



مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية

ISSN: 2617-5908



أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية وعلاقته بالانتماء لدى
طالبات الجامعات بالسعودية(*)

إعداد

د/ منى بنت عبدالعزيز الخنيني
أستاذ السكن وإدارة المنزل المشارك
كلية التصاميم والفنون بجامعة
الأميرة نوره بنت عبدالرحمن.

الملخص:

إستهدفت هذه الدراسة التعرف على طبيعة العلاقة بين أسلوب استخدام الطالبات الجامعيات لوسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بمحاورة (دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي)، ومستوى انتماء الطالبات الجامعيات بأبعاده (الانتماء للوطن، الانتماء للأسرة، الانتماء لجماعة الرفاق)، وتم إستيفاء البيانات الميدانية من خلال تطبيق أدوات البحث على عينة صدفية غرضية تكونت من (٢٣٥) طالبة من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: وجود علاقة ارتباطية موجبة عند مستوى دلالة (٠,٠١) بين مستوى إنتماء الطالبات الجامعيات وأبعاده (الإنتماء للوطن، الإنتماء للأسرة، الإنتماء لجماعة الرفاق، الإجمالي)، وبين أسلوب إستخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية ومحاورة، كما تبين وجود تباين دال إحصائيا بين الطالبات الجامعيات عينة الدراسة في أسلوب إستخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية ومحاورة تبعاً لكل من (عدد ساعات الاستخدام اليومي للشبكات لصالح المستخدمات لشبكات التواصل أكثر من (٤) ساعات يومياً، وسائل استخدام مواقع التواصل لصالح المستخدمات للموبايل واللاب توب معاً، عدد المجموعات المشتركة بها على مواقع التواصل الاجتماعي لصالح الطالبات الجامعيات المشتركات في (١٠ : ٥٠) برنامج على شبكات التواصل، عدد الزيارات للصفحات المفضلة لصالح الطالبات الجامعيات اللواتي تقمن بزيارة الصفحات المفضلة لديهن بشكل متصل دائماً).

وقدمت الدراسة مجموعة من التوصيات أهمها: تعزيز المواطنة لدى الشباب من خلال بث الروح الوطنية وتعميق روح الانتماء لقضايا الوطن واحتياجاته والحفاظ على كينونته، والاستعداد للدفاع عنه في حالة تعرضه للخطر سواء أكان خطراً داخلياً أو خارجياً يستهدف استغلاله وسيادته. بالإضافة إلى زيادة توعية شباب الجامعات خاصاً بالإناث بالأسباب التي تهدد مظاهر ومؤشرات الانتماء الوطني من خلال إقامة الندوات لتوجيه أفكارهم نحو العمل المثمر المساهم في بناء المجتمع والتحذير من الأفكار التي تساعد على هدم المجتمع.

الكلمات المفتاحية: أسلوب استخدام، مواقع التواصل الاجتماعي، مستوى الانتماء.

The method of using social electronic means of communication and its relation to the affiliation of university female students in Saudi Arabia

Abstract:

The study aims to identify the relationship between using university students to electronic social media and its axes (the motives of using social networks, the use of social networks, awareness of using social networks, the pros and cons of social networks), and identify the affiliation level and its dimensions (national affiliation, family affiliation, friends affiliation). The research was applied on a purpose sample (235) university students. The study followed the descriptive analytical approach.

The study reached a set of results which were: There was a positive correlation at the level of (0.01) between between using university students to electronic social media and its axes and identify the affiliation level and its dimensions (national affiliation, family affiliation, friends affiliation). also the study showed significant differences between the average university students degrees in use the electronic social media and its axes (the motives of using social networks, the use of social networks, awareness of using social networks, the pros and cons of social networks) according to the difference:(Number of hours of daily use in favor Use for more than 4 hours, Means of use of communication sites in favor Use lap and mobile together, Number of shared groups in favor Participants in (10: 50) program, Number of favorite pages in favor Always user.

The study recommended that: consolidation Enhancing citizenship among the youth by spreading the national spirit, deepening the spirit of belonging to the causes and needs of the homeland, preserving its entity, and preparing to defend it in case it is endangered, whether it is an internal or external threat aimed at its exploitation and sovereignty. Also increasing the awareness of university youth, especially females, about the reasons that threaten the manifestations and indicators of national belonging through the establishment of seminars to guide their ideas towards productive work contributing to the building of society and warning of ideas that help to demolish the community.

Keywords: Method of use, social networking sites, affiliation level.

مقدمة ومشكلة الدراسة:

شهدت الآونة الأخيرة ظهور ما يسمى بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت، وهي نتاج طبيعي ظهر لمقابلة احتياج الأشخاص والأفراد إلى علاقات إنسانية فيما بينهم، وفتح مجال للحوار التفاعلي بشكل متطور وواسع، وإعادة العلاقات بين الأفراد وبعضهم البعض سواء كانوا زملاء مدرسة أو جامعة أو لهم صلة أخرى ببعضهم البعض، (شمس الدين، ٢٠١٣، ٢١). ومن أمثلة مواقع التواصل الاجتماعي موقع (Facebook) فهو يعد رائد التواصل الاجتماعي وأشهر المواقع على الشبكة العالمية (العلي، ٢٠١٥، ١٢٢)، بالإضافة إلى وجود موقع (My Space)، وموقع (Hi5) (محمد، ٢٠١٠، ١١)، وموقع (Twitter) الذي يسمح للمستخدمين بإرسال تحديثات قصيرة مكونة من ١٤٠ حرف إلى أتباعهم (D.Kissler, 2010, 42)، وموقع (LinkedIn)، وموقع (Deviant Art) (خميس، ٢٠١١، ١٤١)، وموقع يوتيوب (YouTube) وهو متخصص بمشاركة الفيديوهات مما يسمح للمستخدمين برفع مشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني (شمس الدين، ٢٠١٣، ٨٠). فالشبكات الاجتماعية خدمة تتركز في بناء التواصل الاجتماعي وتعزيزه وتبادل الاتصال بين الناس الذين تجمعهم نفس الاهتمامات والأنشطة، أو لمن يهتمون باكتشاف ميول وأنشطة الآخرين (أبو زيد، ٢٠١٢، ٢٦). كما أنها تستخدم للتعبير الحر عما يراه المستخدم، وتشجعه على رصد أفكاره بصفة مستمرة، واشترائه مع الآخرين في نفس الأفكار أو تشجيع فكر معين أو رأي معين أو تقديم مجال أو اهتمام مشترك، وأشارت تقارير عالمية أن أعلى نسبة استخدام من جانب مستخدمي الإنترنت هي لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي، بحيث أصبحت ظاهرة فرضت نفسها على الواقع الذي يعيشه الإنسان الحديث (شمس الدين، ٢٠١٣، ٢١-٢٢). ويعزز ذلك الشقير (٢٠١١) في دراسته التي ذكر فيها أن استجابة الشباب تجاه قيم التحديث كانت مرتفعة، وأنه ليس هناك اختلافات في موقف الشباب تجاه قيم التحديث باختلاف أعمارهم.

ومن الطبيعي أن لكل تكنولوجيا تأثيرات مرغوبة وغير مرغوبة، ولا تعد تكنولوجيا الاتصال بأي حال من الأحوال استثناء في هذا السبيل، وفي بعض الأحيان تصبح التأثيرات غير المرغوبة للتكنولوجيا مدمرة لدرجة تهدد بإلغاء فوائدها المنشودة (اللبان، ٢٠٠٩، ٥٥). ومن أكثر الفئات المستخدمة لهذه المواقع هم فئة الشباب؛ فالشباب بحكم تكوينه العقلي يمثل أنشط العقول في ارتياده مجالات العلم والمعرفة والبحث بجدية ومثابرة كما يتمتع بقدرة واضحة على التوافق والتكيف مع الأوضاع الاجتماعية السائدة، وهو القادر على إيجاد العلاقات والتفاعلات مع مختلف المتغيرات (Berter, 2002, 13). والشباب يمثل فئة عمرية لها دورها وأهميتها داخل المجتمع، ونظرًا لما تمتلكه من القدرة والحيوية على العمل والتغيير نحو الأفضل فيما يخدم المجتمع، من خلال ما يمكن أن يكتسبه الشباب من خلال الاستخدام الموجه والمدرّس لمواقع التواصل الاجتماعي من المهارات والخبرات والقدرات الاجتماعية والمفيدة والتي توجد وتنمي المسؤولية الاجتماعية فيهم وتجعل منهم منتجين نافعين (عوض، ٢٠١٣، ٨)، وذلك من خلال إبتنائهم لمجتمعاتهم، حيث يرتبط إشباع الحاجة إلى الانتماء بانتماء الفرد إلى جماعة ما؛ فالجماعة تنشأ استجابة لحاجاته، ويتوقف بقاؤها على إشباع هذه الحاجات، وقد أثرت الثورة التكنولوجية على القيم والأفكار وأظهرت أنماطًا

جديدة من السلوك مثل القيم النفعية والأناثية الفردية والميل إلى العزلة، كما أن تكنولوجيا الاتصالات الرقمية أظهرت مشكلات عدة أبرزها الانحراف الاجتماعي، وضعف الروابط الأسرية، والشعور بالإحباط، والإحساس بالاعترا ب لدى الشباب (عز العرب، ٢٠٠٣، ٣٥٢)، كما أكد خريبة (٢٠١١، ٦٥٠) على أهمية إشباع الحاجة للانتماء حيث أن إهمالها يؤدي إلى وقوع الفرد في دائرة الاعترا ب النفسي الذي ينتهي بنبذة للمجتمع والسلطة والخوض في الانحرافات والانخراط في دائرة العنف التي لا تنتهي.

وبما أن لكل شيء إيجابيات وسلبيات، فإن شبكات التواصل الاجتماعي كذلك لها إيجابياتها وسلبياتها، حيث تضاربت الآراء مع قبول ورفض انتشار مواقع شبكات التواصل الاجتماعي على الشبكة العالمية العنكبوتية، حيث أكدت دراسة (خليل، ٢٠١٢، ١٢) على ارتفاع معدل استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل دائم بنسبة بلغت (٥٦%) بين الشباب الجامعي، خاصًا موقع الفيس بوك، كما أشار العلي (٢٠١٥، ١٤٨) إلى أن هناك حالة إيجابية لتلك الشبكات فهي تسمح للمستخدم بالبوح بكل ما في نفسه دون خجل أو خوف مما يؤدي به إلى حالة من الراحة، كما أن هذه المواقع تسمح للحفاظ على الروابط الاجتماعية القائمة وتشكيل اتصالات جديدة وتستخدم لخلق علاقات بين الناس الذين يشتركون في رباط مشترك أو مصلحة (Graybill, 2010, 4)، بالإضافة إلى أن نتائج دراسة (Nie and Erbring, 2000, 35) أكدت على أنه كلما زاد متوسط عدد ساعات استخدام الفرد للإنترنت قل الوقت الذي يمكن أن يقضيه مع أفراد حقيقيين على الواقع، وانخفض مستوى تكوين العلاقات الاجتماعية المباشرة معهم، وبالتالي خلق نوع من العزلة الاجتماعية بين الأفراد.

وتؤكد دراسة النعيم (٢٠١٠) إلى أن من أسباب انجذاب الأشخاص للمجتمع الافتراضي هو التحرر من القيود، والشعور بالحرية في التعبير عن الذات، والرغبة في الاستطلاع بالإضافة إلى أنه يشبع حاجتهم للصادقات.

ويعيش المجتمع السعودي الآن حالة من التغيرات التي تشمل التغير الثقافي، وذلك يعود لعدة أسباب منها التنمية والابتعاث، وزيادة إنتشار وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة بين الشباب خاصًا الشباب الجامعي، والتي أدت إلى انفتاحهم على الثقافات الأخرى ذات القيم المختلفة، وقد أدى ذلك إلى استخدام تلك المواقع أكثر من غيرها إلى حد قد يصل فيه الفرد إلى الإدمان، بحيث يتعامل الفرد مع شبكات التواصل الاجتماعي لفترات طويلة أو متزايدة دون ضرورات مهنية أو أكاديمية، وقد يؤدي ذلك إلى اضطراب حياة الفرد الأسرية والمنزلية وظهور بعض المشكلات الأسرية، ولما كان الشباب يشكلون نسبة كبيرة من المجتمع، ويقع على عاتقهم مسؤولية تنميته لذا وجب دراسة المشكلات التي تعترضهم، لذا تحاول الباحثة إلقاء الضوء على ذلك من خلال الإجابة عن السؤال الرئيسي التالي: ما هو أسلوب إستخدام طالبات الجامعة لوسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بمحاورة، وما هو مستوى انتمائهن بأبعاده المختلفة.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد طبيعة العلاقة بين أسلوب استخدام الطالبات الجامعيات لوسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بمحاوره (دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي)، ومستوى الانتماء بأبعاده (الانتماء للوطن، الانتماء للأسرة، الانتماء لجماعة الرفاق)، وذلك من خلال الأهداف الفرعية التالية:

١- تحديد أسلوب استخدام الطالبات الجامعيات لوسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بمحاوره، ومستوى الانتماء لدى الطالبات الجامعيات بأبعاده.

