

Doi: 10.34120/0080-052-001-002

قدم في: يونيو 2022

أجيز في: نوفمبر 2022

The Impact of Information of Social Media Platforms on the Behavior of Investors in the Stock Exchange of Kuwait

Anwar AlJazaf

Abstract

Objective: The study aimed to identify the trends of investors considering the impact of information sources in social media platforms on the investment behavior in Kuwait Stock Exchange (Boursa Kuwait); also, the study aimed to determine what types of information sources have an impact on changing the investment behavior of individual investors (e.g. speculation, long investment, herd) in Boursa Kuwait. **Methodology:** The study implemented the questionnaire method to obtain data and information related to the impact of information sources of social media platforms and other sources of information and their role in the possibility of changing investment behavior (speculators, long investment, herd behavior) in Boursa Kuwait. In its data collection, the study relied on the questionnaire, and the study sample consisted of (1077) active individual investors in the Kuwait Stock Exchange. **Results:** the results showed that the information source that mostly induced a change in the investment behavior of investors in Boursa Kuwait was "the inside information (leaking)", with a relative importance estimated at (92.3%). There were statistically significant differences (0.001) in the level of investors' dependence on inside information (leak) to obtain the sources of information on Boursa Kuwait attributed to their preferred investment behavior, and the differences were in favor of the long-term investment behavior.

Keywords: Social Media Platforms, Boursa Kuwait, Investment Behavior, Trend, Stock Markets.

تأثير المعلومات في منصات التواصل الاجتماعي على سلوك المستثمرين في بورصة الكويت

أنور عبدالوهاب الجزاف^(*)

ملخص

هدف الدراسة: ذهبت الدراسة إلى تعرّف اتجاهات المستثمرين نحو أثر مصدر المعلومات في منصات التواصل الاجتماعي على السلوك الاستثماري في بورصة الكويت، ومصادر المعلومات التي لها أثر على تغيير السلوك الاستثماري للمستثمرين الأفراد (مضاربة، استثمار طويل، قطع) في بورصة الكويت. **منهجية الدراسة:** استخدمت الدراسة المنهج المسحي. للحصول على البيانات والمعلومات المرتبطة بأثر مصدر المعلومات في منصات التواصل الاجتماعي ومصادر المعلومات الأخرى ودورها في إمكانية تغيير السلوك الاستثماري من (مضارب، استثمار طويل، سلوك القطيع) في بورصة الكويت. اعتمدت الدراسة في جمع بياناتها على صحيفة الاستبانة، وضمت عينة الدراسة (1077) مستثمراً نشطاً من المستثمرين الأفراد في بورصة الكويت. **النتائج:** أظهرت النتائج أنّ أكثر مصادر المعلومات التي تؤثر على تغيير السلوك الاستثماري للمستثمرين في بورصة الكويت كانت "معلومات داخلية (تسريب)"، بأهمية نسبية قدرها (92.3%). ووجود فروق ذات دلالة إحصائية (0.001) في مستوى اعتماد المستثمرين على المعلومات الداخلية (تسريب) للحصول على مصادر المعلومات عن بورصة الكويت، تعزى لسلوك الاستثماري المفضل لديهم، وكانت الفروق لصالح سلوك الاستثمار الطويل الأجل.

المصطلحات الأساسية: منصات التواصل الاجتماعي، بورصة الكويت، السلوك الاستثماري، الاتجاه، أسواق الأسهم.

(*) باحث أكاديمي مستقل، دولة الكويت، البريد الإلكتروني: dr.anwaraljazaf@gmail.com

الاهتمامات البحثية: دراسات أثر الإعلام على أسواق المال، الرأي العام، المنصات الرقمية، المجال العام؛ قضايا الفساد، قضايا صناديق الثروة السيادية، نظريات الاتصال والإعلام الرقمي، الديموقراطية التداولية والديمقراطية الرقمية.

مقدمة

أصبحت منصات التواصل الاجتماعي مصدر معلومات للأفراد الذين يرغبون في الاستثمار في أسواق المال في جميع أنحاء العالم، كجزء من أنظمة ذكاء الأعمال، وتوفر المنصات الإلكترونية للمتخصصين والمستثمرين في السوق المالية قدراً كبيراً من بيانات أسواق المال، وأصبحت ساحة مفتوحة للنقاش والتعبير الأيديولوجي ونشر المعرفة والثقافة والتأثير على السلوك، ويُمكنها أن تُشكّل صياغة القرارات وتُغيّر الأساليب في آليات التداول. ويرى (Gawer & Rniecek, 2021) أنّ تأثير المنصات الرقمية على النظام البيئي للأخبار والصحافة أعمق من انتشار الأخبار المزيّفة. p58 في عالم الاستثمار، التوقيت هو كل شيء. التالي هو المعلومات. مع ظهور التكنولوجيا، أدت العديد من تطبيقات الوسائط وغيرها دوراً رئيساً في تسهيل التدفق السريع للمعلومات، سواء كان ذلك جيداً أو سيئاً. في ما يسمى ببيئة التداول «الرقمية»، يمكن للمستثمرين الوصول إلى مجموعة متنوعة من مصادر المعلومات عبر الإنترنت لتحديد الاتجاهات - من وسائل الإعلام الإخبارية إلى منصات الوسائط الاجتماعية المستقلة إلى القنوات المرتبطة بشركات الاستثمار، ومن بين الأمور الأخرى التسريبات الداخلية بين فئة متفذة قليلة تستفيد من تغيّر سعر السلعة المدرجة، أو للتأثير على المستثمرين الآخرين الذين لا يستطيعون الولوج إلى تلك المعلومات الخاصة. من المبادئ الأساسية للاقتصاد التقليدي أنّ قرارات الاستثمار تعكس توقعات منطقية. في هذا الافتراض، يستخدم صاحب القرار جميع المعلومات المتاحة بطريقة فعالة. على العكس من ذلك، تشرح المجموعة السلوكية عوامل علم النفس كمحرك في الاستثمار. أكدت كثير من النتائج «أنّ التعليقات عبر المنصات الإلكترونية تعمل كمقياس لرصد مؤشرات القلق والسلوك العام لدى المستثمرين، وكانت تلك المنصات ذات الجدوى للحصول على المعلومات المتعلقة بأسواق المال (Gilbert & Karahalios, 2010; Saini & Sharma, 2019). يقترح التمويل السلوكي، وهو مجال فرعي من علم الاقتصاد السلوكي، أنّ التأثيرات النفسية والتحيزات تؤثر على السلوكيات المالية للمستثمرين، ويُمكن أن تكون التأثيرات والتحيزات مصدراً لتفسير جميع أنواع الانحرافات في السوق؛ مثل الارتفاعات أو الانخفاضات في أسعار الأسهم وأثر ذلك على تغيّر السلوك وأسلوب المستثمرين من (مضارب إلى القطيع إلى الاستثمار الطويل). من المنظور السلوكي، فإنّ معضلة تداول سوق الأسهم تعتبر انعكاساً تراكمياً لسلوك المستثمر من المنظور الإعلامي؛ فهي تُمثّل أحد أكثر

التأثيرات التحويلية لتكنولوجيا المعلومات على الأعمال، سواء داخل حدود الأسواق المالية أو خارجها.

أولاً: مشكلة الدراسة

عادة ما يسبق القرارات المتخذة في الأسواق المالية تحليل المعلومات التي تجمع من مصادر متنوعة؛ وقد يُشير ذلك إلى أن المعلومات لها جدوى يتم التحقق منها؛ من خلال نتائج القرارات التي يتخذها المستثمرون في السوق في بيئة شديدة التنافسية؛ مثل الأسواق المالية. من هنا، أصبحت عملية تحديد الاتجاه غاية في التعقيد بسبب كمية كبيرة من المعلومات الناتجة من مصادر متعددة. ويُتمثل مصدر المعلومات للمستثمر في أسواق المال بشكل عام وبورصة الكويت بشكل خاص منطلقاً محورياً مركزياً أساسياً يؤسس ويتشكّل من خلاله السلوك والأساليب الاستثمارية للمستثمرين بجميع فئاتهم. ومن هذا المنطلق، تؤكد النتائج ذات الارتباط أن المعلومات تُساعد في صياغة الأفكار التي تكون منطلقاً لاتخاذ زمام المبادرة للتوجهات الاستثمارية وتسيق آليات التداول في أسواق المال، وقد «وجدنا علاقة سببية ثنائية بين المخاطرة وكمية الأخبار التي توزّعها رسائل منصات التواصل الاجتماعي و«تويتر» على وجه الخصوص» (الجزاف، 2020؛ الجزاف، 2021؛ Fiala et al., 2015). في الكويت إشكالية المعلومة ومصادرها ومدى تأثيرها على سلوك المستثمرين يتضح جلياً منذ إنشاء سوق الكويت للأوراق المالية، مروراً إلى بورصة الكويت بجلتها ومنظومتها وهيكلها الجديد، ثم ترقيتها للأسواق الناشئة؛ بحيث نراها تتحدّد في تشابكية الملكيات والعلاقات بين ملاك أهم الكتل الاستثمارية في بورصة الكويت ووسائل الإعلام، وكيف أثار احتكار نشر المعلومات الجوهريّة على اتجاهات المستثمرين وسلوكهم، وهذا التشخيص جاء متوافقاً مع ما جاء به مؤشر حرية الصحافة العالمي لسنة 2022، الذي أشار إلى أن المعلومات التي تُسيطر عليها الدولة لا تزال سائدة، خاصة أن غالبية شركات الإعلام الكويتية مملوكة لعائلات النخبة، وتُعتبر أكبر وسائل الإعلام الكويتية بمثابة أدوات دعاية للقطاع الخاص (RSF, 2022). ومما لا شك فيه، أن المحللين التابعين للكتل والمجاميع الاستثمارية لتسويق ما يرونه بمسار بورصة الكويت -بشكل عام- والتوصيات على الأسهم بشكل غير مباشر للإفلات من رقابة هيئة أسواق المال، قد أثروا على سلوك المستثمرين وشعورهم وقيمة السلعة بشكل أو بآخر. وهذا يتضح من خلال التأثير على السلوك الاستثماري الذي يتحوّل من مستثمر عقلاني (استثمار طويل) إلى مضارب، أو يتحوّل

