

استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر وعلاقته برأس المال الاجتماعي

دراسة مسحية على عينة من طالبات جامعة الملك سعود وجامعة الملك عبدالعزيز

أ. وجدان فيصل حامد العوفي

معيد بقسم مهارات الاتصال كلية العلوم والآداب برايف
جامعة الملك عبدالعزيز

مقدمة:

تعدّ شبكة الإنترنت -اليوم- أداة اتصال وتواصل بين كلّ الأفراد في جميع أنحاء العالم، ويستخدم في الوقت الحالي مئات الملايين من الأشخاص شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت، للتواصل ولمشاركة الخبرات مع الآخرين، فهي تسمح للأشخاص بإنشاء صفحات تحمل لمحات ومعلومات شخصية عنهم، كالصور والاهتمامات، كما أصبحت أداة مهمة لبناء الصداقات، والحفاظ على العلاقات الأسرية، عن طريق السماح للأشخاص أن يشاركوا بسهولة أفكارهم الشخصية، وصورهم، وإنجازاتهم (Wilcox and Stephen, 2013, p2)، ويعد موقع تويتر من أكثر مواقع التواصل سهولة من بين المواقع المتوفرة حالياً، مع إمكانية إرسال واستقبال فوري للتغريدات القصيرة، ومشاركتها مع الآخرين وعندما يتم استخدامه بشكل فعال، فإنه مليء بالفرص والموضوعات التي تساعد الطلاب على التعلم والقيادة، وذلك بسبب ارتكازه على أهمية اتصال أفكار الآخرين مع أفكارك، ويشير أكوستا (Acosta) إلى أن ١٥٪ من الراشدين يستخدمون موقع تويتر بشكل منتظم، أي: أن مستخدمي تويتر من الأعمار التقليدية لطلبة الجامعات، وحوالي ٣١٪ من الأعمار ما بين ١٨ - ٢٤ يستخدمون موقع تويتر إضافة إلى أن ٢٠٪ يستخدمونه باعتباره عنصراً أساسياً بشكل يومي (Acosta, 2014, p11)، كما أن المشاركة عبر موقع تويتر يمكن أن تساعد المستخدمين في تكوين رأس المال الاجتماعي وتوسيع شبكاتهم الاجتماعية (Acosta, 2014, p12). ويصف مفهوم رأس المال الاجتماعي الفوائد التي يتلقاها الأفراد من العلاقات الاجتماعية والتفاعلات مثل: الدعم المعنوي، وعرض مختلف الأفكار، والوصول إلى المعلومات (Ellison steinfeld and lampe, 2010, p874).

مشكلة الدراسة:

يحتل الاتصال مكانة مهمة في حياة البشر، فهو العملية التي نقوم من خلالها بتبادل الأفكار والمعلومات مع الآخرين، وتحقيق العديد من الاحتياجات الإنسانية، كالحاجة إلى التفاعل والتواصل مع الآخرين، والتعبير عن النفس وتقدير الذات. وانطلاقاً من هذه الحاجة نلاحظ أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت وسيلة مهمة للتواصل الاجتماعي، وتبادل المعلومات والأفكار بين المستخدمين بل أصبحت أحد أهم الأنشطة اليومية في حياتهم.

تسهم - كذلك - هذه المواقع في بناء العلاقات الاجتماعية والحفاظ عليها، وبهذه الطريقة تسهّل مواقع الشبكات الاجتماعية التفاعلات على الإنترنت، ومع ذلك تختلف طبيعة التواصل من موقع إلى آخر إذ تعتمد العلاقات في موقع تويتر على الصداقات الأحادية الاتجاه والتي لا تحتاج إلى تأكيد الصداقة أو المتابعة من الطرفين كالفيس بوك -على سبيل المثال- وبالتالي قد تؤثر مثل هذه الآليات الخاصة بالمواقع على تكوين رأس المال الاجتماعي.

ونظراً للمزايا التي يوفرها موقع تويتر لمستخدميه، باعتباره وسيلة للتواصل مع الآخرين، وتزايد أعداد المستخدمين في المملكة بنسبة ٥٣٪ من مستخدمي تويتر في المنطقة، وذلك بحسب ما أشار إليه تقرير قمة رواد التواصل الاجتماعي الصادر في مارس ٢٠١٥، تسعى هذه الدراسة إلى البحث في موقع تويتر، بوصفه أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداماً في المملكة، وعلاقة هذا الاستخدام برأس المال الاجتماعي، وما ينتج عن ذلك من تدعيم علاقات قائمة بالفعل في الواقع، وإنشاء علاقات جديدة، وعلاقة ذلك بالثقة في العلاقات الاجتماعية، وتقدير الذات، ومهارات التواصل الاجتماعي. وتأسيساً على ما تقدم تحدد مشكلة الدراسة فيما يلي: ما العلاقة بين استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر ورأس المال الاجتماعي؟

أهمية الدراسة:

تعد هذه الدراسة من أوائل الدراسات التي ستناول علاقة تويتر بتكوين رأس المال الاجتماعي، فقد لاحظت الباحثة -في حدود اطلاعها- ندرة في الدراسات الإعلامية، خاصة في مجال التفاعلات بموقع تويتر ورأس المال الاجتماعي المتحقق منه في المجتمع العربي بشكل عام، والمجتمع السعودي بشكل خاص، كذلك عدم وجود دراسات سابقة طبقت على الإناث للتحقق من رأس المال الاجتماعي لديهن عبر

موقع تويتر - وذلك في حدود اطلاع الباحثة- إذ تعد هذه الفئة من أكثر الفئات استخداماً لمواقع الشبكات الاجتماعية حيث تمثل نسبة مستخدمي تويتر الإناث في المنطقة العربية بحسب سلسلة تقارير الإعلام الاجتماعي العربي ٦, ٣٦٪، وهي نسبة أعلى بقليل من الإناث اللاتي يستخدمن الفيس بوك في المنطقة.

- تعد هذه الدراسة من الدراسات البينية التي تربط بين الإعلام والاجتماع، إذ إنّ مفهوم رأس المال الاجتماعي ظهر في أدبيات علم الاجتماع وتناولته الدراسات الإعلامية -حديثاً- في حدود اطلاع الباحثة.

أهداف الدراسة:

- ١- التعرف على مدى كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لموقع تويتر.
- ٢- التعرف على طبيعة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لموقع تويتر.
- ٣- التعرف على أنماط الأنشطة الاجتماعية التي تمارسها الطالبات عبر موقع تويتر.
- ٤- التعرف على العلاقة بين كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال الاجتماعي الترابطي.
- ٥- التعرف على العلاقة بين كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال الاجتماعي التواصلي.
- ٦- التعرف على العلاقة بين كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال الاجتماعي لديهن، وفقاً للمتغيرات الوسيطة التالية: (الثقة في العلاقات الاجتماعية عبر تويتر، تقدير الذات، مهارات التواصل الاجتماعي).
- ٧- التعرف على الفروق في رأس المال الاجتماعي عبر تويتر بين طالبات الجامعات السعودية، وفقاً للمتغيرات الديموغرافية التالية: (السن، المستوى الاجتماعي والاقتصادي، طبيعة الدراسة).

تساؤلات الدراسة:

- ١- ما مدى كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لموقع تويتر؟
- ٢- ما طبيعة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لموقع تويتر؟
- ٣- ما أنماط الأنشطة الاجتماعية التي تمارسها الطالبات عبر موقع تويتر؟
- ٤- ما العلاقة بين كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال الاجتماعي الترابطي؟

- ٥- ما العلاقة بين كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال الاجتماعي التواصلي؟
- ٦- ما العلاقة بين كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال الاجتماعي لديهن عند التحكم في المتغيرات الوسيطة التالية: الثقة في العلاقات الاجتماعية عبر تويتر، تقدير الذات، مهارات التواصل الاجتماعي؟
- ٧- هل يوجد فروق في رأس المال الاجتماعي المتحقق عبر تويتر، وفقاً لمتغير السن، والمستوى الاجتماعي والاقتصادي، وطبيعة الدراسة؟

فروض الدراسة:

- ١- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ومعدل تحقيق رأس المال الاجتماعي (الترابطي والتواصلي) لديهن.
- ٢- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال الاجتماعي، تبعاً للمتغيرات التالية:
- أ- الثقة في العلاقات الاجتماعية عبر تويتر.
- ب- تقدير الذات.
- ج- مهارات التواصل الاجتماعي.
- ٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طالبات الجامعات السعودية على مقياس رأس المال الاجتماعي، نتيجة استخدامهن تويتر، وفقاً للمتغيرات الديموغرافية التالية: (السن، المستوى الاقتصادي والاجتماعي، طبيعة الدراسة).

المفاهيم الاجرائية للدراسة:

- **الاستخدامات:** يقصد بمفهوم الاستخدامات في هذه الدراسة بأنها عملية التصفح التي تقوم بها الطالبة على موقع تويتر، وكثافة الوقت الذي تقضيه على هذا الموقع، وطبيعة استخداماتها له، وأنماط الأنشطة الاجتماعية التي تمارسها على تويتر، كالتواصل مع الأهل والأصدقاء، والتعرّف على أصدقاء جدد، ومتابعة أخبارهم الاجتماعية، والتغريد والتعبير عن الأفكار.

- **رأس المال الاجتماعي:** يعرف رأس المال الاجتماعي في إطار هذه الدراسة بأنه حصيلة لاستخدام شبكة تويتر، وما ينشأ عنها من توسيع الأفراد لعلاقاتهم الاجتماعية، واكتساب صداقات جديدة، أو تدعيم العلاقات الواقعية القائمة بالفعل

عبرها، وما ينتج عن هذا التفاعل من فوائد سواء في المجتمعات الافتراضية والواقعية. ويشير رأس المال الاجتماعي الترابطي إلى العلاقات القوية، كعلاقات الأهل والأصدقاء، بينما يشير رأس المال الاجتماعي التواصللي إلى العلاقات الضعيفة، والتي تكون خارج دائرة الأهل والأصدقاء.

- **الثقة في العلاقات الاجتماعية عبر تويتر:** تعرف الثقة في العلاقات الاجتماعية عبر تويتر في هذه الدراسة بأنها الدرجة التي تمكن المستخدم من التفاعل مع الآخرين عبر تويتر، بحيث يكون متأكداً من أن الآخرين لن يتسببوا في إلحاق أي ضرر له، كما أنهم لن يتصرفوا أي تصرفات انتهازية نحوه.

- تقدير الذات:

ويقصد بمفهوم تقدير الذات في إطار هذه الدراسة ، بأنه فكرة أو صورة المرء عن نفسه، سواء كانت هذه الصورة سلبية أم إيجابية.

- مهارات التواصل الاجتماعي:

وتُعرّف مهارات التواصل الاجتماعي في إطار هذه الدراسة بأنها القدرة على التعرف على الإشارات غير الشفاهية، على سبيل المثال عندما يصاب الصديق بالملل، حيث إن مواقع شبكات التواصل الاجتماعي تقدم طرقاً عديدة للاتصال الاجتماعي صالحة لأي من هؤلاء الذين لا يشعرون بالراحة في التفاعل وجهاً لوجه، وتحدد في مهارة التحدث مع الآخرين في معيار الراحة مع «الدردشة الاجتماعية» (burke, et al., 2011, p 6).

- الإطار النظري للدراسة:

تستند هذه الدراسة إلى نظرية رأس المال الاجتماعي والتي تعبر عن الشبكات الاجتماعية، والعلاقات بين الأشخاص، والمعايير المرتبطة للتبادل، والثقة التي أنشئت عن تلك الشبكات، والتي تسهل عملية التنسيق والتعاون بين أفراد المجتمع، بهدف تحقيق المنافع المتبادلة (عبد الجليل، ٢٠١٣، ص ٣١).

كما تنص النظرية على أن الناس يتعاملون بشكل أفضل عندما يتصلون بالآخرين، بسبب المنافع الكامنة في العلاقات الاجتماعية، هذه المنافع تشمل الالتزامات التي قد يشعر بها الأشخاص المرتبطين تجاه بعضهم البعض، والشعور بالتضامن، والمعلومات

الذين هم على استعداد لمشاركتها، والخدمات الذين هم على استعداد لأدائها، وبالتالي فالأشخاص المرتبطون اجتماعياً يملكون ملاذاً من مخزون «رأس المال»، يمكنهم أن يستخدموه عند الحاجة (Small, 2009, p 6).

ويعد الرأسمال الاجتماعي بناء متعدد الأبعاد، يستند إلى الشبكات الاجتماعية للأفراد وآثارها المتوقعة، ويمكن التمييز بين ثلاثة أبعاد خاصة بالرأسمال الاجتماعي: السلوكية، والشخصية، والداخلية، ترتبط المجالات الداخلية الخاصة بالفرد برضا الأفراد بالحياة، ويشير المجال الشخصي للأفراد إلى الثقة فيما بين الأفراد، التي تسمى أيضاً- بالثقة الاجتماعية والثقة المعممة في الآخرين، وتتضمن المجالات السلوكية مشاركة الأفراد النشطة في الأنشطة السياسية والمدنية (Valenzuela, park, kee, 2009, p877).

ويؤكد فوكاياما Fukuyama أن رأس المال الاجتماعي لا يتكون بشكل تلقائي أو عرضي، وإنما يتكون عبر مجموعة من التفاعلات الاجتماعية والثقافية، التي تفرز قيماً مختلفة تميز المجتمعات عن بعضها (عبد الحميد، ٢٠١٠، ص ٤١).