٢- الكشف عن طبيعة العلاقة الارتباطية بين أسلوب استخدام الطالبات الجامعيات لوسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بمحاوره، ومستوى الانتماء بأبعاده.

٣- تحديد طبيعة الفروق بين متوسطات درجات الطالبات الجامعيات في كل من أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بمحاوره، ومستوى الانتماء بأبعاده تبعاً لطبيعة التخصص الدراسي.

٤- تحديد طبيعة الاختلافات بين أسلوب استخدام الطالبات الجامعيات لوسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بمحاوره تبعاً لـ(عدد ساعات الاستخدام اليومي للشبكات، وسائل استخدام مواقع التواصل، عدد المجموعات، عدد الزيارات للصفحات المفضلة).

٥- تحديد طبيعة الاختلافات التباين بين عينة الدراسة في الانتماء لدى الطالبات الجامعيات بأبعاده تبعاً لـ(عدد ساعات الاستخدام اليومي للشبكات، وسائل استخدام مواقع التواصل، عدد المجموعات، عدد الزيارات للصفحات المفضلة).

أهمية الدراسة: ترجع أهمية هذه الدراسة للاعتبارات الآتية:

1- إثراء الأدبيات السوسيولوجية حول ظاهرة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأحدى وسائل التكنولوجيا الحديثة وأثرها على مستوى الإنتماء لأفراد المجتمع، حيث تزايد عدد مستخدميها في الآونة الأخيرة بشكل كبير، واتسع نطاق تأثيراتها المباشرة في ثقافة الأفراد واتجاهاتهم.

2- تحليل واقع ظاهرة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، من حيث إبراز التأثيرات الاجتماعية المترتبة عن استخدامه على فئة الشباب الجامعي خاصاً الطالبات الجامعيات، وإفساح المجال لاهتمام متزايد بموضوع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ودراسة آثاره المختلفة على المجتمع، من خلال طرح هذا الموضوع أمام الباحثين ومتخذي القرار للسياسات الاجتماعية.

3- إلقاء الضوء على موضوع حيوي هو مستوى الانتماء لدى طالبات الجامعة، فهم ينتمون إلى مرحلة عمرية مهمة هي مرحلة الشباب.

4- تسهم هذه الدراسة في إعداد برامج إرشادية للطالبات لتوضيح الأسلوب الأمثل لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي بحيث لا تؤثر بالسلب على حياتهم الدراسية والاسرية، بل لإستغلالها لرفع قيم الإنتماء المجتمعي لديهن بإعتبارهن الأساس الذي يبني عليه تربية الأجيال المستقبلية داخل المجتمع السعودي.

فروض الدراسة: تم صياغة فروض الدراسة بشكل صفري كما يلي:

١- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسلوب استخدام الطالبات الجامعيات لوسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بمحاورة (دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي)، وبين مستوى الانتماء بأبعاده (الانتماء للوطن، الانتماء للأسرة، الانتماء لجماعة الرفاق).

٢- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الطالبات الجامعيات في كل من أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بمحاورة، ومستوى الانتماء بأبعاده تبعاً لطبيعة التخصص الدراسي.

٣- لا يوجد تباين دال إحصائيًا بين الطالبات الجامعيات في أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بمحاورة تبعاً لـ (عدد ساعات الاستخدام اليومي للشبكات، وسائل استخدام مواقع التواصل، عدد المجموعات، عدد الزيارات للصفحات المفضلة).

٤- لا يوجد تباين دال إحصائيًا بين الطالبات الجامعيات في مستوى الانتماء بأبعاده تبعاً لـ (عدد ساعات الاستخدام اليومي للشبكات، وسائل استخدام مواقع التواصل، عدد المجموعات، عدد الزيارات للصفحات المفضلة).

حدود الدراسة: تقتصر هذه الدراسة على عينة بلغت (٢٣٥) طالبة من طالبات جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن بمدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية، وتم إختيارهن بطريقة صدفية غرضية من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة، وتم تجميع البيانات خلال الفترة من اول محرم (١٤٤٠هـ) إلي منتصف صفر (١٤٤٠هـ).

مصطلحات الدراسة:

ورد في هذه الدراسة عدد من المصطلحات يمكن تعريفها كما يلي:

- **الأسلوب style:** يشير مفهوم الأسلوب في معاجم وقواميس اللغة بأنه الطريق وكل طريق هو أسلوب (ابن منظور، ٢٠٠٤، ٢٠٥٨)، والأسلوب طريقة للتفكير، وهو ليس قدرة لكنه طريقة مفضلة لاستخدام القدرات التي يمتلكها الفرد.

والأسلوب إجرائياً يعرف بأنه "الطريقة التي تتبعها الطالبات الجامعيات عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية".

- **التواصل Communication:** يعرف الحليبي (٢٠٠٩، ١١) التواصل بأنه عبارة عن "عملية تفاعل اجتماعي ومشاركة إنسانية تهدف إلى تقوية العلاقات بين أفراد الأسرة أو المجتمع أو الدول عن طريق تبادل المعلومات والأفكار والمشاعر التي تؤدي إلى التفاهم والتعاطف والتحاب أو عكس ذلك".

كما يعرفه على (٢٠٠٩، ١٤) بأنه تفاعل بين فرد أو مجموعة من الأفراد وبين فرد آخر أو مجموعة أخرى من الأفراد بهدف المشاركة في خبرة يترتب عليها تعديل سلوك هؤلاء الأفراد، ويعرفه حمداوي (٢٠١٥، ٧) بأنه "تفاعل بين مجموعة من الأفراد والجماعات، يتم بينها تبادل المعارف الذهنية والمشاعر

الوجدانية بطريقة لفظية وغير لفظية".

- وسائل التواصل الاجتماعي **Social Media**: وعرفها شفيق (٢٠١٤، ١٨١) بأنها عبارة عن "مواقع على الانترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذي تجمعهم اهتمامات، ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل، وإجراء المحادثات الفورية، كما تعرف بأنها "المواقع التي تسمح للحفاظ على الروابط الاجتماعية القائمة وتشكيل اتصالات جديدة وتستخدم لخلق علاقات بين الناس الذين يشتركون في رباط مشترك أو مصلح (Gray bill, 2010, 4-5). وتعرف (Beer, 516-529) بأنها مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب، وتتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم تبعاً للانتماء إلى (بلد أو جامعة أو مدرسة أو شركة، ويتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل والاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم.

ووسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي يجمع بين أفرادها اهتماماً مشتركاً أو شبه انتماء (بلد-أقارب-جامعة-شركة) يتم التواصل فيما بينهم من خلال الرسائل وهي وسيلة للتعرف سواء بين أصدقاء معروفين في الواقع أو أصدقاء تم التعرف عليهم من خلال سياقات افتراضية (أبو خطوة والباز، ٢٠١٤، ١٩٢)، وتعرف إجرائياً "بأنها هي وسيلة للتواصل وتلقي ونشر الأخبار والصور والفيديوهات سواء عن الفرد نفسه أو عن المجتمع ويمكن أن يجعلها الفرد بيئة افتراضية للتعبير عن المشاعر والآراء والتواصل مع الغير بالشخصية الحقيقية أو التخفي بما يعني أن تلك الوسائل لها سلبياتها وإيجابياتها".

ويعرف أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بأنه الطريقة أو الأسلوب الذي يتبع أثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية (صقر، ٢٠١٣، ٥٦).

- **الانتماء Belonging**: ورد في قاموس لسان العرب لابن منظور (٢٠٠٤، ٧١١) أن انتمى هو إليه: أي أنسب، وفلان ينتمي إلى حسب وينتمي: يرتفع إليه، وفي الحديث من أدعى إلى غير أبيه أو انتمى إلى غير مواليه، أي انتسب إليهم ومال وصار معروفاً بهم، مما يعني أن الانتماء هو الانتساب، كأن ينتسب فلان إلى فلان أو شيء إلى شيء آخر، ويعرف محمد والطائي (٢٠٠٩، ٢٠) الانتماء بأنه اهتمام الفرد الموجه نحو أقامه علاقة إيجابية مؤثرة مع شخص آخر أو أشخاص آخرين تتضمن التأثير فيهم من خلال جهوده للمحافظة على علاقاته الشخصية معهم، كما أشار (Livet et al, 2009) إلى أن الانتماء هو شعور الفرد بأنه عضو في جماعة معينة ينتمي إليها، ومتوحد معها، ومقبول منها، وله وضع آمن بينها، ويتبنى مجموعة من القيم التي ترضيها تلك الجماعة، وذكر (Walsh et al. (2009, 226 أن الانتماء هو حاجة بشرية جوهرية إلى الارتباط بالآخرين، وتكوين علاقات قوية ومستقرة معهم، ويعرف الانتماء إجرائياً بأنه "ارتباط الفرد بالجماعة، وتوحده معها، وشعوره بالتقبل والاستحسان والأمان والطمأنينة بينها، واهتمامه بأمورها والعمل من أجلها، وحصوله على التقدير والاهتمام المناسب على ما يقوم به، ويعرف إجرائياً بالدرجة التي يحصل عليها المفحوص في استبيان الانتماء.

منهج الدراسة: اتبع في هذه الدراسة المنهج الوصفي والتحليلي لمناسبته لهدف الدراسة.

إعداد وبناء أدوات الدراسة وتقنياتها: تكونت أدوات هذه الدراسة مما يلي:

١- استبيان البيانات الأولية العامة: واشتملت على بيانات خاصة بأفراد العينة متمثلة في: بيانات عن الكلية، بيانات عن طبيعة الدراسة (علمي- نظري)، بيانات عن الفرقة الدراسية، بيانات عن طبيعة سكن الطالبة، بيانات عن فئات الدخل الشهري للأسرة.

٢- استبيان البيانات الخاصة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي: واشتملت على بيانات خاصة بنوع شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها (سناپ شات، تويتر، واتس اب، انستجرام، الاسكايب، وكل ما سبق)، بيانات عن درجة استخدامها لتلك المواقع (أسبوعياً، يومياً، باستمرار وفي أي وقت، في وقت محدد)، بيانات عن عدد ساعات استخدام تلك المواقع (أقل من ساعتين، ٢-٤ ساعات، أكثر من ٤ ساعات)، بيانات عن غرض استخدام الانترنت (ترفيهي- تعليمي- تثقيفي)، بيانات عن وسيلة استخدام تلك المواقع (الموبايل- اللاب توب- الاثنين معاً)، بيانات عن الأسباب التي تمنع المستخدم من المشاركة في مواقع شبكة التواصل الاجتماعية بنظرك (ليس لديهم الوقت، لا تثير اهتمامهم، ضد دينهم)، بيانات عن عدد الأصدقاء لديك في الصفحة الخاصة بك في شبكة التواصل الاجتماعية (أقل من ١٠، من ١٠-٤٩، من ٥٠-٩٩، من ١٠٠-١٤٩) صديق، بيانات عن عدد المجموعات المشتركة بها علي مواقع التواصل الاجتماعي التي أنت عضو فيها (لا يوجد، أقل من ١٠، ١٠-٥٠، ٥١ فأكثر) مجموعة، بيانات عن عدد الزيارات التي تقوم بها لصفحاتك المفضلة في شبكات التواصل الاجتماعية (متصل دائماً في الشبكات، عدة مرات في اليوم، مرة واحدة في غضون أيام قليلة، مرة في الأسبوع، أقل من مرة واحدة في الأسبوع)، بيانات عن الوقت (تقريباً) تقضي على صفحاتك المفضلة في مواقع شبكات التواصل الاجتماعية كل زيارة (أقل من ١٠ دقائق، من ١٠-٢٠ دقيقة، من ٢٠-٣٠ دقيقة، من ٣٠ دقيقة فأكثر).

