

العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة المجتمعية لدى طالبات الجامعات السعودية

دراسة مسحية على طالبات جامعة الملك سعود

أ. أماني حمدان الغانمي

محاضر بقسم مهارات الاتصال كلية العلوم والآداب
برابغ جامعة الملك عبد العزيز

مقدمة:

لقد أحدث ظهور الانترنت تحولات جوهرية في طبيعة الاتصال الإنساني، وأصبح في فترة زمنية وجيزة شيئاً أساسياً في حياة الأفراد ، ويعتبر الجيل الثالث للويب (web3.0) الذي يمثل الشبكات الاجتماعية أحد تقنيات الانترنت وتطبيقاته التي تسمح للأفراد ، وتبادل الآراء والأفكار والمشاركة وحشد المناصرة للقضايا المختلفة ، لقد أجمع معظم الباحثين في مختلف دول العالم على ارتفاع نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الشباب ، ولا يعتبر المجتمع السعودي بمعزل عن هذا العالم حيث شهدت المملكة العربية السعودية في الفترة الأخيرة تنامي اهتمام المجتمع السعودي وفئة الشباب -بوجه خاص- بهذه الشبكات ، وبالتالي تزايد تأثيرها في حياتهم اليومية ، حيث تضاعف عدد المستخدمين النشطين في السعودية خلال الأعوام الأخيرة (2017-2019) من 8.5 مليون مستخدم إلى 12.8 مليون (وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات السعودية، 2019) ، ولقد أسهمت هذه الشبكات بدورها في تفعيل المشاركة- بشكل عام- لتحقيق رغبة كل فئة مشتركة في الاهتمامات والأنشطة ذاتها، حيث استطاعت أن تحول الأفكار والتوجهات إلى مشروعات عمل جاهزة للتنفيذ (عوض،2011،ص4) .

ولمّا كانت المشاركة أساساً لممارسة الديمقراطية بين الأفراد، وتدعيم المواطنة الصالحة داخل المجتمع، وذلك من خلال ممارسة النشاط الاجتماعي، والاقتصادي، والمشاركة في الجمعيات، والمبادرات التطوعية فإنه من الممكن أن يعزز استخدام هذه الشبكات مشاركة الأفراد مجتمعياً، حيث أشارت الكثير من الأدبيات أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يرتبط بشكل إيجابي مع المشاركة المجتمعية، التي تعتبر من أهم المقومات الأساسية لتنمية المجتمع؛ نظراً لما تلعبه من دور أساسي في تطوره.

مشكلة الدراسة:

لقد حظي موضوع المشاركة المجتمعية للشباب في المجتمع باهتمام بالغ خلال العقديين الماضيين في التراث العلمي العالمي؛ لأنه يقوم على مدى تفهمهم لدورهم ومساهماتهم في النهوض بالمجتمع والأخذ بزمام المبادرة في مواجهة المشكلات الاجتماعية. وفي ظل التنامي المتزايد لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة في المملكة العربية السعودية -خاصةً- من قبل فئة الشباب الناشطة على المستوى المجتمعي، تتمثل مشكلة هذه الدراسة في محاولة الكشف عن العلاقة بين استخدام طالبات الجامعات السعودية لشبكات التواصل الاجتماعي (تويتر، الانستغرام، سناب شات) ومستوى مشاركتهن المجتمعية، ومدى تأثير مجموعة من العوامل المتمثلة في: الثقة الاجتماعية (في الآخرين، في مؤسسات ومنظمات المجتمع) على مستوى هذه المشاركة.

أهمية الدراسة:

- تستمد الدراسة أهميتها من الأهمية والمكانة التي تمثلها مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر، الانستغرام، سناب شات) بالنسبة للشباب السعودي؛ إذ تشير الأرقام والإحصاءات إلى ارتفاع معدلات استخدامها بشكل ملحوظ في السنوات الأخيرة.

- تتناول الدراسة متغير المشاركة المجتمعية؛ وهو متغير بالغ الأهمية خاصة في الوقت الحاضر حيث تعتبر وسيلة لتعزيز التطور الأخلاقي والمهاري للأفراد داخل المجتمعات، وذلك من خلال تعزيز مشاركتهم في الأنشطة التطوعية والاجتماعية، وتعليمهم مبادئ المواطنة، وتدعيم مسؤوليتهم الأساسية تجاه مجتمعهم.

- يتمثل مجتمع الدراسة في طالبات الجامعات، وتعتبر المرحلة الجامعية مرحلة مهمة بشكل استثنائي لأنها تُعبر عن بداية حياة مستقلة وناضجة، وتعتبر فئة الطالبات الجامعيات من أكثر فئات المجتمع اهتماماً بقضاياها، وحرصاً على تطويره والارتقاء به، كما أكدت ذلك الدراسات والأدبيات السابقة؛ وذلك نظراً لامتلاكهن الإمكانيات التي تؤهلن

لدفع عملية التنمية في المجتمع وبحسب الإحصاءات الصادرة من وزارة التعليم في المملكة العربية السعودية في عام 2017 فقد بلغ عدد الإناث في مرحلة البكالوريوس في الجامعات السعودية الحكومية 682.545 طالبة.

- تعتبر هذه الدراسة ضمن أوائل الدراسات في المملكة العربية السعودية - في حدود إطلاع الباحثة- التي تتناول العلاقة بين معدل استخدام طالبات الجامعات السعودية لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوى مشاركتهن المجتمعية من خلالها.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في: التعرف على العلاقة بين معدل استخدام طالبات الجامعات السعودية لشبكات التواصل الاجتماعي ومستويات المشاركة المجتمعية لهن.

تساؤلات الدراسة:

- ما معدل استخدام طالبات الجامعات السعودية لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر، الانستغرام، سناب شات)؟
- ما أنماط المشاركة المجتمعية لدى طالبات الجامعات السعودية؟
- ما اتجاه طالبات الجامعات السعودية نحو المشاركة المجتمعية؟
- ما مستوى مشاركة طالبات الجامعات السعودية من خلال تويتر، الانستغرام، سناب شات؟
- ما مدى ثقة طالبات الجامعات الاجتماعية في الآخرين على شبكات التواصل؟
- ما مدى ثقة طالبات الجامعات في مؤسسات ومنظمات المجتمع على شبكات التواصل؟

فروض الدراسة:

- بناء على مراجعة الإطار النظري والدراسات السابقة تم تحديد فروض الدراسة كما يلي:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام طالبات الجامعات السعودية لشبكات التواصل الاجتماعي وبين مستويات المشاركة المجتمعية لديهن.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى ثقة طالبات الجامعات السعودية الاجتماعية (في الآخرين، في مواقع منظمات المجتمع) ومستوى مشاركتهن المجتمعية عبر الشبكات.

المفاهيم الرئيسية في الدراسة:

1- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي: يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور الذين يستخدمون هذه الوسائل، ويتحكم في هذا الاستخدام عدة عوامل منها: عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وبالتالي تتنوع هذه الحاجات باختلاف الأفراد (مكاوي، 2010، ص 241).

ويقصد بمفهوم الاستخدام إجرائياً في هذه الدراسة بأنه: درجة استخدام طالبات الجامعات السعودية لشبكات التواصل الاجتماعي (تويتر، انستغرام، سناب شات)، والوقت الذي يقضيه على هذه الشبكات في المتابعة، والتصفح، والتفاعل. أما شبكات التواصل الاجتماعي فهي: صفحات الويب التي يمكن أن تُسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الانترنت، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام، والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء، ويمكن أن تشمل هذه المميزات (المراسلة الفورية، الفيديو الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني، المدونات... الخ) (عبد الحميد، 2013، ص16).

وتعرّف إجرائياً في هذه الدراسة بأنها التطبيقات التالية : (تويتر ، انستغرام ، سناب شات)
2- المشاركة المجتمعية : يُعرّف قاموس علم الاجتماع المشاركة المجتمعية على أنها : مشاركة الفرد في الجماعات الاجتماعية والمنظمات التطوعية ، وخاصة ما ينصب دورها على النشاط المجتمعي المحلي أو المشروعات المحلية ، وتتم المشاركة عادةً خارج مواقف العمل (عبد الجليل ، 2013 ، ص 5381) فالمشاركة هي واجب الفرد في القيام بمسؤوليات المواطنة ، مع الالتزام بالمشاركة بنشاط فردي أو بالتنسيق مع آخرين كمتطوعين في أنشطة الخدمة التي تعزز المجتمع المحلي (Adler,2005,p238).

وتعرّف المشاركة المجتمعية إجرائياً في هذه الدراسة بأنها: مدى مشاركة طالبات الجامعات السعودية في الأنشطة المجتمعية، والمبادرات التطوعية التي تخدم المجتمع من خلال شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر، الانستغرام، سناب شات) وتتضمن هذه المشاركة عدة مستويات، تتدرج من المتابعة والاهتمام بالأنشطة المجتمعية، ومن ثم التفاعل والتضامن، والمساهمة، وصولاً للمشاركة الفعلية على أرض الواقع.

3- الثقة الاجتماعية: تعبر الثقة عن شعور الأفراد بالأمان تجاه الآخرين، وتجاه البيئة، أو المجتمع الذي يعيشون به، ويشمل ذلك الثقة في الآخرين، والثقة في مؤسسات ومنظمات المجتمع (Valanzula,2011,p400)

وتعرف الثقة الاجتماعية إجرائياً في هذه الدراسة: بأنها مدى شعور طالبات الجامعات السعودية بالثقة تجاه الآخرين الذين تتعامل معهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ومدى

شعورهن بالثقة أيضاً تجاه مواقع وحسابات المؤسسات والمنظمات على هذه الشبكات.

الإطار النظري والدراسات السابقة:

تستند هذه الدراسة إلى الأدبيات النظرية حول المشاركة المجتمعية ومفهومها وأنواعها ومجالات استخدامها ؛ حيث تعود نشأة فكرة المشاركة المجتمعية إلى عام 1891م، والتي تم إقرارها ضمن مواد القانون البريطاني كنصي من النصوص التي تُسهم في المحافظة على دعم دور الجمعيات ، والمؤسسات الخيرية التي توفر دعماً لأفراد المجتمع، ثم ما لبثت أن أصبحت هذه الفكرة من الأفكار التي انتشرت في العديد من دول العالم ، ومن ثم تم الاعتماد عليها في تعزيز العلاقات الاجتماعية بين السكان (Burns, at el, 2004,p2).

