Dirasat: Human and Social Sciences, Volume 50, No. 6, 2023

Deanship of Scientific Research

Reasons for Temporary or Permanent Suspension of Using Electronic Accounts on Social Media Platforms

Ahmed Mostafa Kamel*

College of Communication, University of Fujairah, United Arab Emirates.

Received: 3/10/2021
Revised: 2/3/2022
Accepted: 15/2/2023
Published: 30/11/2023

* *Corresponding author:*
Ahmed.mostafa@uof.ac.ae

Citation: Kamel, A. M. (2023). Reasons for Temporary or Permanent Suspension of Using Electronic Accounts on Social Media Platforms. *Dirasat: Human and Social Sciences*, *50*(6), 378–387. https://doi.org/10.35516/hum.v50i6.6588

© 2023 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

Abstract

Objectives :The study aims to achieve a better understanding of the reasons for the temporary or permanent suspension of using the electronic account on a platform or more of social media among Egyptian youth**.**

Methods: This research is a descriptive research ; the researcher depends on a questionnaire to collect data that was applied to a sample of Egyptian youth between the age of 18 to 35 years old (225 individuals). They represent 3 different regions which are (Cairo,Giza, and Assuit).

Results: The research has reached many results, including the decision to temporarily or permanently suspension using a social media platform was not a difficult decision it was previously taken by 86.7% of youth from the sample of the study. The study also found the most important reasons for the temporary or permanent suspension from using the electronic account, including social problems, privacy, disconnection from others, or the desire to escape from threats or prosecutions, etc.

Conclusions: The study concluded the importance of providing enough awareness and protection for young people that use social media platforms, and preparing future comparative studies between various societies that explain the different reasons for stopping the use of these platforms.

Keywords: Social media platforms, youth, suspension of using electronic accounts.

أسباب التوقف المؤقت، أو الدائم عن استخدام الحسابات الإلكترونية على منصات التواصل الاجتماعي

أحمد مصطفى كامل*

قسم العلاقات العامة، كلية الاتصال، جامعة الفجيرة، إمارة الفجيرة، الإمارات العربية المتحدة.

ملخّص

الأهداف: يستهدف هذا البحث الى تحقيق فهم أفضل لأسباب التوقف المؤقت، أو الدائم عن استخدام الحساب الإلكتروني على منصة، أو أكثر من منصات التواصل الاجتماعي لدى الشباب المصري.

المنهجية: تنتمي الدراسة إلى المنهج الوصفي، وقد اعتمدت الدراسة لجمع المعلومات على استبانة جرى تطبيقها على عينة عمدية من الشباب المصري تتراوح أعمارهم ما بين 18 إلى 35 عام من 3 محافظات هي (القاهرة، الجيزة، أسيوط).

النتائج: توصل البحث إلى أن قرار التوقف المؤقت، أو الدائم عن استخدام منصة من منصات التواصل الاجتماعي قرار ليس بالصعب فقد سبق واتخذه 86.7% من الشباب عينة الدراسة. كما توصلت الدراسة إلى أهم أسباب التوقف المؤقت، أو الدائم عن استخدام الحساب الإلكتروني، ومنها المشكلات الاجتماعية، الخصوصية، أو الرغبة في الهروب من تهديدات أو ملاحقات إلى آخره.

الخلاصة: خلصت الدراسة إلى أهمية توفير قدر من التوعية والحماية للشباب مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي، وإعداد دراسات مستقبلية مقارنة بين مجتمعات متنوعة توضح الأسباب المختلفة للتوقف عن استخدام تلك المنصات..

الكلمات الدالة: منصات التواصل الاجتماعي، الشباب، توقف استخدام الحسابات الإلكترونية.

المقدمة:

شهدت السنوات الماضية تطور استخدام مختلف الفئات الاجتماعية، والعمرية لمنصات التواصل الاجتماعي، فقد أصبحت منصات وسائل التواصل الاجتماعي من القوة بحيث لا يصعب الاستغناء عنها للشباب في بلدان عديدة، حيث يعتبرها الشباب وسيلة هامة للتواصل والتعبير عن الذات، بجانب الإفادة من تلك المنصات القوية والسريعة للتعبير عن شخصيتهم والتواصل مع العالم وممارسة ديمقراطية التعبير. (Karthikeyan 2022)، وقد صاحب ذلك التطور ظهور منصات جديدة استطاعت أن تجد لها مكانا مميزًا لدى الجمهور، مما انعكس على ترتيب شعبية بعض المنصات من حيث عدد المستخدمين الناشطين، فالأرقام والأدلة العلمية تشير إلى حدوث ما يبدو كونه اهتمام لبعض الوقت بمنصة ما، وقد يستمر هذا النشاط، أو يتخذ المستخدم قرار بالتوقف المؤقت، أو الدائم لأسباب مختلفة.

فعلى سبيل المثال منصة LinkedIn التي تعدّ من أقدم المنصات على الشبكة الدولية للمعلومات حيث أطلقت عام 2003، وأصبح لديها ما يقرب من 546 مليون مستخدم، ينشط فيما بينهم شهريا حوالى 200 مليون مستخدم فقط، بالإضافة إلى منصة twitter التي أطلقت في الربع الأول من عام2006 لتسجل عدد مستخدمين يقدر بحوالي 1.3 مليار، بينما المستخدمين الناشطين شهريا حوالي 100 مليون فقط.

ومع انطلاق منصات اجتماعية جديدة ربما يتغير اتجاهات الجمهور نحو المنصات الأقدم، فمنصة Instagram التي أطلقت عام 2010، وهى الأحدث من twitter أصبح لديها تقريبا ضعف عدد مستخدمي twitter الناشطين، اذ يقدر عدد مستخدمي Instagram شهريا حوالى بـ800مليون في عام 2018، بينما twitter330 مليون مستخدم ناشط شهريا خلال عام 2020، لكن لغة الأرقام لا توضح الحقائق كاملة، فالمنصات الأحدث ليست سبب وحيد مؤثر على استخدام الجمهور، وتوقفه عن استخدام المنصات الأقدم نسبيًا، فمنصةFacebook التي أطلقت عام 2004 مازالت تحافظ على أعداد كبيرة للمستخدمين الناشطين يقدر بحوالي 2.2 مليار مستخدم نشط شهريا.(cart 2018)

ومع استمرار إطلاق منصات اجتماعية، تثبت بعضها بإحصاءاتها تفوقاً نسبياً لم تحققه المنصات الأقدم والأشهر في بداياتها، وخير مثال على ذلك منصة TikTok التي انطلقت من الصين عام 2016 كمنصة قصيرة لمشاركة مقاطع الفيديو، لتنمو المنصة لتحقق 1.2 مليار مستخدم نشط شهرياً في نهاية عام 2021، ومن المتوقع أن يصل الرقم الى 1.5 مليار بنهاية عام 2022، مع تحقيق عائدات تقدر بنحو 4.6 مليار دولار عام 2021. iqbal) (2022وعلى الرغم من الشائعات التي ارتبطت بتلك المنصة الصينية الأصل وغيرها من المنصات الصينية مثل wechat,weibo إلا أنها منصات قد جذبت اعدادًا كبيرة من المستخدمين داخل وخارج الصين حيث اعتمادها كما تدعي تلك المنصات على قيمة المعلومات، وقيمة الترفيه، وقيمة الشبكات والحالة الاجتماعية، والاتصال التنظيمي، وقد تؤثر تلك القيم على نحو مباشر في ثقة العلامة التجارية لمنصات ووسائل التواصل الاجتماعي (Zhang 2022)