٣- استبيان أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية: كان الهدف من هذا الاستبيان التعرف علي أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية، ولإعداد هذا الاستبيان تم الاطلاع على الدراسات والقراءات السابقة العربية والأجنبية للاستعانة بها في وضع الأسلوب الأمثل للاستبيان، وتم إعداد الصورة الأولية للاستبيان وتكونت من (٧١) عبارة خبرية اشتملت على أربعة محاور هي (دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي).

٤- استبيان مستوى انتماء الطالبات الجامعيات: كان الهدف من هذا الاستبيان الكشف عن مدى شعور طالبات الجامعة بإحساسهن بالأمان وأنهن جزء لا يتجزأ عن الأسرة والمجتمع، ولكي تعد الباحثة أداة تحقيق هذا الهدف السابق تم الإطلاع على ما توفر لديها من بعض الدراسات والقراءات السابقة العربية والأجنبية للإستعانة بها في وضع الأسلوب الأمثل للإستبيان، ومن هذه الدراسات (الشريف، ٢٠١٦؛ وعسلي، ٢٠١٦؛ ونعيسة، ٢٠١٥؛ والنثبتي، ٢٠١٣؛ والحري، ٢٠١٠؛ وزايد، ٢٠٠٩؛ وطنطاوي، ٢٠٠٨؛ وأبو سكينه، ٢٠٠٧؛ والسقا، ٢٠٠٠)، وتم إعداد استبيان أولي مكون من (٣٨) عبارة خبرية اشتملت على ثلاثة

أبعاد هي (الانتماء للوطن، الانتماء للأسرة ، الانتماء لجماعة الرفاق).

صدق وثبات المقاييس المستخدمة:

- مقياس أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية: لحساب صدق استبيان أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية، تم تطبيق الاستبيان على عينة قوامها (٤٠) طالبة جامعية، ثم تم حساب الصدق من خلال معامل ارتباط بيرسون بين عبارات كل محور والدرجة الكلية له، وجدول (١) يوضح ذلك.

يوضح جدول (١) وجود علاقات ارتباطية موجبة بين جميع محاور استبيان أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية والعبارات المكونة لكل محور، ماعدا العبارة رقم (٩) في محور دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والعبارة رقم (١٥) في محور أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والعبارة رقم (١٨) في محور الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والعبارات رقم (٨)، (١٩) في محور إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي تم حذفها لعدم دلالتها، وبذلك أصبح الاستبيان صادق في قياس المتغيرات الخاصة به، وأصبح الاستبيان في صورته النهائية يتكون من (٦٦) عبارة خبرية تتضمن أربعة محاور هي: دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (١٢) عبارة، أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (١٩) عبارة، الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي (١٧) عبارة، إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي (١٨) عبارة، وحددت استجابات المبحوثات على هذه العبارات وفق ثلاثة اختيارات (دائمًا - أحيانًا - نادرًا)، وعلى مقياس متصل (٣-٢-١) إذا كان اتجاه العبارة موجب، وعلى مقياس (٣-٢-١) إذا كان اتجاه العبارة سالب، وبذلك أمكن تقسيم درجات استبيان أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية إلى ثلاث مستويات (منخفض، متوسط، مرتفع) وجدول (٣) يوضح ذلك.

جدول (1) معاملات ارتباط بيرسون لعبارات كل محور من محاور إستبيان أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية والدرجة الكلية للمحور، وكل بعد من أبعاد إستبيان مستوى الإنتماء والدرجة الكلية للبعد

مستوى الانتماء			أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية				
الانتماء لجماعة الرفاق	الانتماء للأسرة	الانتماء للوطن	إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي	الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	
الارتباط	الارتباط	الارتباط	الارتباط	الارتباط	الارتباط	الارتباط	م
**0.717	**0.690	**0.485	**0.583	**0.445	**0.541	**0.655	1
**0.663	**0.761	**0.370	**0.597	**0.584	**0.492	**580.0	2
**0.774	**0.791	**0.644	**0.640	**0.677	**0.414	**0.551	3
**0.687	**0.810	**0.181	**0.267	**0.681	**0.586	**0.585	4
**0.384	**0.753	**0.538	**0.575	**0.640	**0.543	**0.448	5
**0.684	**0.724	**0.538	**0.622	**0.620	**0.542	**0.617	6
**0.677	**0.807	**0.485	**0.575	**0.636	**0.518	**0.627	7
**0.600	**0.785	**0.316	0.071	**0.644	**0.601	**0.713	8
**0.675	**0.661	**0.381	**0.252	**0.712	**0.467	-0.057	9
**0.584	**0.604	**0.659	**0.570	**0.628	**0.510	**0.707	10
	**0.790	**0.705	**0.191	**0.673	**0.549	**0.648	11
	**0.675	**0.671	**0.381	**0.621	**0.592	**0.653	12
		*0.124	**0.530	**0.655	**0.541	**0.650	13
		**0.515	**0.467	**0.649	**0.555		14
		**0.486	**0.490	**0.476	**0.332 -		15
		**0.467	**0.502	**0.627	**0.562		16
			**0.159	**0.656	**0.580		17
			**0.343	**0.350-	**0.669		18
			-0.029-		**0.645		19
			*0.141		**0.542		20

حساب ثبات مقياس أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية تم استخدام معامل الثبات

ألفا كرونباخ (Alpha-Cronbach)، بالإضافة إلى استخدام اختبار التجزئة النصفية (Split-half) باستخدام معادلة التصحيح سبيرمان- براون (Spearman-Brown)، ومعادلة جتمان (Guttman)، كما هو موضح بجدول رقم (٢).

يوضح جدول (٢) أن معامل ألفا لاستبيان أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية

ككل هو (٠,٩٣٩) وتعتبر هذه القيمة عالية لهذا النوع من حساب الثبات وتؤكد الاتساق الداخلي للاستبيان، كما يتبين الجدول أن قيم معاملات ارتباط التجزئة النصفية ككل هو (٠,٨٠٥) لسبيرمان- براون، (٠,٨٠٥) لجتمان مما يدل على اتساق وثبات عبارات الاستبيان بمحاوره الأربعة، وبذلك يكون الاستبيان صالح للتطبيق.

جدول (٢) معاملات ثبات استبيان أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بمحاورة، وإستبيان مستوى الانتماء وأبعاده باختباري معامل ألفا والتجزئة النصفية

المحاور	عدد العبارات	معامل الفا كرونباخ	معامل ارتباط سبيرمان - براون	معامل ارتباط جتمان
دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	١٢	٠,٨٥٧	٠,٨١٨	٠,٨١٨
أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	١٩	٠,٨٦٦	٠,٨٣٧	٠,٨٣٧
الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	١٧	٠,٩٠٠	٠,٧٩٩	٠,٧٩٩
إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي	١٨	٠,٧٢٧	٠,٧٩٦	٠,٧٩٦
إجمالي أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية	٦٦	٠,٩٣٩	٠,٨٠٥	٠,٨٠٥
الانتماء للوطن	١٦	٠,٧٦٢	٠,٦٥٥	٠,٦٥٥
الانتماء للأسرة	١٢	٠,٩٢١	٠,٨٧٨	٠,٨٧٨
الانتماء لجماعة الرفاق	١٠	٠,٨١١	٠,٨٢٨	٠,٨٢٨
إجمالي مستوى الانتماء للطالبات الجامعيات	٣٨	٠,٩٠٩	٠,٨٢١	٠,٨٢١

- مقياس مستوى الانتماء: لحساب صدق استبيان مستوى الانتماء تم تطبيق الاستبيان على عينة قوامها (٤٠) طالبة جامعية، ثم تم حساب الصدق من خلال معامل ارتباط بيرسون بين عبارات كل بعد والدرجة الكلية له، وجدول (١) يوضح ذلك.

يوضح جدول (١). وجود علاقات ارتباطية موجبة بين جميع أبعاد استبيان مستوى الانتماء والعبارات المكونة لكل بعد، وبذلك نجد أن الاستبيان صادق في قياس المتغيرات الخاصة به، وبذلك أصبح الاستبيان في صورته النهائية يتكون من (٥٦) عبارة خيرية تتضمن ثلاثة أبعاد هي: الانتماء للوطن (١٦) عبارة، الانتماء للأسرة (١٢) عبارة، الانتماء لجماعة الرفاق (١٠) عبارات، وحددت استجابات الطالبات الجامعيات على هذه العبارات وفق ثلاثة اختيارات (دائمًا - أحيانًا - نادرًا)، وعلى مقياس متصل (٣-٢-١) إذا كان اتجاه العبارة موجب وعلى مقياس (٣-٢-١) إذا كان اتجاه العبارة سالب، وبذلك أمكن تقسيم درجات استبيان انتماء الطالبات الجامعيات إلى ثلاث مستويات (منخفض، متوسط، مرتفع)، وجدول (٣) يوضح ذلك.

ولحساب ثبات مقياس مستوى الانتماء تم استخدام معامل الثبات ألفا كرونباخ Alpha-Cronbach، كما تم استخدام اختبار التجزئة النصفية (Split-half) باستخدام معادلة التصحيح سبيرمان- براون (Spearman-Brown)، ومعادلة جتمان (Guttman)، كما هو موضح بجدول رقم (٢).

يتضح من جدول (٢). أن قيم معاملات ارتباط التجزئة أن معامل ألفا لاستبيان مستوى انتماء الطالبات الجامعيات ككل هو (٠,٩٠٩)، وتعتبر هذه القيمة عالية لهذا النوع من حساب النصفية لمجموع عبارات استبيان مستوى انتماء الطالبات الجامعيات ككل هو (٠,٨٢١) لسبيرمان - براون، (٠,٨٢١) لجتمان، مما يدل على اتساق وثبات عبارات الاستبيان بأبعاده الثلاثة وبذلك يكون الاستبيان صالح للتطبيق.

جدول (٣) القراءات الصغرى والكبرى ومدى وطول الفئة والمستويات لإستبيان أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بمحاورة، وإستبيان مستوى انتماء الطالبات الجامعيات بأبعاده

المستوى المرتفع	المستوى المتوسط	المستوى المنخفض	طول الفئة	المدى	القراءة الكبرى	القراءة الصغرى	البيان
32 فأكثر	26 : 31	19 : 25	6	17	36	19	دوافع استخدام شبكات التواصل
49 فأكثر	40 : 48	31 : 39	9	26	57	31	أسلوب استخدام شبكات التواصل
45 فأكثر	38 : 44	31 : 37	7	20	51	31	الوعي باستخدام شبكات التواصل
44 فأكثر	36 : 43	28 : 35	8	24	52	28	إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل
169 فأكثر	144 : 168	119 : 143	25	75	194	119	إجمالي أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية
40 فأكثر	31 : 39	22 : 30	9	26	48	22	الانتماء للوطن
27 فأكثر	21 : 26	14 : 20	7	22	36	14	الانتماء للأسرة
26 فأكثر	20 : 25	14 : 19	6	16	30	14	الانتماء لجماعة الرفاق
97 فأكثر	81 : 96	65 : 80	16	49	114	65	إجمالي انتماء الطالبات الجامعيات

الأساليب الإحصائية:

تم استخدام النسب المئوية، معامل ارتباط بيرسون، معامل ألفا كرونباخ، معادلتى سبيرمان - بروان، وجنمان، معامل ارتباط بيرسون، اختبار (ت) (T-test)، تحليل التباين أحادي الإتجاه (One Way ANOVA) لإيجاد قيمة "ف"، اختبار (Tukey) لمعرفة اتجاه دلالة الفروق بين متوسطات الدرجات.

