

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي لدى الطلبة الجزائريين من مخاطر الكوفيد-19-
دراسة ميدانية لعينة من طلبة الجامعات الجزائرية

The Impact Of Social Media On Developing Consciousness Amongst Students Of The
Empirical Study For A Sample Students Of The Algerian --Dangers Of Covid-19 -
L'impact Des Medias Sociaux Sur Le Developpement De La Conscience Pour Les Etudiants
Des Dangers Du Covid-19 -- Etude Empirique D'un Echantillon Des Etudiants L'algerien -

بن عروس جمال^{1*}، هيمة نادية²، لوعيل بلال³

تاريخ النشر: 2022/12/02

تاريخ القبول: 2021/11/13

تاريخ الإرسال: 2021/03/01

ملخص:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر انتشارا بين الافراد باختلاف مستوياتها وهي أحد المصادر الرئيسة لنشر المعلومات والتأثر بها بما في ذلك ما يتعلق بالكوفيد 19؛ هدفت هذه الدراسة الى معرفة العلاقة والتأثير لمواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي لدى الطلبة اتجاه الكوفيد-19، مع مراعاة الفروق في النوع الاجتماعي وكذلك السن، تمت الدراسة الميدانية على عينة من طلاب الجامعات الجزائرية (726 استبانة مسترجعة الكترونيا عبر مختلف وسائل التواصل مع الطلبة)، تم التحليل باستخدام برنامج SPSS الإصدار 24. باستخدام الانحدار الخطي؛ توصلت الدراسة الى وجود علاقة وأثر بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والوعي لدى الطلبة من مخاطر الكوفيد-19. مع وجود الفروق ذات الدلالة الإحصائية في متغير السن.
الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي، الوعي، الطلبة، كوفيد -19.

Abstract :

Social Media sites are the most prevalent among individuals of all levels, and they are one of the primary sources for disseminating information and being affected by it, including not related to COVID-19; This study aimed to find out the relationship and the impact of social media on developing awareness among students about COVID-19, taking into account the differences in gender as well as age. Analysis using SPSS version 24. Using linear regression ; The study found a relationship between social media sites and awareness among students, with age differences.

Keywords: Social Media, Consciousness, students, COVID-19.

Résumé :

Les sites de médias sociaux sont les plus répandus parmi les individus de tous les niveaux, et ils sont l'une des principales sources de diffusion d'informations et d'en être affectés, y compris sans rapport avec le COVID-19; Cette étude visait à découvrir la relation et l'impact des médias sociaux sur la sensibilisation des étudiants au COVID-19, en tenant compte des différences de sexe et d'âge. Analyse à l'aide de SPSS version 24. Utilisation de la régression linéaire; L'étude a révélé une

*المؤلف المراسل

¹ BENAROUS Djamel, University of Batna 1 : Algeria. djamel.benarous@univ-batna.dz

² HIMA Nadia, University of Batna 1 : Algeria, nadia.hima@univ-batna.dz

³ LOUAIL Bilal, University of M'Hamed BOUGARA Boumerdes, :Algeria, b.louail@univ-boumerdes.sa

relation entre les sites de médias sociaux et la sensibilisation des étudiants, avec des différences d'âge.

Mots clés : Médias sociaux, conscience, Les étudiants, COVID-19.

مقدمة

استحوذ ظهور تفشي (كوفيد-19) على انتباه وسائل الإعلام وصفحات الأخبار والصحافة ووسائل التواصل الاجتماعي. حيث هناك العديد من المصادر والمواقع التي يمكن لأي شخص من خلالها الحصول على المعلومات، وكثير منهم ليس لديهم مصداقية مما أدى إلى انتشار معلومات مضللة وصعوبة التمييز بين الشائعات والواقع. أصبحت الإصابة بمرض فيروس كورونا (كوفيد-19) مشكلة صحية عامة خطيرة في جميع أنحاء العالم، حيث أحدث (كوفيد-19)، من الأهمية بمكان من المعلومات منع المزيد من انتشار الوباء؛ لذا تعد وسائل التواصل الاجتماعي من الأدوات الأكثر انتشارا التي يمكن أن تكون فعالة في تلبية الاحتياجات التوعوية والمعرفية للأفراد والمجتمعات؛ والتي تتميز بسهولة الاستخدام وكذلك تنوعها.

خضعت الجزائر على غرار كل دول العالم للإغلاق والإجراءات الاحترازية بسبب ظهور حالات في جميع أنحاء البلاد، كما اتخذت الحكومة الجزائرية إجراءات استثنائية، بما في ذلك تنفيذ قوانين صارمة، أهمها فرض قيود مع العودة بحذر للجامعات والمدارس والتباعد في مكان العمل وفق إجراءات احترازية، للحد من تأثير (كوفيد-19). إذ لعب الوعي العام والوقاية من عدوى (كوفيد-19) أدوارا مهمة في مكافحة المرض، ومنه الى وقف انتشار العدوى في الجزائر، لذا فان معرفة وتقييم منصات التواصل الاجتماعي للتوعية العامة مهم لأنه يساعد في تحديد تأثير الجهود والتدابير الوقائية الحكومية، ويقيس الحاجة إلى التدخل خاصة لدى الفئة الشبابية وطلاب الجامعات بصفة خاصة.