إلى سلوك القطيع herding behavior. وبناءً على ما سبق؛ ومن خلال السياق العام لارتباطية العلاقة بين أسواق المال والمعلومات ومصادرها عبر منصات التواصل الاجتماعي، وأثر ذلك على سلوك المستثمر في بورصة الكويت، فإن ذلك نتج عنه أن تكون المنصات الإلكترونية بيئة نشطة حاضنة لاستباقية النشر للتقارير المالية المضللة أو الشفافة، التي أسهمت في استقطاب المتابعين لتعرّف المعلومات والاستناد إليها لتكوين ديناميكيات ومقاربات متوافقة تتحدّد من خلالها اتجاهات السلوك الاستثماري. خاصة أن نتائج دراسات ذات صلة أشارت بعمق إلى «أنّ تحديد الاتجاهات لا يعتمد على الكمية الإجمالية للمعلومات المتعلقة بأسعار الأسهم فقط، ولكنّه يعتمد على مصدر هذه المعلومات أيضاً» (Edmans et al., 2017, 74). وانطلاقاً من هذه المسلّمات تتحدّد مشكلة الدراسة في تعرف اتجاهات المستثمرين الأفراد نحو أثر مصدر المعلومات في منصات التواصل الاجتماعي على السلوك الاستثماري في بورصة الكويت.

ثانياً: تساؤلات الدراسة

- 1 - ما السلوك المفضل للمستثمرين الأفراد في بورصة الكويت؟
- 2 - ما مصادر المعلومات التي لها أثر على تغيّر السلوك الاستثماري للمستثمرين الأفراد (مضاربة، استثمار طويل، قطيع) في بورصة الكويت؟
- 3 - ما اتجاهات المستثمرين الأفراد نحو أثر مصدر المعلومات المنشورة في منصات التواصل الاجتماعي على السلوك الاستثماري للمستثمرين في بورصة الكويت؟
- 4 - ما منصات التواصل الاجتماعي التي يهتم بها المستثمرون الأفراد في بورصة الكويت لتعرّف المعلومات المتعلقة ببورصة الكويت؟

ثالثاً: فرض الدراسة

نجدل في هذه الدراسة للتأكد من صحة فرض أساسي، هو:

- 1 - توجد علاقة ارتباطية بين اتجاهات المستثمرين الأفراد نحو أثر مصدر المعلومة في منصات التواصل الاجتماعي على سلوك المستثمرين الأفراد تُعزى لطبيعة الأسلوب الاستثماري المفضل لديهم (مضاربة، استثمار طويل، قطيع) في بورصة الكويت.

رابعاً: أهمية الدراسة

من خلال ما تقدم عرضه، فإن الدراسة تستمد أهميتها مما يأتي:

- 1 - تُشير مراجعة أدبيات الدراسة العلمي إلى محدودية الدراسات التي استهدفت تعرّف أثر مصدر المعلومات في منصات التواصل الاجتماعي على سلوك المستثمرين في بورصة الكويت بشكل خاص، وهذا يُسهم بدوره في تعميق التحليل والتفسير والقياس.
- 2 - أنّها تكشف التباينات بين معلومات منصات التواصل الاجتماعي، وتأثيرها على سلوك المستثمرين الأفراد من جهة والمصادر الأخرى من جهة أخرى؛ الأمر الذي يُساعد على بناء فهم أعمق لهذه المنصات ومصادر معلوماتها وأثرها على المستثمر.
- 3 - المساحة الإعلامية الكبيرة التي تحظى بها قضايا أسواق المال خاصة في منصات التواصل الاجتماعي؛ الأمر الذي يؤكد أهمية هذه الدراسة.
- 4 - قد تسهم الدراسة في سياق توليد المعرفة في هذا الجانب البحثي المهم، وهو دراسة خيارات المستثمر وسلوكياته، ووضع رؤى للدراسات المستقبلية ومعالجة المشكلات القائمة في البيئة الاقتصادية الكويتية.

خامساً: أهداف الدراسة:

- 1 - تعرّف السلوك المفضل للمستثمرين الأفراد في بورصة الكويت.
- 2 - تعرّف مصادر المعلومات التي لها أثر على تغير السلوك الاستثماري للأفراد (مضاربة، استثمار طويل، قطيع) المستثمرين في بورصة الكويت.
- 3 - الكشف عن أثر مصدر المعلومات المنشورة في منصات التواصل الاجتماعي على السلوك الاستثماري في بورصة الكويت.
- 4 - تعرّف منصات التواصل الاجتماعي التي يهتم بها المستثمرون الأفراد في بورصة الكويت لتعرّف المعلومات المتعلقة ببورصة الكويت.

سادساً: المصطلحات الإجرائية

منصات التواصل الاجتماعي: هي تطبيقات رقمية تُستخدم للنقاشات العامة وتبادل المعلومات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وتعمل كمؤشر لقياس الرأي العام، كذلك تُساعد على إعادة ترتيبية الأفكار والرؤى والاتجاهات.

المستثمر النشط: هو المستثمر الذي يقوم بمداورة أمواله داخل بورصة الكويت شراءً وبيعاً بشكل مستمر.

السلوك الاستثماري: هو مزيج من الأفعال والخبرات والنشاطات التي تدفع المستثمر لتغيير أدواته وأساليبه وطرقه الاستثمارية وتحولها من (مضارب، قطاع، استثمار طويل)، هذا بحسب المتغيرات والبيئة السياسية والاقتصادية والمجاميع الاستثمارية التي ينتمي لها.

المعلومات الداخلية (تسريب): هي المعلومات المحظورة للجمهور في وقتها، وتكون غير قابلة للإفصاح والتداول، وتكون بحوزة الملاك أو المخولين بالاطلاع، فهي تؤثر على سعر السهم أو المؤشر العام لأسواق المال بالسلب أو الإيجاب.

سابعاً: الدراسات السابقة

هدفت دراسة (الجزاف، 2021) إلى تعرّف اتجاهات المستثمرين نحو أثر الخبرين السياسي والاقتصادي في وسائل الإعلام الكويتية على قرارات الاستثمار لديهم، وتعرّف مصادر المعلومات التي يعتمد عليها المستثمرون لاتخاذ القرار الاستثماري في بورصة الكويت. أظهرت النتائج أنّ أهم مصدر للمعلومات التي يسترشد بها المستثمرون عند اتخاذ القرار الاستثماري للاستثمار في بورصة الكويت، هو وسائل الإعلام (الصحف)، بنسبة (79.3%)، وأنّ تأثير الأخبار السياسية والاقتصادية على قرارات الاستثمار في بورصة الكويت جاءت بأهمية نسبتها (79.9%). واستهدفت دراسة (الطحاوي وآخرين، 2021) تعرّف أثر تسريب المعلومات الداخلية على الفجوة المعلوماتية بين المستثمرين في البورصة المصرية؛ وذلك من خلال دراسة ظاهرة تسريب المعلومات الداخلية. أشارت النتائج إلى أنّ كفاءة السوق المالي تتوقف على مدى توافر المعلومات لمجموع المستثمرين في توقيت واحد، وهذا ما لا يحدث عند تفشي ظاهرة تسريب المعلومات الداخلية وتداولها المبني على التلاعب بالمعلومات الجوهرية. واستهدفت دراسة (الطحاوي، وآخرين، 2021ب) - بصفة أساسية - محاولة اقتراح وصياغة إطار لتفعيل دور تقارير الأعمال المتكاملة في الحد من تسريب المعلومات الداخلية وتقليل الفجوة المعلوماتية بين المستثمرين في البورصة المصرية. أظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير معنوي إيجابي لدور تقارير الأعمال المتكاملة في الحد من تسريب المعلومات الداخلية. تقوم دراسة (Agarwal et al., 2021) بتحليل المشاعر الخاصة بالتغريدات حول الشركات الهندية.