النتائج والمناقشة:

أولاً: وصف المتغيرات المتعلقة بخصائص عينة البحث:

جدول (٤) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموجرافية للمبحوثات

المتغير	العدد	النسبة المئوية	المتغير	العدد	النسبة المئوية
١- الكلية			٢- الفرقة الدراسية		
الحاسب	٧٦	٣٢,٣٠	الفرقة الأولى	٣٠	١٢,٨٠
التصاميم والفنون	٢٨	١١,٩٠	الفرقة الثانية	٦٠	٢٥,٥٠
العلوم	١٤	٦,٠٠	الفرقة الثالثة	٧٦	٣٢,٣٠
الخدمة الاجتماعية	٩	٣,٨٠	الفرقة الرابعة	٦٥	٢٧,٧٠
اللغات والترجمة	٤٤	١٨,٧٠	الفرقة الخامسة	٤	١,٧٠
٣- طبيعة الدراسة			٤- مستويات الدخل الشهري		
التربية	١٩	٨,١٠	مستوي دخل منخفض	٤٧	٢٠,٠٠
الصيدلة	٦	٢,٦٠	مستوي دخل متوسط	٧٩	٣٣,٦٠
الأدب	١٢	٥,١٠	مستوي دخل مرتفع	١٠٩	٤٦,٤٠
إدارة الأعمال	٢٢	٩,٤٠			
الصحة وعلوم التأهيل	٥	٢,١٠			
٥- طبيعة السكن					
ملك	١٩٠	٨٠,٩٠			
إيجار	٤٥	١٩,١٠			
			ن=٢٣٥		

يتضح من جدول (٤). تنوع نسبة الطالبات عينة الدراسة ما بين كليات نظرية حيث بلغت نسبتهن (٥٤%)، وكليات عملية نسبتهن (٤٦%)، وثالث العينة من كلية الحاسب حيث بلغت نسبتهن (٣٢,٣٠%)، بينما قلت نسبة المشاركات من كلية الصحة وعلوم التأهيل بنسبة (٢,١٠%). وبلغ ثلث العينة من الفرقة الثالثة حيث بلغت نسبتهن (٣٢,٣٠%)، والفرقة الرابعة والثانية بلغت نسبتهن (٢٧,٧٠%، ٢٥,٥٠%) على الترتيب، بينما كانت أقل الفرق مشاركة في الدراسة هي الفرقة الخامسة حيث بلغت نسبتهن (١,٧٠%). كما يتضح زيادة نسبة طالبات الجامعة عينة الدراسة اللواتي يقمن في مسكن ملك حيث بلغت نسبتهن (٨٠,٩٠%) عن اللواتي يقمن في مسكن إيجار حيث بلغت نسبتهن (١٩,١٠%)، كما يتبين زيادة نسبة عينة الدراسة ذات مستويات مرتفعة الدخل حيث بلغت نسبتهن (٤٦,٤٠%)، يليها نسبة الأسر ذات الدخل المتوسط وبلغت نسبتهن (٣٣,٦٠%)، بينما قلت نسبة الأسر ذات الدخل المنخفض وبلغت نسبتهن (٢٠,٠٠%).

ثانياً: وصف المتغيرات المتعلقة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٥) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً للبيانات الخاصة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	العدد	النسبة المئوية	المتغير	العدد	النسبة المئوية
١- أنواع شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها	٦٥	٢٧,٧٠	٢- ساعات الاستخدام اليومي		
سناپ شات	٦٥	٢٧,٧٠	أقل من ساعتين	١٨	٧,٧٠
تويتر	٢٣	٩,٨٠	ساعتان : ٤ ساعات	٧٠	٢٩,٨٠
واتس اب	١٢٥	٥٣,٢٠	أكثر من ٤ ساعات	١٤٧	٦٢,٦٠
انستجرام	١٤	٦,٠٠	٣- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق		
كل ما سبق	٨	٣,٤٠	الموبايل	١٧٢	٧٣,٢٠
٤- درجة استخدامك لها			الاب توب او الكمبيوتر	٤	١,٧٠
اسبوعياً	١	٠,٤٠	الاتقان معا	٥٩	٢٥,١٠
يوميًا	٨١	٣٤,٥٠	٥- الأسباب التي تمنع المستخدم من المشاركة في مواقع شبكة التواصل الاجتماعية بنظرك		
باستمرار وفي اي وقت	١٤٣	٦٠,٩٠	ليس لديهم الوقت	٧٨	٣٣,٢٠
في وقت محدد	١٠	٤,٣٠	لا تثير اهتمامهم	١٥٣	٦٥,١٠
٦- عدد الأصدقاء في الصفحة الخاصة بك في شبكتك التواصل الاجتماعي			ضد دينهم	٤	١,٧٠
أقل من ١٠ أصدقاء	٢٩	١٢,٣٠	٧- عدد المجموعات التي انت عضو فيها علي المواقع الاجتماعي		
من ١٠-٤٩ صديق	٧٢	٣٠,٦٠	لا يوجد	٣٣	١٤,٠٠
من ٥٠-٩٩ صديق	٤٦	١٩,٦٠	أقل من ١٠	١٤٤	٦١,٣٠
من ١٠٠-١٤٩ صديق	٢٠	٨,٥٠	١٠-٥٠	٥٢	٢٢,١٠
١٥٠ فأكثر صديق	٦٨	٢٨,٩٠	٥١ فأكثر برنامج	٦	٢,٦٠
٨- عدد الزيارات التي تقوم بها لصفحتك المفضلة في شبكات التواصل الاجتماعي			٩- الوقت (تقريباً) تقضى على صفحاتك المفضلة في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي		
متصل دائما في الشبكات	٨٥	٣٦,٢٠	أقل من ١٠ دقائق	٦٩	٢٩,٤٠
عدة مرات في اليوم	١٢١	٥١,٥٠	١٠- أقل من ٢٠ دقيقة	٦٣	٢٦,٨٠
مرة واحدة في غضون ايام قليلة	١٤	٦,٠٠	٢٠- أقل من ٣٠ دقيقة	٥٠	٢١,٣٠
مرة في الاسبوع	٨	٣,٤٠	٣٠ دقيقة فأكثر	٥٣	٢٢,٦٠
أقل من مرة واحدة في الاسبوع	٧	٣,٠٠	(ن=٢٣٥)		

يتضح من جدول (٥). أن أكثر المواقع التي تستخدمها أفراد العينة على شبكات التواصل الاجتماعي كانت واتس اب بنسبة (٥٣,٢٠%)، يليها سناپ شات بنسبة (٢٧,٧٠%)، يليها تويتر بنسبة (٩,٨٠%)،

يليهها موقع انستجرام بنسبة (٦,٠٠%)، كما يتضح أن أكثر من نصف المبحوثات عينة الدراسة يستخدمن شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من ٤ ساعات يوميًا بنسبة (٦٢,٦٠%) في حين يقضي (٢٩,٨٠%) منهم من "ساعتان إلى أقل من ٤ ساعات" في استخدام تلك المواقع يوميًا، فيما يستغرق (٧,٧٠%) أقل من ساعتين " يوميًا.

ويمكن تفسير ذلك بأن المتعة التي يشعر بها مستخدمو الانترنت وقت استخدامهم للموقع ومشاركة أصدقائهم الآراء يجعلهم لا يعيرون أهمية للوقت الذي يستغرقونه في تصفح الموقع. وتشير النتائج أن معظم أفراد عينة الدراسة تستخدم الموبايل في الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (٧٣,٢٠%) يليها اللواتي تستخدمن الاثني عشر معًا بنسبة (٢٥,١٠%)، في حين تستخدمن (١,٧٠%) منهن اللاب توب في الدخول على المواقع، ويرجع ذلك لسهولة حمل الهاتف المحمول والدخول منه على المواقع المفضلة لديهن. كما بينت نتائج الدراسة أن الأسباب التي تمنع المستخدم من المشاركة في مواقع شبكة التواصل الاجتماعي أن تلك المواقع لا تثير اهتمامهم وذلك بنسبة (٦٥,١٠%)، يليها ليس لديهم وقت بنسبة (٣٣,٢٠%)، يليها أن تلك المواقع ضد دينهم بنسبة (١,٧٠%). بالإضافة إلى أن ما يقرب من ثلث العينة لديهن من (١٠-٤٩) صديق في الصفحة الخاصة بهم على شبكته التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبتهم (٣٠,٦٠%) يليها (١٥٠) صديق فأكثر بنسبة (٢٨,٩٠%) بينما قلت نسبة من لديهن من (١٠٠-١٤٩) صديق بنسبة (٨,٥٠%).

وتشير النتائج أن (٦١,٣٠%) من الطالبات عينة الدراسة عضوات في أقل من (١٠) مجموعات على شبكات التواصل الاجتماعي يليها (٢٢,١٠%) من عينة الدراسة تشتركن من (١٠-٥٠) مجموعة على تلك الشبكات، بينما قلت نسبة المشاركات في (٥١) برنامج أو مجموعة فأكثر على تلك الشبكات بنسبة (٢,٦٠%). كما يتبين أن أكثر من نصف طالبات الجامعة عينة الدراسة تزورن صفحاتهن المفضلة عدة مرات في اليوم بنسبة (٥١,٥٠%)، يليها متصل دائمًا في الشبكات بنسبة (٣٦,٢٠%)، بينما قلت نسبة اللواتي تقمن بزيارة صفحاتهن المفضلة أقل من مرة واحدة في الأسبوع بنسبة (٣,٠٠%). بالإضافة إلى أن (٢٩,٤٠%) من الطالبات عينة الدراسة تقضين على صفحاتهن المفضلة على شبكات التواصل أقل من (١٠) دقائق يليها من (١٠-٢٠) دقيقة بنسبة (٢٦,٨٠%)، يليها (٣٠) دقيقة فأكثر بنسبة (٢٢,٦٠%)، يليها من (٢٠: أقل من ٣٠) بنسبة (٢١,٣٠%).

ثالثاً: نتائج وصف مستوى طالبات الجامعات عينة الدراسة وفقاً لإستجابتهن على أدوات البحث: جدول (٦) التوزيع النسبي وفقاً لمستويات استجابات المبحوثات عينة الدراسة على أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بمحاوره، ومستوى الإنتماء وأبعاده

المستوى المرتفع		المستوى المتوسط		المستوى المنخفض		البيان
العدد	%	العدد	%	العدد	%	
١٨٢	٧٧,٤٥	٤١	١٧,٤٥	١٢	٥,١٠	دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
١٠١	٤٢,٩٨	١١٧	٤٩,٧٩	١٧	٧,٢٣	أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
١٧٦	٧٤,٩٠	٣٥	١٤,٩٠	٢٤	١٠,٢٠	الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي
١٤١	٦٠,٠٠	٧٧	٣٢,٧٧	١٧	٧,٢٣	إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي
١٨٤	٧٨,٣٠	٣٥	١٤,٩٠	١٦	٦,٨٠	إجمالي أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية
١٢١	٥١,٥٠	١٠٤	٤٤,٢٥	١٠	٤,٢٥	الانتماء للوطن
١٩٨	٨٤,٢٥	٣٤	١٤,٤٥	٣	١,٣٠	الانتماء للأسرة
١٥٧	٦٦,٨٠	٦٣	٢٦,٨٠	١٥	٦,٣٨	الانتماء لجامعة الرفاق
١٤٣	٦٠,٨٥	٦٦	٢٨,٠٨	٢٦	١١,٠٧	إجمالي انتماء الطالبات الجامعيات

يتضح من جدول (٦). أن التوزيع النسبي لاستجابات العينة عن استبيان أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بمحاوره الأربعة كانت مرتفعة جداً في المستوى المرتفع بنسبة (٧٨,٣٠%)، بينما كانت منخفضة ومقاربة في المستوى المتوسط والمنخفض بنسبة (١٤,٩٠%، ٦,٨٠%) على الترتيب. كما يتبين من جدول (٦). التوزيع النسبي لاستجابات الطالبات عينة الدراسة على استبيان انتماء الطالبات الجامعيات بأبعاده الثلاثة كانت تتدرج من المستوى المرتفع بنسبة (٦٠,٨٥%)، إلى المستوى المتوسط بنسبة (٢٨,٠٨%)، وتصل إلى المستوى المنخفض بنسبة (١١,٠٧%). وتتفق هذه النتائج مع دراسة نويصر ولبن (٢٠١٨) حيث أشارت لإرتفاع درجة المواطنة والإنتماء لدى الشباب الجامعي بنسبة (٥٤,٢%).

رابعاً: النتائج في ضوء فروض الدراسة:

- النتائج في ضوء الفرض الأول: "لا توجد علاقات ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بمحاوره (دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي) وبين مستوى انتماء الطالبات الجامعيات بأبعاده (الانتماء للوطن، الانتماء للأسرة، الانتماء لجامعة الرفاق)"، وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معاملات ارتباط بيرسون، كما هو موضح بجدول (٧).