لقد ثبت أن منصات وسائل التواصل الاجتماعي تمثل مصدرا أساسيا للاتصال الذي يتيح إنشاء ونشر المعلومات للناس عبر الإنترنت، وتجدر الإشارة هنا إلى أن منصات التواصل الاجتماعي تتيح للجماعات والأفراد تبادل المعلومات حول جميع الموضوعات والقضايا؛

تشمل منصات وسائل التواصل الاجتماعي مجموعة واسعة من مواقع الشبكات (مثل الفيسبوك) ومنصات نشر المعلومات (مثل اليوتيوب) وخدمات المدونات الصغيرة (مثل تويتر). يمكن استخدام هذه المنصات لإنشاء ونشر المعرفة والمعلومات حول المخاطر الصحية، والمرضية المحتملة، والتدخلات، بالإضافة إلى أنماط الحياة الصحية والسياسات والاستراتيجيات الصحية الفعالة لدى طلاب الجامعات الجزائرية؛ على عكس الحملات التي تطلقها أحيانا وسائل الإعلام

التقليدية التي غالبا ما يكون أثرها ضعيف مقارنة مع الحملات التي يتم إطلاقها عبر منصات وسائل التواصل الاجتماعي بنجاح المعرفة والمعلومات حول مواضيع صحية مختلفة إلى مناقشات ومحادثات مثمرة يوميا على شبكة الإنترنت. من هنا اتضحت لنا السؤال الرئيس الدراسة المتمثلة في: ما مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي لدى الشباب الطلبة في الجامعات الجزائرية من مخاطر (كوفيد-19)؟

1-1. الأسئلة الفرعية: تتمثل فيما يلي:

- ما هي اتجاهات المستجوبين نحو أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي اتجاه مخاطر (كوفيد-19)؟.
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الاجتماعي والوعي لدى الطلبة عينة الدراسة عند مستوى الثقة 0.05؟
- هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتغيرات الدراسة تعزى لمتغير النوع الاجتماعي لدى الطلبة عينة الدراسة عند مستوى الثقة 0.05؟
- هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات الدراسة تعزى لمتغير السن لدى الطلبة عينة الدراسة عند مستوى الثقة 0.05؟

1-2. أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في أن رفع مستوى الوعي بمخاطر وأضرار الفيروس يتطلب دمج بعض نظريات التغيير السلوكي من خلال المعلومات المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي، التي يمكن ترفع من الوعي والادراك لدى طلبة الجامعات لفهم عملية تغيير السلوكيات والتصرفات المسؤولة اتجاه الفيروس بطريقة دقيقة، وهذا ما يؤدي أنه يجب على الأفراد أن يدركوا الحقائق الأساسية حول قضية (كوفيد-19)، التي تتعلق بصحتهم ليكونوا قادرين على تغيير أنماط حياتهم نتيجة لشعورهم بالتهديد، خاصة من أنه مرض معد؛ في هذا السياق يجب أن يتعلم الأفراد مجموعة من المهارات للتعامل معه، وأن يتم منحهم إمكانية الوصول إلى الخدمات المناسبة، ويمكن لوسائل التواصل الاجتماعي المختلفة تحقيق هذه الأهمية على المستوى العام.

1-3. أهداف الدراسة:

سعت الدراسة الى تسليط الضوء على أهم ظاهرة في الوقت الراهن محاولة إيجاد العلاقة بين وسائل التواصل المختلفة لنشر الوعي لدى طلاب الجامعات من مخاطر (كوفيد-19).

1-4. أسلوب الدراسة:

تجدر الإشارة الى أنه تم الاعتماد في الدراسة على الأسلوب الكمي (Jayaratne & Stewart, 1991) في تحليل البيانات والحصول على النتائج وتفسير العلاقات الارتباطية والأثر بين مختلف متغيرات الدراسة، بالإضافة الى الاعتماد على الاستقراء في تحليل النتائج وتعميمها على مجتمع الدراسة.

