

أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت "دراسة ميدانية"

The Impact of Using Social Media in Time Management of Hadramout University Female Students (An Empirical Study)

حنان سيف عبدالله، مريم فائز بن حاتم،
منار محمد الحامدي، مريم محمد بن علي جابر،
عبدالله أحمد عبدالله

أ.د. محسن محمد بن كليب النهدي
أستاذ إدارة الأعمال، كلية العلوم الإدارية
جامعة حضرموت

الملخص:

الكلمات المفتاحية:

- وسائل التواصل الاجتماعي
- إدارة الوقت
- جامعة حضرموت

استهدفت الدراسة قياس مستوى استخدام طالبات جامعة حضرموت لوسائل التواصل الاجتماعي، ومستوى كفاءتهن في إدارة الوقت، ومن ثم اختبار أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت باليمن، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، كما اعتمدت الدراسة أداة الاستبانة والمقابلة لجمع المعلومات والبيانات، وتم اختيار عينة عشوائية من طالبات جامعة حضرموت بلغ حجمها (209) طالبات، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: أن مستوى استخدام طالبات جامعة حضرموت لوسائل التواصل الاجتماعي كان مرتفعاً، كما كان مستوى كفاءة إدارة الطالبات لأوقاتهم مرتفعاً أيضاً، وأظهرت الدراسة وجود أثر ذي دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت، وقد أوصى الباحثون بعدد من التوصيات، أهمها: أن تحافظ جامعة حضرموت على تعزيز دور فاعلية الاستخدام الإيجابي لوسائل التواصل الاجتماعي لرفع كفاءة الطالبات ومهارتهن في إدارة أوقاتهم بما يخدم العملية التعليمية، من خلال إقامة الدورات التدريبية، وورش العمل، والندوات العلمية التي تمكنهن من إتقان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، واستثمار الوقت في عملية التصفح والمراسلات، ونقل المعلومات العلمية التخصصية؛ لزيادة معدلات تحصيلهن العلمي.

ABSTRACT:

Key Words:

- Social media
- Time management
- Hadramout University

The study aimed to measure the level of social media usage by Hadramout University female students, and their competence level in time management. It then tested the impact of using social media in managing the time of Hadramout University female students in Yemen. The study adopted the descriptive analytical approach and relied on a questionnaire, and an interview as tools to collect data. A random sample consisting of (209) female students in Hadramout University was

	selected. The study reached a number of results, the most important of which are: The level of social media use by Hadramout University female students was high, and their competence level in managing their time was also high. The study demonstrated the presence of a statistically significant moral impact of using social media in time management of Hadramout University female students. The researchers recommended a number of recommendations, the most important of which are: Hadramout University should maintain enhancing the role of the effectiveness of the positive use of social media to raise the female students' competence and skill in managing their time in a way that serves the educational process. This should be done via conducting training courses, workshops and scientific seminars that enable them to master the use of social media, and to capitalize time in the browsing process, correspondence and transference of specialized scientific information so as to increase their academic achievement scores.
--	--

مقدمة:

أصبحت تكنولوجيا المعلومات بصفة عامة، وتكنولوجيا التواصل الاجتماعي بصفة خاصة، من وسائل الاتصال الرئيسة التي غيّرت من مسار الاتصالات، فأصبح من السهل الحصول على المعلومات والبيانات بشكل منظم وسريع من خلال الحواسيب والهواتف الشخصية الذكية في مدار الساعة، وقد برزت وسائل التواصل الاجتماعي، مثل: الفيسبوك (Facebook)، وواتساب (WhatsApp)، وتويتر (Twitter)، وجوجل بلس (Google+)، ويوتيوب (You Tube)، والإنستغرام (Instagram) وغيرها، لتصبح في مقدمة إنجازات ثورة التكنولوجيا الحديثة دون منافس، إذ ربطت شبكة المعلومات الأشخاص بعضهم ببعض في جميع أنحاء العالم؛ لتجعل من العالم قرية صغيرة، إذ تتضمن تلك التكنولوجيا كمًّا هائلًا من المعلومات في مناحي مجالات الحياة كافة، منها: التعليمية، والصحية، والاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية، والأعمال التجارية والمصرفية، ووسائل ترفيه وتعارف، وغيرها.

ويُعد الوقت موردًا فريدًا وثمينًا متاحًا بالتساوي لكل البشرية، بغض النظر عن أية صفات خاصة، وهو يسير دائمًا بسرعة محدودة وثابتة، ولكن يبدو أنه لا يوجد شخص لديه الوقت الكافي للإنجاز، وبما أننا لا نستطيع أن نكتشف أو نصنع وقتًا أطول، فإنه ينبغي علينا أن نحافظ على الوقت المتاح لنا، واستثماره بشكل

أفضل بأكثر كفاءة وفاعلية، وتُشكّل الاعتقادات الاجتماعية، والتصرفات التي يديها الفرد في توزيع الأنشطة على الوقت، وتحديد أولويات تنفيذها، حجر الزاوية في تكوين الاتجاهات، سواءً أكانت إيجابية أم سلبية نحو الوقت.

إن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يستغرق وقتاً أطول، وتكلفةً وجهداً أقل، واستخداماً أسهل، لذلك فتطبيق وسائل التواصل الاجتماعي أكثر جاذبية لشباب أي مجتمع بصفة عامة، وطلاب الجامعات والطالبات بصفة خاصة، فهو بمنزلة الصديق والجليس الإلكتروني المفضل لديهم، ومتنفساً أكاديمياً، واجتماعياً واقتصادياً وسياسياً وثقافياً ورياضياً لمختلف أنواع فئات المجتمع؛ إذ وصلت درجة استخدامه إلى مستوى الإدمان؛ لذا جاءت هذه الدراسة للوقوف على أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت في الجمهورية اليمنية.

الإطار العام للدراسة:

أولاً: مشكلة الدراسة:

إن انعكاسات الثورة الإلكترونية التي يمكن وصفها بالتكنولوجيا العالمية للاتصالات والمعلومات (الإنترنت)، والمعتمدة على الاستخدامات الرقمية (Digital)، قد أثبتت جدارتها وجدواها الاقتصادية والتعليمية عالمياً، وتأثيراتها الإيجابية والسلبية في حياة الأفراد والمجتمعات، وقد تميزت وسائل التواصل بسهولة الاستخدام وسرعة الانتشار؛ إذ يستطيع أي فرد أن ينغمس لفترات طويلة جداً، ويحرق في صفحاته بسهولة ويسر دون أن يشعر كم من الوقت قد مضى، وهذا يشير إلى اتساع نطاق استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وجعلها سمةً مميزةً لهذا العصر.

وتعدُّ جامعة حضرموت إحدى المؤسسات التعليمية في محافظة حضرموت بالجمهورية اليمنية، التي تمثل تجمعاً بشرياً كبيراً من الطلاب والطالبات، الذين لديهم دوافع متعددة ومتنوعة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لغرض التعليم؛ إذ استفادوا من خدماتها في إطار ما يُعرف بالتعليم المدمج، أو التعليم على الإنترنت بالكامل (التعليم عن بُعد)، وتبادل المعلومات الأكاديمية، وتحميل الكتب، والأبحاث العلمية، وجلسات المناقشات العلمية، فضلاً عن متابعة الأخبار المهمة المصوّرة، منها: الاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية، والرياضية، والثقافية، واللقطات الإخبارية النادرة، والتسلية والترفيه والتسوق الإلكتروني، وأمام هذه الاستخدامات المختلفة لوسائل التواصل الاجتماعي فإن طلاب الجامعة بصفة عامة، والطالبات بصفة خاصة، في حاجة لإدارة أوقاتهم بكفاءة وفاعلية بما يخدم التعليم الجامعي وجودة مخرجاته.

قام الباحثون بإجراء دراسة استطلاعية على عينة عشوائية من طالبات جامعة حضرموت بلغت (60) طالبة، وتم توجيه سؤال محوري لها، وهو: ما أكثر وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدمها طالبات جامعة حضرموت؟ وما التوقعات عن تأثيراتها الإيجابية والسلبية في إدارة الوقت الأكاديمي للطالبات؟

وقد بينت نتائج الدراسة الاستطلاعية تفاوتاً في آراء عينة الدراسة عن مستوى تفضيل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؛ إذ كان أكثرها استخداماً بين أوساط طالبات جامعة حضرموت الواسع، ثم الفيسبوك، ثم الإنستغرام، بنسب بلغت (91%)، (84%)، و(77%) على التوالي، كما أشارت توقعات عينة الدراسة إلى إمكانية وجود تأثيرات إيجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مثل: إيجابية الإدارة الذاتية، تخطيط الوقت الأكاديمي، التحصيل العلمي، وتبادل المعلومات العلمية التخصصية، فضلاً عن ذلك وجود توقعات ببعض التأثيرات السلبية، مثل: مضيعة الوقت دون جدوى علمية من خلال إدمان الطالبات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الذي يؤدي إلى السهر لساعات الفجر، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مجالات سياسية، واقتصادية، واجتماعية، وثقافية، ورياضية، وترفيهية وتسلية، والتسوق والبيع والشراء، وهي مجالات ليس لها علاقة بالمجال الأكاديمي التخصصي، فضلاً عن التأثيرات الصحية على الطالبات.

ويمكن الوقوف على تفاصيل هذه الفجوة البحثية من خلال إجابات عينة الدراسة عن الأسئلة الرئيسة الآتية:

- 1) ما مستوى استخدام طالبات جامعة حضرموت لوسائل التواصل الاجتماعي؟
- 2) ما مستوى كفاءة طالبات جامعة حضرموت وفاعليها في إدارة الوقت؟
- 3) ما أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت؟
- 4) هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية معنوية بين متوسطات آراء عينة الدراسة عن أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الكلية، التخصص).

ثانياً: أهداف الدراسة:

ترمي الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- 1) تأصيل الإطار النظري لمفهوم وسائل التواصل الاجتماعي وإدارة الوقت وأبعادها.
- 2) قياس مستوى استخدام طالبات جامعة حضرموت لوسائل التواصل الاجتماعي.
- 3) قياس مستوى كفاءة طالبات جامعة حضرموت وفاعليها في إدارة الوقت.
- 4) اختبار أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت.
- 5) اختبار مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية معنوية بين متوسطات آراء عينة الدراسة عن أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الكلية، التخصص).

6) تقديم مجموعة من التوصيات إلى قيادة الجامعة وطالباتها التي من شأنها معالجة الاختلالات في عملية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأثرها في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت.

ثالثاً: أهمية الدراسة:

يمكن للباحثين تناول أهمية الدراسة من جانبين، هما:

1) الأهمية العلمية:

تنبع أهمية الدراسة العلمية من أهمية الموضوع الذي تناولته؛ بوصفه إضافة نوعية تصب في اتجاهات الفكر الإداري الإلكتروني الحديث؛ إذ تسهم الدراسة في تأصيل الإطار المعرفي، وقد تكون مرجعاً مهماً للأكاديميين والدارسين والباحثين في موضوع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وإدارة الوقت؛ فهي تُعَدُّ من الدراسات النادرة - بحسب علم الباحثين - التي تتناول موضوع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثره في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت، كما ستسهم هذه الدراسة في فتح المجال لدراسات وبحوث علمية مستقبلية.

2) الأهمية العملية:

تكمن الأهمية العملية للدراسة في مساعدة الطلاب والطالبات على وجه الخصوص، والباحثين والأكاديميين على إدارة وقتهم باستخدام مثل هذه التطبيقات الإلكترونية، من خلال تقديم عدد من التوصيات العملية، التي سوف تسهم في توجيه طالبات الجامعة إلى كيفية الاستخدام الإيجابي لوسائل التواصل الاجتماعي، وتخطيط الوقت وتنظيمه واستثماره، وتجنب مضيعاته، وجعله أداة بناء لا هدم لقدرات تحصيلهم العلمي ومهاراتهم.

رابعاً: فرضيات الدراسة:

اعتماداً على مشكلة الدراسة، وأسئلتها، وأهدافها تمت صياغة فرضيات الدراسة وفقاً لفرضيات النفي الإحصائية (H_0) عند مستوى دلالة 0.05، وفي حالة رفضها يمكن قبول فرضيات الإثبات (H_1). ويمكن للباحثين صياغة فرضيات الدراسة في النحو الآتي:

الفرضية الرئيسة الأولى (H_{01}):

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت.

ومن هذه الفرضية يمكن للباحثين اشتقاق الفرضيات الفرعية الآتية:

الفرضية الفرعية الأولى (H_{01-1}):

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإدارة الذاتية لطالبات جامعة حضرموت.

الفرضية الفرعية الثانية (H01-2):

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تخطيط الوقت لطالبات جامعة حضرموت.

الفرضية الفرعية الثالثة (H01-3):

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التحصيل العلمي لطالبات جامعة حضرموت.

الفرضية الفرعية الرابعة (H01-4):

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تبادل المعلومات العلمية لطالبات جامعة حضرموت.

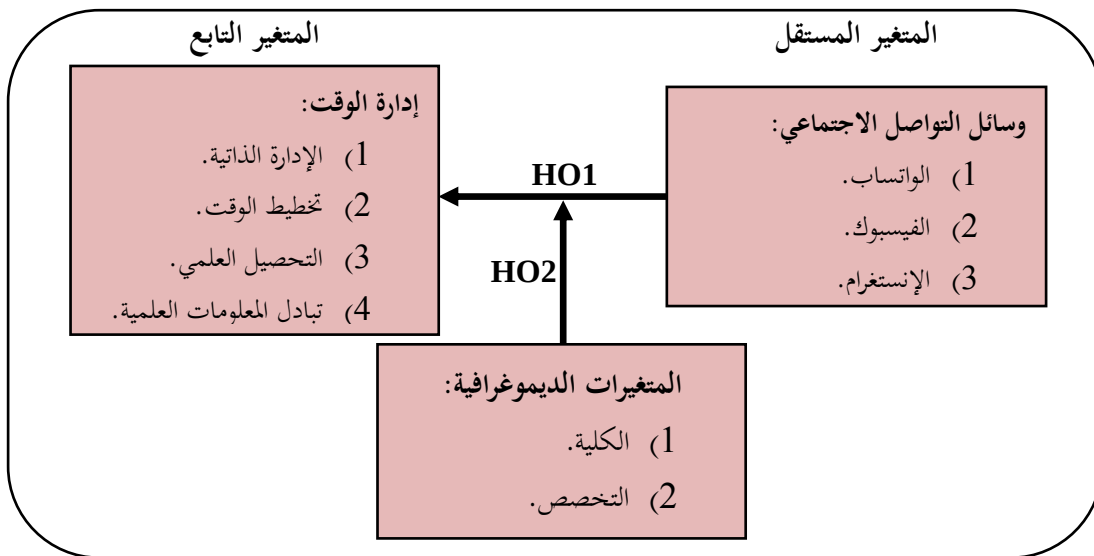
الفرضية الرئيسية الثانية (H02):

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية معنوية بين متوسطات آراء عينة الدراسة عن أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الكلية، التخصص).

