لدي الوقت الكافي لاستخدام تويتر) من إجمالي عدد أفراد العينة الدراسة الذين لا يستخدمون (تويتر)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (0.0%) للإجابة (لست مشتركاً في الإنترنت)، قد يعود السبب في ذلك إلى أن بعض الأشخاص يرون أن عدم وجود استفادة جدية من استخدام موقع (تويتر)، وذلك بسبب كثرة التهريج ممن قد يسبب ضياع الأوقات بالنسبة للبعض.

3- بلغت أعلى نسبة مئوية لإجابات أفراد عينة عن السؤال " منذ متى وأنت تستخدم تويتر ؟" (44.1%) للإجابة (5سنوات فأكثر)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (5.4%) للإجابة (أقل من 1سنة)، وقد يعود السبب في ذلك إلى سهولة استخدام موقع (تويتر) مقارنة بغيره بمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى؛ مما ساهم في جعل موقع (تويتر) أول مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً، ويمكن تبرير هذه النتيجة أن موقع (تويتر) يعد أكثر احترافية عن غيره من مواقع التواصل الاجتماعي؛ وأنه يتهم بنشر أخبار ومعلومات في جميع المجالات. وهذه دلالة علمية على أن

مدة استخدام أغلبية الصحفيين لتويتر طويلة نسبياً، وأنهم يتابعونه منذ بداية انتشاره في المنطقة العربية.

4- بلغت أعلى نسبة مئوية لإجابات أفراد العينة عن السؤال "كم مرة تفتح حسابك على تويتر؟" 50.4% للإجابة (أكثر من 3مرات يوميا)، بينما بلغت أدنى نسبة (14.3%) للإجابة (من مرة إلى 3مرات أسبوعياً)، ويعود السبب في ذلك لأن تويتر يقدم معلومات مهمة وسريعة وبطريقة سهلة، ويحتل مكانة مهمة بالنسبة لمصادر المعلومات لدى الصحفيين بشكل عام، وهذه الكثافة دليل على أن الصحفيين نشطين على تويتر.

5- بلغت أعلى نسبة مئوية لإجابات أفراد العينة عن السؤال "ما عدد ساعات التعرض التي تقضيها في استخدام تويتر؟" (31.8%) للإجابة (من ساعة إلى أقل من ساعتين)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (18.2%) للإجابة (من ساعتين إلى أقل من 3 ساعات، 3 ساعات فأكثر)، يعود السبب في ذلك إلى أن انتشار مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام وموقع (تويتر) على وجهه الخصوص يعد بمثابة ثورة إعلامية سواء في مجالات النص والصوت والصورة ووسائل الاتصال، ويمكن تفسير هذه النتيجة أن استخدام مواقع (تويتر) يسهل على الصحفيين مهمة الاقتراب من ظاهرة الإعلام الجديد، وفهم الجديد الذي تحمله.

6- بلغت أعلى نسبة مئوية لإجابات أفراد العينة عن السؤال "ما اللغة التي تستخدمها أثناء استخدامك لتويتر؟" (90.3%) للإجابة (اللغة العربية)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (1.2%) للإجابة (اللغات أخرى)، ويمكن أن تبرر هذه النتيجة بأن لغات تويتر حتى بلغت عام 2010 سبع لغات، هي: (الإنجليزية، والفرنسية، والألمانية، والإيطالية، واليابانية، والإسبانية، والكورية)،

وفي مارس من عام 2012 أصبح موقع تويتر متوفراً باللغة العربية؛ مما يساهم في زيادة نسبة مستخدمي تويتر باللغة العربية.

7- بلغت أعلى نسبة مئوية لإجابات أفراد عينة عن السؤال " ما الاسم الذي تستخدمه على حسابك الخاص على تويتر " (86.0%) للإجابة (اسمي الحقيقي)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (14.0%) للإجابة (اسم مستعار)، يعزو الباحث هذه النتيجة إلى الملامح والسمات التي تتصف بها الشبكات الاجتماعية بما فيها موقع (Twitter) في دعم الجانب الإعلامي، والتواصل بين الإعلامي بعيداً عند الروتين؛ مما يجعل الصحفيين أكثر ميلاً للدخول بأسمائهم الحقيقية، وهذه دلالة على أن معظم الصحفيين لا يلجأون إلى التخفي، وهذا يعطي درجة موثوقية عالية للأشخاص الذين يتعاملون معهم، ويبعدهم عن الريبة والشك.

8- بلغت أعلى نسبة مئوية لإجابات أفراد عينة عن السؤال " ما الصورة الشخصية التي تضعها تضعينها عادة على حسابك على تويتر؟ " (49.2%) للإجابة (صورة شخصية)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (1.6%) للإجابة (صورة مع العائلة)، ويعزو الباحث هذه النتيجة أيضاً إلى تزايد أعداد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام وموقع (Twitter) بشكل خاص؛ إذ يعبر موقع (Twitter) من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً بين أوساط الإعلاميين، وهذا مؤشر جيد، إذ يسهل التعرف إليهم.

9- بلغت أعلى نسبة مئوية لإجابات أفراد عينة عن السؤال " مع من تتصفح عادة حسابك على تويتر ؟ " (91.1%) للإجابة (بمفردتي)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (3.5%) للإجابة (مع الزملاء)، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن أغلبية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يستخدمون الأجهزة الشخصية مثل (هاتف نقال)، وتعود هذه النتيجة إلى اهتمام الصحفيين بمستوى معين من الخصوصية عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

10- بلغت أعلى نسبة مئوية لإجابات أفراد عينة عن السؤال " أين نتصفح عادة حسابك على تويتر ؟ " (49.9%) للإجابة (المنزل)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (12.4%) للإجابة (أخرى)، يعود السبب في هذه النتيجة إلى أن الصحفيين يقومون بتصفح حساباتهم الشخصية خارج أوقات الدوام الرسمي.

السؤال الثاني: ما أسباب وأهداف اعتماد الصحفيين الكويتيين على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد ؟

للإجابة عن هذه السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محوري (الأسباب والأهداف)، والجداول رقم (4-5) توضح ذلك.

جدول رقم (4)

التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأسباب اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	إلى حد كبير		إلى حد ما		لا		الفقرة
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	
0.58	2.28	34.1	88	59.3	153	6.6	17	1 ينشر (تويتر) قضايا الفساد لحظة وقوعها بالصوت والصورة
0.59	2.37	43.0	111	51.2	132	5.8	15	2 يعرض (تويتر) الرأي والرأي الآخر
0.66	2.19	33.3	86	52.7	136	14.0	36	3 يساعدني (تويتر) على بناء علاقات تفيدني في عملي الصحفي وخصوصا حول قضايا الفساد
0.58	2.39	43.8	113	51.2	132	5.0	13	4 متابعة أخبار الفساد المنشورة في صفحات الصحف والمؤسسات الإعلامية ووكالات الأنباء في (تويتر)
0.67	2.31	42.6	110	45.7	118	11.6	30	5 مشاركة أعمال الصحفي مع القراء من خلال (تويتر)
0.67	2.19	34.1	88	51.2	132	14.7	38	6 البحث عن مصادر قصص صحفية حول (قضايا الفساد) بأساليب جديدة
0.71	2.23	39.5	102	44.2	114	16.3	42	7 أعبر عن آرائي دون أن أكون مقيدا بسياسة المؤسسة الإعلامية التي أعمل بها من خلال

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	إلى حد كبير		إلى حد ما		لا		الفقرة	
		%	العدد	%	العدد	%	العدد		
								(تويتز)	
0.66	2.26	38.4	99	49.6	128	12.0	31	يوفر (تويتز) خلاصة الأخبار المتعلقة بقضايا الفساد المطروحة	8
0.71	1.91	20.9	54	48.8	126	30.2	78	يقدم (تويتز) تحليلات دقيقة عن قضايا الفساد	9
0.60	2.34	40.7	105	52.3	135	7.0	18	يساعد (تويتز) على بناء جمهور فعال من القراء	10
0.74	2.05	29.8	77	45.0	116	25.2	65	كي أصبح صحفيا معروفا	11
0.71	2.24	39.9	103	44.6	115	15.5	40	يساعدني تويتز في إشباع فضولي حول مختلف قضايا الفساد	12
0.65	2.29	39.5	102	50.0	129	10.5	27	متابعة قادة الرأي بخصوص الموضوعات المتعلقة بقضايا الفساد	13
0.66	2.36	45.7	118	44.2	114	10.1	26	متابعة صفحات متخصصة بالعمل الصحفي لتطوير مهاراتي	14
0.59	2.35	41.1	106	52.7	136	6.2	16	يخاطب تويتز حاجات المغردين والمتابعين	15
0.66	2.24	36.4	94	51.2	132	12.4	32	يعد تويتز مصدرا مهما لقضايا الفساد المختلفة	16
0.76	2.19	39.9	103	39.5	102	20.5	53	يساعدني على التواصل مع الأهل والأصدقاء	17
0.66	2.49	58.1	150	32.6	84	9.3	24	سهولة الانضمام إلى عالم تويتز	18
0.61	2.54	60.1	155	34.1	88	5.8	15	سهولة استخدام تويتز عبر مختلف الأجهزة الإلكترونية والذكية	19
0.54	2.49	50.8	131	47.3	122	1.9	5	عدم وجود موانع من الوصول للمعلومة وتوفير الوقت	20
0.56	2.51	53.9	139	43.0	111	3.1	8	الطرح الجريء	21
0.54	2.53	55.8	144	41.9	108	2.3	6	التنوع في شخصيات الجمهور العلمية والثقافية والعملية مع تفاوت الأعمار	22
0.32	2.31	محور أسباب اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتز كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد ككل							

يظهر من الجدول رقم (4) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عن فقرات محور

أسباب اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتز كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد تراوحت

ما بين (1.91-2.54)، إذ جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة رقم (19) ونصها: سهولة استخدام تويتر عبر مختلف الأجهزة الإلكترونية والذكية بمتوسط حسابي (2.54)، وبالمرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (22) ونصها: التنوع في شخصيات الجمهور العلمية والثقافية والعملية مع تفاوت الأعمار، وبالمرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (9) ونصها: يقدم (تويتر) تحليلات دقيقة عن قضايا الفساد، وبلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل (2.31)، ويعود السبب في ذلك إلى أن تويتر يتيح للصحفيين مناقشة قضايا المجتمع مع الآخرين، والتعبير عن آرائهم في مختلف القضايا المطروحة، ومشاركة الآخرين أفكارهم، ويتمتع موقع تويتر بمجموعة من الإيجابيات منها، تعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين، وتحفز على التفكير الإبداعي، بسبب التواصل مع أشخاص من بيئات مختلفة، وتساعد على قبول القضايا، وإبداء الرأي فيها، وتساعد على تنشيط المهارات لدى المستخدم، واتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة السويد (2015) التي أظهرت أن دوافع استخدام الكتاب لتويتر تصدرتها دوافع التعبير عن الرأي وحرية أهم دوافع استخدام الكتاب لتويتر، واتفقت أيضا مع نتيجة دراسة سويد (2014) إذ إن أهم العوامل التي جذبت الشباب للتويتر هي سهولة الاستخدام، وحرية التعبير، والتنوع، والتواصل الاجتماعي.

