الأنباء
الأحد 29 مارس 2020

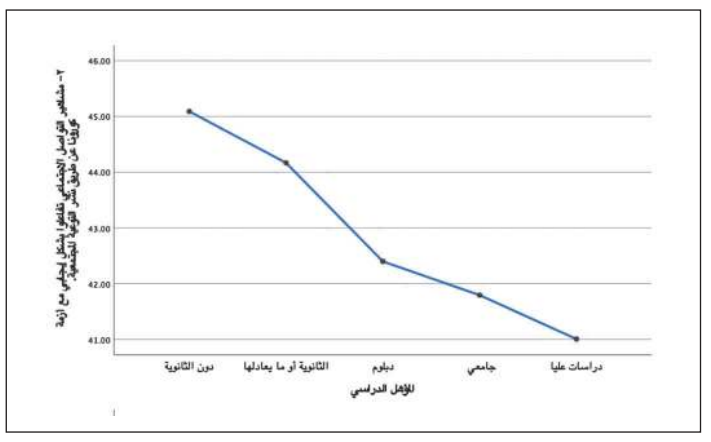
«الأنباء» تنشر دراسة استطلاعية أعدها مركز الحلول للاستشارات الإحصائية المتقدمة عن دورهم في التفاعل مع الأزمة وتظهر نتائج سلبية على مستوى الانطباعات لدى المواطنين

مشاركة المشاهير في العمل التطوعي مهمة بشرط المصداقية

ACS DATA SOLUTION
Advancement Consulting Solutions
مركز الحلول المتقدمة للإستشارات الإحصائية

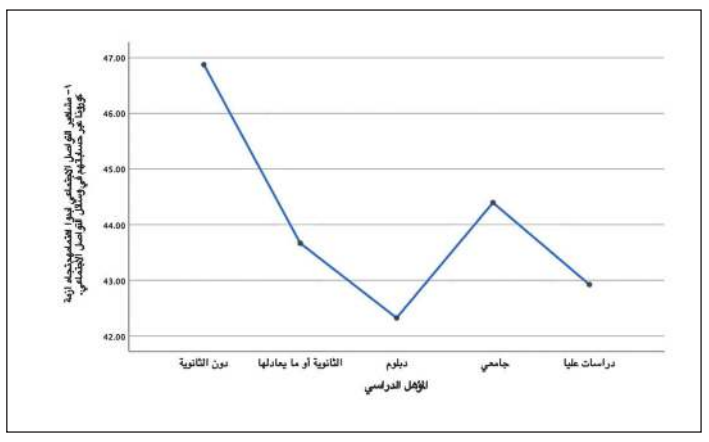
قام مركز الحلول للاستشارات الإحصائية المتقدمة بدراسة استطلاعية في الكويت عن دور مشاهير التواصل الاجتماعي في التفاعل مع أزمة كورونا بإشراف د.حمد العسلاوي من كلية العلوم الاجتماعية بجامعة الكويت. وأحمد الصبر استشاري دراسات إحصائية لدى المركز. وقام المركز بتنفيذ هذه الدراسة الاستطلاعية التي تنشرها «الأنباء» عن طريق تصميم استبانة الكترونية وتوزيعها عبر وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر وواتساب.. إلخ. ومن ثم تطبيق المنهج الوصفي الاستدلالي. وبلغت عينة الدراسة 2252 مشاركا. حيث شملت جميع محافظات الكويت. تأتي أهمية هذه الدراسة في أن الكويت شهدت في الآونة الأخيرة قفزة كبيرة في بروز مشاهير التواصل الاجتماعي (أصحاب الحسابات غير الوهمية)، حيث كان لهم دور كبير في مجال التسويق الإلكتروني. اكتسبوا شهرة كبيرة وكانت اسهاماتهم سببا في انجاح الكثير من المشاريع الصغيرة والمتوسطة. ولاسيما التسويق الفكري وتقديم النصائح والتوصيات كونهم أصبحوا مؤثرين على شريحة كبيرة من المجتمع الكويتي وخصوصا فئة الشباب.