ويرى الباحثون أن المشاركة المجتمعية ترتبط بمفهومين أساسيين هما: مفهوم الشراكة par-ticipation، ومفهوم التطوع volunteer. (الوكيل، 2012، ص43)

ولقد أشار أولسون Olssen في هذا الصدد، أن مشاركة الفرد في التفاعل الاجتماعي تتخذ شكلين أساسيين: أولهما يشارك في التفاعل كعنصر مستقل نسبياً وتتحدد أفعاله بدوافعه الشخصية واستعداداته وأهدافه، والآخر يشارك في التفاعل كجزء معقد نسبياً حيث تتشكل أفعاله بتوقعات ومطالب التنظيم الأكبر حينما يؤدي دوراً اجتماعياً (الحري، 1999، ص4) كما أكد سيكوناني (Cicognani, 2007, p98) أن «المشاركة المجتمعية» من المفاهيم التي تحتل مكاناً مركزياً وتحظى باهتمام الكثير من المهن والتخصصات مثل: علم الاجتماع، علم السياسية، علم الاقتصاد ، علم الإدارة.

وتطلق المشاركة المجتمعية للشباب من عدة دوافع تحفيزية، منها دوافع شخصية، تتمثل في: اكتساب خبرات عملية للمهنة، ومهارات جديدة، وإلمام جيد بالمعلومات المتنوعة عن المؤسسات المجتمعية، وهناك أيضاً دوافع مجتمعية تتمثل في: تنمية روح العطاء والمشاركة في المجتمع والشعور بتحمل المسؤولية (الكعبي، 2015، ص2907)

أما ثقافة المشاركة عبر شبكات التواصل الاجتماعي فهي ترتبط بمفهوم التكنوقراطية «Technocultural» والذي يعني قيام هذه الوسائل بأدوار ثقافية تتمثل في مشاركات المستخدمين على شبكة الانترنت، وفي هذا الشأن تبرز الثقافة التشاركية «Participatory Culture» التي تجمع بين أكثر من فرد ومؤسسة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مما يسهل في تشكيل رأس المال الاجتماعي Social Capital الذي يسهل من التنظيم والتعاون بين أفراد ومؤسسات المجتمع لتحقيق المنافع المتبادلة (البدوي، 2015، ص 52)

فمنذ منتصف التسعينيات، وبعد الانتشار الواسع للإنترنت، ووسائل الإعلام الجديد خاصة في العالم الغربي، بدأ استخدام هذه الوسائل على نطاق واسع من الحركات الاجتماعية

لغرض التوعية والمشاركة المجتمعية من قبل المواطنين، ومن ثم تنظيم وتبادل المنتجات الثقافية والتعبئة، ولعل أكثر الأمثلة وضوحاً والتي برزت في ذلك الوقت التجربة المكسيكية والأرجنتينية، حيث كان لوسائل الإعلام الاجتماعية تاريخ ثري في التعبئة العامة، والمشاركة المجتمعية (Atton,2003,p7)

ولقد ذهبت العديد من الدراسات والأطروحات في مجال الإعلام والاتصال، إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي social media تعد وسائل وأدوات فعالة في عمليات الإصلاح والتغيير الاجتماعي، والتحول الديمقراطي، والتعبير عن الهويات الاجتماعية والسياسية المختلفة (عبده، 2016، ص142)

ولقد عرف (Valenzuela,2009) المشاركة المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنها: العمل على الاستجابة للاحتياجات المجتمعية وذلك في شكل مجموعات داعمة، أو ممارسات تعاونية في مجال الوسائط الاجتماعية.

وفي ذات السياق، أوضحت الكثير من الأدبيات إلى أن المشاركة المجتمعية المتمثلة في العمل التطوعي جزء لا يتجزأ من هذه التكنولوجيا، سواءً من خلال حسابات الجهات الرسمية، أو الحسابات الخاصة بالفرق والمبادرات الشبابية التطوعية (الخاجة، 2015، ص 6)

ومما تجدر الإشارة إليه في هذا المجال، أن مواقع المشاركة عبر الإنترنت قد تعمل على تفعيل وتنشيط المشاركة في الأنشطة الواقعية المحلية؛ وذلك لأنها تتيح الوصول إلى ثلاثة مفاتيح وعناصر هامة للمشاركة وهي: المعلومات، والأشخاص، وأدوات التنظيم، حيث أن هذه المواقع تمكن الأفراد من الوصول إلى المعلومات حول القضايا، والمنظمات الأخرى ذات الصلة، والكيفية اللازمة لاتخاذ الإجراءات بفاعلية، ومن ثم تمكنهم من الاتصال بأقرانهم للدعم والحصول على تغذية راجعة. وذلك بدوره يقود الأفراد للخروج إلى العالم الواقعي للتطوع، ومساهماتهم في رفع الوعي وتنقيف الآخرين، وبدء العمل في منظماتهم الخاصة (Raynes,2008,P163).

ولقد اتفق الكثير من الباحثين أن المشاركة المجتمعية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي تتدرج عادةً من المشاركة الشكلية، إلى المشاركة في جمع وإعطاء المعلومات عن الفعالية المجتمعية، أو النشاط الاجتماعي، ومن ثم التفاعل، والتشاور حول القضايا الإنسانية أو المجتمعية، فالمشاركة ببعض الموارد والجهود، وصولاً إلى التعبئة والأخذ بزمam المبادرة في المشاركة الفعلية على أرض الواقع (حمودة، 2013، ص 95-96).

وفي العالم العربي؛ استطاعت شبكات التواصل الاجتماعي أن تستقطب اهتماماً كبيراً ومتزايداً إلى حد أن بعض المحللين أطلق على تطورها السريع وتقدمها الملحوظ « الهجرة الرقمية» حيث غيرت تلك الوسائل طبيعة التواصل، والمشاركة المجتمعية في مختلف قضايا

المجتمع (بشير، 2014، ص 27).

أما على الصعيد المحلي ؛ خلصت العديد من الدراسات أن من أهم أدوار الاتصال التي لعبتها شبكة الانترنت في المجتمع السعودي تمثلت في الانتخابات البلدية ، وذلك من خلال تعريف أفراد المجتمع بها وبمراحلها ومن ثم إقناعهم بالتصويت والمشاركة (الزامل ، 2016، ص 340) كما شهدت المملكة العربية السعودية أيضاً تجربة مميزة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل الشراكة المجتمعية من أجل مكافحة العنف و الجريمة ، و ذلك عقب أحداث الشغب التي حدثت بمنطقة الخبر خلال احتفالات اليوم الوطني التاسع و السبعين للمملكة يوم 23 سبتمبر 2009 (الشييان، 2010).

وفي ذات الإطار ؛ كشفت صحيفة (سعودي جازيت) أن الكثير من السعوديين استخدموا مواقع التواصل الاجتماعي لزيادة الوعي، ونشر ثقافة التطوع والمشاركة المجتمعية، في المملكة خلال الشهر الكريم، وتشير الصحيفة إلى أن العديد من الشباب السعودي الذي يتطوع بشكل منتظم لمساعدة العمال المغتربين والأسر الفقيرة في شهر رمضان لجأوا لمواقع التواصل الاجتماعي بهدف الوصول إلى فئة المتبرعين والمحتاجين وإنشاء مجموعات خيرية على تلك الصفحات. (الخاجة، 2015، ص 93) إلا أن شبكات التواصل الاجتماعي ، قد تلعب أيضاً دورًا عكسيًا يحد من المشاركة الفعلية على أرض الواقع ؛ فقد يكفي المستخدم بعمل (like) أو (share) ، أو يكتب سائح لحدث معين ، أو سأنضم ، أو يضع صورة ، مما يجعله يشعر بالاكتماء نفسيا ، وكأنه شارك فعلاً (حمودة ، 2013 ، ص 104) ، أو قد تدفعهم الشبكات إلى الانخراط والمشاركة عبر الواقع الافتراضي فقط ، لأنه قد يبدو في نظرهم أقل تكلفة وخطورة ، وأكثر إثارة ، مما قد يدفع بهم لحالة من عدم الرضا وعدم الارتياح عن الواقع المجتمعي (المعيني، 2011، ص 58).

مراجعة الأدبيات والدراسة السابقة:

تطرقَت الباحثة لمجموعة كبيرة من الدراسات العربية والأجنبية تم استعراض أهمهما فيما يلي:

1- دراسة (Hirzalla, Banaji, 2017) الشباب والانترنت والمشاركة المدنية. استعرضت هذه الدراسة الوصفية التحليلية والرؤى والتوجهات المنشورة للبحوث والدراسات التي أجريت في العقد الماضي حول ما إذا كان الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص تعزز المشاركة المجتمعية أم لا؟ فلقد أشارت هذه الدراسة أن الدراسات النوعية والتي كانت قليلة نسبياً وقد ركزت على مدى إمكانات تطبيقات الانترنت ودورها في تحفيز المشاركة المجتمعية، واعتمدت في ذات الإطار دراسات المضمون على دراسة المحتوى

المدني المتداول في الانترنت، أما الدراسات الكمية فقد استهدفت العلاقة بين الاستخدام المدني لمواقع الانترنت وتطبيقاته و المشاركة ، و خلصت نتائج هذه الدراسة التحليلية إلى أن الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي لا تزال تستخدم في المقام الأول للأنشطة الترفيهية ، والتواصل الاجتماعي ، وأنه لا زال هناك الكثير من التناقضات حول استخدام الشباب لهذه المواقع .

2-دراسة (الزامل، 2016) إسهامات شبكات التواصل داخل المجتمع الافتراضي في تفعيل المشاركة المجتمعية لدى الشباب السعودي. تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية اعتمدت على منهج المسح الاجتماعي ، وخلصت نتائج الدراسة أن عينة الدراسة من الإناث زادت عن الذكور بنسبة 20 % في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مما يشير إلى أن النساء يستخدمن التكنولوجيا بشكل يزيد عن الرجال ، وخلصت نتائج الدراسة أن هناك إسهامات لمواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل ثقافة المشاركة بصفة عامة ؛ حيث جاء المتوسط العام لإسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل ثقافة المشاركة السياسية لدى الشباب السعودي بنسبة 78% ، أما المشاركة المجتمعية فكان المتوسط العام بنسبة 75% وتعتبر أقل من المشاركة السياسية بنسبة قليلة.