- وتنهض نظرية رأس المال الاجتماعي على عدد من الافتراضات، أهمها:
- كلما زادت المشاركة التطوعية في الجمعيات، نما رأس المال الاجتماعي في المجتمع.
- كلما زادت المساندة والدعم المتبادل في المنظمة، نما رأس المال الاجتماعي.
- يؤدي الإعلام السلبي إلى غياب وتقليل رأس المال الاجتماعي (السروجي، ٢٠٠٩، ص ٣٩، ٤٠).
- كلما ازداد مستوى ودرجة الثقة في الشبكات الاجتماعية، ازداد التفاعل والاتصال والتعاون المتبادل بين الناس في المجتمع (السروجي، ٢٠٠٩، ص ٧٥).
- كلما زادت الموارد الاجتماعية ذات الجودة العالية، التي يمكن أن يكتسبها الفرد عن طريق شبكته، كان رأس المال الاجتماعي الفردي الذي يحصل عليه أفضل (Rostila, 2011, P327).

- كلما زاد عدد الأشخاص الذين تعرفهم، وزادت مشاركتك للتوقعات المشتركة معهم، تكن ثرياً في رأس المال الاجتماعي (filed, 2008, p10).

ومن المكونات الرئيسة لمفهوم رأس المال الاجتماعي:

- ١- رأس المال الاجتماعي الترابطي: يتميز هذا الشكل بالروابط الاجتماعية القوية التي تربط بين عناصره، مثل: العلاقات بين أفراد الأسرة، وهذه العلاقات تعتمد في كثير من الأحيان على درجة عالية من الثقة فيما بين الأفراد، والتي تكون مفيدة في التغلب على تجاوز مصاعب الحياة (عبد الجليل، ٢٠١٣، ص ٣١).

٢- رأس المال الاجتماعي التواصلي: هو رأس المال الاجتماعي القائم على الروابط التي يشكلها الأفراد خارج نطاق دائرتهم، وتعرف بالروابط الضعيفة، ويعدّ رأس المال الاجتماعي القائم على التواصل مسؤولاً عن تنسيق العمل بين المجموعات المختلفة، ويمد المجموعات الأكثر كثافة بالمعلومات الجديدة والموارد (Sajuria, Hudson, Theocharis, 2015, P7).

مراجعة بعض الدراسات السابقة:

فيما يلي تستعرض الباحثة عدد من الدراسات السابقة حول الموضوع تم تقسيمها إلى محورين، هما:

أولاً: دراسات حول مواقع الشبكات الاجتماعية، ورأس المال الاجتماعي:
١. دراسة ويقن وزملاؤه (Wei Qin et al., 2016) رأس المال الاجتماعي على الفيس بوك: تأثير الشخصية على سلوك الاتصال عبر الإنترنت.

سعت هذه الدراسة إلى دراسة تأثير الشخصية الاجتماعية والانطوائية على أساليب التواصل عبر الإنترنت في موقع الفيس بوك، كالبدء في التواصل، والبحث عن المعلومات، والمحافظ على العلاقات، وكمية رأس المال الاجتماعي الذي يحصل عليه الأشخاص الاجتماعيون والانطوائيون على الفيس بوك، تم تطبيق هذه الدراسة على عينة شملت (281) طالباً في إحدى الجامعات الاسترالية، وأثبتت نتائج الدراسة أن الخصائص الشخصية لها تأثير على تكوين العلاقات عبر الإنترنت، حيث بينت النتائج أن الأشخاص الاجتماعيين كانوا أكثر نشاطاً على الفيس بوك في التفاعل مع الأصدقاء المعروفين، مما أدى إلى زيادة رأس المال الاجتماعي، كما أوضحت أن الأشخاص الانطوائيين الذين لديهم صعوبات في العلاقات الاجتماعية لا يبدو أنهم قادرون على زيادة رأس المال الاجتماعي من خلال الفيس بوك، وأشارت الدراسة -أيضاً- إلى أن المبادرة بالاتصال مع الغرباء لم يؤدّ إلى زيادة في رأس المال الاجتماعي، بل أن استخدام الفيس بوك للحفاظ على الصداقات والعلاقات المحددة مسبقاً، أدى إلى زيادة رأس المال، واستخلاص المزيد من الموارد.

٢. دراسة ساجوريا وزملاؤه (Sajuria, et al., 2015) رأس المال الاجتماعي التواصلي والترابطي في الشبكات المتصلة عبر الإنترنت.

سعى هذا البحث إلى التحقيق في ادعاء بوتنام، الذي يرى أن التفاعلات عبر الإنترنت لا يمكن أن تدعم رأس المال الاجتماعي، وذلك من خلال دراسة تشكل رأس المال

الاجتماعي القائم على التواصل والترابط في الشبكات المتصلة عبر الإنترنت، وذلك من خلال التركيز على الهاشاج الذي يسمح بملاحظة الأشخاص الذين لديهم أقل مستوى من الالتزام في المناقشات حول حركة الاحتجاجات (حركة احتلال شارع وول التي قامت في عام ٢٠١١، وحملة التصدي للجوع في عام ٢٠١٣، والانتخابات الرئاسية التشيلية التي جرت في نفس العام)، هم هدف الدراسة بالتحديد، وأوضحت النتائج عكس ما قاله بوتنام، بأن الشبكات المتصلة عبر الإنترنت تثبت وجود رأس المال الاجتماعي، حيث أثبتت نتائج الدراسة -للمرة الأولى- بأنه يمكن للشبكات المتصلة بالإنترنت أن تقدم ملامح تأسيسية لرأس المال الاجتماعي، كما أن رأس المال الاجتماعي القائم على الترابط عبر الإنترنت يصبح أكثر فاعلية من التوقعات النظرية في تكوين الشبكات القريبة، وترى الدراسة بأنه يمكن للعلاقات عبر الإنترنت أن تعتمد إلى نقل المعلومات أكثر من اعتمادها على السمات الشخصية لتلك التفاعلات، مثل: المواقع الجغرافية، والنوع، والعرق، ومن الممكن -أيضاً- أن تكون لها تبعيات، وفقاً لأنواع المصادر التي يمكن لهم أن يحشدوها.

٣. دراسة هوفر وأوبيرت (Hofer & Aubert, 2013) فهم رأس المال الاجتماعي الترابطي والتواصلية على تويتر: الفرق بين التابعين والمتبوعين. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير عدد من التابعين والمتبوعين من مستخدمي تويتر على رأس المال الاجتماعي، من خلال عينة من المستخدمين لتويتر وبواسطة أداة الاستبيان عبر الإنترنت، بلغت عينة الدراسة (٢٦٤) مفردة، وأشارت النتائج إلى أن أشكال رأس المال الاجتماعي يمكن أن تتولد على تويتر، وأن رأس المال الاجتماعي الترابطي يتأثر بعدد الاتباع، بينما يتأثر رأس المال التواصلية بأعداد المتبوعين، وبالتالي فإن نموذج الصداقة على شبكة تويتر يؤثر على مختلف أشكال رأس المال الاجتماعي وبشكل مختلف، وأشارت -أيضاً- إلى أن مستويات رأس المال الاجتماعي التواصلية أعلى من رأس المال الاجتماعي الترابطي، وعدم وجود علاقة بين استخدام تويتر، ورأس المال الاجتماعي الترابطي على الإنترنت.

٤. دراسة (الشامي، ٢٠١٣) حول مواقع التواصل الإلكتروني، ورأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي.

سعت هذه الدراسة إلى البحث عن طبيعة العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على الفيس بوك، وبين تحقق مظاهر رأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي، تم تطبيق الدراسة على عينة بلغ قوامها (٣٥٦) مفردة من البالغين السعوديين المقيمين في مدينة الرياض، وخلصت النتائج إلى وجود عوامل وسيطة نفسية واجتماعية وإعلامية عديدة، من شأنها التأثير على معدلات استخدام الفيس بوك في علاقتها بتحقيق مظاهر رأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي، أيضاً بينت النتائج وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدام الفيس بوك، وبين معدلات تحقق مظاهر رأس المال الاجتماعي بمستوياته اللذين تبنتهما النظرية، وهما: رأس المال الاجتماعي التواصلي، ورأس المال الاجتماعي الترابطي، كما بينت إلى أنه لا يوجد تأثير لمتغير تقدير الذات على طبيعة العلاقة بين كثافة استخدام الفيس بوك، وبين رأس المال الاجتماعي التواصلي، وأشارت -أيضاً- إلى أن ارتفاع مهارات التواصل الاجتماعي بين مستخدمي الفيس بوك يؤدي إلى زيادة شدة العلاقة بين كثافة استخدامهم للفيس بوك، وبين معدلات رأس المال الاجتماعي الترابطي.

٥. دراسة بورك وزملاؤه (burke, et al., 2011) رأس المال الاجتماعي عبر الفيس بوك: تمييز الاستخدامات والمستخدمين.

هدفت هذه الدراسة إلى التحقق من تأثيرات رأس المال الاجتماعي عبر الفيس بوك، من خلال الاعتماد على: أنواع أنشطة المواقع، والاستهلاك السلبي لنشرات الأخبار الاجتماعية، والفروق الفردية بين المستخدمين، والتي تشمل على مهارات التواصل الاجتماعي، وتقدير الذات، تم تطبيق هذه الدراسة على عينة قوامها (415) مفردة من مستخدمي الفيس بوك، وأوضحت نتائج الدراسة ما يلي: أن الأنشطة المختلفة على الموقع لا تتساوى في القيمة، حيث يرتفع رأس المال الاجتماعي على الأخص مع التواصل الموجه، ولكن ليس مع الاستفادة من الأخبار أو النشر، وأن هناك مؤثرات أساسية على مهارة التواصل الاجتماعي، وتقدير الذات، حيث إن الأشخاص الذين يتمتعون بمهارة تواصل أعلى أو تقدير أعلى للذات لديهم مستويات أعلى من رأس المال الاجتماعي التواصلي والترابطي.

ثانياً : دراسات حول مواقع الشبكات الاجتماعية، وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية:

١. دراسة جوك (Gok,2016) آثار مواقع الشبكات الاجتماعية على الطلبة الدارسين وعاداتهم.

هدفت هذه الدراسة إلى فحص الآثار الإيجابية والسلبية لمواقع الشبكات الاجتماعية على الطلبة الذين يدرسون، وعاداتهم، وتم تطبيقها على (220) طالباً، وكشفت النتائج أن التكنولوجيا الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير سلبي على دراسة الطلاب والعادات، حيث أظهرت النتائج أن حوالي ٥٠٪ من الطلاب والطالبات يقضون ساعة ونصف على الهاتف الذكي في اليوم الواحد، وغالباً ما يستخدم لدعوة الأصدقاء، وإرسال الرسائل، والاستماع إلى الموسيقى، ومشاهدة الفيديو، ولاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية: (الفيس بوك، اليوتيوب، المدونات، تويتر)، كما بينت النتائج المتعلقة باستخدام الكمبيوتر والإنترنت أن أكثر من ٦٥٪ من الطلاب والطالبات يقضون أكثر من ساعتين على الكمبيوتر كل يوم.

٢. دراسة رحمان (Rahman,2016) تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الشخصية للشباب.

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الشخصية للشباب من بنغلاديش، وأنماط استخدامهم لهذه الشبكات، والغرض من استخدامهم، وشبكاتهم المفضلة، ودرجة الثقة من الأصدقاء عبر الإنترنت، كما شملت العينة (٢٥٠) طالباً من المرحلة الجامعية والدراسات العليا وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج، أهمها : إن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية له تأثير على العلاقات الشخصية للشباب، ولا سيما مع أعضاء العائلة والأصدقاء والمعلمين، كما أثبتت أن نسبة التواصل بين الشباب وأفراد أسرهم، وبين الشباب وأصدقائهم قد ازدادت، نظراً لتوافر مواقع الشبكات الاجتماعية، وبينت الدراسة أن ٥٠٪ من الطلاب يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية لأجل البقاء على اتصال مع الأصدقاء، وثاني أعلى غرض من ذلك هو البقاء على اتصال مع العائلة بنسبة ٢٢,٤٪، أما فيما يتعلق بدرجة الثقة في الصداقات عبر الإنترنت فقد بينت الدراسة أن درجة الثقة تجاه الناس الذين يجتمعون على الإنترنت منخفضة جداً.

٣. دراسة (الشهري، ٢٠١٣) أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية: فيس بوك، وتويتر نموذجاً.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تدفع الطالبات إلى الاشتراك في موقعي الفيس بوك وتويتر، والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية عن استخدام تلك المواقع، تم تطبيق هذه الدراسة على عينة مكونة من (150) طالبة، وأشارت الدراسة لعدد من النتائج، أهمها: إن من أهم الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيس بوك وتويتر، هو سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية، التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع، كما أن الطالبات استفدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقتهن القديمة، والبحث عن صداقات جديدة، والتواصل مع أقاربهن البعيدين مكانياً. وبينت النتائج -أيضاً- وجود علاقة ارتباط طردية بين متغيري العمر، والمستوى الدراسي، وعدد الساعات، وبين أسباب الاستخدام، وطبيعة العلاقات الاجتماعية.

٤. دراسة ستاين و الكسندر (Steijn & Alexander, 2013) العلاقة بين تبادل المعلومات، والعلاقات على مواقع الشبكات الاجتماعية.

سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين تبادل المعلومات الشخصية، وتطوير العلاقات في سياق مواقع الشبكات الاجتماعية، وأظهرت النتائج وجود تأثير إيجابي على العلاقات من خلال تبادل المعلومات على مواقع الشبكات الاجتماعية، وعلاوة على ذلك يحدث تطور في العلاقات، خاصة بين المعارف والأصدقاء، كما أن الوظائف العامة لمواقع الشبكات الاجتماعية تسهم كثيراً في تطوير هذه العلاقات، حيث تشير النتائج إلى أن الإفصاح الذاتي عن المعلومات للعامة، والتي في العادة ما تكون محفوظة للأصدقاء المقربين والعائلة تؤثر على العلاقات بطريقة جلية. كما أسفرت الدراسة عن أن المشاركين الذين تقاسموا المعلومات بشكل أكثر في ملفاتهم الشخصية أقل عرضة للعلاقات السلبية، مثل: انخفاض الثقة والألفة بين الأفراد.

٥. دراسة (النعيم، ٢٠١٠) المجتمع الافتراضي والقيم والعلاقات الافتراضية بين الشباب: دراسة ميدانية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أسباب انجذاب الأشخاص للمجتمع الافتراضي، والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية في المجتمعات الافتراضية،

والتعرف على تأثير العلاقات الافتراضية على العلاقات الاجتماعية القائمة، بلغت عينة الدراسة (384) مفردة، وتوصلت النتائج إلى ما يلي: إن ٨٧,٧٪ يرون أن صداقتهم الحقيقية لم تتأثر بسبب استخدام الإنترنت، بل أفادت بعض الفتيات أنه على العكس فقد ساعد الإنترنت على التواصل مع الزميلات بشكل أيسر، أيضاً أثبتت الدراسة أن ٨١,٦٪ من العينة أجابوا بأنهم يشعرون بحرية التعبير عن الذات، وهي أحد الأسباب التي تدفعهم للانجذاب للمجتمع الافتراضي، كما أفاد ٣٤٪ من الشباب بخصوصية صفحاتهم، بحيث لا يشركون معهم إلا من يعرفونه مسبقاً، بينما أجاب ٢١,٦٪ بأنهم لم يجعلوها خاصة، ونسبة ١٥٪ جعلوا بعضاً منها خاصة، يستخدمها في موقع المدرسة أو الجامعة التي ينتمي إليها.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة التي أجريت حول رأس المال الاجتماعي، ومواقع الشبكات الاجتماعية، وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية يمكن استخلاص ما يلي:

- أكدت أغلب الدراسات على وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدام الفيس بوك، وبين تحقق رأس المال الاجتماعي، كما اتفقت أغلب الدراسات على أن استخدام الفيس بوك يدعم الروابط الضعيفة، أو رأس المال الاجتماعي التواصلي.
- على الرغم من وجود دراسات سابقة تناولت العلاقات الاجتماعية على شبكة الإنترنت، ومواقع الشبكات الاجتماعية، ترى الباحثة أن أغلب هذه الدراسات اعتمدت على منظور الاستخدامات والإشباع، كذلك تناول كثير منها موقع الفيس بوك، وقليل منها اهتم بدراسة العلاقات الاجتماعية في موقع تويتر.
- أفادت الدراسات السابقة الباحثة في اختيار النظرية المناسبة للمشكلة البحثية، وصياغة الفروض، وأهداف الدراسة، وتحديد متغيرات الدراسة، وطرق قياسها، وتفسير النتائج، وبالتالي تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في أنها ركزت على دراسة الشبكة الاجتماعية المكونة لرأس المال الاجتماعي على المستوى الفردي بموقع تويتر، وطبيعة استخدامات هذا الموقع بالتركيز على طالبات الجامعات السعودية في مدينتي الرياض وجدة، كما تناولت الجوانب الإيجابية لرأس المال الاجتماعي.

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، والتي تقوم على أساس الرصد والتوصيف الدقيق لعناصر ومتغيرات الظاهرة البحثية (اللبان، 2012، ص 76)، وتسعى الدراسات التحليلية إلى دراسة العلاقة بين متغيرين أو أكثر للتعرف على طبيعة العلاقة بينهما وتفيد النتائج في الإجابة عن تساؤلات البحث واختبار فروضه ومن ثم استنتاج تفسيرات لتلك العلاقات (زغيب، ٢٠٠٩، ص ١١٠).

منهج الدراسة:

استخدمت الدراسة منهج المسح ، وسيتم تطبيق هذا المنهج على عينة من طالبات الجامعات السعودية، بهدف التعرف على استخداماتهم لتويتر، وعلاقته بتحقيق رأس المال الاجتماعي الترابطي والتواصلية.

مجتمع البحث وعينته:

يحدد مجتمع الدراسة في طالبات الجامعات السعودية، وتم اختيار عينة الدراسة بواسطة العينة المتعددة المراحل.

ونظراً لامتداد النطاق الجغرافي لمجتمع الدراسة، وزيادة الوقت والجهد، لجأت الباحثة إلى هذه العينة، حيث شملت ٤٠٠ طالبة في مرحلة البكالوريوس، موزعات على ثمان مستويات في كل من: جامعة الملك سعود بمدينة الرياض، وجامعة الملك عبدالعزيز بمدينة جدة، وقد تم توزيع الاستبيان على النحو الآتي:

- تم توزيع الاستبيان بالتساوي بين الجامعتين، بواقع ٢٠٠ مفردة لكل جامعة موزعة على الكليات النظرية والعلمية (١٠٠ للكليات النظرية، ١٠٠ للكليات العلمية) وشملت الكليات النظرية: كلية الآداب والعلوم الإنسانية، وكلية التربية، أما الكليات العلمية شملت: كلية العلوم، وكلية علوم الحاسبات، ثم تم سحب عينة عشوائية بسيطة من الفصول الدراسية في هذه الكليات ووزعت الاستبانة على الطالبات في الفصول التي تم اختيارها بشكل عشوائي، وبعد التدقيق والمراجعة تم استرداد ٣٧٢ استبانة منها ١٧ استبانة غير صالحة للتحليل، لنقص بياناتها، وبالتالي تم إدخال ٣٥٥ استبانة للتحليل، واختبار الفرضيات.

أداة الدراسة:

قامت الباحثة باستخدام أداة الاستبيان لقياس متغيرات الدراسة، وتم تقسيم الاستبيان إلى سبعة محاور، تتمثل في :

المحور الأول: التعرف على مدى كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لموقع تويتر.

المحور الثاني: التعرف على طبيعة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لموقع تويتر.

المحور الثالث: التعرف على أنماط الأنشطة الاجتماعية التي تمارسها طالبات الجامعات السعودية عبر تويتر.

المحور الرابع: التعرف على العلاقة بين كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال الاجتماعي الترابطي.

المحور الخامس: التعرف على العلاقة بين كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال الاجتماعي التواصلي.

المحور السادس: التعرف على العلاقة بين كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال الاجتماعي، من خلال المتغيرات الوسيطة التالية: (الثقة

في العلاقات الاجتماعية عبر تويتر، تقدير الذات، مهارات التواصل الاجتماعي).
المحور السابع: البيانات الشخصية.

صدق الأداة وثباتها:

١. الصدق الظاهري للأداة:

تم التحقق من صدق الأداة من خلال عرض الاستبانة على (١١) محكماً في تخصصات الإعلام ومهارات الاتصال، وقد تم التعديل والإضافة والحذف على الاستبيان، واعتماده بشكله النهائي، بناءً على آرائهم وملاحظاتهم.

٢. صدق الاتساق الداخلي:

للتأكد من تماسك العبارات بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، نقوم بقياس صدق الاتساق الداخلي للأداة، من خلال بيانات استجابات أفراد الدراسة بحساب معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور، والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه.

جدول (١) معاملات الارتباط لكل عبارة من عبارات المحور بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه

م	معامل الارتباط						
	الارتباط موقع تويتر	نوع الاستخدام على تويتر	العلاقة بين كثافة استخدام طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال التواصلي	العلاقة بين كثافة استخدام طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال التواصلي	الثقة في العلاقات الاجتماعية عبر تويتر	تقدير الذات	مهارات التواصل الاجتماعي
١	**٠,٧٣٦	**٠,١٧٥	**٠,٧٥٣	**٠,٦٧٤	**٠,٥٨٤	**٠,٦٣٣	**٠,٤٩٥
٢	**٠,٧٠٢	**٠,٦٥٥	**٠,٨٧١	**٠,٧١٧	**٠,٤٣٢	**٠,٦٠٨	**٠,٦٤٣
٣	**٠,٨٤٦	**٠,٦٥٥	**٠,٣٧٥	**٠,٨٠٣	**٠,٥٦٧	**٠,٧٣٤	**٠,٤٣٣
٤	**٠,٨١٢	**٠,٧٠٠	**٠,٨١٦	**٠,٦٠٩	**٠,٤٦٩	**٠,٧٦٨	**٠,٤٣٢
٥	**٠,٧٣٠	**٠,٧٠٢	**٠,٧٨٣	**٠,٧٠٢	**٠,٥٠٣	**٠,٧٧٩	**٠,٦٤٠
٦	**٠,٨٠٦	**	**٠,٧٧١	**٠,٦٩٧	**٠,٥٦٧	**٠,٧٤٢	**٠,٧٠٣

(**) دالة عند ٠,٠١

يتضح من الجدول رقم (١) أن جميع معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١)، مما يشير إلى الاتساق الداخلي بين فقرات المحور، والدرجة الكلية للمحور.

٣. ثبات الأداة:

تم حساب ثبات الأداة باستخدام معادلة ألفا كرونباخ، ويوضح الجدول رقم (٢) قيمة معامل الثبات لكل جزء من أجزاء الاستبانة.

الجدول (٢) قيم معاملات الثبات لكل محور من محاور الاستبانة

المحور	معامل الثبات
الارتباط بموقع تويتر.	٠,٨٦٤
نوع الاستخدام على تويتر.	٠,٨٠٦
العلاقة بين كثافة استخدام طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال الترابطي.	٠,٨٢٦
العلاقة بين كثافة استخدام طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال التواصل.	٠,٧٩١
الثقة في العلاقات الاجتماعية عبر تويتر.	٠,٨٤٥
تقدير الذات.	٠,٧٩٨
مهارات التواصل الاجتماعي.	٠,٨٧٠

ويتضح من الجدول رقم (٢) أن قيم معاملات الثبات مرتفعة، مما يدل على أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات.

٤. الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

تم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، وذلك من خلال الأساليب الإحصائية التالية:

١. معامل ألفا كرونباخ، لحساب ثبات الأداة.
٢. معامل ارتباط بيرسون، لتحديد مدى الاتساق الداخلي لأداة الدراسة.
٣. التكرارات والنسبة المئوية، لوصف أفراد الدراسة.
٤. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، لمعرفة اتجاهات استجابات أفراد العينة.
٥. معامل ارتباط بيرسون، لمعرفة العلاقة بين المتغيرات.
٦. اختبار تاء (T)، لمعرفة الفروق الإحصائية.
٧. اختبار تحليل التباين، لمعرفة الفروق الإحصائية.
٨. اختبار شيفيه (Scheffe)، لمعرفة مصدر الفروق الإحصائية.

٥. طريقة حساب المقاييس الخاصة بالدراسة:

جدول (٣) يوضح توزيع الفئات وفق التدرج المستخدم في أداة الدراسة:

المتوسط	درجة الموافقة
٥ - ٤,٢١	موافقة وبشدة
٤,٢٠ - ٣,٤١	موافقة
٣,٤٠ - ٢,٦١	محايدة
٢,٦٠ - ١,٨١	غير موافقة
١,٨٠ - ١	غير موافقة وبشدة

جدول (٤) يوضح توزيع الفئات وفق التدرج المستخدم في السؤال السادس:

المتوسط	درجة الاستخدام
٣ - ٢,٣٤	دائماً
٢,٣٣ - ١,٦٧	أحياناً
١,٦٦ - ١	لا يحدث أبداً

عرض وتحليل نتائج الدراسة:

سيتم عرض النتائج من خلال محورين، هما: النتائج العامة للدراسة، ونتائج اختبارات الفروض.

المحور الأول: النتائج العامة للدراسة

أولاً: النتائج الخاصة بخصائص أفراد عينة الدراسة:
- السن.

جدول (٥) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن

الترتيب	النسبة (%)	التكرار	السن
١	٤٦,٥	١٦٥	٢١ - ٢٣ سنة
٢	٤٢,٣	١٥٠	١٨ - ٢٠ سنة
٣	٧,٦	٢٧	٢٣ - ٢٥ سنة
٤	٣,٧	١٣	٢٥ سنة فأكثر
	١٠٠	٣٥٥	المجموع

يتضح من الجدول رقم (٥) أن النسبة الأكبر لعينة الدراسة تقع في الفئة العمرية من

٢١- ٢٣ سنة، حيث بلغت نسبتهم ٤٦,٥٪، تليها الطالبات التي بلغت أعمارهن من ١٨- ٢٠ سنة، بنسبة ٤٢,٣٪، ثم من بلغت أعمارهم من ٢٣ - ٢٥ سنة، بنسبة ٧,٦٪.