خامساً: نموذج الدراسة:

استناداً إلى مشكلة الدراسة وأسئلتها وفرضياتها، تم بناء نموذج الدراسة بحسب الشكل رقم (1).

الشكل (1): نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الدراسات السابقة.

سادساً: منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي لوصف خصائص عينة الدراسة ومتغيراتها وأبعادها، والإجابة عن أسئلتها واختبار فرضياتها؛ سعياً لتحقيق أهدافها والوصول إلى الاستنتاجات والتوصيات.

سابعاً: مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع طالبات المستوى الرابع (مستوى التخرج) في جامعة حضرموت، المقيدات في كشوف إدارات القبول والتسجيل في كليات: العلوم الإدارية، والآداب، والبنات، والعلوم البيئية والأحياء البحرية بمدينة المكلا للعام الجامعي 2024/2023م، البالغ عددهن (456) طالبة بحسب كشوف إدارة القبول والتسجيل بالكليات لعام 2024م، وقد تم اختيار عينة عشوائية بلغت (209) طالبات في مستوى التخرج في برامج البكالوريوس موضع الدراسة، على اختلاف تخصصاتهم العلمية، بنسبة بلغت 46% من حجم المجتمع الأصلي، بحسب الجدول رقم (1).

جدول رقم (1) مجتمع الدراسة وعينتها

ت	الكلية	المجتمع	حجم المجتمع	العينة
1	العلوم الإدارية	168	37%	77
2	الآداب	95	21%	44
3	البنات	161	35%	73
4	العلوم البيئية والأحياء البحرية	32	7%	15
المجموع		456	100%	209
نسبة العينة إلى مجتمع الدراسة		46%		

المصدر: إدارات القبول والتسجيل بالكليات المدروسة 2024م.

وقد تم توزيع (209) استبانات على عينة الدراسة، استُردَّ منها (202)، واستُبعدَ (5) استبانات؛ لعدم صلاحيتها للتحليل، لتكون الاستبانات الصالحة للتحليل الإحصائي (197) بنسبة 94% من العينة، بحسب الجدول رقم (2).

جدول رقم (2) توزيع الاستبانة على عينة الدراسة والمسترجع منها

ت	الكلية	الاستبانات		
		الموزعة على العينة	غير المسترجعة	غير الصالحة للتحليل
1	العلوم الإدارية	77	3	4
2	الآداب	44	1	-
3	البنات	73	-	1

4	العلوم البيئية والأحياء البحرية	15	3	-	12
	المجموع	209	7	5	197
	النسبة إلى عينة الدراسة	100%	3.3%	2.4%	94.3%

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS للدراسة الميدانية 2024م.

ثامناً: مصادر جمع المعلومات والبيانات:

اعتمدت الدراسة على مصدرين لجمع المعلومات والبيانات، هما:

1) مصادر ثانوية:

تم الاطلاع على عدد من المصادر والمراجع باللغة العربية والإنجليزية، تضمنت: الكتب، والرسائل، والدوريات، والمؤتمرات العلمية، والاطلاع على مواقع الإنترنت ذات العلاقة بموضوع الدراسة.

2) مصادر أولية:

اعتمدت الدراسة على الاستبانة والمقابلة أداتين لجمع المعلومات والبيانات من مجتمع الدراسة؛ وقد تم تطوير الاستبانة بالاعتماد على عدد من الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة، بحسب الجدول (3).

جدول رقم (3) متغيرات وأبعاد الدراسة

ت	المتغيرات	الفئات والأبعاد	المصدر
1	الديموغرافية	أ) الكلية. ب) ساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. ج) مجالات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.	دراسة (بن كليب، وبلحاج، 2018).
2	المتغير المستقل: وسائل التواصل الاجتماعي	أ) الفيس بوك. ب) الإنستغرام. ج) الواتساب.	دراسة (أحمد، 2020)، ودراسة (فضل الله، 2020)،
3	المتغير التابع: إدارة الوقت	أ) الإدارة الذاتية. ب) تخطيط الوقت. ج) التحصيل العلمي. د) تبادل المعلومات العلمية.	دراسة (رابح، 2018)، ودراسة (بن كليب وبلحاج، 2018)، ودراسة (محمود، 2016).

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الدراسات السابقة المدرجة في الجدول أعلاه

تاسعاً: مكونات أداة الدراسة:

تكونت أداة الدراسة من ثلاثة أجزاء:

الجزء الأول: يتضمن المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة، وهي: الكلية، والتخصص، وبعض المتغيرات المتعلقة بالدراسة.

الجزء الثاني: يتضمن متغير وسائل التواصل الاجتماعي، ويتكون من (15) فقرة، مقسمة على (3) أبعاد، هي:

البعد الأول: استخدام الواتساب، وعددها (5) فقرات.

البعد الثاني: استخدام الفيسبوك، وعددها (5) فقرات.

البعد الثالث: استخدام الإنستغرام، وعددها (5) فقرات.

الجزء الثالث: يتضمن متغير إدارة الوقت، ويتكون من (20) فقرة، مقسمة على (4) أبعاد، هي:

البعد الأول: الإدارة الذاتية، وعددها (5) فقرات.

البعد الثاني: تخطيط الوقت، وعددها (5) فقرات.

البعد الثالث: التحصيل العلمي، وعددها (5) فقرات.

البعد الرابع: تبادل المعلومات العلمية، وعددها (5) فقرات.

عاشراً: صدق أداة الدراسة وثباتها:

تم إخضاع أداة الدراسة لاختبارات الصدق والثبات، وذلك من خلال ما يأتي:

1) الصدق الظاهري:

قام الباحثون بعرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال إدارة الأعمال من أعضاء هيئة التدريس بجامعة حضرموت، وعدن، وسيئون؛ لإبداء الرأي وإعطاء الملاحظات عن الفقرات، ومدى ارتباطها بالأبعاد، وتم إجراء التعديلات وفق توصياتهم التي أدت إلى إخراج الاستبانة بشكلها النهائي.

2) صدق الاتساق الداخلي:

تم التحقق من صدق الاتساق أو التجانس الداخلي لمتغيرات الدراسة باستخدام معامل ألفا كرونباخ؛ للتأكد من فاعلية كل متغير، والمستوى الكلي لأداة الدراسة، وكانت النتائج كما يوضحها الجدول رقم (4).

جدول (4): نتائج اختبار قيم معامل ألفا كرونباخ لثبات صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة

ت	المتغير	معامل ألفا لكرونباخ
1	وسائل التواصل الاجتماعي	0.666
2	إدارة الوقت	0.629
	الأداة ككل	0.710

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS للدراسة الميدانية 2024م.

من الجدول أعلاه تبين من خلال استخدام طريقة ألفا كرونباخ في قياس ثبات الاستبانة أن قيمة المعامل بلغت (0.71)، وهذا مؤشر يدل على تمتع أداة الدراسة بدرجة عالية من الثبات، ومن ثمَّ يمكن استخدامها في جمع البيانات المتعلقة بالدراسة، مما يتضح صدق الاستبانة وثباتها، وسلامة تطبيقها.

حادي عشر: الأساليب الإحصائية:

تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية (SPSS) لتحليل البيانات بالاعتماد على الأساليب الإحصائية المناسبة، وهي:

(1) مقاييس الإحصاء الوصفية: وهي المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبانة؛ لوصف خصائص عينة الدراسة، ثم إيجاد التكرارات والنسب المئوية.

معامل ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha)؛ لقياس صدق أداة الدراسة المستخدمة ودرجة ثباتها.

(2) معامل الارتباط؛ من أجل قياس العلاقة بين فقرات المتغيرات لمعرفة الاتساق الداخلي للفقرات، كذلك لمعرفة نوع وقوة العلاقة بين متغيرين أو أكثر من عدمها.

(3) معامل الانحدار الخطي البسيط؛ لقياس مقدار أثر المتغير المستقل (وسائل التواصل الاجتماعي) في المتغير التابع (إدارة الوقت) وأبعاده.

(4) اختبار F-Test؛ من أجل معرفة دلالة الانحدار بين المتغيرات.

(5) اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) للفروق بين أكثر من فئتين؛ لاختبار الفرضية الرئيسة الثانية.

ثاني عشر: حدود الدراسة: تتحدد حدود الدراسة في الآتي:

(1) الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة على أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الوقت.

(2) الحدود المكانية: اقتصرت الدراسة على كليات: (العلوم الإدارية، والآداب، والبنات، والعلوم البيئية والأحياء البحرية) بجامعة حضرموت، اليمن.

(3) الحدود البشرية: اقتصرت الدراسة على طالبات المستوى الرابع (التخرج) بجامعة حضرموت.

(4) الحدود الزمانية: تم إجراء هذه الدراسة خلال الفترة الزمنية من شهر مارس إلى يوليو 2024م.

الدراسات السابقة:

تم الاطلاع على عدد من الدراسات السابقة باللغة العربية والإنجليزية التي تناولت متغيري الدراسة وأبعادها، ويمكن تبويبها وعرضها من الأحداث زمنياً وهجائياً على النحو الآتي:

أولاً: الدراسات باللغة العربية:

(1) دراسة (عدوان، 2023):

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر مواقع التواصل الاجتماعي في السلوك الطلابي لطلبة المرحلة الثانوية والجامعية في الضفة الغربية بفلسطين، استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي والتحليلي، وقام بتصميم استبانة تم توزيعها على عينة عشوائية بلغت (110) مفردات، توصلت الدراسة إلى أن مستوى استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي كان مرتفعاً، وأن هناك آثاراً إيجابية لاستخدام مواقع التواصل

الاجتماعي في السلوك الطلابي تمثلت في الحصول على معارف وعلوم جديدة، وتنمية التفكير الإبداعي، كما كان في الوقت نفسه هناك آثار سلبية لاستخدام المواقع في التسلية، وإهدار الوقت، وأنها تضعف عملية التواصل المباشر في المناسبات الاجتماعية.

2) دراسة (علي، 2023):

هدفت الدراسة إلى قياس مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثره في الشباب في محافظة عدن، اليمن، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي والتحليلي، واعتمدت على الاستبانة أداةً لجمع المعلومات والبيانات، وتم اختيار عينة قصدية من الشباب تراوحت أعمارهم بين (15 - 29) عامًا في مديريات المنصورة، الشيخ عثمان، دار سعد، والبريقة، وبلغ حجم العينة (300) مفردة من الذكور والإناث، وقد توصلت الدراسة إلى أن مستوى استخدام الشباب في محافظة عدن لمواقع التواصل الاجتماعي كان مرتفعًا، وبينت الدراسة وجود تأثيرات ذات دلالة إحصائية إيجابية وسلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الشباب في محافظة عدن.

3) دراسة (فخري وآخرين، 2023):

هدفت الدراسة على التعرف إلى مدى تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحو الشائعات، وقد قام الباحث بتطبيق الدراسة الميدانية على عينة عشوائية قوامها (400) مفردة من شباب كليات العلوم والتربية النوعية بجامعة المنيا وجامعة القاهرة، مصر، وقد استعان الباحث بالمنهج الوصفي والتحليلي في الدراسة، وتم استخدام أداة الاستبانة، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: أن مستوى استخدام طلاب الجامعتين لمواقع التواصل الاجتماعي كان مرتفعًا، ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية معنوية بين معدل استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو الشائعات، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في معدل استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وفق متغير (الجامعة)، كما توجد علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو الشائعات.

4) دراسة (نور الدين، 2023):

هدفت الدراسة إلى قياس مستوى إستراتيجية إدارة الوقت وأثره في الأداء الوظيفي لدى موظفي جامعة أم البواقي، الجزائر، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي، واستخدمت أداة الاستبانة التي وزعت على عينة عشوائية طبقية بلغت (239) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى وجود مستوى مرتفع لإدارة وقت موظفي إدارة جامعة أم البواقي، ووجود مستوى مرتفع جدًا للأداء الوظيفي، ووجود أثر دال إحصائيًا لإستراتيجية إدارة الوقت في الأداء الوظيفي لدى موظفي إدارة الجامعة.

5) دراسة (الأمير، 2022):

هدفت الدراسة إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين إدارة الوقت والمسؤولية المجتمعية لدى طالبات جامعة جدة، السعودية، تم استخدام المنهج الوصفي الارتباطي والمقارن، وتم توزيع الاستبانة على عينة بلغت (100) طالبة من كلية القانون والدراسات القضائية بجامعة جدة، وأظهرت النتائج أن مستوى إدارة وقت طالبات جامعة جدة كان مرتفعاً، ووجود علاقات ارتباطية دالة إحصائياً بين أبعاد التخطيط، التنظيم، التنفيذ، والمتابعة، وكل من المسؤولية تجاه (الذات، الزميلات، مجتمع الجامعة، الوطن، والدرجة الكلية للمسؤولية المجتمعية)، في حين لم توجد علاقات ارتباطية دالة إحصائياً بين (التخطيط، التنظيم، والدرجة الكلية لإدارة الوقت، والمسؤولية المجتمعية تجاه الأسرة)، كما لم توجد فروق دالة إحصائياً في إدارة الوقت (الدرجة الكلية وأبعاد التخطيط، التنظيم، التنفيذ، والمتابعة) وفقاً للمستوى الدراسي.