3-دراسة (Uslaner, Conley,2016) المشاركة المدنية والثقة الاجتماعية. هدفت الدراسة للتعرف على ما إذا كان الأشخاص المشاركين في الحياة المدنية يعكسون مدى ثقتهم في العالم من حولهم وفي أصدقائهم ، واعتمدت الدراسة على مسح 773 هاتفاً في المرحلة العمرية من 18 سنة وأكثر ، وخلصت نتائج الدراسة إن الأشخاص الذين لديهم هويات عرقية قوية والذين يرتبطون في المقام الأول مع أشخاص من نفس انتماءاتهم ، إما أنهم سوف يقومون بالانسحاب من المشاركة المدنية أو سوف ينتمون إلى مؤسسات من نفس الجنسيات الخاصة بهم ، وأن الأشخاص الذين لديهم ثقة أكبر و علاقات أكثر مرونة في مجموعاتهم هم الأكثر توقعاً للقيام بدور فعال في خدمة المجتمع .

4-دراسة (الأشرم، 2015) التأثير الاجتماعي لوسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي. لقد أسفرت نتائج هذه الدراسة أن الفيسبوك يعتبر من أكثر وسائل التواصل الاجتماعي شيوعاً لدى الطلاب، يليه اليوتيوب، كما أشارت نتائج الدراسة أن أهم أشكال التأثير لوسائل التواصل الاجتماعي تمثلت في توفير مساحة آمنة للشباب للحوار والتعبير عن آرائهم في القضايا السياسية والاجتماعية، فحوالي 75% من المشاركين أشاروا إلى أنهم يستخدمون هذه الوسائل للتعبير عن توجهاتهم وآرائهم في القضايا المجتمعية.

5-دراسة (Prandtzaeg,2015) العلاقة بين النوع والمشاركة المدنية عبر الفيسبوك. استخدمت هذه الدراسة طريقة جديدة لدراسة مستخدمي الفيسبوك و التي تسمح بجمع

البيانات من عينة كبيرة من مختلف الأعمار و البلدان باستخدام تطبيق تحليل البيانات الذي يسمى أداة (ويسدوم) حيث مكنت هذه الأداء الباحث من استخراج بيانات الإعجاب من خلال ممارسات التواصل على الفيسبوك (ضغطة الزر) حيث تم استقصاء عدد 806.706.21 من مستخدمي الفيسبوك في عدة بلدان عبر أربع قارات، و جاءت النتيجة الأبرز أن الرجال هم الأكثر دعماً لإدارة صفحات الفيسبوك سياسياً من النساء ، و أن النساء اللاتي يبلغن من العمر 13 - 28 عاماً يميلون للتركيز على الصفحات التي تتعلق بالأطفال والبيئة عندما مقارنة بالرجال من نفس السن ، وأن النساء يستخدمون الفيسبوك من أجل الفاعلية الاجتماعية.

6-دراسة (حمادية، قاسم، 2015) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي. لقد تم الاستعانة في هذه الدراسة بالمنهج التحليلي ، من خلال جمع أهم المفاهيم النظرية المتوفرة ، ومحاولة إسقاطها من خلال استمارة تحليل المضمون، التي تناولت صفحة جمعية ناس الخير ورقلة على الفيسبوك، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تمنح مستخدميها خاصية متابعة أنشطة الجمعيات الخيرية أثناء وبعد الانتهاء من الأنشطة مما يدعم ثقة المستخدمين في أعضاء الجمعية ، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن خدمة مواقع التواصل الاجتماعي للعمل التطوعي ومشاركة الأفراد به من خلالها يبقى أمر نسبي ، وهذا لا يعني أنها لم تعزز ولم تحافظ على السلوكيات الإنسانية ، فلقد كشفت الدراسة إلى أن موقع الفيسبوك ساعد أعضاء الجمعية في نشر أعمالهم التطوعية ، وساهم في مشاركة المستخدمين وتفاعلهم معها، ولكن يبقى ذلك دون المستوى المتوقع.

7-دراسة (الخاجة، 2015) دور الانستغرام في تحفيز الشباب البحريني على العمل التطوعي. اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتمثلت عينة الدراسة في العينة العشوائية البسيطة التي شملت 350 مفردة من عمر 20-45 سنة، ولقد أشارت النتائج إلى أن أكثر أنواع العمل التطوعي انتشاراً على الانستغرام هي مساعدة الفقراء والمحتاجين بنسبة 70%، يليها المشاركة في تنظيم الفعاليات والمناسبات بنسبة 55%، كما خلصت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الشباب البحريني للانستغرام ودوره في تحفيزهم نحو العمل التطوعي.

8- دراسة (skoric,2015) وسائل الإعلام الاجتماعية ومشاركة المواطنين: دراسة تحليل ثانوي. استعرضت هذه الدراسة الوصفية التحليلية البحوث التجريبية المنشورة في الفترة من 2007 إلى 2013، وذلك بهدف تقديم استنتاجات قوية حول العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية ومشاركة المواطنين، وأشارت النتائج إلى أن استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية ذو علاقة إيجابية عموماً مع المشاركة من خلال الفئات الفرعية الثلاث

وهي رأس المال الاجتماعي، والمشاركة المدنية، والمشاركة السياسية. وأظهرت النتائج أن الاعتماد على الشبكات الاجتماعية، والمناقشة الشخصية، يرتبط بشكل إيجابي مع المشاركة المدنية وأشارت بعض الدراسات إلى أن البعد النفسي يحفز المشاركة المجتمعية، مما يعزز الثقة وقواعد المعاملة بالمثل، وبالتالي تعزيز المشاركة المدنية في المستقبل.

9- دراسة (عبد العال، 2015) شبكات التواصل الاجتماعي وإسهامها في تنمية المشاركة المدنية لطلاب المدارس الثانوية. اعتمدت الباحثة في توضيح أهمية الدراسة على نظريتي المجال العام والنسق الاجتماعي، واستخدمت الباحثة منهج المسح وأداة الاستبيان واعتمدت على العينة المتعددة المراحل، حيث تم سحبها من ثلاثة مدارس وقع عليها الاختيار، وبلغ عدد المبحوثين 390 طالب، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن سبب استخدام 73% من أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي كان من أجل المساهمة في تنمية المجتمع، وأن 75% فسروا معنى المشاركة المدنية بمعرفة الحقوق السياسية، و 73% بالمساهمة في العمل الاجتماعي، وأن 60% من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي يرون أنها تساهم في تعزيز القيم المجتمعية و 72% يرون أنها تساهم في تنمية المجتمع المحلي.

10- دراسة (Galera,et al,2014) دور وسائل التواصل الاجتماعي في التعبئة الاجتماعية. هدفت الدراسة إلى تحليل الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في التعبئة الاجتماعية المدنية والتضامن لدى الشباب الأسباني، ولقد أجريت الدراسة من خلال استبيان وضع على الانترنت وشمل أكثر من 1300 شاب، ولقد أظهرت النتائج نسبة كبيرة من المشاركة الحصرية على الانترنت فقط. رغم وجود أكثر من 80% من الشباب شاركوا في الأعمال التي تم دعوتهم إليها من قبل وسائل التواصل الاجتماعي، وخلصت النتائج أيضًا أن وسائل التواصل الاجتماعي غيرت معنى المشاركة، وأنها تشجع الشباب الذين تم حشدهم من خلال وسائل التواصل الاجتماعي لاتخاذ الإجراءات اللازمة.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال إطلاع الباحثة على الدراسات السابقة وجدت ما يلي :

- تفاوتت الدراسات السابقة في تحديد مصطلح المشاركة المجتمعية ، ولقد كان هذا المصطلح أكثر تداولاً في الدراسات العربية ليشمل بعدين أساسيين تمثلت في : العمل التطوعي، وخدمة المجتمع ، وأضافت بعض الدراسات البعد المدني للمشاركة المرتبط بالتصويت والحقوق المدنية ، والبعد السياسي للمشاركة المجتمعية مثل دراسة (الزامل، 2016) أما في معظم الدراسات الأجنبية فلقد شاع مصطلح المشاركة المدنية كمرادف للمشاركة المجتمعية وخدمة المجتمع، بالإضافة للبعد المدني ، ولقد فصلت الدراسات الأجنبية في تناولها للمفهوم بين

المشاركة المدنية والمشاركة السياسية.

- انطلقت معظم الدراسات العربية والأجنبية من أهمية المشاركة المجتمعية خاصة لفئة الشباب، ومثّل طلاب وطالبات الجامعات مجتمع الدراسة في معظم تلك الدراسات.
- تناولت الدراسات العربية - بشكل عام - مشاركة الشباب مجتمعياً على مستوى المؤسسات والمنظمات والجمعيات الخيرية، حيث وجدت الباحثة ندرة في الدراسات العربية التي تناولت المشاركة المجتمعية من خلال وسائل الإعلام بشكل عام وشبكات التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص، عدا دراسة (الزامل، 2016) التي ركزت على إسهامات شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة المشاركة، ودراسة (الخاجة، 2015) التي تناولت دور الانستغرام في تحفيز العمل التطوعي.

- اعتمدت معظم الدراسات التي استعرضتها الباحثة على الإطار المعرفي ووضعت الفروض والتساؤلات التي تحقق أهداف الدراسة وفقاً لذلك الإطار خاصة فيما يتعلق بالأدبيات الأجنبية، في حين اعتمدت بعض الدراسات على الإطار النظري متمثلاً في: نظرية الاستخدامات والإشباع، انطلاقاً من أن الأفراد يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الدعم والموافقة والتأييد من الآخرين. واستخدمت الدراسات ذات البعد الاجتماعي البحث بعض النظريات الاجتماعية: مثل نظرية النسق الاجتماعي، ونظرية المجال العام.
- أكدت معظم الدراسات التي استعرضتها الباحثة في محور شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة المجتمعية على وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة المجتمعية، كما أشارت الدراسات إلى الآثار الإيجابية لاستخدام الشبكات الاجتماعية لهذا الغرض سواءً على مستوى المنظمات أو مستوى الأفراد، وقد لوحظ أن تطبيق الفيسبوك على - وجه التحديد - كان من أهم مجالات التطبيق في تلك الدراسات سواءً على مستوى الدراسات العربية أو الأجنبية.