1-5. الدراسات السابقة:

أفادت الدراسات التي أجريت على حملات وسائل التواصل الاجتماعي والسلوك الصحي، أن حملات وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تؤدي إلى تغييرات إيجابية في السلوك وحتى تمنع التغييرات السلوكية السلبية لدى الأفراد. يمكن استخدام منصات التواصل الاجتماعي للحد من انتشار الأوبئة، وبالتالي خفض مستويات الخوف والقلق بين عامة الناس؛ إذ جادل الباحثون بأن التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن ينقل معلومات مفيدة حول الأمراض المعدية، بناءً على تحديد وتتبع الأنماط السلوكية للمستخدمين (Hassan Zadeh A , & al, 2019). وقد تم اقتراح نموذج من قبل (Misra & Shukla , 2015) لاستكشاف تأثير الوعي الذي تحققه حملات وسائل التواصل الاجتماعي على انتشار الأمراض المعدية، مع الأخذ في الاعتبار أن الحملات التي يتم إطلاقها على منصات التواصل الاجتماعي؛ حيث كشفت نتائج الدراسة انخفاضاً في عدد المصابين مع الانتشار المتزايد للحملات الصحية على وسائل التواصل الاجتماعي.

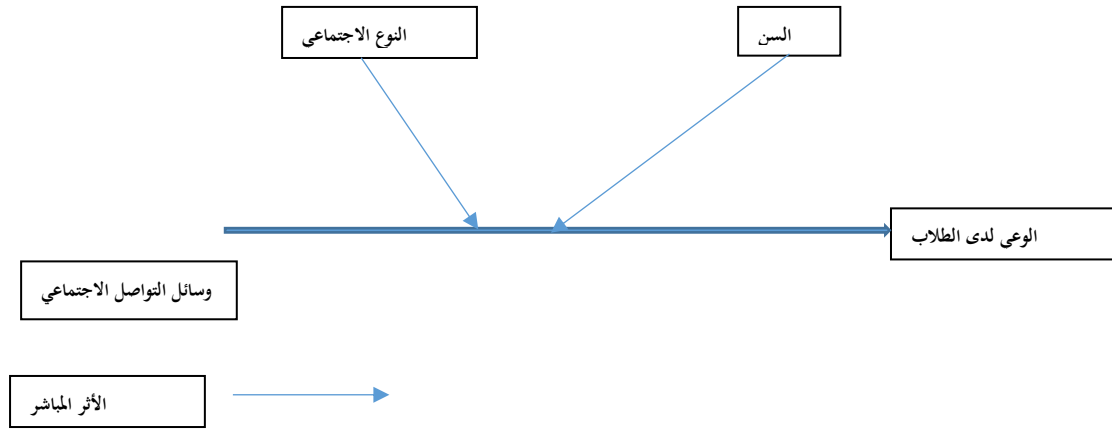
1-6. متغيرات الدراسة:

- وسائل التواصل الاجتماعي (المتغير المستقل): لوسائل التواصل الاجتماعي تعريفات عديدة، إلا أن جميع وسائل التواصل الاجتماعي، في مفهومها الأساسي، هي منصات على الإنترنت أو الهاتف المحمول تتيح التفاعل الثنائي الاتجاه عبر محتويات ينتجها المستخدمون أنفسهم، ناهيك عن التواصل بينهم. وعليه فإن وسائل التواصل الاجتماعي ليست كوسائل الاعلام التي لا تخرج إلا من مصدر واحد أو من موقع شبكي ثابت، وإنما هي وسائل للتواصل عبر منصات صممت خصيصاً لتتيح للمستخدمين إيجاد أو إنتاج المحتويات بأنفسهم والتفاعل مع المعلومات ومع مصدرها، والتي من بينها: فيس بوك، تويتر، إنستغرام، يوتيوب، غوغل بلس....؛
- الوعي اتجاه (كوفيد-19): هو تثقيف الناس والعمل على زيادة معلوماتهم وثقافتهم الصحية لتعليمهم كيفية التعامل مع بعض الفيروسات، وتفادي الإصابة ببعض الآخر وذلك من خلال نشر السلوكيات الصحيحة، وتفادي الأساليب الخاطئة التي تؤثر بشكل سلبي على الصحة بشكل عام.

2. منهجية الدراسة الميدانية وإجراءاتها.

1-2 نموذج الدراسة وفرضياته: يتمثل فيما يلي:

الشكل 1: نموذج الدراسة الميدانية



المصدر: من إعداد الباحثين

2-2. مجتمع وعينة الدراسة: لقد تمثل مجتمع البحث في جميع طلبة (الوحدة المستخدمة هي أفراد) جامعة بومرداس الجزائرية، أما بالنسبة لعينة الدراسة فقد قام الباحث بتوزيع الاستبانة إلكترونيا من خلال وسائل التواصل المختلفة وقد بلغت الاجابات 726 استبانة صالحة للتحليل وهي تمثل نسبة مقبولة (Kotrlík, Bartlett, & Higgins, 2001) حال المجتمع بالألاف، وهي تعتبر جدا مناسبة لهذا النوع من الدراسات، كما أن مجتمع الدراسة متجانس (طلبة الجامعة). (Thompson, 2012) .