ثانياً: الدراسات باللغة الإنجليزية:

1) دراسة (Ator, & Ortizo, 2024):

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مستوى ممارسات إدارة الوقت وأثره في أداء الطلاب الرياضيين في كليات GensanPRISAA الست المرموقة في مدينة جنرال سانتوس في الفلبين، استخدمت هذه الدراسة تصميمًا وصفيًا كمياً، وقد تم اختيار عينة عشوائية مقدارها (200) طالب رياضي، وأظهرت النتائج وجود مستوى عالٍ من مهارات إدارة الوقت لدى الطلاب الرياضيين في إدارة كل من الدورات التدريبية، والجداول الأكاديمية، وقد أثرت هذه المهارات بشكل كبير في الأداء الأكاديمي، والإنجازات الرياضية، والعلاقات الاجتماعية والرفاهية الشخصية.

2) دراسة (Lashari, et. al., 2023):

هدفت هذه الدراسة إلى قياس مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراته في تعلم اللغة الإنجليزية في جامعة SMIU في مدينة كراتشي، باكستان، تم استخدام المنهج الوصفي والتحليلي، وتم جمع البيانات باستخدام استبانة وزعت على عينة عشوائية بلغت (307) مفردات، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مستوى استخدام الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي كان مرتفعاً، كما تم استخدام الطلاب عددًا من منصات وسائل التواصل الاجتماعي كأدوات للتعلم في سياق تعلم اللغة الإنجليزية في المرحلة الجامعية؛ لزيادة قدراتهم على التحدث باللغة، وتطوير الطلاقة اللغوية، والمشاركة في التحدث أمام الجمهور، ونقل وجهات نظرهم بكفاءة، كما بينت الدراسة وجود أثر ذي دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تعلم طلاب الجامعة اللغة الإنجليزية.

3) دراسة (Chukwu, et. al., 2022):

هدفت هذه الدراسة لمعرفة تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الوقت لطلاب تعليم العلوم الاجتماعية في مؤسسات التعليم العالي النيجيرية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي، وتم جمع البيانات من خلال الاستبانة التي وزعت على عينة عشوائية من طلاب تعليم العلوم الاجتماعية البالغ عددهم (312) طالبًا في جامعة نسوكا (UNN)، نيجيريا، وكشفت نتائج الدراسة عن أن مستوى استخدام الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي كان مرتفعًا، وأن طلاب تعليم العلوم الاجتماعية يديرون وقتهم بشكل جيد للغاية، ووجود أثر ذي دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طلاب تعليم العلوم الاجتماعية، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الجنس، والعمر، ومستوى دراسة الطلاب، وحدة البرنامج (التخصص)، والوضع السكني في إدارة الوقت.

4) دراسة (Abu Mostafa, et. al., 2021):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور القيادة الإستراتيجية في تفعيل إستراتيجيات إدارة الوقت لتعزيز مهارات الإبداع الإداري في جامعة الأزهر، فلسطين، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي والكمي، كما تم استخدام الاستبانة أداة رئيسة لجمع المعلومات والبيانات الأولية من عينة عشوائية طبقية تكونت من (245) موظفًا إداريًا. أظهرت نتائج للدراسة مستويات عالية من القيادة الإستراتيجية في جامعة الأزهر، ومتوسطًا في مستوى تطبيق إستراتيجيات إدارة الوقت والإبداع الإداري، ووجود دور ذي دلالة إحصائية معنوية للقيادة الإستراتيجية في تفعيل إستراتيجيات إدارة الوقت، كما توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إستراتيجيات إدارة الوقت والإبداع الإداري في الجامعة.

5) دراسة (Ezeonwumelu, 2021):

هدفت الدراسة إلى التأكد من تأثير إدمان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مهارات إدارة الوقت لطلاب الجامعات في مقاطعة أويو في دولة نيجيريا، تم اعتماد المنهج الوصفي والتحليلي، وتم استخدام تقنية أخذ العينات العشوائية البسيطة، ووزعت الاستبانة على (650) طالبًا من 13 كلية في جامعة أويو، وقد كشفت النتائج أن مستوى كل من: استخدام الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي، ومهارتهم في إدارة الوقت كان مرتفعًا على التوالي، ووجود أثر ذي دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مهارات إدارة الوقت لطلاب الجامعات في المقاطعة، وأن إدمان Facebook، وTwitter كان له تأثيرا كبيرا في مهارات إدارة الوقت لدى الطلاب، ومع ذلك لم يكن لإدمان Instagram تأثيرا كبيرا في مهارات إدارة الوقت لدى الطلاب.

6) دراسة (Khan, et. al., 2020):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى تأثير إدارة الوقت في التحصيل الأكاديمي للطلاب في مؤسسات التعليم العالي في إسلام آباد، باكستان، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي والتحليلي، كما استخدمت الاستبانة أداة لجمع المعلومات والبيانات، وتكونت عينة الدراسة من (196) طالباً، منهم (80) طالباً من جامعة القائد الأعظم، و(86) طالباً من الجامعة الإسلامية الدولية، و(30) طالباً من المعهد الباكستاني لاقتصاديات التنمية، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى كل من: إدارة الوقت، والتحصيل الأكاديمي للطلاب كان مرتفعاً على التوالي، كما وجد أن الطالبات يُدرِزن أوقاثنَ بشكل جيد، ويقضين وقتاً أطول في الدراسة الذاتية، وأن الدراسة الذاتية للطلاب ترتبط ارتباطاً إيجابياً بأدائهم الأكاديمي؛ إذ إن الأداء الأكاديمي يزداد مع زيادة الساعات الدراسية الذاتية، وأن إدارة الوقت الجيدة ترتبط إيجابياً بالأداء الأكاديمي للطلاب، وبينت الدراسة كذلك وجود تأثير ذي دلالة إحصائية معنوية لإدارة الوقت في التحصيل الأكاديمي للطلاب في مؤسسات التعليم العالي.

الإطار النظري:

أولاً: مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي:

تُعد وسائل التواصل الاجتماعي مصطلحاً شهيراً، وواسعاً، وقد تم تعريفه، وشرحه كثيراً، فهو منَصَّات إعلامية، أو مجموعة من قنوات الاتصال المتخصصة في النشر والتفاعل ومشاركة المحتوى (الرسائل، والصور، والمقاطع الصوتية والمصورة)، والتعاون على مستوى المجتمع والأفراد؛ فهو مصطلح يشمل منَصَّات وسائط الإعلام الجديد، أو المواقع التفاعلية على شبكة الإنترنت ذات المكونات الاجتماعية وقنوات التواصل عامة، وتتضمن إدراج أنظمة جديدة أيضاً، مثل: Friend Feed، وفيسبوك وأشياء أخرى، يعتقد أنها من شبكات التواصل الاجتماعي (قمحية، 2017، 24). وعَرَّفها (باشا، 2020، 23) بأنها تلك المواقع التي توجد على شبكة الإنترنت العالمية، وتتيح للمستخدمين إنشاء حسابات شخصية، وتكوين علاقات مع مستخدمين آخرين للمواقع نفسها، ويتم من خلالها تفاعل المستخدمين بعضهم مع بعض، وتواصلهم مع أصدقائهم وعائلاتهم وزملائهم. وعَرَّفها (أحمد، 2020، 666) بأنها المواقع المتاحة على شبكة الإنترنت، والمتاحة للتواصل بين الشباب، مثل: الفيسبوك، والواتساب، وإنستغرام، وتويتر التي يتم من خلالها تبادل الأخبار والصور والفيديوهات وغيرها. فضلاً عن ذلك، رأى (Philips, & Yung, 2009, 108) أن وسائل التواصل الاجتماعي هي مواقع تضم المدونات (Blogs)، والمنتديات (Forums)، والعالم الافتراضي (Virtual world)، و(Proad cast)، وهي الملفات الصوتية والمرئية، التي ينتجها المستخدمون في المؤتمرات وغيرها من الأدوات التي يتم بداخلها التفاعل بين مستخدمي الإنترنت بشكل

اجتماعي يتسم بالألفة والمودة. ومن التعريفات السابقة يمكن توضيح المتغيرات التي تناولتها، بحسب الشكل رقم (2):



المصدر: بروكس، هيو، وغوبتا، جاني، (2017)، ترجمة عاصم سيد عبد الفتاح، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، ط1، القاهرة (مصر): المجموعة العربية للنشر والتدريب، ص57.

من خلال عرض التعريفات السابقة، يمكن للدراسة تعريف وسائل التواصل الاجتماعي بأنها: تطبيقات إلكترونية تُحمّل على أجهزة ذكية، يتم تصفحها واستخدامها من خلف الشاشات من خلال تفعيل خدمة شبكة الإنترنت، بحيث تجعل المشتركين على مسافة قصيرة مهما تفاوتت المسافات بينهم، وتتيح لهم الاتصال الصوتي والمرئي مع بعضهم، وتبادل الرسائل الإلكترونية النصية والصوتية والمتحركة من كتابات، ومقاطع صوتية، وصور، وفيديوهات، وملفات ورسومات وغيرها؛ لتحقيق أهداف متعددة ومتنوعة.

ثانياً: أبعاد وسائل التواصل الاجتماعي:

تناولت الدراسة الحالية ثلاثة أبعاد لوسائل التواصل الاجتماعي، هي:

1) بُعد الواتساب:

يتطلب برنامج الواتساب عند تثبيته لأول مرة رقم الهاتف الخاص بالمستعمل، والجهاز الذي سيعمل عليه البرنامج، يقوم حينها الاتصال بمزود الخدمة التابع له، ومن ثم إرسال رمز التفعيل، ليعمل بعدها البرنامج تلقائياً، ويعرض البرنامج قائمة الأصدقاء الذين يمتلكون التطبيق نفسه (الصوافي، 2015، 28).

وقد عُرّف الواتساب بأنه وسيلة إلكترونية، توفر خدماتها للمستخدمين، من خلال ربطها بشبكة الإنترنت؛ لتسمح بنقل المعلومات والبيانات بين طرفين أو أكثر، وإجراء محادثات نصية، وفيديو، ونقل صور وأشكال بأقل وقت وتكلفة وجهد (بن كليب، وبلحاج، 2018، 12). ويشير (Plana, et al, 2013, 581-596) إلى أن الواتساب ليس مجرد خدمة المراسلة النصية فقط، بل من الممكن للمستخدمين أن يتجاوزوا ذلك من خلال إرسال الصور، والفيديو، والرسائل الصوتية، والوسائط، وموقع المستخدم على

الخريطة. فضلاً عن ذلك يساهم الواتساب في تداول الأخبار، وفي التعليم والاجتماعات والتوعية والدعوة والإرشاد (الشاعر، 2015، 66).

وقد انتشر تطبيق الواتساب في الفترة الأخيرة بشكل مذهل، فهو من أكثر التطبيقات المستخدمة وأهمها في الهواتف الذكية على مستوى العالم، وقد أكدت الأبحاث أنه يتم إرسال (18) مليار رسالة يوميًا من خلال برنامج الواتساب. ويساعد برنامج الواتساب على (www.ts3a.com):

أ) تقريب المسافات بين الأهل والأصدقاء؛ إذ يستخدمه عدد كثير من الأشخاص المغتربين الذين لا يستطيعون التواصل بشكل مستمر مع الأهل والزوجة والأبناء.

ب) لجوء بعض الأشخاص إلى استخدام الواتساب نظرًا لأنه خدمة مجانية توفر فواتير الهاتف، التي أصبحت مرتفعة جدًا.

ج) التخصيص: مثل تطبيق الدردشة على شبكة الإنترنت، يمكن للمستخدمين تغيير وضعهم وتعديله إلى ما يريدون.

د) يتيح برنامج الواتساب إمكانية إرسال الصور، والفيديوهات، والرسائل الصوتية، والوسائط المتعددة، مما يزيد من درجة التفاعل بين الأصدقاء والأهل.

هـ) يمكن لأي شخص التعامل معه بسهولة ويُسر؛ إذ يعد من أسهل التطبيقات استعمالاً.

و) استخدام بعض الأشخاص هذا التطبيق لتبادل الأفكار والمعلومات.

2) بُعد الفيسبوك:

يُعد الفيسبوك أفضل وسيلة تواصل اجتماعي حديث؛ لقدرته على تصنيف أعضائه، وليس مجرد ربطهم ببعض، فقد استطاع أن يجمع في موقع واحد كل مميزات التواصل على الإنترنت منذ الشات، والمنديات، وحتى المدونات، بل ويضيف إليها الكثير، والفيسبوك يتيح فكرة المجموعات لأصحاب الفكر والنشاط المتقارب أو الهوايات المشتركة، وأتاح لكل مستخدم بروفایل يمكنه من تقديم نفسه للآخرين من خلاله بالكلام، والصور، والفيديو (البسيوني، 2009، 12).

ويُعرف الفيسبوك بأنه شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليها مجَّانًا، تديره شركة "فيسبوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها (صلاح، 2015، 250). ويُعرفه آخر بأنه موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي يتم من خلاله تعبير المستخدم لوصف أي موقع إلكتروني، بحيث يُحوَّل مستخدميه لإنشاء ملفات شخصية، ونشرها

بشكل علني عبر ذلك الموقع، وتكوين علاقات مع مشتركين آخرين على الموقع نفسه، ويكون بإمكانهم الدخول إلى ملفاتهم الشخصية (جرار، 2012، 51).

ويهدف موقع فيسبوك إلى إعطاء الناس القدرة على المشاركة في جعل عالمهم أكثر انفتاحًا، ويتيح لهم الفرصة لتواصل أكثر فيما بينهم، فيصبح الناس عند استخدامهم للفيسبوك قادرين على الاتصال المستمر مع أصدقائهم وعائلاتهم، ويقيهم على اطلاع دائم على ما يجري في العالم من حولهم، وبممكنهم من تبادل مشاعرهم وهمومهم الحياتية، ولكنه في الوقت نفسه يجعل بعضهم يراقب البعض الآخر (قميحة، 2017، 24). ولا يشعر المتواصل عبر هذا الموقع بما يشعر به الإنسان في المجتمع الحقيقي من ضغوط وصعوبات؛ إذ لا يجد المرء نفسه مرغماً على قبول أي شيء لا يريده من الأصدقاء، ويُعدُّ الشباب أكثر الفئات استخداماً للفيسبوك؛ إذ إنَّ هؤلاء هم الأكثر ممن يملكون المهارات الحاسوبية، ولديهم اطلاع واسع على الكمبيوتر واستخداماته وشبكات الإنترنت (فارس، ودنيا، 2015، 46).