تُشير نتائج الاختبارات السببية إلى أن مشاعر «تويتر» لها علاقة مهمة بالموشرات المتعلقة بالقطاعات المصرفية والمالية في أسواق الأسهم الهندية. في السياق نفسه تُشير النتائج إلى أن تأثير المشاعر السلبية يبقى لفترة أطول من الوقت الذي تستغرقه المشاعر الإيجابية. وهدفت دراسة (Taleb & Nilsson, 2021) إلى توضيح تأثير منصات التواصل الاجتماعي على قرارات الاستثمار للمستثمرين في سوق المال السويدي. أثبتت النتائج وجود علاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي وقرار الاستثمار، وأكدت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير على قرارات الاستثمار. وهدفت دراسة (Al Atoom et al., 2021) إلى تعرّف تأثير الإعلام الجديد على اتخاذ القرارات الاستثمارية للمستثمرين في سوق عُمان للأوراق المالية. كانت أبرز النتائج أن المستثمرين في سوق عُمان يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة (60 %)، وكان (الفييس بوك) هو أكثر تطبيقات التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل المستثمرين هناك، حيث يستقي منه المستثمرون في الأسواق المالية المعلومات للحصول على الآراء والملاحظات والنصائح في مجال اتخاذ القرار الاستثماري بنسبة (51.3%). وهدفت دراسة (الجزاف، 2020) إلى تعرّف مصادر المعلومات التي يسترشد بها المستثمرون الأفراد عند اتخاذ القرار الاستثماري في بورصة الكويت، ودور بيانات التحليل الفني والأساسي في عملية اتخاذ قرارات الاستثمار، وأثر المعلومات الداخلية والخارجية في بورصة الكويت على توجهات المستثمرين. أظهرت النتائج أن دور التحليل الأساسي في بورصة الكويت في اتخاذ قرارات الاستثمار جاء بدرجة مرتفعة. وبحثت دراسة (Fan et al., 2020) في الرابط بين المعلومات التي تنشرها روبوتات منصات التواصل الاجتماعي وتداول الأسهم. استناداً إلى عينة كبيرة من التغريدات التي تُركز على شركات في FTSE 100، أشارت النتائج إلى وجود علاقات مهمة بين تغريدات الروبوت وعائدات الأسهم، والتقلبات، وحجم التداول على المستويين اليومي واللحظي. وهدفت دراسة (Rahayu et al., 2020) إلى تعرّف العوامل التي تُسبب سلوك القطيع وإثباتها. وخلصت نتائج التحليل إلى أن أسباب حدوث هذا السلوك هي الأخبار السلبية تجاه الأسهم والحوافز والمخاوف المهنية التي يمتلكها المحللون، ومخاطر السوق وعدم اليقين على مستوى الشركة، وعدم اليقين في السوق، والإفصاحات المنخفضة الجودة. وأشارت دراسة (التميمي وآخرين، 2014) إلى أن نشرات التحليل المالي للشركات أو تحليل المختصين للأسواق من المحللين الماليين تأتي في ذيل قائمة العوامل المؤثرة على القرار الاستثماري في سوق الكويت للأوراق المالية، وتبيّن عند التحليل أن أهم عامل يؤثر على السلوك الاستثماري عند

المتداولين في السوق، هو مدى توافر السيولة للمستثمر، وكذلك الأخبار السياسية في البلاد.

التعليق والاستفادة والاختلاف عن الدراسات ذات الارتباط

- استفيد من الدراسات السابقة في المتغيرات والجوانب المنهجية للدراسة الميدانية، وتعرف أثر العلاقة بين وسائل الإعلام والتوجهات الاستثمارية المختلفة. خلصت الاستفادة من الدراسات السابقة إلى تعرف المشكلات المتعلقة بدراسة الإعلام والاقتصاد وتأثير العلاقات الترابطية بينها؛ مما ساعد في تشكيل مشكلة هذه الدراسة وتحديدها وصياغة التساؤلات والأهداف.

- تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة بشكل رئيس؛ في أن هناك العديد من الدراسات التي تدرس تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على أداء سوق الأوراق المالية أو التأثير على القرارات الاستثمارية، ولكن هناك ندرة في الدراسات التي تختص بالاقتصادات الناشئة والأسواق الناشئة في أسواق الخليج وبورصة الكويت نموذجاً لذلك. قد يكون هذا تحدياً لأن الأسواق الناشئة تختلف اختلافاً كبيراً عن الأسواق المتقدمة؛ من حيث البنية التحتية والسيولة المالية والتطوير، وضعف الرقابة، وسيطرة الدولة والنخب على المعلومات.

- تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة من حيث العينة المستهدفة، فهذه الدراسة ركزت على فئة محورية في أسواق المال، وهي فئة المستثمرين الأفراد النشطين فقط، وهذه العينة لم تتطرق إليها أغلب الدراسات السابقة، وأنها سلطت الضوء -على وجه الخصوص- على أثر مصدر المعلومة في تغير السلوك الاستثماري للمستثمر، وهو ما يعرف في علم الاقتصاد (بالتمويل السلوكي)، وهذا لم تتناوله الدراسات الإعلامية السابقة. واعتمدت هذه الدراسة - بشكل رئيس - على أثر مصدر المعلومات على سلوك المستثمر، وهي تختلف عن أغلب الدراسات السابقة التي ركزت على أثر معلومات منصات التواصل الاجتماعي على القرار الاستثماري.

ثامناً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

ارتكزت الدراسة في إطارها النظري على مدخل نظرية الاعتماد «Theory Dependency» وتطبيقها على منصات التواصل الاجتماعي، ويُعتبر هذا المنظور لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد جزءاً من نظرية الاعتماد المتبادل

Theory Interdependence بين وسائل الإعلام الجديد والنظم الاجتماعية، التي تُشكّل بدورها علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام الرقمي، واعتماد الفرد على وسائل الإعلام. وهي نظرية حول محدّدات ونتائج هذه العلاقة (التبعية)؛ من حيث التكوين؛ الاختلاف والوقت، والمواقف؛ وعواقب نتائج القرار وأثر ذلك على السلوك.

يقوم نموذج أو نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين، هما:

- الأهداف: على مستوى الأفراد أو المنظمات أو المؤسسات يسعى الكل إلى تحقيق أهدافه الرئيسية عبر تجميع كثير من الأفكار والرؤى من خلال المعلومات المنشورة عبر وسائل الإعلام.

- المصادر: لكي يُحقّق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإنّ عليهم جميعاً الاعتماد على موارد تمدّهم بالاحتياجات لتحديد المسارات والأهداف التي يسعى الأفراد إلى تحقيقها. «وهذه التبعية لتلك الموارد من الإمدادات تُشكّل العلاقة التي يعتمد فيها الأفراد على تلبية احتياجاتهم وأهدافهم عبر أحد موردي تلك المعلومات» (Ball Rokeach, 1998)؛ بحيث يُنظر إلى تأثير منصّات التواصل الاجتماعي على أنّه مستمد من امتلاكها موارد المعلومات والنقاشات الحية بعيداً عن فلترة الرقابة، وهذه الأدوات تمدّها بالقدرة على جمع المعلومات وإنشائها ومعالجتها ونشرها للجمهور؛ للاستفادة والتوعية والإرشاد والتثقيف المعلوماتي الاقتصادي؛ بحيث يحسب لمنصّات التواصل الاجتماعي الوفرة في الكمية والنوعية والتنوع في المعلومات المتعلقة بالاقتصاد وأسواق المال.

تُعرف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بنظرية التأثيرات والقوة الإعلامية؛ إذ تهتم بالشروط التي تزيد من قوة وسائل الإعلام، وتستند إلى قوة الاعتماد على العلاقة بين وسائل الإعلام والأفراد، ويُحدّد المدخل مجموعة من التأثيرات المنبثقة من اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، وتتمثل فيما يأتي:

- تأثيرات معرفية: تشتمل الآثار المعرفية وفقاً لنظرية الاعتماد على كشف الغموض، وهو نتيجة لنقص المعلومات لموضوع أو قضية تهم الفرد. وهذا النقص يدفع الناس إلى الاعتماد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات لإزالة الغموض؛ ومن ثم يتحقّق التأثير المعرفي، ثم تكوين الاتجاه؛ إذ إن من الآثار المعرفية الشائعة للأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام أنّهم يستخدمون معلومات تلك

الوسائل في تكوين الاتجاهات نحو القضايا والأحداث المثارة في المجتمع (Ball- Rokeach, & Defleur, 1976).

- تأثيرات وجدانية: إنَّ التعرُّض المكثف لوسائل الإعلام وفقاً لنظرية الاعتماد يؤثر تلقائياً على الفرد، خاصة عند الأزمات، سواء كانت اقتصادية، أم سياسية، أم صحية. أسواق المال -بشكل عام- حساسة؛ فتأثيرها على المستثمر يكون صعوداً أو هبوطاً؛ كالقلق، الدعم، الغضب، الفرح.

- تأثيرات سلوكية: تنحصر التأثيرات السلوكية في اعتماد الفرد على وسائل الإعلام -وفقاً لـ Rokeach & Defleur (1976)- في سلوكين أساسيين، هما: التنشيط، والخمول: والتنشيط يعني قيام الفرد بعمل ما أو اتخاذ موقف مؤيد لحدث ما نتيجة التعرُّض للوسيلة الإعلامية، بينما يعني الخمول عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل، وتُعتبر التأثيرات السلوكية بمثابة المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية P:17. وهنا نُشير إلى أهمية اختيار المستثمرين الأفراد النشطين لهذه الدراسة تحديداً؛ بحيث يقدمون من خلال نتائجها النهائية دلالات ومؤشرات في كيفية أثر التراكمات المعرفية المكتسبة من مصادر المعلومات المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي أو غيرها من المصادر على تغيير السلوك الاستثماري في بورصة الكويت.

