



## مقدار الثقة المعلوماتية في وسائل التواصل الاجتماعي في أثناء جائحة فيروس كورونا COVID-19 في المجتمع الكويتي

أ. د. مها مشاري السجاري  
أ. د. يعقوب يوسف الكندري

### ملخص

**أهداف الدراسة:** تركز الدراسة على مقدار ثقة الأفراد داخل المجتمع الكويتي بوسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة من حيث نقلها للمعلومة الصحيحة والاعتماد عليها في تلقي الأخبار المتعلقة بجائحة كورونا والأخبار الصحية حولها. فتسعى الدراسة إلى الكشف عن التأثير المعلوماتي لوسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام وبالتحديد في الجوانب الصحية.

**منهجية الدراسة:** نوع الدراسة وصفي معتمدة على المنهج المسحي، وتعتبر الاستبانة الأداة الرئيسة للدراسة. تضمنت الاستبانة مجموعة من المتغيرات الديموغرافية، ومقياساً لدرجة وكثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والاعتماد على مقياس الثقة لوسائل التواصل الاجتماعي. وقد تم القيام بإجراءات الصدق والثبات المعتادة لهذا المقياس. لقد تم استخدام برنامج SPSS (الإصدار 23). وتم توظيف الإحصاء الوصفي والاستدلالي المتمثل في اختبار (ت)، ومعامل التحليل الأحادي، ومعامل الارتباط بيرسون. كشفت نتائج الدراسة بشكل عام عن وجود مقدار مناسب من الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي في المجتمع الكويتي.

**البيانات وعينة الدراسة:** اختيرت عينة بلغت 2108 من الكويتيين - ذكوراً وإناثاً - من المستخدمين لأدوات التواصل الاجتماعي من خلال الاعتماد على عينة غير عشوائية وهي العينة المتاحة.

- تم تسليم البحث في 2020/6/31، عُذِّل في 2020/11/22، أُجيز للنشر في 2020/11/30.

**نتائج الدراسة:** كشفت نتائج الدراسة عن وجود فروق دالة إحصائية بين بعض المتغيرات الديموغرافية في مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي متمثلة في العمر، والنوع، والمستوى التعليمي، والحالة الاجتماعية. كما كشفت الدراسة عن وجود فروق دالة إحصائية بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومقدار ثقة أفراد العينة بالمعلومات التي تعرضها وسائل التواصل الاجتماعي، وعلاقة إحصائية متقاطعة أيضاً بين هذه الأبعاد.

**الخلاصة:** خلصت الدراسة إلى أن هناك تأثيراً بالغاً لوسائل التواصل الاجتماعي في أثناء الأزمات ومنها جائحة كورونا، ويمكن الاعتماد عليها في نقل كثير من المعلومات الصحيحة.

**المصطلحات العلمية:** الثقة المعلوماتية، جائحة كورونا، وسائل التواصل الاجتماعي، المجتمع الكويتي، الوسائل المعلوماتية.

## مقدمة:

أشارت منظمة الصحة العالمية في تعريفها لمرض فيروس كورونا أو ما يطلق عليه كوفيد-19 المستجد إلى أنه مرض معدٍ يسببه فيروس كورونا 2 المرتبط بالمتلازمة التنفسية الحادة الشديدة، وقد اكتشف من سلالة فيروسات كورونا، ولم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس الجديد قبل بدء تفشيه في مدينة ووهان الصينية في ديسمبر 2019. واعتبر كوفيد-19 على أنه جائحة في 11 مارس 2020 بسبب تفشيه في أكثر من 188 منطقة ودولة في العالم (WHO, 2020). ومنذ تصنيف منظمة الصحة العالمية مرض كورونا كجائحة بدأ الأفراد بمتابعة الأخبار والقنوات الإعلامية المسموعة والمرئية للاطلاع والتزود بمختلف المعلومات الصحية المرتبطة بأسباب ظهور المرض، وطرق انتشاره ووسائل الوقاية منه والحد من انتشاره، وأصبحت وسائل الإعلام التقليدية والحديثة - على تنوعها - المصدر الرئيس لتلقي المعلومات الصحية حول تفشي الفيروس في العالم. وبدأ تتبع آخر الإحصائيات المتعلقة بعدد الإصابات والوفيات ومدى تطور المرض والأعراض الصحية المرتبطة به وأثرها على صحة الفرد المصاب سواء الفسيولوجية أو النفسية (Huang et al., 2020; Lu et al., 2020; Zhu et al., 2020). وبسبب التفشي والانتقال السريع لهذا الفيروس بين الأفراد وطول فترة حضائته لأكثر من عشرة

أيام دون ظهور الأعراض الصحية على المصاب - كما تشير المصادر -، وعدم اعتماد لقاح أو علاج فاعل لمدة طويلة من الزمن نسبياً لهذا الفيروس، اتخذت إجراءات صحية ووقائية عدة من قبل الجهات الصحية الرسمية المتمثلة بوزارة الصحة الكويتية ويتم الإعلان عنها بوساطة جميع وسائل الإعلام التقليدية منها والحديثة؛ لنشر الوعي الصحي والمعرفي بمختلف المعلومات المتعلقة بجائحة كورونا.

وعند حدوث أي عرض صحي في أي مجتمع من المجتمعات، فإن ذلك يدعو لتفاعل الأنوات والوسائل المختلفة داخل المجتمع، ويؤثر - بشكل عام - على البناء الاجتماعي ككل. ويأتي الإعلام في واجهة الأحداث في مواجهة مثل هذه الظروف، وفي تأثيرها على هذا البناء وخصوصاً وسائل التواصل الاجتماعي سهولة نشر المعلومات فيها ولسعة انتشارها. فقد لعبت وسائل التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في إحداث تأثير كبير على السلوك الإنساني من خلال نقل الأخبار وتداولها وتناقشها بين قطاع واسع من الجمهور في أثناء فترة الجائحة. ويعتبر جمهور وسائل التواصل الاجتماعي ومستخدموها في المجتمع الكويتي والخليجي كبيراً جداً (انظر: يعقوب يوسف الكندري، 2019)؛ وهو الأمر الذي يعزز من قوة تأثير هذه الوسائل على الرأي العام. فسرعة انتشار الأخبار وتداولها بسبب هذه الوسيلة التي تعتبر منتشرة بشكل كبير في المجتمع المحلي نتيجة سهولة الحصول عليها وسهولة استخدامها أيضاً؛ ومن ثم يكون من الأهمية بمكان دراسة تأثيرها ومدى إسهامها بشكل إيجابي أو سلبي على المجتمع.

### مشكلة الدراسة:

تركز الدراسة الحالية على مقدار ثقة الأفراد داخل المجتمع الكويتي بوسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة من حيث نقلها للمعلومة الصحيحة التي يمكن الاعتماد عليها في تلقي الأخبار المتعلقة بجائحة كورونا والأخبار الصحية المتداولة حولها. كما تسعى الدراسة إلى الكشف عن الاختلافات الاجتماعية لدى أفراد العينة في استقبال مثل هذه الأخبار.

### أُسئلة الدراسة:

- سعت الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة الآتية:
- ما مقدار الثقة العام بالمعلومات والأخبار التي يتم الحصول عليها من وسائل التواصل الاجتماعي بخصوص كورونا؟
- هل هناك اختلافات بين بعض المتغيرات الاجتماعية في مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي وبوسائل الإعلام أثناء الجائحة لأفراد العينة؟
- هل هناك علاقة بين مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي وأدوات وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة؟ وهل هناك علاقة بين أبعاد مقياس الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي؟

### فروض الدراسة:

- تسعى الدراسة الحالية إلى اختبار الفروض الآتي:
- هناك فروق ذات دلالة الجنسين (الذكور والإناث) في مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي وبوسائل الإعلام أثناء الجائحة لأفراد العينة.
- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الحالة الاجتماعية في مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي وبوسائل الإعلام أثناء الجائحة لأفراد العينة.
- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الشرائح العمرية في مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي وبوسائل الإعلام أثناء الجائحة لأفراد العينة.
- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات التعليمية في مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي وبوسائل الإعلام أثناء الجائحة لأفراد العينة.
- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات ودرجات كثافة استخدام

وسائل التواصل الاجتماعي (إن كانت ضعيفة أو متوسطة أو عالية) في مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي وبوسائل الإعلام أثناء الجائحة لأفراد العينة.

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي وأدوات وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة؟
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد مقياس الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي؟

### أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من أهمية الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في المجتمع الكويتي من دور معلوماتي بارز في الحياة الاجتماعية ومدى تأثير هذا الدور على السلوك الإنساني. فهناك دور معلوماتي ومعرفي وتواصلية لهذه الوسائل. فيتم التركيز هنا على المعلومات المنقولة ومدى دقتها وصدقيتها وتأثيرها على المجتمع أثناء الجائحة. فتتناول معلومات خاصة بالأعراض الصحية والقضايا المرتبطة بها وما تقوم به هذه الوسائل من نشر للمعلومات يجعلها تترك أثراً على أفراد المجتمع، يتطلب دراسته وتحليله. إن ذلك من دون شك سيساعد راسمي السياسة الاجتماعية والصحية في التعرف على مدى خطورة مثل هذه الوسائل حين تقوم بنقل الأخبار غير الدقيقة وخاصة عندما يفتقد المجتمع الشفافية في نقل المعلومة، التي من الممكن أن تحل محلها هذه الوسائل وتكون مؤثرة بشكل كبير على أفرادها. وهو ما يساعد أيضاً على أن تقوم مؤسسات الدولة الرسمية بالاعتماد على مثل هذه الوسيلة لتثبيت ونقل المعلومات الموثوق بها لأفراد المجتمع بدلاً من البحث عن مواقع أخرى. وما يزيد من أهمية الموضوع أيضاً أن المعلومات التي يتم تناولها هي معلومات خاصة في أثناء الأزمة والجائحة العالمية التي أثرت على كل مرافق الحياة الاجتماعية. فهي تعتبر موضوعاً صحياً عالمياً لا بد من أن يتم التأكد من مقدار الثقة في هذه الوسائل ومقياس هذا المقدار لمعرفة الجوانب التي يمكن تعزيزها

أو تجنبها. ولعل العنصر المهم أيضاً هو حداثة الموضوع وحاجة المكتبة المحلية والعربية أيضاً إلى دراسات من هذا النوع، وبالتحديد في موضوع وسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت سمة تواصلية ومعلوماتية ومعرفية لا يمكن التخلي عنها في المجتمع المعاصر عند الأفراد بكافة شرائحهم الاجتماعية والعمرية.

### أهداف الدراسة:

يكمّن الهدف الرئيس للدراسة في تحديد دور وسائل التواصل الاجتماعي في نقل وتبادل الأخبار والمعلومات الخاصة أثناء فترة جائحة كورونا في المجتمع الكويتي؛ فتسعى الدراسة للكشف عن التأثير المعلوماتي لوسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام وبالتحديد في الجوانب الصحية. وتسعى الدراسة إلى الكشف عن وجود أي فروق بين بعض المتغيرات الديموغرافية في مقدار الثقة في هذه الأدوات المعلوماتية المهمة وواسعة الانتشار مثل متغيرات العمر، والنوع، والمستوى التعليمي، والحالة الاجتماعية. بالإضافة إلى الكشف عن العلاقات بين كثافة استخدام مثل هذه الوسائل ومقدار الثقة المعلوماتية في الجوانب الصحية، وإن كانت هناك أيضاً أي فروق في كثافة الاستخدام لهذه الأدوات مع الأبعاد المعلوماتية الخاصة باستخدام هذه الوسائل.