3) بُعد الإنستغرام:

يُعد موقع إنستغرام من مواقع التواصل الاجتماعي الذي يستعمل لتسهيل الاتصال والتواصل، ونشر يوميات الأفراد، وقد تعددت فائدته من كونه مجرد موقع للتسلية، إلى استعماله كتطبيق لجميع المتابعين؛ بغية عرض الخدمات عليهم وتحقيق المنفعة العامة (فريال وأخريات، 2019، 16).

والإنستغرام لغة: اسم مكون من شقين، أولهما insta المشتقة من كلمة instant أي فوري، وGram المشتقة من كلمة telegram التي تعني برقية (www.m.youm7.com). ويُعرَّف بأنه تطبيق مجاني يسمح للمستخدمين بمشاركة الصور والفيديوهات، والمؤثرات الخاصة على الصور، ومن ثم مشاركتها مع مجموعة متنوعة من مواقع الشبكات الاجتماعية (باشا، 2020، 28). وعُرف أيضاً بأنه تطبيق مجاني لالتقاط الصور وتصوير الفيديو كذلك وتبادلها بين المستخدمين في جميع أنحاء العالم (www.maglobalgroup.com). وقد عرّفته (فريال وآخرون، 2019، 16) بأنه أحد مواقع التواصل الاجتماعي الذي يستعمل في يومنا الحالي للتسويق والترويج للأعمال والشركات الصغيرة الشخصية، ويُعد وسيلة فعالة للتعريف بالأعمال وتحقيق الربح والشهرة. ومن أهم وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر انتشاراً في العالم الفيسبوك، واليوتيوب، والواتساب، والإنستغرام وغيرها، وقد لوحظ أن الفيسبوك من أكثر التطبيقات انتشاراً في العالم؛ لسهولة استخدامه، والمميزات التي تتوفر فيه، والشكل رقم (3) يبين عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في العالم.

شكل (3) يبين عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في العالم لعام 2024م



المصدر: علي، عبدالمقصود، (2024)، وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر شعبية، عبر الرابط: (www.roayahnews.com)

ثالثاً: إدارة الوقت:

يشكل الوقت العنصر الرئيس والجوهري في حياة الأفراد والجماعات والمجتمعات؛ بوصفه من أهم العناصر التي يجب الاهتمام به، وإعطاؤه حقه، والمحافظة عليه، فإدارة الوقت يتم تحقيق الأهداف والاستخدام الأمثل للموارد المالية والبشرية (الغامدي، 2018، 12). ولمفهوم إدارة الوقت معانٍ وتفسيرات مختلفة ومتباينة، وذلك اعتماداً على نوع النشاط وطبيعته، وطبيعة القائمين عليه، ونوع المنظمة وأهدافها ورسالتها. فقد عرّفت الجمعية البريطانية للعلاقات العامة إدارة الوقت بأنها: أسلوب علمي رفيع لاحتواء الوقت بهدف الانتفاع به أو استثماره لتحقيق أهداف معينة (العلاق، 2009، 51). فهي تعني بذلك كفاءة استغلال كافة الموارد لتحقيق الأهداف، وتنفيذ الأعمال في الوقت المحدد من البداية حتى النهاية (Necati, & Filiz, 2010, 5). ويشير (فضل الله، 2020، 26) إلى أن إدارة الوقت هي: "عملية تخطيط وتنظيم ورقابة لكل النشاطات التي يقوم بها الفرد خلال فترة زمنية محددة للوصول إلى الأهداف والغايات المنشودة".

يرى الباحثون من خلال تعريفات إدارة الوقت الواردة سلفاً، أن إدارة الوقت من أهم الموارد التي يجب على الفرد والمجتمع استغلالها؛ بغية تحقيق الأهداف المخططة (التقديرية)، كما تعد إدارة الوقت طريقة فعّالة، ووسيلة ناجحة لإدارة الأنشطة والأعمال للحصول على النتائج المحددة في الوقت المتاح.

من خلال عرض التعريفات السابقة، يمكن للدراسة تعريف إدارة الوقت بأنها: علم وفن في كيفية تخطيط وتنظيم وتنسيق مهارات وقدرات الأفراد لأداء مجموعة من المهام والواجبات الأكاديمية والإدارية والعائلية خلال

وحدات زمنية محددة وملائمة وآمنة وكافية؛ لتحقيق الأهداف المرجوة بكفاءة وفاعلية، ومن ثمَّ تقويم كيفية التوقيت وجودة الإنجاز ومدى تكافؤهما.

رابعاً: أبعاد إدارة الوقت:

تناولت الدراسة الحالية أربعة أبعاد لإدارة الوقت، هي:

1) بُعد الإدارة الذاتية:

تشير عدة دراسات إلى أن إدارة الوقت هي إدارة الذات، بمعنى أن الإدارة الفعّالة للوقت تعني إدارتك لنفسك (أبو النصر، 2015، 16). ويتكون مصطلح إدارة الذات من كلمتين، فالإدارة هي توجيه الإمكانيات إلى آلية استخدام معينة تضمن تحقيق الأهداف التي تمَّ تحديدها، وأما الذات فتُعرف بأنها اتجاهات الشخص ومشاعره عن نفسه، ومن ثمَّ تُعرف إدارة الذات على بأنها معرفة الشخص لقدراته واستخدامه الأمثل لهذه القدرات؛ من أجل تحقيق الأهداف التي يسعى إليها (الغرابي، 2016، 16). كما تمَّ تعريفها أيضاً بأنها قدرة الفرد على توجيه مشاعره وأفكاره وإمكانياته نحو الأهداف التي يصبو إلى تحقيقها، وهي: مسؤولية الفرد في اختيار الأساليب المناسبة لتحقيق المهام الموكلة إليه (رابح، 2018، 38). وقد فسّر ماكتري Mackenzie العلاقة بين إدارة الوقت وإدارة الذات قائلاً إنَّ الأولى جزء من الثانية؛ فإدارة الذات أعم وأشمل من إدارة الوقت، أي إنَّ المشكلة تكمن في أنفسنا، وأن المسألة ليست في مقدار ما نملك من الوقت، بل في كيفية الاستفادة منه جيداً، فعقرب الدقائق لا يمكن التحكم فيه أو في إدارة الساعة، بل في إدارة أنفسنا حسب الساعة (المحرزي، 2017، 16).

2) بُعد تخطيط الوقت:

يرتبط الوقت بشكل قوي وكبير بعملية التخطيط، فمن مقومات التخطيط الناجح وأساسياته أن يكون محدداً بفترة زمنية معينة، سواء أكانت طويلة أم متوسطة أم قصيرة الأجل؛ لذا لا بد من تحديد الأهداف، وأن تتميز بالوضوح الكمي والزمني لتحقيق الفاعلية في إدارة الوقت، وذلك بوضع خطة متكاملة محددة الأهداف ومرنة، ويستمد تخطيط الوقت أهميته من حقيقة أن المهام والأنشطة كثيرة، ومن ثمَّ يأتي الوقت ليحدد الأساس لما يعمل وما لا يعمل (الأمير، 2022، 361). وتُعرف عملية تخطيط الوقت بأنها: "عملية ذهنية تحليلية تتطلب مقداراً واضحاً من العلم والمعرفة والمعلومات الدقيقة والحديثة؛ لتحديد الأولويات في ضوء الإمكانيات المتاحة للوصول إلى الأهداف المنشودة" (عبدالله، 2006، 56).

ويتطلب إعداد الخطة من المخطط أن يراعي التسلسل الزمني في مراحل هذه الخطة، وأن يقوم بتوزيع الأزمنة عليها بما يتناسب والمراحل المحددة، بحيث يكون مجموع الأزمنة الموزعة مساوياً للزمن الكلي، وأن يختار الزمن المناسب لكل مرحلة. وتحدد نقطة البداية في تطبيق إدارة الوقت بشكل فعّال، بوضع خطة ذات أهداف محددة، وتقرير كيفية تحقيق هذا الهدف خلال مدة زمنية محددة، وليكون التخطيط فاعلاً؛ فإنَّ الأهداف ينبغي أن تكون محددة وواقعية في حدود الإمكانيات والموارد المتاحة، والوقت أحدها، وقابل للقياس،

وأن تكون الموارد مكتوبة، ومرتبطة بجدول زمني؛ لغرض قياس مدى الكفاءة والفاعلية في تحقيقها خلال المدة المحددة (نصر الله، 2005، 41).

3) بُعْدُ التحصيل العلمي:

التحصيل العلمي هو: "مجموعة المعارف والمهارات والخبرات، التي يكتسبها الطالب طيلة سنوات تحصيله العلمي في مجال تخصصه" (زهية، وسعاد، 2023، 29). ويُعرَّف بأنه مؤشر على المهارات التعليمية والمعرفية للطلاب، التي تُمكن الطلاب من العمل في الحياة الأكاديمية بنجاح (الرشدي، 2022، 379). ويُعرَّف أيضًا بأنه ذلك المستوى الذي وصل إليه الطالب في تحصيله للمواد الدراسية المقررة، ويتضح ذلك من خلال وسائل قياس تجربها الجامعة عن طريق الامتحانات الشفوية والكتابية خلال العام الدراسي (عائشة، والزهرة، 2013، 65). أي هو: "كل أداء يقوم به الطالب في الموضوعات المدرسية المختلفة، الذي يمكن إخضاعه للقياس عن طريق درجات اختبار، أو تقديرات المدرسين أو كليهما" (دباب، 2019، 22). في حين عرفه حمدان بأنه: "المعلومات والمهارات المكتسبة من قبل المتعلمين كنتيجة لدراسة موضوع، أو وحدة دراسية محددة" (حمدان، 2007، 87).

ويرى (عوض، 2014، 31) أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل مباشر في التحصيل العلمي للطلاب، فهي تستنفذ كثيرًا من وقتهم، وتشغلهم عن مراجعة دروسهم، وأداء واجباتهم، فضلًا عما يترتب على ذلك من آثار سلبية في حياتهم الأكاديمية والاجتماعية والصحية، وتترتب عليه أيضًا مجموعة من المشكلات التربوية، مثل: النوم أثناء الدروس، والمذاكرة، وضعف التركيز، وتشتت الذهن، وضعف القدرة على الاستدكار، وتأخر دراسي دائم.

4) بُعْدُ تبادل المعلومات العلمية:

تُعرَّف المعلومات بأنها بيانات تمت معالجتها، ووضعت بصورة ذات فائدة ومعنى للأشخاص المعنيين لمواجهة احتياجاتهم (بن كليب، وبلحاج، 2018، 15). وفي عصر ثورة المعلومات أصبحت المعلومات قوة يمكن استخدامها كأداة تأثير في سلوكيات الأفراد في المجتمع من خلال الدور الفاعل الذي يلعبه الإنترنت في عملية جمع المعلومات وتداولها وانتقالها في وقت قياسي (أحمد، 2009، 252). وتستخدم المعلومات كأداة؛ من أجل التنسيق ودعم العملية الإدارية واتخاذ القرارات من جانب، وكأداة اتصال في داخل المؤسسة، ومع البيئة المحيطة بها من جانب آخر، فالمعلومات هي الحقائق عن أي موضوع، أو الأفكار والحقائق عن الأفراد، والأماكن، أو أي معرفة تكتسب من خلال الاتصال، أو البحث أو التعليم أو الملاحظة (علي، 2012، 478). وتُعرَّف عملية تبادل المعلومات بأنها نقل البيانات والمعلومات في أي شكل، ومن مكان لآخر في الحال، وإمكانية طبعها أو إرسالها بريدًا، وذلك باستخدام الوسائل والأدوات الإلكترونية أو البصرية (جاد الرب، 2009، 416-417). وتُعرف عملية تبادل المعلومات العلمية أيضًا بالتشارك المعرفي، وتُعرف التشارك المعرفي بأنه عملية تعلم من خلال تبادل للأفكار، والمعارف، والخبرات والمعلومات، وترتبط بقدرة الفرد على نقل معارفه الظاهرة والضمنية للآخرين، ويُعد التشارك في المعرفة آلية مناسبة لإتقان إدارة المعرفة (Manaf and Marzuki, 2009, 7).

الدراسة الميدانية:

أولاً: الإحصاءات الوصفية للمتغيرات الديموغرافية:

تم استخدام أسلوب التكرارات والنسب المئوية؛ لتحليل خصائص العينة ووصفها، التي تشمل المتغيرات الآتية:

1) الإحصاءات الوصفية لمتغير الكلية:

جدول (5): توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير الكلية

ت	البيان	التكرار	النسبة	الترتيب
1	العلوم الإدارية	70	35.5%	2
2	الآداب	43	21.8%	3
3	العلوم البيئية والاحياء البحرية	12	6.1%	4
4	البنات	72	36.5%	1
	المجموع	197	100%	-

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS للدراسة الميدانية 2024م.

يتضح من الجدول (5) أن غالبية مفردات عينة الدراسة يدرسن في كلية "البنات" وتبلغ نسبتهن (36.5%)، تليهن اللاتي يدرسن في كلية "العلوم الإدارية" بنسبة (35.5%)، ثم اللاتي يدرسن في كلية "الآداب" بنسبة (21.8%)، وأخيراً اللاتي يدرسن في كلية "العلوم البيئية والأحياء البحرية" بنسبة (6.1%).

2) الإحصاءات الوصفية لمتغير التخصص:

جدول (6): توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير التخصص

ت	البيان	التكرار	النسبة%	الترتيب
1	إدارة أعمال	36	18.3%	1
2	محاسبة	9	4.6%	9
3	مالية ومصرفية	12	6.1%	6
4	نظم معلومات	13	6.6%	5
5	تاريخ	2	1.0%	15
6	جغرافيا	8	4.1%	10
7	صحافة وإعلام	10	5.1%	7
8	فلسفة وعلم الاجتماع	3	1.5%	14
9	لغة إنجليزية	33	16.8%	2
10	لغة عربية	10	5.1%	8
11	علوم بيئية	5	2.5%	13
12	علوم تكنولوجيا الأغذية	7	3.6%	12
13	خدمة اجتماعية	20	10.2%	3
14	رياض أطفال	14	7.1%	4
15	تربية فنية	7	3.6%	11
16	دراسات إسلامية	8	4.1%	10
	المجموع	197	100%	-

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي ببرنامج SPSS لعام 2023م.