وقد تبلور فيما سبق موضوع البحث في استكشاف، ووصف الأسباب المؤثرة التي ربما تؤدى إلى توقف الجمهور مؤقتا، أو دائما عن استخدام منصات التواصل الاجتماعي، وتتركز أهمية هذا البحث كونه يتناول زاوية مختلفة في دراسة علاقة الجمهور مع تلك المنصات، وخاصة في المنطقة العربية، حيث أهمية البحث عن المؤثرات المختلفة التي قد تتسبب في انصراف، أو توقف الجمهور عن استخدام تلك المنصات سواء كان التوقف عن طريق تجميد الحسابات، أو الانقطاع التام عن الدخول فترة معينة، في حين أصبحت منصات التواصل الاجتماعي جزء مهم من الطقوس اليومية لحوالي 2.9 مليار شخص يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بانتظام، ولفترات طويلة.(Merchant 2020) .

ويمثل هذا البحث بنتائجه فرصة مستقبلية لاستكشاف المتغيرات المؤثرة على الجمهور نحو منصات التواصل الاجتماعي في ظل تزايد عدد المستخدمين على تلك المنصات، وظهور منصات جديدة تحقق انتشارا سريعا بين الجمهور، والذى أصبح قطاع منه يمتلك أكثر من حساب ويتعامل باستمرار مع أكثر من منصة في نفس الوقت.

ومع تعدد الدراسات التي أجريت على منصات التواصل الاجتماعي وجمهورها من زوايا مختلفة مثل التأثيرات الاجتماعية، والصحية، والبدنية، والعقلية لاستخدام تلك المنصات، والمخاطر الصحية التي قد تسببها الشاشات الالكترونية بعدّها وسيط هام لمتابعة تلك المنصات، وغيرها من الموضوعات المرتبطة بتأثيرات منصات التواصل الاجتماعي على الفرد والمجتمع، بما أشارت إليه عدد من الدراسات بما يسمي بتهديدات واضرار مختلفة قد يمثلها الاستخدام المكثف لوسائل التواصل الاجتماعي علاوة على ذلك انتشار المعلومات الكاذبة وخطاب الكراهية وزيادة معدلات العنف والاستقطاب داخل المجتمعات. (Buty 2022)

ومما سبق يشير الى أهمية اجراء دراسات تعزز من فهم مستقبل منصات التواصل الاجتماعي، والمتغيرات التي قد تؤثر في ارتباط الجمهور بها خاصة في المنطقة العربية، والدولة المصرية التي فيها قطاع من الشباب يستخدم الشبكة الدولية للمعلومات لبناء خرائط للعمليات وهوية خاصة بهم كما أشارت بعض الدراسات إلى استخدامهم لتلك المنصات كمحفزات للتغيير استناداً على دور الشباب السابق فيما يسمي بالربيع العربي (Ezzat 2022)، ومن جانب آخر تمثل هذه الدراسة أهمية لمؤسسات، وجهات قد تستفيد من النتائج في مجالات مختلفة مثل التسويق، التعليم، التوعية إلى آخره.

الدراسات السابقة.

قدمت عديد من الدراسات منصات التواصل الاجتماعي والتطبيقات العملية لها في إطار يسمح بتحليل ودراسة تأثير تلك المنصات، ومن هذه الدراسات

دراسة (Subodha kumar 2022) التي تساعد على فهم الممارسات الناشئة لوسائل التواصل الاجتماعي ونماذج من التكنولوجيا الأخرى وهو ما يساعد الشركات المختلفة على بناء استراتيجيات طويلة المدي بجانب التعامل مع تحديات تكنولوجيا وسائل التواصل الاجتماعي، وقد قدمت دراسات عديدة تنتمي لمجالات العلم المختلفة محاولة لفهم منصات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستخدمين تلك المنصات منها دراسة.... التي قدمت مقارنة بين المملكة المتحدة والصين فيما يتعلق حماية أصحاب البيانات والحسابات على منصات التواصل الاجتماعي من خلال توضيح الشروط التي بموجبها يمكن للمستخدمين ممارسة حقوقهم، وهو ما يساعد على فهم التأثيرات الاجتماعية والاقتصادية التي من الممكن حدوثها في تلك البلدان. (Xue 2022)

وعلى جانب آخر قد أشارت دراسة (Wang 2016) إلى أثار الثقة والمخاطر على السلوك الفردي تجاه منصات وسائل التواصل الاجتماعي بعدّهما أكثر العوامل المؤثرة على سلوك الافراد تجاه تلك المنصات، وقد جرى إجراء تحليل كمي لـ 43 دراسة في أبحاث نظم المعلومات بين عامي 2006 و2014 وأشارت النتائج إلى أن الثقة والمخاطر لهما آثار كبيرة على السلوك الفردي تجاه ما يعرف بالسلوك تجاه منصات وسائل التواصل الاجتماعي (SMPs)، وأن الثقة كانت لها تأثير قوى على سلوك الافراد، ذلك في إطار نظرية الثقة المخاطر.

كما تناولت دراسة (Baccarella 2018) الجانب الآخر (المظلم) لمنصات التواصل الاجتماعي، والمخاطر التي يمكن أن تسببها للأفراد، والمنظمات، والمجتمعات ككل، وقد ركزت الدراسة على بعض المظاهر السلبية مثل التنمر، والأخبار المزيفة، والتعدي على الخصوصية بهدف توضيح الأبعاد المتعددة لوسائل التواصل الاجتماعي، ووصف النتائج غير المرغوب بها، والأثار الجانبية، التي تحدث جراء استخدام تلك المنصات، وذلك بهدف تسهيل فهم، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على نحو أفضل.

دراسة (Primack 2017) اجريت هذه الدراسة على 1787 شابا امريكيا تتراوح أعمارهم ما بين 19-32 عام ممن يستخدمون منصات اجتماعية عديدة، وقد أوضحت النتائج أن المشاركين الذين استخدموا منصات ووسائط اجتماعية عديدة تتراوح ما بين 7-11 منصة، تزيد لديهم احتمالات الاصابة بالاكتئاب، وأعراض القلق مقارنة بمن يستخدمون 0-2 منصة ووسائط اجتماعية، وقد أوصت الدراسة الأطباء النفسيين أن يهتموا باستخدامات مرضاهم المصابين بالقلق والتوتر لمنصات التواصل الاجتماعي، وتقديم المشورة بشان هذا العامل المساهم المحتمل.

