

التنظيف من السموم الرقمية: دراسة تجريبية حول الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على عينة من طالبات جامعة الملك عبدالعزيز

د. ميسون أسامة السباعي*

مستخلص البحث:

تستهدف الدراسة إجراء دراسة تجريبية على طالبات جامعة الملك عبدالعزيز في المملكة العربية السعودية، حيث قامت الطالبات (150 مفردة) بالامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي (تويتر- سناب شات- الواتس أب- يوتيوب- إنستغرام) لمدة ثلاثة أيام. وأظهرت نتائج الاستبيان (قبل وبعد التجربة) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في العلاقات الاجتماعية (العائلة/ الأصدقاء)، والأداء الأكاديمي، واستخدام وسائل الاتصال الأخرى (مشاهدة التلفزيون- قراءة الكتب- التحدث في الجوال) قبل وبعد الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي، في حين لم توجد فروق في تقدير الذات وممارسة الكتابة. كما أظهرت نتائج تحليل المضمون أن الشعور بالخوف من فقدان لدى طالبات الجامعة انخفض بشكل كبير بعد اليوم الثالث من التجربة مقارنةً باليوم الأول.

Digital Detox: An Experimental Study on Social Media abstinence on a sample of Female Students at King Abdelaziz University

Abstract:

The study aims to conduct an experimental study on female students at King Abdulaziz University in Saudi Arabia, where female students (150 individuals) abstained from social media (Twitter, Snapchat, WhatsApp, YouTube, and Instagram) for three days. Results revealed that participants experienced significant differences in social relationships (family / friends), academic performance, and the use of other means of communication (watching television, reading books, and talking on mobile) before and after abstaining from social media, while no differences were found in self-esteem and writing. Results of content analysis also showed that Fearing of Missing Out (FoMO) among students decreased significantly after the third day of the experiment compared to the first day.

* أستاذ مساعد بكلية الاتصال والإعلام-جامعة الملك عبدالعزيز .

المقدمة:

أدى الظهور السريع لتكنولوجيا الإنترنت إلى تغيير أساليب التواصل بين أفراد الجمهور ومشاركة الأخبار والمعلومات (Cohen & Mihailidis, 2014), خاصة عبر وسائل التواصل الاجتماعي (Kaplan & Haenli, 2010)؛ فقد أصبحت هذه التقنيات الرقمية جزءًا أساسيًا من حياة الطلاب اليومية للترفيه، وأداة رئيسية لخلق المعرفة ونشرها (زيدان، 2019). وقد يؤدي انتشار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين فئات الطلاب أو الشباب، وبشكل خاص الإناث، إلى إدمان استخدام هذه الوسائل. بما يؤثر سلبًا على علاقاتهم الشخصية مع الآخرين، ومدى تقبلهم لذواتهم وسماتهم الجسدية (Buctot, Kim, & Park, 2019).

في السنوات الأخيرة، برز في الدول الغربية الاهتمام البحثي بموضوع الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (Siibak & Murumaa-Mengel, 2019)؛ فعلى سبيل المثال، قامت جامعة ميريلاند في عام 2010 بإجراء تجربة تستهدف منع استخدام أجهزة الطلاب الرقمية لمدة 24 ساعة، حيث لوحظ على الطلاب أعراض الانسحاب، وهي أعراض مشابهة لأعراض انسحاب الكحول أو المخدرات من الجسم (White, 2013)، كما أثبت كل من Przybylski, Murayama, DeHaan, and Gladwell (2013) أن الابتعاد عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي جعل الطلاب أكثر عرضة للشعور بالخوف من فقدان الأخبار أو المعلومات، كما زاد من رغبتهم في البقاء على اتصال مستمر مع الآخرين، وهو ما يعرف بـ Fearing of Missing Out (FoMO)، إلا أن هذا الشعور بالخوف بدأ في الانخفاض بعد الابتعاد عن هذه المنصات لفترة من الوقت.

أصبحت هذه الظاهرة شائعة بين المؤثرين في مجال التواصل الاجتماعي، وكذلك المطربين والممثلين والشخصيات المشهورة في جميع أنحاء العالم، حيث قام كثير منهم بخوض التجربة عن طريق حذف بعض التطبيقات وحث الجمهور على الحذو حذوهم واستعراض تجربتهم على مواقعهم حول ما وجدوه من تأثيرات إيجابية على أنفسهم جسديًا وذهنيًا (Harsono & Winduwati, 2020). كما قام بعض المستخدمين بنشر قصص تجاربهم في المواقع والكتب المعروفة بالـ self-help books أو ما يُسمى كتب المساعدة الذاتية، من أجل تشجيع وتوجيه مستخدمي الإنترنت على خوض هذه التجربة، لما لمسوه من زيادة في الإنتاجية وتقدير الذات (Karlsen & Syvertsen, 2016). وكذلك ظهرت مجموعة من الأدوات التي تُستخدم عبر الإنترنت من خلال تطبيقات الهواتف الذكية لمساعدة المستخدمين على تقييد وإدارة استخدام عديد من تطبيقات التواصل الاجتماعي عبر الهاتف، مثل تطبيقي Freedom و Self Control (Stanovsek, 2019).

نظرًا لحدائثة الموضوع وندرة تطبيقه في الأبحاث المنشورة بالعالم العربي، خصوصًا المملكة العربية السعودية، تبرز أهمية هذه الدراسة في التعرف على طبيعة استخدامات طالبات الجامعة لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرات التوقف عن استخدام بعضها لمدة ثلاثة أيام، وبالتحديد كل من تويتر وسناب شات والواتس آب واليوتيوب والإنستقرام، حيث لا تقل أعداد الإناث عن الذكور في استخدام هذه المنصات؛ فقد وصلت نسبة مستخدمات وسائل التواصل الاجتماعي إلى ما يقرب من (50%) من إجمالي عدد المستخدمين داخل المملكة العربية السعودية (Digital 2020 Saudi Arabia, 2020)، مما يعزز من أهمية دراسة هذه الفئة التي تعتبر من أهم فئات المجتمع.

مشكلة الدراسة:

تأتي هذه الدراسة في إطار تنامي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين فئة الشباب، وتأثير المبالغة في استخدام هذه المنصات على الشباب في العالم العربي، والمجتمع السعودي على وجه الخصوص. حيث أصدرت الهيئة العامة للإحصاء (2019) إحصائية تؤكد أن (98,43%) من الشباب السعودي يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي، وأن (35,83%) منهم يقرون بتأثير هذه المواقع على علاقاتهم الاجتماعية بالآخرين.

اتضح التأثير العميق لتدفق التكنولوجيا التي تدعم الإنترنت وزيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة على الفرد والمجتمع. ورأت كثير من الدراسات أن وسائل التواصل الاجتماعي رغم تقديمها كثير من الإيجابيات، مثل التواصل مع الأصدقاء وممارسة الأنشطة الترفيهية (الناصر، 2019)، واكتساب مهارات التعلم والبحث والمشاركة في الرأي (سالم، 2016)، فإنها تؤدي إلى زيادة العزلة والهروب من العلاقات الاجتماعية وعدم قضاء وقت كافٍ مع الأسرة والأصدقاء (الناصر، 2019). كما أثبتت كثير من الدراسات وجود علاقة بين زيادة قضاء الوقت في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وإعاقة الطلاب عن أداء واجباتهم المدرسية (سالم، 2011)، وبالتالي تقليل الإنجاز وانخفاض الأداء الأكاديمي (الكفيري، 2018; Hou et al., 2019; Halboub et al., 2016). وباعتراف كثير من الطلاب، فإن استخدام منصة الواتس آب أصبح منتشرًا فيما بينهم، كما يكثر استخدامه والاعتماد عليه في أداء الواجبات المدرسية والتواصل مع الطلاب الآخرين وأساتذة الجامعة في بعض الأحيان (العنزي، 2017). وأوضحت دراسات أخرى أن التواصل عبر الإنترنت قد يؤدي إلى نزوح الطلاب عن قراءة الكتب (القرني، 201)، ومشاهدة التلفزيون (Ha & Fang, 2012).

بالإضافة إلى ما سبق، فإن واحدة من أهم التأثيرات السلبية لزيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تكمن في التقليل من تقدير الذات (Hou et al., 2019). كما أظهرت الدراسات السابقة أن وسائل التواصل الاجتماعي، مثل السناجشات والإنستقرام، تمنح الانتقائية للمستخدمين، بحيث تسمح لهم باختيار ما يتم نشره في المنصات وإبراز ذاتهم بشكل إيجابي (Toma & Carlson, 2015)، وبالتالي تشكيل انطباعات بناءة عن أنفسهم (Wang et al., 2010). وعلى الصعيد الآخر، يتعرض مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي لكثير من المشاركات والمنشورات الذاتية الانتقائية من قبل مستخدمين آخرين يمكن أن تقلل من الشعور بالثقة بالنفس واحترام الذات (Rosenberg & Egbert, 2011)، خصوصاً لدى الإناث (Andreassen, Pallesen, & Griffiths, 2017).

انطلاقاً مما سبق، تتحدد مشكلة هذه الدراسة في تقييم تجربة التنظيف من السموم الرقمية بالتطبيق على عينة من طالبات الجامعة، والتعرف على دور الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في منح الطالبات فرصة للتعرف على مجالات أخرى يمكن عملها، أو استعمال طرق أخرى للتواصل وبناء علاقات اجتماعية لا تعتمد على وسائل التواصل عبر الإنترنت.

أهمية الدراسة:

تنبولر أهمية الدراسة في ضوء بعض الاعتبارات، توضحها الباحثة فيما يلي:

- 1 - أهمية مجتمع الدراسة المتمثل في فئة الشباب، وبالتحديد طالبات الجامعة، حيث أكدت كثير من الدراسات أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على رؤية الأنثى لشكل جسدها وثقتها بنفسها (Tiggemann & Anderberg, 2019). وبذلك، فإن فئة الإناث تتطلب عناية واهتمام كبيرين، لأنها تمثل شريحة مهمة في المجتمع، ولها دور في تنمية المجتمع ككل.
- 2 - إن الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي لفترة من الوقت قد يكون فرصة للفرد للانخراط في التفكير ومراجعة أسلوب استخدامه لهذه المنصات.
- 3 - نظراً لندرة الأبحاث المرتبطة بالتخلص من السموم الرقمية في العالم العربي، والسعودية على وجه الخصوص، تتحدد أهمية هذه الدراسة باعتبارها ركيزة أساسية في توجيه الباحثين نحو إعداد دراسات في هذا المجال للإسهام في تحقيق الإثراء المعرفي والبحثي.
- 4 - أهمية الإطار النظري الذي تعتمد عليه هذه الدراسة والمتمثل في نظرية الإزاحة Displacement Theory والخوف من فقدان Fearing of Missing Out، حيث تم اختبارها بمنهجية مغايرة للدراسات السابقة، للتعرف على تأثير الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على طالبات الجامعة.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف, تتحدد فيما يلي:

- 1 - تحديد أكثر المنصات التي شكلت تحدياً للطالبات في أثناء فترة الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
- 2 - التعرف على كيفية استغلال الطالبات للوقت المتاح الناتج عن الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمدة ثلاثة أيام, وتأثير ذلك على العلاقات الاجتماعية والأداء الأكاديمي وتقدير الذات.
- 3 - الكشف عما إذا كان الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤدي إلى استخدام وسائل اتصال أخرى (لا تتطلب استخدام الإنترنت), كقراءة الكتب والتحدث عبر الهاتف النقال, أو أي ممارسات إضافية من وجهة نظر الطالبات.
- 4 - التعرف على مدى الاختلاف بين الطالبات في شعورهن بالخوف من فقدان قبل وبعد الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة في بنائها النظري على كل من نظرية الإزاحة ومفهوم الخوف من فقدان, وتوضح الباحثة تفاصيل ذلك على النحو التالي:

نظرية الإزاحة Displacement Theory:

في الدراسات الإعلامية, يمكن أن تُعرف الإزاحة بأنها استبدال وسيلة بأخرى مع مرور الوقت كبديل أفضل يقدم نفس الوظيفة من وجهة نظر المستخدمين (Ha & Fang, 2012). ويوجد نوعان من النزوح, هما الاستبدال الكامل بوسيلة أخرى أو الاستبعاد والاستبدال الجزئي لها, ويُعرف بالنزوح التنافسي (Dimmick & Rothenbuhler, 1986). ويؤكد العلماء أن الناس لديهم وقت محدود يقضونه في استهلاك وسائل الإعلام المختلفة, لذلك يؤكد مفهوم الإزاحة أن استخدام الوسائل المختلفة لمشاهدة أو قراءة وسيلة معينة قد يؤدي إلى انخفاض مقدار الوقت الذي يقضيه الفرد في استخدام وسيلة أخرى. وبالتالي, فإن إدخال وسيلة جديدة يؤدي إلى التقليل من مقدار الوقت الذي يخصصه الأفراد لوسائل الإعلام الحالية, مما يؤدي في نهاية المطاف إلى إزاحة مثل هذا الوسيط (Vergeer & Petzer, 2009).

يرى (Neuman 1991) أن النزوح يمكن أن ينقسم إلى أربعة مبادئ, هي:

- التشابه الوظيفي: حيث يمكن لجهازين أن يتشابهها في نفس الوظيفة والأنشطة, ويكون الجهاز الذي يلبي نفس الاحتياجات ولكن بشكل أقل فعالية معرضاً بشكل أكبر للنزوح.
- القرب الجسدي والنفسي: حيث يمكن أن يشترك نشاطان في نفس المساحة المادية, ولكن تتم إزاحة النشاط الأقل إرضاءً. وعلى سبيل المثال, يكون الوصول

للتلفزيون وأداء الواجبات والأعمال المنزلية متاحًا، ولكن يفضل كثيرون المشاركة في مشاهدة التلفزيون.

- التحول: حيث يفضل البعض النزوح عن استخدام الأجهزة التي يصعب أو يتعذر تحويلها لتلبية احتياجاتهم ومواجهة تحديات الوسيلة الجديدة.
- الأنشطة الهامشية: حيث يتم الابتعاد عن الأنشطة الهامشية ذات الأولوية المنخفضة، فقد يتم مثلاً إزاحة اللعب الحر بوسيلة إعلامية جديدة.