يتضح من الجدول (6) أن غالبية مفردات عينة الدراسة يدرسن تخصص إدارة الأعمال بنسبة (18.3%)، ثم توزعت عينة الدراسة على التخصصات الأخرى المذكورة في الجدول أعلاه، التي تتبع الكليات الأربع المدروسة عينة الدراسة، أما أقل نسبة تخصص يدرسن فيه فهو تخصص التاريخ، الذي بلغت نسبته (1%) من إجمالي عينة الدراسة.

(3) الإحصاءات الوصفية لمتغير ساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يوميًا:

جدول (7): ساعات استخدام أفراد عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي يوميًا

ت	البيان	التكرار	النسبة	الترتيب
1	أقل من ساعة	9	4.6%	5
2	ساعة إلى أقل من ساعتين	31	15.7%	3
3	ساعتان إلى أقل من 4 ساعات	86	43.7%	1
4	4 ساعات إلى أقل من 6 ساعات	60	30.5%	2
5	6 ساعات فأكثر	11	5.6%	4
	المجموع	197	100%	-

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS للدراسة الميدانية 2024م.

يتضح من الجدول (7) أن غالبية مفردات عينة الدراسة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي يوميًا بمعدل "ساعتان إلى أقل من 4 ساعات" بنسبة (43.7%)، يليهن اللاقي يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي يوميًا بمعدل "4 ساعات إلى أقل من 6 ساعات" بنسبة (30.5%)، ثم اللاقي يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي يوميًا بمعدل "ساعة إلى ساعتين" بنسبة (15.7%)، يليهن اللاقي يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي يوميًا بمعدل "6 ساعات فأكثر" بنسبة (5.6%)، وأخيرًا اللاقي يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي يوميًا بمعدل "أقل من ساعة" بنسبة (4.6%)، ويلاحظ من الجدول أيضًا إيمان طالبات جامعة حضرموت على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يوميًا؛ إذ بلغت نسبة الاستخدام "من ساعتين فأكثر" (79.6%)، وهي نسبة مرتفعة.

(4) الإحصاءات الوصفية لمجالات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (8): مجالات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لأفراد عينة الدراسة

ت	البيان	التكرار	النسبة	الترتيب
1	سياسة	13	6.6%	8
2	اجتماعية	167	84.7%	1
3	اقتصادية	17	8.6%	7
4	رياضية	26	13.2%	6
5	ثقافية	94	47.7%	2
6	علمية في تخصصي	84	42.6%	4
7	التقويم الجامعي	35	17.8%	5
8	تسوق وشراء	92	46.7%	3

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS للدراسة الميدانية 2024م.

فيما يخص مجالات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لعينة الدراسة اتضح من خلال الجدول (8) أن غالبية مفردات العينة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لمجالات "اجتماعية"، وكانت نسبتهم (84.7%)، يليهم اللاتي يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لمجالات "ثقافية" وكانت نسبتهم (47.7%)، ثم اللاتي يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لمجالات "التسوق والشراء" وكانت نسبتهم (46.7%)، ثم اللاتي يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لمجالات "علمية بحسب التخصص" وكانت نسبتهم (42.6%)، ثم اللاتي يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لمجالات "التقويم الجامعي" وكانت نسبتهم (17.8%)، ثم اللاتي يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لمجالات "رياضية" وكانت نسبتهم (13.2%)، ثم اللاتي يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لمجالات "اقتصادية" وكانت نسبتهم (8.6%)، وأخيراً اللاتي يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لمجالات "سياسية" وكانت نسبتهم (6.6%).

ثانياً: التحليل الوصفي لمتغيري الدراسة وأبعادهما:

يستعرض الباحثون نتائج التحليل الاحصائي لإجابات أفراد عينة الدراسة على متغيري الدراسة وسائل التواصل الاجتماعي، وإدارة الوقت وأبعادهما؛ وذلك من خلال عرض وتحليل ووصف إجاباتهم المتمثلة في المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والأهمية النسبية؛ لمعرفة مدى توافر هذين المتغيرين وأبعادهما في ضوء إجابات أفراد عينة الدراسة، وقد تم استخدام مقياس ليكرت خماسي الأوزان (Five Likert Scale) للخيارات المتعددة، بحيث أخذت كل إجابة أهمية نسبية، ويتراوح مدى الاستجابة من (1-5) وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي بحسب الجدول (9).

جدول (9): مقياس ليكرت الخماسي (Five Likert Scale)

الوزن	5	4	3	2	1
الرأي	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة

المصدر: تصميم الباحثون تبعاً لمقياس ليكرت الخماسي (Five Likert Scale).

وقد اعتمد الباحثون في تفسير البيانات بناءً على مستوى الموافقة لقيم المتوسطات الحسابية التي توصلت إليها الدراسة، وتم احتساب قيم المتوسطات حسب المعادلة الآتية:
 طول المقياس = (أكبر قيمة - أقل قيمة) / 5 = (5 - 1) / 5 = 0.80، ولذا؛ فإن طول خلايا المقياس بحسب الجدول (10).

جدول (10): قيم ومستويات المتوسطات الحسابية

ت	قيم المتوسطات الحسابية	درجات الموافقة	مستويات المتوسطات الحسابية
1	من 1 إلى أقل من 1.80	لا أوافق بشدة	ضعيف جداً
2	1.80 إلى أقل من 2.60	لا أوافق	ضعيف
3	2.60 إلى أقل من 3.40	محايد	متوسط
4	3.40 إلى أقل من 4.20	أوافق	مرتفع
5	4.20 إلى 5.00	أوافق بشدة	مرتفع جداً

المصدر: إعداد الباحثون بناءً على معادلة تطبيق طول الفئة.

يمكن للباحثين عرض وتحليل ووصف متوسطات إجابات عينة الدراسة عن متغيري الدراسة وأبعادها على النحو الآتي:

1) التحليل الوصفي لمتغير وسائل التواصل الاجتماعي:

لمعرفة نتائج التحليل الوصفي لمتغير وسائل التواصل الاجتماعي قام الباحثون أولاً بالتحليل الوصفي لأبعاده بصورة منفردة على النحو الآتي:

أ) التحليل الوصفي لفقرات بُعد الواتساب:

جدول (11): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الواتساب

ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة	الترتيب	مستوى الموافقة
1	أميل إلى استخدام منصّة الواتساب في أوقات فراغي.	4.23	0.96	85%	1	مرتفع جداً
2	لمنصّة الواتساب دور في تطوير مستواي الثقافي.	3.87	0.92	77%	3	مرتفع
3	إن استخدام منصّة الواتساب للجلوس مع الأصدقاء بطريقة غير مباشرة أفضل من الجلوس معهم بطريقة مباشرة من حيث تكلفة اللقاء.	3.65	0.87	73%	4	مرتفع
4	أعُدّ منصّة الواتساب متنفساً عن مشكلات الحياة.	4.00	0.98	80%	2	مرتفع
5	أسهر لساعات متأخرة من الليل على منصّة الواتساب.	3.28	0.81	66%	5	متوسط
	المتوسط العام	3.81	0.91	76%	-	مرتفع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS للدراسة الميدانية 2024م.

يتضح من الجدول (11) أن اتجاهات آراء العينة عن فقرات بُعد الواتساب كانت متفاوتة ما بين (متوافرة بدرجة متوسطة ومرتفعة جداً)، وبمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (3.28، 4.23)، كما بلغ المتوسط العام لفقرات بُعد الواتساب مجتمعة (3.81)، وانحراف معياري (0.91)، الذي يشير إلى تجانس آراء العينة

عن فقرات بُعد الواتساب، ووزن نسبي (76%)، وتدل تلك النتائج على أن مستوى استخدام طالبات جامعة حضرموت للواتساب كان مرتفعاً.

ب) التحليل الوصفي لفقرات بُعد الفيسبوك:

جدول (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الفيسبوك

ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة	الترتيب	مستوى الموافقة
6	أميل إلى استخدام منصّة الفيسبوك في أوقات فراغي.	4.02	0.97	80%	1	مرتفع
7	لمنصّة الفيسبوك دور في تطوير شخصيتي ورفع مستواي الثقافي.	3.55	0.94	71%	3	مرتفع
8	إن استخدام منصّة الفيسبوك للجلوس مع الأصدقاء بطريقة غير مباشرة أفضل من الجلوس معهم بطريقة مباشرة من حيث تكلفة اللقاء.	3.85	0.99	77%	2	مرتفع
9	أعُدُّ منصّة الفيسبوك متنفساً عن مشكلات الحياة.	3.25	0.96	65%	4	متوسط
10	أسهر لساعات متأخرة من الليل على منصّة الفيسبوك.	3.19	0.98	64%	5	متوسط
	المتوسط العام	3.57	0.97	71%	—	مرتفع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS للدراسة الميدانية 2024م.

يتضح من الجدول (12) أن اتجاهات آراء أفراد عينة الدراسة عن فقرات بُعد الفيسبوك كانت متفاوتة ما بين (متوافرة بدرجة متوسطة ومرتفعة)، وبمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (3.19، 4.02)، كما بلغ المتوسط العام لفقرات بُعد الفيسبوك مجتمعة (3.57)، وبانحراف معياري (0.97)، الذي يشير إلى تجانس آراء العينة عن فقرات بُعد الفيسبوك، ووزن نسبي (71%)، وتدل تلك النتائج على أن مستوى استخدام طالبات جامعة حضرموت للفيسبوك كان مرتفعاً.

ج) التحليل الوصفي لفقرات بُعد الإنستغرام:

جدول (13): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الإنستغرام

ت	فقرات بُعد الإنستغرام	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة	الترتيب	مستوى الموافقة
11	أميل إلى استخدام منصّة الإنستغرام في أوقات فراغي.	4.16	0.98	83%	1	مرتفع
12	لمنصّة الإنستغرام دور في تطوير شخصيتي ورفع مستواي الثقافي.	3.71	0.95	74%	2	مرتفع
13	إن استخدام منصّة الإنستغرام للجلوس مع الأصدقاء بطريقة غير مباشرة أفضل من الجلوس معهم بطريقة مباشرة من حيث تكلفة اللقاء.	3.52	0.91	70%	3	مرتفع

14	أعُدُّ مَنَصَّةَ الإنستغرام متنفسًا عن مشكلات الحياة.	3.17	0.88	%64	4	متوسط
15	أسهر لساعات متأخرة من الليل على مَنَصَّةَ الإنستغرام.	2.93	0.79	%59	5	متوسط
المتوسط العام		3.50	0.90	%70	-	مرتفع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS للدراسة الميدانية 2024م.

يتضح من الجدول (13) أن اتجاهات آراء أفراد عينة الدراسة عن فقرات بُعد الإنستغرام كانت متفاوتة ما بين (متوافرة بدرجة متوسطة ومرتفعة)، وبمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (2.93، 4.16)، كما بلغ المتوسط العام لفقرات بُعد الإنستغرام مجتمعة (3.50)، وبانحراف معياري (0.90)، الذي يشير إلى تجانس آراء العينة عن فقرات بُعد الإنستغرام، ووزن نسبي (70%)، وتدل تلك النتائج على أن مستوى استخدام طالبات جامعة حضرموت للإنستغرام كان مرتفعًا.

بعد أن تمَّ احتساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والأوزان النسبية لأبعاد وسائل التواصل الاجتماعي بصورة منفردة، قام الباحثون بالتحليل الوصفي لتلك الأبعاد بصورة مجتمعة على النحو الآتي:

جدول (14): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد وسائل التواصل الاجتماعي مجتمعة

ت	الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	مستوى الموافقة
1	الواتساب	3.81	0.91	%76	1	مرتفع
2	الفيسبوك	3.57	0.97	%71	2	مرتفع
3	الإنستغرام	3.50	0.90	%70	3	مرتفع
الإجمالي		3.63	0.93	%72	-	مرتفع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS للدراسة الميدانية 2024م.

يتضح من الجدول (14) أن اتجاهات آراء أفراد عينة الدراسة عن أبعاد وسائل التواصل الاجتماعي كانت متفاوتة بدرجة مرتفعة على التوالي، وبمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (3.50، 3.81)، كما بلغ المتوسط العام لأبعاد وسائل التواصل الاجتماعي مجتمعة (3.63)، وبانحراف معياري (0.93)، الذي يشير إلى تجانس آراء عينة الدراسة عن أبعاد وسائل التواصل الاجتماعي، ووزن نسبي (72%)، وتدل تلك النتائج على أن مستوى استخدام طالبات جامعة حضرموت لوسائل التواصل الاجتماعي كان مرتفعًا.

كما يُبين الجدول (14) أن ترتيب بُعد الواتساب جاء وفقًا لمتوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة في المرتبة الأولى بوسط حسابي مرتفع (3.81)، يليه بُعد الفيسبوك في المرتبة الثانية بوسط حسابي مرتفع (3.57)، ثمَّ جاء في المرتبة الثالثة الأخيرة بُعد الإنستغرام بوسط حسابي مرتفع أيضًا (3.50).

يلاحظ الباحثون من خلال التحليل الوصفي لنتائج متغير لوسائل التواصل الاجتماعي، الآتي:

- الإجابة عن سؤال الدراسة الرئيس الأول الذي ينص على: "ما مستوى استخدام طالبات جامعة حضرموت لوسائل التواصل الاجتماعي؟".

• تتفق هذه النتيجة مع نتائج الجدول رقم (7) التي بينت إدمان طالبات جامعة حضرموت على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يوميًا؛ إذ بلغت نسبة الاستخدام "من ساعتين فأكثر" (79.6%) وهي نسبة مرتفعة.