لكن تبقى الأسئلة هنا: ما دور مشاهير التواصل الاجتماعي في هذه الأزمة التي مرت بها الكويت منذ نهاية فبراير 2020 حتى هذه اللحظة؟ هل ساهموا في التفاعل مع هذه الأزمة؟ وما حجم وفاعلية دورهم في هذه الأزمة؟ للإجابة عن هذه التساؤلات تم تحليل استجابات عينة الدراسة المشار اليها بالأعلى والتي أبدت رأيها عن دور مشاهير التواصل الاجتماعي من خلال مقياس Likert Scale والذي قاس ثمانية جوانب أساسية وهي كالتالي:



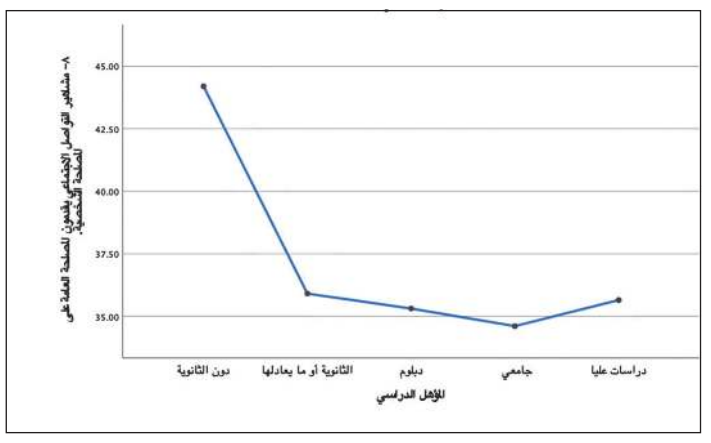
أحمد الصبر

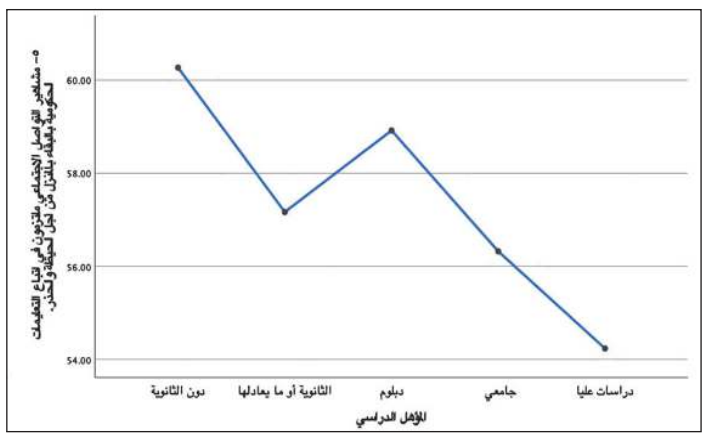
د. حمد العسلاوي



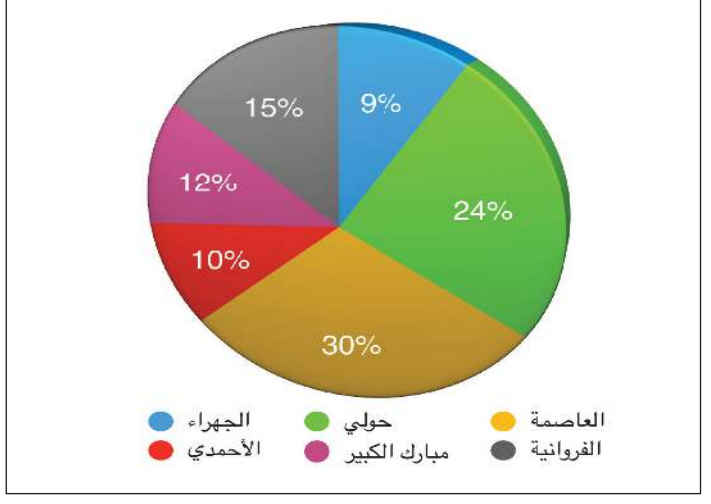
الأسئلة عن مشاهير التواصل الاجتماعي:

1. **هل أبدوا اهتمامهم تجاه أزمة كورونا عبر حساباتهم في وسائل التواصل الاجتماعي؟**
2. **هل تفاعلوا بشكل إيجابي مع أزمة كورونا عن طريق نشر التوعية المجتمعية؟**
3. **هل استغلوا هذه الظروف من أجل أغراض تجارية؟**
4. **هل مشاركتهم في العمل التطوعي مهمة للغاية؟**
5. **هل التزموا باتباع التعليمات الحكومية بالبقاء بالمنزل من أجل الحيطة والحذر؟**
6. **هل لديهم القدرة على التأثير في المجتمع الكويتي بالالتزام بتطبيق قوانين وزارتي الصحة والداخلية في البقاء بالمنزل؟**
7. **هل لديهم مصداقية في نقل الأخبار والمعلومات؟**
8. **هل يقدمون المصلحة العامة على المصلحة الشخصية؟**