أما النسبة الأدنى لعينة الدراسة كانت لأولئك اللاتي بلغت أعمارهن من ٢٥ سنة فأكثر بنسبة ٣,٧٪، وتعد هذه النتيجة منطقية، حيث تشير النسبة الأعلى إلى متوسط العمر الطبيعي لطلبة الجامعات، بينما تشير النسبة الأدنى لأفراد العينة إلى طبيعة الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية في المملكة حيث أن بعض الطالبات قد تتوقف عن الدراسة لظروف الزواج المبكر أو لأسباب أخرى تتعلق بطبيعة الدراسة في الجامعة والتي تتطلب تحقيق بعض الشروط منها -على سبيل المثال- اختبارات مركز قياس.

- طبيعة الدراسة.

جدول (٦) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة الدراسة

الترتيب	النسبة (%)	التكرار	الإجابة
١	٥٢,١	١٨٥	نظري
٢	٤٧,٩	١٧٠	علمي
	١٠٠	٣٥٥	المجموع

يتضح من الجدول رقم (٦) أن ٥٢,١٪ من أفراد العينة طبيعة دراستهم نظري، وأن ٤٧,٩٪ منهم طبيعة دراستهم علمي.

وتشير هذه النسب إلى تساوي توزيع أفراد العينة نسبياً بحسب طبيعة الدراسة، حيث تقترب النسبة من النصف لمن كانت طبيعة دراستهم علمية، وتجسد هذه النتيجة هدف الدراسة في تمثيل العينة بشكل متساوي.

- المستوى الدراسي.

جدول (٧) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي

الترتيب	النسبة (%)	التكرار	المستوى الدراسي
١	٢٤,٥	٨٧	السادس
٢	١٨,٦	٦٦	الرابع
٣	١٢,١	٤٣	الثالث
٤	١٠,٤	٣٧	الثامن
٥	٩,٣	٣٣	الثاني
٦	٩	٣٢	السابع
٧	٨,٧	٣١	الخامس
٨	٧,٣	٢٦	الأول
١٠٠		٣٥٥	المجموع

يتضح من الجدول (٧) أن النسبة الأعلى للمستوى الدراسي كانت للسادس بنسبة ٢٤,٥٪، وأن النسبة الأقل كانت للمستوى الأول بنسبة ٧,٣٪.

- نوع المنزل الذي تمتلكه الأسرة.

جدول (٨) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوع المنزل الذي تمتلكه الأسرة

الإجابة	التكرار	النسبة (%)	الترتيب
ملك	٢٧٦	٧٧,٧	١
إيجار	٧٩	٢٢,٣	٢
المجموع	٣٥٥		١٠٠

يتضح من الجدول (٨) أن النسبة الأعلى من أفراد العينة يسكنون في منازل يملكونها بنسبة ٧٧,٧٪، وأن النسبة الأدنى لمن يسكنون في منازل بالإيجار بنسبة ٢٢,٣٪.

- مستوى تعليم الأب.

جدول (٩) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مستوى تعليم الأب

مستوى التعليم	التكرار	النسبة (%)	الترتيب
جامعي	١٣٢	٣٧,٢	١
ثانوي	٨٤	٢٣,٧	٢
فوق الجامعي	٦٠	١٦,٩	٣
متوسط	٣٥	٩,٩	٤
ابتدائي	٢٧	٧,٦	٥
لا يعرف القراءة والكتابة	٩	٢,٥	٦
آخر	٨	٢,٣	٧
المجموع	٣٥٥		١٠٠

يتضح من الجدول (٩) أن النسبة الأعلى لمستوى تعليم الأب كانت للمستوى الجامعي بنسبة ٣٧,٢٪، وأن النسبة الأقل كانت لمن تعليمهم آخر بنسبة ٢,٣٪.

- مستوى تعليم الأم.

جدول (١٠) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مستوى تعليم الأم

الترتيب	النسبة (%)	التكرار	مستوى التعليم
١	٣٥,٨	١٢٧	جامعي
٢	٢٠,٨	٧٤	ثانوي
٣	١٢,٤	٤٤	ابتدائي
٤	١١,٣	٤٠	متوسط
٥	١١	٣٩	فوق الجامعي
٦	٧	٢٥	لا تعرف القراءة والكتابة
٧	١,٧	٦	آخر
١٠٠		٣٥٥	المجموع

يتضح من الجدول (١٠) أن النسبة الأعلى لمستوى تعليم الأم كانت للمستوى الجامعي بنسبة ٣٧,٢٪، وأن النسبة الأقل كانت لمن تعليمهم آخر بنسبة ١,٧٪.

- متوسط الدخل الشهري للأسرة.

جدول (١١) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متوسط الدخل الشهري للأسرة

الترتيب	النسبة (%)	التكرار	الإجابة
١	٦٥,٩	٢٣٤	أكثر من عشرة آلاف ريال
٢	٢٦,٨	٩٥	من خمسة آلاف ريال إلى أقل من عشرة آلاف ريال
٣	٧,٣	٢٦	أقل من خمسة آلاف ريال
١٠٠		٣٥٥	المجموع

يتضح من الجدول (١١) أن ٦٥,٩٪ من أفراد العينة متوسط دخلهم الشهري أكثر من عشرة آلاف ريال، وهي النسبة الأعلى، يليه الأفراد الذين بلغ متوسط دخلهم الشهري من خمسة آلاف ريال إلى أقل من عشرة آلاف ريال بنسبة ٢٦,٨٪، وأما النسبة الأقل كانت لمن متوسط دخلهم الشهري أقل من خمسة آلاف ريال بنسبة ٧,٣٪.

ثانياً: النتائج المتعلقة بكثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لموقع تويتر

- معدل تصفح الطالبات لموقع تويتر.

جدول (١٢) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تصفح حساب تويتر في اليوم الواحد

الترتيب	النسبة (%)	التكرار	الإجابة
١	٣٣,٨	١٢٠	مرة واحدة
٢	٢٤,٨	٨٨	١ - ٣ مرات
٣	٢١,١	٧٥	أكثر من ٣ مرات على مدار اليوم
٤	٢٠,٣	٧٢	طوال اليوم
	١٠٠	٣٥٥	المجموع

يتضح من الجدول (١٢) أن أفراد العينة يتصفحون حساباتهم على تويتر في اليوم الواحد بنسب متفاوتة، حيث كانت النسبة الأعلى لأولئك الذين يتصفحون حساباتهم على تويتر في اليوم الواحد مرة واحدة بنسبة ٣٣,٨٪، يليه من يتصفحون حساباتهم على تويتر من ١-٣ مرات في اليوم بنسبة ٢٤,٨٪، ثم الذين يتصفحونه أكثر من ٣ مرات في اليوم، حيث بلغت نسبتهم ٢١,١٪، أما النسبة الأدنى فكانت لأولئك الذين يتصفحون حساباتهم على تويتر طوال اليوم بنسبة ٢٠,٣٪.

- عدد ساعات الاستخدام اليومي على موقع تويتر.

جدول (١٣) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد ساعات الاستخدام اليومي على تويتر.

الترتيب	النسبة (%)	التكرار	الإجابة
١	٥١	١٨١	أقل من ساعة
٢	٢٣,١	٨٢	من ساعة - أقل من ساعتين
٣	١٥,٢	٥٤	ثلاث ساعات فأكثر
٤	١٠,٧	٣٨	من ساعتين - أقل من ثلاث ساعات
	١٠٠	٣٥٥	المجموع

يتضح من الجدول (١٣) أن ٥١٪ من أفراد العينة يقضون أقل من ساعة على موقع تويتر، وأن ٢٣,١٪ منهم يقضون من ساعة - أقل من ساعتين، وأن ١٥,٢٪ منهم يقضون من ثلاث ساعات فأكثر، وأن ١٠,٧٪ منهم يقضون من ساعتين -

أقل من ثلاث ساعات.

وبالتالي توضح هذه النتيجة إلى أن معدل استخدام الطالبات لموقع تويتر معدل استخدام طبيعي من حيث كونهن طالبات جامعات مرتبطات ببعض المهام أو الأنشطة التعليمية.

- أعداد المتابعين.

جدول (١٤) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد المتابعين

الترتيب	النسبة (%)	التكرار	الإجابة
١	٢٧,٦	٩٨	أكثر من ٣٠٠ متابع
٢	٢٥,٤	٩٠	١٠ - أقل من ١٠٠ متابع
٣	٢٤,٨	٨٨	١٠٠ - أقل من ٢٠٠ متابع
٤	١٤,٦	٥٢	٢٠٠ - أقل من ٣٠٠ متابع
٥	٧,٦	٢٧	أقل من ١٠ متابعين
	١٠٠	٣٥٥	المجموع

يتبين من الجدول (١٤) أن ٢٧,٦٪ من أفراد العينة لديهم أكثر من ٣٠٠ متابع، وأن ٢٥,٤٪ منهم لديهم من ١٠ - أقل من ١٠٠ متابع، وأن ٢٤,٨٪ منهم لديهم من ١٠٠ - أقل من ٢٠٠ متابع، وأن ١٤,٦٪ منهم لديهم من ٢٠٠ - أقل من ٣٠٠ متابع، وأن ٧,٦٪ منهم لديهم أقل من ١٠ متابعين.

وترى الباحثة أن هذا التفاوت في أعداد المتابعين لدى أفراد العينة قد يعود إلى الآلية التي يتميز بها موقع تويتر عن غيره من مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث يمكن للمستخدم أن يُتابع من قبل الآخرين دون إعطاء إذن مسبق، باستثناء من كانت حساباتهم محمية، كما يمكن للمستخدم متابعة الآخرين الذين لا يتابع لهم.

وبالتالي تتفق هذه النتيجة مع دراسة (Hofer & Aubert, 2013)، والتي أثبتت أن نموذج الصداقة على شبكة تويتر يؤثر على مختلف أشكال رأس المال الاجتماعي وبشكل مختلف.

مدى الارتباط بموقع تويتر.

جدول (١٥) يبين رأي أفراد العينة حول الارتباط بموقع تويتر

م	العبارة موافق بشدة	درجة الموافقة					الانحراف المعياري	المتوسط	الترتيب
		موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة				
١	يعد استخدام تويتر جزءاً من نشاطي اليومي.	ك	٦٨	١١٠	٦٩	٨٣	٢٥	٣,٣٢	١,٢٢
		%	١٩,٢	٣١	١٩,٤	٢٣,٤	٧		
٥	أشعر بأنني جزء من مجتمع تويتر.	ك	٤٢	٩٩	٩٩	٧٧	٣٨	٣,٠٨	١,١٨
		%	١١,٨	٢٧,٩	٢٧,٩	٢١,٧	١٠,٧		
٢	أشعر بالفخر وأنا أخبر الناس بأن لدي أصدقاء على تويتر.	ك	٥٧	١٢٠	١٢٠	١٠٥	٤١	٢,٨١	١,١١
		%	٩	١٦,١	٣٣,٨	٢٩,٦	١١,٥		
٣	أشعر أن أصدقائي على تويتر جزء من حياتي.	ك	٢٤	٥٠	٨٦	١٢٤	٧١	٢,٥٣	١,١٥
		%	٦,٨	١٤,١	٢٤,٢	٣٤,٩	٢٠		
٤	أشعر بأنني بعيدة عن أصدقائي عندما لا أدخل تويتر.	ك	٢٦	٢٠	٦٣	١٣٥	١١١	٢,٢٠	١,١٥
		%	٧,٣	٥,٦	١٧,٧	٣٨	٣١,٣		
٦	أشعر بالضيق عندما لا أتواصل مع أصدقائي عبر تويتر.	ك	٢١	٢١	٥٩	١٤٢	١١٢	٢,١٥	١,١١
		%	٥,٩	٥,٩	١٦,٦	٤٠	٣١,٥		

المتوسط الحسابي العام = ٢,٦٨، الانحراف المعياري العام = ٠,٨٩٣

من الجدول رقم (١٥) يتضح المتوسط الحسابي العام والبالغ (٣,٣٤)، والذي يشير إلى أن أفراد العينة محايدون على عبارات هذا المحور.

وتبين النتائج أن عبارة: «بعد استخدام تويتر جزءاً من نشاطي اليومي» حصلت على المتوسط الحسابي (3,32)، مما يدل على أن أفراد العينة محايدون على ذلك ، بينما حصلت عبارة: «أشعر بأنني جزء من مجتمع تويتر» على المتوسط الحسابي (3,08)، مما يدل على أن أفراد العينة محايدون على ذلك. وأشارت النتائج إلى أن عبارة: «أشعر بالفخر وأنا أخبر الناس بأن لدي أصدقاء على تويتر» قد حصلت على المتوسط الحسابي (2,81)، مما يدل على أن أفراد العينة محايدون على ذلك. وأن عبارة: «أشعر أن أصدقائي على تويتر جزء من حياتي» بلغ المتوسط الحسابي لها (2,53)، مما يدل على أن أفراد العينة غير موافقين على ذلك، تليها عبارة: «أشعر بأنني بعيدة عن أصدقائي عندما لا أدخل تويتر»، حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (2,20)، مما يدل على أن أفراد العينة غير موافقين على ذلك، أما عبارة: «أشعر بالضيق عندما لا أتواصل مع أصدقائي عبر تويتر» فقد بلغ المتوسط الحسابي لها (2,15)، مما يدل على أن أفراد العينة غير موافقين على ذلك. وتوضح نتائج العبارات السابقة إلى أن ارتباط أفراد العينة بالموقع وبأصدقائهم على موقع تويتر محكوم بالوقت و ببعض الظروف الاجتماعية كالتواصل مع الأهل و الأصدقاء في الواقع، وبالتالي نجد أن التفاعل على موقع تويتر جزء من مجموعة من التفاعلات في الحياة اليومية.