• تتفق نتيجة الدراسة الحالية مع نتائج كل من: دراسة (عدوان، 2023)، (علي، 2023)، (فخري وآخرين، 2023)، (Lashari, at. al, 2023)، (Chukwu, at. al, 2022)، ودراسة (Ezeonwumelu, 2021).

2) التحليل الوصفي لمتغير إدارة الوقت:

لمعرفة نتائج التحليل الوصفي لإدارة الوقت؛ قام الباحثون أولاً بالتحليل الوصفي لأبعاده بصورة منفردة على النحو الآتي:

أ) التحليل الوصفي لفقرات بُعد الإدارة الذاتية:

جدول (15): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الإدارة الذاتية

ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة	الترتيب	مستوى الموافقة
1	أستخدم وقتي بحكمة وأنجز أكبر قدر ممكن من الأعمال خلال الوقت المتاح لي.	3.69	0.84	73%	1	مرتفع
2	لدي القدرة على التحكم بوقتي عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.	3.41	1.08	68%	4	مرتفع
3	أقوم ذاتي لاستخدام وقتي على أفضل وجه.	3.58	0.86	72%	2	مرتفع
4	أجنب كل ما يضيع وقتي دون فائدة تذكر.	3.36	0.97	66%	5	متوسط
5	أستثمر إمكانياتي المادية المتاحة لتحقيق أفضل النتائج العلمية.	3.51	0.96	70%	3	مرتفع
	المتوسط العام	3.51	0.94	70%	-	مرتفع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS للدراسة الميدانية 2024م.

يُبين الجدول (15) أن اتجاهات آراء أفراد عينة الدراسة عن فقرات بُعد الإدارة الذاتية كانت متفاوتة بين (متوافرة بدرجة متوسطة ومرتفعة)، وبمتوسطات حسابية تراوحت بين (3.36، 3.69)، كما بلغ المتوسط العام لفقرات بُعد الإدارة الذاتية مجتمعة (3.51)، وانحراف معياري (0.94)، الذي يشير إلى تجانس آراء العينة عن فقرات بُعد الإدارة الذاتية، ووزن نسبي (70%)، وتدل النتائج على أن مستوى كفاءة وفاعلية طالبات جامعة حضرموت في الإدارة الذاتية كان مرتفعًا.

ب) التحليل الوصفي لفقرات بُعد تخطيط الوقت:

جدول (16): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد تخطيط الوقت

ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة	الترتيب	مستوى الموافقة
6	أنظم وقتي بحيث يتيح لي القيام بأدواي المختلفة على أكمل وجه.	4.21	0.85	%84	1	مرتفع
7	أخطط لما يجب عمله أثناء الدوام الجامعي (اليوم-الأسبوع).	3.91	0.97	%78	3	مرتفع
8	أضع خطة بديلة لمواجهة الظروف الطارئة.	3.61	1.03	%72	5	مرتفع
9	أدون الأفكار المتعلقة بدراستي وعملي وأحرص على التخطيط لها.	3.92	1.02	%78	2	مرتفع
10	أقوم بالمراقبة وأهتم بتقويم ما تم تحقيقه من الأهداف الموضوعية مسبقاً.	3.67	0.96	%74	4	مرتفع
	الإجمالي	3.87	0.97	%77	-	مرتفع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS للدراسة الميدانية 2024م.

يتضح من الجدول (16) أن اتجاهات آراء أفراد عينة الدراسة عن فقرات بُعد تخطيط الوقت كانت متوافرة بدرجة مرتفعة، وبمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (3.61، 4.21)، كما بلغ المتوسط العام لفقرات بُعد تخطيط الوقت مجتمعة (3.87)، وانحراف معياري (0.97)، الذي يشير إلى تجانس آراء عينة الدراسة عن فقرات بُعد تخطيط الوقت، ووزن نسبي (77%)، وتدل تلك النتائج على أن مستوى كفاءة وفاعلية طالبات جامعة حضرموت في تخطيط الوقت كان مرتفعاً.

ج) التحليل الوصفي لفقرات بُعد التحصيل العلمي:

جدول (17): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد التحصيل العلمي

ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة	الترتيب	مستوى الموافقة
11	أهتم بكتابة واجباتي الدراسية المنزلية أولاً بأول.	3.67	1.12	%73	3	مرتفع
12	أقوم بالتحضير المسبق لمواضيع محاضراتي.	2.92	0.99	%58	4	متوسط
13	أقوم بمذاكرة دروس محاضراتي أولاً بأول.	2.88	0.98	%58	5	متوسط
14	أقوم بالتحضير الجيد لاختباراتي الشهرية.	4.13	0.96	%83	2	مرتفع
15	أقوم بالتحضير الجيد لاختباراتي الفصلية.	4.32	0.87	%86	1	مرتفع جداً
	المتوسط العام	3.58	0.98	%72	-	مرتفع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS للدراسة الميدانية 2024م.

يتضح من الجدول (17) أن اتجاهات آراء أفراد عينة الدراسة عن فقرات بُعد التحصيل العلمي كانت متفاوتة ما بين (متوافرة بدرجة متوسطة ومرتفعة جداً)، وبمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (2.88، 4.32)، كما بلغ المتوسط العام لفقرات بُعد التحصيل العلمي مجتمعة (3.58)، وبانحراف معياري (0.98)، الذي يشير إلى تجانس آراء عينة الدراسة عن فقرات بُعد التحصيل العلمي، ووزن نسبي (72%)، وتدل تلك النتائج على أن مستوى كفاءة وفاعلية طالبات جامعة حضرموت في التحصيل العلمي كان مرتفعاً، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Khan, et. al, 2020).

د) التحليل الوصفي لفقرات بُعد تبادل المعلومات العلمية:

جدول (18): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد تبادل المعلومات العلمية

ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة	الترتيب	مستوى الموافقة
16	أقوم بتنزيل كتب علمية تخصصية وتحميلها من المواقع الإلكترونية.	3.42	0.99	68%	3	مرتفع
17	أقوم بتنزيل رسائل علمية تخصصية وتحميلها من المواقع الإلكترونية.	3.26	0.89	65%	4	متوسط
18	أقوم بتنزيل أبحاث علمية تخصصية وتحميلها من المواقع الإلكترونية.	3.51	0.97	70%	1	مرتفع
19	أقوم بتنزيل مقالات علمية تخصصية وتحميلها من المواقع الإلكترونية.	3.21	0.93	64%	5	متوسط
20	أقوم بتنزيل مقاطع فيديو علمية تخصصية وتحميلها من المواقع الإلكترونية.	3.46	0.95	69%	2	مرتفع
	المتوسط العام	3.37	0.95	67%	-	متوسط

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS للدراسة الميدانية 2024م.

يتضح من الجدول (18) أن اتجاهات آراء أفراد عينة الدراسة عن فقرات بُعد تبادل المعلومات العلمية كانت متفاوتة ما بين (متوافرة بدرجة متوسطة ومرتفعة)، وبمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (3.21، 3.51)، كما بلغ المتوسط العام لفقرات بُعد تبادل المعلومات العلمية مجتمعة (3.37)، وبانحراف معياري (0.95)، الذي يشير إلى تجانس آراء عينة الدراسة حول فقرات بُعد تبادل المعلومات العلمية، ووزن نسبي (67%)، وتدل تلك النتائج على أن مستوى كفاءة وفاعلية طالبات جامعة حضرموت في تبادل المعلومات العلمية كان متوسطاً.

بعد أن تمَّ احتساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية/ والأوزان النسبية لأبعاد وسائل التواصل الاجتماعي بصورة منفردة، قام الباحثون بالتحليل الوصفي لتلك الأبعاد بصورة مجتمعة على النحو الآتي:

جدول (19): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد إدارة الوقت

ت	الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة	الترتيب	مستوى الموافقة
1	الإدارة الذاتية	3.51	0.94	70%	3	مرتفع
2	تخطيط الوقت	3.87	0.97	77%	1	مرتفع
3	التحصيل العلمي	3.58	0.98	72%	2	مرتفع
4	تبادل المعلومات العلمية	3.37	0.95	67%	4	متوسط
	الإجمالي	3.58	0.96	72%	-	مرتفع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS للدراسة الميدانية 2024م.

يتضح من الجدول رقم (19) أن اتجاهات آراء أفراد عينة الدراسة عن أبعاد إدارة الوقت كانت متوافرة ما بين (متوافرة بدرجة متوسطة ومرتفعة)، وبمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (3.37، 3.87)، كما بلغ المتوسط العام لأبعاد إدارة الوقت مجتمعة (3.58)، وبانحراف معياري (0.96)، والذي يشير إلى تجانس آراء عينة الدراسة حول أبعاد إدارة الوقت، ووزن نسبي (72%)، وتدل تلك النتائج على أن مستوى كفاءة طالبات جامعة حضرموت وفاعليتهن لإدارة الوقت كان مرتفعاً.

كما يُبين الجدول (19) أنَّ ترتيب بُعد تخطيط الوقت جاء وفقاً لمتوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة في المرتبة الأولى بوسط حسابي مرتفع (3.87)، يليه بُعد التحصيل العلمي في المرتبة الثانية بوسط حسابي مرتفع (3.58)، ثمَّ في المرتبة الثالثة جاء بُعد الإدارة الذاتية بوسط حسابي مرتفع أيضاً (3.51)، في حين جاء في المرتبة الرابعة والأخيرة بُعد تبادل المعلومات العلمية بوسط حسابي متوسط (3.37).

يلاحظ الباحثون من خلال التحليل الوصفي لنتائج متغير إدارة الوقت، الآتي:

● الإجابة عن السؤال الرئيس الثاني الذي نصه: "ما مستوى كفاءة وفاعلية طالبات جامعة حضرموت في إدارة الوقت؟".

● تتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة: (نور الدين، 2023)، (الأمير، 2022)، (Ator, & Ortizo, 2024)، (Chukwu, at. al, 2022)، (Ezeonwumelu, 2021)، ودراسة (Khan, at. al, 2020)، وتختلف مع دراسة (Abu Mostafa, at. al, 2021) التي بينت أن مستوى مهارة إدارة الوقت كان متوسطاً.

ثالثاً: اختبار فرضيات الدراسة:

1) اختبار الفرضية الرئيسة الأولى (H01):

نص الفرضية الرئيسة الأولى: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت".

قام الباحثون باختبار الفرضية الرئيسة الأولى من خلال استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط؛ إذ يتم رفض الفرضية الصفرية (H_0) إذا كان مستوى الدلالة (Sig. F) أقل من مستوى الدلالة المعتمدة في هذه الدراسة (0.05)، ويتم قبول فرضية الإثبات (H_1) إذا كان مستوى الدلالة (Sig. F) أكبر من (0.05)، ويمكن اختبار فرضية الدراسة الرئيسة وفق نموذج الانحدار الخطي البسيط ($Y = A + BX$) حيث إن:

Y = يمثل المتغير التابع وهو (إدارة الوقت).

X = يمثل المتغير المستقل وهو (وسائل التواصل الاجتماعي).

A = وهو ثابت الانحدار.

B = وهو يمثل مقدار التأثير في المتغير التابع نتيجة التغير الذي يحدث في المتغير المستقل.

ولاختبار الفرضية الرئيسة الأولى؛ يجب أولاً اختبار الفرضيات الفرعية المنبثقة منها كلاً على حدة على النحو الآتي:

أ) الفرضية الفرعية الأولى (H_{01-1}):

نص الفرضية الفرعية الأولى: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإدارة الذاتية لطالبات جامعة حضرموت". وقد كانت النتائج كما هي موضحة في الجدول الآتي:

جدول (20): نتائج الانحدار الخطي البسيط لاختبار أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإدارة الذاتية

البعد التابع	معامل الانحدار B	معامل الارتباط R	معامل التحديد R^2	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة sig
الإدارة الذاتية	0.78	0.75	0.56	53.01	0.000
نتيجة الفرضية: رفض					

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS للدراسة الميدانية 2024م.

يتضح من النتائج المبينة في الجدول (20) وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإدارة الذاتية؛ إذ بلغت قيمة معامل الانحدار (0.78)، أي إنّه كلما زادت استخدام طالبات جامعة حضرموت لوسائل التواصل الاجتماعي بمقدار وحدة قياس واحدة أدى إلى زيادة كفاءتهنّ في تحقيق الإدارة الذاتية بمقدار (78%) من الوحدة، في حين بلغت قيمة معامل الارتباط (0.75) وهو معامل ارتباط طردي معنوي مرتفع، أي إنّه كلما زاد استخدام طالبات جامعة حضرموت لوسائل التواصل الاجتماعي أدى إلى زيادة مرتفعة في تحقيق الإدارة الذاتية للطالبات بنسبة (75%)، وهذان المعاملان - معامل الانحدار ومعامل الارتباط - ذوا دلالة معنوية بحسب ما أشار إليه اختبار t ، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار والمتمثلة في معامل التحديد فقد بلغت قيمته (0.56)، مما يشير إلى أن (56%) من التغيرات والتأثيرات التي

تعمل على زيادة كفاءة الطالبات في تحقيق الإدارة الذاتية تعود إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وحدها (مع ثبات بقية العوامل الأخرى)، في حين أنَّ (44%) من التغيرات والتأثيرات التي تطرأ على كفاءة الطالبات في الإدارة الذاتية تعود إلى عوامل أخرى، وقد أشار اختبار F إلى أن نموذج الانحدار أعلاه ذو دلالة معنوية؛ إذ بلغت قيمة مستوى دلالة F (0.000)، وهي أصغر من مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة (0.05)، وبهذه النتائج توصل الباحثون إلى رفض الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإدارة الذاتية لطالبات جامعة حضرموت"، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإدارة الذاتية لطالبات جامعة حضرموت".

ب) الفرضية الفرعية الثانية (H01-2):

نص الفرضية الفرعية الثانية: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تخطيط الوقت لطالبات جامعة حضرموت". وقد كانت النتائج كما هي موضحة في الجدول الآتي:

جدول (21): نتائج الانحدار الخطي البسيط لاختبار أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تخطيط الوقت

البُعد التابع	معامل الانحدار B	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	قيمة F	مستوى الدلالة sig
تخطيط الوقت	0.67	0.68	0.46	48.34	0.000
نتيجة الفرضية: رفض					

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS للدراسة الميدانية 2024م.