جدول رقم (5)

التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهداف اعتماد الصحفيين على تويتر كمصدر

للمعلومات حول قضايا الفساد

الرقم	الفقرات	لا		إلى حد ما		إلى حد كبير		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
		العدد	%	العدد	%	العدد	%		
1	فهم الحقائق الخاصة بقضايا الفساد وأبعادها المختلفة	18	7.0	149	57.8	91	35.3	0.59	2.28
2	الحصول على تفسيرات عن قضايا الفساد وأسباب حدوثها	22	8.5	160	62.0	76	29.5	0.58	2.21
3	الحصول على معلومات تفيدني شخصيا عن قضايا الفساد	27	10.5	146	56.6	85	32.9	0.62	2.22
4	عدم توفر معلومات كافية في المصادر الأخرى	41	15.9	149	57.8	68	26.4	0.64	2.10

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	إلى حد كبير		إلى حد ما		لا		الفقرات	الرقم
		%	العدد	%	العدد	%	العدد		
0.69	2.24	38.0	98	47.7	123	14.3	37	أكون رأياً شخصياً حول قضايا الفساد	5
0.73	2.23	40.7	105	41.9	108	17.4	45	تبادل الآراء مع الآخرين حول قضايا الفساد	6
0.75	2.14	36.0	93	41.5	107	22.5	58	التسلية والاسترخاء والاستثارة	7
0.41	2.20	محور أهداف اعتماد الصحفيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد ككل							

يظهر من الجدول رقم (5) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عن فقرات محور أهداف اعتماد الصحفيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد تراوحت ما بين (2.10-2.28)، إذ جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة رقم (1) ونصها: فهم الحقائق الخاصة بقضايا الفساد وأبعادها المختلفة، بمتوسط حسابي (2.28)، وبالمرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (5) ونصها: أكون رأياً شخصياً حول قضايا الفساد، وبالمرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (4) ونصها: عدم توفر معلومات كافية في المصادر الأخرى، وبلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل (2.20)، ويعود السبب في ذلك إلى أن موقع (تويتر) يمكن الصحفيين، وبشكل عملي، من اكتشاف اهتماماتهم، والبحث عن حلول لمشكلاتهم مع أشخاص آخرين مشابهين لهم، أو مروا بنفس التجارب، فيقدموا خبرتهم وتجاربهم للذين يتواصلون معهم، مع إمكانية إرسال الرسائل الإلكترونية عبر تويتر، وتقديم معلومات فورية، وكذلك تسهيل عملية متابعة ما ينشر أو يبيث في وسائل الإعلام أو على المواقع الإلكترونية عن ما يحدث في قضايا الفساد، وتوفير المعلومات للإعلاميين عن الكثير من قضايا الفساد التي يتم طرحها، فتصدر الفهم قائمة الأهداف، ثم التوجيه، وأخيراً التسلية.

السؤال الثالث: ما الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تحدث للصحفيين الكويتيين من خلال اعتمادهم على (تويتر)؟

للإجابة عن هذه السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محاور (الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية)، والجداول رقم (6-7) توضح ذلك.

جدول رقم (6)

التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للآثار المعرفية المتحققة من خلال اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد

الرقم	الفقرة	لا		إلى حد ما		إلى حد كبير		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
		العدد	%	العدد	%	العدد	%		
1	يساهم (تويتر) في رفع مستوى معرفتي بقضايا الفساد في الكويت	21	8.1	136	52.7	101	39.1	0.62	2.31
2	يفسر (تويتر) الأسباب التي تزيد من الفساد	32	12.4	145	56.2	81	31.4	0.64	2.19
3	يقدم (تويتر) معلومات نادرة وقيمة حول قضايا الفساد في الكويت	45	17.4	132	51.2	81	31.4	0.69	2.14
4	يساعد (تويتر) على فهم زوايا غامضة تم التعميم عليها بوسائل أخرى	17	6.6	165	64.0	76	29.5	0.56	2.23
5	يساعد (تويتر) على تكوين الآراء حول قضايا الفساد المتنوعة	23	8.9	147	57.0	88	34.1	0.61	2.25
6	أصبحت أكثر علما بتوجهات قادة الرأي نحو قضايا الفساد	28	10.9	131	50.8	99	38.4	0.65	2.28
0.46	محور الآثار المعرفية ككل								

يظهر من الجدول رقم (6) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عن فقرات محور الآثار المعرفية تراوحت ما بين (2.14-2.31)؛ إذ جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة رقم (1) ونصها: يساهم (تويتر) في رفع مستوى معرفتي بقضايا الفساد في الكويت، بمتوسط حسابي (2.31)، وبالمرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (6) ونصها: أصبحت أكثر علما بتوجهات قادة الرأي نحو قضايا الفساد، وبالمرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (3) ونصها: يقدم (تويتر) معلومات نادرة وقيمة حول قضايا الفساد في الكويت، وبلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل

(2.23)، ويعود السبب في ذلك إلى أن استخدام (تويتر) يتيح انتقال المعرفة والأفكار من شخص إلى شخص أو جهة أخرى؛ بقصد التفاعل والتأثير المعرفي في هذا الشخص، أو إعلامه بشيء، أو تبادل الخبرات والأفكار معه، أو الارتقاء بمستواه تفكير الشخص وأفكاره اتجاه قضايا الفساد.

جدول رقم (7)

التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للآثار الوجدانية المتحققة من خلال الاعتماد على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد

الرقم	الفقرات	لا		إلى حد ما		إلى حد كبير		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
		%	العدد	%	العدد	%	العدد		
1	الخوف من ازدياد قضايا الفساد في الكويت	8.1	21	45.3	117	46.5	120	0.63	2.38
2	اشعر بخطر قضايا الفساد	8.1	21	44.6	115	47.3	122	0.63	2.39
3	اشعر بالنقمة على المتسببين بقضايا الفساد	8.1	21	41.9	108	50.0	129	0.64	2.42
4	تعاطفي مع المتضررين من قضايا الفساد	10.1	26	39.1	101	50.8	131	0.67	2.41
5	أصبحت أقل ترددا بالكشف عن أي قضية فساد	21.7	56	51.6	133	26.7	69	0.70	2.05
6	أصبحت أكثر ترددا بالكشف عن أي قضية فساد	33.7	87	41.9	108	24.4	63	0.76	1.91
7	متابعتي لقضايا الفساد في (تويتر) زاد من اهتماماتي في الشأن العام	8.9	23	49.2	127	41.9	108	0.63	2.33
0.413	محور الآثار الوجدانية ككل								2.27

يظهر من الجدول رقم (7) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عن فقرات محور الآثار الوجدانية تراوحت ما بين (1.91-2.42)؛ إذ جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة رقم (3) ونصها: اشعر بالنقمة على المتسببين بقضايا الفساد، بمتوسط حسابي (2.42)، وبالمرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (4) ونصها: تعاطفي مع المتضررين من قضايا الفساد، وبالمرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (6) ونصها: أصبحت أكثر ترددا بالكشف عن أي قضية فساد، وبلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل (2.27)، يمكن تفسير هذه النتائج في استخدام الصحفيين لموقع (تويتر)

يمكنهم من التكيف مع المجتمع، والتواصل فيما بينهم، وكذلك تفيد في تحسين مستوى الخطاب والحوار بين أفراد المجتمع وإبداء الآراء دون خوف، وتفيد في معرفة طريقة تفكير الآخرين حيال قضايا الفساد، إذ أصبح الصحفي أقل ترددا في كشف الفساد خلافا للفقرة الأخيرة رقم (6).

جدول رقم (8)

التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للآثار السلوكية المتحققة من خلال الاعتماد على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد

الرقم	الفقرات	لا		إلى حد ما		إلى حد كبير		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		العدد	%	العدد	%	العدد	%		
1	أصبحت أكثر رغبة بمتابعة الموضوعات المتعلقة بقضايا الفساد	30	11.6	141	54.7	87	33.7	2.22	0.64
2	شاركت في نقاشات وحوارات حول قضايا الفساد التي تابعتها في (تويتر)	77	29.8	112	43.4	69	26.7	1.97	0.75
3	شاركت بمؤتمرات وندوات حول قضايا الفساد التي تابعتها في (تويتر)	110	42.6	97	37.6	51	19.8	1.77	0.76
4	قمت بطرح قضايا الفساد في كتاباتي من خلال المعلومات التي تابعتها في (تويتر)	89	34.5	108	41.9	61	23.6	1.89	0.76
5	موقفي وكتاباتي الصحفية حول قضايا الفساد تسببت بخلافات مع بعض زملائي في العمل	111	43.0	93	36.0	54	20.9	1.78	0.77
6	قمت باستنكار مواقف الصحفيين الذين يقفون بالحياد أمام قضايا الفساد	89	34.5	110	42.6	59	22.9	1.88	0.75
7	قمت بالمشاركة والمتابعة في الـ (hash tag) المثار حول قضايا الفساد	85	32.9	91	35.3	82	31.8	1.99	0.81
8	استخدم صفحتي الخاصة في (تويتر) للتوعية حول أضرار الفساد على الوطن والمواطن	69	26.7	105	40.7	84	32.6	2.06	0.77
0.53	محور الآثار السلوكية ككل								

يظهر من الجدول رقم (8) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عن فقرات محور

الآثار السلوكية تراوحت ما بين (1.77-2.22)؛ إذ جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة رقم (1)

ونصها: أصبحت أكثر رغبة بمتابعة الموضوعات المتعلقة بقضايا الفساد ، بمتوسط حسابي (2.22)، وبالمرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (8) ونصها: استخدم صفحتي الخاصة في (تويتز) للتوعية حول أضرار الفساد على الوطن والمواطن ، وبالمرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (3) ونصها: شاركت بمؤتمرات وندوات حول قضايا الفساد التي تابعتها في (تويتز) ، وبلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل (1.95)، ويعود السبب في ذلك إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعاونية وتشاركية تقوم بربط المستخدمين مع بعضهم البعض، وتساعد في صياغة التجمعات المختلفة، مما يجعلها تؤدي دوراً رئيساً في تشكيل آراء الأشخاص واتجاهاتهم السلوكية في العصر الحالي.