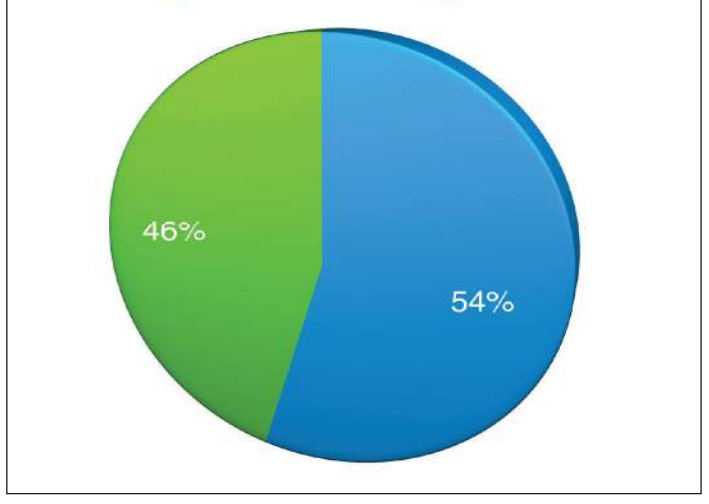


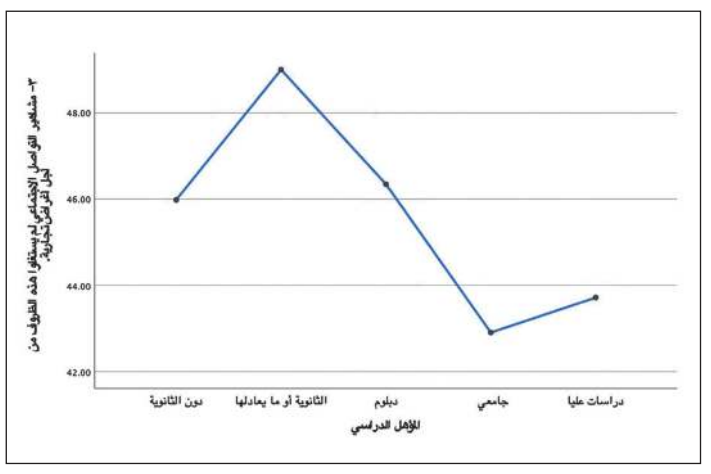


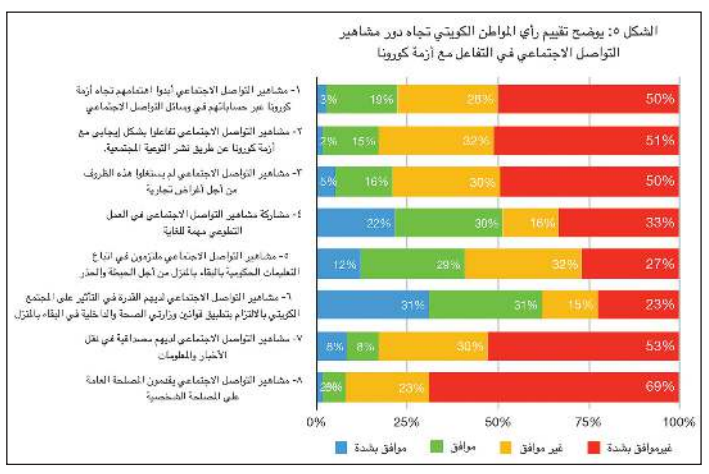
الشكل ٤: يوضح توزيع عينة الدراسة بالنسبة للمحافظة السكنية



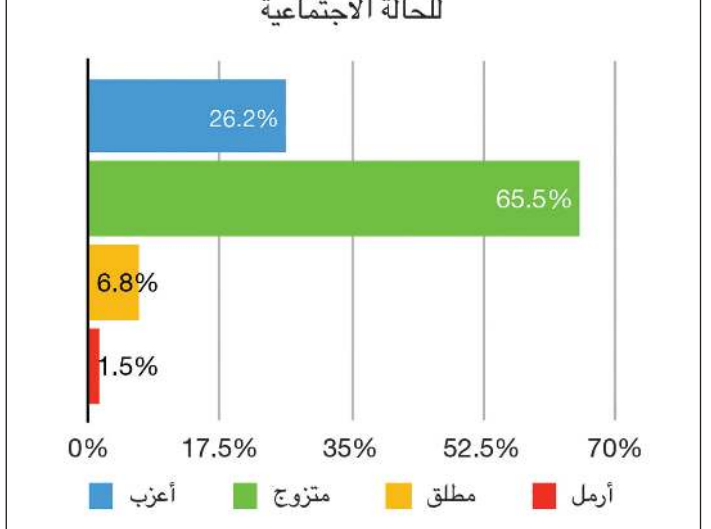
الشكل ١: توزيع عينة الدراسة بالنسبة لمتغير الجنس