يرى المنظرون في فرضية الإزاحة أن الإزاحة لها تأثير كبير على التطورات المعرفية والاجتماعية للفرد، وعندما يزيد الفرد من الوقت الذي يقضيه في نشاط ما، فإنه من المنطقي أن يقدم توضيحات على حساب مجالات أخرى، خاصة عندما تكون الأنشطة المستقطعة أساسية. فالتغييرات في الاستخدام أو زيادة الوقت المنقضي في ممارسة نشاط ما قد يؤثران على كل من الإنجاز الأكاديمي (Lee & Kuo, 2002)، والتفاعل الاجتماعي (Neuman, 1991). وعلى سبيل المثال، يرى Robinson (1981) أن الذين يقضون مزيدًا من الوقت في مشاهدة التلفزيون يقضون وقتًا أقل في الاستماع إلى الراديو وممارسة الأنشطة غير الإعلامية. كما وجد Ha and Fang (2012) أن الإنترنت لها بالفعل تأثير النزوح على الوقت الذي يقضيه المستخدم في متابعة الأخبار اليومية عن طريق وسائل الإعلام التقليدية (التلفزيون والصحف والراديو).

مع ذلك، لا يمكن أن يُعزى تقليل استخدام وسيلة إعلامية أخرى أو تقويض نشاط غير إعلامي، مثل الأداء الأكاديمي وانخفاض العلاقات الاجتماعية مع الأهل والأصدقاء، إلى استخدام الإنترنت؛ فقد وجد Lee and Leung (2008) أن استخدام الإنترنت يقلل من مشاهدة المستخدمين للتلفزيون، لكنه لم يؤثر على قراءة الصحف أو التواصل مع الآخرين.

مفهوم الخوف من الفقدان (FoMO): Fearing of Missing Out

بشكل عام، يعد الخوف من الفقدان شعورًا منتشرًا بالخوف بين الأفراد من وقوع تجارب وأحداث قد تغيب عنهم. وتشير الأبحاث السابقة إلى أن الخوف من الفقدان بصفة عامة هو الشعور بالقلق وعدم الملاءمة، بما يمكن أن يؤثر على قرارات الشراء، بحيث يقرر الفرد شراء منتج أعلى من صديقه لأنه لا يريد تفويت فرصة الحصول على الأفضل (Abel & Burr, 2016)، أو بسبب الضغوط الاجتماعية والخوف من الاستبعاد (Dykman, 2012). وتوضح (JWT, 2012) -وهي أكبر شركة تسويقية في مجال الاتصالات في العالم- أن الخوف من الفقدان شعور غير مستقر، بحيث يشعر الفرد بفقدان ما يعرفه أو يفعله الأصدقاء، أو يشعر أن في حوزة الأصدقاء شيئاً أفضل مما يملكه، حيث ثبت أن (70%) من الأفراد يشعرون بالارتباط الكامل أو المحدود بالشعور بالخوف من الفقدان.

ارتفع الاهتمام بظاهرة الخوف من فقدان مع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي، وارتبط ذكر هذا المفهوم باتساع انتشار واستخدام هذه المنصات بين المستخدمين. ويتميز الخوف من فقدان برغبة الأشخاص في البقاء على اتصال مستمر للتعرف على ما يفعله الآخرون (Przybylski, Murayama, DeHaan, & Gladwell, 2013). ويؤكد Ellison, Steinfeld, and Lampe (2007) أن وسائل التواصل الاجتماعي تقدم مستويات كبيرة من المشاركة الاجتماعية. لذلك، تعتبر الخدمات التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي ميزة خاصة لأولئك الذين يتصارعون مع الخوف من فقدان. ويمكن أن يؤدي هذا الاتصال المستمر بالمعلومات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي إلى إصابة الأفراد بشعور سلبي لعدم قدرتهم على مواكبة ما يقوله الآخرون أو ما يفعلونه أو ما يشترونه (Abel & Burr, 2016).

بالنظر إلى الدراسات السابقة عن الامتناع أو التخفيف من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، لاحظت الباحثة ندرة وجود إطار نظري محدد يقود الدراسات في هذا المجال، وأن أغلب هذه الدراسات تستخدم مفهوم الخوف من فقدان (FoMO) (Fearing of Missing Out) وعلاقته بتقدير الذات (Stanovsek, 2019)، والرفاهية أو السعادة (Verduyn et al., 2015). كما أوضحت هذه الدراسات أن المستخدم يتعرض إلى الخوف من فقدان، وأن هذا الخوف يستمر مع الابتعاد عن وسائل التواصل الاجتماعي، مما قد يؤثر على شعور المستخدم بالرغبة في العودة أو الرجوع إلى هذه المنصة.

بالإضافة إلى ذلك، وجدت كثير من الدراسات السابقة أن شعور الأفراد بالقلق والضيق عادةً ما يزيد في بداية الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تكون تأثيرات الانسحاب معززة لديهم. ولكن مع مرور الوقت، غالباً ما ينخفض شعور الخوف من فقدان، ويبدأ الأفراد بالتكيف عندما يتعلمون تلبية احتياجاتهم النفسية في مكان آخر (Brown & Kuss, 2020; Hunt et al., 2018). وعلى الصعيد الآخر، يوضح مفهوم الإزاحة، الذي يركز على الوقت، أن الأفراد يلجأون إلى وسيلة إعلامية أخرى عند ظهور وسيلة إعلامية جديدة لاستغلال وقتهم.

بناءً على ذلك ومن وجهة نظر الباحثة وحسب ما تشير إليه نظرية الإزاحة، فإن النزوح يتم عندما يجد الفرد وسيلة تكون متشابهة وظيفياً ومتقاربة مكانياً ونفسياً، أي تكون قريبة من الفرد، مثل وجود أفراد الأسرة في المنزل، أو توفر استخدام التليفزيون، أو توفر كتاب في المنزل منذ مدة دون الاطلاع عليه، أو الاحتياج إلى المذاكرة. ولكن عندما يتوفر الوقت للفرد نتيجة الامتناع أو التخفيف من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، هل يمكن له أن يستغل هذا الوقت للنزوح الكامل أو المؤقت إلى وسيلة إعلامية أخرى، كمشاهدة التليفزيون أو قراءة الكتب، أو النزوح إلى أنشطة غير إعلامية، كتقوية العلاقات الاجتماعية، أو التواصل المباشر مع الأهل والأصدقاء، أو تقوية التواصل المهني كالمذاكرة والاستعداد للاختبارات؟

الدراسات السابقة:

تم تقسيم الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية إلى محورين رئيسيين هما:

أولاً: دراسات عن التأثيرات الناتجة عن زيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

ثانياً: دراسات عن تأثير الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على طلاب الجامعة.

تستعرض الباحثة دراسات كل محور من المحورين السابقين على النحو التالي:

أولاً: دراسات عن التأثيرات الناتجة عن زيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

1-دراسة (الصبان والحربي، 2019)

استهدفت الدراسة معرفة العلاقة بين إدمان طلاب جامعة طيبة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وشعورهم بالأمن النفسي، حيث تكونت العينة من 252 طالب. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى وجود علاقة ارتباطية سلبية بين إدمان استخدام الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي وأمنهم النفسي كالجبل الاجتماعي.

2-دراسة (Hou, Xiong, Jiang, Song, & Wang, 2019)

استهدفت الدراسة البحث في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على طلاب الجامعة في الصين، حيث بلغ حجم العينة 232 مفردة. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن إدمان وسائل التواصل الاجتماعي يرتبط بشكل سلبي بالصحة العقلية للطلاب والأداء الأكاديمي لهم. كما أثبتت الدراسة أن إدمان وسائل التواصل الاجتماعي يساعد على انخفاض تقدير الذات، مما يؤدي بدوره إلى انخفاض في الصحة العقلية والأداء الأكاديمي.

3-دراسة (الناصر، 2019)

استهدفت الدراسة البحث في تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية والأسرية لدى طلاب الجامعة في الرياض، حيث بلغ عدد المستجيبين 315 طالب وطالبة. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن هناك استخدامات كثيرة لوسائل التواصل الاجتماعي، من أهمها: التواصل مع الأصدقاء والزملاء، والإسهام في التوعية الثقافية والاجتماعية، والدردشة والتسلية. ومع ذلك، يرى ما يقرب من نصف المبحوثين أن وسائل التواصل الاجتماعي تعيقهم عن القيام بمهامهم اليومية وتشغلهم عن أداء واجباتهم المدرسية. كما أثبتت الدراسة أن التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي يؤدي إلى العزلة والهروب من العلاقات الاجتماعية، حيث أوضح الطلاب أن لقاءاتهم مع الآخرين وجهًا لوجه أصبحت قليلة مقارنة بما كانوا عليه قبل استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي. وأضافت الدراسة أن اتساع الفجوة

بين أفراد الأسرة وعدم قضاء الوقت الكافي مع الأسرة بسبب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كان في الدرجة الثانية من وجهة نظر الطلاب فيما يتعلق بتأثيرات استخدام وسائل التواصل.

4-دراسة (Martanatasha & Primadini, 2019)

استهدفت الدراسة معرفة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على إدراك صورة الجسد والتأثير على تقدير الذات في أندونيسيا، من خلال مشاركة 400 مستجيب لاستبيان تم توزيعه عبر الإنترنت. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، تحديداً الإنستقرام، يمكن أن يؤثر على إدراك (أو تصور) المشاركين لصورة جسدهم التي تؤثر أيضاً على تقديرهم لذاتهم.

5-دراسة (Ratnasari & Oktaviani, 2019)

استهدفت الدراسة البحث في تأثيرات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في إندونيسيا، واستخدمت منهج المسح وأداة الاستبيان. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن أفراد العينة يعانون من هوس تفويت أخبار أو معلومات في الإنستقرام أو الخوف من فقدان (FoMO).

6-دراسة القرني (2018)

استهدفت الدراسة البحث في استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن تويتر هو الأكثر متابعة بين الشباب، يليه اليوتيوب من حيث درجة التفضيل، ثم سناب شات في الترتيب الثالث، والإنستقرام في المرتبة الرابعة. ووجدت النتائج أن تويتر يعد من أهم مصادر المعرفة لدى الشباب في تكوين ثقافتهم، وهو المرجع الأول لهم للحصول على المعلومات الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية والفنية، بما يؤثر على ممارستهم لنشاط القراءة.

7-دراسة (الكفيري، 2018)

استهدفت الدراسة الكشف عن التأثيرات الإيجابية والسلبية لوسائل التواصل الاجتماعي لدى المجتمع السعودي من مختلف الفئات التعليمية من خلال عينة تألفت من 1300 مفردة. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يساعد الفرد على مشاركة التجارب والخبرات المختلفة، وأنها وسيلة للتعبير عما بداخل الفرد عن طريق استخدام وسائل متعددة كالكتابة والرسم والصور والفيديو، كما تسهل الحصول على الأخبار والمعلومات بشكل فوري. وكشفت الدراسة أن هناك تأثيرات سلبية كثيرة لوسائل التواصل الاجتماعي، منها إدمان استخدامها واضطراب النوم، ونشر الأخبار والشائعات، وتقليل الإنجاز والعمل لدى الأفراد، وانشغال الأفراد بهذه المنصات، وانخفاض مستوى التحصيل الدراسي، وفقدان الشعور بالثقة بالنفس.

8-دراسة (Andreassen, Pallesen, & Griffiths, 2017)

استهدفت الدراسة اختبار العلاقة بين الإفراط في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الذات عن طريق الاستبيان، حيث استخدمت الدراسة عينة تكونت من 23,532 شخص، تتراوح أعمارهم بين 16 و88 عامًا من النرويج. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن النساء يملن أكثر إلى الإفراط في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من الرجال، وأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المفرط مرتبط بانخفاض تقدير الذات خصوصًا لدى النساء.

9-دراسة (Toukunanana, 2016)

استهدفت الدراسة اختبار تأثير الإنترنت على انخفاض الاتصال الأسري والاجتماعي المباشر والأداء الأكاديمي والدراسي لطلاب الجامعة. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى عدم وجود علاقة بين الوقت الذي يقضيه الطالب في التواصل مع أشخاص أو ممارسة الأنشطة الترفيهية عبر الإنترنت والصعوبات المهنية أو ضعف العلاقات الاجتماعية لديه. وعلى الصعيد الآخر، وجد الباحثون أن عادات الإنترنت (ويُقصد بها نقص الوعي والسيطرة على بعض جوانب استخدام الإنترنت) تؤثر على انخفاض الاتصال الاجتماعي المباشر والأداء الأكاديمي للطلاب. بعبارة أخرى، يمكن أن يؤدي قضاء الوقت في البحث عن المعلومات عبر الإنترنت إلى الاستفادة من الأداء في المدرسة أو العمل. ومع ذلك، لوحظ وجود مشاكل في العلاقات الاجتماعية أو المهنية عندما يعتقد مستخدمو الإنترنت أنه لم يعد بإمكانهم مراقبة استخدامهم للشبكة أو التحكم فيه بشكل فعال.

10-دراسة (Halboub et al., 2016)

استهدفت الدراسة تقصي تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لطلاب الجامعة في جيزان، حيث بلغ عدد المشاركين 348 مشارك. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر سلبياً على دراسة غالبية المشاهدين، حيث أكدوا إمكانية تحسين مستواهم ومعدلهم الدراسي في حالة التوقف أو التقليل من استخدام هذه المنصات. ودعت الدراسة إلى تنظيم مزيد من البرامج التثقيفية والمساعدة على رفع وعي الطلاب حول التأثيرات السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

11-دراسة (سالم، 2016)

استهدفت الدراسة التعرف على أهم استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي عند طلاب الإعلام التربوي في مصر ومدى استفادتهم من هذه المنصات في مهارات التعلم الذاتي. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن هناك علاقة بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي واكتساب مهارات التعلم. وعلى وجه التحديد، وُجد أن

مهارات التعلم الذاتي، كالمهارات المعرفية والدراسية والشخصية والحياتية، يكتسبها الطلاب جراء استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي. وعلى سبيل المثال، يقوم الطلاب بتعلم مهارة التفكير النقدي التحليلي، والبحث والاستقصاء، والمشاركة في الرأي، والتواصل مع الأفراد والتفاعل معهم، من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

12-دراسة (Kirik, Arslan, Çetinkaya, & Mehmet, 2015)

استهدفت الدراسة تحديد مستوى إدمان وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب في تركيا وعلاقته بمستوى إدمانهم لوسائل التواصل الاجتماعي. وتكونت العينة من 271 من الشباب، تتراوح أعمارهم بين 13 و19 عامًا. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن هناك علاقة ارتباطية سلبية بين قضاء الوقت على وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى إدمان الشباب لهذه المنصات. وأوضحت الدراسة أن نقص المعرفة، وغياب رقابة الأهل، وقضاء الوقت المفرط على وسائل التواصل الاجتماعي، يؤديون إلى عدم القدرة على التحكم في الدخول على منصات وسائل التواصل الاجتماعي.