السؤال الرابع: إلى أي مدى يعدّ الصحفيين الكويتيين (تويتز) مصدر من مصادر المعلومات حول قضايا الفساد ؟

للإجابة عن هذه السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن السؤال " هل التويتز مصدر مهم للمعلومات حول قضايا الفساد "، والجدول رقم (9) يوضح ذلك.

جدول رقم (9)

التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكون التويتز مصدر مهم للمعلومات حول قضايا الفساد

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة	التكرار	الفئات
0.82	3.69	1.2	3	ارفض بشدة
		5.4	14	ارفض
		30.6	79	محايد
		48.8	126	موافق
		14.0	36	موافق بشدة
		100.0	258	المجموع

يظهر من الجدول رقم (9) أن المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة عن السؤال "هل التويتر مصدر مهم للمعلومات حول قضايا الفساد، يتبين لنا أنهم يعدونه مصدرا للمعلومات، إذ أجابوا بـ (موافق) بنسبة 48.8%، ثم (محايد) بنسبة 30.6%، ثم (موافق بشدة) بنسبة 14%، وهذه الفقرات إيجابية، بينما (أرفض) جاءت بنسبة 5.4% و (ارفض بشدة) 1.2%، ويعود السبب في ذلك إلى أن الصحفيين يرون أن موقع (تويتر) وسيلة فعالة للاطلاع على تغييرات في سياسات وخدمات الحكومة وقضايا الفساد؛ إذ إنه يساهم في إيصال المعلومات للمواطنين مباشرة، وأن ازدياد الخدمات الرقمية ساهم في ربط الصحفيين على تبادل المعلومات، وتحفيزهم على ذلك، وخصوصا بعد ما أدت مواقع التواصل الاجتماعي دورًا محوريًا في مسار الربيع العربي في العديد من البلدان، وتعود هذه النتيجة إلى إمكانية النشر الحر للمعلومات عبر موقع (تويتر)؛ مما يساهم في تشكيل موجة من السخط بين عامة الناس. ويستعمل الصحفيين الموقع للالتقاء والتفاعل مع الجماعات المختلفة، وقد أدت بعض هذه التفاعلات إلى نشاطات حقيقية على أرض الواقع، واتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة المري(2016) التي أظهرت وجود اثر استخدام تطبيق تويتر على مصادر المعلومات الإعلاميين في القنوات الفضائية الخليجية، واتفقت أيضا مع دراسة اليجاندر و (2010) إذ أفادت الدراسة أن تويتر وفيسبوك يزداد الاعتماد عليها من قبل الإعلاميين والصحفيين بوصفها مصدرا متنوعا ومباشرا، واختلفت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة السويد (2015) التي أظهرت أن تقييم الكتاب لاستخدام تويتر كمصدر للمعلومات، وملاحظة عدم وجود توجه محدد حيال اعتبار تويتر مصدر معلومات معتمد لدى الكتاب يمكن الركون إليه في كتاباتهم.

السؤال الخامس: ما تأثيرات (تويتر) على أداء الصحفيين الكويتيين ومعالجتهم للمعلومات حول قضايا الفساد ؟

للإجابة عن هذه السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن السؤال " ما تأثيرات (تويتر) على أداء الصحفيين الكويتيين ومعالجتهم للمعلومات حول قضايا الفساد ؟"، والجدول رقم (10) يوضح ذلك.

جدول رقم (10)

التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتأثيرات التويتر على أداء الصحفيين الكويتيين ومعالجتهم للمعلومات حول قضايا الفساد

الرقم	الفقرات	نادرا		أحيانا		دائما		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		العدد	%	العدد	%	العدد	%		
1	يؤثر موقع (تويتر) على عملي بشكل إيجابي.	26	10.1	153	59.3	79	30.6	2.21	0.61
2	يوفر لي (تويتر) السرعة في نقل المعلومة.	14	5.4	119	46.1	125	48.4	2.43	0.60
3	يمكنني (تويتر) من الاتصال المباشر بمصدر الخبر.	69	26.7	121	46.9	68	26.4	2.00	0.73
4	يسهل(تويتر) نقل الأخبار من مناطق الحدث التي لا يستطيع الوصول إليها	28	10.9	112	43.4	118	45.7	2.35	0.67
5	يمكنني (تويتر) من الحصول على شهود عيان للحدث.	65	25.2	127	49.2	66	25.6	2.00	0.71
6	يساهم (تويتر) في تحفيزي على المشاركة بالعمل الصحفي في المناطق التي يتعذر وصولي إليها	54	20.9	131	50.8	73	28.3	2.07	0.70
7	ساهم (تويتر) في رفع سقف الحريات الصحفية في الكويت	22	8.5	119	46.1	117	45.3	2.37	0.64
8	يمكنني (تويتر)من توصيل المادة الصحفية إلى عدد كبير من الجمهور.	18	7.0	100	38.8	140	54.3	2.47	0.63
9	أعتمد على وجهة نظر غالبية المتابعين لي على صفحتي في (تويتر) في نقلي للخبر	100	38.8	113	43.8	45	17.4	1.79	0.72
10	أعتمد على المعلومات المرسلة لصفحتي في موقع (تويتر) في نقلي للخبر	114	44.2	99	38.4	45	17.4	1.73	0.74
11	أجري مراجعة للمعلومات الواردة على صفحة (تويتر)للتأكد من مصداقيتها	25	9.7	84	32.6	149	57.8	2.48	0.67
12	يشكل (تويتر) مرجعية موثوقة في تحديد الأخبار والمعلومات الواردة لي	70	27.1	148	57.4	40	15.5	1.88	0.64
0.37	محور تأثيرات (تويتر) على أداء الصحفيين الكويتيين ومعالجتهم للمعلومات ككل								

يظهر من الجدول رقم (10) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عن فقرات محور "تأثيرات (تويتر) على أداء الصحفيين الكويتيين" قد تراوحت ما بين (1.73-2.48)؛ إذ جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة رقم (11) ونصها: أجري مراجعة للمعلومات الواردة على صفحة (تويتر) للتأكد من مصداقيتها، بمتوسط حسابي (2.48)، وبالمرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (8) ونصها: يمكنني (تويتر) من توصيل المادة الصحفية إلى عدد كبير من الجمهور، وبالمرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (10) ونصها: أعتد على المعلومات المرسلة لصفحتي في موقع (تويتر) في نقلي للخبر، وبلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل (2.15)، ويعود السبب في ذلك إلى أن الصحفيين الكويتيين يهتمون بصدق المعلومات الوارد على صفحة (تويتر) قبل نقلها إلى الجمهور، وأن الأوساط الإعلامية في الكويت تهتم بتناقش أداء الإعلام الاجتماعي، إضافة إلى أن المعلومات المتداولة في موقع (تويتر) جذابة مقارنة بالشبكات الإعلامية الأخرى، وأنها وسيلة للتواصل الاجتماعي وتفاعل مع قضايا الفساد. وإن أعلى السلبيات لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي أنها تقدم أفكاراً سلبية لا تتفق مع ثقافة البلد، وليست دائماً ذات مصداقية، وانفتحت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة المري(2016) التي أظهرت وجود اثر تطبيق تويتر على معالجة معلومات الإعلاميين في القنوات الفضائية الخليجية بمنطقة الخليج العربي.

السؤال السادس: ما نوعية المعلومات التي يسعى الصحفيون الكويتيون إلى الحصول عليها من (تويتر)؟

للإجابة عن هذه السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن السؤال " ما نوعية المعلومات التي يسعى الصحفيون الكويتيون إلى الحصول عليها من (تويتر)؟"، والجدول رقم (11) يوضح ذلك.

جدول رقم (11)

التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لنوعية المعلومات التي يسعى الصحفيون الكويتيون إلى الحصول عليها من التويتر

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	إلى حد كبير		إلى حد ما		لا		الفقرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	
.641	2.36	45.3	117	45.7	118	8.9	23	1 المعلومات المتعلقة بقضايا الفساد
.649	2.52	60.9	157	30.6	79	8.5	22	2 التعرف إلى التعليقات المطروحة في الوسم (hash tag) حول قضية فساد ما .
.704	2.44	56.2	145	31.4	81	12.4	32	3 أستفيد من تعليقات القراء لتطوير أدائي في المستقبل .
.613	2.50	56.2	145	37.6	97	6.2	16	4 التعرف إلى توجهات قادة الرأي حول قضايا الفساد المطروحة
.520	2.69	71.3	184	26.0	67	2.7	7	5 أتابع من خلاله أخبار الصحف والمؤسسات الإعلامية
.594	2.58	63.6	164	31.0	80	5.4	14	6 يعطيني مؤشرا عن مدى قبول القارئ لمادتي الصحفية لقياس ردة الفعل
.630	2.40	48.1	124	44.2	114	7.8	20	7 يمكنني من التعرف إلى المعلومات المتعلقة بالفعاليات الإعلامية الخاصة بالفساد والانضمام إليها
.631	2.48	55.8	144	36.8	95	7.4	19	8 الحصول على معلومات تفيد في استقراء المزاج العام حول قضايا الفساد
.659	2.36	46.1	119	43.8	113	10.1	26	9 يساعدني استخدام (تويتر) في الخروج بقصة صحفية حول الفساد
.366	2.48	نوعية المعلومات التي يسعى الصحفيون الكويتيون إلى الحصول عليها						

يظهر من الجدول رقم (11) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عن فقرات محور "

نوعية المعلومات التي يسعى الصحفيون الكويتيون إلى الحصول عليها " قد تراوحت ما بين

(2.36- 2.69)؛ إذ جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة رقم (5) ونصها: أتابع من خلاله أخبار

الصحف والمؤسسات الإعلامية، بمتوسط حسابي (2.69)، وبالمرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم

(6) ونصها: يعطيني مؤشرا عن مدى قبول القارئ لمادتي الصحفية لقياس ردة الفعل ، وبالمرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (9) ونصها: يساعدي استخدام تويتر في الخروج بقصة صحفية حول الفساد ، وبلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل (2.48)، ويعود السبب في ذلك إلى أن لاستخدام موقع (تويتر) الكثير من المميزات، التي من ضمنها توسيع دائرة المستخدمين من خلال توفير سهولة التواصل فيما بينهم وبين الآخرين أيضا، وكذلك ميزة نشر الثقافة التقنية، فمن الممكن أن تستفيد فئات المجتمع أيضا من ذلك من خلال اطلاعهم على المستجدات في قضايا الفساد.