2-3. فرضيات الدراسة بناء على النموذج: استخلصنا من خلال النموذج 4 فرضيات كالآتي:

- الفرضية الأولى:

- اتجاهات المستجوبين نحو أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي اتجاه مخاطر (كوفيد-19)

الفرضية الثانية:

- H_0 / لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الاجتماعي والوعي لدى الطلبة عينة الدراسة عند مستوى الثقة 0.05.

- H_1 / لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الاجتماعي والوعي لدى الطلبة عينة الدراسة عند مستوى الثقة 0.05.

- الفرضية الثالثة:

- H_0 / لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات الدراسة تعزى لمتغير النوع الاجتماعي لدى الطلبة عينة الدراسة عند مستوى الثقة 0.05.

- H_1 / يوجد أثر ذو دلالة إحصائية إحصائية بين متغيرات الدراسة تعزى لمتغير النوع الاجتماعي لدى الطلبة عينة الدراسة عند مستوى الثقة 0.05.

- الفرضية الرابعة:

- H_0 / لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات الدراسة تعزى لمتغير السن لدى الطلبة عينة الدراسة عند مستوى الثقة 0.05.

- H_1 / يوجد أثر ذو دلالة إحصائية إحصائية بين متغيرات الدراسة تعزى لمتغير السن لدى الطلبة عينة الدراسة عند مستوى الثقة 0.05.

4-2. أداة الدراسة

تعد الاستمارة الأداة الرئيسية في جمع البيانات من عينة الدراسة، حيث وزعت عبر وسائل التواصل المختلفة لطلبة الجامعة محل الدراسة وتم استقبال (726) رد.

ولقد تضمنت الاستمارة 14 فقرة موزعة ثلاثة أجزاء كما يأتي:

الجزء الأول: المعلومات الشخصية: حيث خصص هذا الجزء للحصول على المعلومات الشخصية للطلبة وهي: الجنس، السن، الشهادة المحصل عليها، وسيلة التواصل المستخدمة.

الجزء الثاني: ويتضمن المتغير المستقل وهو: وسائل التواصل الاجتماعي وتضمن (8) أسئلة

الجزء الثالث: ويتضمن المتغير التابع وهو: الوعي الطلبة حيث تضمن (6) أسئلة.

وقد تم استخدام سلم ليكرت الخماسي في الاستمارة.

5-2. صدق الاستمارة وأسلوب التحليل الإحصائي

تم التأكد من صدق الأداة من خلال عرض الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المختصين، حيث تم تغيير وإضافة بعض الفقرات، وإعادة صياغة بعضها، وإضافة فقرات أخرى وبذلك أخذ الاستبيان شكله النهائي، وللتحقق من ثبات أداة البحث تم الاستعانة بمعامل ألفا كرومباخ والتجزئة النصفية حيث بلغت قيمته حسب الجدول (01).

الجدول 01: قيمة معامل الفاكرونباخ لمتغيرات الدراسة

العنصر	التباين	قيمة العلاقة	قيمة الفاكرونباخ المحسوبة
س1	395,361	0,301	0,953
س2	376,068	0,651	0,950
س3	377,768	0,652	0,950
س4	384,535	0,494	0,952
س5	385,396	0,681	0,950
س6	373,641	0,649	0,950
س7	385,453	0,528	0,952
س8	385,832	0,558	0,951
ع1	386,495	0,498	0,952
ع2	383,877	0,588	0,951
ع3	390,071	0,497	0,952
ع4	383,950	0,638	0,951
ع5	383,403	0,588	0,951
ع6	371,057	0,697	0,950
وسائل التواصل	382,369	0,887	0,949
الوعي الطلاب	382,705	0,791	0,950
الكل	378,036	1,000	0,948

المصدر: مخرجات spss24

نتائج الجدول توضح أن معامل الثبات لكل فقرة أكثر (0.90) ولكون هذه القيمة أعلى من القيمة التي تقبل عندها درجة الاعتمادية والبالغة (0.70)، وتعتبر هذه النسبة مقبولة لأغراض البحث العلمي حيث أن المقياس العام بلغ 0.95 ويدل على أن الثبات عالي في الاستبانة؛

2-6. إختبار التوزيع الطبيعي.

يمكن اعتبار أن العينة تتبع من التوزيع الطبيعي، إذا كان حجم العينة كبير يمكن الاعتماد على نظرية Central limit theorem of a normal distribution (Brosamler, 1988,)

2-7. الأساليب الإحصائية المستخدمة.

قد تم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS(24) لإجراء التحليلات الإحصائية المطلوبة، وذلك باستخدام الأدوات الإحصائية التالية:

-المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري.

-معامل الارتباط لتحديد ومعامل التفسير.

- حساب قيمة t_{of} لإثبات صحة أو نفي الفرضيات.

-دراسة الفروق المعنوية بين متغيرات الدراسة.