- انطلاقاً من الأدبيات السابقة، سعت الباحثة لمحاولة وضع إطار تكاملي لهذه الدراسة ينطلق من البعد الاجتماعي المرتبط بالمشاركة المجتمعية وأهميتها على مستوى الأفراد من جهة، والمجتمع من جهة أخرى، بالإضافة للبعد الاتصالي المرتبط بشبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياة الأفراد في الوقت الحاضر، في محاولة للربط وقياس مدى علاقة تأثر هذين البعدين أحدهما بالآخر، وذلك على مستوى الطالبات الجامعيات.

الإطار المنهجي والإجرائي للدراسة:

نوع ومنهج الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح.

مجتمع الدراسة: المجتمع المستهدف في الدراسة الحالية هو طالبات الجامعات السعودية، ولقد تم تطبيق الدراسة على طالبات جامعة الملك سعود المسجلات في مرحلة البكالوريوس في الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي 1438هـ / 1439هـ ، ويعود السبب في اختيار الباحثة لجامعة الملك سعود؛ لاعتبارها من أعرق وأكبر الجامعات في المملكة العربية السعودية ، كما أنها تستقطب عدد كبير من الطلبة من مختلف مناطق المملكة ، حيث يبلغ عدد طالبات البكالوريوس 14445 طالبة موزعين على اثنتي عشرة كلية وذلك وفقاً للإحصائية التي حصلت عليها الباحثة من عمادة القبول والتسجيل لعام 1439هـ .

عينة الدراسة: تم اختيار العينة بواسطة العينة العشوائية العنقودية من خلال طالبات الإعداد العام والمتمثلة في مواد الثقافة الإسلامية، وقد بلغت العينة (433) طالبة.

جدول (1) خصائص عينة الدراسة

النسبة	التكرار	المتغير	
50.8	220	من 18-20	السن
46.0	199	من 21-24	
3.2	14	أكبر من 24	
100%	433	المجموع	
58.7	254	نظري	طبيعة الدراسة
41.3	179	علمي	
100%	433	المجموع	

3.7	16	الأول	المستوى الدراسي		
12.5	54	الثاني			
7.2	31	الثالث			
28.9	125	الرابع			
13.2	57	الخامس			
16.9	73	السادس			
5.5	24	السابع			
12.2	53	الثامن			
100	433	المجموع			
83.8	363	ملك		نوع المنزل الذي تملكه الأسرة	
16.2	70	إيجار			
100%	433	المجموع			
مستوى تعليم الأم		مستوى تعليم الأب		مستوى تعليم الوالدين	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
7.4	32	4.2	18		لا يعرف القراءة والكتابة
9.2	40	3.0	13		ابتدائي
12.9	56	9.0	39		متوسط
22.6	98	22.2	96		ثانوي
40.9	177	44.3	192		جامعي
6.9	30	17.3	75		دراسات عليا
100%	433	100%	433		المجموع
5.3	23	أقل من خمسة آلاف ريال			متوسط الدخل الشهري للأسرة
24.9	108	من خمسة آلاف إلى أقل من عشرة آلاف			
69.7	302	أكثر من عشرة آلاف ريال			
100%	433	المجموع			

المستوى الاجتماعي الاقتصادي	التكرار	النسبة	المتوسط العام
منخفض	30	6.9	2.64
متوسط	174	40.2	
مرتفع	229	52.9	
المجموع	433	100%	

يتضح من الجدول السابق أن معظم عينة الدراسة جاءت في الفئة العمرية ما بين 18-20 سنة وتعتبر هذه النتيجة منطقية، حيث تشير لمتوسط العمر الطبيعي لطلبة الجامعات، كما تمثلت النسبة الأعلى للقسم النظري، والمستوى الدراسي الرابع، وقد يعود ذلك للإجراءات المتبعة في سحب العينة. وبالمقابل جاء المستوى الاجتماعي الاقتصادي لعينة الدراسة مرتفعاً، وذلك يعطي مؤشراً أن أفراد عينة الدراسة يتمتعون بمستوى اجتماعي واقتصادي جيد جداً.

أداة جمع بيانات الدراسة: استخدمت الباحثة أداة الاستبيان في جمع البيانات.

صدق أداة الدراسة:

1. **الصدق الظاهري لأداة الدراسة:** لقد تم إعداد أداة البحث بالاستفادة من مقاييس وأدوات استقصاء الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، وتم عرضها على (10) محكمين في تخصصات الإعلام والاتصال، وقد تم التعديل على الاستبانة واعتمادها بشكلها النهائي؛ بناءً على آرائهم وملاحظاتهم.
2. **صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة:** بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة البحث، قامت الباحثة بتطبيقها ميدانياً على العينة، ثم حساب معامل الارتباط بيرسون؛ لمعرفة الصدق الداخلي للاستبيان، وذلك من خلال حساب معامل الارتباط بين درجة كل محور من محاور الاستبانة بالدرجة الكلية كما يوضح ذلك الجدول التالي:

جدول (2) معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه

المحور الأول: اتجاهات طالبات الجامعات السعودية نحو المشاركة المجتمعية			
معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة
**0.369	4	**0.368	1
**0.565	5	**0.541	2
**0.494	6	**0.380	3
المحور الثاني: مستوى المشاركة المجتمعية لدى طالبات الجامعات السعودية من خلال تويتر			
معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة
**0.675	5	**0.199	1
**0.701	6	**0.676	2
**0.719	7	**0.642	3
**0.705	8	**0.694	4
المحور الثالث: مستوى المشاركة المجتمعية لدى الجامعات السعودية من خلال الانستغرام			
معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة
**0.722	5	**0.538	1
**0.813	6	**0.705	2
**0.800	7	**0.717	3
**0.793	8	**0.812	4
المحور الرابع: مستوى المشاركة المجتمعية لدى طالبات الجامعات السعودية من خلال سناب شات			
معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة
**0.792	5	**0.654	1
**0.838	6	**0.608	2
**0.806	7	**0.666	3
**0.724	8	**0.805	4
المحور الخامس: ثقة طالبات الجامعات السعودية الاجتماعية في الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي			
معامل الارتباط بالدرجة الكلية للمحور	رقم العبارة	معامل الارتباط بالدرجة الكلية للمحور	رقم العبارة
**0.607	4	**0.360	1
**0.297	5	**0.257	2

**0.480	6	**0.605	3
المحور السادس: ثقة طالبات الجامعات السعودية في مؤسسات ومنظمات المجتمع عبر شبكات التواصل الاجتماعي			
معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة
**0.586	3	**0.552	1
**0.550	4	**0.519	2

****دال عند مستوى 05,0**

يتضح من الجدول السابق، أن قيم معاملات الارتباط بين درجة الفقرة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه الفقرة، هي قيم متوسطة وعالية، وجميعها موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، مما يعني وجود درجة عالية من الاتساق الداخلي، بما يعكس درجة عالية من الصدق ل فقرات الاستبانة.

3-ثبات أداة الدراسة:

قامت الباحثة بقياس ثبات أداة الدراسة باستخدام معامل ثبات الفاكرونباخ، والجدول التالي يوضح معامل الثبات لمحاور أداة الدراسة وهي:

جدول (3) معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

ثبات المحور	عدد العبارات	محاور الاستبانة
0.83	6	اتجاهات طالبات الجامعات السعودية نحو المشاركة المجتمعية
0.79	8	مستوى المشاركة المجتمعية لطالبات الجامعات السعودية من خلال تويتر
0.88	8	مستوى المشاركة المجتمعية لطالبات الجامعات السعودية من خلال الانستغرام
0.88	8	مستوى المشاركة المجتمعية لطالبات الجامعات السعودية من خلال السناپ شات
0.81	6	ثقة طالبات الجامعات السعودية سعود الاجتماعية في الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي
0.79	4	ثقة طالبات الجامعات السعودية في مؤسسات ومنظمات المجتمع عبر شبكات التواصل الاجتماعي
0.89	42	الثبات العام لمحاور الدراسة

يشير الجدول السابق إلى أن معامل الثبات لمحاور الدراسة مرتفع، حيث بلغ معامل الثبات العام (0.89) وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات يمكن الاعتماد عليه في التطبيق الميداني للدراسة.

4-مقاييس الدراسة:

أولاً: مقياس استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

ويقصد به درجة استخدام طالبات الجامعات السعودية لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي التالية: (تويتر، انستغرام، سناب شات) ومدى الوقت الذي تقضيه على كل تطبيق من التطبيقات الثلاثة في اليوم الواحد.

تم قياس الوقت بالساعات عن طريق أربع بدائل، بدءاً من عبارة (أقل من ساعة) إلى عبارة (أكثر من ست ساعات) وعلى ذلك الأساس تم تقسيم معدل الاستخدام إلى ثلاث فئات:

- من 1 إلى 2.0 يمثل استخدام منخفض.
- من 2.1 إلى 3.0 يمثل استخدام متوسط.
- 3.1 إلى 4 يمثل استخدام مرتفع.

ثانياً: مقاييس المشاركة المجتمعية

أ- مقياس الاتجاه نحو المشاركة المجتمعية: ويقصد به اتجاه طالبات الجامعات السعودية نحو المشاركة المجتمعية سواءً كان إيجابياً أو سلبياً.

وعلى ذلك الأساس تم تقسيم معدل الاتجاه إلى ثلاث فئات:

- من 1 إلى 2.33 يمثل اتجاه منخفض.
- من 2.34 إلى 3.67 يمثل اتجاه متوسط.
- 3.68 إلى 5 يمثل اتجاه مرتفع.

ب - مقياس مستوى المشاركة المجتمعية: ويشير إلى مستوى مشاركة طالبات الجامعات السعودية مجتمعياً من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، وتم قياسه من خلال ثمان عبارات تراوحت من المستوى الأدنى حتى المستوى الأعلى للمشاركة.

وعلى ذلك الأساس تم تقسيم مستوى المشاركة إلى ثلاث فئات:

- من 1 إلى 2.33 يمثل مستوى مشاركة منخفض.
- من 2.34 إلى 3.67 يمثل مستوى مشاركة متوسط.
- من 3.68 إلى 5 يمثل مستوى مشاركة مرتفع.

ج - مقياس الثقة الاجتماعية: وتعني مدى ثقة طالبات الجامعات السعودية في الأفراد، أو

المؤسسات والمنظمات التي تتعامل معها على شبكات التواصل الاجتماعي، ولقد تم قياسه من خلال ست عبارات تقيس ثقة الطالبات الاجتماعية في الآخرين، وأربع عبارات تقيس ثقة الطالبات في حسابات ومواقع المؤسسات على شبكات التواصل الاجتماعي.