جدول (٧) معاملات ارتباط بيرسون بين أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بمحاوره، ومستوى انتماء الطالبات الجامعيات بأبعاده ن=٢٣٥

المتغيرات	دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي	إجمالي أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
نتماء للوطن	**٠,٢٦٢	٠,٠٧٢	**٠,٢٩١	**٠,٤٠٩	**٠,٢٩٠
نتماء للأسرة	**٠,٣٠٩	**٠,٢٨٨	**٠,٣٩٨	**٠,٣٤٧	**٠,٣٩٩
الانتماء لجماعة الرفاق	**٠,٣٥٨	**٠,١٧٢	**٠,٣١٨	**٠,٣٩٩	**٠,٣٥٤
إجمالي مستوى انتماء الطالبات الجامعيات	**٠,٣٦٥	**٠,٢٠٩	**٠,٤٠٢	**٠,٤٦١	**٠,٤١٤

يتضح من جدول (٧). وجود علاقة ارتباطيه موجبة عند مستوى دلالة (٠,٠١) بين مستوى إنتماء الطالبات الجامعيات (الإنتماء للوطن، الإنتماء للأسرة، الإنتماء لجماعة الرفاق، الإجمالي)، وأسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية (دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، الإجمالي)، يتفق ذلك مع نتائج دراسة أبو عامر (٢٠١٢) حيث أوضحت بأنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات تعرض الطالبات عينة الدراسة للأنترنت ومستويات الوعي بالمشاركة السياسية لديهم، وتزداد درجة المعرفة لديهم كلما زادت درجة اعتمادهم على الأنترنت كمصدر للمعلومات. وتتفق نتيجة هذا الفرض مع نتائج دراسة نوبصر ولبن (٢٠١٨) والتي أشارت لوجود تأثير لإستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي، وبالتالي لم يتحقق صحة الفرض الأول.

- النتائج في ضوء الفرض الثاني: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطالبات الجامعيات في أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بمحاوره، ومستوى الانتماء بأبعاده تبعًا لطبيعة التخصص الدراسي"، وللتحقق من صحة هذا الفرض تم إجراء إختبار "ت" للوقوف على دلالة الفروق بين متوسطات درجات الطالبات الجامعيات في أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بمحاوره ومستوى الانتماء بأبعاده تبعًا لطبيعة التخصص الدراسي، وجدول (٨) يوضح ذلك:

جدول (٨) الفروق بين متوسطات درجات عينة الدراسة في كل من أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بمحاوره، ومستوى الانتماء بأبعاده تبعاً لطبيعة التخصص الدراسي ن=٢٣٥

مستوى الدلالة	قيمة ت	الفروق بين المتوسطات	عملية ن=(١٠٨)		نظرية ن=(١٢٧)		البيان المحاور
			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
٠,٦٨٤ غير دالة	٠,٤٠٧	٠,١٠٧	٣,٥٨٨	٣٣,٢٥	٣,٢٩	٣٣,٤٣	دوافع استخدام شبكات التواصل
٠,٨٣٢ غير دالة	٠,٢١٣	٠,١٦	٦,١٣	٤٩,٩٢	٥,٩٧١	٥٠,٠٩	أسلوب استخدام شبكات التواصل
٠,٩٤٩ غير دالة	٠,٠٦٣	٠,٠٤	٥,٢٣	٤٦,٥٠	٥,١٩٢	٤٦,٥٤	الوعي باستخدام شبكات التواصل
٠,٧٧٧ غير دالة	٠,٢٨-	٠,١٦-	٤,٢٧٥	٤٣,١٤	٤,٥١	٤٢,٩٨	إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل
٠,٩١٣ غير دالة	٠,١١	٠,٢٣	١٦,٣١	١٧٢,٨٢	١٥,٨١	١٧٣,٠٥	إجمالي أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لالكترونية
٠,٥٨٧ غير دالة	٠,٥٤٤	٠,٣٦٥	٤,٨٦٢	٣٨,٥٥	٥,٤٢٤	٣٨,٩١	الانتماء للوطن
٠,٥٩٥ غير دالة	-٠,٥٣٢	-٠,٣٢٦	٤,٥٤٦	٣٢,٦٦	٤,٨٥١	٣٢,٣٤	الانتماء للأسرة
٠,٧٨٢ غير دالة	٠,٢٧٧	٠,١٣١	٣,٦٧٠	٢٦,٢٧	٣,٦٠١	٢٦,٤٠	الانتماء لجماعة الرفاق
٠,٩٠٨ غير دالة	٠,١١٦	٠,١٧٠	١١,٢١	٩٧,٤٩	١١,٢٦	٩٧,٦٦	إجمالي مستوى الانتماء

يتضح من جدول (٨) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات طالبات التخصصات النظرية وطالبات التخصصات العملية في أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية إجمالاً ولكل محور من محاوره، حيث بلغت قيم "ت" (٠,٤٠٧، ٠,٢١٣، ٠,٠٦٣، ٠,٢٨، ٠,١١) على الترتيب وهي قيم غير دالة إحصائياً، وربما يعود سبب عدم الفروق بين التخصصات العملية والنظرية إلى كون أغلب الطالبات ينتمون إلى حيز اجتماعي وجغرافي واحد وهو مدينة الرياض فهن مقاربات في العادات والتقاليد وأسلوب استخدامهن مع شبكات التواصل الاجتماعي. واتفقت نتيجة هذا الفرض مع نتائج دراسة العمار (٢٠١٤، ٤٣٢)، ودراسة يونس (٢٠١٦، ١٣٩) بأنه ليس هناك فرق ذو دلالة إحصائية في إيمان شبكات التواصل الاجتماعي يعزى للتخصص الدراسي. كما يتضح من جدول (٨). عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات طالبات التخصصات النظرية وطالبات التخصصات العملية في مستوى الإنتماء إجمالاً ولكل بعد من أبعاده حيث بلغت قيم "ت" (٠,٥٤٤، ٠,٥٣٢، ٠,٢٧٧، ٠,١١٦) على الترتيب وهي قيم غير دالة إحصائياً. واتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة كل من (حسين، ٢٠١٣، ٥٢٦؛ وعسلي، ٢٠١٦، ٢١٥) التي أشارت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في قيم الانتماء الاسري للأبناء المراهقين تبعاً لطبيعة الدراسة أو المستوى الدراسي، بينما اختلفت مع نتائج دراسة الحربي (٢٠١٠: ١١٥) في وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجات الطلاب على الانتماء الوطني وفقاً للتخصص لصالح الأدبي. وبالتالي يتحقق صحة الفرض.

- النتائج في ضوء الفرض الثالث: "لا يوجد تباين دال إحصائياً بين الطالبات الجامعيات عينة الدراسة في

أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بمحاورة تبعاً لـ(عدد ساعات الاستخدام اليومي للشبكات، وسائل استخدام مواقع التواصل، عدد المجموعات المشتركة بها على مواقع التواصل الاجتماعي، عدد الزيارات للصفحات المفضلة)". وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام أسلوب تحليل التباين الاحادي (ANOVA) لإيجاد قيمة (ف) للوقوف على دلالة الفروق بين متوسطات درجات الطالبات عينة الدراسة، وتم تطبيق اختبار توكي (Tukey) لمعرفة دلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لدرجات الطالبات عينة الدراسة، والجدول (٩)، (١٠) توضح ذلك.

جدول (٩) تحليل التباين في اتجاه واحد لأسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية تبعًا (عدد ساعات الاستخدام اليومي للشبكات، وسائل استخدام مواقع التواصل، عدد المجموعات المشتركة بها علي مواقع التواصل الاجتماعي، عدد الزيارات للصفحات المفضلة) ن=٢٣٥

مستوى الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	محاور الاستبيان
١- عدد ساعات الاستخدام اليومي للشبكات						
٠,٠٠٠ دال عند ٠,٠٠١	٨,٢٥٠	٩١,٢١٦ ١١,٠٥٦	٢ ٢٣٢ ٢٣٤	١٨٢,٤٣٢ ٢٥٦٤,٩٥٥ ٢٧٤٧,٣٨٧	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
٠,٠٠٠ دال عند ٠,٠٠١	١٠,٠٦٤	٣٣٩,٩٩١ ٣٣,٧٨٤	٢ ٢٣٢ ٢٣٤	٦٧٩,٩٨٣ ٧٨٣٧,٩٤٩ ٨٥١٧,٩٣٢	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
٠,٠٠١ دال عند ٠,٠٠١	٧,٤٣٧	١٩٠,٧٦٠ ٢٥,٦٥١	٢ ٢٣٢ ٢٣٤	٣٨١,٥٢٠ ٥٩٥١,١٠١ ٦٣٣٢,٦٢١	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي
٠,٠٠٦ دال عند ٠,٠٠١	٥,٢٨٦	٩٨,٧٠٥ ١٨,٦٧١	٢ ٢٣٢ ٢٣٤	١٩٧,٤٠٩ ٤٣٣١,٧٥٧ ٤٥٢٩,١٦٦	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي
٠,٠٠٠ دال عند ٠,٠٠١	١١,٣١٦	٢٦٦٧,١١٠ ٢٣٥,٧٠٣	٢ ٢٣٢ ٢٣٤	٥٣٣٤,٢٢٠ ٥٤٦٨٣,١٦٧ ٦٠٠١٧,٣٨٧	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	إجمالي أسلوب استخدام طالبات الجامعة لوسائل التواصل الاجتماعي
٢- وسائل استخدام مواقع التواصل						
٠,٠٠٠ دال عند ٠,٠٠١	١٢,٠٤٢	١٢٩,١٩٦ ١٠,٧٢٨	٢ ٢٣٢ ٢٣٤	٢٥٨,٣٩٢ ٢٤٨٨,٩٩٥ ٢٧٤٧,٣٨٧	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
٠,٠٠٠ دال عند ٠,٠٠١	١١,٥٢٤	٣٨٤,٨٧٧ ٣٣,٣٩٧	٢ ٢٣٢ ٢٣٤	٧٦٩,٧٥٥ ٧٧٤٨,١٧٧ ٨٥١٧,٩٣٢	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
٠,٠٠١ دال عند ٠,٠٠١	٧,٧٧١	١٩٨,٧٨٦ ٢٥,٥٨٢	٢ ٢٣٢ ٢٣٤	٣٩٧,٥٧٢ ٥٩٣٥,٠٤٩ ٦٣٣٢,٦٢١	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي
٠,٠٣٧ دال عند ٠,٠٠٥	٣,٣٣٣	٦٣,٢٤٧ ١٨,٩٧٧	٢ ٢٣٢ ٢٣٤	١٢٦,٤٩٤ ٤٤٠٢,٦٧٢ ٤٥٢٩,١٦٦	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي
٠,٠٠٠ دال عند ٠,٠٠١	١١,٨٥٠	٢٧٨١,٣٠٦ ٢٣٤,٧١٩	٢ ٢٣٢ ٢٣٤	٥٥٦٢,٦١١ ٥٤٤٥٤,٧٧٦ ٦٠٠١٧,٣٨٧	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	إجمالي أسلوب استخدام طالبات الجامعة لوسائل التواصل الاجتماعي

تابع جدول (٩)