يتضح من النتائج المبينة في الجدول (21) وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تخطيط الوقت؛ إذ بلغت قيمة معامل الانحدار (0.67)، أي إنَّه كلما زاد استخدام طالبات جامعة حضرموت لوسائل التواصل الاجتماعي بمقدار وحدة قياس واحدة أدى إلى زيادة كفاءة الطالبات في تخطيط الوقت بمقدار (67%) من الوحدة، في حين بلغت قيمة معامل الارتباط (0.68) وهو معامل ارتباط طردي معنوي متوسط، أي إنَّه كلما زاد استخدام طالبات جامعة حضرموت لوسائل التواصل الاجتماعي أدى إلى زيادة متوسطة في تخطيط وقت الطالبات بنسبة (68%)، وهذان المعاملان -معامل الانحدار ومعامل الارتباط- ذو دلالة معنوية بحسب ما أشار إليه اختبار t ، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار والمتمثلة في معامل التحديد فقد بلغت قيمته (0.46)، مما يشير إلى أن (46%) من التغيرات والتأثيرات التي تعمل على زيادة كفاءة الطالبات في تخطيط الوقت تعود إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وحدها (مع ثبات بقية العوامل الأخرى)، في حين أنَّ (54%) من التغيرات والتأثيرات التي تطرأ على تخطيط وقت الطالبات تعود إلى عوامل أخرى، وقد أشار اختبار F إلى أن نموذج الانحدار أعلاه ذو

دلالة معنوية؛ إذ بلغت قيمة مستوى دلالة $F(0.000)$ ، وهي أصغر من مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة (0.05)، وبهذه النتائج توصل الباحثون إلى رفض الفرضية الفرعية الثانية التي تنص على أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تخطيط الوقت لطالبات جامعة حضرموت"، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تخطيط الوقت لطالبات جامعة حضرموت".

ج) الفرضية الفرعية الثالثة (H01-3):

نص الفرضية الفرعية الثالثة: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التحصيل العلمي لطالبات جامعة حضرموت". وقد كانت النتائج كما هي موضحة في الجدول الآتي:

جدول (22): نتائج الانحدار الخطي البسيط لاختبار أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التحصيل العلمي

البعد التابع	معامل الانحدار B	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2	قيمة F	مستوى الدلالة sig
التحصيل العلمي	0.74	0.78	0.61	36.28	0.000
نتيجة الفرضية: رفض					

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS للدراسة الميدانية 2024م.

يتضح من الجدول (22) وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التحصيل العلمي؛ إذ بلغ معامل الانحدار (0.74)، أي كلما زاد استخدام طالبات جامعة حضرموت لوسائل التواصل الاجتماعي بمقدار وحدة قياس واحدة أدى إلى زيادة كفاءتهن في التحصيل العلمي بمقدار (74%)، في حين بلغت قيمة معامل الارتباط (0.78) وهو ارتباط طردي معنوي مرتفع، أي كلما زاد استخدام الطالبات لوسائل التواصل الاجتماعي أدى إلى زيادة مرتفعة في التحصيل العلمي للطالبات بنسبة (78%)، وهذان المعاملان -معامل الانحدار ومعامل الارتباط- ذوا دلالة معنوية بحسب ما أشار إليه اختبار t ، أما القابلية التفسيرية لمعامل التحديد فقد بلغت قيمته (0.61)، مما يشير إلى أن (61%) من التغيرات والتأثيرات التي تعمل على زيادة كفاءة الطالبات في التحصيل العلمي تعود إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وحدها (مع ثبات بقية العوامل الأخرى)، في حين أن (39%) من التغيرات والتأثيرات التي تطرأ على التحصيل العلمي للطالبات تعود إلى عوامل أخرى، وقد أشار اختبار F إلى أن نموذج الانحدار أعلاه ذو دلالة معنوية؛ إذ بلغت قيمة مستوى دلالة $F(0.000)$ ، وهي أصغر من مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة (0.05)، وبهذه النتائج توصل الباحثون إلى رفض الفرضية الفرعية الثالثة التي تنص على أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التحصيل العلمي لطالبات

جامعة حضرموت"، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التحصيل العلمي لطالبات جامعة حضرموت".

(د) الفرضية الفرعية الرابعة (H01-4):

نص الفرضية الفرعية الرابعة: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تبادل المعلومات العلمية لطالبات جامعة حضرموت". وقد كانت النتائج كما هي موضحة في الجدول الآتي:

جدول (23): نتائج الانحدار الخطي البسيط لاختبار أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تبادل المعلومات العلمية

مستوى الدلالة sig	قيمة F	معامل التحديد R2	معامل الارتباط R	معامل الانحدار B	البُعد التابع
0.000	59.87	0.67	0.82	0.76	تبادل المعلومات العلمية
نتيجة الفرضية: رفض					

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS للدراسة الميدانية 2024م.

يتضح من النتائج المبينة في الجدول (23) وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تبادل المعلومات العلمية؛ إذ بلغت قيمة معامل الانحدار (0.76)، أي إنّه كلما زاد استخدام طالبات جامعة حضرموت لوسائل التواصل الاجتماعي بمقدار وحدة قياس واحدة أدى إلى زيادة كفاءتهنّ في تبادل المعلومات العلمية بمقدار (76%) من الوحدة، في حين بلغت قيمة معامل الارتباط (0.82) وهو معامل ارتباط طردي معنوي مرتفع، أي إنّه كلما زاد استخدام طالبات جامعة حضرموت لوسائل التواصل الاجتماعي أدى إلى زيادة مرتفعة في تبادل المعلومات العلمية بين الطالبات بنسبة (82%)، وهذان المعاملان -معامل الانحدار ومعامل الارتباط- ذوا دلالة معنوية بحسب ما أشار إليه اختبار t، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار والمتمثلة في معامل التحديد فقد بلغت قيمته (0.67)، مما يشير إلى أن (67%) من التغيرات والتأثيرات التي تعمل على زيادة كفاءة الطالبات في تبادل المعلومات العلمية تعود إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وحدها (مع ثبات بقية العوامل الأخرى)، في حين أنّ (33%) من التغيرات والتأثيرات التي تطرأ على تبادل المعلومات العلمية تعود إلى عوامل أخرى، وقد أشار اختبار F إلى أن نموذج الانحدار أعلاه ذو دلالة معنوية؛ إذ بلغت قيمة مستوى دلالة F (0.000)، وهي أصغر من مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة (0.05)، وبهذه النتائج توصل الباحثون إلى أن استخدام طالبات جامعة حضرموت لوسائل التواصل الاجتماعي له تأثير إيجابي في تبادل المعلومات العلمية بين الطالبات كأحد أبعاد إدارة الوقت، وبهذه النتائج توصل الباحثون إلى رفض الفرضية الفرعية الرابعة التي تنص على أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تبادل المعلومات العلمية لطالبات جامعة

حضر موت"، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تبادل المعلومات العلمية لطالبات جامعة حضرموت".

من خلال اختبار الفرضيات الفرعية الأربع السابقة توصل الباحثون إلى وجود أثر إيجابي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت، وهذا ما تؤكدته نتائج الجدول الآتي:

جدول (24): نتائج الانحدار الخطي البسيط لاختبار أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت

المتغير التابع	معامل الانحدار B	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2	قيمة F	مستوى الدلالة sig
إدارة الوقت	0.74	0.76	0.58	49.38	0.000
نتيجة الفرضية: رفض					

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS للدراسة الميدانية 2024م.

يتضح من النتائج المبينة في الجدول (24) وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت؛ إذ بلغت قيمة معامل الانحدار (0.74)، أي إنّه كلما زاد استخدام طالبات جامعة حضرموت لوسائل التواصل الاجتماعي بمقدار وحدة قياس واحدة أدى إلى زيادة كفاءة الطالبات في إدارة الوقت بمقدار (74%) من الوحدة، في حين بلغت قيمة معامل الارتباط (0.76) وهو معامل ارتباط طردي معنوي مرتفع، أي إنّه كلما زاد استخدام طالبات جامعة حضرموت لوسائل التواصل الاجتماعي أدى إلى زيادة مرتفعة في كفاءة الطالبات لإدارة الوقت بنسبة (76%)، وهذان المعاملان -معامل الانحدار ومعامل الارتباط- ذوا دلالة معنوية بحسب ما أشار إليه اختبار t ، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار والمتمثلة في معامل التحديد فقد بلغت قيمته (0.58)، مما يشير إلى أن (58%) من التغيرات والتأثيرات التي تعمل على زيادة كفاءة الطالبات في إدارة الوقت تعود إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وحدها (مع ثبات بقية العوامل الأخرى)، في حين أنّ (42%) من التغيرات والتأثيرات التي تطرأ على إدارة وقت الطالبات تعود إلى عوامل أخرى، وقد أشار اختبار F إلى أن نموذج الانحدار أعلاه ذو دلالة معنوية؛ إذ بلغت قيمة مستوى دلالة F (0.000)، وهي أصغر من مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة (0.05)، وبهذه النتائج توصل الباحثون إلى رفض الفرضية الرئيسة الأولى التي تنص على أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت"، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت".

يلاحظ الباحثون من خلال اختبار الفرضية الرئيسة، الآتي:

- الإجابة عن سؤال الدراسة الرئيس الثالث الذي ينص على: ما أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت؟

● اختبار الفرضية الرئيسة الأولى التي تنص على أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت"، التي تم رفضها وقبول فرضية الإثبات البديلة.

● تتفق نتيجة الدراسة الحالية مع نتيجة دراسة (Chukwu, at. al, 2022)، ودراسة (Ezeonwumelu, 2021).

(2) اختبار الفرضية الرئيسة الثانية (HO2):

نص الفرضية الرئيسة الثانية: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية معنوية بين متوسطات آراء عينة الدراسة حول أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الكلية، التخصص)".

جدول (25): اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) للفروق بين فئتين

ت	المتغير	اسم الاختبار الإحصائي	نوع الاختبار الإحصائي	قيمة الاختبار	مستوى الدلالة
1	الكلية	One Way ANOVA	اختبار F	1.440	0.233
2	التخصص			1.555	0.090

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS للدراسة الميدانية 2023م.

يتضح من النتائج المبينة في الجدول (25) أن اختبار الفروق تبعاً لمتغيري الكلية، والتخصص كان معنوياً؛ إذ بلغت قيمة مستوى دلالة F لمتغير الكلية (0.233)، والتخصص (0.090)، وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة (0.05)، وتُدل هذه النتائج على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية معنوية بين متوسطات إجابة أفراد عينة الدراسة حول أثر وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت تعزى للخصائص الديموغرافية (الكلية، التخصص)، وبهذه النتائج توصل الباحثون إلى قبول الفرضية الرئيسة الثانية التي تنص على أنه: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية معنوية بين متوسطات آراء عينة الدراسة حول أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الكلية، التخصص)".

يلاحظ الباحثون من خلال اختبار الفرضية الرئيسة الثانية الآتي:

أ) الإجابة عن السؤال الرئيس الرابع الذي ينص على: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية معنوية بين متوسطات آراء عينة الدراسة حول أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الكلية، التخصص)؟

(ب) اختبار الفرضية الرئيسية الثانية التي تنص على أنه: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية معنوية بين متوسطات آراء عينة الدراسة حول أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الكلية، التخصص)، التي تم قبولها.

(ج) تتفق نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة دراسة (Chukwu, et. al., 2022) فيما يتعلق بمتغير التخصص.

نتائج الدراسة وتوصياتها:

أولاً: النتائج:

بناءً على تحليل ومناقشة نتائج الدراسة، والإجابة عن أسئلتها واختبار فرضياتها، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها:

- 1) أنَّ مستوى استخدام طالبات جامعة حضرموت لوسائل التواصل الاجتماعي كان مرتفعاً؛ إذ بلغ وسطه الحسابي (3.63).
- 2) أنَّ مستويات استخدام طالبات جامعة حضرموت للواتساب، الفيسبوك، والإنستغرام كان مرتفعاً لكل بُعد من الأبعاد الثلاثة، وأنَّ ترتيب بُعد الواتساب جاء وفقاً لمتوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة في المرتبة الأولى بوسط حسابي مرتفع (3.81)، يليه جاء بُعد الفيسبوك في المرتبة الثانية بوسط حسابي مرتفع (3.57)، ثمَّ جاء في المرتبة الثالثة الأخيرة بُعد الإنستغرام بوسط حسابي مرتفع أيضاً (3.50).
- 3) أنَّ مستوى كفاءة طالبات جامعة حضرموت وفاعليتهن في إدارة الوقت كان مرتفعاً؛ إذ بلغ وسطه الحسابي (3.58).
- 4) وجود مستويات متفاوتة وفقاً لمتوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة لكفاءة طالبات جامعة حضرموت وفاعليتهن في الإدارة الذاتية، تخطيط الوقت، التحصيل العلمي، وتبادل المعلومات العلمية؛ وأنَّ ترتيب بُعد تخطيط الوقت جاء بمستوى مرتفع في المرتبة الأولى بوسط حسابي (3.87)، يليه جاء بُعد التحصيل العلمي بمستوى مرتفع محتلاً المرتبة الثانية بوسط حسابي (3.58)، ثمَّ في المرتبة الثالثة جاء بُعد الإدارة الذاتية بمستوى حسابي مرتفع أيضاً (3.51)، في حين جاء في المرتبة الرابعة الأخيرة بُعد تبادل المعلومات العلمية الذي كان مستوى توافره متوسطاً؛ إذ بلغ وسطه الحسابي (3.37).
- 5) وجود أثر ذي دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت؛ إذ بلغ معامل التحديد (0.58).
- 6) وجود أثر ذي دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإدارة الذاتية لطالبات جامعة حضرموت؛ إذ بلغ معامل التحديد (0.56) ..