وعلى ذلك الأساس تم تقسيم مستوى الثقة إلى ثلاث فئات:

- من 1 إلى 2.33 يمثل مستوى ثقة منخفض.

- من 2.34 إلى 3.67 يمثل مستوى ثقة متوسط.

- من 3.68 إلى 5 يمثل مستوى ثقة مرتفع.

5- الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لتحقيق أهداف الدراسة، وتحليل البيانات التي تم تجميعها، تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for Social Sciences) والتي يرمز لها اختصاراً بالرمز (SPSS).

وبعد ذلك تم حساب المقاييس الإحصائية التالية:

1. التكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة وتحديد استجابات أفرادها تجاه عبارات المحاور الرئيسية التي تتضمنها أداة الدراسة.
2. المتوسط الحسابي الموزون (المرجح) «Weighted Mean» وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة الأساسية، مع العلم بأنه يفيد في ترتيب العبارات حسب أعلى متوسط حسابي موزون.
3. المتوسط الحسابي «Mean» وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد عينة الدراسة عن المحاور الرئيسية (متوسط العبارات)، مع العلم بأنه يفيد في ترتيب المحاور حسب أعلى متوسط حسابي.
4. الانحراف المعياري «Standard Deviation» للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، ولكل محور من المحاور الرئيسية عن متوسطها الحسابي. ويلاحظ أن الانحراف المعياري يوضح التشتت في استجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، إلى جانب المحاور الرئيسية، فكلما اقتربت قيمته من الصفر، تركزت الاستجابات وانخفض تشتتها بين المقياس.
5. معامل الارتباط بيرسون «person Correltion» لمعرفة درجة الارتباط بين عبارات الاستبانة والمحور الذي تنتمي إليه كل عبارة من عباراتها.
6. معامل ألفا كرونباخ (Cronch' lph) لاختبار مدى ثبات أداة الدراسة.

عرض وتحليل نتائج الدراسة:

المحور الأول: النتائج العامة في ضوء التساؤلات

1- معدل استخدام طالبات الجامعات السعودية لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي

جدول (4) عدد الساعات التي تقضيها الطالبات على شبكات التواصل الاجتماعي

الشبكات	أقل من ساعة		من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات		من ثلاث ساعات إلى ست ساعات		أكثر من ست ساعات	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
سناپ شات	80	18.9	175	41.3	111	26.2	58	13.7
انستغرام	164	39.2	188	45.0	45	10.8	21	5.0
تويتر	235	56.9	109	26.4	44	10.7	25	6.1

يشير الجدول السابق إلى تصدر تطبيق (سناپ شات)، حيث احتل النسبة الأعلى من بين الأوقات التي تقضيها طالبات الجامعات السعودية على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، يليه تطبيق انستغرام، وتويتر، بفارق بسيط فيما بينهما، وذلك نظرًا إلى أن عامل الوقت يعتبر مهم جدًا في تطبيق سناپ شات؛ حيث أن ما يتم عرضه من خلاله يختفي خلال أربع وعشرين ساعة بخلاف تطبيقي الانستغرام وتويتر، التي توثق الأحداث، وذلك يتيح للمستخدم الاطلاع عليها في أي وقت شاء. وتتفق هذه النتائج التي أشارت لتفوق سناپ شات مع دراسة (غريب، 2017) التي خلصت إلى أن سناپ شات حصل على نسب استخدام عالية من قبل الشباب السعودي.

2- المشاركة المجتمعية لدى الطالبات.

أ- أنماط المشاركة المجتمعية لدى طالبات الجامعات السعودية.

جدول (5) استجابات الطالبات وفقًا لأنماط مشاركتهن المجتمعية

الترتيب	الوزن النسبي	مجموع الدرجات*	أنماط المشاركة المجتمعية
1	47.1	211	مشاركة من خلال مؤسسات رسمية مثل (الجامعة، مراكز الخدمة الاجتماعية، الجمعيات الخيرية... الخ)
2	28.6	128	مبادرات عبر الانترنت
3	24.3	109	مبادرات فردية أو جماعية غير رسمية (الأهل، الأصدقاء، مجموعات شبابية... الخ)
	100.0	448	المجموع الكلي للدرجات

من خلال استقراء نتائج الجدول السابق ، فلقد جاءت مشاركة الطالبات عبر المؤسسات الرسمية مثل (الجامعة ، مراكز الخدمة الاجتماعية ، الجمعيات الخيرية ... الخ) في المرتبة الأولى من بين أنماط المشاركة المجتمعية ، بينما جاءت المشاركة عبر مبادرات الانترنت ، والمشاركة عبر المبادرات الفردية أو الجماعية غير الرسمية في المرتبتين الثانية والثالثة بنسب تعتبر متقاربة إلى حد ما، وقد يُعلل ذلك بأن الطالبات يشعرن بالثقة أكثر في المؤسسات الرسمية ، خاصة في ضوء القوانين الحازمة في المملكة العربية السعودية ؛ التي تحذر من الانضمام للجمعيات والمنظمات غير الموثوقة وغير المعتمدة بشكل رسمي من الدولة ، وذلك يتفق مع نتائج دراسة (Cicognani, et al ,2007) التي أشارت أن طلاب الجامعات لديهم إسهام في أنواع رسمية كثيرة من المشاركة المجتمعية ، كما تختلف أيضاً مع ما جاءت به نتائج دراسة (charck,2006) من أن الشباب يميلون أكثر للمشاركة غير الرسمية.

ب- اتجاه طالبات الجامعات السعودية نحو المشاركة المجتمعية.

جدول (6) استجابات الطالبات على العبارات المتعلقة باتجاههن نحو المشاركة المجتمعية

م	العبارة	الاستجابة					موافقة بشدة	موافقة	محايدة	غير موافقة	غير موافقة بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	النسبة المئوية
		موافقة بشدة	موافقة	محايدة	غير موافقة	غير موافقة بشدة								
1	المشاركة المجتمعية تساعدني على اكتساب خبرات جديدة	276	129	21	5	2	4.55	0.69	ك	%				
		63.7	29.8	4.8	1.2	0.5								
2	المشاركة المجتمعية تجعلني أشعر بأنني عضو فاعل في المجتمع	269	121	39	3	1	4.51	0.71	ك	%				
		62.1	27.9	9	0.7	0.2								
3	المشاركة المجتمعية تجعلني أشعر بعظم مسؤوليتي تجاه مجتمعي	194	178	53	7	1	4.29	0.76	ك	%				
		44.8	41.1	12.2	1.6	0.2								
4	أفتقر للوعي والفهم الجيد لطبيعة المشاركة المجتمعية	67	138	118	84	26	3.31	1.13	ك	%				
		15.5	31.9	27.3	19.4	6								

م	العبارة	الاستجابة					التوسط	الانحراف المعياري	الرتبة
		موافقة بشدة	موافقة	محايدة	غير موافقة	غير موافقة بشدة			
5	ك تمنعي بعض العادات وتقاليد المجتمع من تقبل فكرة المشاركة في الأنشطة المجتمعية	59	94	124	99	57	3.00	1.23	5
		13.6	21.7	28.6	22.9	13.2			
6	ك غياب التشجيع والدعم يحول دون تقبلي للمشاركة المجتمعية	31	91	138	103	70	2.79	1.16	6
		7.2	21	31.9	23.8	16.2			
		المتوسط العام					3.76	0.61	

لقد أوضحت الطالبات في الجدول السابق أن المشاركة المجتمعية تساعدهن على اكتساب خبرات ومهارات جديدة، كما تجعلهن يشعرن بأنهن عضوات فاعلات في المجتمع، وحظيت وفقاً لذلك هذه العبارات بالنسبة الأعلى وذلك فيما يتعلق باتجاههن نحو المشاركة المجتمعية، و تتفق هذه النتيجة مع دراسة (الكعبي، 2015) التي أشارت إلى أن المشاركة المجتمعية تُسهم في إكساب الطالبات للخبرات، كما أنها تنمي لديهن الثقة في أنفسهن، كما تتفق هذه النتيجة أيضاً مع دراسة (دوريش، 2008) التي بينت أن أهم الأسباب التي تدفع الشباب للمشاركة المجتمعية، والعمل التطوعي، هي السعي لاكتساب المهارات والخبرات، وفي ذات السياق أشارت نسبة قليلة من الطالبات أن غياب التشجيع، وبعض عادات وتقاليد المجتمع، تحول دون تقبلهن لفكرة المشاركة المجتمعية. ومما سبق ومن خلال المتوسط العام للمحور، فإن اتجاه طالبات الجامعات السعودية نحو المشاركة المجتمعية بصفة عامة هو اتجاه ايجابي مرتفع، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (الحركة، 2009) التي أشارت إلى أن غالبية الشباب لديهم اتجاه ايجابي عالي نحو المشاركة المجتمعية.