كما أهتمت دراسة (Sanders 2020) بتحديد العوامل التي تشير إلى احتمالية تخلي المؤسسات التجارية عن حسابتها على وسائل التواصل الاجتماعي في وقت ما، وقد أشارت الدراسة الى أن التخلي عن الحساب ليس مرادفا لفشل الحساب، وبأن أصحاب العلامات التجارية لديهم أهدف يرغبون في تحقيقها عند المشاركة على منصات التواصل الاجتماعي، وأن الفشل في تحقيق تلك الأهداف من المحتمل أن يؤدى إلى التخلي عن الحساب أو غلقه، وقد أشارت النتائج إلى أن عدد متابعي الحساب لم يكن من ضمن تلك العوامل على عكس عوامل أخرى مثل النشر، وعوامل تتعلق بالمنصة والمؤسسة التجارية نفسها.

بينما أهتمت دراسة (Y. Guo 2014) باستكشاف أسباب التخلي عن المدونات وTwitterوFacebook ، وذلك بين عينة تبلغ 100 مفردة من المراهقين الاستراليين دون سن العشرين، وقد أشارت النتائج إلى أن أسباب التخلي عن كلا المنصتين متشابهة، وقد كانت المخاوف المرتبطة بالخصوصية والتعدي عليها هي أحد الأسباب الرئيسية كون الشباب لا يريدون كشف حياتهم الشخصية للأخرين، كما وجدت الدراسة أن المراهقين الاستراليين يفضلون Facebook عن Twitter، وقد أهتمت دراسة (Y. Guo 2012) بالبحث عن أسباب تخلى الجمهور عن المدونات الصغيرة التي جرى أنشاؤها، حيث جرى إجراء مقابلات مع الجمهور لاستبيان الأسباب، وأشارت النتائج إلى عدة أسباب منها تفضيل الجمهور للتقنيات والمنصات الحديثة، فضلا عن ضيق الوقت المتاح لمتابعة تلك المدونات، وقد اقترحت الدراسة تطوير المدونات الصغيرة لجذب المستخدمين إليها مرة أخرى.

وبجانب الأسباب السابقة للتخلي عن المدونات الصغيرة أشارت دراسة (Y. Zhang 2022) إلى عوامل إجهاد المستخدمين الصينيين عبر الانترنت لمنصة wechatحيث أظهرت النتائج أن التحميل الزائد للمعلومات والمخاوف المتعلقة بالخصوصية، وتكلفة الوقت تنتج تأثيراً ايجابياً قوياً على المستخدمين حيث يظهر ما يمسى بسلوك التعب نتيجة الإجهاد.

كما أشارت دراسات عديدة سابقة إلى علاقة الجمهور بمواقع التواصل الاجتماعي مثل دراسة (Pai 2013) التي بحثت دوافع المستخدمين لاستخدام المنصات الاجتماعية بهدف توفير فهم أفضل لأسباب الاستخدام من منظور نظرية الاستخدامات والإشباعات، وقد أظهرت النتائج أن الانتماء، والمرح، واحترام الذات والمعاملة بالمثل هي القيم الأربع الرئيسة التي يحققها المستخدمون عبر تلك المنصات، لذا أوصت نتائج الدراسة مصممي المنصات الاجتماعية العمل على إشباع تلك الحاجات عبر تزويد المستخدمين بمنصات أكثر أمانا وجاذبية.

الإطار المنهجي للدراسة.

تنتمى هذه الدراسة إلي الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الحالة كما هي موجودة في المجتمع، حيث لا يتحكم الباحث في المتغيرات، ولكنه يقرر فقط ما يحدث ليصف، ويحلل موقف معين بهدف استخلاص نتائج مفيدة (Achari 2014)ويهدف هذا الجهد البحثي الحصول على فهم أفضل لأسباب التوقف المؤقت أو الدائم عن استخدام منصات التواصل الاجتماعي لدى الشباب المصري، وقد اعتمد البحث على منهج المسح لعينة بهدف الوصول إلي البيانات، والمعلومات المطلوبة لدراستها، وتحليلها عن طريق استمارة استقصاء تطبق على عينة الدراسة، وقد جرى عرض الاستمارة على قائمة من المحكمين للتأكد من صلاحيتها، ومن ثم جرى تعديلها بعد المراجعة لتكون في صورتها النهائية.

وتعد خطوة تحديد مجتمع الدراسة من أهم الصعوبات التي واجهت الباحث في أثناء إجراء الدراسة، وذلك نظرًا إلى اتساع رقعة المفردات التي تتوافر فيها الخصائص المطلوب دراستها، وقد جرى التعاطي مع تلك المشكلة بعد استطلاع أراء الاستشاريين، والمتخصصين، حيث جرى تحديد مجتمع الدراسة شباب المجتمع المصري الذى تتراوح أعمارهم ما بين 18 إلى 35 عاما، وقد جرى اختيار عينة عمدية بواقع 225 مفردة من هؤلاء الشباب، وهو رقم يُمكّن الباحث من التحقق في مدى وجود علاقة بين متغيرين وذلك في أثناء اختبار صحة الفروض، وجرى تحديد المحافظات التي ينتمى إليها الشباب لتكن ممثلة للوجه القبلي والبحري (القاهرة، الجيزة، أسيوط،) بواقع 75 مفردة من كل محافظة.

كما عمد الباحث إلى الاعتماد على 6 مساعدين يتابعون جمع المعلومات مباشرة من الجمهور المستهدف، بجانب توزيع الاستمارة الكترونيا على ما لم يزد عن ثلث العينة فقط، ليصل الباحث في العينة السابق تحديدها بعد استبعاد الاستمارات غير المنضبطة، واستمارات الأشخاص الذين لم يكن أبدا لديهم حسابات على منصات التواصل الاجتماعي، وقد كانت نسبتهم أقل من 2.67%، وقد كان المجال الزمني لإجراء هذه الدراسة ممتد في الفترة من يونيو إلى نهاية سبتمبر عام 2021.

تساؤلات وفروض الدراسة.

أمكن صياغة مشكلة الدراسة الحالية في التساؤلات التالية:

1- ما هي أسباب التوقف المؤقت، أو الدائم عن استخدام الحسابات الإلكترونية على منصات التواصل الاجتماعي؟
2- هل لدى الجمهور تجارب سابقة في التوقف المؤقت، أو الدائم عن استخدام حسابات منصات التواصل الاجتماعي؟
3- كم تبلغ نسبة الشباب الذين مروا بتجربة التوقف الدائم، أو المؤقت عن استخدام حسابات التواصل الاجتماعي؟
4- هل يؤثر الانضمام لمنصات جديدة في نشاط المستخدم على المنصات الأقدم؟.
5- ماهية الأسباب التي قد تدفع الشباب للتخلي عن استخدام منصات التواصل الاجتماعي في المستقبل؟

فروض الدراسة:

1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والاناث فيما يتعلق بأسباب التوقف المؤقت، أو الدائم عن استخدام منصات التواصل الاجتماعي.

2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية فيما يتعلق بأسباب التوقف المؤقت، أو الدائم عن استخدام منصات التواصل الاجتماعي.

نتائج الدراسة

أولا- البيانات الأساسية للمبحوثين.