13-دراسة (Verduyn et al., 2015)

استهدفت الدراسة البحث في تأثير الفيسبوك على الرفاهية العاطفية (مثل الحسد والسعادة). واستخدمت الدراسة الأساليب التجريبية والميدانية لاختبار تأثير الفيسبوك على الرفاهية. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن المستخدمين، الذين تم تعيينهم بشكل سلبي من دون النشر أو التعليق (passive users)، أبلغوا عن مستويات أقل من الرفاهية العاطفية كزيادة الحسد، على عكس أولئك الذين تم تعيينهم للنشر والتعليق بشكل نشط (active users). ومن هنا، استنتج الباحثون أن استخدام الفيسبوك يقوض الرفاهية العاطفية.

14-دراسة (سالم، 2011)

تناولت الدراسة التعرف على التأثيرات الإيجابية والسلبية لمنصة الفيسبوك على سلوك الشباب السعودي، تحديداً طلاب وطالبات الجامعة، حيث بلغ عدد الطلاب 211 طالب. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن الفيسبوك يُعد من أهم الأدوات التي تساعد الفرد على اكتساب بعض القيم الأساسية التي يقوم عليها بناء شخصية الفرد وتحديد اتجاهاته في الحياة. ومن ناحية أخرى، أشار المبحوثون إلى أن استخدام الفيسبوك يؤدي إلى تضییع الوقت وهدر كثير من الوقت، مما يؤثر على تحصيلهم الدراسي. كذلك أكد بعض المبحوثين أن التعامل مع الفيسبوك يجعلهم يتعايشون مع مشكلات الآخرين، مما يكون له الأثر العكسي على نفسياتهم. وبالتالي يجعلهم أكثر توترًا.

15-دراسة (Lee & Leung, 2008)

استهدفت الدراسة البحث في التأثيرات الناتجة عن استخدام الإنترنت على إزاحة استخدام وسائل الإعلام التقليدية (الصحف والتلفزيون والإذاعة). واستخدمت الدراسة المنهج الكمي، وتكونت العينة من 388 شخص، تراوحت أعمارهم ما بين 15 و64 عامًا في مدينة هونج كونج. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أنه كلما زاد الوقت الذي يقضيه المستجيبون على الإنترنت، قل الوقت في استخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية، حيث أفادت نسبة (35%) من المستخدمين أنهم قللوا من قراءة الصحف بعد استخدامهم للإنترنت، كما أفادت نسبة (40%) منهم أن استخدامهم للراديو قل، وأوضحت نسبة (53%) أن مشاهدتهم للتلفزيون انخفضت. وأشارت الدراسة إلى أنه كلما زاد استخدام الإنترنت لمتابعة الأخبار ومعرفة المعلومات، قل الوقت الذي يقضيه الشخص في قراءة الصحف وسماع الراديو ومتابعة التلفزيون.

16-دراسة (Zeitel-Bank & Tat, 2014)

استهدفت الدراسة البحث في تأثيرات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، واستخدمت منهج المسح وأداة الاستبيان. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على دماغ الإنسان وعلى جودة الحياة، كما تؤدي دورًا مهمًا في التأثير على التواصل البشري.

ثانيًا: الدراسات السابقة التي تناولت تأثير الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على طلاب الجامعة

1-دراسة (Brown & Kuss, 2020)

استهدفت الدراسة المقارنة بين العوامل النفسية كالسلامة العقلية (الرفاهية والسعادة) وإحساس الخوف من فقدان والترابط الاجتماعي قبل وبعد سبعة أيام من الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي لعدد 61 طالبًا، باستخدام استبيان عبر الإنترنت قبل وبعد التجربة. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن المشاركين شهدوا زيادة في السلامة العقلية والترابط الاجتماعي وانخفاض في كبير في فقدان. كما أوضح التحليل التجريبي أن الخوف من الفشل في التجربة يعد أبرز التحديات التي واجهت بعض المشاركين قبل الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي. نظرًا لأن استخدام هذه المنصات يعد عادة لديهم. بالإضافة إلى ذلك، أفاد بعض المشاركين أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يعد بمثابة فرصة للتغلب على الأفكار السلبية، ووسيلة للتعامل مع الضغوط اليومية، والهروب من المواقف الصعبة. أما بالنسبة إلى ما بعد التجربة، فقد أشار كثير من المستجيبين إلى شعورهم بالملل، حيث إنهم يستخدمون تطبيقات التواصل الاجتماعي للترفيه وقضاء وقت الفراغ.

2-دراسة (Harsono & Winduwati, 2020)

استهدفت الدراسة التعرف على تأثير الامتناع عن استخدام الإنترنت لمدة شهر واحد على تقدير الذات لطلاب الجامعة في إندونيسيا. واستخدم الباحثون المنهج النوعي عن طريق تنظيم مقابلات شخصية عميقة مع طلاب الجامعة. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن الطلاب أصبحوا يشعرون بتقدير أعلى لذواتهم، فركزوا على ترقية إمكاناتهم، وتوقف كثير منهم عن مقارنة حياتهم ببعضهم بعضًا. وكذلك أوضح الطلاب أنه بعد التوقف عن استخدام الإنترنت ونشر صورهم من خلاله، لم يشعروا برغبة في مشاركة إنجازاتهم أو صورهم لأنهم يعتقدون أنهم لا يحتاجون إلى أن يراهم كثير من الناس حتى يشعروا بالفخر أو تقدير الذات.

3-دراسة (Wilcockson, Osborne, & Ellis, 2019)

استهدفت الدراسة قياس مستوى المزاج والقلق والشغف لدى طلاب جامعة لانكستر (45 طالبًا)، من خلال توقعهم عن استخدام هواتفهم الذكية لمدة 24 ساعة. وتم قياس مستوى المزاج والقلق والشغف لدى المشاركين من خلال أربع جلسات، كما تم توجيه المشاركين إلى وضع الهاتف الذكي في حقيبة أدلة أمانة لدى الباحثين لمدة 24 ساعة. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى وجود تأثير رئيسي مهم على رغبة الطلاب الشديدة في الحصول على الهاتف، وأن المشاركين كانوا يتوقعون إلى استخدام الهاتف بشكل كبير. وبعد ذلك لاحظ الباحثون أن هناك بعض التحسن في الحالة المزاجية بين الجلستين الثانية والرابعة، فيمجرد حصول المشاركين على هواتفهم، أوضحوا تحسن حالتهم المزاجية مقارنة بفترة الامتناع.

4-دراسة (Siibak & Murumaa-Mengel, 2019)

استهدفت الدراسة معرفة كيف يساعد الانقطاع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على البناء الذاتي للشباب. وقام الباحثون بدعوة طلاب الجامعة في أستونيا (42 طالبًا) لتعطيل استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي لمدة خمسة أيام وتوثيق هذه التجربة عن طريق كتابة يومياتهم. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن عديدًا من طلاب الجامعة اعترفوا بأن وسائل التواصل الاجتماعي كالغراء السائد للأجيال. كما أعرب المشاركون عن الانزعاج من استخدامهم لهذه المنصات، ووصفوا في معظم الحالات على أنهم "مدمنون" للأجهزة الذكية. وكذلك أكد الشباب أن إحدى الصعوبات التي واجهتهم تكمن في اعتيادهم على استخدام هواتفهم الذكية عند استيقاظهم من النوم، وتصفح منصات مختلفة في بداية يومهم. وأخيرًا، استطاع المشاركون العثور على بدائل لعادات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث استبدل عديد من الطلاب محتوى وأنشطة وسائل التواصل الاجتماعي بالتلفزيون والإذاعة والصحف والكتب، كما استخدموا طرق التواصل وجهًا لوجه، والتحدث باستخدام الهاتف.

5-دراسة (Jorge, 2019)

استهدفت الدراسة رصد تجربة بعض المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي في التوقف عن استخدام الإنترنت لمدة معينة من خلال التحليل البصري والنصي لمنشورات المنصة وتحديد العواطف المرتبطة بها. وقام الباحث بتحديد المنشورات التي تعلن عن الانقطاع الطوعي، وتحكي عن تجربة المستخدمين باستخدام البحث لعلامات التصنيف والهاشتاق، مثل #disconnect و #digitaldetox و #offline و #unplug. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى وجود عدة محاور مهيمنة من أهمها: الاستمتاع بالحياة بلا اتصال، واستعادة التحكم، وتحويل الآخرين، والانفصال كخيار نمط الحياة. كما أعرب بعض المستخدمين عن سعادتهم بهذه التجربة الإيجابية، باعتبارها تنظيمًا ذاتيًا لهم من خلال قدرتهم على استعادة السيطرة على الوقت والعلاقات الاجتماعية والرفاهية. كما قام البعض بحملة نشطة لمحاولة التأثير على المستخدمين الآخرين للتوقف عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لفترة من الوقت.

6-دراسة (Stanovsek, 2019)

استهدفت الدراسة البحث في تأثير غياب الأجهزة الذكية، لمدة ثمان ساعات متواصلة، على طلاب الجامعة في الشعور بتقدير الذات والتواصل الاجتماعي من غير الإنترنت. واستخدمت الدراسة أدوات المراقبة والمقابلة. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن الامتناع وفر فرصة للمستجيبين للتعرف على قيمة هذه التجارب، بحيث شجعت كثيرًا منهم على تنمية استخدام الوسائط والتكنولوجيا بشكل أكثر وعيًا. وبالنسبة لطلاب الجامعة الذين نشأوا في عصر الاتصال المستمر، فإن تجربة التخلص من السموم الرقمية أظهرت نتائج مختلطة في إدارة الوقت، حيث تصور بعضهم أنها فرصة مرحب بها لإعادة النظر في المهام والهوايات المهملة. ومع ذلك، عبر البعض الآخر عن انزعاجهم لعدم وجود وسيلة لشغل وقتهم في أثناء الامتناع، كما وصفوا إحساسهم بالممل المفرط. أما بالنسبة إلى إيجابيات الامتناع عن وسائل الإعلام والتكنولوجيا الرقمية، فكانت إزالة التشتت، مما سمح للمستجيبين بالانخراط في التفكير الذاتي العميق دون عوائق، والتعرف على تجارب أخرى بديلة في هذا العالم "غير المتصل"، كان من الصعب الخوض فيها مع وجود التكنولوجيا الرقمية.

7-دراسة (Syvertsen & Enli, 2019)

استهدفت الدراسة تحليل مضمون 20 نصًا من مواقع إنترنت وكتب وكتيبات، تروج للمساعدة على التخلص من السموم الرقمية وإعادة التوازن في الحياة. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى مفاهيم مهمة اقترحتها هذه النصوص لتحسين الحياة عن طريق التقليل من استخدام الوسائط الرقمية؛ فقد تطرقت النصوص إلى موضوع الأصالة، حيث توضح إحدى الفرضيات القوية أن الاتصال من غير الإنترنت حقيقي

وصادق مقارنةً بالاتصال عبر الإنترنت المزيف وغير الواقعي وغير الجدير بالثقة. وأوصت النصوص بالتقليل من استخدام التكنولوجيا والتواصل مع أشخاص بعيدًا عن الإنترنت لبناء الثقة والانخراط في علاقات صادقة وجديرة بالثقة لتحسين جودة الحياة. وأكدت بعض النصوص أن التواصل عبر الإنترنت يقلل من كيفية رؤية الأشخاص لشكلهم وصورة جسدهم. لذلك اقترحت الدراسة بشكل عام استخدام بعض البدائل كتبديل الهاتف الذكي إلى هاتف قديم من دون إنترنت (غير ذكي)، أو قراءة كتاب مطبوع، أو لعب لعبة لوحية مع الأصدقاء بهدف إعادة التواصل بقيم وأنماط حياة أكثر أصالة.

8-دراسة (Buctot, Kim, & Park, 2019)

استهدفت الدراسة تقييم فعالية برنامج التخلص من السموم الرقمية بين طلاب الجامعة. وقد تضمن البرنامج تطبيق ست جلسات من الامتناع عن الهواتف الذكية على 16 طالبًا لمعرفة تأثير هذا الامتناع على مقياس الإدارة الذاتية للصحة البدنية والاجتماعية. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن معدلات إدمان الهواتف الذكية انخفضت بشكل ملحوظ، كما ارتفع متوسط درجات الإدارة الذاتية والصحة النفسية بشكل إيجابي.

9-دراسة (Hou, Xiong, Jiang, Song, & Wang, 2019)

استهدفت الدراسة اختبار تأثير الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تحسين الصحة العقلية لطلاب الجامعات وكفاءتهم الأكاديمية. وقام الباحثون بعمل دراسة تجريبية من خلال مشاركة 38 طالبًا في إحدى الجامعات الصينية من خلال تعيينهم بشكل عشوائي إما إلى مجموعة تجريبية (21) أو ضابطة (17)، وشارك المشاركون في المجموعة التجريبية في برنامج تدخل من خلال الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي لمدة أسبوع واحد. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن المشاركين في المجموعة التجريبية انخفض لديهم إدمان وسائل التواصل الاجتماعي وظهر لديهم تحسن في الصحة العقلية بالإضافة إلى تقدير الذات. وأضافت الدراسة أن المشاركين قضوا مزيدًا من الوقت في المشاركة في التعلم بعد تجربة التدخل.

10-دراسة (Hunt, Marx, Lipson, & Young, 2018)

استهدفت الدراسة التجريبية البحث فيما ينتج عن الحد من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من حيث تحسين الرفاهية أو الراحة لدى المشاركين في الولايات المتحدة الأمريكية. وقام الباحثون بمراقبة 143 طالب جامعي في جامعة بنسلفانيا بشكل عشوائي لمنعهم عن استخدام الفيسبوك والإنستغرام والسناپ شات لمدة عشر دقائق، ومتابعة استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي كالمعتاد (مجموعة التحكم) لمدة ثلاثة أسابيع. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى وجود انخفاضات كبيرة في الشعور بالوحدة والاكتئاب على مدى ثلاثة أسابيع مقارنة بمجموعة التحكم. كما أظهرت المجموعتان انخفاضًا كبيرًا في القلق والخوف من فقدان، بما يشير إلى فائدة زيادة

المراقبة الذاتية على الأفراد. ومن ناحية أخرى، لم تظهر النتائج تحسناً في تقدير الذات لدى المشاركين، وقد يرجع ذلك إلى أن الحد الزمني لمنع استخدام هذه المنصات لم يكن طويلاً بما يكفي لإحداث تغييرات إيجابية لدى المشاركين. وأخيراً، أكد الباحثون أن خفض استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لـ 30 دقيقة يومياً قد يؤدي إلى تحسن كبير في الرفاهية.