السؤال السابع: ما الصعوبات التي تواجه الصحفيين الكويتيين في تغطية قضايا الفساد ؟

للإجابة عن هذه السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن السؤال "ما الصعوبات التي تواجه الصحفيين الكويتيين في تغطية قضايا الفساد؟"، والجدول رقم (12) يوضح ذلك.

جدول رقم (12)

التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للصعوبات التي تواجه الصحفيين الكويتيين في تغطية قضايا الفساد

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أوافق		محايد		لا أوافق		الفقرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	
.583	2.57	61.2	158	34.1	88	4.7	12	1 قوانين الإعلام والنشر والحريات الإعلامية أهم الصعوبات التي تواجه الصحفي في تغطية قضايا الفساد
.695	2.30	43.4	112	43.0	111	13.6	35	2 يتعرض الصحفي إلى المضايقة من خلال السياسة التحريرية التي تنتهجها المؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها.
.636	2.55	62.8	162	29.5	76	7.8	20	3 صعوبة الحصول على الوثائق من أهم الصعوبات التي يتعرض لها الصحفي
.683	2.36	48.1	124	40.3	104	11.6	30	4 تتعرض المؤسسات الإعلامية التي تركز على قضايا الفساد إلى خسائر مادية بحرمانها من الإعلانات
.673	2.38	48.4	125	40.7	105	10.9	28	5 الخطر الذي يواجهه الصحفي من خلال

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أوافق		محايد		لا أوافق		الفقرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	
								نشر المادة الصحفية من قبل الفاسدين.
.752	2.28	45.7	118	36.0	93	18.2	47	6 ضغوطات اجتماعية بسبب العلاقات التي تربط الصحفي بالفاسدين.
.438	2.41	الصعوبات التي تواجه الصحفيين الكويتيين في تغطية قضايا الفساد						

يظهر من الجدول رقم (12) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عن فقرات محور

"الصعوبات التي تواجه الصحفيين الكويتيين في تغطية قضايا الفساد" قد تراوحت ما بين (2.28-2.57)؛ إذ جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة رقم (1) ونصها: قوانين الإعلام والنشر والحريات الإعلامية أهم الصعوبات التي تواجه الصحفي في تغطية قضايا الفساد، بمتوسط حسابي (2.57)، وبالمرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (3) ونصها: صعوبة الحصول على الوثائق من أهم الصعوبات التي يتعرض لها الصحفي، وبالمرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (6) ونصها: ضغوطات اجتماعية بسبب العلاقات التي تربط الصحفي بالفاسدين، وبلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل (2.41)، ويعود السبب في ذلك إلى كثرة الأخبار غير الصحيحة التي يمكن أن يتم تداولها على موقع (تويتر). وإن قوانين الإعلام والنشر والحريات الإعلامية تحاول رصد جميع ما ينشر في وسائل الإعلام، ومواقع التواصل الاجتماعي عن قضايا الفساد ضمن اختصاصاتها.

السؤال الثامن: برأيك ما مدى مصداقية المعلومات المنشورة على تويتر حول قضايا الفساد؟

للإجابة عن هذه السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن السؤال " برأيك ما مدى مصداقية المعلومات المنشورة على تويتر حول قضايا الفساد؟"، والجدول رقم (13) يوضح ذلك.

جدول رقم (13)

التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى مصداقية المعلومات المنشورة على تويتر حول قضايا الفساد

الرقم	الفقرة	منخفضة جدا		منخفضة		متوسطة		عالية		عالية جدا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد			
1	مستوى مصداقية المعلومات المنشورة على تويتر حول قضايا الفساد	4.3	11	14.7	38	57.4	148	17.1	44	6.6	17	3.07	.866	
2	مستوى شمولية تويتر في تغطية قضايا الفساد	4.3	11	15.5	40	52.3	135	20.9	54	7.0	18	3.11	.897	
3	مستوى موضوعية المعلومات المنشورة على تويتر حول قضايا الفساد	9.3	24	17.8	46	52.7	136	17.4	45	2.7	7	2.86	.904	
4	مستوى توازن المعلومات المنشورة على تويتر حول قضايا الفساد	7.0	18	21.3	55	53.9	139	14.0	36	3.9	10	2.86	.878	
5	مستوى التعددية في تويتر حول قضايا الفساد	6.2	16	15.1	39	46.9	121	20.5	53	11.2	29	3.16	1.017	
6	مستوى دقة المعلومات المنشورة على تويتر حول قضايا الفساد	8.9	23	20.9	54	50.8	131	13.2	34	6.2	16	2.87	.965	
7	مستوى تفاعلية تويتر حول قضايا الفساد	2.7	7	7.4	19	38.4	99	24.8	64	26.7	69	3.66	1.037	
8	مستوى نزاهة تويتر حول قضايا الفساد	8.5	22	18.2	47	53.1	137	12.0	31	8.1	21	2.93	.984	
مصدقية المعلومات المنشورة على تويتر حول قضايا الفساد													3.06	.649

يظهر من الجدول رقم (13) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عن فقرات محور "

مصدقية المعلومات المنشورة على تويتر حول قضايا الفساد " قد تراوحت ما بين (2.86 -

3.66)؛ إذ جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة رقم (7) ونصها: مستوى تفاعلية تويتر حول قضايا

الفساد، بمتوسط حسابي (2.86)، وبالمرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (5) ونصها: مستوى

التعددية في تويتر حول قضايا الفساد ، وبالمرتبة الأخيرة جاءت الفقرتين رقم (4) (3) ونصهم :

مستوى توازن المعلومات المنشورة على تويتر حول قضايا الفساد ، مستوى موضوعية المعلومات

المنشورة على تويتر حول قضايا الفساد وبلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل (3.06)، ويعود السبب في ذلك إلى أن أكثر التغريدات من حسابات وهمية، والتي قد تصبح محل تداول ونقاشات واسعة ونقاش بين رواد موقع (تويتر) والمجالس الجدلية، إذ يتميز تويتر بالتفاعلية العالية.

ثانياً: النتائج المتعلقة بالفرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد الصحفيين الكويتيين على

(تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد تعزى للعوامل الديموغرافية.

للتحقق من صحة هذه الفرضية تم تطبيق اختبار (Independent Samples T-Test)

على اعتماد الصحفيين الكويتيين على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد

تبعاً لمتغير (الجنس)، وتم تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) على اعتماد الصحفيين

الكويتيين على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد تبعاً لمتغيرات "المؤهل العلمي،

سنوات الخبرة في العمل الصحفي، مستوى إلمامك باللغة الإنجليزية، نوع المؤسسة الإعلامية

التي تعمل فيها"، والجدول (14) توضح ذلك.

جدول (14)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين لأثر النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة في

العمل الصحفي، ومستوى إلمامك باللغة الإنجليزية، ونوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها على درجة اعتماد الصحفيين

الكويتيين على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد

المتغير	الفئات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
النوع الاجتماعي	ذكر	3.66	.804	.092	1، 256	.762
	أنثى	3.79	.871			
العمر	أقل من 25	3.61	.778	.996	3، 254	.395
	من 25 إلى 30	3.86	.706			
	من 31 إلى 35	3.83	.821			
	من 36 فما فوق	3.53	.859			
المؤهل العلمي	دبلوم وأقل	3.45	.820	2.279	2، 255	.105

المتغير	الفئات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
	بكالوريوس	3.77	.814			
	دراسات عليا	3.73	.801			
سنوات الخبرة في العمل الصحفي	أقل من 5 سنوات	3.76	.657	.492	2، 255	.612
	من 5 سنوات إلى 10 سنوات	3.87	.827			
	10سنوات فأكثر	3.57	.856			
مستوى إلمامك باللغة الإنجليزية	جيد جدا	3.74	.815	.839	2، 255	.433
	جيد	3.60	.796			
	مقبول	3.84	.888			
نوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها	حكومية	3.85	.823	.451	1، 256	.503
	خاصة	3.66	.819			

يتبين من الجدول (14) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)

في $\alpha \leq$ في آراء أفراد العينة حول درجة اعتماد الصحفيين الكويتيين على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد تبعاً لمتغيرات (العمر، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة في العمل الصحفي، ومستوى إلمامك باللغة الإنجليزية، ونوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها)، إذ كانت قيم (F) غير دالة إحصائياً.

الفرضية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أسباب اعتماد الصحفيين الكويتيين على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد تعزى إلى نوع المؤسسة الإعلامية التي ينتمون إليها

للتحقق من صحة هذه الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأسباب اعتماد الصحفيين الكويتيين على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد حسب متغير نوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها، ولبيان الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام اختبار "ت"، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول (15)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار "ت" لأثر نوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها على أسباب اعتماد الصحفيين الكويتيين على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد

الدلالة الإحصائية	درجات الحرية	قيمة "ت"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	نوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها	
.000	256	4.005	.328	2.49	41	حكومية	أسباب اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد
			.308	2.27	217	خاصة	

يتبين من الجدول (15) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين آراء أفراد

العينة حول أسباب اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد تبعاً لمتغير نوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها، فبلغت قيمة ت (4.005) وهي قيمة دلالة إحصائية لصالح نوع المؤسسة الإعلامية (الحكومية) بمتوسط حسابي (2.49)، بينما بلغ المتوسط الحسابي لمؤسسة الإعلامية (الخاصة) بمتوسط حسابي (2.27).