### الوسائل المعلوماتية:

يرتبط مصطلح المعلومات بمفهومَي البيانات، والمعرفة (قنديلجي والجنابي، 2008، 31). والوسائل المعلوماتية هي كل طريقة أو أداة تقدم المعلومة والمعرفة والبيانات. ولعل من أبرزها والتي تركز عليها الدراسة الحالية هي وسائل التواصل الاجتماعي. وبالنظر إلى تعريف وسائل التواصل الاجتماعي، فإن هناك تعريف عدة لوسائل التواصل الاجتماعي وتتفق معظمها على إنها وسيلة حديثة من وسائل الإعلام التي تضم مجموعة من الأفراد لهم الميول والاهتمامات والرغبة نفسها في تكوين بعض الصداقات والعلاقات الاجتماعية المحددة، وتعتمد تلك الوسائل على عناصر أساسية عدة، من أهمها

المشاركة، والترابط، والمناقشة، والمجتمع، والانفتاح التي يتم استخدامها في الفضاء الافتراضي عن طريق الشبكة العنكبوتية (العلمي، 2011، ص34) ويتم من خلال شبكات التواصل الاجتماعي تبادل الأخبار والمعلومات والصور والملفات طالما هذه العلاقات الافتراضية قائمة ونشطة من خلال تطبيقات مواقع تواصل اجتماعي عبر شبكة الإنترنت كاليوتيوب، فيس بوك، تويتر، انستجرام، واتس أب، فايبر، سكايب (Boughelaf, 2011, P.5). ومن ابرز خصائص شبكات التواصل الاجتماعي هي الطبيعة الديناميكية للحاجة إلى تبادل الأخبار والمعلومات بين أعضاء المجموعة، وعضوية المشاركين تكون غير متوقعة في تلك المواقع الاجتماعية، المعلومات المتبادلة تكون غير منظمة بين الأعضاء (نومار، 2012).

### الدراسات السابقة:

تناول عدد غير قليل من الدراسات التي ركزت على مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات. هناك دور فاعل لوسائل الإعلام على صحة الفرد النفسية والصحية. وهذا ما أوضحته عديد من الدراسات الميدانية التطبيقية. فقد تم إعداد دراسات عالمية عدة حول أهمية وتأثير وسائل الإعلام كمصدر رئيس للأفراد على تلقي المعلومات أثناء الأزمات وما تلعبه هذه الوسائل من دور مهم في نقل الأخبار وتداولها. فقد تعددت الدراسات وبالتحديد العالمية بخصوص دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي بشكل خاص على موثوقية الخبر أثناء الأزمات والكوارث.

وبشكل عام، هناك من الدراسات ما يشير إلى ضرورة التحقق من مصدر المعلومة والتدقيق في صحتها قبل نشرها وتداولها بين عامة الناس بشكل عام نظرا لما تشكله من تأثير بالغ الأثر وما تحمله من خطورة على المجتمع. فقد أشار - على سبيل المثال - كل من بول ولوس وهاندراسكيان وآخرون، (Handrasekaran et al., 2017; Ball & Lewis, 2012) بأن هناك العديد من المعلومات والأخبار المزيفة والمفبركة التي تم تداولها وانتشارها عبر وسائل التواصل الاجتماعي كالفيس بوك والتويتر واليوتيوب، التي أدت إلى المساس

بمصادقية تلك الوسائل وعدم الوثوق بها من قبل مستخدميها كمصدر للحصول على المعلومات الصحيحة والموثوق فيها. وقد نوه أيضاً كل من بيكر وآخرون (Baker et al., 2003) وايسنباك وكوهلر (Eysenbach & Kohler, 2003) إلى أنه يجب على مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي توخي الحذر في انتقاء ونشر المعلومات المنقولة من خلال أدواتها والتأكد من سلامة المصدر ودقته وذلك بسبب كثرة القنوات الموجودة في الفضاء السيبراني وصعوبة تتبع المصادر الرسمية وغير الرسمية للمعلومات والأخبار المتداولة فيها. فيؤكد عدم الثقة في هذا الفضاء بشكل عام؟، وضرورة التحقق قبل الاعتماد على مثل هذه الأخبار داخل المجتمع.

وفيما يتعلق بوسائل التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها للقضايا المتعلقة بالصحة، فقد تم إجراء مجموعة من الدراسات. ومثال على مثل هذه الدراسات التي تم تطبيقها على المجتمعات المحلية، الدراسة التي أجراها أوفيسوا وآخرون (Awofeso et al., 2019) في الإمارات العربية المتحدة على 120 مبحوثاً تراوح أعمارهم بين 18 و35 عاماً، بهدف معرفة أكثر أدوات وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً وشيوعاً للاطلاع والاعتماد عليها كمصدر للحصول على المعلومات الصحية، والطرق التي يتم استخدامها في تقييم مدى صحة ودقة المصدر. وقد أظهرت نتائج الدراسة بأن (81%) من أفراد العينة يستخدمون عادة وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيس للحصول على جميع المعلومات الصحية الذين يرغبون في الحصول عليها، وكان الواتس سبب من أكثر الوسائل استخداماً (95%)، يليه الانستغرام بنسبة (87%)، ثم اليوتيوب بنسبة (82%). كذلك بينت نتائج الدراسة بأن نسبة (15%) من أفراد العينة ذكروا أن الموقع الإلكتروني الرسمي في وسائل التواصل الاجتماعي للجهاز الصحي في دولة الإمارات يعتبر من أكثر المواقع وثوقاً لدقة وصحة المعلومات الصحية المعروضة فيه، بينما أشار (20%) من أفراد العينة إلى أن مواقع المنظمات الصحية العالمية من المصادر الأكثر وثوقاً في عرض المعلومات

الصحية، وأشار (21%) من أفراد العينة إلى أن المدونات والتغريدات التي يضعها الأطباء عبر وسائل التواصل الاجتماعي حول المعلومات الصحية تعتبر من أكثر المصادر دقة وثقة في الحصول عليها. وقد أشارت دراسة أوفيسوا وآخرون (2019) إلى أن (41%) من أفراد العينة يعتبرون محرك جوجل من أكثر محركات البحث المعلوماتية ثقة للحصول على المعلومات الصحية.

من أبرز الدراسات التي بينت أهمية توشي الحذر والدقة في متابعة المصادر الرسمية للمعلومات في أدوات وسائل التواصل الاجتماعي هي الدراسة التي أعدها رويآ وآخرون (Roya et al., 2020) حول أثر وسائل التواصل الاجتماعي على صحة الأفراد النفسية أثناء تفشي وباء كورونا في الصين. وقد بينت الدراسة التي طبقت على 662 من أفراد العينة أن هناك ارتفاعاً شديداً في حالات الاكتئاب والتوتر والقلق والتفكير الزائد في أثناء وباء كورونا بسبب تلقي معلومات غير صحيحة ومبالغ فيها حول المرض؛ مما أدى إلى تسجيل (12,5%) من أفراد العينة الذين يعانون من الصعوبة في النوم، و(36,4%) من أفراد العينة الذين يعانون من التوتر، و(37,8%) من أفراد العينة الذين يعانون من الخوف المفرط بالإصابة بمرض كورونا، و(72%) من أفراد العينة الذين يعانون من قلق الإصابة بالمرض أو أحد أقربائهم. فالمعلومات الصحية غير الدقيقة وغير الموثوق بها انعكست على الوضع الصحي. كذلك أشار اسمنديون وتايلور (Asmundson & Taylor, 2020) إلى التأثير السلبي لجميع أدوات وسائل التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية على أفراد العينة في كندا أثناء تفشي وباء كورونا بسبب بثها وتناقلها لمعلومات خاطئة ومضللة حول مرض الكورونا؛ مما أدى إلى بث الخوف والهلع من المرض بين الأفراد مما أدى إلى ظهور تصرفات غير طبيعية كتكديس المشتريات والمستلزمات الأولية في المنازل، وعدم مراجعة المرضى للعيادات الطبية، والتردد على الاختصاصيين النفسيين بسبب معاناتهم من الاضطرابات النفسية. فقد أثرت المعلومات التي تم الحصول عليها من مصادر غير موثوقة إلى التأثير على السلوك، وعلى الوضع الصحي كذلك.

وقد أشارت دراسة هو وآخرون أيضاً (Ho et al., 2020) إلى انتشار المعلومات المضللة والمبالغ فيها والمفبركة والشائعات عبر قنوات وسائل الإعلام حول وباء كورونا؛ مما أدى إلى ارتفاع كبير وملحوظ في عدد حالات الاكتئاب، واضطرابات النوم، والقلق، والتفكير في الانتحار عند أفراد العينة في المجتمع الصيني. أيضاً أشار شارما وآخرون (Sharma et al., 2017) بأنه وأثناء فترة وباء زيكّا، كانت معظم المعلومات الصحية التي تم كتابتها وتداولها عبر صفحات الفيس بوك غير صحيحة ومضللة. وعلى النقيض من ذلك، فقد كانت المعلومات الصحيحة والدقيقة حول المرض الأقل تداولاً وتفاعلاً في صفحات الفيس بوك. بالإضافة إلى ذلك هناك دراسات عدة تم إعدادها حول عدم دقة وصحة المعلومات الصحية المتداولة عبر بعض من وسائل التواصل الاجتماعي تحديداً مثل قنوات اليوتيوب عن الأمراض كدراسة باندي وآخرون (Pandey et al., 2010) حول مرض أنفلونزا الخنازير H1N1، التي أشارت إلى أن هناك نسبة 16,2% من الفيديوهات المعروضة حول هذا المرض كانت غير صحيحة. وقد أشارت دراسة ديلي وآخرين (Delli et al., 2016) حول متلازمة سجوجرين إلى أن هناك نسبة 16,7% من الفيديوهات المعروضة حول المتلازمة كانت خاطئة ومضللة، وكذلك دراسة سود وآخرون (Sood et al., 2011) التي ذكرت أن هناك 18,1% من الفيديوهات المعروضة حول مرض حصى الكلى كانت خاطئة وغير دقيقة، ودراسة دوبي وآخرين (Dubey et al., 2014) التي ذكرت أن هناك 20,7% من الفيديوهات المعروضة حول مرض عدوى فيروس غرب النيل كانت خاطئة ومضللة، وكذلك دراسة سنغ وآخرين (Singh et al., 2012) التي أوضحت بأن هناك نسبة 30,4% من الفيديوهات المعروضة حول مرض التهاب المفاصل كانت خاطئة، ودراسة كومار وآخرين (Kumar et al., 2014) حول مرض ضغط الدم، وأشارت إلى أن هناك نسبة 33% من الفيديوهات المعروضة كانت مضللة وخاطئة.

وفي اتجاه مقابل، بينت دراسة بورا وآخرين (Boraa et al., 2018) أن اليوتيوب كان من أبرز أدوات وسائل التواصل الاجتماعي في نقل وتداول المعلومات الصحية المتعلقة بوباء زيكّا أثناء فترة انتشاره، حيث كان اليوتيوب

يعد من أكثر المصادر الشعبية بين الأفراد في نشر الفيديوهات الرسمية والتوعوية من المصادر الرسمية الصحية (70,3%)، في المقابل كانت هناك 23,8% من الفيديوهات المتداولة أثناء تلك الفترة تحتوي على معلومات زائفة ومضللة حول الوباء، ونسبة 5,9% من الفيديوهات كانت شخصية تتعلق بالتجارب الفردية للأفراد الذين أصيبوا بهذا الوباء.

وذكرت دراسة جاندراسكيران وآخرين (Chandrasekaran et al., 2017) أنه أثناء تفشي وباء فيروس زیکا، كان 27% من أفراد عينة الدراسة يعتمدون على التويتر كمحرك رئيس من وسائل التواصل الاجتماعي للبحث عن المعلومات الأساسية الصحية حول هذا الوباء، مقارنة بنسبة 25,9% من أفراد العينة يعتمدون على اليوتيوب في الحصول على المعلومة، و25,4% من أفراد العينة يستخدمون الانستغرام للاطلاع على المعلومات المختصة حول الوباء، و21,6% من أفراد العينة يتصفحون الفيس بوك للاطلاع وتداول المعلومات المرتبطة بالوباء. كذلك أشارت نتائج الدراسة إلى أن أكثر من نصف أفراد العينة (56,22%) أشادوا بفائدة وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيس لتلقي المعلومات الصحية المتعلقة بوباء زیکا، مقارنة بنسبة (36,2%) من أفراد العينة ذكروا عدم جدوى وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر من مصادر نقل المعلومات الصحية، بينما ذكرت نسبة (7,5%) من أفراد العينة أن أدوات وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر مضللة ولا يمكن الوثوق بها في الحصول على المعلومات الصحية.