ثانياً: النتائج الخاصة بطبيعة استخدامات أفراد العينة لموقع تويتر
- نوع حساب الطالبات على موقع تويتر .

جدول (١٦) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوع الحساب في تويتر

الترتيب	النسبة (%)	التكرار	الإجابة
١	٧٢,١	٢٥٦	عام
٢	٢٧,٩	٩٩	خاص
	١٠٠	٣٥٥	المجموع

يتضح من الجدول (١٦) أن ٧٢,١٪ من أفراد العينة نوع حسابهم في تويتر عام، وأن ٢٧,٩٪ منهم نوع حسابهم في تويتر خاص. وتشير هذه النسبة إلى إدراك أغلبية أفراد العينة لطبيعة موقع تويتر، وللفروق بين الحسابات العامة والخاصة، حيث إن الحسابات العامة تمكّن المستخدم من التفاعل

والمشاركة مع جميع الناس، وقد تساعد على بناء رأس المال في تويتر، وتزيد من التنوع داخل الشبكة، وذلك من خلال توفير إمكانية الوصول إلى مجموعات مختلفة من الناس، بخلاف الحسابات الخاصة والتي يرتفع فيها مستوى الخصوصية، ولا تسمح بمشاركة التغريدات، سوى مع مجموعة محددة من الناس .

- طبيعة هوية الطالبات على موقع تويتر.

جدول (١٧) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة الهوية على تويتر

الإجابة	التكرار	النسبة (%)	الترتيب
الاسم الحقيقي	٢٨٠	٧٨,٩	١
اسم مستعار	٧٥	٢١,١	٢
المجموع	٣٥٥		١٠٠

يتضح من الجدول (١٧) أن ٧٨,٩٪ من أفراد العينة طبيعة هويتهم على تويتر هي الاسم الحقيقي، وأن ٢١,١٪ منهم طبيعة هويتهم على تويتر اسم مستعار. وتشير هذه النتيجة إلى أن أغلبية أفراد العينة من طالبات الجامعات السعودية يشاركون بأسمائهم الحقيقية، ونسبة قليلة منهم يحاولون إخفاء هويتهم تحت اسم مستعار، وترى الباحثة أن المشاركة بالأسماء الحقيقية يدل على وجود درجة كبيرة من الانفتاح والوعي في المجتمعات العربية ومنها المجتمع السعودي وتزايد ثقة المرأة والفتاة السعودية بنفسها وقدراتها وكذلك ثقة المجتمع بها في العديد من المجالات كالتعليم والصحة - على سبيل المثال-.

- أسباب عدم الرغبة في التسجيل بالأسماء الحقيقية: (تم توجيه السؤال لمن كانت أسماء حساباتهم مستعارة - فقط-).

جدول (١٨) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب أسباب عدم الرغبة في التسجيل بالاسم الحقيقي

الإجابة	التكرار	النسبة (%)	الترتيب
للتحدث بحرية دون قيود.	٢٩	٢٩,٦	١
أخرى.	٢٨	٢٨,٦	٢
البعد عن محاسبة الأهل والأقارب.	١٧	١٧,٣	٣
للتسلية.	١٥	١٥,٣	٤
للإثارة.	٥	٥,١	٥
للحفاظ على الخصوصية.	٢	٢	٦
المزاجية ومشاهدة المحتوى بعيداً عن الاسم الصريح.	١	١	٧
لا يعجبني اسمي.	١	١	٨
المجموع	٩٨	١٠٠	

انتهت نتائج الدراسة الميدانية حول أسباب عدم قيام نسبة عدد من المبحوثات بتسجيل حساباتهن بأسمائهن الحقيقية إلى وجود مجموعة من الأسباب يوضحها الجدول (١٨) حيث بلغت النسبة الأعلى لعدم الرغبة في التسجيل بالاسم الحقيقي كانت للتحدث بحرية دون قيود، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الشهري، ٢٠١٣)، والتي أشارت إلى أهم الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيس بوك و تويتر، هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية، التي لا يستطيعون التعبير عنها صراحة في المجتمع، وكذلك مع دراسة (النعيم، ٢٠١٠) التي تشير بأن الأشخاص في المجتمعات الافتراضية يشعرون بحرية التعبير عن الذات، وهي أحد الأسباب التي تدفعهم للانجذاب لهذا المجتمع.

أيضاً حصلت أخرى على الترتيب الثاني في الجدول ولم يذكر فيها المبحوثات أي إجابات توضح أسباب عدم رغبتهم في التسجيل بأسمائهم الحقيقية، أما النسبة الأدنى فكانت للمزاجية، ومشاهدة المحتوى بعيداً عن الاسم الصريح، وعدم الإعجاب بالاسم بنسبة ١٪ لكل منها.

- مدى فرض الرقابة من قبل الأهل في استخدام حسابات موقع تويتر.
جدول (١٩) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب فرض رقابة من قبل الأهل في استخدام الحساب على تويتر

الإجابة	التكرار	النسبة (%)	الترتيب
لا	٣١٩	٨٩,٩	١
نعم	٩٦	١٠,١	٢
المجموع	٣٥٥		١٠٠

يتضح من الجدول (١٩) أن ٨٩,٩٪ من أفراد العينة لا تفرض عليهم رقابة من قبل الأهل في استخدام حسابهم على تويتر، وأن ١٠,١٪ منهم تفرض عليهم رقابة من قبل الأهل في استخدام حسابهم على تويتر.
وتشير هذه النتيجة إلى أنه أصبح هنالك انفتاحٌ ووعيٌ أكثر من قبل الأهالي في المجتمع السعودي، فيما يتعلق بالتعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي، وبالتحديد موقع تويتر.

- نوع الاستخدام على تويتر.

جدول (٢٠) يبين رأي أفراد العينة حول نوع الاستخدام على تويتر

م	العبارة دائماً	درجة الاستخدام			الانحراف المعياري	المتوسط	الترتيب
		أحياناً	لا يحدث أبداً				
١	المتابعة والقراءة فقط.	١٩٩	١٤٣	١٣	٢,٥٢	٠,٥٦٩	١
		% ٥٦,١	٤٠,٣	٣,٧			
٢	إعادة إرسال التغريدات للآخرين (رتويت).	١٠٠	٢٢٥	٣٠	٢,٢٠	٠,٥٧٣	٢
		% ٢٨,٢	٦٣,٤	٨,٥			
٣	التغريد.	١٠٠	٢٠٧	٤٨	٢,١٥	٠,٦٣٠	٣
		% ٢٨,٢	٥٨,٣	١٣,٥			
٤	الرد والتعليق.	٥٧	٢٠٥	٩٣	١,٩٠	٠,٦٤٣	٤
		% ١٦,١	٥٧,٧	٢٦,٢			
٥	المشاركة في الوم (الهاشتاق)	٤١	١٩٠	١٢٤	١,٧٧	٠,٦٤١	٥
		% ١١,٥	٥٣,٥	٣٤,٩			
المتوسط الحسابي العام = ٢,١٠ ، الانحراف المعياري العام = ٠,٣٥٧							

يتضح من الجدول (٢٠) المتوسط الحسابي العام والبالغ (٢,١٠)، والذي يشير إلى أن درجة الاستخدام لعبارة هذا المحور تكون أحياناً.

ونلاحظ من الجدول أن المتابعة والقراءة - فقط - حصلت على الترتيب الأول لدى أفراد العينة، بمتوسط حسابي (٢,٥٢)، مما يدل على أن درجة الاستخدام دائماً، كما بينت الدراسة أن إعادة إرسال التغريدات للآخرين (رتويت) حصلت على الترتيب الثاني، بمتوسط حسابي (٢,٢٠)، مما يدل على أن درجة الاستخدام أحياناً.

أما التغريد فقد حصل على الترتيب الثالث، حيث بلغ المتوسط الحسابي

(٢,١٥)، مما يدل على أن درجة الاستخدام أحياناً، ويأتي الرد والتعليق في الترتيب الرابع، حيث بلغ المتوسط الحسابي (١,٩٠)، مما يدل على أن درجة الاستخدام أحياناً.

وفي الترتيب الخامس والأخير تأتي المشاركة في الوسم (المهاشاق)، حيث بلغ المتوسط الحسابي (١,٧٧)، مما يدل على أن درجة الاستخدام أحياناً.

وتشير هذه النتائج إلى اتجاه أغلبية أفراد العينة إلى الاكتفاء بالمتابعة والقراءة- فقط-، وإعادة التغريدات، مما يدل على اهتمام أفراد العينة بالمعلومات، وربما يعود السبب في ذلك إلى ارتباط موقع تويتر ببحث الأخبار العاجلة في المجتمع، وأهم الأحداث الجارية فيه، وكذلك الأخبار الاجتماعية الخاصة بالمشاهير أو المؤثرين، واتجاهات الرأي العام، وتوضح هذه النتيجة قلة مشاركة أفراد العينة في التغريد، وكذلك الرد والتعليق والمشاركة في الهاشتاق.

ثالثاً: النتائج الخاصة بأنماط الأنشطة الاجتماعية لأفراد العينة على تويتر:

- أنماط الأنشطة الاجتماعية التي تمارسها الطالبات على موقع تويتر.
جدول (٢١) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب أنماط الأنشطة الاجتماعية التي يمارسونها على موقع تويتر

الترتيب	النسبة (%)	التكرار	الإجابة
١	٧٥,٨	٢٦٩	متابعة الأخبار الاجتماعية.
٢	٣٩,٧	١٤١	التغريد.
٣	٢٩,٩	١٠٦	مناقشة الأحداث الجارية.
٤	١٨,٣	٦٥	التواصل المباشر مع الأهل والأصدقاء.
٥	١٦,٩	٦٠	أخرى
٦	١٥,٥	٥٥	التعرف على أصدقاء جدد.
١٠٠		٦٩٦	المجموع

**يزيد عدد التكرارات عن المجموع الكلي لمفردات الدراسة، لأن المبحوث يختار أكثر من بديل.

يتضح من الجدول (٢١) أن النسبة الأعلى لأنماط الأنشطة الاجتماعية التي يمارسها أفراد العينة على موقع تويتر، هي متابعة الأخبار الاجتماعية، حيث بلغت ٧٥,٨٪، يليها التغريد بنسبة ٣٩,٧٪، ثم مناقشة الأحداث الجارية بنسبة ٢٩,٩٪، والتواصل المباشر مع الأهل والأصدقاء بنسبة ١٨,٣٪، يليها التعرف على أصدقاء جدد بنسبة

١٥,٥٪، أما النسبة الأقل بحسب آراء المبحوثات كانت لأنشطة: حسابات الإدارة، والتسويق، وتطوير الذات للفائدة. البقاء في الجو العام، متابعة الحقائق العلمية، وكل ما ينطوي تحتها بنسبة ٣,٠٪ لكل منهم.

وتأتي هذه النتائج لتبين لنا أن النشاط الأكثر استخداماً لدى أفراد العينة على موقع تويتر هو متابعة الأخبار الاجتماعية، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (Rahman, 2016)، ودراسة (Raacke & Bonds, 2008)، وكذلك مع دراسة (نومار، ٢٠١٢) و(لعياضي، ٢٠١٢)، و(عاصم، ٢٠١٣) والتي تشير نتائجها أن أغلب أفراد العينة يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية، بهدف التواصل مع الأهل والأصدقاء، وتكوين علاقات جديدة.

رابعاً: النتائج الخاصة بالعلاقة بين كثافة استخدام طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال الترابطي
 جدول (٢٢) يبين رأي أفراد العينة حول العلاقة بين كثافة استخدام طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال الترابطي

م	العبارة موافقة بشدة	درجة الموافقة				المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	
		موافقة	محايدة	غير موافقة	غير موافقة بشدة				
٣	يعد تويتر وسيلة جيدة لمعرفة وتبادل الأخبار حول الوظائف الشاغرة.	ك	١١٥	١٤٨	٧٥	١٦	١	٠,٨٦٢	٤,٠١
		%	٣٢,٤	٤١,٧	٢١,١	٤,٥	٠,٣		
١	أطلب المساعدة -أحياناً- من بعض الأصدقاء على تويتر، لحل مشكلة ما أواجهها.	ك	٤٦	٩٣	٦٧	١٠١	٤٨	١,٢٦	٢,٩٧
		%	١٣	٢٦,٢	١٨,٩	٢٨,٥	١٣,٥		
٦	بعض الأصدقاء على تويتر سيفقون بجواري إذا تعرضت لمشاكل شخصية.	ك	٢٨	٤٣	٩٣	١٠٢	٨٩	١,٢١	٢,٤٩
		%	٧,٩	١٢,١	٢٦,٢	٢٨,٧	٢٥,١		
٥	عندما أشعر بالوحدة ألجأ لاستخدام تويتر، للتحدث مع بعض الأصدقاء.	ك	٢٥	٤٧	٧٨	١٢١	٨٤	١,١٨	٢,٤٦
		%	٧	١٣,٢	٢٢	٣٤,١	٢٣,٧		
٢	أطلب نصيحة بعض الأصدقاء على تويتر، عند اتخاذ بعض القرارات المهمة في حياتي.	ك	٢٨	٤٨	٦٨	١١٨	٩٣	١,٢٣	٢,٤٤
		%	٧,٩	١٣,٥	١٩,٢	٣٣,٢	٢٦,٢		
٤	أتحدث مع كثير من الأصدقاء على تويتر حول بعض الأمور الشخصية.	ك	١٨	٣٦	٥١	١٣١	١١٩	١,١٤	٢,١٦
		%	٥,١	١٠,١	١٤,٤	٣٦,٩	٣٣,٥		

المتوسط الحسابي العام = ٢,٧٥، الانحراف المعياري العام = ٠,٨٤٨

يتضح من الجدول (٢٢) أن المتوسط الحسابي العام والبالغ (٢,٧٥) يشير إلى أن

أفراد العينة محايدون على عبارات هذا المحور، كما يتضح لنا من الجدول أن المتوسط الحسابي لعبارة: «يعد تويتر وسيلة جيدة لمعرفة وتبادل الأخبار حول الوظائف الشاغرة» بلغ (٤,٠١)، مما يدل على أن أفراد العينة موافقون على ذلك، ويصف مفهوم رأس المال الاجتماعي الفوائد التي يجنيها الأفراد من علاقاتهم الاجتماعية، كالأفكار، والمعلومات، والفرص، والدعم المعنوي، وتشير هذه النتيجة إلى ثقة الأفراد في المعلومات التي تنقل عبر الشبكة، فتغريده معاده من أحد الأهلالي أو الأصدقاء قد تكون مليئة بالأخبار والفرص المفيدة للمتابعين .