2-8. الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة

يمثل لنا الجدول (2) الآتي: مقدر المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية:

الجدول 02: حساب متوسط الأهمية النسبية لمتغيرات الدراسة

العنصر	N	الحد الأدنى	الحد الأعلى	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
س1	726	1,00	5,00	4,1074	0,95817
س2	726	1,00	5,00	3,8815	1,19759
س3	726	1,00	5,00	3,5427	1,13270
س4	726	1,00	5,00	3,5537	1,13223
س5	726	2,00	5,00	4,1391	0,81109
س6	726	1,00	5,00	3,2149	1,29321
س7	726	1,00	5,00	4,3554	1,02406
س8	726	1,00	5,00	4,2149	,95735
ع1	726	1,00	5,00	4,0523	1,03191
ع2	726	1,00	5,00	4,2424	0,99331
ع3	726	1,00	5,00	4,2851	0,86302
ع4	726	1,00	5,00	4,2080	0,91846
ع5	726	1,00	5,00	4,2080	1,01274
ع6	726	1,00	5,00	3,3981	1,30355
وسائل التواصل	726	1,88	5,00	3,8762	0,71687
الوعي الطلابي	726	1,17	5,00	4,0657	0,78962
الكل	726	1,35	5,00	3,7090	0,74976

المصدر: بالاعتماد على مخرجات spss24

يظهر الجدول (2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل المتغيرات حيث يمكن التعليق عليها كما يلي:

إذا اعتمادنا قاعدة حساب المدى والمتمثل في

الحد الأعلى - الحد الأدنى / المستوى حيث $1.33 = 3/4 - 5$

وعليه:

من الـ 1.33 ضعيف، من الـ 1.34 إلى 3.67 متوسط، 3.68 إلى 5 قوي

بالنسبة لمتغير وسائل التواصل الاجتماعي فقد وصل المتوسط الحسابي العام للمتغير 3.88 مما يدل على الأهمية النسبية للمتغير بالنسبة للمبحوثين في المستوى الثالث (القوي) بإنحراف معياري بقيمة 0.71687 (Gaddis & Gaddis, 1990)، مما يدل على أن التشنت ضعيف في إجابات العينة. هذا يتوافق مع دراسة (Glassy, 2010) وكذلك دراسة (Jacobs, & al, 2016) بينما اختلفت مع دراسة (Nielsen & Schrøder, 2014) التي اتجهت إلى أن التلفزيون أكثر أهمية في الاخبار مقارنة مع وسائل التواصل الاجتماعي في البلدان محل الدراسة، يمكن القول من خلال النتائج المحصل عليها أن عنة الدراسة لديها معرفة بوسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك ادراكها لأهمية استخدامها في مختلف المجالات. بالنسبة لمتغير الوعي لدى الطلاب من مخاطر الكوفيد 19 ، كذلك وجدنا أن المتوسط الحسابي بلغ 4,0657 المستوى الثالث (قوي) بإنحراف معياري أقل من 1، هذا ما اتفق مع دراسة (Alahdal, Basingab, & Alotaibi, 2020) و (Das, , & al , 2020) ، مما يمكننا من الاستنتاج أن هناك مستوى عال من الوعي لدى عينات الدراسة بمخاطر الفيروس، خاصة ان العينة المستهدفة من الطبقة المتعلمة.

أما المتوسط الحساب العام لجميع الإجابات فبلغ 3,7090 وهو ضمن نطاق المستوى الثالث القوي، وبالانحراف أقل من الواحد.

هذا ما يقودنا إلى تأكيد صحة الفرضية البحثية الأولى والتي تنص على: أن اتجاهات المستجوبين اتجاه متغيرات الدراسة كانت إيجابية والتي سوف نناقشها في النتائج لاحقاً.

3. اختبار الفرضيات الصفرية ومناقشة النتائج.

الفرضية الثانية:

- H_0 / لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الاجتماعي والوعي لدى الطلبة عينة الدراسة عند مستوى الثقة 0.05.

- H_1 / لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الاجتماعي والوعي لدى الطلبة عينة الدراسة عند مستوى الثقة 0.05.

بالاعتماد على الانحدار الخطي البسيط لدراسة تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع ، حيث أن النموذج جاء وفق المعادلات الآتية:

$$- \text{النموذج: } Y = bX + a + \epsilon$$

تم اختبار النموذج للفرضية من خلال معامل التحديد المعدل وحساب قيمة F و T

حيث: X(المتغير المستقل)، Y (المتغير التابع)،

توضح لنا الجداول، 3، 4، 5 ما يلي:

الجدول 3: حساب ANOVA

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
الانحدار	222,566	1	222,566	702,213	0,000 ^b
البواقي	229,471	724	,317		
المجموع	452,037	725			

a. التغير التابع: الوعي لدى الطلاب.

b. المتغير المستقل وسائل التواصل الاجتماعي:

المصدر: بالاعتماد على مخرجات spss24

الجدول 4: النموذج المختصر

النموذج	معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل التحديد المعدل	الخطأ المعياري المقدر
1	,702 ^a	,492	,492	,56298