ولا شك أن الدراسة الحالية تسعى إلى التركيز على المجتمع المحلي الذي تسعى الدراسة الحالية إلى الكشف عن مقدار الثقة لهذه الوسائل وآلية عملها وتأثيرها أثناء الأزمة، وهي جهد مكمل للجهود العالمية العلمية التي حُصصت ولا زالت في الوضع الراهن بالتركيز على الجوانب المعلوماتية لهذه الجائحة. فتعتبر الجائحة حديثة، وتتوالى الدراسات حولها، وتسعى الدراسة الحالية لاستكمال الجهود العلمية المبحوثة في هذا الجانب والتركيز على أدوات محددة

من وسائل التواصل الاجتماعي في المجتمع الكويتي والتأثير المعلوماتي لها وبالتحديد مقدار الثقة بهذه المعلومات داخل المجتمع المحلي وهو بكل تأكيد سينسحب أيضاً على تأثيرها في المجتمع الخليجي بحكم تماثل عديد من الخصائص المرتبطة بهذا الجانب.

### منهج الدراسة:

جاءت الدراسة وصفية معتمدة على منهج المسح الاجتماعي بالعينة، وهو الأسلوب المناسب لهذا النوع من الدراسات الذي يقوم على تحليل مشكلة البحث والمتعلقة بمقدار ثقة المجتمع المحلي في وسائل التواصل الاجتماعي.

### أولاً - عينة الدراسة:

لقد تم اختيار عينة بلغت 2108 من الكويتيين من الجنسين، المستخدمين لأدوات التواصل الاجتماعي باستخدام عينة غير عشوائية وهي العينة المتاحة. وقد تم تطبيق الاستمارة الإلكترونية؛ بهدف الوصول على عدد ألفين مستجيب ومستجيبة لضمان شمول شرائح المجتمع كافة من ذكور وإناث ومن مستويات اقتصادية تعليمية ثقافية مختلفة. وقد تم الحصول على استمارات تفوق هذا العدد وتم أيضاً استبعاد بعض منها لعدم اكتمالها. ولعل هذه الطريقة من العينة المتاحة وعددها يحقق هدف الدراسة وفيها باختبار الفروض المطلوبة والتي من طبيعتها الكشف عن الفروق والعلاقات الإحصائية. ولقد بلغ إجمالي عدد الذكور 974 وعدد الإناث 1110 من أفراد العينة. وبلغت العينة من الجنسين بأعمار تراوح بين 17 و 86 عاماً وبمتوسط حسابي 39,32 سنة (ع = 14,36). لقد طلب من المبحوثين طوعاً الإجابة عن أسئلة الدراسة بعدما تم إرسالها لهم عبر رابط إلكتروني لتسهيل عملية الإجابة. وعند تقدير حجم العينة بالمقارنة بإجمالي مجتمع الدراسة والذي يتمثل في جميع الكويتيين بمختلف فئاتهم وشرائحهم العمرية والاجتماعية، وقد بلغ حجم عينة الدراسة ما يقارب من 0,08% وعلى الرغم من الاعتماد على العينة المتاحة من المستجيبين، فإن أفراد العينة توزعوا على المحافظات الست في الكويت. وجاءت نسبهم على النحو الآتي: محافظة العاصمة بنسبة (33%)،

ومحافظة حولي بنسبة (20,4%)، ومحافظة الأحمدية بنسبة (9,9%)، ومحافظة الفروانية بنسبة (12,4%)، ومحافظة الجهراء بنسبة (7,2%) ومحافظة مبارك الكبير بنسبة (11,1%) ولا بد من الإشارة إلى أن هذه الدراسة قد تم إعدادها لمشروع بحثي أكبر قام به الباحثان، وتم الاعتماد على بيانات هذه الدراسة لتتوافق مع هدفها وموضوعها (انظر: Al-Sejari & Al-Kandari, In Press).

### ثانياً – أداة الدراسة:

تعتبر الاستبانة الأداة الرئيسة للدراسة، وقد تم الاعتماد على الاستمارة الإلكترونية والتي أظهرت قدرة جيدة على الصدق من خلال توزيعها والاستجابة لها (Kayam, 2012). تضمنت الاستمارة مجموعة من المتغيرات، وتم الطلب من المبحوث تحديد بعض من المتغيرات الديموغرافية مثل العمر، وتحديد النوع، والمستوى التعليمي، ومحافظة السكن. وقسم العمر لأهداف تحليلية إلى ثلاث شرائح عمرية: 24 عاماً وأقل (وهي شريحة صغار السن من المراهقين والشباب)، و25-59 سنة (وهم من الراشدين)، و60 سنة وأكثر (من كبار السن والمسنين). وقد تم تقسيم المستوى التعليمي إلى ثلاث فئات أيضاً: الثانوي وما دون، والجامعي، وما فوق الجامعي. وجاء هذا التقسيم متوافقاً مع طبيعة المجتمع المحلي؛ حيث إن أكثر أفراد العينة من المتعلمين في المجتمع الكويتي، وهو الذي جعل من هذا التقسيم مناسباً. ومما تم الاعتماد عليه في هذه الدراسة أيضاً، هو مقياس درجة وكثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للمبحوث. فقد طُلب من المبحوث تحديد درجة وكثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الست الأكثر استخداماً في الكويت والخليج العربي التي أشارت إليها عديد من الدراسات (انظر: يعقوب يوسف الكندري، 2019) والمتمثلة في تويتر، والفيس بوك، والواتس أب، واليوتيوب، وسناب جات، والانستغرام. وقد تم الإشارة على وسائل أخرى من الممكن أن يعرضها أو يستخدمها المبحوث، بالإضافة إلى الطلب منه تحديد درجة استخدامه لوسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام. لقد تم استخدام مقياس ليكرت السداسي الذي يتألف من بنود ستة، بدأت بدرجة

كبيرة جداً = (6) وتنتهي بدرجة قليلة جداً = (1). وقسم هذا البند إلى ثلاثة مستويات: عال، ومتوسط، ومنخفض؛ للقيام بالمقارنة بين هذه المستويات الثلاثة.

وقد تضمنت الاستمارة أيضاً مقياس الثقة لوسائل التواصل الاجتماعي. فقد استخدم هذا المقياس الذي طوره الباحثان لهدف في هذا المشروع، وهو مقياس يحتوي على معلومات حول مقدار ثقة المستجيبين للمعلومات الواردة من وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام بشأن جائحة فيروس كورونا تحديداً. يتألف المقياس من ثماني عبارات، وهي جميعها تتعلق بالمعلومات الخاصة بوسائل التواصل الاجتماعي ومقدار الثقة فيها. ومن أمثلة هذه العبارات: "أثق بوسائل التواصل الاجتماعي أكثر من التلفزيون الرسمي"، و"أرجع بشكل سريع لوسائل التواصل الاجتماعي أكثر من غيرها للتأكد عن أي خبر عن كورونا"، و"أجد دائماً في وسائل التواصل الاجتماعي المعلومات الصحيحة عن كورونا"، و"أسرع وسيلة لنقل الأخبار حول كورونا يتم عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي"، و"تصلني أخبار خاطئة من خلال وسائل التواصل عن انتشار المرض"... وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي الذي يبدأ من موافق بشدة = (5) وينتهي بمعارض بشدة = (1). وقد جاءت أعلى درجات المقياس (40) درجة، والأدنى هي (0).

ونفذت إجراءات الصدق والثبات المعتادة لهذا المقياس؛ حيث قام خمسة من أعضاء هيئة التدريس من كلية العلوم الاجتماعية في جامعة الكويت بمراجعة هذا المقياس واعتمادها بعد أن أقرروا التعديلات التي تم إجراؤها. وقد اعتمد على مقياس ألفا كرونباخ لقياس ثبات الأداة، وأظهر المقياس اتساقاً داخلياً عالياً بمقدار (92%)؛ وهو الأمر الذي يدعو إلى الاطمئنان إلى الاعتماد واستخدام هذه الأداة.

#### ثالثاً - الأساليب الإحصائية:

لقد استخدم الإحصاء الوصفي والاستدلالي من خلال استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS (الإصدار 23). وقد استخدمت

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية. وقد تم استخدام اختبار (ت)  $t$ -test، وذلك لقياس الفروق بين الذكور والإناث، والمتزوجين والعزاب في مقدار الثقة في وسائل التواصل الاجتماعي. وقد تم استخدام معامل التحليل الأحادي One-Way ANOVA وذلك لقياس الفروق في الشرائح العمرية والمستوى التعليمي في مقياس مقدار الثقة في وسائل التواصل الاجتماعي. وكذلك تم الاعتماد على هذه الوسيلة الإحصائية لقياس الفروق بين المستويات الثلاثة لدرجة وكثافة الاستخدام في مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي في أثناء الجائحة. بالإضافة إلى ذلك، استخدم معامل الارتباط بيرسون Pearson Correlation للكشف عن مستوى وقوة العلاقة بين مقياس الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي وأدوات هذه الوسائل الست المدروسة وبشكل عام، وكذلك بين أبعاد هذا المقياس.

### نتائج الدراسة:

للإجابة عن السؤال الخاص بمدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على نقل المعلومة أثناء جائحة كورونا، فإن الجدول (1) يوضح هذه الدرجة من خلال استخدام النسب المئوية والتكرارات، والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للمتوسط مع اعتبار أن القيمة 3 هي قيمة المتوسط.

#### الجدول (1)

درجة موافقة أفراد العينة على المعلومات التي يتم الحصول عليها من وسائل التواصل الاجتماعي بخصوص كورونا، والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري

| # | العبارة                                                 | موافق<br>بشدة | موافق         | محايد         | معارض         | معارض<br>بشدة | م<br>(ع)       | مستوى<br>الدالة |
|---|---------------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-----------------|
| 1 | الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي أكثر من التلفزيون الرسمي | 149<br>(7,1)  | 246<br>(11,7) | 627<br>(29,7) | 559<br>(26,5) | 482<br>(22,9) | 3,47<br>(1,18) | 0,000           |
| 2 | الاعتماد عليها أكثر من غيرها للتأكد عن أي خبر           | 434<br>(20,6) | 579<br>(27,5) | 433<br>(20,5) | 344<br>(16,3) | 271<br>(12,9) | 2,73<br>(1,32) | 0,000           |

## تابع/ الجدول (1)

درجة موافقة أفراد العينة على المعلومات التي يتم الحصول عليها من وسائل التواصل الاجتماعي بخصوص كورونا، والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري

| # | العبارة                                                     | موافق<br>بشدة  | موافق         | محايد         | معارض         | معارض<br>بشدة  | م<br>(ع)       | مستوى<br>الدلالة |
|---|-------------------------------------------------------------|----------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|------------------|
| 3 | نجد المعلومات الصحيحة                                       | 233<br>(11.1)  | 483<br>(22.9) | 674<br>(32.0) | 467<br>(22.2) | 204<br>(9.7)   | 96.2<br>(1.14) | .154             |
| 4 | سرعة نقل الأخبار                                            | 1013<br>(48.1) | 661<br>(31.4) | 185<br>(8.8)  | 129<br>(6.1)  | 70<br>(3.3)    | 1.83<br>(1.05) | 0.000            |
| 5 | استلام أخبار خاطئة عن<br>انتشار المرض                       | 22<br>(1.0)    | 85<br>(4.0)   | 262<br>(12.4) | 837<br>(39.7) | 852<br>(40.4)  | 4.14<br>(.879) | 0.000            |
| 6 | إعادة إرسال المعلومات دون<br>التحقق من صحتها                | 68<br>(3.2)    | 119<br>(5.6)  | 249<br>(11.8) | 534<br>(25.3) | 1084<br>(51.4) | 4.19<br>(1.07) | 0.000            |
| 7 | سماع الأخبار قبل سماعها<br>من مكان آخر                      | 599<br>(28.4)  | 804<br>(38.1) | 378<br>(17.9) | 172<br>(8.2)  | 97<br>(4.6)    | 2.20<br>(1.09) | 0.000            |
| 8 | الشعور بالخوف من بعض<br>المعلومات اتضح لاحقاً إنها<br>كاذبة | 143<br>(6.8)   | 245<br>(11.6) | 404<br>(19.2) | 781<br>(37.0) | 484<br>(23.0)  | 3.59<br>(1.17) | 0.000            |