ويبلغ المتوسط الحسابي لعبارة: «أطلب المساعدة -أحياناً- من بعض الأصدقاء على تويتر لحل مشكلة ما أواجهها» (٢,٩٧)، مما يدل على أن أفراد العينة محايدون في ذلك.

أما عبارة: «بعض الأصدقاء على تويتر سيقفون بجواري إذا تعرضت لمشاكل شخصية» بلغ المتوسط الحسابي لها (٢,٤٩)، مما يدل على أن أفراد العينة غير موافقين على ذلك.

وتشير النتائج -أيضاً- أن عبارة: «عندما أشعر بالوحدة ألجأ لاستخدام تويتر للتحدث مع بعض الأصدقاء» حيث بلغ المتوسط الحسابي (٢,٤٦)، مما يدل على أن أفراد العينة غير موافقين على ذلك، وأشارت -أيضاً- إلى أن عبارة: «أطلب نصيحة بعض الأصدقاء على تويتر عند اتخاذ بعض القرارات المهمة في حياتي» بلغ المتوسط الحسابي لها (٢,٤٤)، مما يدل على أن أفراد العينة غير موافقين على ذلك. أما عبارة: «أحدث مع كثير من الأصدقاء على تويتر حول بعض الأمور الشخصية» فقد بلغ المتوسط الحسابي (٢,١٦)، مما يدل على أن أفراد العينة غير موافقين على ذلك.

وتبين لنا نتائج العبارات السابقة إلى أن القيم المشتركة التي تحدد مفهوم رأس المال الاجتماعي، كالثقة، والعادات والتقاليد، والتي تجعله يتميز عن مجتمع وآخر، كالمجتمع السعودي -على سبيل المثال- تلعب دوراً مهماً في تحديد سلوك الاتصال بالآخرين، حتى في مواقع الشبكات الاجتماعية، وهو ما توضحه إجابات أفراد العينة على عبارات هذا المحور، حيث إن أغلب أفراد العينة كانوا محايدين في طلب المساعدة من أصدقائهم حول مشاكلهم الشخصية، واتخاذ بعض القرارات المهمة في حياتهم أو الأمور الشخصية .

خامساً: النتائج الخاصة بالعلاقة بين كثافة استخدام طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال التواصلي:
جدول (٢٣) يبين رأي أفراد العينة حول العلاقة بين كثافة استخدام طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال التواصلي

م	العبارة موافقة بشدة	درجة الموافقة				المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
		موافقة	محايدة	غير موافقة	غير موافقة بشدة			
٤	تويتر جعل العالم كله في تواصل مستمر.	١٤٦	١٣٣	٥٧	١٦	٤,١٤	٠,٩٠١	١
		٤١,١ %	٣٧,٥	١٦,١	٤,٥	٠,٨		
٦	أتعرف من خلال تويتر على ما يفكر فيه الآخرون المخالفون لي في الرأي.	١٣٤	١٣٥	٦٧	١٤	٤,٠٧	٠,٩٢١	٢
		٣٧,٧ %	٣٨	١٨,٩	٣,٩	١,٤		
١	يدفعني تويتر إلى الاهتمام بقضايا وأحداث لم أكن أهتم لها من قبل.	١٠٨	١٦١	٥٨	٢٥	٣,٩٧	٠,٩٠٩	٣
		٣٠,٤ %	٤٥,٤	١٦,٣	٧	٠,٨		
٣	التواصل عبر تويتر يجعلني أشعر بأنني أتنتمي لمجتمع أكبر.	٨٩	١٤١	٩١	٢٣	٣,٧٧	٠,٩٩٨	٤
		٢٥,١ %	٣٩,٧	٢٥,٦	٦,٥	٣,١		
٢	يمنحني تويتر فرصة للتواصل مع أشخاص ينتمون لمرجعيات دينية وثقافية مختلفة.	٧١	١٤٩	٩١	٣١	٣,٦٦	١,٠١	٥
		٢٠ %	٤٢	٢٥,٦	٨,٧	٣,٧		
٥	يساعدني تويتر على اكتساب أصدقاء جدد بشكل مستمر.	٥٣	٧٠	١١٩	٨٠	٣,٠٨	١,١٧	٦
		١٤,٩ %	١٩,٧	٣٣,٥	٢٢,٥	٩,٣		
المتوسط الحسابي العام = ٣,٧٨، الانحراف المعياري العام = ٠,٦٩٢								

يتضح من الجدول (٢٣) أن المتوسط الحسابي العام والبالغ (٣,٧٨) يشير إلى أن أفراد العينة موافقون على عبارات هذا المحور. حيث أوضحت نتائج الدراسة أن عبارة: «تويتر جعل العالم كله في تواصل

مستمر» حصلت على المتوسط الحسابي (٤,١٤)، مما يدل على أن أفراد العينة موافقون على ذلك، وأشارت عبارة: «أتعرف من خلال تويتز على ما يفكر فيه الآخرون المخالفون لي في الرأي» حصلت على المتوسط الحسابي (٤,٠٧)، مما يدل على أن أفراد العينة موافقون على ذلك، أما عبارة: «يدفعني تويتز إلى الاهتمام بقضايا وأحداث لم أكن أهتم لها من قبل» حصلت على المتوسط الحسابي (٣,٩٧)، مما يدل على أن أفراد العينة موافقون على ذلك، كما أشارت النتائج أن عبارة: «التواصل عبر تويتز يجعلني أشعر بأنني أنتمي لمجتمع أكبر» حصلت على المتوسط الحسابي (٣,٧٧)، مما يدل على أن أفراد العينة موافقون على ذلك، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (المصليحي، ٢٠١٢)، حيث أشارت إلى أن ٦٤٪ من إجمالي العينة يشعرون بأنهم جزء من مجتمع أكبر محلياً أو عالمياً، وتجاوز الحدود الضيقة للفرد، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن موقع تويتز يتيح للمستخدمين الفرصة للتواصل مع مختلف الناس، كالمشاهير، والمؤثرين، والأشخاص الغير معروفين، مما يؤدي إلى شعور الأفراد بأنهم جزء من مجتمع واسع.

وتشير النتائج إلى أن عبارة: «يمنحني تويتز فرصة للتواصل مع أشخاص ينتمون لمرجعيات دينية وثقافية مختلفة» حصلت على المتوسط الحسابي (٣,٦٦)، مما يدل على أن أفراد العينة موافقون على ذلك، كما توضح النتائج أن عبارة: «يساعدني تويتز على اكتساب أصدقاء جدد بشكل مستمر» حصلت على المتوسط الحسابي (٣,٠٨)، مما يدل على أن أفراد العينة محايدون في ذلك. وبذلك توضح نتائج العبارات السابقة أن شبكة تويتز تلعب دوراً مهماً في تعزيز رأس المال الاجتماعي التواصلي لدى طالبات الجامعات السعودية.

- سادساً: النتائج الخاصة بالعلاقة بين كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال الاجتماعي، من خلال المتغيرات الوسيطة التالية: (الثقة في العلاقات الاجتماعية عبر تويتر، تقدير الذات، مهارات التواصل الاجتماعي)
- الثقة في العلاقات الاجتماعية عبر تويتر.

جدول (٢٤) يبين رأي أفراد العينة حول الثقة في العلاقات الاجتماعية عبر تويتر

م	العبارة موافقة بشدة	درجة الموافقة				المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
		موافقة	محايدة	غير موافقة	غير موافقة بشدة			
٢	يحاول الأشخاص أن يكونوا مفيدين على موقع تويتر.	٤٥	١٥٩	١١٢	٣٣	٦	٠,٨٨٧	١
		١٢,٧ %	٤٤,٨	٣١,٥	٩,٣	١,٧		
١	يحاول الأشخاص أن يكونوا منصفين على موقع تويتر.	٣٥	٩٨	١٣٠	٧٥	١٧	١,٠٢	٢
		٩,٩ %	٢٧,٦	٣٦,٦	٢١,١	٤,٨		
٣	يحاول الأشخاص عبر تويتر استغلالك إذا أتاحت لهم الفرصة.	٤١	٩٠	١١٧	٨٠	٢٧	١,١١	٣
		١١,٥ %	٢٥,٤	٣٣	٢٢,٥	٧,٦		
٤	يسعى الأشخاص عبر تويتر للبحث عن مصالحهم فقط.	٢٥	٧٠	١٨٠	٧٥	٥	٠,٨٦٠	٤
		٧ %	١٩,٧	٥٠,٧	٢١,١	١,٤		
٥	من الصعب أن يكون الشخص حذراً جداً في التعامل مع الآخرين عبر تويتر.	٣٤	٨٢	١٠٥	٩٩	٣٥	١,١٣	٥
		٩,٦ %	٢٣,١	٢٩,٦	٢٧,٩	٩,٩		
٦	أثق إلى حد كبير في متابعيني عبر تويتر.	٢٥	٤١	١٠١	١٢١	٦٧	١,١٣	٦
		٧ %	١١,٥	٢٨,٥	٣٤,١	١٨,٩		
المتوسط الحسابي العام = ٣,٠٧، الانحراف المعياري العام = ٠,٥٣٨								

يتضح من الجدول (٢٤) أن المتوسط الحسابي العام والبالغ (٣,٠٧) يشير إلى أن أفراد العينة محايدون على عبارات هذا المحور.

حيث أوضحت الدراسة أن عبارة: «يحاول الأشخاص أن يكونوا مفيدين على موقع تويتر» حصلت على المتوسط الحسابي (3,57)، مما يدل على أن أفراد العينة موافقون على ذلك.

كما أشارت إلى أن عبارة: «يحاول الأشخاص أن يكونوا منصفين على موقع تويتر» قد بلغ المتوسط الحسابي لها (3,17)، مما يدل على أن أفراد العينة محايدون في ذلك. وتأتي عبارة: «يحاول الأشخاص عبر تويتر استغلالك إذا أتاحت لهم الفرصة» بالمتوسط الحسابي (3,11)، مما يدل على أن أفراد العينة محايدون في ذلك. أما عبارة: «يسعى الأشخاص عبر تويتر للبحث عن مصالحهم فقط» بلغ المتوسط الحسابي لها (3,10)، مما يدل على أن أفراد العينة محايدون في ذلك.

وتشير النتائج إلى أن عبارة: «من الصعب أن يكون الشخص حذراً جداً في التعامل مع الآخرين عبر تويتر» حصلت على المتوسط الحسابي (2,95)، مما يدل على أن أفراد العينة محايدون في ذلك، وتأتي عبارة: «أثق إلى حد كبير في متابعيني عبر تويتر» بمتوسط حسابي (2,54)، مما يدل على أن أفراد العينة غير موافقين على ذلك، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Rahman, 2016) والتي أشارت إلى أن درجة الثقة تجاه الناس الذين يجتمعون على الإنترنت منخفضة جداً.

ويتضح من النتائج السابقة أن بناء الثقة في مواقع الشبكات الاجتماعية تحتاج إلى مزيد من الوقت، ومزيد من التفاعلات، لأنه احتمال أن يكون هناك خداع من المستخدمين، خاصة فيما يتعلق بالمعلومات الخاصة بهم، فكلما زادت درجة الثقة، كلما زاد التفاعل والتعاون بين المستخدمين عبر الشبكة، وبالتالي يمكن الاستفادة من الموارد الكامنة في العلاقات الاجتماعية المؤسسة لرأس المال الاجتماعي، حيث تعد الثقة عنصراً هاماً من عناصر تشكيله، خاصة في مثل هذه المواقع الاجتماعية.

- تقدير الذات.