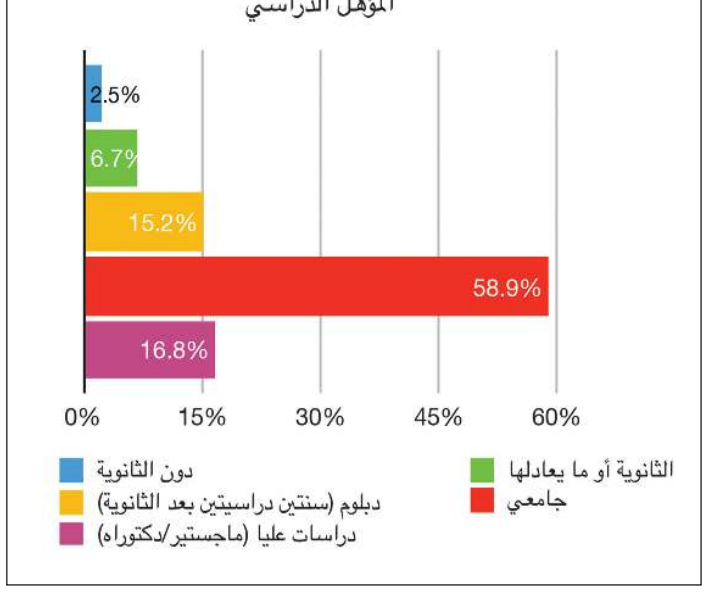


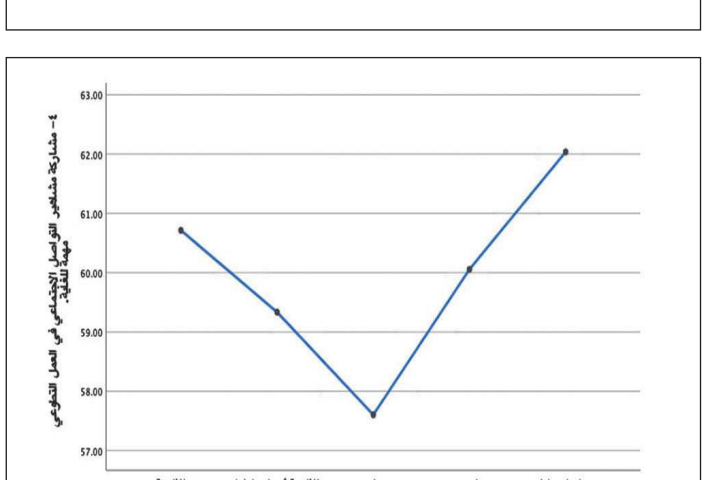
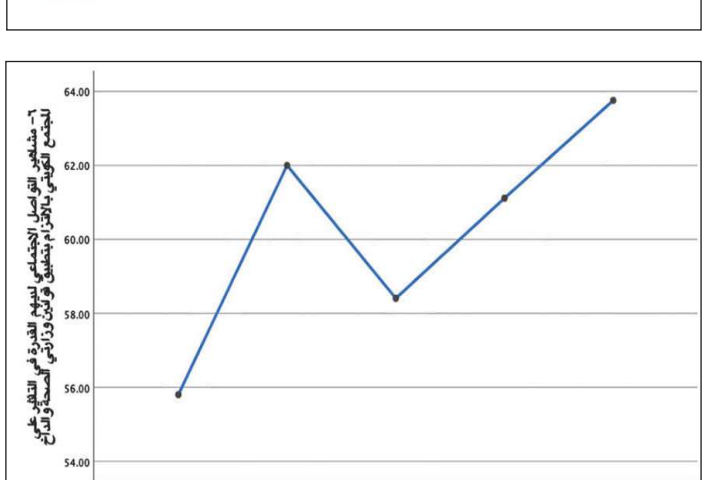