11-دراسة (Baumer, Guha, Quan, Mimno & Gay, 2015)

استهدفت الدراسة تحليل وفهم التجارب حول ظاهرة "الارتداد"، وهي التوقف عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ثم الرجوع إليها، وتحديداً الفيسبوك. وقام الباحثون بدراسة التأثيرات الفردية والاجتماعية المختلفة على عدم استخدام التكنولوجيا عن طريق فحص سلوكيات مجموعة من مستخدمي الفيسبوك بشكل طوعي، مع دراسة تجاربهم في عدم الاستخدام. واستخدمت الدراسة بيانات من العالم الحقيقي لحملة دعت إلى عدم استخدام الفيسبوك لمدة 99 يوماً، تعهد فيها أكثر من 40,000 مشارك. وقام الباحثون بالإعلان عن هذا الاستطلاع عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الإخبارية الرئيسية التي دعت المهتمين إلى المشاركة من خلال ثلاثة استطلاعات مختلفة تم نشرها في اليوم 33، و66، و99 من الامتناع عن استخدام الفيسبوك لوصف تجاربهم خلال هذه الفترات بمعدل استجابة حوالي 10%. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن المشتركين شعروا بفقدان أحداث مهمة لأصدقائهم، مثل أعياد الميلاد والرسائل والصور. ورغم ذلك، انخفض شعور فقدان مثل هذه الأحداث لديهم بعد فترة من الوقت. وبالنسبة للارتداد، رأى المبحوثون، الذين أبلغوا عن استخدامهم المتكرر لفيسبوك، أن عدم استخدام الفيسبوك هو أكثر صعوبة بالنسبة لهم، فزادت احتمالية ارتدادهم. أما أولئك الذين أبلغوا عن حالات مزاجية إيجابية، فكانوا أقل احتمالاً للعودة.

12-دراسة (White, 2013)

استهدفت الدراسة إجراء دراسة تجريبية لمدة يوم واحد بين طلاب إحدى الجامعات في الولايات المتحدة الأمريكية، بالتطبيق على 25 طالباً، حيث طُلب منهم الابتعاد عن استخدام جميع التكنولوجيا الرقمية (مثل الجوال أو الكمبيوتر المتنقل) في المنزل والمشاركة لمدة عشر ساعات من التواصل المباشر. وتضمنت الدراسة استخدام أنشطة بديلة، مثل السير ومسابقة الإملاء، وذلك عن طريق توفير فرصة للطلاب للاختلاط والتفاعل دون تشتيت التكنولوجيا الرقمية. كما قام الباحث بمراقبة أنماط السلوك الاجتماعي والتواصل لدى المستجيبين. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن الطلاب يواجهون صعوبة في التواصل اللفظي في أثناء التجربة، وأن وسائل التواصل عن طريق التكنولوجيا الرقمية لها تأثير سلبي على قدرة الطلاب على التواصل شفهيًا وكتابياً.

التعليق على الدراسات السابقة:

1. أجريت معظم الدراسات التجريبية التي تناولت تأثير الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بالتطبيق على عينة من طلاب وطالبات الجامعات. وتمت هذه الدراسات في الدول الأجنبية، مثل أمريكا (Hunt et al., 2018)، وإندونيسيا (Harsono & Winduwati, 2020)، والصين (Hou et al., 2019)، وبريطانيا (Wilcockson, Osborne, & Ellis, 2019).
2. في حدود علم الباحثة، لا توجد دراسة منشورة في العالم العربي، تحديداً في السعودية، قامت باختبار تأثير الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي على طالبات الجامعة مستخدمة نظرية الإزاحة، لذا تتضح أهمية الدراسة الحالية وتفردها في المجال.
3. قامت جميع الدراسات السابقة باستخدام البحث التجريبي لدراسة تأثير الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركين قبل وبعد التجربة. كما استخدمت الدراسات السابقة أداة الاستبيان (Buctot, Brown & Kuss, 2020; Stanovsek, 2019; Harsono & Kim, & Park, 2019)، والمقابلات (Harsono & Winduwati, 2020)، وتحليل اليوميات (Siibak & Murumaa- (Mengel, 2019)، وتحليل المنشورات في الإنستغرام (Jorge, 2019).
4. ركزت الدراسات الأجنبية السابقة على اختبار الشعور بالخوف من فقدان الأخبار والمعلومات (FoMO) عند طلاب الجامعة في أثناء امتناعهم عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. واتفقت عديد من الدراسات على أن المشاركين شعروا بزيادة في الخوف من فقدان في بداية التجربة، ثم بدأ احساس فقدان بالانخفاض بعد ذلك (Brown & Kuss, 2020; Ratnasari & Oktaviani, 2019).
5. بالنسبة للأداء الأكاديمي، اتفقت أغلب الدراسات على أنه في أثناء التوقف عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، شعر الطلاب أنهم قضوا وقتاً أطول في الدراسة (Hou et al., 2019). كما وجد كل من (Jorge, 2019) و Siibak (and Murumaa-Mengel, 2019) تحسناً في العلاقات الاجتماعية بين المشاركين بعد التوقف عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
6. تمثلت الاستفادة من الدراسات السابقة في صياغة تساؤلات الدراسة وفروضها، وتحديد نوعية المتغيرات، وذلك في إطار علاقتها بالامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
7. ركزت أغلب الدراسات على البحث في تحسن الصحة العقلية والنفسية للطلاب، ومدى شعورهم بتقدير الذات، أو التقليل من إدمان وسائل التواصل الاجتماعي ومدى شعورهم بتقدير الذات، أو التقليل من إدمان وسائل التواصل الاجتماعي (Wilcockson, Osborne, & Ellis, 2019)، إلا أنه توجد ندرة في هذه الدراسات من وجهة نظر الاتصال والإعلام. وعلى سبيل المثال، أثبت Siibak (and Murumaa-Mengel, 2019) من خلال تحليل يوميات الطلاب، أن عديداً من الطلاب استبدلوا وسائل التواصل الاجتماعي بمشاهدة التلفزيون،

والاستماع إلى الإذاعة، وقراءة الصحف أو الكتب. كما استخدم كثير من الطلاب الهاتف كبديل عن التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

8. أظهرت الدراسات نتائج متباينة في تحسين تقدير الذات لدى طلاب الجامعة بعد الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. وعلى سبيل المثال، لم توضح دراسة (Hunt et al., 2018) وجود أي تحسن في تقدير الذات لدى المشاركين، في حين أثبتت بعض الدراسات ارتفاعاً ملحوظاً في تقدير الذات Martanatasha (Primadini, 2019; Hou et al., 2019)، خصوصاً لدى الفتيات (Andreassen, Pallesen, & Griffiths, 2017). لذلك تبرز أهمية اختبار مستوى تغير تقدير الذات في هذه الدراسة قبل التجربة وبعدها.

9. تعددت المنصات المستخدمة في الدراسات السابقة واستخدمت معظمها الفيسبوك والإنستغرام. في حين أن كثيراً من الدراسات لم تحدد نوعية المنصات المستخدمة في التجربة. وفي هذه الدراسة، تم اختيار المنصات الأكثر استخداماً من جانب الطالبات.

التعريفات الإجرائية:

وسائل التواصل الاجتماعي:

لا يوجد تعريف موحد لوسائل التواصل الاجتماعي في الدراسات السابقة، لكن يمكن تعريف وسائل التواصل الاجتماعي، أو السوشال ميديا "social media"، على أنها "مجموعة من تطبيقات شبكة الإنترنت، التي تمكن من إنشاء وتبادل المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة المستخدمين" (Kaplan & Haenlein, 2010). ويعرف Safko (2010) وسائل التواصل الاجتماعي بأنها "ممارسات وسلوكيات وأنشطة لأفراد يجتمعون للمشاركة عبر شبكة الإنترنت باستخدام وسائط المحادثة لتبادل المعلومات والمعرفة". وهي تطبيقات تتيح إنشاء المحتوى وتبادله بسهولة في أشكال متنوعة، كالكمات والصور ومقاطع الفيديو والتسجيلات الصوتية.

وفقاً لـ (حبيب، 2019، ص 191)، تتبع أهمية وسائل التواصل الاجتماعي من قوة تأثيرها الاجتماعي، حيث إنها تتميز بما يلي:

1. تمنح الأفراد القدرة على جعل محتويات المستخدمين في موقع الاهتمام عند المتصفحين.
2. تحقق فاعلية الحضور، ويتضمن ذلك أربعة عناصر، هي: التفاعلية والمشاركة والتعاون واتصاف المحتوى بالصدق.
3. تؤدي دور المراقب في المجتمع، حيث يمكن للفرد تصوير مشاهد بكاميرا الجوال، ثم نشرها على هذه المنصات.
4. تؤدي دوراً مهماً في المبادرات الفردية والتغيير في المجتمع.
5. تملك إمكانات متجددة تزيد من تأثير هذه المنصات بين الأفراد وفي المجتمع.

فيما يلي أهم منصات التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية:

التويتير Twitter:

تأسس تويتير في عام 2006، وهو الوسيلة الأسرع نموًا لوسائل التواصل الاجتماعي حول العالم (GlobalWebIndex, 2013). ويعد تويتير قناة اتصال قائمة على الإنترنت تمكن المستخدمين من إنشاء رسالة أو ما يُعرف بالتغريدة، في عدد معين من الحروف لا يتعدى 140 حرف، مع تحميل الصور ومقاطع الفيديو ومشاركة التغريدة مع المستخدمين. ويعد تويتير قوة مطلقة في مجال التواصل الاجتماعي، حيث يحصل ما يقرب من ثلثي الشباب العربي (63%) على الأخبار والمعلومات من هذه المنصة (الفهيد، 2019). ومحليًا، يتمتع تويتير بشعبية كبيرة في المملكة العربية السعودية، فهو من أقوى المواقع المجانية تأثيرًا، كما تعتمد عليه كثير من المؤسسات الحكومية والشركات والجامعات للتواصل مع المتابعين والإعلان عن أنشطتهم (حبيب، 2019). ويبلغ عدد مستخدمي تويتير في المملكة العربية السعودية (14.35) مليون مستخدم، منهم (30.8%) من الإناث (Digital 2020 Saudi Arabia, 2020).

إنستغرام Instagram:

تأسس الإنستغرام في عام 2010، وهو من أكثر التطبيقات المستخدمة بين الشباب، حيث يشكل الشباب نسبة عالية من مستخدميه، خاصة الإناث (باكرمان، 2016). ويتيح التطبيق إضافة وتبادل الصور ومقاطع الفيديو وتبادلها مع المتابعين، بالإضافة إلى كتابة التعليقات تحت المنشورات. ويبلغ عدد مستخدمي الإنستغرام في المملكة العربية السعودية (12) مليون مستخدم، في حين بلغت نسبة المستخدمين الإناث (37.6%) (Digital 2020 Saudi Arabia, 2020). بالإضافة إلى ذلك، قام الإنستغرام بإضافة ميزة جديدة تحمل اسم القصة (story)، تتيح للمستخدم مشاركة لحظات اليوم مع المتابعين من خلال الصور ومقاطع الفيديو لمدة 24 ساعة. كما أصبح الإنستغرام وجهة لكثير من المشاهير، وتستخدمه عديد من المحلات التجارية والمطاعم ومؤسسات الأعمال الصغيرة كمنصة تسويق، بالإضافة إلى الاستخدامات الشخصية (حبيب، 2019).

الواتس آب WhatsApp:

تأسس الواتس آب في عام 2009، وهو تطبيق يسمح للمستخدمين بالتواصل السريع من خلال تبادل الرسائل النصية والصور والفيديو والرسائل الصوتية. ويعد تطبيق الواتس آب من أشهر منصات التواصل الاجتماعي على مستوى العالم، فهو يُستخدم للتواصل وتبادل الرسائل مع الأهل والأقارب والأصدقاء بصورة دائمة. وهناك زيادة هائلة ونمو سريع في عدد مستخدميه في المملكة العربية السعودية من جميع الفئات العمرية البالغة، حيث بلغ (24.37) مليون مستخدم، وهو ما يمثل (72%) من سكان المملكة (Saudi Arabia Social media, 2019). كما يؤدي التطبيق دورًا رئيسيًا

في حياة الطلاب, حيث يستعين به الطلاب والمدرسون في تسهيل العملية التعليمية (العنزي، 2017).

سناب شات :Snapchat

انطلق سناب شات في عام 2011, وهو من أهم التطبيقات استخدماً من قبل السعوديين, حيث بلغ عدد مستخدميه في المملكة العربية السعودية (16.1) مليون مستخدم, منهم (50.3%) من الإناث (Digital 2020 Saudi Arabia, 2020). وينفرد تطبيق السناب شات عن غيره من وسائل التواصل الاجتماعي في نوعية المحتوى (حبيب، 2019). وهو عبارة عن تطبيق شبكة اجتماعية مُصمم لإرسال واستقبال رسائل من مقاطع فيديو وصور تُرفع على الموقع على شكل قصة (story). وتُحذف هذه المقاطع من القصة بعد 24 ساعة من نشرها. وأشار (Brown 2017) إلى أن جيل الألفية هو الشريحة الأعلى استخداماً لهذا التطبيق مقارنة بأي منصة أخرى.

اليوتيوب :YouTube

انطلق اليوتيوب في عام 2005, ويُعتبر السعوديون هم الأعلى مشاهدة للتطبيق على مستوى العالم لمدة ساعتين يومياً (عبدي، 2020), حيث تجاوزت نسبة مستخدميه (75%) من مجموع مستخدمي شبكة الإنترنت في المملكة العربية السعودية (Digital 2020 Saudi Arabia, 2020). ويقدم اليوتيوب خدمات كثيرة, حيث يوفر خدمة مشاركة مقاطع من الفيديوهات المصورة مباشرة ومشاهدتها من قبل المستخدمين الآخرين. كما يستطيع المستخدمون مشاهدة مقاطع القرآن، وأحدث الأغاني والمسلسلات، وبعض من الأفلام من مختلف اللهجات حول العالم. وتكمن أهمية التطبيق في أنه جعل من المواطنين العاديين، خاصة الشباب، صحفيين، حيث استطاع الفرد دعم المعلومات وتوثيقها بالصوت والصورة (حبيب، 2019).

الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي/ التخلص من السموم الرقمية:

في السنوات الأخيرة, برز مصطلح التخلص من السموم الرقمية أو الديتوكس الرقمي "digital detox" كرد فعل للوعي المتزايد للعواقب السلبية لانتشار التكنولوجيا والتواصل المستمر وتطوير عادات إعلامية تكون أكثر توازناً (Stanovsek, 2019). وتم تعريف المصطلح في قاموس أكسفورد على أنه "فترة زمنية يمتنع فيها الشخص عن استخدام الأجهزة الإلكترونية, مثل الهواتف الذكية أو أجهزة الكمبيوتر، التي تعتبر فرصة لتقليل الضغط أو التركيز على التفاعل الاجتماعي في العالم المادي" (Meaning of digital detox, 2020). ويرجع أصل استخدام مفهوم التخلص من السموم (الديتوكس) إلى بعض العمليات الطبية لتقليل المواد السامة أو الضارة من الجسم، مثل تطهير القولون أو استخدام بعض العصائر لتطهير الجسم (Palermo, 2015).