المصدر: بالاعتماد على مخرجات spss24

الجدول 5: حساب معاملات الانحدار

النموذج		المعاملات المعيارية		المعاملات غير المعيارية		إحصائيات العلاقة الخطية المتداخلة	
		قيمة معامل Beta	خطأ القياس	قيمة t	مستوى الدلالة		
الثابت			0,115	9,305	0,000	Tolerance	VIF
وسائل التواصل الاجتماعي		,702	0,029	26,499	0,000	1,000	1,000

المصدر: بالاعتماد على مخرجات spss24

من خلال الجداول 3، 4، 5 السابقة اتضح لنا ما يلي:

إن معامل الارتباط بلغ 0.7 وهو يدل على أن العلاقة هي علاقة ارتباط قوية وطرديّة، كما أن قيمة معامل التحديد المعدل بلغت **R-2 (Adjusted R Square) 0.49** وهذا يعني أن وسائل التواصل الاجتماعي تفسر ما نسبته 50% من التباين في الوعي الطلبة من كوفيد 19، بالإضافة إلى أن قيمة **F** بلغت 702,213 عند مستوى معنوية 0.000 مما يعني قبول النموذج الأولي، قيمة **VIF** بلغت 1.000 وهي تدل على عدم التداخل في التعددية الخطية بين العناصر المكونة للمتغيرات (Liu, & al, 2003) كما أن معامل الانحدار بالنسبة لوسائل التواصل الاجتماعي مع الوعي الطلبة بلغ 0,773، كما بلغت قيمة **T** 26,499 و ذلك عند مستوى معنوية 0.000 وهو اقل من 0.01 مما يعني صحة النموذج المعبر

عنه بالمعادلة $Y=0.773X+1,070$ ، النتيجة تدل على وجود الأثر للمتغير وسائل التواصل الاجتماعي على الوعي الصحي من الكوفيد-19 ، عند قراءة النتائج نجد أنها قد توافقت مع دراسة (Das, & al , 2020) وكذلك (Al-Dmour, & al, 2020) ، وعليه فإن النتائج أظهرت إلى أن استخدام منصات وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤثر بشكل إيجابي على الوعي بالتغيرات السلوكية للصحة العامة والحماية العامة من COVID-19. من خلال ما سبق نقبل الفرضية التي تنص:

أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لوسائل التواصل الاجتماعي على الوعي الصحي للطلبة اتجاه الكوفيد-19. الفرضية الثالثة:

- H0 / لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات الدراسة تعزى لمتغير النوع الاجتماعي لدى الطلبة

عينة الدراسة عند مستوى الثقة 0.05.

- H1 / يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين متغيرات الدراسة تعزى لمتغير النوع الاجتماعي لدى الطلبة عينة

الدراسة عند مستوى الثقة 0.05.

من خلال الجدولين 6،7 كالاتي:

الجدول 6: مجموعة الاحصاء الوصفي

النموذج	النوع الاجتماعي	N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الخطأ الحسابي
وسائل التواصل الاجتماعي	ذكر	532	3,9591	0,66368	0,02877
	انثى	194	3,6488	0,80478	0,05778
الوعي الطلابي	ذكر	532	4,1081	0,83076	0,03602
	انثى	194	3,9493	0,65172	0,04679

المصدر: بالاعتماد على مخرجات spss24

الجدول 7: اختبار الاستقلالية

اختبار T				اختبار الفروق f						
95% Confidence Interval of the Difference		الخطأ المعياري	Mean Difference	Sig. (2-tailed)	df	t	Sig.	F		
الاعلى	الادنى									
,42621	,19435	,05905	,31028	,020	724	3,254	,070	2,143	افتراض الفروق متساوية	وسائل التواصل الاجتماعي
,43731	,18324	,06455	,31028	,027	294,028	3,807			افتراض الفروق غير متساوية	
,28836	,02918	,06601	,15877	,016	724	2,405	,181	1,790	افتراض الفروق متساوية	الوعي لدى الطلاب
,04271	,27483	,05905	,15877	,007	434,093	2,689			افتراض الفروق غير متساوية	

المصدر: بالاعتماد على مخرجات spss24

من خلال الجدولين أعلاه نجد أنه لا توجد فروق لدى الوعي الطلبة تعترى لمتغير الجنس؛ مما يمكن القول أن النوع الاجتماعي لا يشكل فروقا في مستوى الوعي والسلوك المسؤول لدى الطلبة عينة الدراسة. أما بالنسبة لاستخدام وسائل التواصل وبالرجوع إلى الدراسات السابقة نجدها مختلفة النتائج نوعا ما مع دراسة (Alahdal, Basingab, 2020)، وقد اتفقت مع (Galasso, & al, 2020) حيث ان الاختلافات بين الجنسين في السلوك والمواقف اتجاه الكوفيد-19. يمكن تفسير ذلك الى المستوى التعليمي المتقارب بين الجنسين مما يثبت عدم وجود الفروق في الوعي.