٣- عدد المجموعات المشتركة بها على مواقع التواصل الاجتماعي						
٠,٠٠٠ دال عند ٠,٠٠١	٩,٢٨٦	٩٨,٥٥٥ ١٠,٦١٤	٣ ٢٣١ ٢٣٤	٢٩٥,٦٦٤ ٢٤٥١,٧٢٣ ٢٧٤٧,٣٨٧	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
٠,٠٠٤ دال عند ٠,٠٠١	٤,٥٥٦	١٥٨,٦٢٠ ٣٤,٨١٤	٣ ٢٣١ ٢٣٤	٤٧٥,٨٦١ ٨٠٤٢,٠٧١ ٨٥١٧,٩٣٢	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
٠,٠٠٠ دال عند ٠,٠٠١	٦,٨١٧	١٧١,٦٨٠ ٢٥,١٨٤	٣ ٢٣١ ٢٣٤	٥١٥,٠٤٠ ٥٨١٧,٥٨١ ٦٣٣٢,٦٢١	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي
٠,٠٠٥ دال عند ٠,٠٠١	٤,٤٢٥	٨٢,٠٤٥ ١٨,٥٤١	٣ ٢٣١ ٢٣٤	٢٤٦,١٣٤ ٤٢٨٣,٠٣٢ ٤٥٢٩,١٦٦	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي
٠,٠٠٠ دال عند ٠,٠٠١	٨,١٩٩	١٩٢٥,٢٧٩ ٢٣٤,٨١٢	٣ ٢٣١ ٢٣٤	٥٧٧٥,٨٣٦ ٥٤٢٤١,٥٥١ ٦٠٠١٧,٣٨٧	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	إجمالي أسلوب استخدام طالبات الجامعة لوسائل التواصل الاجتماعي
٤- عدد الزيارات للصفحات المفضلة						
٠,٠٠٠ دال عند ٠,٠٠١	١٨,٧٧٤	١٦٩,٠٥٨ ٩,٠٠٥	٤ ٢٣٠ ٢٣٤	٦٧٦,٢٣٢ ٢٠٧١,١٥٦ ٢٧٤٧,٣٨٧	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
٠,٠٠٠ دال عند ٠,٠٠١	٩,٧٢٨	٣٠٨,١٤١ ٣١,٦٧٦	٤ ٢٣٠ ٢٣٤	١٢٣٢,٥٦٣ ٧٢٨٥,٣٦٩ ٨٥١٧,٩٣٢	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
٠,٠٠٠ دال عند ٠,٠٠١	١٠,٣١٦	٢٤٠,٨٢٠ ٢٣,٣٤٥	٤ ٢٣٠ ٢٣٤	٩٦٣,٢٨١ ٥٣٦٩,٣٤٠ ٦٣٣٢,٦٢١	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي
٠,٠٠٠ دال عند ٠,٠٠١	٧,٩٧٩	١٣٧,٩٧٤ ١٧,٢٩٢	٤ ٢٣٠ ٢٣٤	٥٥١,٨٩٧ ٣٩٧٧,٢٦٩ ٤٥٢٩,١٦٦	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي
٠,٠٠٠ دال عند ٠,٠٠١	١٥,٦٣٨	٣٢٠٨,١٧٥ ٢٠٥,١٥١	٤ ٢٣٠ ٢٣٤	١٢٨٣٢,٧٠١ ٤٧١٨٤,٦٨٧ ٦٠٠١٧,٣٨٧	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	إجمالي أسلوب استخدام طالبات الجامعة لوسائل التواصل الاجتماعي

جدول (١٠) اختبار (Tukey) للتعرف على إتجاه دلالة الفروق بين متوسطات درجات الطالبات الجامعيات عينة الدراسة في أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية بمحاورة تبعاً لـ (عدد ساعات الاستخدام اليومي للشبكات، وسائل استخدام مواقع التواصل، عدد المجموعات المشتركة بها، عدد الزيارات للصفحات المفضلة)

المحور	البيان	العدد	دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي	إجمالي أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
١- عدد ساعات الاستخدام اليومي للشبكات	أقل من ساعتين	١٨	٣١,٢٧٧٨	٤٥,٦٦٦٧	٤٣,٥٠٠٠	٤٠,٥٥٥٦	١٦١,٠٠٠
	ساعتان : ٤ ساعات	٧٠	٣٢,٥٤٢٩	٤٨,٦٤٢٩	٤٥,٣٧١٤	٤٢,٤١٤٣	١٦٨,٩٧١٤
	أكثر من ٤ ساعات	١٤٧	٣٣,٩٨٦٤	٥١,٢٠٤١	٤٧,٤٤٢٢	٤٣,٦٧٣٥	١٧٦,٣٠٦١
٢- وسائل استخدام مواقع التواصل	الموبايل	١٧٢	٣٣,٣٧٧٩	٤٩,٧٩٠٧	٤٦,٤٨٢٦	٤٢,٩٦٥١	١٧٢,٦١٦٣
	الاب توب او الكمبيوتر	٤	٢٥,٥٠٠٠	٣٧,٥٠٠٠	٣٧,٠٠٠٠	٣٨,٠٠٠٠	١٣٨,٠٠٠٠
	الائتمان معا	٥٩	٣٣,٧٩٦٦	٥١,٥٢٥٤	٤٧,٢٨٨١	٤٣,٦٧٨٠	١٧٦,٢٨٨١
٣- عدد المجموعات المشتركة بها	لا يوجد	٣٣	٣٣,١٥١٥	٤٨,٤٨٤٨	٤٥,٠٠٠٠	٤٢,٠٣٠٣	١٦٨,٦٦٦٧
	أقل من ١٠	١٤٤	٣٣,٥٤١٧	٥٠,٧٢٩٢	٤٧,٠٩٧٢	٤٣,٤٧٢٢	١٧٤,٨٤٠٣
	١٠-٥٠	٥٢	٣٣,٧٣٠٨	٤٩,٨٦٥٤	٤٦,٨٢٦٩	٤٣,٢١١٥	١٧٣,٦٣٤٦
	٥١ فأكثر برنامج	٦	٢٦,٥٠٠٠	٤٢,٦٦٦٧	٣٨,٥٠٠٠	٣٧,٥٠٠٠	١٤٥,١٦٦٧
٤- عدد الزيارات للصفحات المفضلة	متصل دائماً في الشبكات	٨٥	٣٤,٥٠٥٩	٥١,٨٥٨٨	٤٧,٨٧٠٦	٤٣,٦٢٣٥	١٧٧,٨٥٨٨
	عدة مرات في اليوم	١٢١	٣٣,٥٠٤١	٥٠,٠٧٤٤	٤٦,٧٦٠٣	٤٣,٦٠٣٣	١٧٣,٩٤٢١
	مرة واحدة في غضون أيام قليلة	١٤	٢٩,٩٢٨٦	٤٣,٥٧١٤	٤١,٨٥٧١	٣٨,٥٧١٤	١٥٣,٩٢٨٦
	مرة في الأسبوع	٨	٢٦,٦٢٥٠	٤٤,٦٢٥٠	٣٩,٠٠٠٠	٣٨,٢٥٠٠	١٤٨,٥٠٠٠
	أقل من مرة واحدة في الأسبوع	٧	٣١,١٤٢٩	٤٥,٧١٤٣	٤٤,٠٠٠٠	٤١,٢٨٥٧	١٦٢,١٤٢٩

- عدد ساعات الاستخدام اليومي للشبكات: يتضح من جدول (٩)، (١٠). وجود تباين دال إحصائياً بين الطالبات عينة الدراسة في أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية إجمالاً ولكل محور من محاوره تبعاً لعدد ساعات الاستخدام اليومي للشبكات حيث بلغت قيمة "ف" على الترتيب (٨,٢٥٠)، (١٠,٠٦٤)، (٧,٤٣٧)، (٥,٢٨٦)، (١١,٣١٦) وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، وللتعرف على مستوى دلالات الفروق تم تطبيق اختبار توكي (Tukey) لمعرفة إتجاه دلالة الفروق بين متوسطات درجات الطالبات تبعاً لعدد ساعات الاستخدام اليومي، وجد أنها تتدرج في محور دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من (٣١,٢٧) إلى (٣٣,٩٨)، وفي محور أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من (٤٥,٦٦) إلى (٥١,٢٠)، وفي محور الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي من (٤٣,٥٠) إلى

(٤٧،٤٤)، وفي محور إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي من (٤٠،٥٥) إلى (٤٣،٦٧)، وفي الإجمالي من (١٦١،٠٠) إلى (١٧٦،٣٠) وذلك لصالح المستخدمين لشبكات التواصل أكثر من ٤ ساعات يوميًا. واتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة كل من العمار (٢٠١٤، ٤٣٣) في أن غالبية الطلبة يتصفحون مواقع التواصل لأكثر من ساعتين يوميًا، ودراسة (Nalwa and Anand, 2003) في أن عدد الساعات التي تقضيها المجموعة المعتمدة على الشبكة المعلوماتية أكثر من عدد ساعات المجموعة غير المعتمدة على الشبكة، كما أشارت دراسة يونس (٢٠١٦) لوجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية لإدمان شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة تعزى لعدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

٢- وسائل استخدام مواقع التواصل: يتضح من جدولي (٩)، (١٠). وجود تباين دال إحصائيًا بين الطالبات عينة الدراسة في أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية إجمالاً ولكل محور من محاوره تبعًا لوسائل استخدام مواقع التواصل إذ بلغت قيمة (ف) على الترتيب (١٢،٠٤٢، ١١،٥٢٤، ٧،٧٧١، ٣،٣٣٣، ١١،٨٥٠) وهي قيم دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠،٠٥، ٠،٠٠١)، وللتعرف على مستوى دلالات الفروق تم تطبيق اختبار توكي (Tukey) لمعرفة إتجاه دلالة الفروق تبعًا لوسائل استخدام مواقع التواصل، ففي محور دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وجد أنها تتدرج من (٢٥،٥٠) إلى (٣٣،٧٩)، وفي محور أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تتدرج من (٣٧،٥٠) إلى (٥١،٥٢)، وفي محور الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي تتدرج من (٣٧،٠٠) إلى (٤٧،٢٨)، وفي محور إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي تتدرج من (٣٨،٠٠) إلى (٤٣،٦٧)، وفي الإجمالي تتدرج من (١٣٨،٠٠) إلى (١٧٦،٢٨)، وذلك لصالح المستخدمين للموبايل واللاب توب معًا. واتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة العمار (٢٠١٤، ٤٣٣) في أن سهولة الدخول إلى الشبكة المعلوماتية عن طريق الجوال يزيد الرغبة لدى الطلبة لتصفحها خارج نطاق الحاسوب الذي لا يصاحب الطالب في معظم الأوقات.

٣- عدد المجموعات المشتركة بها على مواقع التواصل الاجتماعي: يتضح من جدولي (٩)، (١٠). وجود تباين دال إحصائيًا بين الطالبات عينة الدراسة في أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية إجمالاً ولكل محور من محاوره تبعًا لعدد المجموعات المشتركة بها على مواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغت قيمة (ف) على الترتيب (٩،٢٨٦، ٤،٥٥٦، ٦،٨١٧، ٤،٤٢٥، ٨،١٩٩) وهي قيم دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة ٠،٠٠١، وللتعرف على مستوى دلالات الفروق تم تطبيق اختبار توكي (Tukey) لمعرفة إتجاه دلالة الفروق تبعًا لعدد المجموعات المشتركة بها، ففي محور دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وجد أنها تتدرج من (٢٦،٥٠) إلى (٣٣،٧٣)، وفي محور أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تتدرج من (٤٢،٦٦) إلى (٥٠،٧٢)، وفي محور الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي تتدرج من (٣٨،٥٠) إلى (٤٧،٠٩)، وفي محور إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي تتدرج من (٣٧،٥٠) إلى (٤٣،٤٧)، وفي الإجمالي تتدرج من (١٤٥،١٦) إلى (١٧٤،٨٤) وذلك لصالح المبحوثات المشتركات في (١٠ : ٥٠) برنامج على شبكات التواصل.

٤- عدد الزيارات للصفحات المفضلة: يتضح من جدولي (٩)، (١٠). وجود تباين دال إحصائيًا بين

الطالبات عينة الدراسة في أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية ومحاوره تبعاً لعدد الزيارات للصفحات المفضلة حيث بلغت قيمة (ف) على الترتيب ١٨,٧٧٤، ٩,٧٢٨، ١٠,٣١٦، ٧,٩٧٩، ١٥,٦٣٨، وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠٠١، وللتعرف على مستوى دلالات الفروق تم تطبيق اختبار (Tukey) لمعرفة اتجاه دلالة الفروق تبعاً لعدد الزيارات للصفحات المفضلة، ففي محور دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وجد أنها تتدرج من (٢٦,٦٢) إلى (٣٤,٥٠)، وفي محور أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تتدرج من (٤٤,٦٢) إلى (٥١,٨٥)، وفي محور الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي تتدرج من (٣٩,٠٠) إلى (٤٧,٨٧)، ومحور إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي تتدرج من (٣٨,٢٥) إلى (٤٣,٦٢)، وفي الإجمالي تتدرج من (١٤٨,٥٠) إلى (١٧٧,٨٥)، وذلك لصالح الطالبات الجامعيات اللواتي تقمن بزيارة الصفحات المفضلة لديهن بشكل متصل دائماً. ومن ذلك يتحقق صحة الفرض الثالث.