تختلف فترات الامتناع الرقمي من قضاء ساعة أو ساعتين دون الهاتف النقال إلى الانقطاع الرقمي في العطلات لعدة أسابيع. ويتنوع نوع الوسيط المستخدم في الانقطاع، حيث إن التخلص من السموم قد يكون في الامتناع عن استخدام الإنترنت، مثل وسائل التواصل الاجتماعي وألعاب الفيديو الرقمية، وقد يعني أيضًا الامتناع عن استخدام وسائل أخرى، مثل التلفزيون أو البرامج ذات الصلة بالعمل (Syvertsen & Enli, 2019).

استخدمت الدراسات الأجنبية السابقة مصطلحات مثل: التخلص من السموم في وسائل التواصل الاجتماعي "social media detox"، والامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي "social media abstinence" (Brown & Kuss, 2020)، وعدم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي "social media non-use" (Baumer et al., 2015)، والحد من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي "limiting social media" (Hunt et al., 2018). واستخدمت الدراسة مصطلح الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي، ويُقصد به الفترة الزمنية التي يتمتع فيها الفرد عن الدخول إلى وسائل التواصل الاجتماعي، سواء من خلال الهاتف الذكي أو أجهزة الكمبيوتر.

العلاقات الاجتماعية:

تعرف العلاقات الاجتماعية بأنها "أي صلة بين فردين أو جماعتين أو أكثر أو بين فرد وجماعة. وقد تقوم هذه الصلة على التعاون أو عدم التعاون. وقد تكون مباشرة أو غير مباشرة، وقد تكون فورية أو آجلة" (بدوي، 1982، ص352). ويشمل التواصل الاجتماعي جميع العلاقات أو الروابط التي تربط الأشخاص بأشخاص أو مجموعات أخرى، سواء كانت مع العائلة أو الجيران أو الأصدقاء أو المجموعات الرياضية أو المجموعات الاجتماعية أو زملاء العمل (Willkinson et al., 2019). ويُقصد في هذا البحث بالعلاقات الاجتماعية تواصل الفرد مع أفراد العائلة والأصدقاء من غير اتصال بالإنترنت.

أثبتت بعض الدراسات أن وسائل التواصل الاجتماعي و "online communication" تقوم بتدعيم وتسهيل التواصل الاجتماعي مع أفراد العائلة والأصدقاء (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2011)، حيث يمكن لهذه العلاقات أن تزدهر بالتواصل عبر الإنترنت (McKenna & Bargh, 2000). كما أثبتت عديد من الدراسات الأخرى انخفاض التواصل وظهور مشاكل في العلاقات الاجتماعية مع أفراد الأسرة والأصدقاء مع زيادة استخدام الإنترنت (الناصر، 2019)، وأن التفاعلات الاجتماعية المباشرة تصبح مع مرور الوقت نادرة الحدوث، حيث تحظى أنشطة الإنترنت بالأفضلية (Tokunaga, 2016).

الأداء الأكاديمي:

يعرف (Tuckman 1975) الأداء الأكاديمي بأنه "إثبات واضح لتحلي الطالب بالمهارات وفهمه ومعرفته بالمادة التعليمية"، وفي كثير من الأحيان فإن درجات الطالب يمكن أن تعبر عن الأداء الأكاديمي الخاص به. ويُقصد بالأداء الأكاديمي في هذه الدراسة حكم الطالبة على الأداء الخاص بها في إكمال الواجبات المدرسية وقدرتها على إدارة المسؤوليات الأكاديمية في الجامعة، بالإضافة إلى تقييم الأداء الأكاديمي بشكل عام.

هناك عوامل يمكن أن تؤثر بشكل إيجابي أو سلبي على أداء الطلاب الأكاديمي؛ منها استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي (Mehmood & Taswir, 2013)، وقد دعا Cox (2014) و Tyree (2014) إلى ضرورة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مثل الـ Facebook و Twitter، في التعليم لدورها في ربط ما يتعلمه الطلاب من تجارب ودروس بالحياة الواقعية. وعلى الصعيد الآخر، تم إجراء عديد من الدراسات حول تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الطلاب الأكاديمي، حيث وجد الباحثون انخفاضاً في درجات الطلاب الذين يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي بشكل متكرر (Banquil, Burce, Chua, & Dianalan, 2009).

وسائل اتصال أخرى:

تُعرف وسائل الاتصال بأنها الطرق التي تسهل حدوث التواصل، وقد تكون وسائل الاتصال قديمة أو حديثة (Saini, 2012). ويمكن تصنيف وسائل الاتصال إلى وسائل الاتصال المقروءة، ووسائل الاتصال المرئية، ووسائل الاتصال المسموعة، ووسائل الاتصال المكتوبة (سلطان، 2012).

في هذه الدراسة، يُقصد بوسائل الاتصال الأخرى الوسائل الاتصالية التي لا تعتمد على شبكة الإنترنت، مثل: الكتب والهاتف والتلفزيون. وتم اختيار قراءة الكتب لتمثل الاتصال المقروء، كما تم اختيار الكتابة خارج الإطار الأكاديمي لتمثل الاتصال المكتوب. وتم اختيار مشاهدة التلفزيون لتمثل الاتصال المرئي، وذلك في دراسة عن أكثر وسائل الإعلام التقليدية استخداماً بين السعوديين، حيث أوضح الباحث أن التلفزيون هو الأكثر مشاهدة بين وسائل الإعلام التقليدية، يليه الراديو بفارق كبير، ثم قراءة الصحف (Kharmi, 2018). واستخدمت الدراسة الهاتف النقال كوسيلة اتصال مسموعة نظراً لأن عدد مشتركى الهاتف النقال في السعودية يفوق بمراحل كبيرة عدد مشتركى الهاتف الثابت (هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات، 2016).

تقدير الذات:

يعد تقدير الذات المكون العاطفي لمفهوم الذات, وهو عبارة عن حكم شخصي أو تقييم الفرد حيال نفسه بشكل مستمد من المشاعر والأفكار والأحاسيس والتجارب طوال فترة حياته (Leary & Baumeister, 2000). وهناك عدة جوانب لتقدير الذات, مثل احترام الذات الضمني والصريح. ويتعامل الأفراد ذوي تقدير الذات الضمني بطريقة غير واعية في تقييم أنفسهم, في حين يعتمد الأفراد ذوي تقدير الذات الصريح على التقييم الذاتي التأملي الواعي (De Jong, Sportel, de Hullu & Nauta, 2012). كما أثبت كل من (De Jong, Sportel, de Hullu and Nauta, 2012) أن هناك علاقة بين ضعف تقدير الذات الضمني والقلق الاجتماعي, خاصة بالنسبة للإناث, حيث يرتفع الشعور بعدم الرضا عن النفس بعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (Vogel, Rose, Roberts, & Eckles, 2014).

فروض الدراسة:

في ضوء تحديد مشكلة الدراسة وأهدافها وإطارها النظري, تتحدد فروض الدراسة فيما يلي:

الفرض الأول:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية لدى عينة الدراسة بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي, والعوامل الديموغرافية المتمثلة في العمر والسنة الجامعية والكلية.

الفرض الثاني:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية لدى عينة الدراسة في العلاقات الاجتماعية (العائلة-الأصدقاء) قبل وبعد الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي.

الفرض الثالث:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية لدى عينة الدراسة في الأداء الأكاديمي قبل وبعد الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي.

الفرض الرابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية لدى عينة الدراسة في استخدام وسائل الاتصال الأخرى (مشاهدة التلفزيون- قراءة الكتب- التحدث في الجوال- ممارسة الكتابة) قبل وبعد الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي.

الفرض الخامس:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية لدى عينة الدراسة في تقدير الذات لدى عينة الدراسة قبل وبعد الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة ومنهجها:

أولاً: قامت الباحثة في بداية هذه الدراسة بإجراء دراسة استطلاعية بالتطبيق على الطالبات بهدف معرفة أهم منصات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها الطالبات بشكل متكرر, وذلك لاختيار المنصات ذات التكرار العالي لتطبيق الامتناع عليها.

ثانياً: اتبعت الباحثة المنهج التجريبي (experimental research) عن طريق أداة الاستبيان (قبل وبعد التجربة), من أجل توضيح مدى تأثير الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمدة ثلاثة أيام على عينة من طالبات جامعة الملك عبدالعزيز, وتأثير هذا التوقف على العلاقات الاجتماعية والأداء الأكاديمي وتقدير الذات واستخدام وسائل اتصال أخرى. كما تركز الدراسات التجريبية في الاتصال والإعلام على تفسير سلوك الاتصال من خلال تكوين علاقة بين السبب والنتيجة (Frey, 2000).

تم تحديد ثلاثة أيام للامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي, وذلك بناءً على نتائج الدراسات الأجنبية السابقة التي أكدت أن مدة 24 ساعة (White, 2013) تعتبر مدة قصيرة وغير كافية لقياس وتحديد تأثير التوقف عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين طلاب الجامعة. هذا إلى جانب صعوبة التوقف لمدة خمسة أيام (Brown & Kuss, 2019), أو سبعة أيام (Siibak & Murumaa-Mengel, 2019), أو أكثر, خاصة بالنسبة للطالبات, حيث إن كثيراً منهن يستخدمن الواتس أب في التواصل مع الأساتذات والطالبات فيما يخص العملية التعليمية, وكذلك مع الأهل والأصدقاء.

ثالثاً: قامت الباحثة بتطبيق أداة تحليل المضمون (Content analysis), باعتبارها أداة تتسم بالموضوعية وتحليل المحتوى النصي عن طريق فحص أنماط الاتصال واستنتاجات التكرارات في النصوص (Frey, 2000). ثم قامت الطالبات بالتعبير الكتابي عن شعورهن في أثناء فترة الامتناع والخوف من فقدان الأحداث لمدة ثلاثة أيام في شكل مذكرات, تم تسليمها إلى الباحثة بعد إجراء التجربة.

مجتمع الدراسة:

يتحدد مجتمع الدراسة في طالبات جامعة الملك عبدالعزيز بالمملكة العربية السعودية, من مختلف المستويات الدراسية (طالبات التخصص), حيث شملت العينة طالبات السنة الجامعية الثانية حتى الخامسة, وتراوحت الفئات العمرية لهن بين 18-23 عاماً.

عينة الدراسة

تم تطبيق البحث على عينة من (150) طالبة بكالوريوس في مادة المدخل إلى وسائل الإعلام، وهي مادة عامة تابعة لكلية الاتصال والإعلام يتم تدريسها لطالبات جامعة الملك عبدالعزيز. واختارت الباحثة طالبات البكالوريوس في جامعة الملك عبدالعزيز كعينة للبحث نظرًا لارتفاع معدلات استخدامهن لوسائل التواصل الاجتماعي التي تشكل حيزًا كبيرًا من اهتماماتهن، كما ينخرطن في أنشطتها الاتصالية المختلفة.

جدول رقم (1)

خصائص عينة الدراسة

الإجمالي		البيانات الشخصية
%	ك	
82.7	124	20-18
17.3	26	23-21
100.0	150	الإجمالي
66.0	99	السنة الثانية
17.3	26	السنة الثالثة
12.0	18	السنة الرابعة
4.7	7	السنة الخامسة
100.0	150	الإجمالي
57.3	86	كلية الاتصال والإعلام
23.3	35	كلية الآداب والعلوم الإنسانية
.7	1	كلية الاقتصاد والإدارة
.7	1	كلية علوم الانسان (اقتصاد منزلي سابقا)
5.3	8	كلية الحاسبات وتقنية المعلومات
12.7	19	كلية القانون
100.0	150	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة؛ فحول العمر، بلغت نسبة من تتراوح أعمارهن بين "18 و 20 عامًا" (82,7%)، في مقابل (17,3%) لمن تتراوح أعمارهن بين (12 و 23 عامًا). أما فيما يتعلق بالسنة الجامعية، فقد بلغت نسبة طالبات السنة الثانية (66%)، وكانت نسبة طالبات السنة الثالثة (17,3%)، ونسبة طالبات السنة الرابعة (12%)، وأخيرًا بلغت نسبة طالبات السنة الخامسة (4,7%). وحول الكلية، فقد بلغت نسبة طالبات كلية الاتصال والإعلام (57,3%)، وكانت نسبة طالبات كلية الآداب والعلوم الإنسانية (23,3%)، ونسبة طالبات كلية القانون (12,7%)، وأخيرًا بلغت نسبة طالبات كلية علوم الإنسان (0,7%).

أدوات جمع البيانات:

تحدد أدوات جمع البيانات، التي اعتمدت عليها الدراسة محل البحث، في استمارة الاستبيان، حيث قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان حرصت من خلالها على تحقيق كافة أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها، والتحقق من فروضها، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة والمقاييس المختلفة. وتم تصميم ثلاثة استبيانات؛ أولها استبيان استطلاعي لمعرفة منصات التواصل الاجتماعي المفضلة لدى الطالبات، ثم استبيان أولي تم توزيعه قبل التجربة لجمع معلومات عن البيانات الشخصية للمبحوثات وكثافة استخدامهن لوسائل التواصل الاجتماعي مع تحديد مقاييس تغطية أهداف الدراسة بشكل وافٍ، ثم تم تصميم استبيان ثانٍ بعد التجربة لقياس التغيرات التي طرأت على الطالبات بعد التجربة مقارنةً بنتائج الاستبيان الأول. وأخيراً، تم تحليل المذكرات، وقراءة الردود المكتوبة، وإيجاد الرموز الدلالية، والبحث عن الأنماط المتسقة بين النصوص لاستخدامها في التحليل الإحصائي.

اختبار الصدق والثبات:

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات من خلال إجراء اختباري الصدق والثبات لها، وذلك على النحو التالي:

• اختبار الصدق (Validity):

يعني الصدق الظاهري صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه. وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث، تم عرض البيانات (صحيفة الاستبيان) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في مناهج البحث والإعلام والإحصاء.

• اختبار الثبات (Reliability):

يُقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين عند استخدامهم لنفس الأسس والأساليب بالتطبيق على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة الباحثة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي إلى ظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وهو ما تم على النحو التالي:

قامت الباحثة بتطبيق اختبار الثبات على عينة تمثل (10%) من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستبيان، ثم أعادت تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة تمثل (5%) من عينة الدراسة بعد أسبوعين من الاختبار الأول، وصلت نتيجته إلى (96.2%)، مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق وتعميم النتائج.

الإطار الزمني لجمع البيانات:

تم إجراء الدراسة وتطبيقها منذ يوم الأحد الموافق 2020/2/9 حتى الثلاثاء الموافق 2020/2/11 في الفصل الدراسي الثاني.