يشير الجدول (1) عند سؤال أفراد العينة عن مقدار الثقة بشكل عام بوسائل التواصل الاجتماعي أكثر من التلفزيون الرسمي في الكويت، إلى أن هناك ثقة أثناء هذه الأزمة بالتلفزيون الرسمي بشكل أكبر من وسائل التواصل الاجتماعي بصورة عامة. وجاءت إجابات المبحوثين بالمعارضة على أن وسائل التواصل الاجتماعي أكثر ثقة من التلفزيون الرسمي بواقع 49.4% مقابل 18.8% يؤيدون ذلك، ووقفت نسبة 29.7% في الاتجاه المحايد. وسجل التلفزيون الرسمي مقدراً أعلى في الثقة في نقل الأخبار، وجاء بمتوسط حسابي 3.47 (ع=1.18) وبدلالة إحصائية عند مستوى  $P < 0.001$ . أما من ناحية الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من غيرها من الأخبار للتأكد من أي خبر، فقد وافق المستجيبون من أفراد العينة على ذلك بواقع 48.1% وعارضتها نسبة

29.2% بينما ظلت نسبة 20.5% في جهة الحياد. فهناك اعتماد كبير على وسائل التواصل الاجتماعي لاعتماد أي خبر بالمقارنة بالوسائل الأخرى، وجاء بمتوسط حسابي 2.73 (ع=1.32) وبدلالة إحصائية عند مستوى ( $P < 0.001$ ). وعند سؤال المبحوثين: هل يجدون معلومات صحيحة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي فإن النسبة تماثلت تقريباً بين الرفض والموافقة والحياد، ولم تكشف النتائج عن دلالة إحصائية في هذا البعد. وجاءت درجة الموافقة على هذه العبارة بنسبة 34%، وعارضت هذه العبارة 31.9%، وكانت نسبة الحياد 32%. في فيما يتعلق بسرعة نقل الأخبار، فأغلبية أفراد العينة وبواقع 79.5% يوافقون على أن وسائل التواصل الاجتماعي سريعة بنقل الأخبار أكثر من أي وسيلة إعلامية أخرى داخل المجتمع، ويعارض ذلك فقط نسبة 9.4%، وظلت نسبة الحياد على 8.8%. وجاء نتيجة هذا البند بمتوسط حسابي 1.83 (ع=1.05) وبدلالة إحصائية عند مستوى ( $P < 0.001$ ).

وقد كشفت النتائج إلى أن الغالبية العظمى وبنسبة 80.1% يعارضون أن تصلهم أخبار خاطئة من خلال وسائل التواصل عن انتشار المرض، بينما توافق ذلك فقط نسبة 5%، ونسبة 12.4 جاءت على الحياد. وجاء نتيجة هذا البند بمتوسط حسابي 4.14 (ع=0.879) وبدلالة إحصائية عند مستوى ( $P < 0.001$ ). وجاءت بالمعارضة نفسها أيضاً على عبارة أن أفراد العينة يقومون بإعادة إرسال المعلومات دون التحقق من صدقها إذا وصلت من وسائل التواصل الاجتماعي وبواقع نسبة معارضة لهذا البند 76.7%، وموافقة 8.8% فقط، ووقف على الحياد 11.8%. وجاءت نتيجة هذا البند بمتوسط حسابي 4.19 (ع=1.07) وبدلالة إحصائية عند مستوى ( $P < 0.001$ ). وعند سؤال المبحوث: هل سمع بأخبار قبل أن يسمعها من مكان آخر، فقد جاءت نسبة الموافقة على ذلك 66.5%، وعارضتها نسبة 12.8% وظلت نسبة 17.9% على الحياد. وجاءت نتيجة هذا البند بمتوسط حسابي 2.20 (ع=1.09) وبدلالة إحصائية عند مستوى ( $P < 0.001$ ). وأخيراً، جاءت نسبة الموافقة على الشعور بالخوف من بعض المعلومات التي اتضح لاحقاً أنها

كانت أخباراً أو معلومات كاذبة 18.4% فقط، بينما عارض ذلك 60%، وظلت نسبة 19.2% على الحياد. وجاء نتيجة هذا البند بمتوسط حسابي 3.59 (ع=1.17) وبدلالة إحصائية عند مستوى  $(P < 0.001)$ .

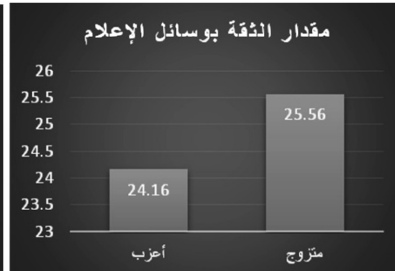
وللكشف عن الفروق بين بعض المتغيرات، المتمثلة في متغير النوع (ذكور والإناث)، وحالة المستجيب إن كان متزوجاً أو سبق له الزواج والأعزب في مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي، فإن الجدول (2) يوضح هذه الفروق بين المتغيرات.

### الجدول (2)

يوضح الفروق بين الذكور والإناث وبين الحالة الاجتماعية لأفراد العينة في مقدار الثقة في وسائل الإعلام

| المتغير           |       |      | مقدار الثقة بوسائل الإعلام |
|-------------------|-------|------|----------------------------|
| الجنس             | م     | ع    | ت                          |
| ذكور              | 10.93 | 1.66 | 2.20*                      |
| إناث              | 11.08 | 1.40 |                            |
| الحالة الاجتماعية |       |      |                            |
| متزوج             | 25.56 | 4.98 | 5.87***                    |
| أعزب              | 24.16 | 4.89 |                            |

\*  $P < 0.05$ ; \*\*\* $P < 0.001$



تشير النتائج - كما عرضها الجدول (2) - إلى أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث، وكذلك بين أفراد العينة من المتزوجين والعزاب باتجاه الإناث، والمتزوجين؛ فقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن الإناث أكثر ثقة بوسائل التواصل الاجتماعي (م=11.08، ع=1.40) من الذكور (م=10.93، ع=1.66)، وجاءت الفروق ذات دلالة عند مستوى ( $P < 0.05$ ). وقد كشفت النتائج عن أن المتزوجين قد سجلوا معدلاً أعلى (م=25.56، ع=4.98) من العزاب (م=24.16، ع=4.89) في مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي، وسجلت دلالة عند مستوى ( $P < 0.001$ ).

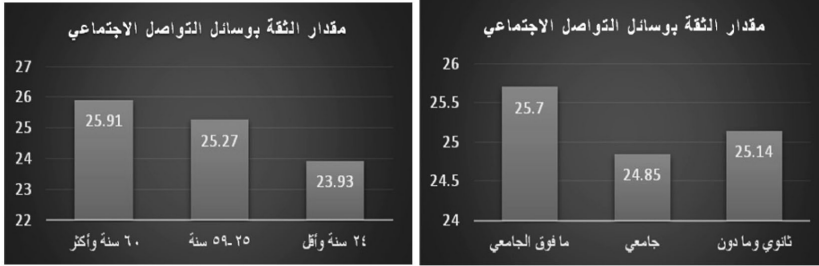
وللكشف عن الفروق الأخرى الديموغرافية المتعلقة بالعمر، والمستوى التعليمي لأفراد العينة في مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي، فإن الجدول (3) يوضح هذه الفروق.

### الجدول (3)

الاختلافات في المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للعمر والمستوى التعليمي لأفراد العينة، وقيمة ف في مقدار الثقة بوسائل الإعلام

| مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي |             |                |                         | المتغير |       |                         |
|--------------------------------------|-------------|----------------|-------------------------|---------|-------|-------------------------|
| متوسط المربعات                       | درجة الحرية | مجموع المربعات | قيمة ف                  | ع       | م     | العمر                   |
| 332.990                              | 2           | 665.981        | بين المجموعات ***13.687 | 4.83    | 23.93 | 24 عاماً وأقل           |
| 24.329                               | 1776        | 43207.730      | داخل المجموعات          | 4.98    | 25.27 | 59-25 سنة               |
|                                      | 1778        | 43873.711      | المجموع                 | 4.83    | 25.91 | 60 سنة وأكثر            |
|                                      |             |                |                         | 4.97    | 25.05 | المجموع                 |
| متوسط المربعات                       | درجة الحرية | مجموع المربعات | قيمة ف                  | ع       | م     | المستوى التعليمي        |
| 94.475                               | 2           | 188.951        | بين المجموعات *3.842    | 5.28    | 25.14 | الثانوي وما دون الجامعي |
| 24.588                               | 2060        | 50651.123      | داخل المجموعات          | 4.84    | 24.85 | ما فوق الجامعي          |
|                                      | 2062        | 50840.074      | المجموع                 | 4.93    | 25.70 | المجموع                 |
|                                      |             |                |                         | 4.97    | 25.04 |                         |

\*  $P < 0.05$ ; \*\*\* $P < 0.001$



كشفت نتائج الدراسة كما يوضحها الجدول (3) إلى أن هناك فروقاً دالة إحصائياً بين الشرائح العمرية الثلاثة، والمستوى التعليمي لأفراد العينة في مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي. فقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن الأكبر عمراً وهي الشريحة العمرية من 60 سنة وأكثر سجلت أعلى معدلاً في مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي (م=25.91، ع=4.83) بالمقارنة بالمستويات العمرية الأقل 24 عاماً وأقل (م=23.93، ع=4.83)، و25-59 سنة (م=25.27، ع=4.98). وجاءت قيمة ف عند مستوى الدلالة عند ( $P < 0.001$ ). أما فيما يتعلق بالمستوى التعليمي، فقد جاء أفراد العينة من المستوى التعليمي ما فوق الجامعي أعلى في المعدل بمقدار الثقة (م=25.70، ع=4.93) بالمقارنة بأفراد العينة من الجامعيين (م=24.85، ع=4.84)، والثانوية وما دون (م=25.14، ع=5.28). وقد جاءت قيمة ف عند مستوى ( $P < 0.05$ ). فالأكبر عمراً والأعلى في المستوى التعليمي هم أكثر ثقة بوسائل التواصل الاجتماعي.

وللكشف عن درجة وكثافة استخدام أفراد العينة لوسائل التواصل الاجتماعي في بنود وأبعاد مقدار الثقة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للأخبار كل بعد على حدة، فإن الجدول (4) يوضح هذه الفروق.

#### الجدول (4)

الاختلافات في المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة (إن كانت متوسطة أو معتدلة أو عالية) في مقياس مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي لأفراد العينة، وقيمة ف في حجم ودرجة انتشار الفساد

| مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي          |             |                |                |          |      |                             | المتغير |
|-----------------------------------------------|-------------|----------------|----------------|----------|------|-----------------------------|---------|
| متوسط المربعات                                | درجة الحرية | مجموع المربعات | قيمة ف         | ع        | م    | كثافة استخدام وسائل التواصل |         |
| 79.738                                        | 2           | 159.476        | بين المجموعات  | 3.25**   | 4.91 | 25.22                       | منخفض   |
| 24.515                                        | 1994        | 48883.303      | داخل المجموعات |          | 4.84 | 25.25                       | متوسط   |
|                                               | 1996        | 49042.779      | المجموع        |          | 5.06 | 24.65                       | عال     |
|                                               |             |                |                |          | 4.96 | 25.01                       | المجموع |
| الاعتماد عليها أكثر من غيرها للتأكد عن أي خبر |             |                |                |          |      |                             | المتغير |
| متوسط المربعات                                | درجة الحرية | مجموع المربعات | قيمة ف         | ع        | م    | كثافة استخدام وسائل التواصل |         |
| 45.349                                        | 2           | 90.698         | بين المجموعات  | 1.82     | 4.99 | 24.95                       | منخفض   |
| 24.860                                        | 1935        | 48104.392      | داخل المجموعات |          | 5.10 | 25.58                       | متوسط   |
|                                               | 1937        | 48195.090      | المجموع        |          | 4.83 | 25.80                       | عال     |
|                                               |             |                |                |          | 4.99 | 25.02                       | المجموع |
| نجد المعلومات الصحيحة                         |             |                |                |          |      |                             | المتغير |
| متوسط المربعات                                | درجة الحرية | مجموع المربعات | قيمة ف         | ع        | م    | كثافة استخدام وسائل التواصل |         |
| 197.844                                       | 2           | 395.688        | بين المجموعات  | 8.037*** | 5.30 | 26.06                       | منخفض   |
| 24.617                                        | 2037        | 50144.687      | داخل المجموعات |          | 5.00 | 25.70                       | متوسط   |
|                                               | 2039        | 50540.375      | المجموع        |          | 4.93 | 24.78                       | عال     |
|                                               |             |                |                |          | 4.98 | 25.04                       | المجموع |
| سرعة نقل الأخبار                              |             |                |                |          |      |                             | المتغير |
| متوسط المربعات                                | درجة الحرية | مجموع المربعات | قيمة ف         | ع        | م    | كثافة استخدام وسائل التواصل |         |
| 57.060                                        | 2           | 114.120        | بين المجموعات  | 2.312*   | 5.02 | 25.23                       | منخفض   |
| 24.677                                        | 1982        | 48909.570      | داخل المجموعات |          | 4.83 | 25.09                       | متوسط   |
|                                               | 1984        | 49023.690      | المجموع        |          | 5.10 | 24.62                       | عال     |
|                                               |             |                |                |          | 4.97 | 24.03                       | المجموع |