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تقوم على افتراضات رئيسة عدة، هي:

- تؤثر درجة استقرار النظام الاجتماعي في زيادة الاعتماد أو قلته على مصادر معلومات وسائل الإعلام، وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع زاد الاعتماد لدى الأفراد على وسائل الإعلام.

- تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في مجتمع ما في حال قلة وسائل الإعلام أو حجب الإنترنت، أو سيطرة الدولة أو النخب على المعلومات. في الأزمات نحظ تلَهف الأفراد على التزود بالمعلومات التي قد تكون منطلقاً محورياً لكيفية رسم التعامل مع الأحداث الجارية.

- خصائص ما يَتميّز به الجمهور تختلف من شخص إلى آخر، وهذه الاختلافات المتمثلة بالأهداف الشخصية والغايات المستقبلية والاحتياجات الفردية، تفرض وتُحدّد منطقياً درجة اعتماده على وسائل الإعلام.

ومن خلال ما تقدم، أقترح أن يركز المستثمرون في أسواق المال توجّاهاتهم الاستثمارية في الاعتماد على وسائل الإعلام على دعامتين هما:

- مصداقية الخبر: مضمون الخبر ومحتواه وما يحمله من بيانات ذات مصداقية وموثوقية يسهم بشكل لافت في كسب ثقة المستثمرين. فالمصداقية المتصورة للمعلومات هي واحدة من أهم القضايا التي غالباً ما يتم تجاهلها في تحليل المشاعر في التمويل السلوكي.

- وضوح المصدر: يُساعد وضوح المصدر للمعلومات المتعلقة بأسواق المال في ارتفاع منسوب الشفافية، ووضوح معايير الشفافية يُسهم في الحد من التلاعب في الأسواق المالية. حتى عندما يكون للمصدرين المعلومات نفسها وتكون هناك استقطاعات نفسية متشابهة، فإنه يُمكن اعتبار أحد المصادر موثقاً به نسبياً عن الآخر.

استخدم نظرية الاعتماد العديد من الباحثين في الماضي، وخاصة في مجالات وسائل الإعلام ومنصّات التواصل الاجتماعي، ومع ذلك وجدنا، عند مراجعة الأدبيات حول أثر المعلومات على السلوك الاستثماري وعلاقتها بمنصّات التواصل الاجتماعي، أن هناك القليل من الأبحاث التي تتبنى نظرية الاعتماد على الوسائط الفردية في خدمة المستثمرين بشكل مباشر، وتواجه هذه الخاصية الرقابة الصارمة والمؤثرة من قبل الجهات الرقابية على المزوّدين ومن يقوم بتغذية المعلومات، إذ إنّ هذه المعلومات من الممكن أن تؤثر على حركة الأسواق والأسعار، خاصة أنّ إغلاق منافذ المعلومات والسيطرة عليها من قبل مجاميع محدودة، يضعف من إقبال الجمهور للاعتماد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات التي تُساعدهم في مختلف القضايا التي تحظى باهتماماتهم. وبناءً على ما تقدم؛ يظهر أنّ نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام مرتبطة بشكل مباشر بموضوع الدّراسة، وبما يتوافق مع أهدافها وتساؤلاتها وفروضها التي وضعت من أجلها.

تاسعاً: الإجراءات المنهجية

- نوع الدّراسة ومنهجها: تُعتبر هذه الدّراسة من البحوث الوصفية التي تستهدف دراسة اتّجاهات (المستثمرين الأفراد النشطين) الكويتيين دون سواهم؛ من أجل الوصول إلى نتائج واستنتاجات تُسهم في توضيح الموضوع الذي تعرض له الدراسة، ويشترط في هذا النوع من الدراسات المتعلقة بالبورصات كفاية المعلومات التي يتم تحليلها، والتي نقوم بجمعها من صحيفة الاستقصاء. استخدم الباحث منهج المسح؛

كونه من أفضل المناهج المستخدمة في البحث الإعلامي للحصول على البيانات والمعلومات المرتبطة بأثر مصدر المعلومات في منصات التواصل الاجتماعي ودورها في إمكانية تغيير السلوك الاستثماري من (مضارب، استثمار طويل، سلوك القطيع) في بورصة الكويت.

- مجتمع الدراسة وعينتها: يتمثل مجتمع الدراسة في المستثمرين الكويتيين الأفراد النشطين دون سواهم المتعاملين في بورصة الكويت. وللوصول إليهم وزعت عليهم 1500 استبانة، عن طريق الاستبانة الإلكترونية، وعبر مكاتب شركات الوساطة العاملة في السوق المحلي والمرخصة، وعددها 10 مكاتب في بورصة الكويت، وقد وزعت بالتساوي، لكل مكتب 150 استبانة، يوزعها على المستثمرين الأفراد النشطين فقط من الأعلى تداولاً بالقيمة الدينارية إلى الأقل تداولاً، وتُشير بيانات بورصة الكويت الرسمية إلى أنّ عدد المستثمرين الأفراد الكويتيين النشطين في تاريخ 31 ديسمبر 2021 كان 18153 مستثمراً نشطاً (بورصة الكويت، 2021). واختيرت العينة البحثية عن طريق الاعتماد على العينة القصدية (المتاحة) لتمثل مجموعة من المستثمرين الكويتيين الأفراد النشطين في بورصة الكويت، وقد بلغ عدد الاستبانات المستردة (1077) استبانة. وكانت الفترة الممتدة من 1 يناير - 31 ديسمبر 2021 هي الفترة الزمنية للدراسة.

مسوغات اختيار العينة

- المستثمرون الأفراد الكويتيون النشطون متمرسون في مداورة الأموال داخل بورصة الكويت (مضاربون)؛ فهم يتمتعون بخبرة وتمرس وأغلبهم يعملون مع مجاميع وملاك لكتل استثمارية مؤثرة في السوق الكويتي، وهي شريحة محورية في بورصة الكويت. في فترة إعداد الدراسة، كان المستثمرون الأفراد أكبر المتعاملين في بورصة الكويت، وأكثرهم شراءً وبيعاً.

- بورصة الكويت ما زالت بورصة محلية حتى إعداد هذه الدراسة؛ إذ كان نصيب التملك الأكبر للمستثمر المحلي؛ في حين تبلغ نسبة تملك المستثمر الأجنبي بعد تطوير البورصة وترقيتها إلى سوق ناشئ على مؤشرات (MSCI)، (Jones Dow)، (FTSE)، (P&S)، 13% من قيمة البورصة السوقية، بما يعادل 6 مليارات دينار كويتي (المحلل المالي، 2022).

- أداة الدراسة: تُعتبر الاستبانة الأداة الرئيسة للدراسة في جمع بياناتها. وهي

الأداة التي تقيس الأبعاد، وذلك في ضوء المشكلة البحثية، وأهدافها، فضلاً عن فروض الدراسة وتساؤلاتها. قسّمت الاستمارة إلى ثلاثة أجزاء، الأول: شمل البيانات الأولية للمبحوثين: الجنس، والمستوى التعليمي وسنوات الخبرة. والجزء الثاني: ضمّ ثلاثة أسئلة، وهي: ما سلوك المستثمرين الأفراد في بورصة الكويت؟ وما مصادر المعلومات التي لها أثر على تغيير السلوك الاستثماري للمستثمرين في بورصة الكويت؟ وما منصات التواصل الاجتماعي التي يهتم بها المستثمر في بورصة الكويت لتعرّف المعلومات المتعلقة في بورصة الكويت؟ وتضمّن القسم الأخير مقياساً، تمثل في الآتي:

1 - مقياس أثر مصدر المعلومات المنشورة في منصات التواصل على السلوك الاستثماري للمستثمرين في بورصة الكويت: ويتضمّن 11 عبارة. وتكون الاستجابة لبيانات المقياس من خلال (تدرج ليكرت الثلاثي): بحيث تعطى الاستجابة «إلى حد كبير» ثلاث درجات، والاستجابة «إلى حد ما» درجتين، والاستجابة «لا» درجة واحدة؛ وبذلك تراوح المتوسطّات الحسابية لاستجابات العينة بين (1 و3)، وقسمت إلى ثلاثة مستويات لتسهيل تصنيف الاستجابات على النحو الآتي:

- المتوسطّات الحسابية من 1.66.1.00 بدرجة قليلة.

- المتوسطّات الحسابية من 1.67-2.33. بدرجة متوسطة.

- المتوسطّات الحسابية من 2.34-3.00 بدرجة كبيرة.

إجراءات الصدق والثبات

عرضت فقرات الاستبانة قبل الشروع في تطبيقها في صورتها الأولية على أساتذة الإعلام والاتصال؛ للتأكد من أنها تتضمّن جميع الجوانب والمتغيّرات والأبعاد المرتبطة بالمشكلة البحثية، ومدى توافقها مع أهداف الدراسة وتساؤلاتها، وتغطيتها للموضوع المستهدف، وأجريت التعديلات اللازمة وفقاً لآراء المحكمين. قيس الثبات من خلال أسلوب ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha) لقياس الاتساق الداخلي لمقاييس الدراسة، وراوحت بين (0.857 و0.941)، واعتبرت القيم مقبولة لأغراض تطبيق الدراسة، وأعيد تطبيق الاستبانة لعينة بنسبة 10% بعد أسبوع من التطبيق الأول وحساب معامل التوافق والثبات لإجابات العينة في التطبيقين، وكانت نسبة الثبات 0.911، وهي نسبة عالية تُشير إلى صلاحية الأداة للتطبيق.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

استخدم الباحث برنامج (SPSS) في تحليل بيانات الدراسة، واعتمد على الأساليب الإحصائية الآتية.