ج- مستوى المشاركة المجتمعية من خلال (تويتر، الانستغرام، سناب شات)

1- مستوى المشاركة المجتمعية لطالبات الجامعات السعودية من خلال « تويتر »

جدول (7) استجابات الطالبات وفقاً لمستوى مشاركتهن المجتمعية من خلال تويتر

م	العبرة	الاستجابة					التبويب	الانحراف المعياري	المتوسط
		أبداً	نادراً	أحياناً	غالباً	دائماً			
1	التفاعل مع أي وسم (هاشتاق) يروج للأنشطة المجتمعية (الأنشطة البيئية، التوعوية الخ)	ك	62	55	139	59	118	1.36	3.27
		%	14.3	12.7	32.1	13.6	27.3		
2	متابعة حسابات لجهات رسمية أو خيرية تهتم بالأنشطة المجتمعية	ك	97	71	120	66	79	1.39	2.91
		%	22.4	16.4	27.7	15.2	18.2		
3	متابعة حسابات الأفراد المهتمين بالقضايا والأنشطة المجتمعية	ك	173	96	74	47	43	1.35	2.29
		%	40	22.2	17.1	10.9	9.9		
4	إعداد وسم للحصول على دعم للقضايا الإنسانية والمجتمعية	ك	188	105	3264	42	34	1.29	2.14
		%	43.4	24.2	14.8	9.7	7.9		
5	المشاركة في الدعوة لشراء منتج أو خدمة معينة لدعم مؤسسة خيرية	ك	192	94	77	38	32	1.27	2.13
		%	44.3	21.7	17.8	8.8	7.4		
6	المساهمة من خلال حسابي في نشر ثقافة التطوع	ك	203	106	48	40	36	1.30	2.08
		%	46.9	24.5	11.1	9.2	8.3		
7	المشاركة في الدعوة لمنع منتج أو خدمة معينة لعدم موافقتهم على قيم الشراكة المجتمعية	ك	214	91	56	42	30	1.28	2.04
		%	49.4	21	12.9	9.7	6.9		
8	المشاركة وإقعيماً في المبادرات المجتمعية التي تعرفت عليها من خلال تويتر	ك	263	68	50	27	25	1.21	1.81
		%	60.7	15.7	11.5	6.2	5.8		
		المتوسط العام						0.96	2.33

تشير النتائج في الجدول السابق إلى أن تفاعل الطالبات وتضامنهم مع أي وسم (هاشتاق) يروج للأنشطة المجتمعية (الأنشطة البيئية ، التوعوية .. الخ) حظي بالنسبة الأعلى فيما يتعلق بمستوى مشاركتهن المجتمعية من خلال تويتر، وقد يعزى ذلك إلى أن (الهاشتاق) عبر تويتر يحظى بتفاعل كبير في أوساط المجتمع السعودي، ليس على مستوى الأفراد وحسب ،بل على مستوى المسؤولين والجهات الرسمية أيضًا، حيث أن الكثير من القضايا تتم معالجتها من خلاله ، بينما جاءت مشاركتهن الفعلية على أرض الواقع من خلال تويتر في المرتبة الأخيرة ، وذلك يفسر أن مستوى المشاركة المجتمعية للطالبات من خلال تويتر تمثل في المتابعة والاهتمام أولاً ومن ثم التفاعل على مستوى التطبيق نفسه ثانيًا.

2- مستوى المشاركة المجتمعية لطالبات الجامعات السعودية خلال « الانستغرام »

جدول رقم (8) استجابات الطالبات وفقًا لمستوى مشاركتهن المجتمعية عبر الانستغرام.

الترتيب	الأنحرف المعياري	المتوسط	الاستجابة					العبارة		م
			أبدًا	نادرًا	أحياناً	غالباً	دائماً	ك	%	
1	1.34	2.81	90	93	133	44	73	ك	متابعة حسابات لجهات رسمية أو خيرية تحتم بالأنشطة المجتمعية	1
			20.8	21.5	30.7	10.2	16.9	%		
2	1.31	2.62	113	95	120	54	51	ك	متابعة حسابات الأفراد المهتمين بالقضايا والأنشطة المجتمعية	2
			26.1	21.9	27.7	12.5	11.8	%		
3	1.30	2.43	139	101	103	48	42	ك	التفاعل والإشارة (عمل تاق) للحسابات التي تروج للأنشطة المجتمعية	3
			32.1	23.3	23.8	11.1	9.7	%		
4	1.26	2.10	193	103	65	43	29	ك	المشاركة في الدعوة لشراء منتج أو خدمة معينة لدعم مؤسسة خيرية	4
			44.6	23.8	15	9.9	6.7	%		
5	1.34	2.06	215	89	57	44	28	ك	المساهمة من خلال حسابي في نشر ثقافة التطوع	5
			49.7	20.6	13.2	10.2	6.5	%		
6	1.26	2.00	216	99	48	42	28	ك	المشاركة في الدعوة لمنع منتج أو خدمة معينة لعدم موافقتهم على قيم الشراكة المجتمعية	6
			49.9	22.9	11.1	9.7	6.5	%		
7	1.21	1.88	238	88	52	30	25	ك	إعداد وسم (هاشتاق) للحصول على دعم القضايا المجتمعية	7
			55	20.3	12	6.9	5.8	%		

م	العبارة	الاستجابة					المتوسط العام
		أبداً	نادراً	أحياناً	غالباً	دائماً	
8	المشاركة واقعيًا في المبادرات المجتمعية التي تعرفت عليها من خلال الانستغرام	254	83	40	31	25	ك
		58.7	19.2	9.2	7.2	5.8	%
		0.94	2.22				

أما على مستوى مشاركة الطالبات مجتمعياً من خلال الانستغرام ، فقد أشارت نتائج الجدول السابق أن متابعتهن لحسابات جهات رسمية أو خيرية تهتم بالقضايا والأنشطة المجتمعية جاء في المرتبة الأولى وتعزى الباحثة ذلك إلى أن كثير من الجهات الرسمية أصبحت حريصة على تفعيل حساباتها الرسمية عبر الانستغرام، واستعراض صور الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها -خاصة - تلك الحسابات التي ينصب اهتمامها على النشاط الاجتماعي وهو ما يتفق مع نتيجة دراسة (الخاجة، 2015) التي أشارت إلى أن 73% من عينة دراستها يتابعون صفحات جهات رسمية وخيرية من خلال الانستغرام، وفي ذات الإطار جاءت متابعة الطالبات لحسابات الأفراد المهتمين بالقضايا والأنشطة المجتمعية، وتفاعلهن وإشارتهن للحسابات التي تروج للأنشطة المجتمعية بمتوسطات حسابية متقاربة.

3- مستوى المشاركة المجتمعية لطالبات الجامعات السعودية من خلال « سناب شات » جدول رقم (9) استجابات الطالبات وفقاً لمستوى مشاركتهن المجتمعية عبر سناب شات

م	العبارة	الاستجابة					المتوسط
		أبداً	نادراً	أحياناً	غالباً	دائماً	
1	التضامن والإعلان للحسابات التي تروج للأنشطة المجتمعية	44	54	182	28	125	ك
		10.2	12.5	42	6.5	28.9	%
2	المساهمة من خلال حسابي في نشر ثقافة التطوع	26	84	138	118	67	ك
		6	19.4	31.9	27.3	15.5	%
3	المشاركة في الدعوة لشراء منتج أو خدمة معينة لدعم مؤسسة خيرية	51	64	154	47	117	ك
		11.8	14.8	35.6	10.9	27	%

م	العبرة	الاستجابة					المعدل	الانحراف المعياري	التقييم
		أبدًا	نادرًا	أحياناً	غالبًا	دائمًا			
4	تصميم شعار (فلتر) للحصول على دعم للقضايا المجتمعية	ك	122	114	102	47	48	1.30	2.50
		%	28.2	26.3	23.6	10.9	11.1		
5	متابعة حسابات الأفراد المهمين بالقضايا والأنشطة المجتمعية	ك	119	132	100	46	36	1.23	2.42
		%	27.5	30.5	23.1	10.6	8.3		
6	المشاركة في الدعوة لمنع منتج أو خدمة معينة لعدم موافقتهم على قيم الشركة المجتمعية	ك	202	110	58	33	30	1.24	2.03
		%	46.7	25.4	13.4	7.6	6.9		
7	متابعة حسابات لجهات رسمية أو خيرية تهتم بالأنشطة المجتمعية	ك	202	117	59	28	27	1.19	1.99
		%	46.7	27	13.6	6.5	6.2		
8	المشاركة واقعيًا في المبادرات المجتمعية التي تعرفت عليها من خلال سناوبات	ك	231	88	51	29	34	1.28	1.95
		%	53.3	20.3	11.8	6.7	7.9		
المتوسط العام									
			0.79	2.59					

ومن جهة أخرى، فإن الجدول السابق يشير إلى أن مشاركة الطالبات على مستوى سناوبات تمثلت بالمرتبة الأولى في التضامن والإعلان للحسابات التي تروج للأنشطة المجتمعية (الأنشطة البيئية، التوعوية.. الخ)، وهو بهذا يتفق مع تطبيق تويتتر، مع الاختلاف في الكيفية حسب خصائص كلا منهما. وفي ذات السياق جاءت مساهمة الطالبات من خلال حسابهن في نشر ثقافة التطوع، ومشاركتهن في الدعوة لشراء منتج أو خدمة معينة لدعم مؤسسة خيرية في المرتبة الثانية، وذلك يعطي مؤشرًا أن مستوى مشاركة الطالبات من خلال سناوبات، تمثلت في التفاعل والتضامن، ثم المساهمة والمشاركة على مستوى التطبيق نفسه.

ولقد اتضح من الجداول الثلاث السابقة (7)، (8)، (9) المرتبطة بمستوى المشاركة المجتمعية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، أن مشاركة الطالبات واقعياً من خلال تويتر، وانستغرام، وسناب شات جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي منخفض، مما قد يعطي دلالة أن المستخدم في إطار الأنشطة والمبادرات المجتمعية والإنسانية قد يكتفي فقط بوضع (like) أو (share)، أو يكتب سألحضر لحدث معين، أو سألنضم، أو يضع صورة، مما يجعله يشعر بالاكتماء نفسياً وكأنه شارك فعلاً.

وهذه النتيجة تتفق مع ما خلصت إليه نتائج دراسة (Prandtzaeg,2015) حيث أشار إلى أن تفاعل الأفراد حول الموضوعات والقضايا المجتمعية عبر الفيسبوك، قد لا يعكس مشاركتهم في الواقع الفعلي.

ومما سبق عرضه يمكن ترتيب شبكات التواصل الاجتماعي الثلاث (تويتر، الانستغرام، سناب شات) من حيث أعلى مستوى لمشاركة طالبات الجامعات السعودية مجتمعياً من خلالها وفقاً للجدول التالي:

جدول رقم (10) المتوسط الحسابي لمستوى مشاركة الطالبات مجتمعياً عبر شبكات التواصل الاجتماعي

الترتيب	المتوسط الحسابي	مستوى المشاركة المجتمعية
1	2.59	مستوى المشاركة عبر سناب شات
2	2.33	مستوى المشاركة عبر تويتر
3	2.22	مستوى المشاركة عبر الانستغرام
	2.38	المتوسط العام للمشاركة المجتمعية

يلاحظ من خلال استعراض المتوسطات الحسابية للشبكات الثلاث، أن مستوى المشاركة المجتمعية من خلال تويتر، والانستغرام، وسناب شات جاء بمتوسط عام منخفض، وبالتالي فإن ذلك يعطي مؤشراً على أن مستوى المشاركة المجتمعية لطالبات الجامعات السعودية عبر شبكات التواصل الاجتماعي منخفض، ويعتبر دون المستوى المطلوب، وهذه النتيجة تختلف مع دراسة (الزامل، 2015) التي أشارت إلى أن إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة المشاركة المجتمعية جاء بنسبة مرتفعة.