- وعليه فأنا نجد أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الاجتماعي والسلوك المسؤول تعزى لمتغير النوع الاجتماعي لدى الطلبة عينة الدراسة عند مستوى الثقة 0.05.

الفرضية الرابعة:

- **H0** / لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات الدراسة تعزى لمتغير السن لدى الطلبة عينة الدراسة عند مستوى الثقة 0.05
- **H1** / يوجد أثر ذو دلالة إحصائية إحصائية بين متغيرات الدراسة تعزى لمتغير السن لدى الطلبة عينة الدراسة عند مستوى الثقة 0.05.
- من خلال الجدول 8، نجد:

الجدول 8: اختبار ANOVA

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares		
,008	4,919	2,501	2	5,002	بين المجموعات	وسائل التواصل الاجتماعي
		,508	723	367,575	داخل المجموعات	
			725	372,577	المجموع	
,039	3,255	2,017	2	4,033	بين المجموعات	الوعي لدى الطلاب
		,620	723	448,004	داخل المجموعات	
		2,501	725	452,037	المجموع	

المصدر: بالاعتماد على مخرجات spss24

من خلال الجدول 8 نلاحظ وحسب الدلالة الإحصائية لا توجد فرق بين إجابات العينة حول وسائل الاتصال. بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوعي وهذه النتيجة تعتبر منطقية جدا. بالنظر الى تأثير النضج على وعي الافراد للفايروس وكذا سلوكهم اتجاهه.

4.4 الخلاصة

من خلال ما تم التطرق اليه في هذه الدراسة يمكن القول:

- إن اتجاهات المستجوبين عينة الدراسة نحو متغيرات الدراسة ايجابية، وبناء على ذلك يمكن القول أن مستوى والممارسة لوسائل التواصل الاجتماعي أصبح أمرا واقعا وملموسا في عدد من الإجراءات والعمليات التي يقوم بها الأفراد كمصادر اعلام عالية التأثير هذا ما أكدته دراسة (Rapp, & al, 2013) والتي أظهرت أمن الانتقال في المعلومات من خلال التواصل الاجتماعي، كذلك دراسة (Budhwani & Sun, 2020) والتي تم تحديد ما مجموعه 16.535 تغريدة "فيروس صيني" أو

"فيروس الصين" في الفترة التمهيديّة، وتم تحديد 177,327 تغريدة في الفترة اللاحقة ، مما يدل على زيادة بنحو عشرة أضعاف على المستوى للدراسة الصينية.

- إن القراءة التحليلية تبين أن استخدام منصات وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر في الوعي ومن ثم السلوك اتجاه الكوفيد-19 خلال مستوى الوعي والذي يترجم بوضوح في انخفاض مستويات الإصابة في المنطقة وأن زيادة الاهتمام بمحتوى منصات التواصل الاجتماعي من شأنه رفع الوعي الذي يؤثر على السلوك المسؤول للطلاب. هذا ما اتجهت إليه كذلك دراسة (AI- Dmour, & al, 2020) ، وكذلك دراسة (Nabity-Grover, Cheung, & Thatcher, 2020) والتي أشارت التوافق في النتائج التي توصلنا إليها والمتمثلة في أن استخدام منصات وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤثر بشكل إيجابي على الوعي بالتغيرات السلوكية للصحة العامة والحماية العامة من COVID-19.

- أثبتت النتائج كذلك بعدم فروق إحصائية تعزى لمتغير الجنس حول استخدام التواصل الاجتماعي والسلوك المسؤول اتجاه الكوفيد 19 مما يمكن القول ان النوع الاجتماعي لا يشكل فرقا في إجابات الطلبة والطالبات، ويمكن تفسير ذلك الى تقارب المستوى الثقافي والمعرفي لعينة الدراسة بين الجنسين.

- هناك نتيجة مهمة وهي وجود الفروق بين إجابات العينة تعزى لمتغير السن، هذا ما يمكنه ربطه بأن السن لديه أثر في الوعي لدى الطلبة وكذلك سلوكهم المسؤول اتجاه الكوفيد 19 وهو ما يسمى بالنضج لمعربي.

- ساهم البحث بتسليط الضوء على ظاهرة معاصرة وهي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي من أجل القيام بسلوكيات مسؤولة اتجاه الكوفيد-19 والتي يمكن أن تنعكس إيجابا على عدد الإصابات من خلال تحسين الرسائل الإعلامية والتوعية على مختلف وسائل التواصل الاجتماعي. وهذا ما لوحظ بشكل ملموس في عدد الإصابات بالنسبة لطلاب الجامعة محل الدراسة.