الجدول يوضح نتائج البيانات الأساسية للمبحوثين.

النوع	ذكور	ك	%
		131	%58.2
	أناث	94	%41.8
الشرائح العمرية	23-18	109	%48.4
	28-24	71	%31.6
	35-29	45	%20
حالة الدراسة/العمل	في مرحلة الدارسة	99	%44
	أنهيت دراسة وأعمل	56	%24.9
	أنهيت دراسة ولا أعمل	55	%24.4
	أعمل وأدرس	15	%6.7
الحالة الاجتماعية	متزوج	74	%32.9
	غير متزوج	139	%64.8
	أخرى.	12	%5.3

جدول يوضح نتائج البيانات الأساسية للمبحوثين

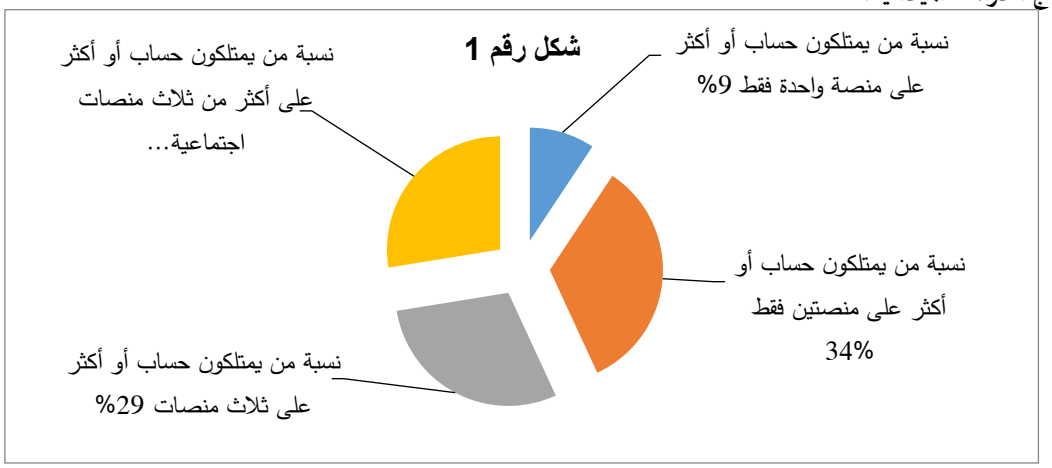
أظهرت نتائج البيانات الأساسية للمبحوثين تنوع المبحوثين عينة الدراسة، وظهور مختلف الشرائح العمرية، والحالات الاجتماعية بجانب تمثيل فئات الطلاب والعاملين، ومن يجمعون ما بين الدراسة والعمل.

ويشير الجدول السابق إلى أن الذكور كانوا أكثر استجابة وتمثيلًا من الإناث، وكانت الشريحة العمرية الأكثر تمثيلا هم من الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18-23 عام بنسبة 48.4%، وقد مثلت تلك الشريحة العمرية طلاب وطالبات أنهوا الدبلومات الفنية، بالإضافة الى طلاب مازالوا في مرحلة الجامعة، أو انتهوا حديثاً من دراستهم الجامعية، لذلك انعكس ارتفاع نسبة تلك الشريحة العمرية علي ارتفاع نسبة من هم مازالوا في مرحلة الدراسة، والذين مثلوا 44% من العينة.

كما لوحظ وجود فئات مهمة للدراسة ضمن فئة المبحوثين، مثل فئة من أنهوا دراستهم، وبدأوا حياتهم العملية، وذلك بنسبة 24.9%، ومن أنهوا دراستهم ولا يعملون بنسبة 24.4%، ومن المهم الإشارة إلى أن الباحث اعتمد ذلك التصنيف الذى يجمع ما بين الحالة التعليمية، والمهنية بناء على مناقشات مع لجنة تحكيم الاستبيان، واستعراض نماذج معتمدة من الاستبيانات الموجهة للشباب، من دليل تنفيذ الدراسات الاستطلاعية الصادر عن مركز دبي للإحصاء (الإحصاء 2018).

كما تنوعت الحالة الاجتماعية للمبحوثين، وكانت الشريحة الأكبر من غير المتزوجين 64.8% وذلك نتيجة للتمثيل الأكبر للشريحة الأقل عمرًا(18-23)، كما ظهرت فئة المتزوجين بنسبة 32.9%، وفئة المنفصلين أو من فقدوا أزواجهم، أو زوجاتهم بنسبة 5.3%،

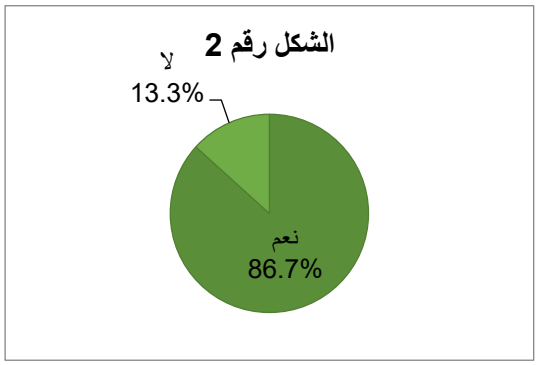
ثانيا- نتائج الدراسة الميدانية.



الشكل رقم (1) يوضح توزيع المبحوثين من حيث امتلاكهم لحسابات الكترونية على منصات وسائل التواصل الاجتماعي.

يتبين من الشكل السابق ارتفاع نسبة إنشاء الشباب لحسابات الكترونية على منصات التواصل الاجتماعي في المجتمع المصري، وهو ما أشارت إليه نتائج عديد من الدراسات السابقة (Halaweh 2020)، وكما يتضح من البيانات السابقة ارتفاع نسبة من يمتلكون حسابات الكترونية على أكثر من ثلاث منصات لحوالي 29% وهى نسبة مرتفعة تمثل شباب يمتلكون عدد من الحسابات على منصات مختلفة تصل إلى أكثر من خمس منصات، كما ترتفع نسبة الشباب الذين يمتلكون حساب، أو أكثر على ثلاث منصات إلى 28%، ونسبة من يمتلكون حساب، أو اكثر على منصتين فقط 34%.

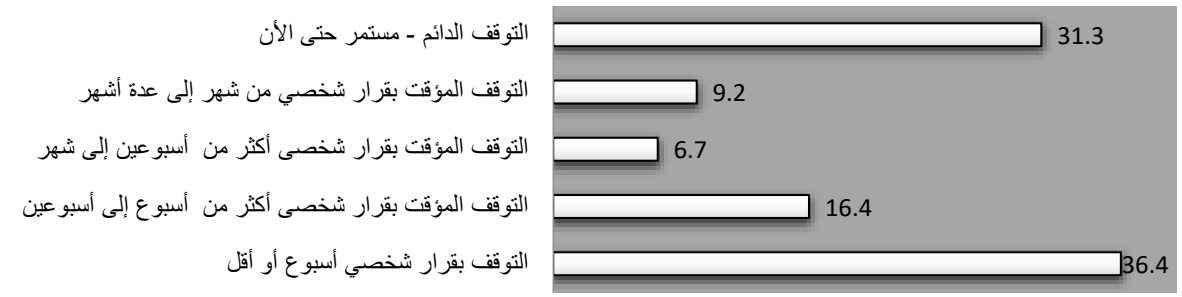
وقد لاحظ الباحث ارتفاع شعبية منصة Facebook وTwitter، بينما تضاءلت نسبة من يمتلكون حساب أو أكثر على منصة واحدة إلى 9% فقط، ومن المهم الإشارة إلى أن عدد من المبحوثين قد أشار إلى امتلاك أكثر من حساب على نفس المنصة، وذلك يرجع لأسباب مختلفة تتعلق بالخصوصية، أو الفصل بين مجموعات الأصدقاء والعائلة، أو لضرورات العمل.