د- الثقة الاجتماعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

1. الثقة الاجتماعية في الآخرين:

جدول رقم (11) استجابات الطالبات وفقاً لمستوى الثقة الاجتماعية في الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي

م	العبارة	الاستجابة					التوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
		موافقة بشدة	موافقة	محايدة	غير موافقة	غير موافقة بشدة			
1	الأشخاص الذين أتعامل معهم من خلال شبكات التواصل الاجتماعي عادة ما يكونوا مفيدين	72	205	125	24	7	3.72	0.86	1
		16.6 %	47.3	28.9	5.5	1.6			
2	الأشخاص الذين أتعامل معهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي عادة ما يكونوا منصفين	41	156	190	39	7	3.43	0.84	2
		9.5 %	36	43.9	9	1.6			
3	قد يصعب عليّ توخي الحذر في التعامل مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي	54	107	127	95	50	3.05	1.20	3
		12.5 %	24.7	29.3	21.9	11.5			
4	بصفة عامة ليست لدي ثقة في الآخرين على شبكات التواصل الاجتماعي	44	50	79	82	178	2.42	0.99	4
		10.2 %	11.5	18.2	18.9	41.1			
5	بعض الأشخاص على شبكات التواصل الاجتماعي يحاولون استغلال الآخرين متى ما أتاحت لهم الفرصة	1	25	136	164	107	2.19	0.88	5
		0.2 %	5.8	31.4	37.9	24.7			
6	بعض الأشخاص على شبكات التواصل الاجتماعي يسعون للبحث عن مصالحهم فقط	2	19	148	152	112	2.18	0.89	6
		0.5 %	4.4	34.2	35.1	25.9			
		المتوسط العام					2.83	0.43	

أشارت الطالبات أن الأشخاص الذين تتعامل معهم من خلال شبكات التواصل الاجتماعي عادة ما يكونوا مفيدين، وحظيت هذه العبارة بالمرتبة الأولى وبمستوى ثقة مرتفع من بين العبارات المتعلقة بمدى ثقة طالبات الجامعات السعودية بالآخرين على شبكات التواصل

الاجتماعي ، ومن الممكن أن يُفسر ذلك بأن المرحلة الجامعية تتسم بالنضج ، وذلك قد يقود الطالبة الجامعية لمتابعة الأفراد ، و انتقاء الحسابات، التي تعود عليها بالفائدة، وبالمقابل جاءت عبارات «بعض الأشخاص على شبكات التواصل الاجتماعي يحاولون استغلال الآخرين متى ما أتاحت لهم الفرصة» و «بعض الأشخاص على شبكات التواصل الاجتماعي يسعون للبحث عن مصالحهم فقط » في المرتبة الأخيرة بمتوسطات حسابية منخفضة. و يتفق ذلك مع نتائج دراسة (Valenzuela,2009) التي أشارت إلى أنه ليس من المحتمل أن يحافظ مستخدمي الفيسبوك على من لا يتقنون بهم، ولا يستفيدون منهم، في قائمة أصدقائهم وقائمة من يتابعونهم كما تتفق أيضاً مع دراسة (Kyung Na,E, 2006) التي خلصت إلى أن النمو المتزايد للشبكات الاجتماعية المختلفة ساهم في زيادة الثقة الاجتماعية في الآخرين ، وبالتالي زيادة مستوى المشاركة المجتمعية.

2. الثقة في مؤسسات المجتمع.

جدول رقم (12) استجابات الطالبات وفقاً لمستوى الثقة في مؤسسات ومنظمات المجتمع

م	العبرة	الاستجابة					موسم	الانحراف المعياري	الترتيب
		موافقة بشدة	موافقة	محايدة	غير موافقة	غير موافقة بشدة			
1	تعتبر حسابات مؤسسات ومنظمات المجتمع على شبكات التواصل الاجتماعي جديرة بالثقة	ك	73	147	169	33	11	0.94	1
		%	16.9	33.9	39	7.6	2.5		
2	أثق في تصريحات المسؤولين في هذه المؤسسات عبر شبكات التواصل الاجتماعي	ك	53	137	193	41	9	0.90	2
		%	12.2	31.6	44.6	9.5	2.1		
3	أرى أن أداء مواقع المؤسسات على شبكات التواصل لدورها في خدمة المجتمع غير مرضي	ك	8	95	189	115	26	0.89	3
		%	1.8	21.9	43.6	26.6	6		
4	أرى أن هناك غياب تام لدور المؤسسات في التوعية بالقضايا المجتمعية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي	ك	11	66	181	113	62	0.99	4
		%	2.5	15.2	41.8	26.1	14.3		
		المتوسط العام					3.15	0.70	

أما على مستوى ثقة الطالبات في مؤسسات ومنظمات المجتمع على شبكات التواصل الاجتماعي، فقد أوضحت النتائج في الجدول السابق أن مواقع وحسابات مؤسسات ومنظمات المجتمع على شبكات التواصل الاجتماعي تحظى بثقة الطالبات بنسبة كبيرة ، وكذلك الحال بالنسبة لتصريحات المسؤولين في هذه المؤسسات ، بدلالة حصولها على نسب مقاربة ، تُصنف من حيث مقياس الثقة بأنها مرتفعة ، مما يشير إلى أن الطالبات - بصفة عامة - لديهن اتجاه ايجابي نحو الثقة بكل ما هو (رسمي) وذلك يفسر نتيجة السؤال المتعلق بنمط المشاركة المجتمعية للطالبات جدول(5) حيث جاءت المشاركة الرسمية في المرتبة الأولى ، وهذه الثقة من قبل الطالبات تضع على عاتق مواقع وحسابات شبكات الجهات الرسمية مسؤولية مجتمعية كبيرة نحو خدمة المجتمع ، و تختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Kelly,2009) من أن المبحوثين ليس لديهم ثقة في المؤسسات والجهات الحكومية والرسمية ، وقد يعزى سبب هذا الاختلاف لاختلاف مجتمعات الدراسة.

وخلال ما سبق، ومن خلال المتوسط العام لهذا المحور فإن مستوى الثقة الاجتماعية لدى الطالبات جاء متوسطاً وبدرجة عامة محايدة.

المحور الثاني: نتائج اختبارات الفروض

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام طالبات الجامعات السعودية لشبكات التواصل الاجتماعي وبين مستويات المشاركة المجتمعية لديهن.

جدول (13) العلاقة بين معدل استخدام الطالبات لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوى مشاركتهن المجتمعية

المشاركة المجتمعية			استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	
مستوى المشاركة من خلال سناب شات	مستوى المشاركة من خلال الانستغرام	مستوى المشاركة من خلال تويتر	معامل الارتباط	معدل الاستخدام
**0.229	**0.178	**0.146		
0.00	0.000	.0.00	الدلالة الإحصائية	

من الملاحظ أن نتائج الجدول (13) تشير إلى وجود علاقة طردية بسيطة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الطالبات لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوى مشاركتهن المجتمعية، وتعتبر هذه العلاقة - بوجه عام - بسيطة ، ولكن ينعكس مدلولها في أنه كلما

زاد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي زاد مستوى المشاركة المجتمعية من خلالها، وهذا يفسر تصدر تطبيق سناب شات في قوة العلاقة يليه الانستغرام ثم تويتر، إذ أنه كما أشارت نتائج التساؤلات سابقاً تفوقه على هذين التطبيقين الأخيرين من حيث معدل الاستخدام، ومن حيث مستوى المشاركة المجتمعية من خلاله أيضاً، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (الخاجة، 2015) ودراسة (prandtzaeg,2015) و التي خصت إلى أن استخدام الفيس بوك يرتبط بشكل ايجابي مع المشاركة المدنية، بينما تختلف هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة (Hirzalla,Banaji,2017) التي أشارت إلى أنه لا يمكن إثبات العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة المجتمعية.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى ثقة طالبات الجامعات السعودية (الثقة الاجتماعية في الآخرين -الثقة في مواقع مؤسسات ومنظمات المجتمع) ومستوى مشاركتهن المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (14) العلاقة بين ثقة الطالبات في الآخرين وفي المؤسسات ومستوى مشاركتهن المجتمعية

المشاركة المجتمعية			الثقة الاجتماعية	
مستوى المشاركة المجتمعية من خلال سناب شات	مستوى المشاركة المجتمعية من خلال انستغرام	مستوى المشاركة المجتمعية من خلال تويتر	معامل الارتباط	الثقة الاجتماعية في الآخرين على شبكات التواصل الاجتماعي
**0.49	**0.37	**0.43	معامل الارتباط	الثقة الاجتماعية في الآخرين على شبكات التواصل الاجتماعي
0.00	0.00	0.00	الدلالة الإحصائية	الثقة في منظمات المجتمع على شبكات التواصل الاجتماعي
**0.32	**0.66	**0.69	معامل الارتباط	الثقة في منظمات المجتمع على شبكات التواصل الاجتماعي
0.00	0.00	0.00	الدلالة الإحصائية	الثقة في منظمات المجتمع على شبكات التواصل الاجتماعي

أشار جدول رقم (14) إلى وجود علاقة طردية بسيطة ذات دلالة إحصائية بين مستوى ثقة الطالبات (في الآخرين ، في مؤسسات ومنظمات المجتمع) عبر شبكات التواصل ومستوى مشاركتهن المجتمعية من خلالها، ولقد تصدر تطبيق سناب شات قوة الارتباط في العلاقة بين ثقة الطالبات الاجتماعية في الآخرين ومستوى مشاركتهن المجتمعية، وقد يعلل هذا بما تم الإشارة إليه سابقاً في جدول (9) حول مستوى مشاركة الطالبات من خلال سناب شات ،حيث جاء الإعلان والتضامن مع الحسابات التي تروج للأنشطة المجتمعية والتي غالباً تكون حسابات شخصية المرتبة الأولى ، وبالمقابل تصدر تويتر قوة الارتباط في

العلاقة بين ثقة الطالبات في مؤسسات ومنظمات المجتمع ومستوى مشاركتهن المجتمعية، نظراً لعرقلة تطبيق تويتر وتوثيق معظم الجهات الحكومية والرسمية حساباتها من خلاله، ويفسر ذلك ما جاء في إجابة التساؤلات بجدول (7) حول مستوى مشاركة الطالبات من خلال تويتر، إذ احتلت متابعة المؤسسات والمنظمات التي تروج للأنشطة المجتمعية المرتبة الأولى، وذلك بطبيعة الحال يعكس مدى ثقة الطالبات بها وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Uslaner,Conly,2016) التي أشارت لوجود علاقة ايجابية بين الثقة ومشاركة الأفراد مجتمعياً، حيث أشارت أن الأشخاص الذين لديهم ثقة أكبر في مجموعاتهم وحكوماتهم هم الأكثر توقعاً للقيام بدور فعال في المجتمع.