قائمة المراجع

- Alahdal, H., Basingab, F., & Alotaibi, R. (2020). An analytical study on the awareness, attitude and practice during the COVID-19 pandemic in Riyadh, Saudi Arabia. *Journal of infection and public health*, 13(10), 1446-1452. doi:https://doi.org/10.1016/j.jiph.2020.06.015
- Al-Dmour, H., Salman, A., Abuhashesh, M., & Al-Dmor, R. (2020). Influence of social media platforms on public health protection against the COVID-19 pandemic via the mediating effects of public health awareness and behavioral changes: integrated model". *Journal of medical Internet research*, 22(8),. doi:doi:10.2196/19996
- Ameri, F., & Dutta, D. (2005). *product Lifecycle Management: Closing the Knowledge Loops*. *Computer-Aided Design and Applications*, 577-590.
- Brosamler, G. A. ((1988, November)). In *Mathematical Proceedings of the Cambridge Philosophical Society* (Vol. 104, No. 3,), 561-574. doi:https://doi.org/10.1017/S0305004100065750
- Budhwani, H., & Sun, R. (2020). Creating COVID-19 Stigma by Referencing the Novel Coronavirus as the "Chinese virus" on Twitter: Quantitative Analysis of Social Media Data. *Journal of Medical Internet Research*, 22(5), e19301. doi:doi:10.2196/19301
- Das, D., Shenoy, R., Mukherjee, M., Unnikrishnan, B., & Rungta , N. (2020). Awareness Among Undergraduate Students of Mangalore City Regarding Novel Coronavirus (COVID-19): A Questionnaire Study". *Disaster Medicine and Public Health Preparedness*, 1-4. doi: https://doi.org/10.1017/dmp.2020.204
- Gaddis, G. M., & Gaddis, M. L. (1990). Introduction to biostatistics: Part 2, descriptive statistics. *Annals of Emergency Medicine*, 19(3), 309-315. doi:https://doi.org/10.1016/S0196-0644(05)82052-9
- Galasso, V., Pons, V., Profeta, P., & Becher, M. B. (2020). Gender differences in COVID-19 attitudes and behavior: Panel evidence from eight countries. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 117(44), 27285-27291. doi:https://doi.org/10.1073/pnas.2012520117
- Glassy, E. F. (2010). The rise of the social pathologist: the importance of social media to pathology. *Archives of pathology & laboratory medicine*, 134(10), 1421-1423. doi:https://doi.org/10.1043/2010-0255-ED.1
- Hennig- Thurau, T., & Klee, A. (1997). The impact of customer satisfaction and relationship quality on customer retention: A critical reassessment and model development. *Psychology & marketing*, 14(8), pp. 737-764.
- Jacobs, R., Boyd, L., Brennan, K., & Sinha, C. K. (2016). The importance of social media for patients and families affected by congenital anomalies: A Facebook cross-sectional analysis and user survey. *Journal of pediatric surgery*, 51(11), 1766-1771. doi:https://doi.org/10.1016/j.jpedsurg.2016.07.008
- Jayaratne, T. E., & Stewart, A. J. (1991). Quantitative and qualitative methods in the social sciences". *Beyond methodology: Feminist scholarship as lived research*, 85-106.
- Kotrlik, J. W., Bartlett, J. E., & Higgins, C. C. (2001). Organizational research: Determining appropriate . sample size in survey research appropriate sample size in survey research". *Information technology. learning, and performance journal*, 19(1), 43.
- Nability-Grover, T., Cheung, C. M., & Thatcher, J. B. (2020). Inside out and outside in: How the COVID-19 pandemic affects self-disclosure on social media. *International Journal of Information Management*, 55,, 102188. doi:https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102188

- Nielsen, R. K., & Schrøder, K. C. (2014). The relative importance of social media for accessing, finding, and engaging with news: An eight-country cross-media comparison. *Digital journalism*, 2(4), 472-489. doi:https://doi.org/10.1080/21670811.2013.872420
- Oosterhoff, B. (2020). "Psychological correlates of news monitoring, social distancing, disinfecting, and hoarding behaviors among US adolescents during the COVID-19 pandemic". doi:10.31234/osf.io/rpcy4
- Rapp, A., Beitelspacher, L. S., Grewal, D., & Hugh. (2013). Understanding social media effects across seller, retailer, and consumer interactions. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 41(5), 547-566.
- Thompson, S. K. (2012). *sampling*. (éd. Third Edition). Hoboken: WILEY.
- Verhoef, P. C. (2003). Understanding the effect of customer relationship management efforts on customer retention and customer share developmen. *Journal of marketing*, 67(4), pp. 30-45.
- Misra A, Sharma A, Shukla J.(2015) . Stability analysis and optimal control of an epidemic model with awareness programs by media. *Biosystems* 2015 Dec;138:53-62
- Hassan Zadeh A, Zolbanin HM, Sharda R, Delen D. (2019) . Social Media for Nowcasting Flu Activity: Spatio-Temporal Big Data Analysis. *Inf Syst Front* 2019 Jan 5;21(4):743-760.