الشكل رقم(2) يوضح مدى قيام المبحوثين بالتوقف المؤقت، أو الدائم عن استخدام حساب أو أكثر على منصات التواصل الاجتماعي خلال العام.

يتبين من الشكل رقم(2) انخفاض نسبة من لم يمروا بخبرة التوقف المؤقت، أو الدائم عن استخدام أحد الحسابات الالكترونية لإحدى منصات التواصل الاجتماعي بنسبة 13.3% وهى نسبة منخفضة تشير إلى أن غالبية العينة قد اتخذوا قرار التوقف المؤقت، أو الدائم عن استخدام أحد حساباتهم على إحدى منصات التواصل الاجتماعي خلال فترة عام سابقة عن تاريخ تطبيق الاستبيان وذلك بنسبة 86.7% وهي نسبة مرتفعة تشير إلى أن قرار التوقف عن استخدام منصات التواصل الاجتماعي قرار ليس بالبعيد عن الجمهور بل أنهم قد اتخذوه قبل ذلك، ولديهم القدرة على انفاذه بأشكال وتوقيتات مختلفة.

الشكل رقم 3

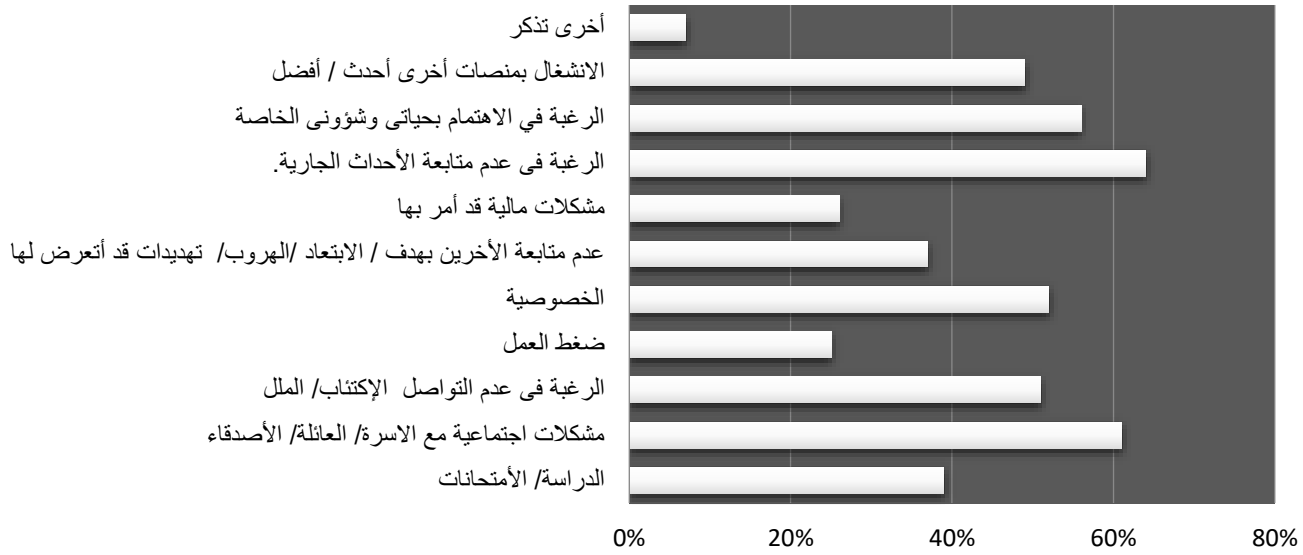


الشكل رقم (3) يوضح توزيع العينة من حيث مدد التوقف المؤقت، أو الدائم عن استخدام حساباتهم الإلكترونية على إحدى أوكل منصات التواصل الاجتماعي.

يتبين من الشكل السابق أن قرار التوقف الدائم عن استخدام إحدى منصات التواصل الاجتماعي قد جرى اتخاذه بالفعل تحت مسميات مختلفة مثل (إلغاء –حذف التطبيق- مقاطعة- إلخ) وذلك بصورة دائمة لدى حوالي 31.3% وهى نسبة مرتفعة تشير إلى أن قطاع كبير من المبحوثين قد اتخذوا قرار حاسم بشأن نشاطهم على منصة من منصات التواصل الاجتماعي بصورة دائمة، وتتقارب هذه النسبة ممن قد أخذوا قرار بالتوقف عن استخدام منصة، أو اكثر إلا أنهم قد عاودوا نشاطهم بعد مرور أقل من إسبوع، وهو ما يعرف بالتوقف المؤقت نتيجة قرار، وتبلغ نسبة هؤلاء حوالي 36.4%، بينما بلغت فترة التوقف المؤقت لدى حوالى 16.4% من المبحوثين فترة تصل إلى أسبوعين، وامتدت إلى عدة أشهر لدى ما يقرب من 9.2%.

ويتبين من مجمل النتائج كما وردت في الشكل السابق، أن نشاط الجمهور على منصات التواصل الاجتماعي قد يتوقف نتيجة قرار شخصي لبعض أو كل الوقت خلال فترة زمنية، وأن منصات التواصل الاجتماعي وأن أصبحت جزء من الطقوس اليومية لكثير من الأفراد إلا أن قطاعات من الجمهور تصل إلى ما نسبته 86.7% (راجع شكل رقم2) قد اتخذوا فيما سبق قرار التوقف المؤقت، أو الدائم عن استخدام حساباتهم الالكترونية على منصات التواصل الاجتماعي، وأن قرار التوقف عن استخدام تلك المنصات ليس صعبًا كما يظنه البعض ممن يتوقع استمرار شعبية تلك المنصات بمعدلات متزايدة في المستقبل دون تعرضها لمخاطر انسحاب المستخدمين أو عدم نشاطهم، أو تخلي الجمهور عنها عبر ما يعرف بتوقف أو تجميد، أو تعطيل الحساب، أو الغاء التطبيق من على الأجهزة الالكترونية الخاصة بالمتابع.

الشكل رقم 4



الشكل رقم (4) يوضح أسباب التوقف المؤقت أو الدائم عن استخدام الحسابات الإلكترونية على منصة أوكثرمن التواصل الاجتماعي.