الشكل ٣: يوضح توزيع عينة الدراسة بالنسبة للحالة الاجتماعية



الشكل ٢: توزيع عينة الدراسة بالنسبة لمتغير المؤهل الدراسي



كان هناك أربعة خيارات للإجابة عن هذه الأسئلة: أوافق بشدة، أوافق، لا أوافق، لا أوافق بشدة. بعد تحليل النتائج نلاحظ من الشكل رقم 5، أن 78٪من عينة الدراسة أقروا بعدم موافقتهم على أن مشاهير التواصل الاجتماعي أبدوا اهتمامهم تجاه أزمة كورونا عبر حساباتهم الخاصة، وأن 83٪ من عينة الدراسة أقروا بعدم موافقتهم على تفاعل المشاهير بشكل إيجابي مع أزمة كورونا عن طريق نشر التوعية المجتمعية عن طريق حساباتهم الخاصة كما فعل بعض المشاهير العالميين. اما بالنسبة إلى أن مشاهير التواصل الاجتماعي لم يستغلوا هذه الظروف من أجل أغراض تجارية، فيرى معظم عينة الدراسة أن قلة مشاركتهم في نقل ونشر التوعية المجانية عبر حساباتهم هي مجرد استغلال للظروف، حيث يشعر 80٪ من عينة الدراسة بأن هؤلاء المشاهير يرغبون في المشاركة التجارية عن المشاركة التطوعية، وهي في النهاية حرية اختيار لصاحب الحساب. وفي المقابل، عبرت عينة الدراسة عن أهمية مشاركة مشاهير التواصل الاجتماعي في هذه الأزمة كونهم مؤثرين على شريحة كبيرة من المجتمع الكويتي، حيث بينت النتائج أن 55٪ من عينة الدراسة وافقوا على ان مشاركة مشاهير التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي مهمة للغاية. وأيضا، أقرت عينة الدراسة على ان مشاهير التواصل الاجتماعي لديهم القدرة على التأثير في المجتمع الكويتي بالالتزام بتطبيق قوانين وزارتي الصحة والداخلية في البقاء بالمنزل. أما بالنسبة لمعيار المصداقية في نقل الأخبار والمعلومات، فأقرت عينة الدراسة بعدم موافقتهم بنسبة 92٪ على أن مشاهير التواصل الاجتماعي لديهم مصداقية في نقل الأخبار والمعلومات. وقام المركز ايضا بعمل تحليل أعمق لدراسة العلاقة ما بين بعض متغيرات الدراسة مثل المؤهل الدراسي، المحافظة السكنية، الحالة الاجتماعية، والجنس مع أسئلة الدراسة. فقد بينت النتائج ان هناك علاقة ارتباطية ما بين المتغيرات الديموغرافية مع أسئلة الدراسة. من أبرز العلاقات الارتباطية ذات الدلالة الإحصائية هي العلاقة ما بين اسئلة الدراسة مع متغير المؤهل الدراسي الذي يبينها شكل رقم 6، حيث نلاحظ انه كلما زادت الدرجة العلمية، ارتفعت نسب عدم الموافقة تجاه دور مشاهير التواصل الاجتماعي في التفاعل مع أزمة كورونا، عدا شعور العينة بأهمية مشاركة مشاهير التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي.

خلاصة الأمر، أن مشاهير التواصل الاجتماعي لديهم القدرة على التأثير في المجتمع الكويتي، كما اقرت عينة الدراسة بذلك. ايضا، مشاركة مشاهير التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي مهمة للغاية لنشر التوعية المجتمعية المجانية عبر حساباتهم الخاصة مما له الأثر الكبير على المجتمع الكويتي. لكن عينة الدراسة يشعرون بأن مشاهير التواصل الاجتماعي لم يبدوا اهتمامهم تجاه أزمة كورونا عبر حساباتهم الخاصة في وسائل التواصل الاجتماعي، ولم يتفاعلوا بشكل إيجابي مع الأزمة عن طريق نشر التوعية المجتمعية. ونوصي نحن بدورنا كباحثين من خلال هذه الدراسة الاستطلاعية بأنه يجب على مشاهير التواصل الاجتماعي الانخراط في العمل التطوعي خاصة وقت الأزمات، لأن ثقة المواطن تبنى من خلال تفاعل واهتمام المشاهير في تجاوز هذه الأزمة والابتعاد عن استغلال هذه الأزمة للأغراض التجارية ووضع الكويت في المقدمة.