جدول (٢٥) يبين رأي أفراد العينة حول تقدير الذات

م	العبارة موافقة بشدة	درجة الموافقة				المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
		موافقة	محايدة	غير موافقة	غير موافقة بشدة			
١١	لدي اتجاه إيجابي نحو ذاتي.	ك	١٨٤	١٣٧	٣٠	٢	٠,٦٩٤	١
		%	٥١,٨	٣٨,٦	٨,٥	٠,٦		
١٠	أشعر أن لدي أشياء كثيرة أفخر بها.	ك	١٨٨	١٣١	٣٢	٢	٠,٨٥٩	٢
		%	٥٣	٣٦,٩	٩	٠,٦		
٩	أنا قادرة على أن أفعل أشياء مثل معظم الناس.	ك	١٨١	١٤٠	٣٠	٤	٠,٦٩٢	٣
		%	٥١	٣٩,٤	٨,٥	١,١		
٨	أرفض الشعور بأي فاشلة.	ك	١٨٦	١٢١	٣٤	٩	٠,٧١٦	٤
		%	٥٢,٤	٣٤,١	٩,٦	٢,٥		
٧	أشعر أن لدي عدداً من القدرات الجيدة.	ك	١٤٢	١٧٣	٣٥	٥	٠,٧٢٥	٥
		%	٤٠	٤٨,٧	٩,٩	١,٤		
١٢	أشعر بالرضا عن نفسي بصفة عامة.	ك	١٦٧	١٣٤	٤٠	١١	٠,٨٤٤	٦
		%	٤٧	٣٧,٧	١١,٣	٣,١		

المتوسط الحسابي العام = ٤,٣٤، الانحراف المعياري العام = ٠,٥٣٤

ويتضح من الجدول (٢٥) أن المتوسط الحسابي العام والبالغ (٤,٣٤) يشير إلى أن أفراد العينة موافقون وبشدة على عبارات هذا المحور.

حيث بينت النتائج أن عبارة: «لدي اتجاه إيجابي نحو ذاتي» حصلت على متوسط حسابي (٤,٤١)، مما يدل على أن أفراد العينة موافقون وبشدة على ذلك، تليها مباشرة وتساويها عبارة: «أشعر أن لدي أشياء كثيرة أفخر بها» بمتوسط حسابي (٤,٤١)، مما يدل على أن أفراد العينة موافقون وبشدة على ذلك، كما حصلت عبارة: «أنا قادرة على أن أفعل أشياء مثل معظم الناس» على متوسط حسابي (٤,٤٠)، مما يدل على أن أفراد العينة موافقون وبشدة على ذلك، وبلغ المتوسط الحسابي لعبارة: «أرفض الشعور بأي فاشلة» (٤,٣٤)، مما يدل على أن أفراد العينة

موافقين وبشدة على ذلك.
وأوضحت النتائج أن عبارة: «أشعر أن لدي عدداً من القدرات الجيدة» حصلت على المتوسط الحسابي (٤,٢٧)، مما يدل على أن أفراد العينة موافقون وبشدة على ذلك.

كما أوضحت أن عبارة: «أشعر بالرضا عن نفسي بصفة عامة» حصلت على متوسط حسابي (٤,٢٧)، مما يدل على أن أفراد العينة موافقون وبشدة على ذلك. وتشير نتائج العبارات السابقة إلى أن طالبات الجامعات السعودية يتمتعون بتقدير مرتفع لذواتهم، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (خضر، ٢٠١٠)، والتي أشارت إلى اتجاه الآثار النفسية إلى الإيجابية لمستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية، والتي تتمثل في تقدير الذات .

مهارات التواصل الاجتماعي.

جدول (٢٦) يبين رأي أفراد العينة حول مهارات التواصل الاجتماعي

م	العبارة موافقة بشدة	درجة الموافقة				المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
		موافقة	محايدة	غير موافقة	غير موافقة بشدة			
١٥	يمكنني أن أعرف متى يشعر الشخص الذي أتحدث معه بالملل.	ك	١١١	١٥٣	٧٦	١٢	٣	٠,٨٦٠
		%	٣١,٣	٤٣,١	٢١,٤	٣,٤	٠,٨	
١٣	أشعر بالراحة في التحدث مع الآخرين بشكل مستمر.	ك	٧٠	١٤٥	١٠٠	٣٣	٧	٠,٩٦٠
		%	١٩,٧	٤٠,٨	٢٨,٢	٩,٣	٢	
١٤	أستمتع بالتغريد والمشاركة عبر تويتر.	ك	٦٦	١٣٠	١٠٥	٤٥	٩	١,٠١
		%	١٨,٦	٣٦,٦	٢٩,٦	١٢,٧	٢,٥	
١٨	أستطيع أن أعبر عن أفكاري ومشاعري الشخصية بسهولة عبر تويتر.	ك	٩٣	١٠٢	٩٣	٤٣	٢٤	١,١٩
		%	٢٦,٢	٢٨,٧	٢٦,٢	١٢,١	٦,٨	
١٧	لا أجد صعوبة في التحدث مع الغرباء عبر تويتر.	ك	٦٣	١٢٧	٨٩	٥٥	٢١	١,١٢
		%	١٧,٧	٣٥,٨	٢٥,١	١٥,٥	٥,٩	
١٦	غالباً ما أجد أنني لا أعرف كيف أحافظ على استمرار المحادثة عبر تويتر.	ك	٤٦	٨٦	١٢٩	٨١	١٣	١,٠٤
		%	١٣	٢٤,٢	٣٦,٣	٢٢,٨	٣,٧	

المتوسط الحسابي العام = ٣,٥٧، الانحراف المعياري العام = ٠,٥٨٥

يتضح من الجدول (٢٦) أن المتوسط الحسابي العام والبالغ (٣,٥٧) يشير إلى أن أفراد العينة موافقون على عبارات هذا المحور.

حيث تشير النتائج إلى أن عبارة: «يمكنني أن أعرف متى يشعر الشخص الذي أتحدث معه بالملل» حصلت على متوسط حسابي (٤,٠١)، مما يدل على أن أفراد العينة موافقون على ذلك.

كما حصلت عبارة: «أشعر بالراحة في التحدث مع الآخرين بشكل مستمر» على متوسط حسابي (٣,٦٧)، مما يدل على أن أفراد العينة موافقون على ذلك، تليها عبارة: «أستمتع بالتغريد والمشاركة عبر تويتر» حيث بلغ المتوسط الحسابي (٣,٥٦)، مما يدل على أن أفراد العينة موافقون على ذلك.

وأوضحت النتائج أن عبارة: «أستطيع أن أعبر عن أفكاري ومشاعري الشخصية بسهولة عبر تويتر» حصلت على المتوسط الحسابي (٣,٥٥)، مما يدل على أن أفراد العينة موافقون على ذلك.

كما أوضحت أن عبارة: «لا أجد صعوبة في التحدث مع الغرباء عبر تويتر» حصلت على المتوسط الحسابي (٣,٤٤)، مما يدل على أن أفراد العينة موافقون على ذلك.

وحصلت عبارة: «غالباً ما أجد أنني لا أعرف كيف أحافظ على استمرار المحادثة عبر تويتر» على متوسط حسابي (٣,٢٠)، مما يدل على أن أفراد العينة محايدون في ذلك، وبالتالي توضح نتائج العبارات السابقة أن أفراد العينة يتمتعون بمهارات تواصل عالية.

المحور الثاني: نتائج اختبارات الفروض:

أولاً: العلاقة بين كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر، مع رأس المال الاجتماعي الترابطي، ورأس المال الاجتماعي التواصلي
جدول (٢٧) يبين العلاقة بين كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر، مع رأس المال الاجتماعي الترابطي، ورأس المال الاجتماعي التواصلي

كثافة استخدام تويتر		رأس المال الاجتماعي الترابطي	رأس المال الاجتماعي التواصلي
تصفح حساب تويتر في اليوم الواحد	معامل الارتباط (بيرسون)	٠,٢٨٤	٠,٣٣٧
	الدلالة الإحصائية	*٠,٠٠	*٠,٠٠
الوقت الذي تقضيه على موقع تويتر في اليوم	معامل الارتباط (بيرسون)	٠,٣٣٢	٠,٣٠٥
	الدلالة الإحصائية	*٠,٠٠	*٠,٠٠

(*) دالة عند ٠,٠١

يتبين من الجدول رقم (٢٧) ما يلي:

- توجد علاقة طردية بسيطة ذات دلالة إحصائية بين تصفح حساب تويتر في اليوم الواحد، ورأس المال الترابطي، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠,٢٨٤) عند مستوى دلالة (٠,٠٠)، وهو أصغر من (٠,٠١)، ونستنتج من ذلك أنه كلما زاد تصفح حساب تويتر في اليوم الواحد، زاد رأس المال الاجتماعي الترابطي، والعكس صحيح.

- توجد علاقة طردية بسيطة ذات دلالة إحصائية بين تصفح حساب تويتر في اليوم الواحد، ورأس المال التواصلي، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠,٣٣٧) عند مستوى دلالة (٠,٠٠)، وهو أصغر من (٠,٠١)، ونستنتج من ذلك أنه كلما زاد تصفح حساب تويتر في اليوم الواحد، زاد رأس المال الاجتماعي التواصلي، والعكس صحيح.

- توجد علاقة طردية بسيطة ذات دلالة إحصائية بين الوقت الذي تقضيه الطالبة على موقع تويتر في اليوم، ورأس المال الترابطي، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠,٣٣٢) عند مستوى دلالة (٠,٠٠)، وهو أصغر من (٠,٠١)، ونستنتج من ذلك أنه كلما زاد الوقت الذي تقضيه الطالبة على موقع تويتر في اليوم، زاد رأس المال الاجتماعي الترابطي، والعكس صحيح.

- توجد علاقة طردية بسيطة ذات دلالة إحصائية بين الوقت الذي تقضيه الطالبة على موقع تويتر في اليوم، ورأس المال التواصل، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0,305) عند مستوى دلالة (0,00)، وهو أصغر من (0,01)، ونستنتج من ذلك أنه كلما زاد الوقت الذي تقضيه الطالبة على موقع تويتر في اليوم، زاد رأس المال الاجتماعي التواصل، والعكس صحيح.

وتشير هذه النتائج إلى إمكانية تكوين رأس المال الاجتماعي بنوعية الترابطي والتواصل عبر موقع تويتر، وتتفق نتائج هذا الفرض مع دراسة (Sajuria, et al., 2015)، ودراسة (الشامي، 2013) والتي أشارت إلى أنه يمكن للشبكات المتصلة بالإنترنت أن تقدم ملامح تأسيسية لرأس المال الاجتماعي، بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة (Hofer & Aubert, 2013)، فيما يتعلق برأس المال الترابطي على موقع تويتر، حيث ترى الدراسة عدم وجود علاقة بين استخدام تويتر، ورأس المال الاجتماعي الترابطي على الإنترنت.

ثانياً: العلاقة بين كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال الاجتماعي مع المتغيرات الوسيطة: الثقة في العلاقات الاجتماعية عبر تويتر، تقدير الذات، مهارات التواصل الاجتماعي

جدول (28) يبين العلاقة بين كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال الاجتماعي مع المتغيرات الوسيطة: الثقة في العلاقات الاجتماعية عبر تويتر، تقدير الذات، مهارات التواصل الاجتماعي

رأس المال الاجتماعي	المتغيرات الوسيطة	
0,409	معامل الارتباط (بيرسون)	الثقة في العلاقات الاجتماعية عبر تويتر
*0,00	الدلالة الإحصائية	
0,114	معامل الارتباط (بيرسون)	تقدير الذات
*0,032	الدلالة الإحصائية	
0,044	معامل الارتباط (بيرسون)	مهارات التواصل الاجتماعي
*0,00	الدلالة الإحصائية	

(*) دالة عند 0.01

يتبين من الجدول رقم (٢٨) ما يلي:

- توجد علاقة طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال الاجتماعي، مع الثقة في العلاقات الاجتماعية عبر تويتر، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠,٤٠٩) عند مستوى دلالة (٠,٠٠)، وهو أصغر من (٠,٠١)، ونستنتج من ذلك أنه كلما زادت كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر، زادت الثقة في العلاقات الاجتماعية عبر تويتر، وبالتالي يزيد رأس المال الاجتماعي، والعكس صحيح، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (sheng, et al., 2012) والتي أشارت إلى أنه توجد علاقة ارتباط إيجابية بين الثقة الاجتماعية، وبين رأس المال الاجتماعي الترابطي والتواصلية، بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة (كمال، 2011)، والتي أشارت إلى عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الفيس بوك، ودرجة الثقة الاجتماعية لدى عينة البحث.

- توجد علاقة طردية بسيطة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال الاجتماعي، مع تقدير الذات، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠,١١٤) عند مستوى دلالة (٠,٠٣٢)، وهو أصغر من (٠,٠١)، ونستنتج من ذلك أنه كلما زادت كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر، زاد تقدير الذات، وبالتالي يزيد رأس المال الاجتماعي، والعكس صحيح، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (كمال، ٢٠١١)، والتي أشارت عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الفيس بوك، ودرجة تقدير الفرد لذاته على مستوى رأس المال الاجتماعي، الذي يحوزه الطلاب عينة البحث من خلال الفيس بوك، وكذلك مع دراسة (burke, et al., 2011) والتي أشارت إلى أن الأشخاص الذين يتمتعون بتقدير ذات عالٍ لديهم مستويات عالية من رأس المال الاجتماعي، بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة (Steinfeld, et al., 2008)، والتي بينت أن العلاقة بين كثافة استخدام الفيس بوك، ورأس المال الاجتماعي، هو أعلى للطلاب ذوي احترام الذات المنخفض من الطلاب ذوي احترام الذات المرتفع، كما أن لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية مكاسب من رأس المال الاجتماعي، ولا سيما بالنسبة للطلاب ذوي تقدير الذات المنخفض.