يتبين من الرسم البياني السابق تعدد أسباب التوقف المؤقت، أو الدائم عن استخدام الحسابات الإلكترونية على منصة أو أكثر من منصات التواصل الاجتماعي، وقد بدا للباحث عدم استحواذ سبب بعينه ليكون الدافع الأول وراء انقطاع المبحوثين المؤقت، أو الدائم عن استخدام إحدى المنصات الاجتماعية.

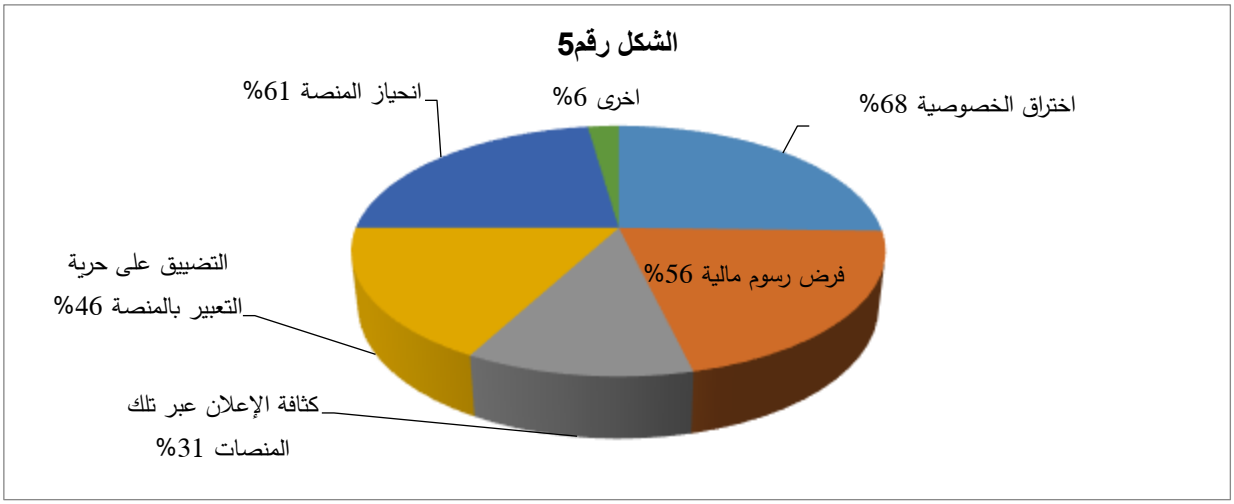
وكما يتضح تعدد الأسباب والمتغيرات الفعالة والمؤدية إلى توقف الشباب المؤقت أو الدائم عن استخدام منصة أو اكثر من منصات التواصل الاجتماعي، وهو ما يشير إلى أن قوة ارتباط الشباب بتلك المنصات ليس كما نعتقد، وهو ما تشير له نتائج تحليل (الشكل رقم 2،4،3)، كما أن النسب المرتفعة لأقل مجموعة فعالة قد تؤثر في نشاط الفرد على منصات التواصل الاجتماعي تبلغ حوالي 25% وترتبط بتعرض الفرد بضغوط أو مشكلات في العمل فيكون رد الفعل توقف مؤقت أو دائم للنشاط عبر منصات التواصل الاجتماعي.

كما تبين ارتفاع العوامل المؤثرة على نشاط الشباب على منصات التواصل الاجتماعي والمرتبطة ببعض المشكلات الاجتماعية التي قد يتعرض لها مع الأسرة أو العائلة أو الاصحاب بنسبة 61%، وقد يقف وراء الانقطاع عدم الرغبة في التواصل بدون حدوث أي مشكلات، وهو ما يشبه حالات الاكتئاب أو الملل، وذلك بنسبة 51%، وتحقيق مزيدًا من الخصوصية وحماية الشؤون الخاصة بنسبة 52%.

كما لوحظ تأثير ظهور أو استخدام منصات تواصل اجتماعي جديدة بالنسبة للمستخدم قد تؤثر في نشاطه على منصات أخرى كان نشط عليها في وقت من الأوقات وذلك بنسبة 49% وهو ما يشير إلى أن الشباب، على استعداد أن يمارس الإحلال أو التبديل بين المنصات المختلفة، وأن يفسح مجال للجديد على حساب القديم، وهى نتيجة قد يستفيد منها باحثي مستقبل منصات التواصل الاجتماعي، ومنظمات الأبحاث والتسويق.

كما لوحظ ارتفاع نسبة من يتخذون قرار الانقطاع المؤقت، أو الدائم عن منصات التواصل الاجتماعي بهدف الخوف من التتبع وملاحقات الأخرين لصاحب الحساب، أو تهديدات قد يتعرض لها، وذلك بنسبة 37% وهى نسبة مرتفعة للغاية تشير إلى تعرض بعض الشباب لمخاطر اجتماعية مختلفة الأمر الذى يشير لأهمية تحقيق الحماية القانونية، ومواجهة التهديدات التي قد يتعرض لها الأفراد عبر تلك المنصات، وقد أشار بعض أفراد العينة تحت بند(أخرى تذكر) إلى الخوف من ممارسات بعض الجهات، التي قد تمارس التصنيف والحكم على الفرد من خلال تحليل منشوراته وحساباته الشخصية، وتتبع أماكن تواجده، وهو ما يواجه بتجميد أو غلق الحساب تجنبًا للمشكلات.

الشكل رقم5



الشكل رقم (5) يوضح توزيع رأى عينة المبحوثين حول ماهية الأسباب التي قد تدفع الشباب للتخلي عن استخدام منصات التواصل الاجتماعي في المستقبل.

يتبين من الشكل السابق تنوع الأسباب التي يراها الجمهور، إن تحقق إحداها، قد تدفعه إلى التخلي عن استخدام منصة التواصل الاجتماعي في المستقبل، وربما تشير تلك الأسباب إلى مخاوف أساسية يشعر الجمهور بها ويخشى أن تتطور في المستقبل، وعلى رأس ذلك مخاوف اختراق الخصوصية بنسبة 68% وهى نسبة مرتفعة تشير إلى أن التقارير الإعلامية، والحوادث السابقة المرتبطة بدعاوى اختراق المنصات لخصوصية المستخدمين مازالت متعلقة في أذهان الجمهور، ويخشى من تكرارها في المستقبل، فان اختار الجمهور ما بين استخدام منصات التواصل الاجتماعي والخصوصية فسيختار التخلي عن استخدام المنصة.

كما تشير النتائج إلى تخوف الجمهور من انحياز المنصة في التحكم وعرض المحتوى، أو تبنى وجهات نظر سياسية، أو دينية في المستقبل، وهو ما قد يتسبب في تخلى الجمهور عن استخدام تلك المنصة بنسبة 61%، وقد تمتد مخاوف التحيز، إلى مخاوف الرقابة والسيطرة والتحكم في المحتوى

والمنشورات في تلك المنصات، حيث تعدّ منصات التواصل الاجتماعي ساحة للحوار والتفاعل الحر، وقد يخشى الجمهور من أن تفقد المنصات تلك الميزة الهامة، نتيجة قوانين محلية أو سياسات جديدة لتلك المنصات، وهو ما يعدّ تضييق على حرية التعبير قد يتسبب في عزوف الجمهور عن تلك المنصة بنسبة 46%، كما أوضح المبحوثين إلى أن التوسع في نشر الاعلانات التجارية المزعجة قد تتسبب مستقبلا في التخلي عن المنصة بنسبة 31%.