اختبار (T-Test)، اختبار (One Way Anova)، اختبار معامل الارتباط بيرسون (Person Correlation)، اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha)، الانحراف المعياري (Standard Deviation) المتوسط الحسابي، الجداول التكرارية.

عاشراً: نتائج الدراسة ومناقشتها

توصّلت الدراسة إلى النتائج من خلال برنامج التحليل الإحصائي SPSS، النسخة رقم 20، وفيما يلي توضيح لها:

يوضح جدول 1 خصائص العينة.

جدول 1

خصائص عينة الدراسة

المتغيرات	فئات كل متغير	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	821	%76.2
	أنثى	256	%23.8
العمر	أقل من 30	77	%7.1
	30 إلى أقل من 40	308	%28.6
المستوى التعليمي	40 فأكثر	692	%64.3
	دبلوم فأقل	188	%17.5
سنوات الخبرة	بكالوريوس	770	%71.5
	دراسات عليا	119	%11.0
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	98	%9.1
	من 5 إلى 9 سنوات	175	%16.2
المجموع	من 10 إلى 15 سنة	496	%46.1
	أكثر من 15 سنة	308	%28.6
		1077	%62.9

تظهر النتائج في جدول 1 أنّ الذكور في عينة الدراسة شكلوا النسبة العليا، وتبلغ (76.2%)، وجاءت الإناث بنسبة (23.8%)، وتعكس هذه النتيجة واقع الاستثمار في بورصة الكويت؛ إذ إن غالبية المستثمرين من الذكور. وتظهر النتائج بحسب العمر أنّ أعلى نسبة في عينة الدراسة هي لفئة العمر 40 سنة فأكثر، وبلغت (64.3%) من العينة ككل، وأن أقل نسبة لفئة العمر أقل من 30 سنة، وبلغت (7.1%) من العينة. وتظهر النتائج في جدول 1 بحسب المؤهل العلمي أنّ أعلى نسبة من عينة الدراسة كانت لحملة مؤهل بكالوريوس، وبلغت (71.5%)، وبلغت نسبة حملة مؤهل دراسات عليا (11.0%) من العينة ككل. كما تظهر النتائج بحسب سنوات الخبرة أنّ أعلى نسبة في عينة الدراسة هي لفئة سنوات الخبرة من 10 إلى 15 سنة، وبلغت (46.1%) من العينة ككل، وأن أقل نسبة كانت لفئة سنوات الخبرة أقل من 5 سنوات، وبلغت (9.1%) من العينة.

نتائج السؤال الأول: السلوك الاستثماري المفضل للمستثمرين في بورصة الكويت

حسبت التكرارات والنسب المئوية على النحو الذي يوضحه جدول 2.

جدول 2

السلوك الاستثماري للمستثمرين في بورصة الكويت

النسبة	التكرار	السلوك الاستثماري
62.9%	677	مضارب
25.7%	277	استثمار طويل
11.4%	123	سلوك القطيع
100%	1077	المجموع

تظهر النتائج في جدول 2 أنّ (677) مستثمراً من عينة الدراسة المستثمرين في بورصة الكويت يفضلون سلوك المضاربة كسلوك استثماري، وبلغت نسبتهم (62.9%) من العينة، وأن (277) مستثمراً من عينة الدراسة المستثمرين في بورصة الكويت يفضلون الاستثمار الطويل، وبلغت نسبتهم (25.7%) من العينة، وهناك (123) مستثمراً من عينة الدراسة المستثمرين في بورصة الكويت يفضلون سلوك القطيع كسلوك استثماري، وبلغت نسبتهم (11.4%) من العينة. وفقاً لنتائج الجدول ومسوّغات اختيار عينة الدراسة؛ كان من البديهي أن يكون المضاربون من أهم الفئات المختارة في هذه

الدراسة؛ إذ يُعتبرون من أهم الشرائح التي لها أدوار محورية في أسواق المال، سواء على مستوى بورصة الكويت أو الأسواق العالمية الأخرى، وهذه النتائج جاءت متوافقة مع نتائج كثير من الدراسات التي أشارت إلى حصول فئة المضاربين على الشريحة الكبرى في أسواق المال، وأهمها دراسة (Taleb & Nilsson, 2021) ودراسة (الجزاف، 2021) وترابطت مع دراسة (Abuselidze & Slobodanyk, 2021) التي أشارت إلى أهمية اتجاهات المضاربين النشطين؛ فالمضاربة ممكنة خلال «الألعاب الصعودية» وفي البيع على المكشوف؛ ومن ثم تصبح أداة مهمة لجذب إضافي للاستثمارات. وبذلك؛ فالمضاربات لها دور حاسم في تحقيق التوازن بين المشاركين في سوق رأس المال.

نتائج السؤال الثاني: مصادر المعلومات التي لها أثر على تغيير السلوك الاستثماري للمستثمرين في بورصة الكويت

حُسبت التكرارات والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والأهمية النسبية، وهو ما يوضحه جدول 3.

جدول 3

مصادر المعلومات التي لها أثر على تغيير السلوك الاستثماري للمستثمرين في بورصة الكويت

ر	مصادر المعلومات	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	المتوسط الأهمية الحسابية النسبية
1	تطبيقات التواصل الاجتماعي (تويتر، فيس بوك، سناب شات، إنستغرام، تليجرام)	193	17.9%	709	65.8%	2.017
2	وسائل الإعلام التقليدية (صحف، راديو، تلفزيون)	99	9.2%	563	52.3%	1.707
3	بيانات التحليل الأساسي	519	48.2%	381	35.4%	2.318
4	بيانات التحليل الفني	157	14.6%	191	17.7%	1.469
5	الإسناد الذاتي	649	60.3%	349	32.4%	2.529
6	معلومات داخلية (تسريب)	906	84.1%	93	8.6%	2.769
	الدرجة الكلية					2.132

يتبيّن من النتائج في جدول 3 أنّ أثر مصادر المعلومات على تغيّر السلوك الاستثماري للمستثمرين في بورصة الكويت جاء بمتوسط حسابي (2.132) وأهمية نسبية (71.16%)؛ وبذلك فإنّ مصادر المعلومات تؤثر على تغيّر السلوك الاستثماري للمستثمرين في بورصة الكويت بدرجة متوسطة بحسب رأي عينة المستثمرين. ويتبيّن من النتائج في جدول 3 أيضاً أنّ أكثر مصادر المعلومات التي تؤثر على تغيّر السلوك الاستثماري للمستثمرين في بورصة الكويت كانت «معلومات داخلية (تسريب)» بمتوسط حسابي (2.769) وأهمية نسبية (92.3%)، ثم «الإسناد الذاتي» بمتوسط حسابي (2.529) وأهمية نسبية (84.3%)، ثم «بيانات التحليل الأساسي» بمتوسط حسابي (2.318) وأهمية نسبية (77.3%)، ثم «تطبيقات التواصل الاجتماعي (تويتر، فيس بوك، سناب شات، انستغرام، تليجرام)» بمتوسط حسابي (2.017) وأهمية نسبية (67.2%). كما يتبيّن من النتائج في جدول 3 أيضاً أنّ أقل مصادر المعلومات التي تؤثر على تغيّر السلوك الاستثماري للمستثمرين في بورصة الكويت كانت «بيانات التحليل الفني» بمتوسط حسابي (1.469) وأهمية نسبية (49.0%)، ثم «وسائل الإعلام التقليدية (صحف، راديو، تلفزيون)» بمتوسط حسابي (1.707) وأهمية نسبية (56.9%). جاءت نتائج الجدول مغايرة وغير متوافقة مع أغلب الدراسات السابقة؛ مثل دراسة (الجزاف، 2020)، (Fan et al., 2020)، (Al Atoom et al., 2021) التي بحثت في العلاقة بين منصات التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام وأثرها على قرارات الاستثمار أو قياس المشاعر، وأشارت إلى أهمية معلومات منصات التواصل في تغيّر الاتجاهات والقرارات الاستثمارية في أسواق المال، ويتبيّن من النتائج أنّ عينة الدراسة تركز على معلومات الإسناد الذاتي المبني على الخبرات الخاصة، وتسريب المعلومات (غير قانوني)، وهذا منعطف سلبي في بورصة الكويت. واستناداً إلى أهم مرتكزات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام يتضح من عينة الدراسة أنّ المستثمرين الأفراد النشطين الذين اختيروا بعناية لرصد تأثير أهم قواعد النظرية عليهم، لم يعتمدوا على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات التي قد تسهم في تغيّر السلوك الاستثماري وتغيّر أساليب التداول بشكل رئيس؛ إذ حلّت في الترتيب الرابع بين بقية المصادر، ولكن حافظت نسبياً على مسار تدفق المعلومات من منصات التواصل الاجتماعي والسلوك الاستثماري المفضل لديهم، وهو المضاربة بشكل متفاوت من مضارب خامل إلى نشط، وقد أشار مؤسسو النظرية (Rokeach & Defleurand, 1976) إلى أنّ التأثيرات السلوكية في النظرية تنحصر في سلوكين أساسيين، هما: التشبيط، والخمول، والتشبيط يعني قيام الفرد باتخاذ

تأثير المعلومات في منصات التواصل الاجتماعي على سلوك المستثمرين في بورصة الكويت

موقف لحدث ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، في حين يعني الخمول عدم النشاط وتجنب القيام بالرد على الحدث، وتُعتبر التأثيرات السلوكية بمثابة المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية.