الفرضية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أهداف اعتماد الصحفيين الكويتيين على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد تعزى إلى نوع المؤسسة الإعلامية التي ينتمون إليها.

للتحقق من صحة هذه الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهداف اعتماد الصحفيين الكويتيين على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد حسب متغير نوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها، ولبيان الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام اختبار "ت"، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول (16)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار "ت" لأثر نوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها على أهداف اعتماد الصحفيين الكويتيين على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد

الدلالة الإحصائية	درجات الحرية	قيمة "ت"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	نوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها	

.005	256	2.824	.391	2.37	41	حكومية	أهداف اعتماد الصحفيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد
			.402	2.17	217	خاصة	

يتبين من الجدول (16) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين آراء أفراد العينة حول أهداف اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد تبعاً لمتغير نوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها، فبلغت قيمة ت (2.824) ن وهي قيمة دلالة إحصائية لصالح نوع المؤسسة الإعلامية (الحكومية) بمتوسط حسابي (2.37)، بينما بلغ المتوسط الحسابي لمؤسسة الإعلامية (الخاصة) بمتوسط حسابي (2.17).

الفرضية الرابعة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تحدث للصحفيين الكويتيين تعزى للعوامل الديموغرافية.

للتحقق من صحة هذه الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل من الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تحدث للصحفيين الكويتيين حسب متغيرات النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة في العمل الصحفي، ومستوى إلمامك باللغة الإنجليزية، ولبيان الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام تحليل التباين، والجدول أدناه توضح ذلك.

أولاً: الآثار المعرفية

جدول (17)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين لأثر النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة في العمل الصحفي، ومستوى إلمامك باللغة الإنجليزية، ونوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها على الآثار المعرفية

المتغير	الفئات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
النوع الاجتماعي	ذكر	2.22	.453	.005	1، 256	.946
	أنثى	2.28	.482			
العمر	أقل من 25	2.25	.483	.681	3، 254	.564

المتغير	الفئات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
	من 25 إلى 30	2.30	.446	1.291	2، 255	
	من 31 إلى 35	2.29	.472			
	من 36 فما فوق	2.17	.453			
المؤهل العلمي	دبلوم وأقل	2.17	.419	1.291	2، 255	.277
	بكالوريوس	2.27	.454			
	دراسات عليا	2.14	.540			
سنوات الخبرة في العمل الصحفي	أقل من 5 سنوات	2.36	.340	2.372	2، 255	.095
	من 5 سنوات إلى 10 سنوات	2.27	.514			
	10سنوات فأكثر	2.17	.459			
مستوى إلمامك باللغة الإنجليزية	جيد جدا	2.28	.510	1.025	2، 255	.360
	جيد	2.18	.428			
	مقبول	2.29	.432			

يتبين من الجدول (17) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (\leq)

$(\alpha 0.05)$ في آراء أفراد العينة حول الآثار المعرفية تبعاً لمتغيرات (النوع الاجتماعي، والعمر،

والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة في العمل الصحفي، ومستوى إلمامك باللغة الإنجليزية) ، فكانت

قيم (F) غير دالة إحصائياً

ثانياً: الآثار الوجدانية

جدول (18)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين لأثر النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة في العمل الصحفي، ومستوى إلمامك باللغة الإنجليزية، ونوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها على الآثار الوجدانية

المتغير	الفئات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
النوع الاجتماعي	ذكر	2.26	.434	.122	1، 256	.727
	أنثى	2.30	.339			
العمر	أقل من 25	2.32	.227	1.475	3، 254	.222
	من 25 إلى 30	2.33	.378			
	من 31 إلى 35	2.33	.403			
	من 36 فما فوق	2.20	.449			
المؤهل العلمي	دبلوم وأقل	2.36	.346	2.826	2، 255	.061

			.419	2.25	بكالوريوس	
			.475	2.22	دراسات عليا	
.675	255، 2	.393	.301	2.30	أقل من 5 سنوات	سنوات الخبرة في العمل الصحفي
			.382	2.31	من 5 سنوات إلى 10 سنوات	
			.461	2.24	10 سنوات فأكثر	
.662	255، 2	.413	.477	2.29	جيد جدا	مستوى إمامك باللغة الإنجليزية
			.392	2.24	جيد	
			.326	2.30	مقبول	

يتبين من الجدول (18) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة) \leq

$\alpha 0.05$) في آراء أفراد العينة حول الآثار الوجدانية تبعاً لمتغيرات (النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة في العمل الصحفي، ومستوى إمامك باللغة الإنجليزية)، فكانت

قيم (F) غير دالة إحصائياً

ثالثاً: الآثار السلوكية

جدول (19)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين لأثر النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة في العمل الصحفي، ومستوى إمامك باللغة الإنجليزية، ونوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها على الآثار السلوكية

المتغير	الفئات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
النوع الاجتماعي	ذكر	1.93	.533	.562	1، 256	.454
	أنثى	1.98	.537			
العمر	أقل من 25	2.02	.513	.762	3، 254	.516
	من 25 إلى 30	2.11	.532			
	من 31 إلى 35	2.00	.537			
	من 36 فما فوق	1.82	.511			
المؤهل العلمي	دبلوم وأقل	1.86	.517	.666	2، 255	.515
	بكالوريوس	1.98	.542			
	دراسات عليا	1.94	.513			
سنوات الخبرة في العمل الصحفي	أقل من 5 سنوات	2.05	.490	1.546	2، 255	.215
	من 5 سنوات إلى 10 سنوات	2.09	.569			

			.505	1.83	10سنوات فأكثر	
.950	255 ، 2	.051	.612	1.98	جيد جدا	مستوى إلمامك باللغة الإنجليزية
			.464	1.91	جيد	
			.547	1.97	مقبول	

يتبين من الجدول (19) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في آراء أفراد العينة حول الآثار الوجدانية تبعاً لمتغيرات (النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة في العمل الصحفي، ومستوى إلمامك باللغة الإنجليزية)، فكانت قيم (F) غير دالة إحصائياً.

الفرضية الخامسة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسباب الاعتماد على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية.

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج معامل ارتباط بيرسون بين أسباب الاعتماد على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد وكل من الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية، والجدول (20) يوضح ذلك.

جدول (20)

معامل ارتباط بيرسون بين أسباب الاعتماد على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد وكل من الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية

الآثار السلوكية	الآثار الوجدانية	الآثار المعرفية		
** .536	** .505	** .673	معامل الارتباط	أسباب اعتماد الصحفيين الكويتيين
.000	.000	.000	الدلالة الإحصائية	على تويتر كمصدر للمعلومات حول
258	258	258	العدد	قضايا الفساد

* دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05).

** دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.01).

يتبين من الجدول (20) وجود علاقة طردية وإيجابية دالة إحصائية بين أسباب الاعتماد على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد وكل من الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية

الفرضية السادسة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أهداف الاعتماد على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية.

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج معامل ارتباط بيرسون بين أهداف الاعتماد على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد وكل من الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية، والجدول (21) يوضح ذلك.

جدول (21)

معامل ارتباط بيرسون بين أهداف الاعتماد على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد وكل من الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية

الآثار السلوكية	الآثار الوجدانية	الآثار المعرفية		
** .524	** .457	** .597	معامل الارتباط	أهداف اعتماد الصحفيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد
.000	.000	.000	الدلالة الإحصائية	
258	258	258	العدد	

* دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05).

** دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.01).

يتبين من الجدول (21) وجود علاقة إيجابية وطردية دالة إحصائية بين أهداف

الاعتماد على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد وكل من الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية.

ملخص لنتائج أسئلة الدراسة

بعد إجراء التحليل الإحصائي لإجابات أفراد العينة عن أداة الدراسة تبين ما يلي:

1. أهم أسباب اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد سهولة استخدام تويتر عبر مختلف الأجهزة الإلكترونية والذكية، والتنوع في شخصيات الجمهور العلمية والثقافية والعملية مع تفاوت الأعمار.
2. أهم أهداف اعتماد الصحفيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد فهم الحقائق الخاصة بقضايا الفساد وأبعادها المختلفة، وتكوين رأياً شخصياً حول قضايا الفساد.
3. يساهم (تويتر) في رفع مستوى معرفة الصحفيين الكويتيين بقضايا الفساد في الكويت.
4. يساعد (تويتر) الصحفيين الكويتيين على معرفة توجهات قادة الرأي نحو قضايا الفساد.
5. يؤثر (تويتر) على مشاعر الصحفيين الكويتيين تجاه قضايا الفساد.
6. يستخدم الصحفيون الكويتيون صفحاتهم الخاصة في (تويتر) للتوعية حول أضرار الفساد على الوطن والمواطن.
7. يعتمد ما نسبته (14.0%) من عينة الدراسة على تويتر كمصدر مهم للمعلومات حول قضايا الفساد بدرجة عالية جداً، كما أن (48.8%) من عينة الدراسة يعتمدون على تويتر كمصدر مهم للمعلومات حول قضايا الفساد بدرجة عالية؛ مما يدل على أن هناك ما نسبته (62.8%) من الصحفيين الكويتيين يرون أن تويتر مصدر مهم للمعلومات حول قضايا الفساد.
8. أن درجة اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر مهم للمعلومات حول قضايا الفساد كانت مرتفعة؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول هذا البند (3.69).

9. يهتم الصحفيون الكويتيون بمراجعة للمعلومات الواردة على صفحة (تويتر) للتأكد من مصداقيتها.

10. يرى الصحفيون الكويتيون أن (تويتر) يمكنهم من توصيل المادة الصحفية إلى عدد كبير من الجمهور.

11. يعتمد الصحفيون الكويتيون على المعلومات المرسله لصفحتهم في موقع (تويتر) في تناقل الأخبار.

12. يتابع الصحفيون الكويتيون أخبار الصحف والمؤسسات الإعلامية على موقع تويتر

13. يرى الصحفيون الكويتيون أن تويتر يعطيهم مؤشرا عن مدى قبول القارئ لمادتهم الصحفية لقياس ردة الفعل.