متغيرات البحث:

تحدد متغيرات البحث على النحو التالي:

1. المتغيرات التابعة:
تشمل كل من العلاقات الاجتماعية (العائلة- الأصدقاء)، والأداء الأكاديمي، ووسائل الاتصال الأخرى، وتقدير الذات.
2. المتغيرات المستقلة:
تشمل كل من كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك لمدة ثلاثة أيام.
3. المتغيرات الوسيطة:
تشمل المتغيرات الديموغرافية (العمر- السنة الجامعية- الكلية).

رابعاً: التحليل الإحصائي للبيانات

قامت الباحثة بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS) لتحليل بيانات الدراسة الميدانية. ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (95%) فأكثر، أي عند مستوى معنوية (0.05) فأقل.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

أولاً: المقاييس الوصفية

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي.
- الانحراف المعياري، وهو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي.
- الوزن النسبي الذي يحسب من المعادلة: (المتوسط الحسابي $\times 100$) \div الدرجة العظمى للعبارة.

ثانياً: الاختبارات الإحصائية

- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test).
- كاي 2 (Chi square) اختبار استقلالية العبارة، ويُستخدم لدراسة معنوية الفروق بين مجموعات المتغيرات الأسمية.
- تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA.

ثالثاً: معاملات الارتباط Correlation

معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient).

نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج الدراسة الاستطلاعية

تم إجراء استطلاع عبر الإنترنت للطلّبات باستخدام Google Forms, بالتطبيق على عينة تبلغ (150) مفردة لتحديد أهم منصات وسائل التواصل الاجتماعي التي تفضلها الطّالبات.

جدول رقم (2)

أهم منصات وسائل التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة

أهم منصات وسائل التواصل الاجتماعي	ك	%
سناپ شات	118	78.7
الواتس آب	114	76.0
تويتر	84	56.0
إنستقرام	80	53.3
اليوتيوب	52	34.7
أخرى	6	4.0
الفيسبوك	2	1.3
الإجمالي	150	

يوضح الجدول السابق أهم منصات وسائل التواصل الاجتماعي التي تتابعها الطّالبات عينة الدراسة؛ فجاء "سناپ شات" في مقدمتها بنسبة (78,7%)، ثم "الواتس آب" بنسبة (76%)، يلي ذلك "تويتر" بنسبة (56%)، ثم "إنستقرام" بنسبة (53,3%)، وأخيراً "الفيسبوك" بنسبة (1,3%). وتتفق هذه النتيجة مع دراسة الصبان والحري (2019) التي أكدت أن أكثر التطبيقات استخداماً بين الطّالاب هو سناپ شات بنسبة (23%)، يليه تطبيق الواتس آب بنسبة (21.4%)، ثم تويتر بنسبة (19%)، فالويوتيوب بنسبة (16.3%)، ثم تطبيق إنستقرام بنسبة (13.5%). وكان تطبيق الفيسبوك الأقل استخداماً بين الطّالاب بنسبة (1.2%).

ثانياً: نتائج الدراسة التجريبية

النتائج العامة للدراسة التجريبية والمقاييس الإحصائية

المحور الأول: الاستبيان الأول (قبل التجربة)

- توزيع عينة الدراسة من طالبات جامعة الملك عبدالعزيز وفقاً لتوقفهم عن وسائل التواصل الاجتماعي لفترة من الوقت (في وقت سابق):

جدول رقم (3)

مدى قيام عينة الدراسة بالتوقف عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لفترة من الوقت

من الوقت	ك	%
نعم	82	54.7
لا	68	45.3
الإجمالي	150	100.0
كا: 1.307	درجة الحرية: 1	مستوي المعنوية: 0.253 غير دال

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى قيام المبحوثات بالتوقف عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لفترة من الوقت؛ فأجابت أغلبهن بـ "نعم" بنسبة (54,7%)، في مقابل (45,3%) منهن أجبن بـ "لا". وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا (1.307)، عند درجة حرية (1)، ومستوى معنوية (0.253)؛ الأمر الذي يوضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات في مدى قيامهن بالتوقف عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لفترة من الوقت. وفي ضوء ذلك، لاحظت الباحثة أن نصف عينة الدراسة سيق لهن الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، بما يعزز الرغبة في إعادة التجربة مرة أخرى.

- مدى معرفة عينة الدراسة لأحد الأشخاص الذين توقفوا عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لفترة من الوقت:

جدول رقم (4)

مدى معرفة عينة الدراسة لأحد الأشخاص الذين توقفوا عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لفترة من الوقت

من الوقت	ك	%
نعم	92	61.3
لا	58	38.7
الإجمالي	150	100.0
كا: 7.707	درجة الحرية: 1	مستوي المعنوية: 0.006

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى معرفة عينة الدراسة لأحد الأشخاص الذين توقفوا عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لفترة من الوقت؛ فأجابت أغلبهن بـ "نعم" بنسبة (61,3%)، في مقابل (38,7%) منهن أجبن بـ "لا". وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا (7.707)، عند

درجة حرية (1)، ومستوى معنوية (0.006)؛ الأمر الذي يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية لدى عينة الدراسة في مدى معرفتهم لأحد الأشخاص الذين توقفوا عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لفترة من الوقت. وفي ضوء ذلك، ترجح الباحثة أن معرفة عينة الدراسة لأحد الأشخاص الذين توقفوا عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لفترة من الوقت قد تكون دافعاً لخوض هذه التجربة والتوقف عن استخدام بعض المنصات لمدة ثلاثة أيام.

- توزيع عينة الدراسة من طالبات جامعة الملك عبدالعزيز وفقاً لكثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

قامت الباحثة باستخدام مقياس كثافة استخدام الفيسبوك (Intensity of Facebook use) (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007) لقياس عدد الساعات التي تقضيها كل طالبة يومياً وطبيعة استخدام كل طالبة لوسائل التواصل الاجتماعي.

- متوسط عدد الساعات التي تقضيها عينة الدراسة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يومياً:

جدول رقم (5)

متوسط عدد الساعات التي تقضيها عينة الدراسة يومياً في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

عدد ساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	ك	%
أكثر من ساعتين	65	43.3
ساعة ونصف - ساعتين	31	20.7
لا أعلم	31	20.7
30 - 44 دقيقة	12	8.0
45 - 59 دقيقة	7	4.7
15 - 29 دقيقة	3	2.0
0 - 14 دقيقة	1	.7
الإجمالي	150	100.0
كا: 146.333	درجة الحرية: 6	مستوي المعنوية: 0.000
دال		

تكشف البيانات السابقة عن الفترة التي قامت فيها عينة الدراسة بتصفح واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي يومياً خلال الأسبوع الماضي؛ فكانت "أكثر من ساعتين" بنسبة (43,3%)، ثم "من ساعة ونصف إلى ساعتين" بنسبة (20,7%)، يلي ذلك "من 30 إلى 44 دقيقة" بنسبة (8%)، وأخيراً "أقل من 14 دقيقة" بنسبة (0,7%). وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا (146.333)، عند درجة حرية (6)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية لدى عينة الدراسة في الفترة التي قمن فيها بتصفح واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي يومياً خلال الأسبوع الماضي. وتتفق هذه

النتيجة مع تقرير (2020) Digital 2020 report for Saudi Arabia الذي أكد أن متوسط الوقت اليومي الذي يقضيه مستخدمو الإنترنت في المملكة العربية السعودية في تصفح وسائل التواصل الاجتماعي هو ثلاث ساعات يوميًا. - طبيعة استخدام عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي بشكل يومي:

جدول رقم (6)

طبيعة استخدام عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي بشكل يومي

العبارة	أوافق بشدة		أوافق		لا أعظم		لا أوافق		لا أوافق بشدة		الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
إن وسائل التواصل الاجتماعي جزء من نشاطي اليومي	52.0	78	44.0	66	1.7	1	3.3	5	-	-	.681	89.0
أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزءًا من روتيني اليومي	47.3	71	48.7	73	1.7	1	2.7	4	1	.7	.704	87.8
أشعر أنني جزء من مجتمع مواقع التواصل الاجتماعي	12.7	19	46.7	70	22.0	33	16.0	24	4	2.7	.995	70.2
أنا فخورة بإخبار الناس أنني استخدم وسائل التواصل الاجتماعي	7.3	11	36.0	54	34.0	51	22.0	33	1	.7	.911	65.4
سأكون أسفة إذا أغلقت مواقع التواصل الاجتماعي	7.3	11	21.3	32	33.3	50	32.0	48	9	6.0	1.033	58.4
أشعر بالقلق عندما لا أقوم بتسجيل الدخول إلى وسائل التواصل الاجتماعي لفترة من الزمن	7.3	11	30.0	45	12.7	19	40.7	61	14	9.3	1.167	57.0

تكشف النتائج عن طبيعة استخدام عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي؛ فذكرن في المقدمة "إن وسائل التواصل الاجتماعي جزء من نشاطي اليومي" بوزن نسبي (89%)، ثم "أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزءًا من روتيني اليومي" بوزن نسبي (87,8%)، يلي ذلك "أشعر أنني جزء من مجتمع مواقع التواصل الاجتماعي" بوزن نسبي (70,2%)، وأخيرًا "أشعر بالقلق عندما لا أقوم بتسجيل الدخول إلى وسائل التواصل الاجتماعي لفترة من الزمن" بوزن نسبي (57%).

جدول رقم (7)

المقياس العام حول طبيعة استخدام عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي

المقياس العام حول طبيعة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	ك	%
استخدام ضعيف	4	2.7
استخدام متوسط	68	45.3
استخدام قوي	78	52
الإجمالي	150	100
ك: 64.480	درجة الحرية: 2	مستوي المعنوية: 0.000
دال		

يتضح من البيانات السابقة المقياس العام حول طبيعة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؛ فكان الاستخدام "قويًا" بنسبة (52%)، ثم "متوسطًا" بنسبة (45,3%)، وأخيرًا "ضعيفًا" بنسبة (2,7%). وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (64.480)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية لدى عينة الدراسة في طبيعة استخدامهن لوسائل التواصل الاجتماعي.

- توزيع عينة الدراسة من طالبات جامعة الملك عبدالعزيز وفقًا للعلاقات الاجتماعية (العائلة/الأصدقاء) قبل التجربة:
-أولاً: تواصل عينة الدراسة مع العائلة (وجهًا لوجه)

جدول رقم (8)

تواصل عينة الدراسة مع العائلة (وجهًا لوجه)- قبل التجربة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	ضعيفة جدًا		ضعيفة		مقبولة		ممتازة		ممتازة جدًا		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
85.0	.779	4.25	.7	1	-	-	16.7	25	38.7	58	44.0	66	أشعر أن جودة تواصلتي مع أفراد الأسرة (وجهًا لوجه)
83.2	.844	4.16	.7	1	1.3	2	20.7	31	36.0	54	41.3	62	أشعر أن علاقتي مع أفراد الأسرة بشكل عام
83.0	.857	4.15	.7	1	2.0	3	20.0	30	36.0	54	41.3	62	أشعر أن الوقت الذي أقضيه مع أفراد عائلتي (وجهًا لوجه)

تكشف البيانات السابقة عن رأي المبحوثات في طبيعة تواصلهن مع عائلاتهن (وجهًا لوجه)؛ فذكرن في المقدمة "أشعر أن جودة تواصلتي مع أفراد الأسرة (وجهًا لوجه)" بوزن نسبي (85%)، ثم "أشعر أن علاقتي مع أفراد الأسرة بشكل عام" بوزن نسبي (83,2%)، يلي ذلك "أشعر أن الوقت الذي أقضيه مع أفراد عائلتي (وجهًا لوجه)" بوزن نسبي (83%).

جدول رقم (9)

المقياس العام حول تواصل عينة الدراسة مع العائلة (وجهًا لوجه) - قبل التجربة

المقياس العام حول التواصل مع العائلة	ك	%
تواصل متوسط	45	30
تواصل قوي	105	70
الإجمالي	150	100
كا2: 24.000	درجة الحرية: 1	مستوى المعنوية: 0.000

يتضح من البيانات المقياس العام حول رأي عينة الدراسة في التواصل مع العائلة؛ فكان التواصل "قويًا" بنسبة (70%)، ثم "متوسطًا" بنسبة (30%). وتتسق هذه

البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (24.000)، عند درجة حرية (1)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات في تواصلهن مع العائلة.

ثانيًا: تواصل عينة الدراسة مع الأصدقاء (وجهاً لوجه) - قبل التجربة

جدول رقم (10)

تواصل عينة الدراسة مع الأصدقاء (وجهاً لوجه) - قبل التجربة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	ضعيفة جداً		ضعيفة		مقبولة		ممتازة		ممتازة جداً		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
85.0	.934	4.25	2.0	3	2.7	4	14.0	21	31.3	47	50.0	75	أشعر أن علاقتي مع صديقتي (وجهاً لوجه)
79.4	.859	3.97	.7	1	5.3	8	18.0	27	48.0	72	28.0	42	أشعر أن جودة تواصلتي مع صديقتي (وجهاً لوجه) - ليس فقط في الجامعة
77.4	1.014	3.87	2.7	4	6.7	10	22.7	34	37.3	56	30.7	46	أشعر أن الوقت الذي أقضيه مع زميلاتي (وجهاً لوجه)

تكشف البيانات السابقة عن موقف عينة الدراسة من تواصلهن مع الأصدقاء؛ فذكرن في المقدمة "أشعر أن علاقتي مع صديقتي (وجهاً لوجه)" بوزن نسبي (85%)، ثم "أشعر أن جودة تواصلتي مع صديقتي (وجهاً لوجه) - ليس فقط في الجامعة" بوزن نسبي (79,4%)، يلي ذلك "أشعر أن الوقت الذي أقضيه مع زميلاتي (وجهاً لوجه)" بوزن نسبي (77,4%).

جدول رقم (11)

المقياس العام حول تواصل عينة الدراسة مع الأصدقاء (وجهاً لوجه) - قبل التجربة

المقياس العام حول التواصل مع الأصدقاء	ك	%
تواصل ضعيف	5	3.3
تواصل متوسط	40	26.7
تواصل قوي	105	70
الإجمالي	150	100
كا2: 103.000	درجة الحرية: 2	مستوي المعنوية: 0.000

يتضح من البيانات السابقة المقياس العام حول موقف عينة الدراسة من التواصل مع الأصدقاء؛ فكان التواصل "قويًا" بنسبة (70%)، ثم "متوسطًا" بنسبة (26,7%)، وأخيرًا "ضعيفًا" بنسبة (3,3%). وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (103.000)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطالبات عينة الدراسة في تواصلهن مع الأصدقاء.