نتائج السؤال الثالث: أثر مصادر المعلومات على السلوك الاستثماري للمستثمرين في بورصة الكويت

حسبت التكرارات والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والأهمية النسبية، وهو ما يوضحه جدول 4.

جدول 4

أثر مصادر المعلومات على السلوك الاستثماري للمستثمرين في بورصة الكويت

ر	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	الأهمية النسبية
1	921	85.5%	147	13.6%	9	0.8%	2.847
2	78	7.2%	203	18.8%	796	73.9%	1.333
3	397	36.9%	536	49.8%	144	13.4%	2.235
4	82	7.6%	386	35.8%	609	56.5%	1.511

تابع/ جدول 4

أثر مصادر المعلومات على السلوك الاستثماري للمستثمرين في بورصة الكويت

الأهمية النسبية	التكرار النسبة التكرار	النسبة التكرار النسبة التكرار	التكرار النسبة التكرار النسبة التكرار	ر					
88.7%	2.660	8.0%	86	18.0%	194	74.0%	797	5	التقرير المتعلق بالقوائم المالية الأولية ربع السنوية والسنوية الصادر عن الشركة نقطة انطلاق لتغير السلوك الاستثماري.
38.9%	1.168	86.1%	927	11.0%	119	2.9%	31	6	صفحات المحللين الفنيين التي (تعرض الرسم البياني لأعلى قيمة سعرية للسهم، وسعد الدعم للسهم) ودعوات الأسهم تؤثر على تغير السلوك الاستثماري.
65.9%	1.976	28.0%	302	46.3%	499	25.6%	276	7	أخبار التأزيم السياسي بين السلطتين التشريعية والتنفيذية التي مصادرها البرلمانون تؤثر على سلوكي الاستثماري.
89.3%	2.678	2.7%	29	26.8%	289	70.5%	759	8	الشائعات عن أوضاع الشركات المدرجة تؤثر على سلوكي الاستثماري.
91.1%	2.732	2.7%	29	21.4%	231	75.9%	817	9	أرقام الميزانيات الرسمية الصادرة عن الشركة تؤثر على سلوكي الاستثماري.
72.5%	2.174	9.9%	107	62.8%	676	27.3%	294	10	المؤشرات المالية: مكرر مضاعف ربحية السعر يؤثر على سلوكي الاستثماري.
98.2%	2.947	0.8%	9	3.6%	39	95.5%	1029	11	المعلومات الداخلية تسريب (غير قانونية) مصدرها الملاك والأشخاص المخولون بالاطلاع.
73.52%	2.21								الدرجة الكلية

يتبيّن من النتائج في جدول 4 أنّ أثر مصادر المعلومات على السلوك الاستثماري للمستثمرين في بورصة الكويت جاء بمتوسط حسابي (2.210) وأهمية نسبية (73.52%)؛ وبذلك، فإنّ مصادر المعلومات تؤثر على السلوك الاستثماري للمستثمرين في بورصة الكويت بدرجة متوسطة بحسب رأي عينة المستثمرين. ويظهر من نتائج جدول 4 أيضاً أنّ أكثر مصادر المعلومات التي تؤثر على السلوك الاستثماري للمستثمرين في بورصة الكويت، كانت «المعلومات الداخلية تسريب (غير قانونية) مصدرها الملاك والأشخاص المخولون بالاطلاع» بمتوسط حسابي (2.947) وأهمية نسبية (98.2%)، ثم «التقارير الاقتصادية والسياسية الرسمية التي مصدرها الدولة المتعلقة بالأزمات بشتى أنواعها تؤثر على سلوكي الاستثماري» بمتوسط حسابي (2.847) وأهمية نسبية (94.9%)، ثم «أرقام الميزانيات الرسمية الصادرة عن الشركة تؤثر في سلوكي الاستثماري» بمتوسط حسابي (2.732) وأهمية نسبية (91.1%)، ثم «الشائعات عن أوضاع الشركات المدرجة تؤثر سلوكي الاستثماري» بمتوسط حسابي (2.678) وأهمية نسبية (89.3%)، ثم «التقرير المتعلق بالقوائم المالية الأولية ربع السنوية والسنوية الصادر عن الشركة نقطة انطلاق لتغيير السلوك الاستثماري» بمتوسط حسابي (2.660) وأهمية نسبية (88.7%). كما يتبيّن من النتائج في جدول 4 أنّ أقل مصادر المعلومات التي تؤثر على السلوك الاستثماري للمستثمرين في بورصة الكويت كانت «صفحات المحللين الفنيين التي تعرض الشارت لأهداف لقمم ودعومات الأسهم تؤثر على تغيير السلوك الاستثماري» بمتوسط حسابي (1.168) وأهمية نسبية (38.9%)، ثم «صفحات المحللين الماليين التي تعرض التحليل المالي للشركات المدرجة قبل موعدها الرسمي تؤثر على تغيير السلوك الاستثماري» بمتوسط حسابي (1.333) وأهمية نسبية (44.4%). ويتّضح من نتائج الجدول أيضاً أنّ المستثمرين النشطين في بورصة الكويت يركزون بشكل أساسي على المعلومات الداخلية تسريب (غير قانونية)، التي كان مصدرها الملاك والأشخاص المخولين بالاطلاع، وهذا المنفذ للمعلومات غير قانوني يوضح بشكل جلي أنّ تطبيق القانون في بورصة الكويت ما زال ضعيفاً أو غير مفعّل بالشكل السليم. جاءت هذه النتائج متوافقة مع نتائج دراسة (الطحاوي وآخرين، 2021أ) ودراسة (الطحاوي وآخرين، 2021ب)، التي أشارت بشكل رئيس إلى أنّ كفاءة السوق المالي تتوقف على مدى توافر المعلومات لمجموع المستثمرين في توقيت واحد، وهذا ما لا يحدث عند تفشي ظاهرة تسريب المعلومات الداخلية وتداولها المبني على التفتيح على حساب بقية شرائح المستثمرين. وبالنسبة لأقل مصادر

المعلومات أثراً وأهميةً على تغير سلوك المضاربين المفضل لديهم نجد أن صفحات المحللين الفنيين و المالىين جاءت بالمراتب الأخيرة؛ من حيث الجدوى والتغير، وقد توافقت هذه النتائج بشكل وثيق مع دراسة (التميمي، وآخرين، 2014). ومن خلال ما تقدم من نتائج جدول 4، نُشير إلى ما أدته الثورة التكنولوجية من انتشار واسع لأجهزة الكمبيوتر والإنترنت وخلق حالة غير مسبوقة من طوفان البيانات؛ مما أدى إلى تغيير جذري في الطريقة التي ننظر بها إلى العلوم الاجتماعية والاقتصادية. لقد أدى الاستخدام المتزايد باستمرار للإنترنت كمصدر للمعلومات؛ مثل: (معلومات الأخبار الاقتصادية والتجارية والسياسية...إلخ)، إلى نشوء نشاط متزايد مماثل عليه من قبل المستثمرين. من هنا، أدى التفاعل مع الأنظمة التكنولوجية إلى إنشاء مجموعة ضخمة من البيانات توثق السلوك الجماعي بطريقة لم يكن من الممكن تصوّرها سابقاً.

نتائج السؤال الرابع: أكثر منصات التواصل الاجتماعي التي تهتم بها عينة المستثمرين

حُسبت التكرارات والنسب المئوية على نحو ما يوضحه جدول 5.

جدول 5

أكثر منصات التواصل الاجتماعي تهتم بها عينة المستثمرين

النسبة	التكرار	تطبيقات التواصل الاجتماعي
81.4%	877	«تويتر»
3.6%	39	فيس بوك
0.9%	10	سناب شات
0.8%	9	إنستغرام
13.2%	142	تليجرام
100.0%	1077	المجموع

تُظهر النتائج في جدول 5 أنّ أكثر تطبيق من تطبيقات التواصل الاجتماعي الذي تهتم به عينة المستثمرين هو «تويتر»، ويهتم به (81.4%) من العينة، ثم تليجرام بنسبة (13.2%) من العينة، وفيس بوك بنسبة (3.6%)، وهناك (10) مستثمرين من

عينة الدراسة يهتمون بتطبيق سناب شات، وهو ما يمثل (0.9%) فقط من العينة، كذلك فإن (0.8%) فقط من العينة يهتمون بتطبيق إنستغرام. وجاءت النتائج متوافقة مع نتائج دراسة كل من (Fan et al., 2020) و (Strycharz et al., 2018) و (Agarwal et al., 2021)، التي تعد منصات التواصل الاجتماعي بيئة نشطة جداً لتوليد البيانات ونشرها، خاصة «تويتر»؛ إذ إن المحتوى الذي يُنشئه المستخدم على وسائل التواصل الاجتماعي له أهمية كبيرة على التحركات في أسواق الأسهم، ويؤدي توزيع المعلومات دوراً مهماً في تشكيل الأسواق المالية. ولم تتفق نتائج هذه الدراسة- فيما يخص منصة «تويتر» وأهميتها للمستثمر الكويتي؛ إذ تحظى هذه المنصة بمتابعة عالية ومستمرة لأغلب فئات المجتمع- مع نتائج دراسة (Al Atoom et al., 2021) التي أشارت نتائجها إلى أهمية منصة الفيس بوك بالنسبة للمستثمر العُماني في سوق عُمان للأوراق المالية.