كما أشار المبحوثين بنسبة 6% إلى نقاط هامة متنوعة مرتبطة بمستقبل العلاقة مع منصات التواصل الاجتماعي، مثل مخاطر تعقيد الاستخدام، أو سوء صورة المنصة لدى المجتمع المحلي، أو استحواذ جهات، أو منظمات مشبوهة على تلك المنصات، فضلا عن انتشار الحملات الإعلامية تجاه تشويه الناشطين على بعض المنصات، أو ظهور بدائل تكنولوجية، ووسائل اتصال وتواصل جديدة، وهو أمر مفترض حدوثه طالما الحديث كان على مستقبل التكنولوجيا ووسائل الاتصال، والذى لا يعرف أحد منا أنه سيتوقف أبدًا.

ثالثا- نتائج اختبار الفروض.

الجدول رقم (2) يوضح الفروق بين الذكوروالإناث فيما يتعلق بأسباب توقفهم المؤقت، أو الدائم عن استخدام منصات التواصل الاجتماعي.

المجموعات	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	المعنوية	الدلالة
الإناث	0.359	-1.627	0.105	غيردالة
الذكور	**0.428**			

كما يتضح من الجدول رقم(2) وجود فروق غير دالة بين مجموعات المبحوثين من حيث نوعهم، حيث جاءت قيمة ت= -1.627 وقيمة Z= 0.105.
وهي غير دالة إحصائيًا بمعنى أن متغير النوع لا يؤثر في متغير أسباب التوقف المؤقت أو الدائم عن استخدام منصات التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (3) يوضح دلالة الفروق بين الفئات العمرية للمبحوثين فيما يتعلق بأسباب التوقف المؤقت أو الدائم عن استخدام منصات التواصل الاجتماعي.

المجموعات	الانحراف المعياري	قيمة "F"	المعنوية	الدلالة
من 18-23	0.638	2.74	0.066	غيردالة
24-28من	0.727			
من 29-35	**0.000**			

يتبين من الجدول تشير السابق وجود فروق غير دالة إحصائيًا بين الفئات العمرية المختلفة للمبحوثين فيما يتعلق بأسباب التوقف المؤقت أو الدائم عن استخدام منصات التواصل الاجتماعي، بمعنى أن عامل السن لا يؤثر في متغير رؤيتهم لهذه الإمكانات وإنما وجدت فقط فروق عددية شكلية بين المجموعات بلغت 2.74 ومعنوية 0.066، وقد يرجع ذلك بسبب التقارب الكبير بين الفئات العمرية حيث قد حدد الباحث فئة الشباب لتكون محل دراسته.

أهم نتائج الدراسة.

1-ينشط الشباب المصري في الفئة العمرية ما بين 18-35 عام على كثير من منصات التواصل الاجتماعي حيث يمتلك ما نسبته 34% من الشباب حساب أو أكثر على ثلاث من تلك المنصات، وتبلغ نسبة من يمتلك حساب أو عدة حسابات على أكثر من ثلاث منصات حوالي57%.

2- قرار التوقف المؤقت أو الدائم عن استخدام الحساب الالكتروني لمنصة تواصل الاجتماعي قرار ليس بالبعيد عن الشباب، فقد اتخذه ما يقرب من 86.7% من الشباب خلال فترة عام، ولكن بصور وبمدد زمنية مختلفة.

3-ما يقرب من ثلث العينة قد اتخذوا قرار التوقف عن استخدام حسابهم الإلكتروني على أحد منصات التواصل الاجتماعي بصورة دائمة، ورغم أنه قرار حاسم فقد اتخذه لأسباب مختلفة 31.3%، بينما توقف عن النشاط قطاع ليس بالقليل من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي فيما يعرف بالتوقف المؤقت والذى قد يمتد لعدة أشهر، وهو ما يشير إلى أن قرار التوقف الدائم أو المؤقت ليس صعبًا كما يظنه البعض.

4-تتعدد أسباب التوقف الدائم، أو المؤقت عن استخدام الحساب الإلكتروني على منصة، أو أكثر من منصات التواصل الاجتماعي، حيث تشكل الأسباب متغيرات وعوامل فعالة تشير إلى أن ارتباط الشباب بتلك المنصات ليس بالقوة الكبيرة، فقد ينقطع النشاط على تلك المنصات بسبب بعض المشكلات التي قد يتعرض لها الشاب مع الأسرة، أو العائلة، أو الاصحاب، أو لتحقيق مزيدًا من الخصوصية بنسبة52%، بجانب عدة أسباب أخرى أهمها الرغبة في عدم متابعة الأحداث الجارية، الرغبة في عدم التواصل، وضغط العمل، أو الامتحانات.

5- استخدام منصات تواصل اجتماعي جديدة قد تؤثر في نشاط الشباب على المنصات الأقدم نسبياَ، وذلك بنسبة 49%، وهو ما يشير إلى استعداد الشباب الدائم إلى الإحلال والتبديل بين منصات التواصل الاجتماعي.

6- أشارت النتائج إلى أن الشباب ربما يتخلى عن استخدام منصة من منصات التواصل الاجتماعي مستقبلًا اذا ما تحقق أحد مخاوفه التي هي بمثابة

أسباب ربما تحدث مستقبلا وتؤثر في علاقته بتلك المنصة، ومن ضمن تلك الأسباب اختراق المنصة ومستخدميها لخصوصية المستخدم، أو ممارسة المنصة للتحيز، أو فرض المجتمع المحلى، أو المنصة رقابة وسيطرة وتحكم في المحتوى والمنشورات التي يجري بثها بواسطة المستخدم بدرجة، أو وضع قوانين محلية أو سياسات جديدة تتسبب في التضييق على حرية التعبير، أو فرض رسوم مالية على مستخدمي تلك المنصات، أو التوسع في نشر الاعلانات التجارية إلى آخره.

7-فيما يتعلق بنتائج اختبارات الفروض تبين التالي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث نوعهم (ذكور/إناث)، وأسباب التوقف المؤقت أو الدائم عن استخدام منصات التواصل الاجتماعي.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية المختلفة للمبحوثين فيما يتعلق بأسباب التوقف المؤقت أو الدائم عن استخدام منصات التواصل الاجتماعي.

توصيات الدراسة.

1- إعداد دراسات مستقبلية مقارنة بين مجتمعات، ودول مختلفة فيما يتعلق باستخدامات الشباب لمنصات التواصل الاجتماعي.

2- عقد وتنفيذ جلسات حوار مجتمعي يشارك فيها الشباب لبحث، ومناقشة ممارسات الشباب عبر منصات التواصل الاجتماعي في مصر، والفرص التي يمكن تحقيقها من وراء الانتشار الواسع لتلك المنصات على كافة الأصعدة، والمعوقات والتهديدات التي قد يتعرض لها مستخدمي تلك المنصات.