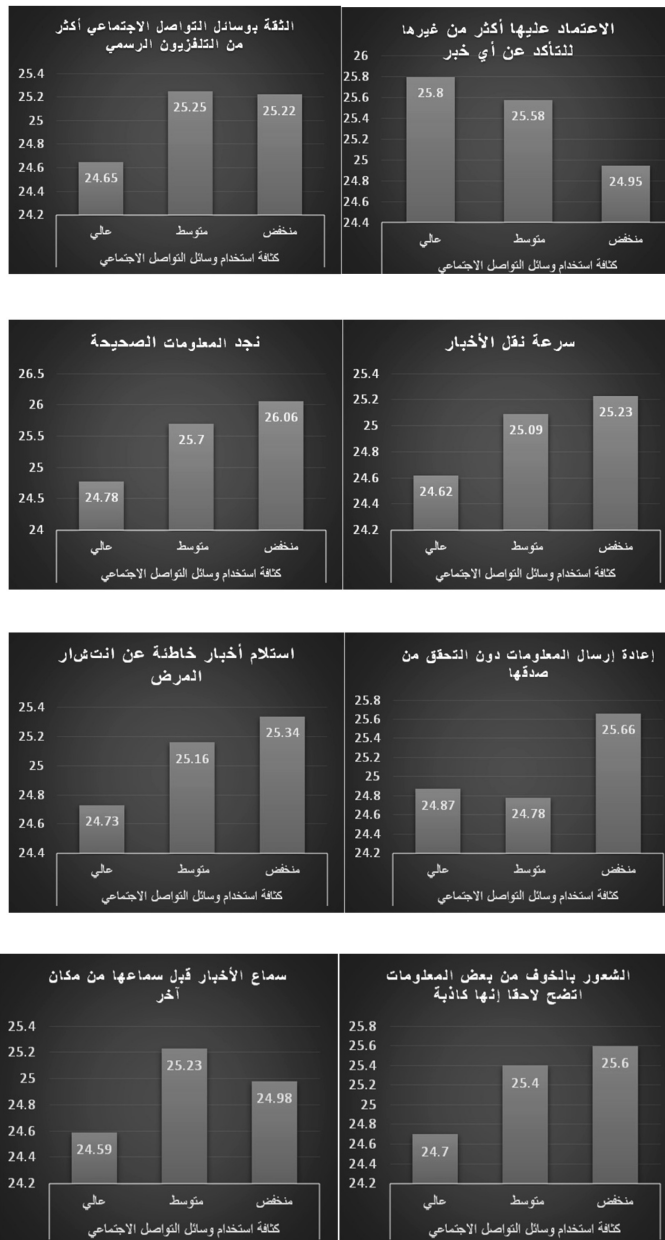
## تابع/ الجدول (4)

الاختلافات في المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة (إن كانت متوسطة أو معتدلة أو عالية) في مقياس مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي لأفراد العينة، وقيمة ف في حجم ودرجة انتشار الفساد

| المتغير                                               |       |      |         |                |             |                |
|-------------------------------------------------------|-------|------|---------|----------------|-------------|----------------|
| مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي                  |       |      |         |                |             |                |
| كثافة استخدام وسائل التواصل                           | م     | ع    | قيمة ف  | مجموع المربعات | درجة الحرية | متوسط المربعات |
| منخفض                                                 | 25.34 | 5.03 | 3.159*  | بين المجموعات  | 2           | 77.923         |
| متوسط                                                 | 25.16 | 4.64 |         | داخل المجموعات | 1983        | 24.667         |
| عال                                                   | 24.73 | 5.05 |         | المجموع        | 1985        | 49069.807      |
| المجموع                                               | 25.03 | 4.97 |         |                |             |                |
| المتغير                                               |       |      |         |                |             |                |
| سرعة نقل الأخبار                                      |       |      |         |                |             |                |
| إعادة إرسال المعلومات دون التحقق من صدقها             | م     | ع    | قيمة ف  | مجموع المربعات | درجة الحرية | متوسط المربعات |
| منخفض                                                 | 25.66 | 5.29 | 4.875** | بين المجموعات  | 2           | 119.922        |
| متوسط                                                 | 24.78 | 4.86 |         | داخل المجموعات | 1999        | 24.600         |
| عال                                                   | 24.87 | 4.86 |         | المجموع        | 2001        | 49415.033      |
| المجموع                                               | 25.02 | 4.97 |         |                |             |                |
| المتغير                                               |       |      |         |                |             |                |
| سماع الأخبار قبل سماعها من مكان آخر                   |       |      |         |                |             |                |
| كثافة استخدام وسائل التواصل                           | م     | ع    | قيمة ف  | مجموع المربعات | درجة الحرية | متوسط المربعات |
| منخفض                                                 | 24.98 | 4.95 | 1.007   | بين المجموعات  | 2           | 25.012         |
| متوسط                                                 | 25.23 | 4.89 |         | داخل المجموعات | 1865        | 24.836         |
| عال                                                   | 24.59 | 5.36 |         | المجموع        | 1867        | 46368.344      |
| المجموع                                               | 24.98 | 4.98 |         |                |             |                |
| المتغير                                               |       |      |         |                |             |                |
| الشعور بالخوف من بعض المعلومات اتضح لاحقاً أنها كاذبة |       |      |         |                |             |                |
| كثافة استخدام وسائل التواصل                           | م     | ع    | قيمة ف  | مجموع المربعات | درجة الحرية | متوسط المربعات |
| منخفض                                                 | 25.60 | 5.22 | 5.717** | بين المجموعات  | 2           | 139.263        |
| متوسط                                                 | 25.40 | 5.05 |         | داخل المجموعات | 2006        | 24.359         |
| عال                                                   | 24.70 | 4.82 |         | المجموع        | 2008        | 49142.522      |
| المجموع                                               | 25.02 | 4.95 |         |                |             |                |

\*  $P < 0.05$ ; \*\*  $P < 0.01$ ; \*\*\*  $P < 0.001$

## مقدار الثقة المعلوماتية في وسائل التواصل الاجتماعي في أثناء جائحة.....



يتضح من الجدول (4)، وبعد تقسيم أفراد العينة إلى ثلاثة مستويات من حيث كثافتهم لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي (استخدام منخفض، ومتوسط، وعال)، أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين المستويات الثلاثة لكثافة الاستخدام في الأبعاد الآتية: الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي أكثر من التلفزيون الرسمي، الحصول على المعلومات الصحيحة، وسرعة نقل الأخبار، واستلام أخبار خاطئة عن انتشار المرض، وإعادة إرسال المعلومات دون التحقق من صدقها، وسماع الأخبار قبل سماعها من مكان آخر، والشعور بالخوف من بعض المعلومات اتضح لاحقاً إنها كاذبة. فقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير أو بشكل عال قد سجلوا معدلات أدنى وأقل في مقدار ثقتهم بوسائل التواصل الاجتماعي أكثر من التلفزيون الرسمي، والفروق عند مستوى ( $P < 0.05$ )، وأقل من حيث إنهم وجدوا دائماً في وسائل التواصل الاجتماعي المعلومات الصحيحة عن كورونا، والفروق عند مستوى ( $P < 0.001$ )، وكذلك أقل معدل في أن إشارتهم إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر كأسرع وسيلة لنقل الأخبار حول كورونا، والفروق عند مستوى ( $P < 0.05$ )، بالإضافة إلى أنهم سجلوا أقل معدل في استلامهم لأخبار خاطئة من خلال وسائل التواصل عن انتشار المرض والفروق عند مستوى ( $P < 0.05$ ). هذا بالإضافة إلى أن الأعلى معدلاً في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، قد سجلوا معدلاً أقل أيضاً في إعادة إرسال المعلومات التي تصلهم من غير التحقق من صدقها، وكذلك أقل شعوراً بالخوف من بعض المعلومات التي يعرفها من وسائل التواصل الاجتماعي، وقد اتضح لاحقاً لهم أنها كاذبة، والفروق عند مستوى ( $P < 0.01$ ) للبعدين. فالأعلى والأكثر استخداماً أكثر إدراكاً لمخاطر المعلومات التي تصل من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

وللكشف عن علاقة مقدار الثقة في وسائل التواصل الاجتماعي مع درجة وكثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام وكل وسيلة على حدة سواء أكانت تويتر، وفيس بوك، وواتس أب، واليوتيوب، وسناب جات، وانستغرام، ووسائل أخرى، فإن الجدول (5) يوضح هذه العلاقة.

### الجدول (5)

العلاقة بين مقياس الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي وأدوات هذه الوسائل  
باستخدام معامل الارتباط بيرسون

| المتغير                                    | تويتير | فيس بوك | واتس أب | يوتيوب | سناب جات | انستغرام | وسائل أخرى | بشكل عام |
|--------------------------------------------|--------|---------|---------|--------|----------|----------|------------|----------|
| مقياس مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي | .053*  | .040    | .082**  | .051   | .067**   | .061**   | .033       | .072**   |

يشير الجدول (5) إلى أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام، وبين مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي. وهذا يعني أنه كلما زاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، زاد مقدار الثقة بهذه الوسائل ( $r = .072$ ;  $P < 0.01$ ). وقد كشفت نتائج الدراسة أيضاً أن هناك علاقة دالة إحصائية بين مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي وبين كثافة استخدام بعض الأدوات والتي تتمثل في تويتير ( $r = .053$ ;  $P < 0.05$ )، واتس أب ( $r = .085$ ;  $P < 0.01$ )، وسناب جات ( $r = .061$ ;  $P < 0.01$ )، وانستغرام ( $r = .061$ ;  $P < 0.01$ ). فكلما زاد استخدام هذه الوسائل، زاد معه مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي. ولم تكشف نتائج الدراسة عن وجود علاقة دالة إحصائية بين مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي وكثافة استخدام الفيس بوك، واليوتيوب، ووسائل أخرى.

وللكشف عن علاقة أبعاد مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي بعضها ببعض، جاءت هذه العلاقة المتقاطعة موضحة في الجدول (6).