نتائج فرض الدراسة ومناقشتها

ينص فرض الدراسة على أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مصادر المعلومات التي يعتمد عليها المستثمرون للحصول على المعلومات عن بورصة الكويت تعزى للسلوك الاستثماري المفضل لديهم.

للتحقق من فرض الدراسة حُسبت التكرارات والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والأهمية النسبية، وهو ما يوضحه جدول 6.

جدول 6

دلالة الفروق في مصادر المعلومات التي يعتمد عليها المستثمرون للحصول على المعلومات عن بورصة الكويت تعزى للسلوك الاستثماري المفضل لديهم

الرقم	مصادر المعلومات	المضاربة	الاستثمار طويل الأجل	سلوك القطيع	قيمة F	مستوى الدلالة
1	تطبيقات التواصل الاجتماعي (تويتر، فيس بوك، سناب شات، إنستغرام، تليجرام)	2.224	1.847	1.984	23.182	0.001
2	وسائل الإعلام التقليدية (صحف، راديو، تلفزيون، وكالات أنباء)	1.951	1.625	1.547	22.178	0.001
		0.781	0.928	0.942		

تابع/ جدول 6

دلالة الفروق في مصادر المعلومات التي يعتمد عليها المستثمرون للحصول على المعلومات عن بورصة الكويت تعزى للسلوك الاستثماري المفضل لديهم

الرقم	مصادر المعلومات	المضاربة	الاستثمار طويل الأجل	سلوك القطيع	قيمة F	مستوى الدلالة
3	بيانات التحليل الأساسي	2.227	2.474	2.251	8.301	0.001
		0.907	0.716	0.879		
4	بيانات التحليل الفني	1.672	1.399	1.339	11.015	0.001
		0.971	1.031	1.014		
5	الإسناد الذاتي	2.455	2.702	2.428	17.391	0.001
		0.574	0.649	0.725		
6	معلومات داخلية (تسريب)	2.773	2.865	2.669	8.849	0.001
		0.438	0.464	0.651		

تُظهر النتائج في جدول 6 ما يأتي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية (0.001) في مستوى اعتماد المستثمرين على تطبيقات التواصل الاجتماعي (تويتر، فيس بوك، سناب شات، إنستغرام، تليجرام) للحصول على مصادر المعلومات عن بورصة الكويت تعزى للسلوك الاستثماري المفضل لديهم، وكانت الفروق لصالح سلوك المضاربة؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي لدرجات العينة الذين يفضلون سلوك المضاربة (2.224)، وكان المتوسط الأعلى. ويُظهر جدول 6 أيضاً أن منصات التواصل الاجتماعي كانت مزوداً للمعلومات ومصدراً للتراكم المعرفي لتجميع الأخبار المتعلقة ببورصة الكويت والأسواق الخليجية المجاورة، خاصة أن الرقابة والنشر الاستباقي لأخبار بورصة الكويت مرصودة من قبل هيئة أسواق المال كجهة رقابية؛ للتأكد من المحتوى المنشور في منصات التواصل بأن يكون خالياً من المعلومات المؤثرة في أسعار الشركات المدرجة؛ فنتيجة الفرض تُشير إلى أن مصدر المعلومات في منصات التواصل حافظ على اتباع السلوك نفسه المفضل لديهم وهو المضاربة، ولكن بشكل متفاوت من مضارب غير نشط إلى مضارب نشط.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية (0.001) في مستوى اعتماد المستثمرين على وسائل الإعلام التقليدية (صحف، راديو، تلفزيون، وكالات أنباء) للحصول على مصادر

المعلومات عن بورصة الكويت تعزى للسلوك الاستثماري المفضل لديهم، وكانت الفروق لصالح سلوك المضاربة؛ إذ بلغ الوسط الحسابي لدرجات العينة الذين يفضلون سلوك المضاربة (1.951)، وكان المتوسط الأعلى. ومن خلال ما تبين من نتائج الجدول يلاحظ أنّ وسائل الإعلام الرسمية لها قبول ومتابعة عند بعض المستثمرين بشكل أو بآخر، وبخاصة الأخبار المتعلقة بالأزمات الاقتصادية والسياسية، ولكن هذه الأخبار لم تغيّر السلوك الاستثماري المفضل لديهم بالدرجة الكبيرة؛ إذ حافظ هؤلاء المستثمرون النشطون على أسلوبهم المفضل، وهو المضاربة من مضارب شامل إلى نشط.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية (0.001) في مستوى اعتماد المستثمرين على بيانات التحليل الأساسي للحصول على مصادر المعلومات عن بورصة الكويت تعزى للسلوك الاستثماري المفضل لديهم، وكانت الفروق لصالح سلوك الاستثمار الطويل الأجل، وقد بلغ المتوسط الحسابي لدرجات العينة الذين يفضلون سلوك الاستثمار الطويل الأجل (2.474)، وكان المتوسط الأعلى. ووفقاً لنتائج الفرض الرئيس في الدراسة يُلاحظ أنّ معلومات التحليل الأساسي لها دور في تغيّر السلوك الاستثماري لدى المستثمرين من مضاربة، وهو الأسلوب المفضل لديهم، إلى الاستثمار الطويل، وهذا يقدم دلالات مهمة وجوهرية على أهمية تقديم النشرات ذات المحتوى الشفاف، وأن تكون المعلومات الواردة كاملة وغير مضلّة، وهذه البيانات والمعلومات الجوهرية قد تُساعد في زيادة نسبة المستثمرين العقلانيين في بورصة الكويت، وكذلك دعم توجّهات الاستثمار الطويل.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية (0.001) في مستوى اعتماد المستثمرين على بيانات التحليل الفني للحصول على مصادر المعلومات عن بورصة الكويت تعزى للسلوك الاستثماري المفضل لديهم، وكانت الفروق لصالح سلوك المضاربة، وقد بلغ المتوسط الحسابي لدرجات العينة الذين يفضلون سلوك المضاربة (1.672)، وكان هو المتوسط الأعلى. وقد أشارت كثير من الدراسات إلى أنّ التحليل الفني عادة ما يكون متوافقاً مع المضاربيين لتعرّف قيعان ومراكز دعم سعر السهم، وهذه أحد المسوغات التي قد تحفّز بعض المضاربيين للاستمرار في سلوكهم المضاربي الذي يُعتبر نهجهم العام وسلوكهم المفضل في أسواق المال بشكل عام.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية (0.001) في مستوى اعتماد المستثمرين على الإسناد الذاتي للحصول على مصادر المعلومات عن بورصة الكويت تعزى للسلوك الاستثماري المفضل لديهم، وكانت الفروق لصالح سلوك الاستثمار الطويل

الأجل، وقد بلغ المتوسط الحسابي لدرجات العينة الذين يفضلون سلوك الاستثمار طويل الأجل (2.702)، وكان هو المتوسط الأعلى. تُشير نتائج الفرض إلى أن عينة المستثمرين الأفراد النشطين، التي اختيرت في هذه الدراسة تعتمد بشكل كبير على الإسناد الذاتي الذي جاء نتيجة التراكمات المعرفية والخبرة في ديناميكيات بورصة الكويت؛ فسنوات الخبرة وتمرس هذه الشريحة من المستثمرين في تغيير سلوكهم المفضل من (مضارب) إلى الاستثمار الطويل، كان مبنياً على نظرة شخصية بحتة خالصة للمستثمر وحده وفيما يراه من جدوى استثمارية مجدية تدعم توجهاته في الاحتفاظ بسلمة معينة فترة طويلة لجني أرباح بالفروقات السعرية أو عوائد الأرباح السنوية بعائد سنوي شبه ثابت.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية (0.001) في مستوى اعتماد المستثمرين على المعلومات الداخلية (تسريب) للحصول على مصادر المعلومات عن بورصة الكويت تعزى للسلوك الاستثماري المفضل لديهم، وكانت الفروق لصالح سلوك الاستثمار الطويل الأجل، وقد بلغ المتوسط الحسابي لدرجات العينة الذين يفضلون سلوك الاستثمار طويل الأجل (2.865)، وكان المتوسط الأعلى. قدمت نتائج الدراسة والفرض الرئيس مؤشرات تحظى بالاهتمام والبحث والمتابعة والرصد سواء كانت أكاديمية أم قانونية، وقد أفادت أن المعلومات الداخلية (تسريب - غير القانونية) لها أثر واضح على سلوك المستثمرين النشطين، وأسهمت في تغيير سلوكهم المفضل (المضاربة) إلى (استثمار طويل)؛ إذ تركز على نوعية المعلومة سلبية أو إيجابية، وكلتاها تصب في مصلحة المستفيد، وهذه النتيجة تؤكد جوهرية هذه المعلومات؛ لأنها صادرة عن صاحب الشأن المالك أو عن المخولين بالاطلاع. كانت النتائج متسقة بشكل ارتباطي مع دراسة (Young Kim, 2019) التي أشارت إلى أن تجار الكتلة (الملاك) كانوا من أكبر المنافذ ارتباطاً بتسريب المعلومات، وتسببوا في مشكلات تتعلق بالمخاطر المعنوية.