النتائج في ضوء الفرض الرابع: "لا يوجد تباين دال إحصائياً بين الطالبات الجامعيات عينة الدراسة في مستوى الانتماء بأبعاده تبعاً لـ(عدد ساعات الاستخدام اليومي للشبكات، وسائل استخدام مواقع التواصل، عدد المجموعات المشتركة بها علي مواقع التواصل الاجتماعي، عدد الزيارات للصفحات المفضلة)". وللتحقق من صحة هذا الفرض إحصائياً تم استخدام أسلوب تحليل التباين الاحادي (ANOVA) لإيجاد قيمة (ف) للوقوف على دلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثات في مستوى الإنتماء وأبعاده، وتم تطبيق اختبار (Tukey) لمعرفة دلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لدرجات الطالبات عينة الدراسة، والجداول (١١)، (١٢) توضح ذلك:

جدول (١١) تحليل التباين في اتجاه واحد لاستبيان مستوى إنتماء الطالبات الجامعيات وأبعاده تبعاً (عدد ساعات الاستخدام اليومي للشبكات، وسائل استخدام مواقع التواصل، عدد المجموعات المشتركة بها علي مواقع التواصل الاجتماعي، عدد الزيارات للصفحات المفضلة) ن=٢٣٥

مستوى الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	محاور الاستبيان
١- عدد ساعات الاستخدام اليومي للشبكات						
٠,٧٠٨ غير دالة	٠,٣٤٥	٩,١٠١ ٢٦,٣٦٨	٢ ٢٣٢ ٢٣٤	١٨,٢٠١ ٦١١٧,٢٦٣ ٦١٣٥,٤٦٤	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	الانتماء للوطن
٠,٣٧٦ غير دالة	٠,٩٨٢	٢١,٥٣٥ ٢١,٩٢١	٢ ٢٣٢ ٢٣٤	٤٣,٠٦٩ ٥٠٨٥,٥٩٥ ٥١٢٨,٦٦٤	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	الانتماء للأسرة
٠,٦٦٢ غير دالة	٠,٤١٤	٥,٤٨٢ ١٣,٢٥٦	٢ ٢٣٢ ٢٣٤	١٠,٩٦٥ ٣٠٧٥,٤٧٨ ٣٠٨٦,٤٤٣	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	الانتماء لجماعة الرفاق
٠,٤٨١ غير دالة	٠,٧٣٥	٩٢,٦٣٥ ١٢٦,٠٨٧	٢ ٢٣٢ ٢٣٤	١٨٥,٢٧٠ ٢٩٢٥٢,١٧٧ ٢٩٤٣٧,٤٤٧	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	إجمالي مستوى انتماء الطالبات الجامعيات
٢- لوسائل استخدام مواقع التواصل						
٠,٠٥٨ غير دالة	٢,٨٧٨	٧٤,٢٦٦ ٢٥,٨٠٦	٢ ٢٣٢ ٢٣٤	١٤٨,٥٣٢ ٥٩٨٦,٩٣٢ ٦١٣٥,٤٦٤	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	الانتماء للوطن
٠,٠٠٨ دال عند ٠,٠١	٤,٩٦١	١٠٥,١٦٨ ٢١,٢٠٠	٢ ٢٣٢ ٢٣٤	٢١٠,٣٣٥ ٤٩١٨,٣٢٨ ٥١٢٨,٦٦٤	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	الانتماء للأسرة
٠,٠٠١ دال عند ٠,٠١	٦,٨١٦	٨٥,٦٤٥ ١٢,٥٦٥	٢ ٢٣٢ ٢٣٤	١٧١,٢٨٩ ٢٩١٥,١٥٣ ٣٠٨٦,٤٤٣	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	الانتماء لجماعة الرفاق
٠,٠٠٢ دال عند ٠,٠١	٦,٢٩٠	٧٥٧,٠٣٧ ١٢٠,٣٥٩	٢ ٢٣٢ ٢٣٤	١٥١٤,٠٧٤ ٢٧٩٢٣,٣٧٢ ٢٩٤٣٧,٤٤٧	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	إجمالي مستوى انتماء طالبات الجامعيات
٣- لعدد المجموعات المشتركة بها						
٠,٠٠٤ دال عند ٠,٠١	٤,٥٥٢	١١٤,١٤٧ ٢٥,٠٧٨	٣ ٢٣١ ٢٣٤	٣٤٢,٤٤٠ ٥٧٩٣,٠٢٤ ٦١٣٥,٤٦٤	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	الانتماء للوطن
٠,٠٠٠ دال عند ٠,٠٠١	٧,٤٦١	١٥١,٠٢٤ ٢٠,٢٤١	٣ ٢٣١ ٢٣٤	٤٥٣,٠٧٣ ٤٦٧٥,٥٩١ ٥١٢٨,٦٦٤	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	الانتماء للأسرة
٠,٠٠٠ دال عند ٠,٠٠١	٧,٩٩٥	٩٦,٧٧٣ ١٢,١٠٤	٣ ٢٣١ ٢٣٤	٢٩٠,٣٢٠ ٢٧٩٦,١٢٣ ٣٠٨٦,٤٤٣	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	الانتماء لجماعة الرفاق
٠,٠٠٠ دال عند ٠,٠٠١	٩,١٨٥	١٠٤٥,٧٥٦ ١١٣,٨٥٤	٣ ٢٣١ ٢٣٤	٣١٣٧,٢٦٨ ٢٦٣٠٠,١٧٩ ٢٩٤٣٧,٤٤٧	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	اجمالي مستوى انتماء الطالبات الجامعيات

تابع جدول (١١)

٤- عدد الزيارات للصفحة المفضلة						
٠,٠٠٠	٧,٣٥٥	١٧٣,٩٤٦	٤	٦٩٥,٧٨٤	بين المجموعات	الانتماء للوطن
دال عند		٢٣,٦٥١	٢٣٠	٥٤٣٩,٦٧٩	داخل المجموعات	
٠,٠٠١			٢٣٤	٦١٣٥,٤٦٤	الكلية	
٠,٠٠٧	٣,٥٨٧	٧٥,٢٩٣	٤	٣٠١,١٧٣	بين المجموعات	الانتماء للأسرة
دال عند		٢٠,٩٨٩	٢٣٠	٤٨٢٧,٤٩١	داخل المجموعات	
٠,٠٠١			٢٣٤	٥١٢٨,٦٦٤	الكلية	
٠,٠٠١	٤,٧٤٥	٥٨,٨٢٣	٤	٢٣٥,٢٩٣	بين المجموعات	الانتماء لجماعة الرفاق
دال عند		١٢,٣٩٦	٢٣٠	٢٨٥١,١٥٠	داخل المجموعات	
٠,٠٠١			٢٣٤	٣٠٨٦,٤٤٣	الكلية	
٠,٠٠٠	٧,٠٨٤	٨٠٧,٢٦٤	٤	٣٢٢٩,٠٥٦	بين المجموعات	اجمالي انتماء الطالبات الجامعيات
دال عند		١١٣,٩٥٠	٢٣٠	٢٦٢٠٨,٣٩١	داخل المجموعات	
٠,٠٠١			٢٣٤	٢٩٤٣٧,٤٤٧	الكلية	

جدول (١٢) اختبار Tukey للتعرف على إتجاه دلالة الفروق بين متوسطات درجات الطالبات الجامعيات عينة الدراسة في مستوى الانتماء وأبعاده تبعاً (وسائل استخدام مواقع التواصل، عدد المجموعات المشتركة بها، عدد الزيارات للصفحة المفضلة)

العدد	البيان	الانتماء للوطن	الانتماء للأسرة	الانتماء لجماعة الرفاق	إجمالي انتماء طالبات الجامعة
١٧٢	الموبايل	-	٣٢,٧٦١٦	٢٦,٦١٦٣	٩٨,١٢٧٩
٤	الاب توب او الكمبيوتر	-	٢٥,٥٠٠٠	٢٠,٢٥٠٠	٩٧,٢٥٤٢
٥٩	الاثنان معا	-	٣٢,٢٨٨١	٢٥,٩٣٢٢	٧٨,٥٠٠٠
٣٣	لا يوجد	٣٧,٦٠٦١	٣٢,٤٢٤٢	٢٦,٣٠٣٠	٩٦,٣٣٣٣
١٤٤	أقل من ١٠	٣٩,١٣٨٩	٣٢,٨٦١١	٢٦,٥٩٠٣	٩٨,٥٩٠٣
٥٢	١٠-٥٠	٣٩,٠٣٨٥	٣٢,٦١٥٤	٢٦,٤٤٢٣	٩٨,٠٩٦٢
٦	٥١ فأكثر برنامج	٣٢,٠٠٠٠	٢٤,٠٠٠٠	١٩,٥٠٠٠	٧٥,٥٠٠٠
٨٥	متصل دائماً في الشبكات	٣٩,٠٥٨٨	٣٣,٣٢٩٤	٢٦,٦٤٧١	٩٩,٠٣٥٣
١٢١	عدة مرات في اليوم	٣٩,١٣٢٢	٣٢,٣٦٣٦	٢٦,٥٢٨٩	٩٨,٠٢٤٨
١٤	مرة واحدة في غضون أيام قليلة	٣٨,٢١٤٣	٣٢,٧٨٥٧	٢٦,٧١٤٣	٩٧,٧١٤٣
٨	مرة في الأسبوع	٢٩,٦٢٥٠	٢٧,٢٥٠٠	٢١,٦٢٥٠	٧٨,٥٠٠٠
٧	أقل من مرة واحدة في الأسبوع	٣٨,٨٥٧١	٣٠,٨٥٧١	٢٣,٨٥٧١	٩٣,٥٧١٤

١- عدد ساعات الاستخدام اليومي للشبكات: يتضح من جدول (١١). عدم وجود تباين دال إحصائياً بين متوسط درجات الطالبات الجامعيات عينة الدراسة في مستوى الإنتماء وأبعاده (الانتماء للوطن، الانتماء للأسرة، الانتماء لجماعة الرفاق، الإجمالي) تبعاً لعدد ساعات الاستخدام اليومي للشبكات حيث بلغت قيم "ف" (٠,٣٤٥)، (٠,٩٨٢، ٠,٤١٤، ٠,٧٣٥) على الترتيب وهي قيم غير دالة إحصائياً.

٢- وسائل استخدام مواقع التواصل: يتضح من جدولي (١١)، (١٢) وجود تباين دال إحصائياً بين متوسط درجات الطالبات الجامعيات عينة الدراسة في مستوى الإنتماء وأبعاده (الانتماء للأسرة، الانتماء لجماعة الرفاق، الإجمالي) تبعاً لوسائل استخدام مواقع التواصل حيث بلغت قيم (ف) على الترتيب (٤,٩٦١، ٦,٨١٦، ٦,٢٩٠)، وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٠١)، كما إتح عدم وجود تباين دال إحصائياً بين متوسط درجات الطالبات الجامعيات عينة الدراسة في بعد الانتماء للوطن حيث بلغت قيمة "ف" (٢,٨٧٨) وهي قيمة غير دالة إحصائياً. وللتعرف على مستوى دلالات الفروق تم تطبيق اختبار توكي (Tukey) لمعرفة إتجاه دلالة الفروق تبعاً لوسائل استخدام مواقع التواصل، ففي بعد الانتماء للأسرة وجد أنها تتدرج من (٢٥,٥٠) إلى (٣٢,٧٦)، وفي بعد الانتماء لجماعة الرفاق تتدرج من (٢٠,٢٥) إلى (٢٦,٦١)، وفي الإجمالي تتدرج من (٧٨,٥٠) إلى (٩٨,١٢)، وذلك لصالح الطالبات الجامعيات التي تستخدمن الموبايل في الدخول على شبكات التواصل الاجتماعي.

٣- عدد المجموعات المشتركة بها علي مواقع التواصل الاجتماعي: يتضح من جدولي (١١)، (١٢) وجود تباين دال إحصائياً بين متوسط درجات الطالبات الجامعيات عينة الدراسة في مستوى الإنتماء وأبعاده (الانتماء للوطن، الانتماء للأسرة، الانتماء لجماعة الرفاق، الإجمالي) تبعاً لعدد المجموعات المشتركة بها حيث بلغت قيمة (ف) على الترتيب (٤,٥٥٢، ٤,٤٦١، ٧,٩٩٥، ٩,١٨٥) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٠١)، وللتعرف على مستوى دلالات الفروق تم تطبيق اختبار (Tukey) لمعرفة إتجاه دلالة تبعاً لعدد المجموعات، ففي بعد الانتماء للوطن وجد أنها تتدرج من (٣٢,٠٠) إلى (٣٩,١٣) وفي بعد الانتماء للأسرة، تتدرج من (٢٤,٠٠) إلى (٣٢,٨٦)، وفي بعد الانتماء لجماعة الرفاق تتدرج من (١٩,٥٠) إلى (٢٦,٥٩)، وفي تتدرج من (٧٥,٥٠) إلى (٩٨,٥٩)، وذلك لصالح المشتركات في أقل من ١٠ برنامج على شبكات التواصل.