## الجدول (6)

العلاقة المتقاطعة بين أبعاد الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي باستخدام  
معامل الارتباط بيرسون

| # | المتغير                                                 | 1 | 2     | 3     | 4     | 5      | 6     | 7       | 8       |
|---|---------------------------------------------------------|---|-------|-------|-------|--------|-------|---------|---------|
| 1 | الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي أكثر من التلفزيون الرسمي | - | .57** | .55** | .30** | .13**  | .26** | .31**   | -.045*  |
| 2 | الاعتماد عليها أكثر من غيرها للتأكد عن أي خبر           | - | -     | .65** | .47** | .045*  | .20** | .46**   | -.093** |
| 3 | نجد المعلومات الصحيحة                                   | - | -     | -     | .44** | .12**  | .19** | .37**   | -.057** |
| 4 | سرعة نقل الأخبار                                        | - | -     | -     | -     | -.10** | .10** | .50**   | -.13**  |
| 5 | استلام أخبار خاطئة عن انتشار المرض                      | - | -     | -     | -     | -      | .055* | -.122** | .24**   |
| 6 | إعادة إرسال المعلومات دون التحقق من صدقها               | - | -     | -     | -     | -      | -     | .19**   | -.20**  |
| 7 | سماع الأخبار قبل سماعها من مكان آخر                     | - | -     | -     | -     | -      | -     | -       | -.19**  |
| 8 | الشعور بالخوف من بعض المعلومات اتضح لاحقاً إنها كاذبة   | - | -     | -     | -     | -      | -     | -       | -       |

\*  $P < 0.05$ ; \*\*\* $P < 0.001$

كشف الجدول (6) أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين كافة البنود الخاصة بأبعاد مقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي لنقلها للأخبار المتعلقة بجائحة كورونا. فكلما زاد الشعور بالثقة بوسائل التواصل الاجتماعي أكثر من التلفزيون الرسمي، زاد معه معدل الاعتماد على هذه الوسائل أكثر من غيرها للتأكد عن أي خبر، والحصول على المعلومات الصحيحة، وسرعة نقل الأخبار، واستلام أخبار خاطئة عن انتشار المرض، وإعادة إرسال المعلومات دون التحقق من صدقها، وسماع الأخبار قبل سماعها من مكان آخر. وفي المقابل قل معه

الشعور بالخوف من بعض المعلومات اتضح لاحقاً إنها كاذبة. وكلما زاد معدل الاعتماد على هذه الوسائل أكثر من غيرها للتأكد عن أي خبر، زاد معه معدل الحصول على المعلومات الصحيحة من هذه الوسائل، وسرعة نقل الأخبار، واستلام أخبار خاطئة عن انتشار المرض، وإعادة إرسال المعلومات دون التحقق من صدقها، وسماع الأخبار قبل سماعها من مكان آخر. وفي المقابل قل معه الشعور بالخوف من بعض المعلومات اتضح لاحقاً أنها كاذبة. وكلما زاد معدل الحصول على المعلومات الصحيحة من هذه الوسائل، زاد معه سرعة نقل الأخبار، واستلام أخبار خاطئة عن انتشار المرض، وإعادة إرسال المعلومات دون التحقق من صدقها، وسماع الأخبار قبل سماعها من مكان آخر. وفي المقابل قل معه الشعور بالخوف من بعض المعلومات اتضح لاحقاً أنها كاذبة. وقد كشفت النتائج أيضاً إلى أنه كلما زادت سرعة نقل الأخبار التي يتم تلقيها عن الجائحة، زاد معه معدل استلام أخبار خاطئة عن انتشار المرض، وإعادة إرسال المعلومات دون التحقق من صدقها، وسماع الأخبار قبل سماعها من مكان آخر. وفي المقابل قل معه الشعور بالخوف من بعض المعلومات اتضح لاحقاً أنها كاذبة. وأشارت النتائج أيضاً إلى أنه كلما زاد معدل استلام أخبار خاطئة عن انتشار المرض، زاد معه معدل إعادة إرسال المعلومات دون التحقق من صدقها، وسماع الأخبار قبل سماعها من مكان آخر، وفي المقابل قل معه الشعور بالخوف من بعض المعلومات اتضح لاحقاً أنها كاذبة. أوضحت النتائج أيضاً أنه كلما زاد معدل إعادة إرسال المعلومات دون التحقق من صدقها، زاد معه سماع الأخبار قبل سماعها من مكان آخر، وقل معه الشعور بالخوف من بعض المعلومات اتضح لاحقاً أنها كاذبة. وأخيراً، كلما زاد سماع الأخبار قبل سماعها من مكان آخر قل معه الشعور بالخوف من بعض المعلومات اتضح لاحقاً أنها كاذبة. وجميع هذه العلاقات راوحت بين مستوى ( $P < 0.05$ ) و ( $P < 0.01$ ) من الدلالة.

## الخاتمة مناقشة النتائج:

كشفت نتائج الدراسة على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي بشكل واضح على نقل وتبادل الأخبار والمعلومات في أثناء جائحة كورونا في المجتمع المحلي. فقد كانت وسائل التواصل الاجتماعي إحدى أبرز الأدوات الإعلامية المميزة في عملية نقل الخبر وتبادلته. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أدوات التواصل الاجتماعي كان لها دور فاعل ومؤثر في أثناء هذه الأحداث؛ فقد عبرت وسائل التكنولوجيا الحديثة عن ثقة عامة عند أفراد المجتمع المحلي في تناول الأخبار والمعلومات ونشرها. وقد جاءت نتائج الدراسة لتؤكد أهمية مثل هذه الوسائل في نقل الخبر، وسرعة انتقاله، والاعتماد على مثل هذه الوسائل، والإسهام في تبادل مثل هذه المعلومات لوسائل التواصل الاجتماعي في أثناء فترة الجائحة. فوسائل التواصل الاجتماعي كان لها دور فاعل أثناء الأزمات، ومنها ما جاءت على سبيل الواقع عند مرور المجتمع المحلي بأزمة أو جائحة كورونا.

لقد بينت الدراسة أهمية وتعاضم دور هذه الوسائل في أثناء الجائحة؛ وهو الأمر الذي يجعل من هذه الأدوات تتفاعل بشكل كبير مع أي أحداث من الممكن أن تجري في المجتمع. فتدفع وسائل التواصل الاجتماعي الأفراد إلى المشاركة الفعلية في الحياة الاجتماعية بشكل عام نظراً لما تحمله من عرض مغر للاستخدام من حيث السهولة والبساطة والسرعة في الحصول على المعلومات وتنقلها. وقد جاءت وسائل التواصل الاجتماعي لتشرك أفراد المجتمع في عملية تفاعلية خاصة بالمعلومات الصحية في أثناء الجائحة ولتحدد اتجاهات واضحة في هذا التفاعل تمثل بالجوانب الصحية والطبية. وأصبحت هذه الوسيلة مادة معلوماتية تفاعلية مميزة لأفراد المجتمع في أثناء الجائحة، فأشركت هذه الوسيلة أفراد المجتمع في الجوانب والحياة الصحية والطبية، وأسهمت بشكل فاعل في تثقيفهم من جانب آخر.

وقد سحبت وسائل التواصل الاجتماعي البساط من الوسائل التقليدية في كثير من الأحيان، وذلك بسبب تنوع هذه الوسائل أولاً، وملازمتها بالفرد

واستخداماته وذلك لارتباطها بجهاز الهاتف الذكي، ومن خلال سهولتها أيضاً في الاستخدام والبحث، بالإضافة إلى حرية اختيار الأخبار المتنوعة والمعنية والتي يريدها الفرد. فينطلق الفرد باتجاه هذه الأداة وهو قادر على أن يكشف من خلالها أي من الوسائل التي تحقق له الثقة في نقل المعلومة. ولا بد من الإشارة إلى أن هذه الوسائل تختلف في درجة مصداقيتها وثقتها؛ فقد تكون الوسائل الأكثر انتشاراً في المجتمع المحلي - على سبيل المثال - الواتس أب، تنقل بعض من الأخبار غير الدقيقة أو الإشاعات، إلا أن سرعان ما تنكشف هذه الإشاعات نتيجة لتداولها السريع ومن ثم تداول المعلومة الصحيحة من مصدرها. فسرعان ما تفقد هذه الوسيلة دقة ما قدمته من خبر أو معلومة، إذا جابه هذه الوسيلة رد من جهات تنفيذية أو ذات صلة أو مصداقية في نقل الخبر، تنتشر بالطريقة نفسها. ولكن بشكل عام، سهولة وكثرة استخدام هذه الوسيلة وانتشارها بين الشرائح الاجتماعية المختلفة جعلت من هذه الوسيلة قادرة على نقل المعلومة التي يحتاجها الفرد والتي قد لا يحصل عليها في موقع آخر، والتي كشفت عنه نتائج الدراسة فيما يتعلق بالجائحة والمعلومات الخاصة بالفيروس وانتشاره وأعراضه وجوانبه المختلفة المرتبطة به.

ولا بد من الإشارة إلى أنه على الرغم من مقدار الثقة في وسائل التواصل الاجتماعي بحسب رأي العينة، فإن الدراسة قد كشفت أن هناك أيضاً ثقة أثناء هذه الأزمة في التلفزيون الرسمي. وهو أمر مخالف لما جاء في بعض الدراسات التي تعزز من أهمية وسائل التواصل الاجتماعي أكثر الوسائل والقنوات الرسمية (Wang & Mark, 2013). فهناك ثقة كبيرة أشار إليها أفراد العينة عند الحديث - تحديداً - عن بعد الثقة والمقارنة بين الإعلام التقني الحديث المتمثل في وسائل التواصل الاجتماعي وبين التلفزيون الرسمي، ويرجع ذلك بصورة واضحة إلى مستوى الشفافية التي لعبها التلفزيون الرسمي والذي جاء متصديراً وبشكل بارز للمشاهد الصحي وعرضه لمؤتمر صحفي يومي كمثال يكشف الحالة بكل وضوح؛ وهو الأمر الذي جعل هناك نوعاً من أنواع الثقة بما يعرض

على المستوى الشخصي، أكدها أفراد العينة. وكذلك الجهود الحكومية التي بذلت من خلال نقل لمؤتمر صحفي مباشر ودائم بعد نهاية كل جلسة لمجلس الوزراء ينعقد لمناقشة هذه الجائحة، وعرضه لأبرز التطورات المحلية والإقليمية والعالمية الخاصة بها وتلقيه الأسئلة المتعددة من الصحافة وفي لقاء مباشر ينقل على الهواء. وهي في واقع الأمر من الحوادث النادرة التي تحدث في المجتمع عند مروره بأي مشكلة، إلا أنها جاءت مميزة في أثناء فترة الجائحة. فقد وردت معلومات مكثفة عن الأوضاع الصحية والحياتية العامة التي جعلت هناك ثقة بهذا الجهاز الرسمي. ولعل هذه النتيجة قد توافقت بشكل عام في هذا الاتجاه مع دراسة محلية حديثة خاصة بوسائل التواصل الاجتماعي وكذلك الأجهزة التقليدية في نقل المعلومات (Al-Sejari & Al-Kandari, in Press).

فتعتبر وسائل التواصل الاجتماعي وأدواتها المختلفة من أدوات الثقة في نقل المعلومة، بالإضافة إلى الجهاز الرسمي الذي لا يقل أهمية عنه. ولكن على الرغم من ذلك، فما كشفته نتائج الدراسة يوضح أن هناك اعتماداً كبيراً على وسائل التواصل الاجتماعي، وأن هناك اعتماداً لصحة أي خبر يتم عرضه عن المرض أو يتم سماعه بالمقارنة بالوسائل الأخرى. هذا بالإضافة إلى أن ما يميز وسائل التواصل الاجتماعي هو سرعتها بنقل الأخبار أكثر من أي وسيلة إعلامية أخرى داخل المجتمع وخلاصة بالوضع السياسي (Howard, Duffy, Freelon, Hussain, Mari, & Maziad, 2011)، وأثناء انتشار الإشاعات وهي عملية ترتبط بنوعية الخبر المثير للانتشار وكذلك المهم للناس (Doerr, Fouz, & Friedrich, 2012). وهي خصوصية محددة في وسائل التواصل الاجتماعي وحدها. فأي خبر من الممكن أن يحدث حتى ولو في قارة أخرى، نجد صده وتناقله وبسرعة كبيرة جداً إلى أطراف العالم والأفراد الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي، وبالتحديد في المجتمع المحلي الذي يسهل الحصول على مثل هذه المعلومات نتيجة لسهولة الحصول على الوسائل وانتشارها وهو ما أكدته دراسات أخرى محلية أخرى (يعقوب يوسف الكندري، مها السجاري، حمد العسلاوي، ودلال البالول، 2016).

ولعل من أبرز ما تميزت به وسائل التواصل الاجتماعي أثناء هذه الأزمة وعن المرض، هو أن أفراد العينة أشاروا إلى أن أخبار هذه الوسائل صادقة. وهذا ما يعزز من ثقتهم في هذه المصادر بشكل عام على عكس ما توصلت إليه مجموعة من الدراسات التي تشير إلى أنها - أي هذه الوسائل - تنشر الإشاعة. وقد يفسر ذلك جانبين: الأول أن موضوع الأخبار والمعلومات المتداولة أمر يتعلق بالجانب الصحي، ولا يتعلق بالقضايا السياسية وأمن المجتمع العام والتي تكثر من خلالها الإشاعات كما بينتها مجموعة من الدراسات المعتمدة بالشأن السياسي، والأمر الآخر وهو يتمثل في شفافية وسائل الإعلام الحكومية والتي سبق الإشارة إليها والتي تعكس بكل وضوح زيف أي معلومة قد تكون خاطئة أو ليست ذات ثقة والرد عليها بشكل سريع؛ فهو الأمر الذي جعلها أكثر مصداقية من خلال المؤتمرات الصحفية الدورية واليومية التي تتعلق بالمرض والأخبار المحلية والإقليمية والعالمية الخاصة عنه. وهذا لا يعني بكل تأكيد أن وسائل التواصل الاجتماعي لا تعتبر مصدراً رئيساً للإشاعة، ولكن بشكل عام مقدار الثقة جاء بها جيداً في أثناء هذه الجائحة في المجتمع المحلي. وما يعزز من أهميتها أيضاً أن الدراسة أشارت إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن من خلالها الحصول على مجموعة من المعلومات التي لا يمكن الحصول عليها أو سماعها من مصدر آخر. وهو ما يتوافق أيضاً مع نتائج دراسات سابقة في هذا الجانب وتم تطبيقها على المجتمع المحلي (يعقوب يوسف الكندري، مها السجاري، حمد العسلاوي، ودلال البالول، 2016). فاستخدام أفراد المجتمع المحلي تحديداً للهاتف المحمول يجعل الحصول على المعلومة سريعاً وميسراً وسهل الانتقال بشكل عام على نطاق واسع.