- 7) وجود أثر ذي دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تخطيط الوقت لطالبات جامعة حضرموت؛ إذ بلغ معامل التحديد (0.46).
- 8) وجود أثر ذي دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التحصيل العلمي لطالبات جامعة حضرموت؛ إذ بلغ معامل التحديد (0.61).
- 9) وجود أثر ذي دلالة إحصائية معنوية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تبادل المعلومات العلمية لطالبات جامعة حضرموت؛ إذ بلغ معامل التحديد (0.67).
- 10) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية معنوية بين متوسطات آراء عينة الدراسة عن أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة وقت طالبات جامعة حضرموت تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الكلية، التخصص).

ثانيًا: التوصيات:

استنادًا إلى نتائج الدراسة؛ قدم الباحثون عددًا من التوصيات إلى قيادة جامعة حضرموت والطالبات، أهمها:

- 1) أن تحافظ جامعة حضرموت على تعزيز دور فاعلية الاستخدام الإيجابي لوسائل التواصل الاجتماعي لرفع كفاءة الطالبات ومهارتهن في إدارة أوقاتهن بما يخدم العملية التعليمية من خلال إقامة الدورات التدريبية، وورش العمل، والندوات العلمية.
- 2) إرشاد طلاب جامعة حضرموت والطالبات وتوعيتهم بالمخاطر الصحية والنفسية والاجتماعية لزيادة عدد ساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها، وذلك من خلال تفعيل دور المساجد، والمؤسسات التعليمية، والأسرية، والإعلامية، وحثهم على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق المنافع الإيجابية الأكاديمية والاجتماعية.
- 3) التوعية بأهمية اللقاءات الاجتماعية المباشرة بين الأهل والأسرة والأصدقاء على الواقع بدلاً من استخدام منصات التواصل الاجتماعي المختلفة للجلوس معهم بطريقة غير مباشرة.
- 4) أن تعمل الجامعة على تحسين مهارات إدارة الوقت لدى الطلاب والطالبات من خلال إعداد برامج ودورات تدريبية أكاديمية تُصمم خصيصًا لتعزيز كفاءتهن وتطويرها في كيفية تخطيط الوقت وتنظيمه في التحصيل العلمي، وإعداد البحوث العلمية، وتبادل المعلومات العلمية التخصصية.
- 5) أن تحافظ طالبات جامعة حضرموت على الاستخدام الأمثل لوسائل التواصل الاجتماعي، ومهارة استثمار الوقت وإدارته من خلال تنزيل مقالات ودراسات وكتب علمية تخصصية وتحميلها من المواقع الإلكترونية؛ لأجل رفع قدرتهن ومهارتهن المعرفية، وزيادة معدلات تحصيلهن العلمي.

- 6)حث طلاب الجامعة والطالبات على استثمار أوقاتهم من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتصفح والمراسلات ونقل المعلومات العلمية التي تخدم تحصيلهم العلمي.
- 7)توصي الدراسة جامعة حضرموت بتعيين مُرشِد أكاديمي واجتماعي في كلياتها كافة؛ لتوجيه الطلاب والطالبات وإرشادهم، وحل مشكلاتهم الأكاديمية والاجتماعية.
- 8)استمرارية تحديث المكتبات الجامعية وتطويرها، فضلاً عن توفير قاعدة بيانات إلكترونية؛ لتسهم في رفد الباحثين، والطلاب والطالبات، وأعضاء هيئة التدريس بالمعارف، وتبني الإدارة الإلكترونية في كل الأنشطة المكتبية كالاستعارة، وإعادة الكتب وغيرها.
- 9)يجب على أولياء أمور الطلاب والطالبات أن يحثوا أبناءهم على التحلي بالقيم الأخلاقية التي يجب الالتزام بها في التواصل مع الآخرين؛ لمواكبة هذا التطور الإلكتروني الهائل لمَنَصَّات التواصل الاجتماعي، ومواجهته والاستفادة منه بشكل إيجابي، ومحاولة التقليل من أضراره، ومن إدمان سهر الأبناء على استخدامه.

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية:

- 1) أبو النصر، مدحت محمد، (2015)، إدارة الوقت: المفهوم والقواعد والمهارات، ط3، القاهرة (مصر): المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- 2) أحمد، عبير محمد عبد الصمد، (2020)، العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمشكلات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، جامعة حلوان، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، مصر، 3 (52)، أكتوبر.
- 3) أحمد، محمد سمير، (2009)، الإدارة الإستراتيجية وتنمية الموارد البشرية، ط1، عمان (الأردن): دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- 4) الأمير، إيمان بنت حسين، (2022)، إدارة الوقت وعلاقتها بالمسؤولية المجتمعية لدى عينة من طالبات كلية القانون والدراسات القضائية بجامعة جدة، مجلة التربية، كلية التربية، جامعة الأزهر، مصر، 2 (194).
- 5) باشا، حسان شمسي، وباشا، ماجد حسان، (2020)، كتاب وسائل التواصل الاجتماعي.. رحلة في الأعماق، ط1، دمشق (سوريا): دار القلم.
- 6) بروكس، هيو، وغوبتا، جاني، (2017)، ترجمة عاصم سيد عبد الفتاح، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، ط1، القاهرة (مصر): المجموعة العربية للنشر والتدريب.
- 7) البسيوني، محمد علي، (2009)، دولة الفيس، ط1، القاهرة (مصر): دار الشروق.
- 8) بن كليب، محسن محمد، وبلحاج، فوزي علي، (2018)، أثر استخدام الواتس آب في إدارة وقت طلاب الجامعات اليمنية، مجلة الريان للعلوم الإنسانية والتطبيقية، حضرموت (اليمن)، 1(1).
- 9) جاد الرب، سيد محمد، (2009)، إستراتيجيات تطوير وتحسين الأداء، الإسماعيلية (مصر): مطبعة العشري.
- 10) جرار، ليلي أحمد، (2012)، الفيسبوك والشباب العربي، ط1، حولي (الكويت): مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- 11) حمدان، محمد، (2007)، معجم مصطلحات التربية والتعليم، ط1، عمان (الأردن): دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع.
- 12) دباب، زهية، (2019)، اكتظاظ الصفوف الدراسية وتأثيره على التحصيل العلمي للطلبة الجامعيين دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، الجزائر، 1(9).
- 13) رايح، برباخ، (2018)، أساليب إدارة الوقت وأثرها على مهارات الإبداع الإداري لدى مدراء ورؤساء أقسام معاهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بالجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر.
- 14) الرشيد، نواف خلف ناجي، (2022)، دور التعليم عن بعد باستخدام التقنيات الحديثة في زيادة التحصيل العلمي من وجهة نظر معلمي التربية الإسلامية بمنطقة الفروانية التعليمية في دولة الكويت، مجلة الفا للدراسات الإنسانية والعلمية، 2(5).
- 15) زهية، السايح، وسعاد، معيفي، (2023)، كثافة البرامج التعليمية وعلاقتها بتدني مستوى التحصيل لدى الطلاب الجامعي: دراسة ميدانية بجامعة محمد خيضر كلية العلوم والتكنولوجيا، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر-بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية، الجزائر.
- 16) الشاعر، عبد الرحمن بن إبراهيم، (2015)، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، عمان (الأردن): دار الصفاء للنشر والتوزيع.
- 17) صلاح، مروى عصام، (2015)، الإعلام الالكتروني الأسس وآفاق المستقبل، ط1، عمان (الأردن): دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.

- 18) الصواني، عبد الحكيم عبد الله راشد، (2015)، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم التربية والدراسات الإنسانية، كلية العلوم والآداب، جامعة نزوى، عمان.
- 19) عائشة، بن علي، والزهرة، فلاح، (2013)، أثر غياب الطلبة على التحصيل العلمي في الجامعة: دراسة قياسية بقسم العلوم التجارية، جامعة عبد الحميد ابن باديس بمستغانم، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، الجزائر، العدد 10.
- 20) عبدالله، شوقي، (2006)، إدارة الوقت ومدارس القيادة الإدارية، ط1، عمان (الأردن): دار المشرق الثقافي.
- 21) عدوان، حامد شكيب، (2023)، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الطلابي، المجلة العربية للنشر العلمي، رام الله، فلسطين، 6(62)، ديسمبر.
- 22) العلاق، بشير، (2009)، أساسيات إدارة الوقت، د. ط، عمان (الأردن): دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- 23) علي، أحمد، (2012)، مفهوم المعلومات وإدارة المعرفة، مجلة جامعة دمشق، قسم المكتبات والمعلومات، كلية الآداب، جامعة دمشق، سوريا، 28 (1).
- 24) علي، سحر نجيب عبده علي، (2023)، وسائل التواصل الاجتماعي وأبعادها التفاعلية على الشباب: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في محافظة عدن، مجلة جامعة عدن للعلوم الإنسانية والاجتماعية، اليمن، 4(3).
- 25) عوض، رشا أديب محمد، (2014)، آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للبناء في محافظة طولكرم من وجهة نظر رئات البيوت، رسالة بكالوريوس غير منشورة، كلية التنمية الاجتماعية والأسرية، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين.
- 26) الغامدي، محمد بن فوزي، (2018)، إدارة الوقت، ط 1، الدمام (السعودية): مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر.
- 27) الغراي، سلاهب، (2016)، إدارة الذات وبناء الشخصية، ط1، بغداد (العراق): دار المتن للطباعة والتصميم.
- 28) فارس، كاتب، ودنيا، عقون، (2016)، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري: دراسة وصفية مسحية على عينة من شباب أم البواقي، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر.
- 29) فخرى، عاصم محمد، وعبد الفتاح، ناصر محمود، وعلي، زينهم حسن، (2023)، استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحو الشائعات، جامعة المنيا، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، مصر، 9 (45) مارس.
- 30) فريال، موهون، ونورة، وقاف، وحتحات، زهرة، وخولة، مقران، (2019)، دور الإنستغرام في تحفيز الشاب الجامعي على العمل التطوعي، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر.
- 31) فضل الله، مصطفى عطية، (2020)، اتجاهات الطالب الجامعي نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة الوقت: دراسة ميدانية على طلاب كلية التربية بجامعة الإمام المهدي في السودان أنموذجاً، المجلة العربية للتربية النوعية، جامعة الإمام المهدي، السودان، 4(12).
- 32) قميحة، حسان أحمد، (2017)، الفيسبوك تحت المجهر، ط1، الجيزة (مصر): دار النخبة.
- 33) المحرزي، صالح، (2017)، إدارة الذات وفن قيادة الآخرين، ط1، القاهرة (مصر): دار عالم الثقافة للطباعة والنشر والتوزيع.
- 34) محمود، عبد الشاعر عز الدين، (2016)، دور إدارة الوقت في تحقيق الإبداع في جامعة الأقصى في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأقصى، غزة، فلسطين.

- 35) نصر الله، حنا (2005) مبادئ إدارة الوقت، عمان (الأردن): دار التقدم العلمي للنشر والتوزيع.
- 36) نور الدين، عزوز، (2023)، إستراتيجية إدارة الوقت لدى موظفي الإدارة الجامعية الجزائرية وأثرها في أدائهم الوظيفي: دراسة ميدانية في جامعة أم البواقي، مجلة دراسات اقتصادية، الجزائر، 23(1).

ثانيًا: المراجع باللغة الإنجليزية:

- 37) Abu Mostafa, Y., & Salama, & A. , Abu Amuna, Y. & Aqel, A. (2021). The Role of Strategic Leadership in Activating Time Management Strategies to Enhance Administrative Creativity Skills, Dinasti International Journal of Management Science, 5(3).
- 38) Ator, R. M., & Ortizo, G. C., (2024). Time Management Practices: Its Impact on Student Athletes' Performance, International Journal for Multidisciplinary Research, (IJFMR), 6(3), May-June.
- 39) Chukwu, C., & Aroh, P. , & Ozor, T., & Ugwoezuonu, A. & Ezema, L. (2022) Influence Of Social Media Usage On Time Management Of Social Science Education Students In Nigerian Tertiary Institutions, Webology, 19 (3).
- 40) Ezeonwumelu, V. U. (2021). Social media addiction and time management skills of university students in Akwa Ibom state. Global Journal of Social Science Studies, 7(1).
- 41) Khan, Muhammad Jehang & Nadeem, Aamir & Ashraf, Aqsa (2020, September): The effect of time management on the academic performance of students in the higher educational institutions of Islamabad, International Review of Management and Business Research, 9(3).
- 42) Lasharim, A. A., & Rizvi, Y., & Abbasi, F. N., & Kurd, S. A., & Solangi, M. A., & Golo, M. A., (2023). Analyzing the Impacts of Social Media Use on Learning English Language, Al-Qantera Research Article, 9(4).
- 43) Manaf, H.A, & Marzuki, N.A. (2009). The Success of Malaysian Local Authorities: The Role of Personality and Sharing Tacit Knowledge. International Conference on Administrative in Public Sector Performance. Riyadh, November, 2(1-4).
- 44) Necati, C. & Filiz, S., (2010), The Relation between Time Management Skills and Academic Achievement of Potential Teachers, Educational research Quarterly, 33(4).
- 45) Philips, David & Young, Philip, (2009), Online Public Relations: A Practical Guide to Develop an Online Strategy in the World of Social Media.
- 46) Plana, M. G. C., & Escofet, M. I. G., & Figueras, I. T., & Gimeno, A., & Appel, C., & Hopkins, J., (2013), improving learners' reading skills through instant short messages: A sample study using WhatsApp, 4th World-CALL Conference, Glasgow.

ثالثًا: المواقع الإلكترونية:

- 47) أنستغرام ما مميزاته في 2020، عبر الرابط: <https://www.Maglobalgroup.com> تاريخ زيارة الموقع 7/17/2024م.
- 48) حواس، مؤنس (2020)، سر التسمية.. كيف اختار مؤسس إنستغرام اسم أشهر مِنَصَّة صور في العالم، عبر الرابط: <https://www.m.youm7.com> تاريخ زيارة الموقع 7/10/2024م.
- 49) علي، عبدالمقصود، (2024)، وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر شعبية في 2024م، عبر الرابط: (www.roayahnews.com) تاريخ زيارة الموقع 7/29/2024م.
- 50) صلاح، آية (2014)، مراجعة الواتساب: مميزات وسلبيات تطبيق الواتساب، عبر الرابط: <https://www.ts3a.com> تاريخ زيارة الموقع 7/4/2024م.