- توجد علاقة طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال الاجتماعي، مع مهارات التواصل الاجتماعي، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠,٥٤٤) عند مستوى دلالة (٠,٠٠)، وهو

أصغر من (0,01)، ونستنتج من ذلك أنه كلما زادت كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر، زادت مهارات التواصل الاجتماعي، وبالتالي يزيد رأس المال الاجتماعي، والعكس صحيح، و تتفق هذه النتيجة مع دراسة (Weiqin, et al., 2016)، والتي أشارت إلى أن الشخصية الاجتماعية تراكم رأس المال لديها -أيضاً- في العلاقات عبر الإنترنت، وكذلك مع دراسة (الشامي، 2013)، ودراسة (burke, et al., 2011)، والتي أشارت إلى أن الأشخاص الذين يتمتعون بمهارات تواصل عالية، لديهم مستويات أعلى من رأس المال الاجتماعي. وتوضح هذه النتيجة أن الأفراد الذين يتمتعون بتقدير مرتفع لذواتهم ومهارات تواصل عالية يدعمون هذه المهارات من خلال استخداماتهم المختلفة لمواقع الشبكات الاجتماعية وبالتالي يظهر أثر ذلك على رأس المال الاجتماعي لديهم، وبذلك تتفق نتائج اختبار هذا الفرض مع نتائج الدراسات السابقة التي طبقت على الفيس بوك، والتي أثبتت بوجود علاقة بين المتغيرات السابقة: (الثقة في العلاقات الاجتماعية عبر تويتر، تقدير الذات، مهارات التواصل الاجتماعي) ورأس المال الاجتماعي.

ثالثاً: اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد لمعرفة الفروق الإحصائية لمحور رأس المال الاجتماعي بالنسبة لمتغير السن
جدول (٢٩) يوضح اختبار تحليل التباين لبيان الفروق الإحصائية بين إجابات أفراد العينة بحسب متغير السن

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
رأس المال الاجتماعي	بين المجموعات	٦,٨٨	٣	٢,٢٩	٥,١٢	*٠,٠٠٢
	داخل المجموعات	١٥٧,٠١	٣٥١	٠,٤٤٧		

(*) دالة عند ٠,٠٥

يتبين من الجدول رقم (٢٩) ما يلي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بطبيعة تكوين رأس المال الاجتماعي لدى أفراد العينة، حيث بلغ معامل F (٥,١٢) عند درجة حرية (٣٥٤)، ومستوى دلالة (٠,٠٠٢)، وهو أصغر (٠,٠٥)، ولمعرفة مصدر تلك الفروق أجرينا اختبار شيفيه (Scheffe)، واتضح أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أعمارهم: من ١٨ - ٢٠ سنة، ومن ٢١ - ٢٣ سنة، و من ٢٣ - ٢٥ سنة لصالح من أعمارهم من ٢٣ - ٢٥ سنة، والجدول رقم (٣٠) يبين ذلك:

جدول (٣٠) يبين مصدر الفروق لاختبار شيفيه (Scheffe)

السن ومتوسطاته			١٨ - ٢٠ سنة
٢٥ سنة فأكثر	٢٣ - ٢٥ سنة	٢١ - ٢٣ سنة	٣,٢٧
٣,٣٥	٣,٧١	٣,١٨	
			السن ومتوسطاته
			١٨ - ٢٠ سنة
			٣,٢٧
		٠,٦٥٣	٢١ - ٢٣ سنة
			٣,١٨
	*٠,٠٠٢	*٠,٠٢٠	٢٣ - ٢٥ سنة
			٣,٧١
٠,٤٦٨	٠,٤٦٨	٠,٩٨١	٢٥ سنة فأكثر
			٣,٣٥

(*) دالة عند ٠,٠٥

وتشير هذه النتيجة إلى ارتباط رأس المال الاجتماعي بالفئات الأصغر سناً أكثر من الفئات الأكبر سناً، وبذلك تتفق هذه النتيجة مع دراسة (المجالي ، ٢٠٠٧) والتي أشارت إلى أنه كلما ازداد العمر انخفض أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية.

رابعاً: اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد لمعرفة الفروق الإحصائية لمحور رأس المال الاجتماعي، بالنسبة لمتغير المستوى الاجتماعي والاقتصادي جدول (٣١) يوضح اختبار تحليل التباين لبيان الفروق الإحصائية بين إجابات أفراد العينة، بحسب متغير المستوى الاجتماعي والاقتصادي

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
رأس المال الاجتماعي	بين المجموعات	١,٤٢	٢	٠,٧١٢	١,٥٤	٠,٢١٥
	داخل المجموعات	١٦٢,٤٧	٣٥٢	٠,٤٦٢		

(*) دالة عند ٠,٠٥

يتبين من الجدول رقم (٣١) ما يلي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رأس المال الاجتماعي لدى أفراد العينة، حيث بلغ معامل F (١,٥٤) عند درجة حرية (٣٥٤)، ومستوى دلالة (٠,٢١٥)، وهو أكبر (٠,٠٥).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Valenzuela, et al., 2009) فيما يتعلق باستخدام الفيس بوك، حيث أشارت إلى أن العلاقة بين رأس المال الاجتماعي واستخدام الفيس بوك، لا تختلف حسب الخلفية الاجتماعية والاقتصادية لطلاب الجامعات.

خامساً: اختبار (T) لمعرفة الفروق الإحصائية لمحور رأس المال الاجتماعي، بالنسبة لمتغير طبيعة الدراسة:

جدول (٣٢) يوضح اختبار (T) لبيان الفروق بين إجابات أفراد العينة، بحسب متغير طبيعة الدراسة

المحور	طبيعة الدراسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة T	الدالة الإحصائية
رأس المال الاجتماعي	نظري	٣,٣٨	٠,٦٥١	٣٥٣	٣,٤٧	*٠,٠٠١
	علمي	٣,١٣	٠,٦٩٠			

(*) دالة عند 0.05

يتبين من الجدول رقم (32) ما يلي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رأس المال الاجتماعي لصالح من كانت طبيعة دراستهم نظرية، حيث بلغ معامل T (٣,٤٧) عند درجة حرية (٣٥٣)، ومستوى دلالة (٠,٠٠١)، وهو أصغر من (٠,٠٥).

خاتمة الدراسة:

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: أن أشكال رأس المال الاجتماعي يمكن أن تتولد على تويتر، حيث توجد علاقة طردية بسيطة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر، ورأس المال الاجتماعي الترابطي والتواصلية، كما توجد علاقة طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الطالبات لموقع تويتر، مع الثقة في العلاقات الاجتماعية، ومهارات التواصل الاجتماعي على رأس المال الاجتماعي، كما أثبتت وجود علاقة طردية بسيطة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدامات طالبات الجامعات السعودية لموقع تويتر، ورأس المال الاجتماعي مع تقدير الذات، كما أوضحت النتائج أن المتابعة والقراءة هي أكثر استخدامات أفراد العينة على موقع تويتر، وأن النسبة الأعلى لأنماط الأنشطة الاجتماعية التي يمارسونها عبر الموقع، هي متابعة الأخبار الاجتماعية، حيث بلغت ٧٥,٨%، وأشارت الدراسة إلى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رأس المال الاجتماعي لصالح طبيعة الدراسة النظرية، كما أوضحت الدراسة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رأس المال الاجتماعي لدى أفراد العينة لصالح من أعمارهم من ٢٣ - ٢٥ سنة، كما أنه لا توجد فروق في رأس المال الاجتماعي لدى أفراد العينة، وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي لطالبات الجامعات، واستناداً على النتائج السابقة تقترح الباحثة ما يلي:

- مقترحات أكاديمية:

- ١- إجراء دراسة السلاسل الزمنية لمواصلة استكشاف العلاقة بين استخدام موقع تويتر ورأس المال الاجتماعي.
- ٢- إجراء دراسة حول قواعد الخصوصية في مواقع الشبكات الاجتماعية، وتأثيرها على تكوين رأس المال الاجتماعي.
- ٣- إمكانية إجراء دراسة تناول الجانب السلبي لرأس المال الاجتماعي المترتب على استخدام موقع تويتر في المجتمع السعودي.

- مقترحات مجتمعية:

- ١- توعية طالبات الجامعات وخاصة الخريجات منهن بأهمية مواقع الشبكات الاجتماعية وبالتحديد موقع تويتر، ودوره في نشر المعلومات المتعلقة بالوظائف الشاغرة.
- ٢- أن تعمل الكليات والجامعات على المشاركة في موقع تويتر، بحيث تعمل على ربط الطلاب بكلياتهم، وتشعرهم بأنهم جزء من مجتمعهم.
- ٣- التشجيع على استخدام موقع تويتر بين أعضاء هيئة التدريس والطلاب في الجامعات، لتقوية التواصل فيما بينهم، ومساعدتهم على التعلم، وتطوير مهاراتهم خارج الصف.

مراجع الدراسة:

أولاً: المراجع العربية:

١. زغيب، شيماء. (٢٠٠٩). **مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية**. القاهرة. الدار المصرية اللبنانية.
٢. السروجي، طلعت. (٢٠٠٩). **رأس المال الاجتماعي**. القاهرة. مكتبة الأنجلو المصرية.
٣. الشامي، علاء. (٢٠١٣). **مواقع التواصل الإلكتروني ورأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي**. **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، العدد ١٠. ص ٧٩-١٤٤.
٤. الشهري، حنان. (٢٠١٣). **أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية فيس بوك وتويتر نموذجاً**. رسالة ماجستير. كلية الآداب والعلوم الإنسانية. جامعة الملك عبد العزيز.
٥. عبد الجليل، عصام. (٢٠١٣). **المشاركة المدنية كمتغير لتنمية رأس المال الاجتماعي بالمناطق العشوائية: دراسة مطبقة على منطقة غرب البلد بمحافظة أسبوط**. المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرون للخدمة الاجتماعية وتطوير العشوائيات. مصر. كلية الخدمة الاجتماعية. جامعة حلوان.
٦. عبد الحميد، إنجي. (٢٠١٠). **دور المجتمع المدني في تشكيل رأس المال الاجتماعي**. سلسلة أبحاث ودراسات. القاهرة. المركز المصري للحقوق الاقتصادية والاجتماعية.
٧. اللبان، شريف، عبد المقصود، هشام. (٢٠١٢). **مقدمة في مناهج البحث الإعلامي**. القاهرة. الدار العربية للنشر والتوزيع.
٨. النعيم، عزيزة. (٢٠١٠). **المجتمع الافتراضي القيم والعلاقات الافتراضية بين الشباب**. **مجلة شؤون اجتماعية**. العدد ١٠٧. ص ٦٧-١٠٩.

ثانياً : المراجع الأجنبية:

1. Acosta, Danielle.(2014).Tweet Up? Examining Twitter's Impact on Social Capital and Digital Citizenship in Higher Education. **American College Personnel Association and Wiley Periodicals** from: www.wileyonlinelibrary.com.
2. Burke, M., Kraut, R., Marlow. C (2011).Social Capital On Facebook Differentiating Uses And Users. **Paper Presented At The Conference On Human Factors In Computing System**. Vancouver, BC, Canada.
3. Ellison, NB., Steinfield, C., Lampe.C. (2010). Connection Strategies: Social Capital Implications Of Facebook-Enabled Communication Practices. **New Media & Society**. Vol. 13 (6). PP 873–892.
4. Filed,J. (2008).**Social Capital**. New York. Routledge Taylor & Francis Group.
5. Gok, T. (2016). The Effects Of Social Networking Sites On Students' Studying And Habits. **International Journal Of Research In Education And Science**, Vol 2 (1), Pp 85- 93.
6. Hofer, M., Aubert, V.(2013). Perceived Bridging And Bonding Social Capital On Twitter: Differentiating Between Followers And Followees. **Computers In Human Behavior**. VOL.29 (6) ,Pp 2134–2142

7. Rahman, M. (2016). Influence Of Social Networking Sites on the Interpersonal Relationships of Youth: A Study Bangladesh Youth. **Global Media Journal: Pakistan Edition**. Vol. 9 (1). Pp1-16.
8. Rostila ,M.(2011).The Facets Of Social Capital. **Journal For The Theory Of Social Behavior** Vol. 41 (3). pp 308–326.
9. Sajuria, J., Hudson, J., Theocharis, Y.(2015). Tweeting Alone? An Analysis Of Bridging And Bonding Social Capital In Online Networks. **American Politics Research**.Vol.43 (4). Pp. 1-31
10. Small, M.(2009). **Unanticipated Gains: Origins Of Network Inequality In Everyday Life**.USA. Oxford University Press.
11. Steijn, W., Alexander, S. (2013). Information Sharing and Relationships on Social Networking Sites .**Cyber psychology Behavior And Social Networking**. Vol.16 (8), Pp582-587.
12. Valenzuela ,S., Park, N., Kee, K (2009). Is There Social Capital In A Social Network Site?: Facebook Use And College Students ‘Life Satisfaction, Trust, And Participation. **Journal Of Computer Mediated Communication**.Vol.14 (4). Pp875-901.
13. Weiqin, EL., Campbell ,M., Kimpton, M., Wozencroft, K., Orel, A.(2016).Social Capital On Facebook: The Impact Of Personality Andonline Communication Behaviors. **Journal Of Educational Computing Research**, Vol. 54(6) Pp 747–768.
14. Wilcox, K., Stephen, A. (2013). Are Close Friends The Enemy? Online Social Networks, Self-Esteem, And Self-Control. **Journal Of Consumer Research**, Vol.40. Pp. 90-103.