وعلى مستوى المتغيرات الديموغرافية، فقد كشفت نتائج الدراسة عن تأثير عوامل ومتغيرات مثل النوع، والحالة الاجتماعية، والعمر، والمستوى التعليمي، التي تعتبر عوامل مهمة في تحديد فروق واختلافات في هذه المتغيرات بمقدار الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي. فقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن الإناث هن أكثر ثقة من الذكور في وسائل التواصل الاجتماعي. وهو ما يعكس أهمية هذه الوسائل بالنسبة للإناث إذا ما قورنت بالذكور؛ بحكم أن الذكور في المجتمع المحلي يمكنهم

الحصول على مصادر معلومات من جوانب وقنوات أخرى. فعلى الرغم من أن هناك تغيراً في مستوى العلاقات الاجتماعية وفي دور المرأة ومكانتها داخل المجتمع في الوقت الراهن والتغيرات التي طرأت على هذا الجانب، فإن المجتمع المحلي ما زال يعتبر مجتمعاً ذكورياً (علي الطراح، 2000؛ بوعلي ياسين، 1990)، ولذلك فإن فرصة حصول الذكور على المعلومات متاحة بشكل أكبر من الأنثى من مصادر أخرى غير تلك المرتبطة بوسائل التواصل الاجتماعي. وقد يكون واحدة من أهمها وهي مخصصة لمجتمع الذكور دون الإناث في المجتمع المحلي هي "الديوانية الكويتية" (مكان تجمع الذكور في الغالب) التي تعتبر مصدراً مهماً للمعلومات المتعددة والتي تعتبر من الوسائل المهمة جداً (انظر: يعقوب يوسف الكندري، 2002؛ حسين الأنصاري، ويعقوب الكندري، 2012). هذا بالإضافة إلى أن الذكور يعتبرون أيضاً أكثر اختلاطاً بالجوانب الحياتية وخاصة السياسية وحضورهم الأبرز والأكثر للندوات السياسية - على سبيل المثال - التي تعتبر أكثر انتشاراً في مجتمع الذكور منه عند الإناث (عبدالله الغانم، ويعقوب الكندري، وإبراهيم الهدبان، 2011)، التي تعتبر - أي هذه الندوات - مصدراً مهماً للمعلومات التي يتلقاها الذكور من المجتمع المحلي، وبالتحديد السياسية منها. ولذلك فقد يكون الإناث معتمدين على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أكبر من الذكور في المواضيع غير السياسية تحديداً. فمن المعروف أن الذكور أكثر اهتماماً بالأبعاد السياسية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، بينما تتفوق الإناث على الذكور في الجوانب الاجتماعية الأخرى ومنها الصحية كما أوضحتها دراسات عدة في المجتمع الكويتي (يعقوب يوسف الكندري، مها السجاري، حمد العسلاوي، ودلال البالول، 2016؛ خالد القحص ويعقوب الكندري، 2015).

وهناك بعد آخر يرتبط بالوعي واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي؛ إذ أشارت نتائج الدراسة إلى أن الأكبر عمراً هم الأكثر ثقة بوسائل التواصل الاجتماعي، وهذا قد يرجع إلى الاستخدام الأفضل والأمثل لهذه الوسائل إذا ما تمت مقارنتهم بالشرائح العمرية الأصغر وخاصة الشريحة العمرية الصغيرة والشابة والتي في الغالب تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي بصورة غير مثالية، وهو الأمر

الذي أشارت إليه وأوضحته بعض الدراسات (Sunith, 2012; Paunović, 2017). فالعمر يرتبط بالوعي بالاستخدام وهو الأمر المرتبط أيضاً بالجانب التعليمي والذي أشارت إليه الدراسة من حيث إن الأعلى تعليماً هم الأعلى كفاءة من حيث الاستخدام المناسب والأكثر ثقة في هذه الوسائل؛ وذلك لحسن استخدامهم لمثل هذه الوسائل بالمقارنة بالشرائح الأخرى. فالأكبر عمراً والأعلى في المستوى التعليمي هم أكثر ثقة بوسائل التواصل الاجتماعي، وهما بعدان يرتبطان بشكل مباشر بدرجة الوعي. هذا، بالإضافة إلى أن النتائج قد كشفت عن أن المتزوج يعتبر أكثر ثقة بوسائل التواصل الاجتماعي، وهو قد يرجع إلى سببين رئيسيين: أولهما أن الأعزب يرتبط بمرحلة عمرية صغيرة بالمقارنة بالمتزوج وهو ما تم توضيحه وعرضه سابقاً من استخدام غير أمثل للعينة الشبابية والصغير لهذه الوسائل. أما الأمر الآخر، فهو يرتبط بالمسؤوليات الاجتماعية التي يقل من خلالها وقت الاستخدام لهذه الوسائل بالمقارنة بالأعزب، وهو ما أوضحت نتائج دراسة محلية (يعقوب يوسف الكندري، مها السجاري، حمد العسلاوي، ودلال البالول، 2016)، التي تحتم على المتزوج التركيز على المواضيع المهمة أكثر من العرض العام واستغراق وقت كبير في المعلومات العامة التي قد تكون من أبرز خصائص الاستخدام للأعزب. فهذه المتغيرات الديموغرافية أسهمت في تحديد فروق بينها في مقدار الثقة في وسائل التواصل الاجتماعي داخل المجتمع المحلي.

ولعل كثافة الاستخدام بشكل عام تعكس أهمية هذه الوسائل بالنسبة للفرد داخل المجتمع؛ ومن ثم تزيد من حصيلته المعلوماتية. وهي بالتالي تعكس قدرته ومعرفته بهذه المعلومات وطبيعتها، وهي في النهاية تعكس كذلك مقدار الثقة فيها. وهو ما قد أشارت إليه نتائج الدراسة، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن كثافة الاستخدام لوسائل التواصل الاجتماعي تعكس صورة إيجابية بخصوص المعلومات التي يمكن الحصول عليها من هذه الوسائل. فالأعلى والأكثر استخداماً لهذه الوسائل هو أكثر إدراكاً لمخاطر المعلومات التي تصل من خلال وسائل التواصل الاجتماعي. وهو ما عبرت عنه هذه الدراسة. ولعل نوع الوسيلة تختلف

أيضاً. فقد كشفت نتائج الدراسة إلى أن تويتر، والواتس أب، وسناب جات، والانستغرام أكثر الوسائل المستخدمة والمؤثرة في المجتمع المحلي. بينما يعتبر استخدم الفيس بوك، الأقل بين هذه الوسائل قاطبة، كما أشارت إليه مجموعة من الدراسات، وكذلك اليوتيوب الذي يعتبر من الوسائل التي تعرض من خلالها الجوانب الترفيهية وليست المعلوماتية. ولذلك لم تظهر أي علاقات دالة إحصائية لهاتين الوسيلتين، بينما جاءت هناك علاقات دالة للوسائل الأخرى. فمن المعروف - كما أشارت إليها الدراسات المحلية (يعقوب يوسف الكندري، 2019) - أن هذه الوسائل الست هي الأكثر استخداماً في المجتمع المحلي والمجتمع الخليجي بشكل عام وأقلها استخداماً الفيس بوك. وكل وسيلة ترتبط ببعد اجتماعي محدد؛ فتويتر أكثر تداوله في البعد والجانب السياسي، على سبيل المثال (يعقوب يوسف الكندري، مها السجاري، حمد العسلاوي، ودلال البالول، 2016؛ خالد القحص ويعقوب الكندري، 2015)، بينما بقية الوسائل تأخذ الطابع الاجتماعي العام من قضايا تربوية وتعليمية وصحية وثقافية وخدماتية وغيرها (يعقوب يوسف الكندري، 2019). ولذلك فقد جاءت نتائج الدراسة لتعبر أن كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام، وبالتحديد تويتر، والواتس أب، وسناب جات، والانستغرام يجعل من المستجيب أكثر ثقة في المعلومات التي يحصل عليها.

إن وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر من الوسائل المعلوماتية المهمة التي يلجأ إليها الفرد في المجتمع المعاصر. وقد كانت هذه الوسائل من أبرز الأدوات المهمة التي انطلقت في الاعتماد عليها لنقل المعلومة الصحية والطبية أثناء فترة الجائحة؛ ومن ثم أصبحت هذه الأدوات المرتكز الرئيس للمعلومات الاجتماعية العامة، وبالتحديد الصحية أثناء فترة الأزمات. ولا بد من الإشارة إلى أن هذه الدراسة محدودة على الجوانب والمعلومات الصحية دون سواها؛ وهو الأمر الذي يجعل من الأهمية والاهتمام بالجوانب المعلوماتية الأخرى لهذه الوسائل ومن خلال دراسات أخرى قضية مهمة ومكملة، فقد انتشرت عديد من الأخبار الاجتماعية العامة والسياسية والاقتصادية والدينية وغيرها تحتاج إلى دراسة

خاصة، وهو ما توصي به هذه الدراسة لاستكمال جوانبها المعلوماتية. هذا بالإضافة إلى أن محدودية الدراسة تتمثل أيضاً من خلال اعتماد الدراسة الحالية على دراسة ستة وسائل فقط، ولم يتم دراسة الوسائل الأخرى للتواصل الاجتماعي. فقد تم دراسة تويتر، والواتس أب، وسناب جات، والانستغرام، وفيس بوك، واليوتيوب. وقد أشير إلى وسائل أخرى، وترك الموضوع للمستجيب من تحديد هذه الوسائل والتي أكدت هذه الدراسة أن هذه الوسائل هي التي تعتبر من أبرز الوسائل المستخدمة في المجتمع المحلي. فالدراسة ونتائجها قائمة على استخدام هذه الوسائل الست من وسائل التواصل الاجتماعي دون سواها، وتتطلب دراسات أخرى متعددة لاستكمال جوانب هذه الدراسة.

- ويمكن في النهاية عرض مجموعة من التوصيات تتمثل في الآتي:
- نشر الثقافة التوعوية بين العامة حول مخاطر سوء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتحري عن صدق المعلومات قبل نشرها وتوزيعها بين مستخدميها من خلال استقصائها من مصدرها الرسمي.
  - فرض عقوبات حول الجرائم الإلكترونية التي تهدف إلى بث الخوف والهلع بين الجماهير من خلال نشرها لمعلومات كاذبة وأخبار مزيفة هدفها بث الفوضى والتضليل الأمني والإعلامي في أثناء الأزمات.
  - إقامة ورش ودورات تعليمية توعوية للجمهور حول الوعي المعلوماتي عبر قنوات التواصل الاجتماعي هدفها تعريف ومساعدة الجمهور حول كيفية البحث عن المعلومات الصحيحة من مصادرها الرسمية والتميز بين المواقع الرسمية وغير الرسمية المضللة.
  - تعزيز الثقة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأحد المصادر المعلوماتية المعتمدة للحصول على المعلومات الصحية عند شرائح المجتمع من صغار السن وذوي مستوى تعليمي منخفض ومن غير المتزوجين من خلال بث الرسائل التثقيفية والتوعوية بشكل مستمر عبر قنوات شبكات التواصل الاجتماعي.