14. قوانين الإعلام والنشر والحريات الإعلامية من أهم الصعوبات التي تواجه الصحفي في تغطية قضايا الفساد، وصعوبة الحصول على الوثائق أيضا.

15. يرى الصحفيون أن تويتر يتميز بتفاعلية والتعددية عالية، ولكن تقل فيه نسبة الموضوعية.

ملخص لنتائج الفروض الدراسية

1. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في آراء أفراد العينة حول درجة اعتماد الصحفيين الكويتيين على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد تبعاً لمتغيرات (العمر، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة في العمل الصحفي، ومستوى إلمامك باللغة الإنجليزية، ونوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها).
2. وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \geq 0.05$) بين آراء أفراد العينة حول أسباب اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد تبعاً لمتغير نوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها، لصالح نوع المؤسسة الإعلامية (الحكومية).
3. وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \geq 0.05$) بين آراء أفراد العينة حول أهداف اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد تبعاً لمتغير نوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها لصالح نوع المؤسسة الإعلامية (الحكومية).
4. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في آراء أفراد العينة حول الآثار المعرفية تبعاً لمتغيرات (النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة في العمل الصحفي، ومستوى إلمامك باللغة الإنجليزية).
5. وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \geq 0.05$) بين آراء أفراد العينة حول الآثار المعرفية تبعاً لمتغير نوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها، لصالح نوع المؤسسة الإعلامية (الحكومية).

6. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في آراء أفراد العينة حول الآثار الوجدانية تبعاً لمتغيرات (النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة في العمل الصحفي، ومستوى إلمامك باللغة الإنجليزية).

7. وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \geq 0.05$) بين آراء أفراد العينة حول الآثار الوجدانية تبعاً لمتغير نوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها، لصالح نوع المؤسسة الإعلامية (الحكومية).

8. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في آراء أفراد العينة حول الآثار الوجدانية تبعاً لمتغيرات (النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة في العمل الصحفي، ومستوى إلمامك باللغة الإنجليزية، ونوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها) وجود علاقة طردية وإيجابية دالة إحصائياً بين أسباب الاعتماد على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد وكل من الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية.

9. وجود علاقة إيجابية وطردية دالة إحصائياً بين أهداف الاعتماد على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد وكل من الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية.

10. وجود علاقة طردية وإيجابية دالة إحصائياً بين أسباب الاعتماد على (تويتر) كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد وكل من الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية

التوصيات

بناء على ما سبق من نتائج يوصي الباحث بما يلي:

1. إجراء بحوث إعلامية ميدانية للتعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهات أفراد المجتمع نحو قضايا الفساد.
2. الاهتمام بالتنسيق المسبق بين الصفحات الخاصة بالجهات الإعلامية على موقع تويتر والجهة المعنية بالتصدي للممارسات الفساد، وذلك بهدف زيادة مستوى مصداقية المعلومات على موقع تويتر.
3. ضرورة أن تسعى المؤسسات الإعلامية لتحسين البيئة المؤسسية الكفيلة بمحاربة الفساد بكافة أشكاله ، والمحافظة على الثقة بين الجمهور وبينها.
4. نشر معلومات ومقالات تؤكد على معاني النزاهة الوطنية من خلال منظومة بيئية وتشريعية بالتعاون مع هيئة مكافحة الفساد .
5. ضرورة متابعة التطورات الحديثة في المجال الإلكتروني، والوصول إلى المعلومات عبر أحدث الوسائل الإلكترونية باعتبار أن لها تأثيرا مباشرا على اتجاهات الأفراد نحو قضايا الفساد.
6. يجب على الصحفيين متابعة الندوات والمؤتمرات التي تختص بموضوع الفساد، ونشر التقارير عنها، وإعطائها أهمية خاصة.
7. يجب على الصحفيين نشر تجارب الشعوب الأخرى التي نجحت بالحد من ظاهرة الفساد، ومحاولة تسليط الضوء عليها.

المصادر والمراجع

القرآن الكريم

الحجر

المجادلة

الكتب العربية والمترجمة

- 1- أبو الحمام, عزام محمد.(2011). **الإعلام والمجتمع**, ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 2- بن روان, بلقاسم.(2007). **وسائل الإعلام والمجتمع**, الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع.
- 3- الجبور, سناء محمد.(2010). **الإعلام الاجتماعي**, عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 4- خضور, أديب محمد.(2015). **علم الاجتماع الإعلامي**, ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 5- خليل, لؤي. (2010م). **الإعلام والصحفي**, عمان: دار أسامة.
- 6- خورشيد, مراد.(2011م). **الاتصال الجماهيري والإعلام**, عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 7- الديهي, محي الدين إسماعيل محمد.(2015). **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين**, ط1، الإسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية.
- 8- ريان, محمد سيد.(2012). **الإعلام الجديد**, ط1، القاهرة: مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع.

- 9- زغيب، شيماء. (2009). **مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.**
- 10- السكارنة، بلال خلف. (2011). **الفساد الإداري، ط1، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.**
- 11- سلطان، محمد. (2012). **وسائل الإعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور، عمان: دار المسيرة.**
- 12- شفيق، حسنين. (2013). **علم نفس الإعلام الجديد، ط1، القاهرة: دار فكر وفن.**
- 13- شفيق، حسنين. (2010). **الإعلام الجديد الإعلام البديل، ط1، القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.**
- 14- الضامن، رشا فواز. (2015). **الصحافة الكويتية بين التحديات ومعطيات البيئة الإعلامية، الكويت: دار الفراشة للنشر.**
- 15- عبد الحميد، محمد. (2000). **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2، القاهرة: دار عالم الكتب.**
- 16- عبد الرزاق، انتصار؛ الساموك، صدف. (2011). **الإعلام الجديد تطور الأداة والوسيلة، ط1، بغداد: الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة.**
- 17- عفيفي، علاء الدين. (2015). **الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، الإسكندرية: دار التعليم الجامعي.**
- 18- العيسى، لؤي. (2009). **الفساد الإداري والبطالة، اريد: دار الكندي.**
- 19- كافي، مصطفى. (2016). **الإعلام والفساد الإداري والمالي وتداعياته على العمل الحكومي، ط1، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.**

- 20- كنعان, علي عبد الفتاح.(2015). **المجتمع المدني والإعلام**, عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع.
- 21- كنعان, علي عبد الفتاح.(2014). **الإعلام والمجتمع**, عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- 22- اللبان, شريف.(2010). **مداخلات في الإعلام البديل والنشر الالكتروني على الإنترنت**, القاهرة : دار العالم العربي.
- 23- محمود, خالد. (2011). **شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي**, لبنان, مدارك للنشر.
- 24- المشاقبة, بسام. (2011). **نظريات الإعلام**, عمان: دار أسامة.
- 25- ملفين, وروكيتش. (1993). **نظريات وسائل الإعلام**, القاهرة: الدار الدولية.
- 26- نصار, تركي.(2004). **وسائل الإعلام وقضايا المجتمع**, إريد: مؤسسة حمادة للنشر والتوزيع.
- 27- الوفائي, محمد. (1998م). **مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية**, مصر: مكتبة الأنجلو المصرية.

المراجع الأجنبية:

- 1- Abdus Sattar Chaudhry and Luluwa Al-Sagheer.(2011). Information behavior of journalists : Analysis of critical incidents of information finding and use, The International Information & Library Review ,Vol. 43, No. 4, December: 178 – 183

Amir, D., & Sonderpandian, J.(2002). **Complete Business statistics**. -2
New york: McGraw-Hill

Arman Hossain and Shariful Islam, Information-seeking by print -3
media journalists in Rajshahi, Bangladesh, IFLA Journal

Budak, Alex. (2010). **Facebook, Twitter and Barack Obama: New** -4
Media and the 2008 presidential election (Unpublished
M.A),Georgetown University, Washington, DC

Robert J.(2013). How Social Media has Changed News ,Hermes -5
Master Degree Thesis of ,Gathering at Television Stations
USA.Communication & Leadership Studies, Gonzaga Univ.

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files> -6

JENNIFER ALEJANDRO JOURNALISM IN THE AGE OF SOCIAL -7
MEDIA Reuters Institute Fellowship Paper University of Oxford

Rebecca, A. Hayes.(2009). New Media, New Politics: Political Effigy -8
and The Examination of Uses of Social Network, Sites for political
Unpublished Ph.D. Dissertation, MichiganState Engagement
University

<http://proquest.umi.com/pqdweb?index=0&did=1974378471&Srchmode=1&side=1&Fmt=6&VInst=PROD&VTyoe=PQD&RQT=309&VName=PQD&TS=128021925&cilentId=93083>

Smith. A.(2011). of online Americans used social networking and twitter for politics in 2010 campaign, and Why Americans Use social Media: Social Networking Sites are Appealing As A way to Maintain Contact With Close Ties and Reconnect with Old Friends <http://pewinternet.org/Reports/2011/Politics-and-social-media.aspx>. PewResearch Center.

Yonghwan Kim et autres. (2013). **use of social media on discussion network heterogeneity traits**, journal of communication, international communication association,

أبحاث ودراسات منشورة :

- 1- إسماعيل, سهى. (2014). استخدامات الصحفيين الأردنيين للفييس بوك والاشباعات المتحققة منه, رسالة ماجستير, جامعة اليرموك, الأردن.
- 2- الأنصاري, ناصر. (2012). دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتخابات مجلس الأمة الكويتي الرابع عشر, رسالة ماجستير, جامعة الشرق الأوسط, عمان.
- 3- زغيب, شيماء. (2010). استخدام موقع التدوين المصغر (تويتر) في تغطية الانتخابات التشريعية المصرية (دراسة تحليلية), جامعة القاهرة, مصر.
- 4- سيد عبد الرحمن, محمود. (2011). حول دور الإعلام الإقليمي في معالجة قضايا الفساد (دراسة تطبيقية على إقليم شمال الصعيد). رسالة ماجستير, جامعة الزقازيق, مصر.
- 5- الصفدي, فلاح. (2015). استخدامات القائم بالاتصال الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة, رسالة ماجستير, الجامعة الإسلامية, غزة.
- 6- الضويحي, عبد العزيز. (2004). التخطيط الإعلامي ودوره في مواجهة الكوارث والأزمات, رسالة ماجستير, جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية, الرياض.