٤- عدد الزيارات للصفح المفضلة: يتضح من جدولي (١١)، (١٢). وجود تباين دال إحصائياً بين متوسط درجات الطالبات الجامعيات عينة الدراسة في مستوى الإنتماء وأبعاده (الانتماء للوطن، الانتماء للأسرة، الانتماء لجماعة الرفاق، الإجمالي) تبعاً لعدد الزيارات للصفح المفضلة حيث بلغت قيمة (ف) على الترتيب (٧,٣٥٥، ٣,٥٨٧، ٤,٧٤٥، ٧,٠٨٤) وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٠١)، وللتعرف على مستوى دلالات الفروق تم تطبيق اختبار (Tukey) لمعرفة إتجاه دلالة تبعاً لعدد الزيارات للصفح المفضلة، ففي بعد الانتماء للوطن وجد أنها تتدرج من (٢٩,٦٢) إلى (٣٩,٠٥)، وفي بعد الانتماء للأسرة تتدرج من (٢٧,٢٥) إلى (٣٣,٣٢)، وفي بعد الانتماء لجماعة الرفاق تتدرج من (٢١,٦٢) إلى (٢٦,٧١)، وفي الإجمالي تتدرج من (٧٨,٥٠) إلى (٩٩,٠٣)، وذلك لصالح الطالبات اللواتي تقمن بزيارة الصفحات المفضلة لديهن بشكل متصل دائماً. ومن ذلك يتحقق صحة الفرض الرابع جزئياً.

توصيات الدراسة: من خلال ما تم التوصل إليه من نتائج توصي الدراسة بما يلي:

١- تعزيز المواطنة لدى الشباب من خلال بث الروح الوطنية وتعميق روح الانتماء لقضايا الوطن واحتياجاته والحفاظ على كينونته، والاستعداد للدفاع عنه في حالة تعرضه للخطر سواء أكان خطراً

داخليًا أو خارجيًا يستهدف استغلاله وسيادته.

٢- توعية شباب الجامعات خاصًا الإناث بالأسباب التي تهدد مظاهر ومؤشرات الانتماء الوطني من خلال إقامة الندوات لتوجيه أفكارهم نحو العمل المثمر المساهم في بناء المجتمع والتحفيز من الأفكار التي تساعد على هدم المجتمع.

٣- تشجيع الأبناء على استخدام وسائل مواقع التواصل الاجتماعي بصورة جيدة حتى لا يؤثر على علاقتهم وأدوارهم الاجتماعية سواء مع أفراد أسرهم، أو أقاربهم، أو المجتمع.

٤- ضرورة قيام الأسرة بتنمية إحساس الأبناء بالمسئولية الاجتماعية من خلال العمل على غرس قيم الاحترام والنظام وإعطاء المثل والقُدوة في الإيجابية والمشاركة الوجدانية وإشراك أبنائهم في الممارسات الإيجابية حسب قدراتهم، وبالتالي تنمية شعورهم بالمسئولية تجاه انفسهم وأسرتهن ومجتمعهم.

٥- تدريب الشباب الجامعي علي خطوات ومهارات تدعيم الانتماء من خلال برامج إرشادية متطورة تعدها الجامعات.

المراجع:

ابن منظور، أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم. (٢٠٠٤). "لسان العرب". ط١، دار راصد: بيروت، لبنان.

أبو خطوة، السيد عبد المولى السيد والبا، أحمد نصحي أنيس الشرييني. (٢٠١٤). "شبكة التواصل الاجتماعي وأثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين"، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، الجامعة الخليجية، مملكة البحرين، ٧(١٥)، ص ١٨٧-١٩٥.

أبو زيد، طاهر حسن. (٢٠١٢). "دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية". رسالة ماجستير، غير منشورة كلية التربية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.

أبو سكيئة، نادية حسن ومصطفى، محمد محمد حسين وديدر، إيناس ماهر الحسيني وقنصوة، رابوة أنور السيد. (٢٠٠٧). "فاعلية برنامج تدريبي لتنمية المفاهيم السياسية لدى الأطفال في ضوء قيم الانتماء الأسرى". مجلة الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، ١٧(٣)، ص ٥٣-٩٦.

أبو عامر، شيماء عبد النبي. (٢٠١٢). "دور الانترنت في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدي الشباب- دراسة تطبيقية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة طنطا.

التبثيتي، نايف بن جابر بن محمد. (٢٠١٣). "الانتماء الأسري والمدرسي لدي عينة من طلاب المرحلة الثانوية بمدينة جدة وقرية له بمحافظة الطائف". رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة أم القرى، السعودية.

الحربي، عبد الله بن رمزي بن عبد الله. (٢٠١٠). "الانتماء الوطني وعلاقته ببعض متغيرات الشخصية لدي عينة من طلاب المرحلة الثانوية بمدينة مكة المكرمة وجدة". رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة أم القرى، السعودية.

- الحليبي، خالد سعود. (٢٠٠٩). "مهارات التواصل مع الأولاد كيف تكسب ولدك، ط١، مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- السقا، مها زكريا صالح. (٢٠٠٠). "الانتماء الأسري ومستوي التحصيل الدراسي لتلاميذ المرحلة الإعدادية لأهميات عاملات وغير عاملات-دراسة وصفية مقارنة". رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- الشريف، زينب أبو بكر محمد. (٢٠١٦). "برنامج تدريبي لتنمية الانتماء لتحسين بعض مظاهر الصحة النفسية لدى طلاب المرحلة الثانوية". مجلة البحث العلمي في التربية، العدد (١٧)، ص ٢٩١: ٣١٩.
- الشقير، عبدالرحمن بن عبدالله. (٢٠١١). "موقف الشباب الجامعي من قيم التحديث". جامعة الملك سعود: الرياض.
- العلي، صالح. (٢٠١٥). "مهارات التواصل الاجتماعي". ط١، دار الحامد: عمان، الأردن.
- العمار، خالد. (٢٠١٤). "إيمان الشبكة المعلوماتية (الإنترنت) وعلاقته ببعض المتغيرات لدى طلبة جامعة دمشق- فرع درعا". مجلة جامعة دمشق، ١(٣)، ص ٣٩٥: ٤٣٨.
- اللبان، شريف درويش. (٢٠٠٩). "تكنولوجيا الاتصال والمجتمع القضايا والإشكالات". ط١، دار العالم العربي: القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- النعيم، عزيزة. (٢٠١٠). "القيم والعلاقات الافتراضية بين الشباب". جامعة الملك سعود، الرياض.
- حسين، نجلاء سيد. (٢٠١٣). "ثقافة الحوار وعلاقتها ببعض قيم الانتماء الأسري لدى الأبناء المراهقين". مجلة بحوث التربية النوعية، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.
- حمداوي، جميل. (٢٠١٥). "التواصل اللساني والسميائي والتربوي". ط١ www.alukah.net
- خريبه، صفاء صديق. (٢٠١١). "العلاقة بين العنف والانتماء لدى طلبة الجامعة". مجلة دراسات عربية في علم النفس، ١٠(٤)، ص ٦٤١-٦٩٩.
- خليل، حمزة السيد حمزة. (٢٠١٢). "استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير 2011 المصرية والإشاعات المتحققة منها". رسالة ماجستير، كلية التربية النوعية، جامعة طنطا، مصر.
- خميس، أحمد حسن. (٢٠١١). "تعلم الإنترنت، المركز المصري لتبسيط العلوم". ط١، دار القلم العربي: الإسكندرية، جمهورية مصر العربية.
- زايد، سامي مصطفى كامل أحمد. (٢٠٠٩). "استخدام طريقة العمل مع الجماعات في تدعيم قيمة الانتماء لدى طفل الشارع". مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، جامعة حلوان، ٥(٢٦)، ص ٢٣٠٩-٢٣٤٥.
- شفيق، حسنين. (٢٠١٤). "الإعلام الجديد الأدوات والتقنية". دار فكر وفن، مدينة السادس من أكتوبر: جمهورية مصر العربية.

شمس الدين، فتحي. (٢٠١٣). "شبكات التواصل الاجتماعي والتحول الديمقراطي في مصر". ط ١، دار النهضة العربية: القاهرة، جمهورية مصر العربية.

سقر، نورهان محمد علي السيد. (٢٠١٣). "أسلوب استخدام الهاتف المحمول والإنترنت وعلاقتها بمشكلات طلاب الجامعة". رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.

طنطاوى، نسرين عادل حسن محمد. (٢٠٠٨). "فاعلية برنامج متكامل لتنمية الانتماء للوطن لدى أطفال المرحلة الابتدائية". مجلة دراسات الطفولة بمعهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ١١(٤١)، ص ٢٧٠.

عز العرب، إيمان محمد. (٢٠٠٣). "ملاح التغيير في الأسرة المصرية في ظل مجتمع المعلومات ودراسة ميدانية الاتجاهات أرياب الأسرية والحضارية نحو دور التقنية الحديثة في التنشئة الاجتماعية للأبناء". الندوة السنوية التاسعة بعنوان الأسرة المصرية وتحديات العولمة، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، جمهورية مصر العربية.

عسلي، محمد إبراهيم وأبو سليخة، عفيفة أحمد. (٢٠١٦). "التطرف وعلاقته بضعف الانتماء لدى الشباب الجامعي بمحافظة غزة"، مجلة العلوم الاجتماعية، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت.

علي، تاعوينات. (٢٠٠٩). "التواصل والتفاعل في الوسط المدرسي"، دار المعهد الوطني لتكوين مستخدمي التربية وتحسين مستواهم، الجزائر.

عوض، حسني. (٢٠١٣). "أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب - تجربة مجلس شبابي"، جامعة القدس.

محمد، ثابت والطائي، زكري. (٢٠٠٩). "الانتماء الاجتماعي لدى طلبة كلية التربية الأساسية وعلاقة ببعض المتغيرات، مجلة التربية والعلم، ١٦(١).

محمد، نزيه محمد. (٢٠١٠). "تعلم بدون تعقيد الفيس بوك Facebook"، ط١، دار القلم العربي: الإسكندرية، جمهورية مصر العربية.

نعيسة، رغداء علي. (٢٠١٥). "السلوك الفوضوي وعلاقته بمستوى الانتماء الأسري والمدرسي لدى عينة من طلبة الأول الثانوي"، مجلة اتحاد الجامعات العربية للتربية وعلم النفس، كلية التربية، جامعة دمشق.

نويصر، سحر محمد شلبي وهبه الله أنور لبن. (٢٠١٨). "الهوية الثقافية لرواد المجتمعات الافتراضية (دراسة اجتماعية بريف محافظة الشرقية)، مجلة الزقازيق للبحوث الزراعية، كلية الزراعة جامعة الزقازيق، ٤٥(٣).

يونس، بسمه حسين عيد. (٢٠١٦). "إدمان شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاضطرابات النفسية لدى طلبة الجامعة في محافظة غزة"، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة الأزهر، غزة.

Beer, David (W.d.). Social network(ing) sites revisiting the story so far: A response to danah boyd & Nicole Ellison, **Journal –of– Computer-**

Mediated Communication, 13(2).

- Berter Han.(2002) .**The Youth :The Best Way for Achieving our Development**, New York Safa press, p130
- D.Kissler.lance.Conect ED .(2010)."**Promoting Hitcher Education via social media to Millenaries**, partial fulfillment of the Requirements for the Degree "Master –of–science in communications fall.
- Gray bill ,Micapaige .(2010)."**The use of face book ASA communication Tool in Agricultural –Related social Movements**, The Require ments for The Dgree of Master–of– science December
- Livet-Jones, Tracy ; Higgins, Isabel; Lathleen, Judith and McMillan, Margaret .(2009). The duration of clinical placements :A key influence on nursing students' experience of belongingness. **Journal of Advanced Nursing**, 26 (2),p 8-9.
- Nalwa, K. & Anand, A. (2003). "Internet addiction in students: A case of Concern". **Cyber psychology& behavior**, Vol. 8, pp.653-656.
- Nie, Norman and Erbing, Lutz. (2000). **Internet and Society: A preliminary Report**. Standford Institute for the Quantitative study of Society. Intersurvey Inc., and Mckinsey.
- Walsh, Shari; White, Katherine & Young, Ross .(2009). Phone connection : A qualitative exploration of how belongingness and social identification relate to mobile phone use amongst Australian youth, **Journal of Community & Applied Social Psychology**, V 19, 225-240.