- توزيع عينة الدراسة من طالبات جامعة الملك عبدالعزيز وفقاً لشعورهن بالأداء الأكاديمي الخاص بهن بشكل عام- قبل التجربة:

جدول رقم (12)

شعور عينة الدراسة بالأداء الأكاديمي الخاص بهن - قبل التجربة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	ضعيفة جداً		ضعيفة		مقبولة		ممتازة		ممتازة جداً		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
81.8	.814	4.09	1.3	2	1.3	2	16.7	25	48.0	72	32.7	49	أشعر أن إكمالي لواجباتي المدرسية/ المهنية
81.6	.755	4.08	.7	1	1.3	2	16.7	25	52.0	78	29.3	44	أشعر أن الأداء الأكاديمي/ المهني الخاص بي.
79.4	.802	3.97	.7	1	2.7	4	21.3	32	49.3	74	26.0	39	أشعر أن إدارة مسؤولياتي الأكاديمية/ المهنية.

تشير البيانات السابقة إلى موقف عينة الدراسة من الأداء الأكاديمي؛ فذكرن في المقدمة "أشعر أن إكمالي لواجباتي المدرسية / المهنية" بوزن نسبي (81,8%)، ثم "أشعر أن الأداء الأكاديمي/ المهني الخاص بي" بوزن نسبي (81,6%)، يلي ذلك "أشعر أن إدارة مسؤولياتي الأكاديمية/ المهنية" بوزن نسبي (79,4%).

جدول رقم (13)

المقياس العام حول شعور عينة الدراسة بالأداء الأكاديمي- قبل التجربة

المقياس العام حول الأداء الأكاديمي- قبل التجربة	ك	%
أداء ضعيف	2	1.3
أداء متوسط	47	31.3
أداء قوي	101	67.3
الإجمالي	150	100
كا2: 98.280	درجة الحرية: 2	مستوي المعنوية: 0.000
دال		

يتضح من البيانات السابقة المقياس العام حول موقف عينة الدراسة من الأداء الأكاديمي؛ فكان الأداء "قوياً" بنسبة (67,3%)، ثم "متوسطاً" بنسبة (31,3%)، وأخيراً "ضعيفاً" بنسبة (1,3%). وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (98.280)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطالبات عينة الدراسة في موقفهم من الأداء الأكاديمي.

- توزيع عينة الدراسة من طالبات جامعة الملك عبدالعزيز وفقاً لاستخدام وسائل الاتصال الأخرى- قبل التجربة.

جدول رقم (14)

مدى استخدام عينة الدراسة لوسائل الاتصال الأخرى - قبل التجربة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	ضعيفة جداً		ضعيفة		مقبولة		ممتازة		ممتازة جداً		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
65.2	1.120	3.26	7.3	11	16.0	24	34.7	52	27.3	41	14.7	22	أشعر أن مدة تحدثي في الجوال
60.6	1.308	3.03	16.7	25	19.3	29	22.0	33	28.0	42	14.0	21	أشعر أن مدة مشاهدتي التلفزيون (مثال: أخبار، برنامج، مسلسل...)
53.4	1.288	2.67	20.7	31	30.7	46	20.7	31	16.7	25	11.3	17	أشعر أن ممارستي للكتابة خارج واجباتي الدراسية
53.2	1.330	2.66	22.7	34	28.0	42	24.7	37	10.0	15	14.7	22	أشعر أن قراءتي للكتب خارج واجباتي الدراسية

تشير البيانات السابقة إلى استخدام عينة الدراسة لوسائل الإعلام الأخرى؛ فذكرن في المقدمة "أشعر أن مدة تحدثي في الجوال" بوزن نسبي (65,2%)، ثم "أشعر أن مدة مشاهدتي التلفزيون (مثال: أخبار، برنامج، مسلسل...)" بوزن نسبي (60,6%)، ثم "أشعر أن ممارستي للكتابة خارج واجباتي الدراسية" بوزن نسبي (53,4%)، وأخيراً "أشعر أن قراءتي للكتب خارج واجباتي الدراسية" بوزن نسبي (53,2%).

جدول رقم (15)

المقياس العام حول مدى استخدام عينة الدراسة لوسائل الاتصال الأخرى - قبل التجربة

%	ك	المقياس العام لاستخدام وسائل الاتصال الأخرى - قبل التجربة
25.3	38	استخدام ضعيف
58.7	88	استخدام متوسط
16	24	استخدام قوي
100	150	الإجمالي
0.000	مستوي المعنوية :	درجة الحرية: 2
		كا: 45.280
		دال

يتضح من البيانات السابقة المقياس العام حول رأي عينة الدراسة في استخدامهن لوسائل الاتصال الأخرى؛ فكان الاستخدام "قويًا" بنسبة (16%)، و"متوسطًا" بنسبة (58,7%)، و"ضعيفًا" بنسبة (25,3%). وتتسق هذه النتيجة مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا (45.280)، عند درجة حرية (2)،

ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق دالة إحصائية بين
المبحوثات في استخدامهن لوسائل الاتصال الأخرى.

- توزيع عينة الدراسة من طالبات جامعة الملك عبدالعزيز وفقاً لتقديرهن لذواتهن-
قبل التجربة:

جدول رقم (16)

مدى تقدير عينة الدراسة لذواتهن- قبل التجربة

الانحراف الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق بشدة		لا أوافق		لا أعلم		أوافق		أوافق بشدة		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
84.0	.742	4.20	-	-	2.7	4	11.3	17	49.3	74	36.7	55	لدي موقف إيجابي تجاه نفسي.
66.4	1.206	3.32	8.7	13	20.0	30	17.3	26	38.7	58	15.3	23	بالتأكيد أشعر بعدم الفائدة في بعض الأحيان.
61.4	1.291	3.07	11.3	17	28.7	43	18.0	27	25.3	38	16.7	25	في بعض الأحيان، أعتقد أنني لست جيدة على الإطلاق.

تشير البيانات السابقة إلى مدى تقدير الطالبات عينة الدراسة لذواتهن؛ فذكرن في المقدمة "الذي موقف إيجابي تجاه نفسي" بوزن نسبي (84%)، ثم "بالتأكيد أشعر بعدم الفائدة في بعض الأحيان" بوزن نسبي (66,4%)، ثم "في بعض الأحيان، أعتقد أنني لست جيدة على الإطلاق" بوزن نسبي (61,4%).

جدول رقم (17)

المقياس العام حول مدى تقدير عينة الدراسة لذواتهن- قبل التجربة

%	ك	المقياس العام حول تقدير الذات
2	3	تقدير ضعيف للذات
64	96	تقدير متوسط للذات
34	51	تقدير قوي للذات
100	150	الإجمالي
0.000	مستوي المعنوية :	درجة الحرية: 2
		كا: 86.520
		دال

يتضح من البيانات السابقة المقياس العام حول مدى تقدير عينة الدراسة لذواتهن؛ فكان تقديرهن لذواتهن "قويًا" بنسبة (34%)، و"متوسطًا" بنسبة (64%)، و"ضعيفًا" بنسبة (2%). وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا (86.520)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية لدى عينة الدراسة في مدى تقديرهن لذواتهن.

المحور الثاني: الاستبيان الثاني (بعد التجربة)
 - توزيع عينة الدراسة من طالبات جامعة الملك عبدالعزيز وفقاً لمدى شعورهن بالرغبة الملحة في التوقف عن التجربة والدخول إلى وسائل التواصل الاجتماعي خلال فترة الدراسة:

جدول رقم (18)
 مدى شعور عينة الدراسة بالرغبة في التوقف عن التجربة والدخول إلى وسائل التواصل الاجتماعي

الدرجة الحرة: 4	مستوي المعنوية : 0.000	دال
41.267	150	100
غير موافقة جداً	6	4.0
غير موافقة	18	12.0
محايدة	43	28.7
موافقة	48	32.0
موافقة جداً	35	23.3

تكشف البيانات السابقة عن مدى شعور عينة الدراسة بالرغبة الملحة في التوقف عن التجربة والدخول إلى وسائل التواصل الاجتماعي؛ فكن "موافقات" بنسبة (42%)، ثم "محايدات" بنسبة (28,7%)، ثم "موافقات جداً" بنسبة (23%)، وأخيراً "غير موافقات جداً" بنسبة (4%). وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (41.267)، عند درجة حرية (4)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية لدى المبحوثات في مدى شعورهن برغبة ملحة في التوقف عن استكمال التجربة والدخول إلى منصات - توزيع عينة الدراسة من طالبات جامعة الملك عبدالعزيز وفقاً لمنصات وسائل التواصل الاجتماعي التي شكلت تحدياً لقرار التوقف عن استخدام منصات التواصل خلال فترة الدراسة:

جدول رقم (19)
 منصات وسائل التواصل الاجتماعي التي شكلت تحدياً لقرار التوقف عن استخدام منصات التواصل الاجتماعي

الدرجة الحرة: 1	مستوي المعنوية : 0.000	دال
154.880	140	100
الواتس أب	116	82.9
سناپ شات	35	25.0
تويتر	27	19.3
يوتيوب	16	11.4
إنستقرام	10	7.1

يوضح الجدول السابق المنصات التي شكلت تحدياً لقرار التوقف عن استخدام منصات التواصل الاجتماعي خلال إجراء الدراسة؛ فكان "الواتس آب" في المقدمة بنسبة (82,9%)، ثم "سناب شات" بنسبة (25%)، يلي ذلك "تويتر" بنسبة (19,3%)، ثم "يوتيوب" بنسبة (11.4%)، وأخيراً "إنستقرام" بنسبة (7,1%). وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة، حيث تبلغ قيمة كا2 (154.880)، عند درجة حرية (1)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة في المنصات التي شكلت تحدياً لقرارهن الخاص بالتوقف عن استخدام منصات التواصل خلال فترة الدراسة. ويلاحظ من خلال النتائج السابقة أن "الواتس آب" يشكل تحدياً كبيراً لقرار التوقف عند الطالبات، وقد يرجع ذلك إلى استخدامهن له في مجالات عديدة، من أهمها التواصل مع الأهل والصدقات، ومتابعة العملية التعليمية من خلال التواصل مع زميلات الدراسة والأستاذات. ويأتي "سناب شات" في المستوى الثاني لما تمثله هذه المنصة من أهمية بالنسبة للفتيات في متابعة الصديقات وأخبار المشاهير، إلى جانب حرصهن على مشاركة أخبارهن عبر هذه المنصة تحدياً (هوس سناب شات، 2017). أما "يوتيوب" فجاء في المركز الرابع نظراً لأن الطالبات لجأن إلى منصات أخرى لمشاهدة مقاطع الفيديوها والأغاني والمسلسلات. ويمكن القول بأن إشباع التكنولوجيا لدى الطالبات عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يرتبط بوجود منصة ترفيه عبر الإنترنت.

- توزيع عينة الدراسة على طالبات جامعة الملك عبدالعزيز وفقاً لمدى رغبتهن في تكرار هذه التجربة مرة أخرى:

جدول رقم (20)

مدى رغبة عينة الدراسة في تكرار التجربة مرة أخرى

الدرجة الحرة: 1	مستوي المعنوية: 0.000	الإجمالي	الرغبة في تكرار التجربة
32.667	دال	150	نعم
1	دال	40	لا
0.000	دال	110	الإجمالي
73.3	دال	150	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى رغبة عينة الدراسة في تكرار التجربة؛ فأجابت أغلبهن بـ "نعم" بنسبة (73,3%)، في مقابل (26,7%) منهن أجبن بـ "لا". وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (32.667)، عند درجة حرية (1)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة في رغبتهن في تكرار التجربة.

- توزيع عينة الدراسة من طالبات جامعة الملك عبدالعزيز وفقاً للتواصل الاجتماعي (العائلة/ الأصدقاء)- بعد التجربة:

-أولاً: تواصل عينة الدراسة مع العائلة (وجهاً لوجه)- بعد التجربة

جدول رقم (21)

تواصل عينة الدراسة مع العائلة (وجهاً لوجه)- بعد التجربة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	ضعيفة جداً		ضعيفة		مقبولة		ممتازة		ممتازة جداً		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
87.4	.746	4.37	.7	1	1.3	2	8.0	12	40.7	61	49.3	74	أشعر أن جودة تواصلتي مع أفراد الأسرة (وجهاً لوجه) أصبحت
86.2	.706	4.31	.7	1	-	-	10.0	15	46.0	69	43.3	65	أشعر أن الوقت الذي أقضيه مع أفراد عائلتي (وجهاً لوجه) أصبح
84.6	.787	4.23	.7	1	2.0	3	12.0	18	44.7	67	40.7	61	أشعر أن علاقاتي مع أفراد الأسرة بشكل عام أصبحت

تكشف البيانات السابقة عن رأي عينة الدراسة في التواصل مع العائلة؛ فذكرن في المقدمة "أشعر أن جودة تواصلتي مع أفراد الأسرة (وجهاً لوجه)" بوزن نسبي (87,4%)، ثم "أشعر أن علاقاتي مع أفراد الأسرة بشكل عام" بوزن نسبي (86,2%)، يلي ذلك "أشعر أن الوقت الذي أقضيه مع أفراد عائلتي (وجهاً لوجه)" بوزن نسبي (84,6%).

جدول رقم (22)

المقياس العام حول تواصل عينة الدراسة مع العائلة (وجهاً لوجه)- بعد التجربة

المقياس العام حول تواصل العينة مع العائلة		
التواصل ضعيف	ك	%
التواصل متوسط	23	15.3
التواصل قوي	126	84
الإجمالي	150	100
كا: 178.120	درجة الحرية: 2	مستوي المعنوية: 0.000
دال		

يتضح من البيانات السابقة المقياس العام حول رأي عينة الدراسة في التواصل مع العائلة (وجهاً لوجه) بعد التجربة؛ فكان التواصل "قويًا" بنسبة (84%)، ثم "متوسطًا" بنسبة (15,3%)، و"ضعيفًا" بنسبة (0,7%). وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (178.120)، عند درجة حرية (1)،

ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة في تواصلهم مع العائلة.

ثانياً: تواصل عينة الدراسة مع الأصدقاء (وجهاً لوجه) - بعد التجربة

جدول رقم (23)

تواصل عينة الدراسة مع الأصدقاء (وجهاً لوجه) - بعد التجربة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	ضعيفة جداً		ضعيفة		مقبولة		ممتازة		ممتازة جداً		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
77.4	.887	3.87	1.3	2	3.3	5	28.7	43	40.7	61	26.0	39	أشعر أن علاقتي مع صديقتي (وجهاً لوجه) أصبحت
74.6	.932	3.73	2.7	4	4.7	7	30.0	45	42.0	63	20.7	31	أشعر أن جودة تواصلتي مع صديقتي (وجهاً لوجه) ليس فقط في الجامعة. أصبحت
74.4	1.106	3.72	8.0	12	-	-	30.7	46	34.7	52	26.7	40	أشعر أن الوقت الذي أقضيه مع زميلاتي (وجهاً لوجه) أصبح

تكشف البيانات السابقة عن موقف عينة الدراسة من التواصل مع الأصدقاء - بعد التجربة؛ فذكرن في المقدمة "أشعر أن علاقتي مع صديقتي (وجهاً لوجه)" بوزن نسبي (77,4%)، ثم "أشعر أن جودة تواصلتي مع صديقتي (وجهاً لوجه) - ليس فقط في الجامعة" بوزن نسبي (74,6%)، يلي ذلك "أشعر أن الوقت الذي أقضيه مع زميلاتي (وجهاً لوجه)" بوزن نسبي (74,4%).