- 7- الطيار, فهد. (2014). شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجاً). دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود, جامعة الملك سعود, الرياض.
- 8- عبد الله الفيبي, جواهر. (2014). سلوك البحث عن المعلومات لدى الصحفيين لمؤسسة عكاظ للصحافة والنشر, رسالة ماجستير, جامعة الملك عبد العزيز, الرياض.
- 9- عبيدات, محمد. (2014). اعتماد الجمهور الأردني على الصحف اليومية في متابعة قضايا الفساد الاقتصادي, رسالة ماجستير, جامعة اليرموك, اربد.
- 10- قطيم, حسن. (2013). الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي تويتر من قبل الشباب الكويتي, رسالة ماجستير, جامعة الشرق الأوسط, عمان.
- 11- المري, خولاء. (2016). تأثير التويتر على طبيعة عمل عينة قصدية من الإعلاميين في القنوات الفضائية الخليجية, رسالة ماجستير, جامعة الشرق الأوسط, الأردن.

أبحاث ودراسات غير منشورة:

- 1- أبو زيد, أيمن. (2006). اعتماد المشاهد المصري على القنوات الفضائية خلال الأزمات, رسالة ماجستير غير منشورة, القاهرة.
- 2- الدحدوح, علاء. (2012). تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية فيسبوك في الجامعات الفلسطينية, رسالة ماجستير غير منشورة, الجامعة الإسلامية, غزة.

المجلات والدوريات:

- 1- آل سعود, نايف.(2015). مدى اعتماد القارئ بالاتصال بالصحف المطبوعة السعودية على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات: دراسة مسحية, *المجلة العربية للإعلام والاتصال, السعودية.*
- 2- تقي, طارق هبد الرسول.(2011). دور الشفافية والإعلام الحر في تفكيك ظاهرة الفساد, *مجلة النزاهة والشفافية للبحوث والدراسات, العراق.*
- 3- الحجار, عدي. (2011). الأسس المنهجية لتوظيف الإعلام التربوي في نشر ثقافة النزاهة, *مجلة النزاهة والشفافية للبحوث والدراسات, العراق.*
- 4- خليفة, علاء الدين. (2011). مسؤولية الإعلام الاجتماعية إزاء تفشي ظاهرة الفساد وإشاعة ثقافة النزاهة, *مجلة النزاهة والشفافية للبحوث والدراسات, العراق.*
- 5- رشيد, بتول عبد العزيز. (2011). دور الصحافة في تدعيم تنفيذ آليات الإستراتيجية الوطنية لمكافحة الفساد, *مجلة النزاهة والشفافية للبحوث والدراسات, العراق.*
- 6- السويد, محمد. (2015). استخدامات الكتاب الصحفيين لتويتر وتأثيرها على أدائهم المهني: دراسة ميدانية على عينة من كتاب الصحف السعودية, *المجلة العربية للإعلام والاتصال, السعودية.*
- 7- الشديدي, مرتضى نوري محمود.(2011). دور وسائل الإعلام في مكافحة الفساد الإداري والمالي وإشاعة ثقافة النزاهة, *مجلة النزاهة والشفافية للبحوث والدراسات, العراق.*

- 8- الشمري, حاتم بدوي, ابتهاج جاسم رشيد.(2016). دور وسائل الإعلام في مكافحة الفساد العراق نموذجاً, مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية, العراق.
- 9- هاشم, عامر نعمة.(2011). بحث في دور الإعلام والإعلام التربوي في مكافحة الفساد, مجلة النزاهة والشفافية للبحوث والدراسات, العراق.

المؤتمرات

- 1- حسين, عمر إسماعيل.(2013). بحث في دور وسائل الإعلام في كشف الفساد الإداري والمالي, مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي السابع لهيئة النزاهة, وزارة المالية, العراق.
- 2- سويد, محمد. (2014). استخدامات الشباب الجامعي السعودي لموقع التواصل الاجتماعي (تويتر) وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية, بحث مقدم في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعية, جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية, الرياض.

الإنترنت :

- جمعية الصحفيين الكويتية, <http://www.kja-kw.com>, وقت الدخول: تاريخ 28-2-2017 الساعة 11:13 مساءً.
- العرب, فيصل الياسر <http://www.alarab.co.uk/article/Opinion/73303> , نُشر في 17/02/2016, العدد: 10188, ص(18), وقت الدخول: 25-10-2017 الساعة 5:45 صباحاً.
- عباس, وليد <http://www.france24.com/ar/20100219-face-book-twitter> , وقت الدخول: 26-11-2017 الساعة 7:26 مساءً

• <http://journaliste222.blogspot.com/2013/11/blog-الصادق,الحمامي>

, وقت الدخول: 2017-11-28 الساعة 9:12 مساءً [post_6274.html](http://journaliste222.blogspot.com/2013/11/blog-post_6274.html)

الملاحق

ملحق (1)

أعضاء لجنة تحكيم الاستبانة

- 1- الأستاذ الدكتور هاشم السلعوس/ الاذاعة والتلفزيون/ جامعة اليرموك
- 2- الدكتور خلف الطاهات/ الصحافة والاعلام/ جامعة اليرموك
- 3- الدكتور زهير الطاهات/ الصحافة والاعلام/ جامعة اليرموك
- 4- الدكتور مناور الراجحي/ الصحافة والاعلام/ جامعة الكويت
- 5- الدكتور فواز العجمي/ الصحافة والاعلام/ جامعة الكويت

الملحق (2)

الاستبانة

اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد

الأخوة الصحفيين..

يجري الباحث دراسة بعنوان : " اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد " , كجزء من متطلبات الحصول على الماجستير في الإعلام من كلية الإعلام في جامعة اليرموك. أرجو منكم التكرم بالإجابة عن أسئلة هذه الاستبانة بدقة وموضوعية, مؤكدا لكم أن المعلومات التي ستدلون بها لن يتم استخدامها إلا لغايات البحث العلمي.

شاكرا لكم حسن تعاونكم

أحمد حمود الشمري

جامعة اليرموك

الاستبانة

المحور الأول : العوامل الديموغرافية :-

1- النوع الاجتماعي :

- ذكر
- أنثى

2- العمر :

- أقل من 25
- من 25 إلى 30
- من 31 إلى 35
- من 36 فما فوق

3- المؤهل العلمي :

- دبلوم وأقل
- بكالوريوس
- دراسات عليا

4- ما عدد سنوات الخبرة في العمل الصحفي ؟

- أقل من 5 سنوات
- من 5 سنوات إلى 10 سنوات
- 10 سنوات فأكثر

5- ما مستوى إلمامك باللغة الإنجليزية ؟

- جيد جدا
- جيد
- مقبول

6- ما نوع المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها ؟

- حكومية
- خاصة

المحور الثاني : ما عادات متابعة وتصفح الصحفيين الكويتيين لـ (تويتر) ؟

7- هل تستخدم تويتر ؟

- نعم. إذا كانت إجابتك بنعم, الرجاء الانتقال إلى السؤال (9)
- لا. إذا كانت إجابتك بلا, الرجاء الإجابة عن السؤال (8) ثم تسليم الاستبانة وشكرا

8- ما أسباب عدم استخدامك ل (تويتر) ؟

- لست مشتركا في الإنترنت
 - ليس لدي المهارات الكافية لاستخدام تويتر
 - ليس لدي الوقت الكافي لاستخدام تويتر
 - المؤسسة التي اعمل فيها تحظر على العاملين فيها استخدام تويتر
 - اشعر بقلق على الخصوصية وإجراءات الأمان من خلال استخدام موقع تويتر
 - لا يفيدني تويتر في عملي الصحفي
 - أشكك في مصداقيته
 - لست مهتما بمواقع التواصل الاجتماعي بوجه عام
 - استخدم موقعا آخر
 - أخرى :
- الرجاء تسليم الاستبانة وشكرا.

9- منذ متى وأنت تستخدم (تويتر) ؟

- أقل من 1 سنة
- من 1 سنة إلى أقل من 3 سنوات
- من 3 سنوات إلى أقل من 5 سنوات
- 5 سنوات فأكثر

10- كم مرة تفتح حسابك على تويتر ؟

- من مرة إلى 3 مرات أسبوعيا
- من 4 مرات إلى 6 مرات أسبوعيا

○ من مرة إلى 3 مرات يوميا

○ أكثر من 3 مرات يوميا

11- ما عدد ساعات التعرض التي تقضيها في استخدام تويتر؟

○ أقل من ساعة

○ من ساعة إلى أقل من ساعتين

○ من ساعتين إلى أقل من 3 ساعات

○ 3 ساعات فأكثر

12- ما اللغة التي تستخدمها أثناء استخدامك لتويتر؟

○ العربية

○ الإنجليزية

○ أخرى:

13- ما الاسم الذي تستخدمه على حسابك الخاص على تويتر؟

○ اسمي الحقيقي

○ اسم مستعار

14- ما الصورة الشخصية التي تضعها | تضعينها عادة على حسابك على تويتر؟

○ صورة شخصية

○ صورة تظهر طبيعة عملي كصحفي

○ صورة رمزية

○ صورة مع العائلة

○ صورة مع الأصدقاء

○ لا أضع أي صورة

○ أخرى :

15- مع من تتصفح عادة حسابك على تويتر؟

○ بمفردي

○ مع الزملاء

○ مع الأهل والأصدقاء

16- أين تتصفح عادة حسابك على تويتر؟ يمكنك اختيار أكثر من إجابة :

○ المنزل

○ العمل

○ أخرى :

المحور الثالث : تويتر والعمل الصحفي والمعلومات حول قضايا الفساد :-

17- هل تعد تويتر مصدرا مهما للمعلومات حول قضايا الفساد ؟

- موافق بشدة - موافق - محايد - ارفض - ارفض بشدة

18- ما تأثيرات (تويتر) على أداء الصحفيين الكويتيين ومعالجتهم للمعلومات حول قضايا الفساد ؟