خلاصة النتائج:

- جاء معدل استخدام طالبات الجامعات السعودية لشبكات التواصل الاجتماعي بنسب متقاربة.
- احتلت مشاركة الطالبات عبر المؤسسات الرسمية المرتبة الأولى من بين أنماط المشاركة المجتمعية المختلفة كما جاء اتجاه الطالبات نحو المشاركة المجتمعية -بصفة عامة- اتجاهاً ايجابياً مرتفعاً.
- جاء المستوى العام لمشاركة الطالبات المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي منخفضاً.
- جاء مستوى ثقة الطالبات الاجتماعية في الآخرين عبر شبكات التواصل متوسطاً، وبدرجة عامة محايدة، وكذلك الحال بالنسبة لمستوى ثقتهن في مؤسسات ومنظمات المجتمع عبر هذه الشبكات.

أما نتائج فروض الدراسة فقد جاءت كالتالي:

- توجد علاقة طردية بسيطة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام طالبات الجامعات السعودية لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوى مشاركتهن المجتمعية.
- توجد علاقة طردية بسيطة ذات دلالة إحصائية بين مستوى ثقة طالبات الجامعات السعودية الاجتماعية في الآخرين ومستوى مشاركتهن المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

التوصيات:

- في ضوء ما توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج تقترح الباحثة ما يأتي:
- إجراء دراسات أكثر توسعاً في هذا المجال، بحيث تشمل الطلاب والطالبات في أكثر من جامعة حكومية وخاصة في المملكة العربية السعودية.
 - القيام بدراسات حول المعوقات التي تؤدي إلى انخفاض مستوى المشاركة المجتمعية عبر الشبكات.
 - ضرورة سعي المنظمات والمؤسسات الرسمية وغير الرسمية في المجتمع لإثبات وجودها وتفعيل دورها من خلال على شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بأنشطة خدمة المجتمع.
 - ضرورة سعي المتطوعين والمهتمين بالنشاط الاجتماعي لإنشاء صفحات ومجموعات على شبكات التواصل الاجتماعي تهتم بدعم المبادرات الاجتماعية داخل المجتمع.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- الأشرم، رضا. (2015). التأثير الاجتماعي لوسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي. مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي، التطبيقات والإشكاليات المنهجية. الرياض، جامعة الإمام محمد بن سعود.
- البدوي، ثريا. (2015). مستخدم الانترنت قراءة في نظريات الإعلام الجديدة ومناهجه. القاهرة: عالم الكتب.
- بشير، حمدي. (2014). ظاهرة الإعلام الاجتماعي وأبعادها الاقتصادية والسياسية والأمنية في العالم العربي. الأردن: أمواج للنشر والتوزيع.
- بودهان، يامين. (2012). الشباب والانترنت. الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- الحربي، عبد الكريم. (1999). دور مشاركة الشباب في دعم الأجهزة الأمنية. الرياض: أكاديمية نايف للعلوم الأمنية.
- الحركة، غادة. (2009). العوامل المؤثرة في تحفيز الشباب على المشاركة المجتمعية. رسالة ماجستير جامعة دمشق.
- حمادية، خولة. قاسم، مريم. (2015). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي، دراسة وصفية تحليلية لصفحة الفيسبوك لجمعية ناس الخير ورقلة. رسالة ماجستير، الجزائر: جامعة قاصدي مرياح ورقلة.
- حمزة، أحمد. (2015). العمل الاجتماعي التطوعي: الواقع والمأمول. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- الخاجة، إيمان. (2015). دور الانستغرام في تحفيز الشباب البحرينى على العمل التطوعي. رسالة ماجستير. البحرين: الجامعة الأهلية.
- الزامل، الجوهرة. (2016). إسهامات شبكات التواصل داخل المجتمع الافتراضي في تفعيل المشاركة المجتمعية لدى الشباب السعودي. مجلة الخدمة الاجتماعية بمصر. العدد (55). ص333-367.
- عبد الجليل، عصام. (2013). المشاركة المدنية كمتغير لتنمية رأس المال الاجتماعي في المجتمع المدني. المؤتمر العلمي السادس والعشرون للخدمة الاجتماعية وتطوير العشوائيات، كلية الخدمة المدنية بمصر. ص5454-5345.
- عبد الحميد، صلاح. (2012). الإعلام الجديد. القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.
- عبدالعال، إيمان. (2015). شبكات التواصل الاجتماعي وإسهامها في تنمية المشاركة المدنية لطلاب المدارس الثانوية الفنية بمدينة أسيوط. مجلة الخدمة الاجتماعية. العدد

- (53). ص 37-78.
- عبده، خالد. (2016). الإعلام البديل على الانترنت: فلسفة جديدة في الإعلام والاتصال. القاهرة: المكتب العربي للمعارف.
- عوض، حسني. (2011). أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب. مؤتمر المسؤولية المجتمعية للجامعات الفلسطينية. فلسطين: نابلس
- الكعبي، موزة. (2015) برنامج مقترح من منظور الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية لتحفيز الفتيات الجامعيات على المشاركة المجتمعية بمؤسسات المجتمع المحلي. مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية بمصر. العدد (38). المجلد (15). ص 2905-2929.
- محمود، جيلان. (2011). مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كوسائط لإكساب الشباب مهارات التعلم الذاتي وسلوك المشاركة المدني. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. العدد (4) المجلد (10). ص 237-299.
- المعيني، محمد. (2011). دور وسائل الإعلام الجديدة في تفعيل المشاركة المجتمعية» ملتقى دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في دعم الديمقراطية وحرية التعبير والرأي: تجارب عربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ماليزيا. ص 31-75.
- مكاوي، حسن. (2010). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- الوكيل، مصطفى. (2012) المشاركة المجتمعية: ماهيتها وأهدافها. مجلة الثقافة والتنمية. العدد (59) ص 34-86.
- يوسف، عبد العزيز. (2008). الممارسة المهنية لطريقة تنظيم المجتمع وتنمية المشاركة المجتمعية لدى القيادات الشبابية بالريف. دراسة مطبقة على القيادات الشبابية بمركز شباب قرية برد مركز الحسينية بالشرقية. المؤتمر العلمي الدولي الحادي والعشرون للخدمة الاجتماعية. مصر
- الشيبان، إبراهيم (2010) شباب الخبر يطلقون حملة «وطني مسؤوليتي» لتبصير المراهقين. متاح في 2017/12/9 على <http://www.alriyadh.com/556606>

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Adler,R,P.(2005)"What Do We Mean By Civic Engagement?" **Jour-
nal of Transformative Education**.3(3): Pp236-25.
- Alami, A. Noghabi,A.D (2016) Who participates in what activities?
patterns of community participation among eastern Iranian people .**Journal of Re-
search & Health**.6(4)Pp452-469.
- Atton.Ch(2003). **Reshaping Social Movement Media for A New Millennium**.
Social Movement Studies.2(1): Pp3-15.
- Brandtzaeg, P. (2013) " Facebook is no great equalizer a big data approach to
Gender differences in civic engagement across countries" **Social Since Computer
Review**Pp1-23.
- Boyd,D & Elison,N (2008) Social Network Sites: Definition History and Scholar-
ship. **Journal of Computer-Mediated Communication**.13(1): Pp210-23.
- Chareka,O. & Sears, A.(2006) Civic Duty: Young People's Conceptions of Vot-
ing as a Means of Political Participation" **Canadian JournalofEducation**.29 (2):Pp
521-540.
- Cicognani, E. Pirini, C. Keyes, C. Joshanloo, M. Rostami, R. and Nosratabadi,
M, (2008)" Social Participation, Sense of Community and Social Well Being: A Study
on American, Italian and Iranian University Students". **Social Indicators Research**.
89 (1): Pp97-112.
- Hirzalla, H. Banaji, S (2017) Young People, Civic Participation, and the Internet.
IGI Global: Pp3667-3676.
- Galera,M.Hurtado,M & Munoz,C (2014) Engaged Youth in the Internet. The Role
of Social Networks in Social Active Participation. **Media Education Research Jour-
nal**Pp35-43.
- Kelly, D, C." (2009) In preparation for adulthood Exploring civic participation and
social trust among young minorities" **youth & society**.40(4) Pp526-540.
- Kyung Na,E (2006) The Effect of Internet Use on Social Network Heterogeneity
and Civic Culture. **Thesis**: The Faculties of the University of Pennsylvania in Partial.
- Mihailidis,P. Fincham,K. Cohen,J (2014) Engagement in Digital Culture: Explor-
ing the Civic Habits and Dispositions of College Students on Facebook .**Atlantic
Journal of Communication**. 22: Pp293-309.
- Raynes,K.& Walker,L.(2008) "Our Space: Online Civic Engagement Tools for

Youth” **Foundation Series on Digital Media and Learning**. Cambridge, MA: The MIT Press:Pp 161–188.

- Skoric, M, M. (2015) “Social media and citizen engagement: A meta-analytic review” **New Media & Society**: Pp1–23.
- Valenzuela,S.& Zúñiga,H.(2011)The Mediating Path to a Stronger Citizenship: Online and Offline Networks, Weak Ties, and Civic Engagement **Communication Research**(38) 3:Pp397–421.
- Valenzuela,S.park,N.Kee,K(2009) “Is There Social Capital in a Social Network site?:Face book Use and College Students’ life satisfaction, Trust and Participation “**Journal of Computer Mediated**.14:Pp875–901.
- Uslnar,E, M., Conley, R,S(2003)” Civic Engagement and Particularized Trust The Ties That Bind People to Their Ethnic Communities”. **American Politics Research**. 31(4): Pp331–360.
- globalwebindex (2017) The social media trends Available in 22/1/2018 on: <https://www.globalwebindex.net/reports/social>.