## المراجع

- الأنصاري، حسين، والكندري، يعقوب. (2012). الدور المعلوماتي للديوانية الكويتية: نموذج لمصادر المعلومات غير الرسمية. *مجلة العلوم الاجتماعية*، 40(2)، 15-50.
- بوعلي، ياسين. (1990). *أزمة المرأة في المجتمع الذكوري العربي*. اللاذقية: مطابع ألف باء - الأديب.
- الطراح، علي. (2000). التنشئة الاجتماعية وقيم الذكورة في المجتمع الكويتي. *مجلة العلوم الاجتماعية*، 28(2).
- العلمي، ليلى. (2011). *العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية*. كلية الاقتصاد والعلوم، جامعة النجاح الوطنية.
- الغانم، عبدالله، الكندري، يعقوب، والهدبان، إبراهيم. (2011). الندوات الانتخابية وأثرها في توجيه السلوك الفكري للناخبين: دراسة الحالة الكويتية. *مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية*، 141، 359-419.
- القحص، خالد، والكندري، يعقوب. (2015). الأهمية المعلوماتية لاستخدام تويتر: دراسة على عينة من أعضاء الهيئة التدريسية في الكويت. *المجلة العربية للعلوم الإنسانية*، 132(33)، 135-178.
- قنديلجي، عامر إبراهيم، والجنابي، علاء الدين (2008). *نظام المعلومات وتكنولوجيا المعلومات الإدارية*. الطبعة الثالثة. عمان: دار المسيرة.
- الكندري، يعقوب. (2002). *الديوانية الكويتية: دورها الاجتماعي والسياسي*. الكويت: دار البلاغ.
- الكندري، يعقوب. (2019، مارس 3). *دور وسائل التواصل الاجتماعي في التنمية الثقافية والعمل الثقافي الخليجي المشترك* (ورقة). الندوة الفكرية لإعادة صياغة الإستراتيجية الثقافية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية. المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
- الكندري، يعقوب، السجاري، مها، العسلاوي، حمد، والبالول، دلال. (2015). المتغيرات الاجتماعية المؤثرة في استخدام شبكة التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الكويتي. *حواشيات الآداب والعلوم الاجتماعية*، 441(36).
- نومار، مريم نريمان. (2012). *استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية - دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر* (Doctoral dissertation, Universit de Batna 1-Hadj Lakhder).
- Alami, L. (2011). Membership in social media and its impact on improving political awareness among An-Najah National University students (in Arabic).

- College of Economics and Science, An-Najah National University. Nablus, Palestine.
- Al-Ansari, H., & Al-Kandari, Y. (2012). The informational role of the Kuwaiti diwaniyah: a model for informal information sources (in Arabic). *Journal of Social Sciences*, 40(2), 15-50
- Al-Ghanim, A., Al-Kandari, Y., & Al-Hadban, I. (2011). Electoral seminars and their impact on directing the intellectual behavior of the electorate: a Kuwaiti case study (in Arabic). *Journal of Gulf and Arabian Peninsula Studies*, 141, 359-419.
- Al-Kandari, Y. (2002). Kuwaiti Diwaniyah: Its Social and Political Role (in Arabic). Kuwait: Dar Al Balagh.
- Al-Kandari, Y. (2019, March 3) The role of social media in cultural development and joint Gulf cultural work (paper) (in Arabic). The intellectual symposium to reformulate the cultural strategy of the Cooperation Council for the Arab States of the Gulf. National Council for Culture, Arts and Letters, Kuwait.
- Al-Kandari, Y., Al-Sajari, M., Al-Asalawi, H., & Al-Baloul, D. (2015). Social Variables Affecting the Use of the Social Network: A Field Study on a Sample of Kuwaiti Youth (in Arabic). *Annals of Arts and Social Sciences*, 441(36).
- Al-Qahs, K., & Al-Kandari, Y. (2015). The informational importance of using Twitter: a study on a sample of faculty members in Kuwait (in Arabic). *Arab Journal for the Humanities*, 132(33), 135-178
- Al-Sejari, M. M., & Al-MaSeb, H. B. (2020). Precautionary Measures and Illness Attitudes toward COVID-19 among a Sample of the Kuwaiti Population. *Social Work in Public Health*, 1-10.
- Al-Tarrah, A. (2000). Socialization and masculinity values in Kuwaiti society (in Arabic). *Social Sciences Journal*, 28(2).
- Asmundson, G. J., & Taylor, S. (2020). How health anxiety influences responses to viral outbreaks like COVID-19: What all decision-makers, health authorities, and health care professionals need to know. *Journal of Anxiety Disorders*, 71, 102211.
- Awofeso, N., Gaber, Y., & Bamidele, M. (2019). Determinants of Youth Engagement with Health Information on Social Media Platforms in United Arab Emirates. *Health*, 11(02), 249.
- Baker, L., Wagner, T. H., Singer, S., & Bundorf, M. K. (2003). Use of the Internet and e-mail for health care information: results from a national survey. *Jama*, 289(18), 2400-2406.
- Ball, J., & Lewis, P. (2011). Twitter and the riots: how the news spread. *The Guardian*, 7.
- Bora, K., Das, D., Barman, B., & Borah, P. (2018). Are internet videos useful

- sources of information during global public health emergencies? A case study of YouTube videos during the 2015-16 Zika virus pandemic. *Pathogens and global health*, 112(6), 320-328.
- Boughelaf, J. (2011). Mobile Phones, social media and the Arab Spring. A report by Credemus Associates.
- Buali, Y. (1990). The Womens Crisis in the Arab Male Society (in Arabic). Lattakia: Alef Ba-Al-Adeeb Press.
- Chandrasekaran, N., Gressick, K., Singh, V., Kwal, J., Cap, N., Koru-Sengul, T., & Curry, C. L. (2017). The utility of social media in providing information on Zika virus. *Cureus*, 9(10).
- Delli, K., Livas, C., Vissink, A., & Spijkervet, F. K. (2016). Is YouTube useful as a source of information for Sjögren's syndrome?. *Oral Diseases*, 22(3), 196-201.
- Doerr, B., Fouz, M., & Friedrich, T. (2012). Why rumors spread so quickly in social networks. *Communications of the ACM*, 55(6), 70-75.
- Dubey, D., Amritphale, A., Sawhney, A., Dubey, D., & Srivastav, N. (2014). Analysis of YouTube as a source of information for West Nile virus infection. *Clinical medicine & research*, 12(3-4), 129-132.
- Eysenbach, G., & Kohler, C. (2003). What is the prevalence of health-related searches on the World Wide Web? Qualitative and quantitative analysis of search engine queries on the internet. In AMIA annual symposium proceedings (Vol. 2003, p. 225). American Medical Informatics Association.
- Ho, C. S., Chee, C. Y., & Ho, R. C. (2020). Mental health strategies to combat the psychological impact of COVID-19 beyond paranoia and panic. *Ann Acad Med Singapore*, 49(1), 1-3.
- Howard, P. N., Duffy, A., Freelon, D., Hussain, M. M., Mari, W., & Maziad, M. (2011). Opening closed regimes: what was the role of social media during the Arab Spring?. Available at SSRN 2595096.
- Huang, C., Wang, Y., Li, X., Ren, L., Zhao, J., Hu, Y.,... & Cheng, Z. (2020). Clinical features of patients infected with 2019 novel coronavirus in Wuhan, China. *The lancet*, 395(10223), 497-506.
- Kayam, O., & Hirsch, T. (2012). Using social media networks to conduct questionnaire based research in social studies case study: Family language policy. *Journal of Sociological Research*, 3(2), 57-67.
- Kumar, N., Pandey, A., Venkatraman, A., & Garg, N. (2014). Are video sharing web sites a useful source of information on hypertension?. *Journal of the American Society of Hypertension*, 8(7), 481-490.
- Lu, R., Zhao, X., Li, J., Niu, P., Yang, B., Wu, H.,... & Bi, Y. (2020). Genomic characterisation and epidemiology of 2019 novel coronavirus: implications for virus origins and receptor binding. *The Lancet*, 395(10224), 565-574.

- Nomar, M.N. (2012). The use of social networking sites and its impact on social relations - a study of a sample of Facebook users in Algeria (Doctoral dissertation, Université de Batna 1-Hadj Lakhder).
- Pandey, A., Patni, N., Singh, M., Sood, A., & Singh, G. (2010). YouTube as a source of information on the H1N1 influenza pandemic. *American journal of preventive medicine*, 38(3), e1-e3.
- Paunovi?, N. (2017). Misuse of social networks for radicalization of Youth. in: Youth Perspectives in the united Europe. vu?i?, M. & Novakovic, M. (eds.). Belgrade: Institute of International Politics and Economics.
- Qandilji, A.I. & Al-Janabi, A. (2008). Information system and management information technology (in Arabic). Third edition. Amman: House of the March.
- Roy, D., Tripathy, S., Kar, S. K., Sharma, N., Verma, S. K., & Kaushal, V. (2020). Study of knowledge, attitude, anxiety & perceived mental healthcare need in Indian population during COVID-19 pandemic. *Asian Journal of Psychiatry*, 102083.
- Sharma, M., Yadav, K., Yadav, N., & Ferdinand, K. C. (2017). Zika virus pandemic—analysis of Facebook as a social media health information platform. *American journal of infection control*, 45(3), 301-302.
- Singh, A. G., Singh, S., & Singh, P. P. (2012). YouTube for information on rheumatoid arthritis-a wakeup call?. *The Journal of rheumatology*, 39(5), 899-903.
- Sood, A., Sarangi, S., Pandey, A., & Murugiah, K. (2011). YouTube as a source of information on kidney stone disease. *Urology*, 77(3), 558-562.
- Sunith, C.K. (2019). Use and Misuse of Social Media among Indian Youth. *IOSR Journal of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*, 25(1), 34-41.
- Wang, Y., & Mark, G. (2013, February). Trust in online news: Comparing social media and official media use by Chinese citizens. In Proceedings of the 2013 conference on Computer supported cooperative work (pp. 599-610).
- World Health Organization, 2020. Coronavirus disease ( COVID-19): situation report, 137.
- Zhu, N., Zhang, D., Wang, W., Li, X., Yang, B., Song, J,... & Niu, P. (2020). A novel coronavirus from patients with pneumonia in China, 2019. *New England Journal of Medicine*.

## Informational Trust in Social Media During The COVID-19 Pandemic in Kuwaiti Society

Prof. Maha M. Al-Sejari

Prof. Yagoub Y. Al-Kandari

### Abstract

**Goal of The Study:** This research focuses on the trust level within Kuwait society individuals in the used means of social media in terms of giving the correct info that can be depended on to share coronavirus related news and the medical information circulated about it. The study seeks to reveal the informational impact of the social media in general and the health aspects in particular.

**Study Methodology:** The research used the survey descriptive style. Questionnaire was the main instrument used as the form included a set of demographic variables, a scale of degree and intensity of using social media, as well as dependence on the scale of Social Media Information Trust. Usual validity and reliability tests for such scale were applied. Statistical Package for Social Sciences (SPSS version 23) was used. Descriptive and inferential statistics were used, including T- test, One-Way ANOVA and Pearson Correlation.

**Data and Study Sample:** A sample of (2,108) Kuwaiti from both genders, who use social media, was chosen by using an opportunistic available sample.

**Study Results:** In terms of degree of trust in social media, study outcomes show statistically significant differences between some demographic variables: age, gender, educational level, and social status. Statistically significant differences were also found between intensity of using social media and sample members degree of trust in the information displayed on social media as well as statistically intersecting relationship between these dimensions

**Study Conclusion:** It can be concluded that during crisis including COVID-19, there is a great impact of social media

as they can be depended on spreading a lot of the correct information.

**Keywords:** Informational Trust, COVID-19, Social Media, Kuwait Society, Information Tools.

أ. د. مها مشاري السجاري، حاصلة على درجة الدكتوراه في الانثروبولوجيا الفيزيائية في جامعة ولاية أوهايو، الولايات المتحدة الأمريكية. العمل الحالي أستاذاً في قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية - كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت. الاهتمامات البحثية: الصحة العامة، صحة المرأة والرجل، الثقافة وأثرها على الصحة المجتمعية، التواصل الاجتماعي والصحة النفسية والاعتراب الاجتماعي، الصحة الإنجابية.  
(Huna1973@hotmail.com)

أ. د. يعقوب يوسف الكندري، حاصل على درجة الدكتوراه في الانثروبولوجيا الفيزيائية في جامعة ولاية أوهايو، الولايات المتحدة الأمريكية. العمل الحالي أستاذاً في قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية - كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت. الاهتمامات البحثية: الصحة العامة، المواطنة، الثقافة وأثرها على الصحة المجتمعية، التواصل الاجتماعي والصحة النفسية والاعتراب الاجتماعي، المسنين، تاريخ ودور الديوانية في المجتمع الكويتي.  
(Alkandari66@hotmail.com)