الفقرات	دائما	أحيانا	نادرا
يؤثر موقع (تويتر) على عملي بشكل إيجابي.			
يوفر لي (تويتر) السرعة في نقل المعلومة.			
يمكنني (تويتر) من الاتصال المباشر بمصدر الخبر.			
يسهل(تويتر) نقل الأخبار من مناطق الحدث التي لا يستطيع الوصول إليها			
يمكنني (تويتر) من الحصول على شهود عيان للحدث.			
يساهم (تويتر) في تحفيزي على المشاركة بالعمل الصحفي في المناطق التي يتعذر وصولي إليها			
ساهم (تويتر) في رفع سقف الحريات الصحفية في الكويت			
يمكنني (تويتر) من توصيل المادة الصحفية إلى عدد كبير من الجمهور.			
أعتمد على وجهة نظر غالبية المتابعين لي على صفحتي في (تويتر) في نقلي للخبر			
أعتمد على المعلومات المرسله لصفحتي في موقع (تويتر) في نقلي للخبر			
أجري مراجعة للمعلومات الواردة على صفحة(تويتر)للتأكد من مصداقيتها			
يشكل (تويتر) مرجعية موثوقة في تحديد الأخبار والمعلومات الواردة لي			

19- ما نوعية المعلومات التي يسعى الصحفيون الكويتيون إلى الحصول عليها من

(تويتر) ؟

الفقرات	إلى حد كبير	إلى حد ما	لا
المعلومات المتعلقة بقضايا الفساد			
التعرف إلى التعليقات المطروحة في الوسم (hash tag) حول قضية فساد ما.			
أستفيد من تعليقات القراء لتطوير أدائي في المستقبل.			
التعرف إلى توجهات قادة الرأي حول قضايا الفساد المطروحة			
أتابع من خلاله أخبار الصحف والمؤسسات الإعلامية			
يعطيني مؤشرا عن مدى قبول القارئ لمادتي الصحفية لقياس ردة الفعل			
يمكنني من التعرف إلى المعلومات المتعلقة بالفعاليات الإعلامية الخاصة بالفساد والانضمام إليها			
الحصول على معلومات تفيد في استقرار المزاج العام حول قضايا الفساد			
يساعدني استخدام (تويتر) في الخروج بقصة صحفية حول الفساد			

المحور الرابع : أسباب وأهداف اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد :-

20- ما أسباب اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد ؟

الفقرات	إلى حد كبير	إلى حد ما	لا
ينشر (تويتر) قضايا الفساد لحظة وقوعها بالصوت والصورة			

			يعرض (تويتر) الرأي والرأي الآخر
			يساعدني (تويتر) على بناء علاقات تفيدني في عملي الصحفي وخصوصا حول قضايا الفساد
			متابعة أخبار الفساد المنشورة في صفحات الصحف والمؤسسات الإعلامية ووكالات الأنباء في (تويتر)
			مشاركة أعمال الصحفية مع القراء من خلال (تويتر)
			البحث عن مصادر قصص صحفية حول (قضايا الفساد) بأساليب جديدة
			اعبر عن آرائي دون أن أكون مقيدا بسياسة المؤسسة الإعلامية التي اعمل فيها من خلال (تويتر)
			يوفر (تويتر) خلاصة الأخبار المتعلقة بقضايا الفساد المطروحة
			يقدم (تويتر) تحليلات دقيقة عن قضايا الفساد
			يساعد (تويتر) على بناء جمهور فعال من القراء
			كي أصبح صحفيا معروفا
			يساعدني تويتر في إشباع فضولي حول مختلف قضايا الفساد
			متابعة قادة الرأي بخصوص الموضوعات المتعلقة بقضايا الفساد
			متابعة صفحات متخصصة بالعمل الصحفي لتطوير مهاراتي
			يخاطب تويتر حاجات المغردين والمتابعين
			يعد تويتر مصدرا مهما لقضايا الفساد المختلفة
			يساعدني على التواصل مع الأهل والأصدقاء
			سهولة الانضمام إلى عالم تويتر
			سهولة استخدام تويتر عبر مختلف الأجهزة الإلكترونية والذكية
			عدم وجود موانع من الوصول للمعلومة وتوفير الوقت
			الطرح الجريء

			التنوع في شخصيات الجمهور العلمية والثقافية والعملية مع تفاوت الأعمار
--	--	--	--

21- ما أهداف اعتماد الصحفيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد؟

الفقرات	إلى حد كبير	إلى حد ما	لا
فهم الحقائق الخاصة بقضايا الفساد وأبعادها المختلفة			
الحصول على تفسيرات عن قضايا الفساد وأسباب حدوثها			
الحصول على معلومات تفيدني شخصيا عن قضايا الفساد			
عدم توفر معلومات كافية في المصادر الأخرى			
أكون رأيا شخصيا حول قضايا الفساد			
تبادل الآراء مع الآخرين حول قضايا الفساد			
التسلية والاسترخاء والاستئثار			

المحور الخامس : الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المتحققة من خلال اعتمادك على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد :-

22- ما الآثار المعرفية المتحققة من خلال اعتمادك على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد؟

الآثار المعرفية	إلى حد كبير	إلى حد ما	لا
يساهم (تويتر) في رفع مستوى معرفتي بقضايا الفساد في الكويت			
يفسر (تويتر) الأسباب التي تزيد من الفساد			
يقدم (تويتر) معلومات نادرة وقيمة حول قضايا الفساد في الكويت			
يساعد (تويتر) على فهم زوايا غامضة تم التعطيم عليها بوسائل أخرى			

			يساعد (تويتر) على تكوين الآراء حول قضايا الفساد المتنوعة
			أصبحت أكثر علما بتوجهات قادة الرأي نحو قضايا الفساد

23- ما الآثار الوجدانية المتحققة من خلال اعتمادك على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد ؟

لا	إلى حد ما	إلى حد كبير	الآثار الوجدانية
			الخوف من ازدياد قضايا الفساد في الكويت
			اشعر بخطورة قضايا الفساد
			اشعر بالنقمة على المتسببين بقضايا الفساد
			تعاطفي مع المتضررين من قضايا الفساد
			أصبحت اقل ترددا بالكشف عن أي قضية فساد
			أصبحت أكثر ترددا بالكشف عن أي قضية فساد
			متابعتي لقضايا الفساد في (تويتر) زاد من اهتماماتي في الشأن العام

24- ما الآثار السلوكية المتحققة من خلال اعتمادك على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد ؟

لا	إلى حد ما	إلى حد كبير	الآثار السلوكية
			أصبحت أكثر رغبة بمتابعة الموضوعات المتعلقة بقضايا الفساد
			شاركت في نقاشات وحوارات حول قضايا الفساد التي تابعتها في (تويتر)
			شاركت بمؤتمرات وندوات حول قضايا الفساد التي تابعتها في (تويتر)
			قمت بطرح قضايا الفساد في كتاباتي من خلال المعلومات التي تابعتها في

			(تويتر)
			موقفي وكتاباتي الصحفية حول قضايا الفساد تسببت بخلافات مع بعض زملائي في العمل
			قمت باستنكار مواقف الصحفيين الذين يقفون بالحياد أمام قضايا الفساد
			قمت بالمشاركة والمتابعة في الوسم (hash tag) المثار حول قضايا الفساد
			استخدم صفحتي الخاصة في (تويتر) للتوعية حول أضرار الفساد على الوطن والمواطن

25- ما الصعوبات التي تواجه الصحفيين الكويتيين في تغطية قضايا الفساد ؟

الصعوبات	أوافق	محايد	لا أوافق
قوانين الإعلام والنشر والحريات الإعلامية أهم الصعوبات التي تواجه الصحفي في تغطية قضايا الفساد			
يتعرض الصحفي إلى المضايقة من خلال السياسة التحريرية التي تنتهجها المؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها.			
صعوبة الحصول على الوثائق من أهم الصعوبات التي يتعرض لها الصحفي			
تتعرض المؤسسات الإعلامية التي تركز على قضايا الفساد إلى خسائر مادية بحرمانها من الإعلانات			
الخطر الذي يواجهه الصحفي من خلال نشر المادة الصحفية من قبل الفاسدين.			
ضغوطات اجتماعية بسبب العلاقات التي تربط الصحفي بالفاسدين.			

26- برأيك ما مدى مصداقية المعلومات المنشورة على تويتر حول قضايا الفساد؟

العبارات	عالية جدا	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جدا
مستوى مصداقية المعلومات المنشورة على تويتر حول قضايا الفساد					
مستوى شمولية تويتر في تغطية قضايا الفساد					
مستوى موضوعية المعلومات المنشورة على تويتر حول قضايا الفساد					
مستوى توازن المعلومات المنشورة على تويتر حول قضايا الفساد					
مستوى نزاهة المعلومات المنشورة على تويتر حول قضايا الفساد					
مستوى التعددية في تويتر حول قضايا الفساد					
مستوى دقة المعلومات المنشورة على تويتر حول قضايا الفساد					
مستوى تفاعلية تويتر حول قضايا الفساد					
مستوى نزاهة تويتر حول قضايا الفساد					

المفاهيم

المصداقية :- ويقصد بها مدى اعتماد الصحافة على مصادر موثوقه ودقيقه

الشمولية :- ويقصد بها تغطية الصحافة لجميع نواحي الحدث وعدم تجاهل الأحداث المهمة.

الموضوعية :- ويقصد بها الالتزام بحدود الموضوع وعدم الشخصنة في تناول الأحداث.

التوازن :- ويقصد بها إعطاء الخصوم أو المتنافسين أو الأطراف كالحكومة والمعارضة الفرص نفسها بالتغطية الإعلامية.

التعددية :- ويقصد بها أن الوسائل الإعلامية تحرص على تقديم الأفكار ووجهات النظر والشخصيات المتنوعة ولا تقصي أيًا منها.

الدقة :- ويقصد بها دقة تغطية الخبر من حيث المعلومات التي تساق فيها من أسماء وأحداث وأزمنة وأمكنة وغير ذلك من المعلومات.

التفاعلية :- ويقصد بها أن الفرص متاحة أمام الجمهور للرد والتعليق على التغطيات الإخبارية.

النزاهة :- ويقصد بها الصدق في التغطيات والأخبار والتحليل حتى لو كان ذلك مغايرا لآمال وتوقعات الوسيلة الإعلامية .

- البدر, قيس, 2012, مدى التزام الصحافة المطبوعة وصحافة الإنترنت بالمعايير المهنية من وجهة نظر الجمهور الكويتي, رسالة ماجستير, كلية الإعلام, جامعة الشرق الأوسط, الأردن.