3- توفير قدر من التوعية والحماية للجمهور النشط على المواقع والمنصات الاجتماعية، عبر قوانين وسياسات تضمن حفظ الحقوق والواجبات لكل من يتعامل في الواقع الافتراضي.

4- مراجعة اجراءات المسائلة الأمنية والقانونية لما يجري نشره على منصات التواصل الاجتماعي، لضمان عدم تعرض مستخدمي منصات التواصل لتهديدات مختلفة في حالة عدم مخالفتهم القانون.

المصادروالمراجع

الاحصاء. (2018). دليل تنفيذ الدراسات الاستطلاعية. https://www.dsc.gov.ae/StatisticalManuals/SSF.OP.FW01

أبو طالب، ب. (2017). *الأكاديمية الأمريكية لطب الأطفال تحدد الوقت المناسب لاستخدام الأجهزة الذكية*. http://www.masrawy.com.

الجعافرة، ح. (2008). *الاضطربات الحركية عند الأطفال*. عمان :دار أسامة للنشر والتوزيع.

زكي، أ.، وعدلي، ع. (1993). *الاسلوب الاحصائى واستخداماته فى بحوث الرأى العام والإعلام*. القاهرة: دار الفكر العربي.

السعدى، ف. (2018) .*الطفل والألعاب الإلكترونية عبر الوسائط الإعلامية الجديدة*. عمان: دار الخليج

References

Achari, P. D. (2014). Research methodology: A guide to ongoing research scholars in management.

Baccarella, C. V., Wagner, T. F., Kietzmann, J. H., & McCarthy, I. P. (2018). Social media? It's serious! Understanding the dark side of social media. *European Management Journal*, *36*(4), 431-438.

Baccarella, C. V., Wagner, T. F., Kietzmann, J. H., & McCarthy, I. P. (2018). Social media? It's serious! Understanding the dark side of social media. *European Management Journal*, *36*(4), 431-438.

Buty, J. D. (2022). *Social Media Versus the Self* (Doctoral dissertation, Ohio University).

Cain, N., & Gradisar, M. (2010). Electronic media use and sleep in school-aged children and adolescents: A review. *Sleep medicine*, *11*(8), 735-742.

Ezzat, H. (2022). Online identity and Egyptian youth: Exploring construction processes. *ILCEA. Revue de l'Institut des langues et cultures d'Europe, Amérique, Afrique, Asie et Australie*, (46).

Guo, Y., Goh, D. H. L., Ilangovan, K., Jiao, S., & Yang, X. (2012, August). An investigation of non-use and abandonment of microblogging. In *Seventh International Conference on Digital Information Management (ICDIM 2012)* (pp. 297-302). IEEE.

Guo, Y., Hoe-Lian, D. G., Rashid, N. A. B. M., Han, P. P., & Sun, S. (2014, April). An investigation of Twitter and Facebook

abandonment. In *2014 11th International Conference on Information Technology: New Generations* (pp. 97-102). IEEE.

Halaweh, M., Elbahi, M., Kamel, A., Kabha, R., & Yousef, R. (2020). Exploring the Use of Social Media Platforms by Public Universities. *International Journal of Web Portals (IJWP)*, *12*(2), 41-56.

Harwood, J., Dooley, J. J., Scott, A. J., & Joiner, R. (2014). Constantly connected–The effects of smart-devices on mental health. *Computers in Human Behavior*, *34*, 267-272.

Hysing, M., Pallesen, S., Stormark, K. M., Jakobsen, R., Lundervold, A. J., & Sivertsen, B. (2015). Sleep and use of electronic devices in adolescence: results from a large population-based study. *BMJ open*, *5*(1), e006748.

Hysing, M., Pallesen, S., Stormark, K. M., Jakobsen, R., Lundervold, A. J., & Sivertsen, B. (2015). Sleep and use of electronic devices in adolescence: results from a large population-based study. *BMJ open*, *5*(1), e006748.

Hysing, M., Pallesen, S., Stormark, K. M., Jakobsen, R., Lundervold, A. J., & Sivertsen, B. (2015). Sleep and use of electronic devices in adolescence: results from a large population-based study. *BMJ open*, *5*(1), e006748.

Iqbal, M. (2021). TikTok revenue and usage statistics (2021). *Business of apps*, *1*(1).

Elbahi, M., Hafiz, A. M. D., & Dafri, W. IMPACT OF FAKE NEWS AND MYTHS RELATED TO COVID-19.

Kabha, R., Kamel, A., Elbahi, M., & Narula, S. (2019). Comparison study between the UAE, the UK, and India in dealing with WhatsApp fake news. *Journal of Content, Community and Communication*, *10*, 176-186.

Kamel, A. M. (2019). The Effectiveness of Communication Efforts in Raising Family Awareness about the Seriousness of Children Using Screens and Electronic Devices.

Karthikeyan, C. (2022). The Escalating Cyberbullying Menace Through Social Media Platforms in Developing Countries Including India: The Social Media Vulnerabilities Due to Excessive Usage. In *Handbook of Research on Digital Violence and Discrimination Studies* (pp. 526-546). IGI Global.

Committee on Public Education. (2001). Children, adolescents, and television. *Pediatrics*, *107*(2), 423-426.

Merchant, R. M., & Lurie, N. (2020). Social media and emergency preparedness in response to novel coronavirus. *Jama*, *323*(20), 2011-2012.

Pai, P., & Arnott, D. C. (2013). User adoption of social networking sites: Eliciting uses and gratifications through a means–end approach. *Computers in Human Behavior*, *29*(3), 1039-1053.

Primack, B. A., Shensa, A., Escobar-Viera, C. G., Barrett, E. L., Sidani, J. E., Colditz, J. B., & James, A. E. (2017). Use of multiple social media platforms and symptoms of depression and anxiety: A nationally representative study among US young adults. *Computers in human behavior*, *69*, 1-9.

Sanders, W. S., & Freberg, K. (2020). Predicting abandonment of brand social media accounts. *Corporate Communications: An International Journal*, *25*(2), 157-170.

Olivia, S. (2016). *Smartphones wont make your kids dumb- we think.* Scientific American.

Kumar, S., & Qiu, L. (2021). *Social media analytics and practical applications: The change to the competition landscape*. CRC Press.

Wang, Y., Min, Q., & Han, S. (2016). Understanding the effects of trust and risk on individual behavior toward social media platforms: A meta-analysis of the empirical evidence. *Computers in Human Behavior*, *56*, 34-44.

Xue, J. H. (2022). Delegitimising Data Subjects' Economic Interests During Automatic Propertisation of Their Data: A Comparative Study of Data Protection on Social Media Platforms in the UK and China. *Global Media and China*, *7*(2), 151-168.

Zhang, M., Xu, P., & Ye, Y. (2022). Trust in social media brands and perceived media values: A survey study in China. *Computers in Human Behavior*, *127*, 107024.

Zhang, Y., He, W., & Peng, L. (2022). How perceived pressure affects users' social media fatigue behavior: a case on WeChat. *Journal of Computer Information Systems*, *62*(2), 337-348.