- لم تكشف نتائج الفرض الرئيس عن دلالات إحصائية لمصدر المعلومات في تغيير سلوك المستثمرين النشطين المفضل لديهم، وهو المضاربة إلى سلوك القطيع، وهذا يدل على أن عينة الدراسة كانت ذات تمرس فني عالٍ، خاصة في آليات تداولات بورصة الكويت والمتغيرات العنيفة المصاحبة لها؛ فهم يحافظون على سلوكهم الاستثماري المعتاد وعلى مواقفهم الاستثمارية بالتخارج أو مداورة الأموال متى ما سنحت الفرصة والمعلومات المجدية.

أبرز النتائج

- المستثمرون في بورصة الكويت يفضلون سلوك المضاربة كسلوك استثماري، بنسبة قدرها (62.9%).
- أكثر مصادر المعلومات التي تؤثر على تغيير السلوك الاستثماري للمستثمرين في بورصة الكويت كانت معلومات داخلية (تسريب)، بأهمية نسبية تُقدر بـ (92.3%).
- جاءت «منصات التواصل الاجتماعي» بأهمية نسبية تُقدر بـ (67.2%) كمصدر معلومات يؤثر على تغيير السلوك الاستثماري للمستثمرين في بورصة الكويت.
- أكثر منصات التواصل الاجتماعي التي تهتم بها عينة المستثمرين في بورصة الكويت هي «تويتر»، ويهتم بها (81.4%).
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية (0.001) في مستوى اعتماد المستثمرين على المعلومات الداخلية (تسريب) للحصول على مصادر المعلومات عن بورصة الكويت تعزى للسلوك الاستثماري المفضل لديهم، وكانت الفروق لصالح سلوك الاستثمار الطويل الأجل.

التوصيات

- توفير المعلومات الكافية من قبل الشركات المدرجة وتنويع مصادر التمويل من جهات الاختصاص يسهمان في رفع وتنشيط السيولة للمضاربين في بورصة الكويت.
- إيجاد الطرق اللازمة للحد من (تسريب) المعلومات الداخلية، ومنع الاستفادة البعض دون الآخرين بطرق غير قانونية، قد يُسهم في تحسين سمعة بورصة الكويت وكفاءتها.
- تنظيم عمليات النشر والإفصاحات للمعلومات الاقتصادية في منصات التواصل الاجتماعي يُساعد في رفع معدل الاهتمام بهذه المنصات بشكل عام.
- الاهتمام بمحتوى «تويتر» الاقتصادي وترخيصه من قبل هيئة أسواق المال، من الممكن أن تعكس إسهاماته على جميع شرائح المستثمرين؛ لما تمثله هذه المنصة من أهمية للمستثمرين المحليين.
- إجراء دراسات معمّقة لأثر تسريب المعلومات الداخلية على سلوك

المستثمرين المحليين وثقة المستثمرين الأجانب بكفاءة بورصة الكويت وبيئتها الاستثمارية القصيرة الأجل والطويلة الأجل.

- تقترح الدراسة تكثيف تطبيق نظريات الإعلام وتحولات البيئة الإعلامية على بورصة الكويت، خاصة المصاحبة لترقيات البورصة واختبارات الأوزان من قبل المؤشرات العالمية.

المراجع

بورصة الكويت. (2021). *التوزيع الشهري لحسابات التداول النشطة وغير النشطة من حيث جنسية المتداول والتصنيف، الكويت، بورصة الكويت، ص1*. https://docs.boursakuwait.com.kw/KCCFiles/KCC_REP_2021_12__A_31202211738721.pdf

التميمي، يعقوب؛ والفيلي، هاني؛ والمقصيد، محمد. (2014). *العوامل المؤثرة على قرارات المستثمر الفرد وسلوكه الاستثماري: دراسة على سوق الكويت للأوراق المالية، مجلة البحوث المالية والتجارية، (2)، 44-69*.

الجزاف، أنور عبد الوهاب. (2020). *اتجاهات المستثمرين الأفراد نحو المعالجة الإخبارية للصحافة الاقتصادية والتحليل الفني وتأثيرها على القرار الاستثماري لديهم: دراسة تطبيقية على بورصة الكويت. مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، 46 (176): 213-264*. doi:10.34120/0382-046-176-006

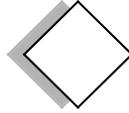
الجزاف، أنور عبد الوهاب. (2021). *اتجاهات المستثمرين نحو أثر الخبرين السياسي والاقتصادي في وسائل الإعلام على قرارات الاستثمار في أسواق المال: دراسة تطبيقية على بورصة الكويت، مجلة الآداب، 33(3)، 223-345*. doi:10.33948/1300-033-003-011

الطحاوي، نيرة؛ و خليل، عبد الفتاح؛ وأبو العلا، محمد؛ ومتولي، أحمد. (2021أ). *دراسة تحليلية لمعرفة أثر تسريب المعلومات الداخلية على الفجوة المعلوماتية بين المستثمرين في البورصة المصرية، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، 12 (3)، 293-322*. doi/10.21608/jces.2021.204647

الطحاوي، نيرة؛ و خليل، عبد الفتاح؛ وأبو العلا محمد؛ ومتولي، أحمد. (2021ب). *استخدام تقارير الأعمال المتكاملة في الحد من ظاهرة تسريب المعلومات الداخلية وتدنية الفجوة المعلوماتية بين المستثمرين بالبورصة المصرية، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، (3)، 323-359*.

- المحلل المالي. (5-يونيو-2022). الأجنب يمتلكون 13% من قيمة البورصة السوقية.. بما يعادل 6 مليارات دينار، *صحيفة الأنباء*، ص12.
- Agaraal, S., kumar, S. & Goel, U. (2021). Social media and the stock market : an emerging market perspective, *Journal of Business Economics & Management*, 22(6), 1614–1632. doi.org/10.3846/jbem.2021.15619
- Al-Atoom, S., Alaf, K. & Al-Fedaw, M. (2021). The effect of social media on making investment decisions for investors in Amman Financial Market. *International Journal of Innovation*, 15(6), 934-960.
- Ball- Rokeach, S. J., & Defleur, M. (1976). Adepency model of mass- Media effects. *Communication Research*, 3(1), 3-21.
- Ball-Rokeach, S. J. (1998). A theory of media power and a theory of media use: different stories, Questions, and ways of thinking. *Mass Communication & Society*, 1, 5-40. doi.org/10.1080/15205436.1998.9676398
- Edmans, A., Jayaraman, S., & Schneemeier, J. (2017). The source of information in prices and investment-price sensitivity, *Journal of Financial Economics*, 126, 74-96. doi.org/10.1016/j.jfineco.2017.06.017
- Fan, R., Talavera, O., & Tran, V. (2020). Social media bots and stock markets. *European Financial Management*, 26(3), 753–777. doi.org/10.1111/eufm.12245
- Fiala, V., Kapounek, S., & Vesely, j. (2015). Impact of Social Media on the Stock Market: Evidence from Tweets. *European Journal of Business Science & Technology*, 1(1), 24–35.
- Gawer, A., & Rnicek , N. (2021). *Online platforms: Economic and societal effects, Panel for the future of Science & Technology* , 656)336(,1-104 doi:10.2861/844602
- Gilbert, E., & Karahalios, K. (2010). Widespread Worry and the Stock Market. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 4(1), 58-65.
- Rahayu, A., Putra, A., Oktaverina, C., & Ningtyas, R. (2020). Herding behavior in the stock market: A Literature Review, *International Journal of Social Sciences Review*, 1(2), 8-24.
- RSF. (2022). *RSF's 2022 World Press Freedom Index*. France. <https://rsf.org/en/country/kuwait>
- Saini, A., & Sharma, A. (2019). Predicting the unpredictable: an application of machine learning algorithms in Indian stock market. *Annals of Data Science*, 9 (1), 791-799. doi:10.1007/s40745-019-00230-7

- Slobodianyuk , A., & Abuselidze, G. (2021). Influence of speculative operations on the investment capital: Anempirical analysis of capital markets, *E3S Web Conf*, 234 (2021), 1-7. doi.org/10.1051/e3sconf/202123400084
- Strycharz, J., Strauss, N., & Trilling, D. (2018). The Role of Media Coverage in Explaining Stock Market Fluctuations: Insights for Strategic Financial Communication, *International Journal of Strategic Communication*, 12(1), 67-85. doi.org/10.1080/1553118X.2017.1378220
- Taleb, S., & Nilsson, F. (2021). *Impact of social media on investment decision: A quantitative study which considers information online, online community behaviour, and firm image*, [Bachelor Thesis], Spring 2021, Umea university, 1-64.
- Young Kim, T. (2019). Effect of pre-disclosure information leakage by block traders, *Journal of Risk Finance*, 20 (5), 470-483. doi.org/10.1108/JRF-09-2018-0134.



للاستشهاد

الجزاف، أنور. (2024). تأثير المعلومات في منصات التواصل الاجتماعي على سلوك المستثمرين في بورصة الكويت. *مجلة العلوم الاجتماعية*، 52(1)، 55 - 84.

To Cite:

Al Jazaf. A. (2024). The effect of information in social media platforms on the behavior of investors in the Kuwait Stock Exchange . *Journal of the Social Sciences*, 52(1), 55 -84.