جدول (24)

المقياس العام حول تواصل عينة الدراسة مع الأصدقاء (وجهاً لوجه) - بعد التجربة

المقياس العام حول التواصل مع الأصدقاء	ك	%
التواصل ضعيف	7	4.7
التواصل متوسط	57	38
التواصل قوي	86	57.3
الإجمالي	150	100
ك: 63.880	درجة الحرية: 2	مستوي المعنوية: 0.000
دال		

يتضح من البيانات السابقة المقياس العام حول موقف عينة الدراسة من التواصل مع الأصدقاء (وجهاً لوجه) - بعد التجربة؛ فكان التواصل "قويًا" بنسبة (57,3%)، ثم "متوسطًا" بنسبة (38%)، وأخيرًا "ضعيفًا" بنسبة (4,7%). وتتسق هذه البيانات مع

المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (63.880)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة في تواصلهم مع الأصدقاء.

- توزيع عينة الدراسة من طالبات جامعة الملك عبدالعزيز وفقاً لشعورهن بأدائهن الأكاديمي بشكل عام-بعد التجربة:

جدول رقم (25)-شعور عينة الدراسة بأدائهن الأكاديمي- بعد التجربة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	ضعيفة جداً		ضعيفة		مقبولة		ممتازة		ممتازة جداً		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
85.8	.710	4.29	.7	1	-	-	10.7	16	46.7	70	42.0	63	أشعر أن إكمالي لواجباتي المدرسية / المهنية أصبح
83.0	.663	4.15	-	-	-	-	15.3	23	54.0	81	30.7	46	أشعر أن الأداء الأكاديمي/ المهني الخاص بي أصبح
82.6	.735	4.13	-	-	-	-	21.3	32	44.7	67	34.0	51	أشعر أن إدارة مسؤولياتي الأكاديمية / المهنية أصبحت

تشير البيانات السابقة إلى شعور عينة الدراسة تجاه أدائهن المهني- بعد التجربة؛ فذكرن في المقدمة "أشعر أن إكمالي لواجباتي المدرسية / المهنية" بوزن نسبي (85,8%)، ثم "أشعر أن الأداء الأكاديمي/ المهني الخاص بي" بوزن نسبي (83%)، يلي ذلك "أشعر أن إدارة مسؤولياتي الأكاديمية/ المهنية" بوزن نسبي (82,6%).

جدول (26)

المقياس العام لعينة الدراسة حول الأداء الأكاديمي- بعد التجربة

%	ك	المقياس العام حول الأداء الأكاديمي- بعد التجربة
24.7	37	أداء متوسط
75.3	113	أداء قوي
100	150	الإجمالي
0.000	مستوي المعنوية :	كا2: 38.507 درجة الحرية: 2 دال

يتضح من البيانات السابقة المقياس العام حول موقف عينة الدراسة من الأداء الأكاديمي- بعد التجربة؛ فكان الأداء "قويًا" بنسبة (75,3%)، ثم "متوسطًا" بنسبة (24,7%)، وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (38.507)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة في شعورهن تجاه الأداء الأكاديمي الخاص بهن.

- توزيع عينة الدراسة من طالبات جامعة الملك عبدالعزيز وفقاً لاستخدام وسائل الاتصال الأخرى- بعد التجربة.

جدول رقم (27)

مدى استخدام عينة الدراسة لوسائل الاتصال الأخرى- بعد التجربة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	ضعيفة جداً		ضعيفة		مقبولة		ممتازة		ممتازة جداً		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
66.8	1.152	3.34	10.0	15	10.7	16	28.7	43	36.7	55	14.0	21	أشعر أن مدة مشاهدي للتلفزيون (مثال: أخبار، برنامج، مسلسل...) أصبحت
64.4	1.310	3.22	12.0	18	18.7	28	26.7	40	20.7	31	22.0	33	أشعر أن قراءتي للكتب خارج واجباتي الدراسية أصبحت
59.4	1.019	2.97	7.3	11	24.7	37	38.7	58	22.7	34	6.7	10	أشعر أن مدة تحديتي في الجوال أصبحت
58.6	1.214	2.93	13.3	20	24.0	36	31.3	47	18.0	27	13.3	20	أشعر أن ممارستي للكتابة خارج واجباتي الدراسية أصبحت

تشير البيانات السابقة إلى رأي عينة الدراسة في وسائل الإعلام؛ فذكرن في المقدمة "أشعر أن مدة تحديتي في الجوال" بوزن نسبي (66,8%)، ثم "أشعر أن قراءتي للكتب خارج واجباتي الدراسية" بوزن نسبي (64,4%)، ثم "أشعر أن مدة تحديتي في الجوال أصبحت" بوزن نسبي (59,4%)، وأخيراً "أشعر أن ممارستي للكتابة خارج واجباتي الدراسية أصبحت" بوزن نسبي (58,6%).

جدول رقم (28)

المقياس العام حول مدى استخدام عينة الدراسة لوسائل الاتصال الأخرى- بعد التجربة

%	ك	المقياس العام لاستخدام وسائل الاتصال الأخرى- بعد التجربة
16.7	25	استخدام ضعيف
58	87	استخدام متوسط
25.3	38	استخدام قوي
100	150	الإجمالي
0.000	مستوي المعنوية :	درجة الحرية: 2
42.760	دال	كا: 2

يتضح من البيانات السابقة المقياس العام حول رأي عينة الدراسة في استخدام وسائل الاتصال الأخرى- بعد التجربة؛ فكان الاستخدام "قويًا" بنسبة (25,3%)، و"متوسطًا" بنسبة (58%)، و"ضعيفًا" بنسبة (16,7%). وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا (42.760)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة في استخدامهن لوسائل الاتصال الأخرى.

- توزيع عينة الدراسة من طالبات جامعة الملك عبدالعزيز وفقاً للبدائل الإضافية بشكل عام عن الدخول للمنصات خلال فترة الامتحان عن وسائل التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (29)

البدائل المتاحة من وجهة نظر عينة الدراسة عن الدخول للمنصات

البدائل المتاحة عن الدخول للمنصات	ك	%
ممارسة الهوايات (القراءة - الرسم)	70	46,7
الانشغال مع الاهل والأصدقاء	10	9,5
التطوع في العمل الخيري	20	13,3
إعداد الطعام	10	9,5
ممارسة الألعاب الرياضية	40	26,6
الإجمالي	150	100

تم سؤال عينة الدراسة عن البدائل والأنشطة الإضافية التي تمت ممارستها خلال فترة التجربة. وتشير البيانات السابقة إلى البدائل المتاحة من وجهة نظر عينة الدراسة؛ فذكرن في المقدمة "ممارسة الهوايات (القراءة - الرسم)" بنسبة (46,7%)، ثم "ممارسة الألعاب الرياضية" بنسبة (26,6%)، ثم "التطوع في العمل الخيري" بنسبة (13,3%)، وأخيراً "إعداد الطعام" بنسبة (9,5%).

- توزيع عينة الدراسة من طالبات جامعة الملك عبدالعزيز وفقاً لتقديرهن لذواتهن- بعد التجربة:

جدول رقم (30)

مدى تقدير عينة الدراسة لذواتهن- بعد التجربة

العبارة	أوافق بشدة		أوافق		لا أوافق		لا أعلم		أوافق		أوافق بشدة	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
أصبح لدي موقف إيجابي تجاه نفسي	36.7	55	42.7	64	18.0	27	2.7	4	2.7	4	2.7	4
أصبحت أعتقد أنني لست جيدة على الإطلاق.	1.3	2	4.7	7	16.7	25	49.3	79-4	16.7	25	4.7	7
بالتأكيد أصبحت أشعر بعدم الفائدة في بعض الأحيان.	4.7	7	20.0	30	24.0	36	34.0	51	24.0	36	20.0	30

تشير البيانات السابقة إلى مدى تقدير عينة الدراسة لذواتهن بعد التجربة؛ فذكرن في المقدمة "الذي موقف إيجابي تجاه نفسي" بوزن نسبي (82,6%)، ثم "أصبحت أعتقد أنني لست جيدة على الإطلاق" بوزن نسبي (40,4%)، ثم "بالتأكيد أصبحت أشعر بعدم الفائدة في بعض الأحيان" بوزن نسبي (52,2%).

جدول رقم (31)
المقياس العام حول مدى تقدير عينة الدراسة لذواتهن- بعد التجربة

المقياس العام حول تقدير الذات	ك	%
تقدير ضعيف	4	2.7
تقدير متوسط	138	92
تقدير قوي	8	5.3
الإجمالي	150	100
كا: 232.480	درجة الحرية: 2	مستوي المعنوية : 0.000
دال		

يتضح من البيانات السابقة المقياس العام حول مدى تقدير عينة الدراسة لذواتهن؛ فكان تقديرهن "قويًا" بنسبة (3,5%)، و"متوسطًا" بنسبة (92%)، و"ضعيفًا" بنسبة (2,7%). وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا (232.480)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة في مدى تقديرهن لذواتهن.

ثالثًا: نتائج تحليل المضمون

- توزيع عينة الدراسة من طالبات جامعة الملك عبدالعزيز وفقًا لمستويات الشعور بالفقدان خلال التجربة:

تم استخدام تحليل المضمون لتحليل البيانات المكتوبة النوعية التي تم جمعها من عينة الدراسة، وتم التوصل إلى أهم الموضوعات التي تكررت لدى الطالبات، والتي تعبر عن مستويات شعورهن بالفقدان خلال التجربة.

جدول رقم (32)
مستويات الشعور بالفقدان لدى عينة الدراسة خلال أيام التجربة

الشعور بالفقدان	اليوم الأول		اليوم الثاني		اليوم الثالث	
	ك	%	ك	%	ك	%
صعوبة كبح النفس عن الدخول	30	20	16	10.2	9	11.1
عدم مشاركة تفاصيل يومياتي مع صديقاتي عبر وسائل التواصل الاجتماعي	27	18	12	5.1	2	2.5
الملل	26	17.3	22	18.6	4	4.9
الشعور بالقلق عندما لا أعرف ما يفعله أصدقائي	23	15.3	6	0	3	3.7
شعور مضحك وغريب (متناقض)	22	14.7	2	1.7	2	2.5
الفراغ	19	12.7	14	11.9	6	7.4
الشعور بفقدان الأحداث في وسائل التواصل الاجتماعي	17	11.3	9	7.6	7	8.6
التوتر والعصبية	11	7.3	3	2.5	1	1.2
شعور عادي	9	6	1	0.8	1	1.2
البدء في التأقلم (لم أشعر بفقدان)	7	4.7	33	28	46	56.8
الإجمالي	150	100	118	100	81	100

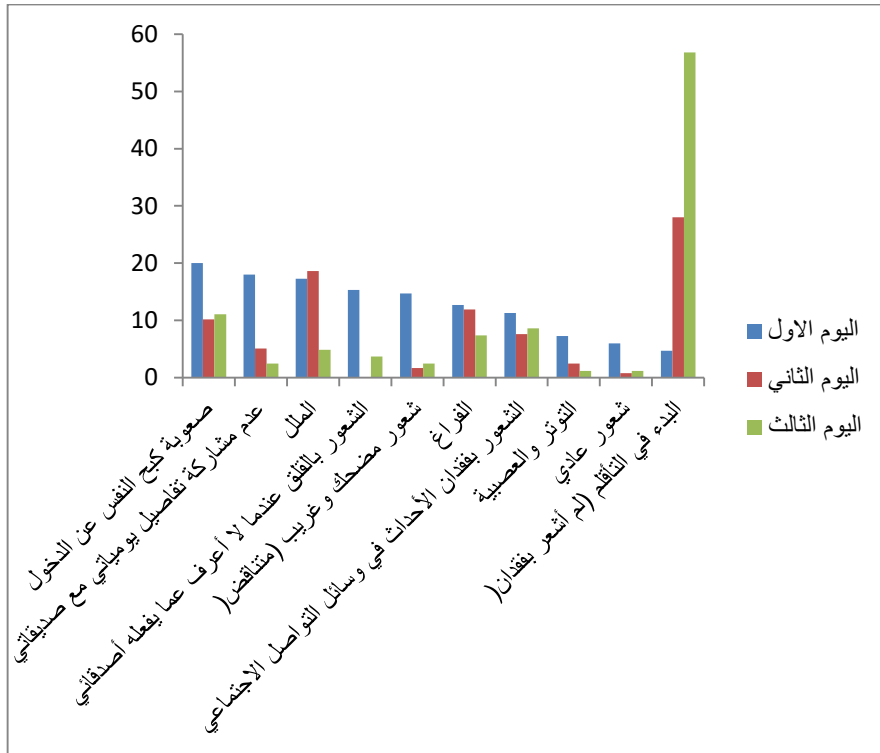
تكشف بيانات الجدول السابق عن تنوع مستويات الشعور بالفقدان لدى عينة الدراسة خلال أيام التجربة؛ فبالنسبة لليوم الأول، كان الشعور بالفقدان طاعياً، حيث ظهر شعور "صعوبة كبح النفس" في المقدمة بنسبة (20%)، ثم "عدم القدرة على مشاركة تفاصيل يومياتي مع صديقاتي عبر وسائل التواصل الاجتماعي" بنسبة (18%)، ثم "الشعور بالملل" بنسبة (17.3%)، ثم "الشعور بالقلق عندما لا أعرف ما يفعله أصدقائي" بنسبة (30%)، يلي ذلك "الشعور بفقدان الأحداث في وسائل التواصل الاجتماعي"، ثم الشعور بـ "التوتر والعصبية" (7.3%)، في حين جاء شعور "البدء في التأقلم" بنسبة (4.7%) فقط. وفي اليوم الثاني، قل شعور "صعوبة كبح النفس" إلى النصف بنسبة (10.2%)، وانخفض شعور "عدم القدرة على مشاركة تفاصيل يومياتي مع صديقاتي عبر وسائل التواصل الاجتماعي" بنسبة كبيرة (من 20% إلى 10.2%)، وكذلك انخفض "الشعور بالقلق عندما لا أعرف ما يفعله أصدقائي" إلى الصفر بنسبة (30%)، مع وجود بعض من الشعور بـ "الملل" بنسبة (18.6%) و"الفراغ" بنسبة (11.9%). في حين ارتفع شعور "البدء بالتأقلم" بشكل ملحوظ لدى عينة الدراسة مقارنة باليوم الأول بنسبة (28%). وأخيراً في اليوم الثالث، لوحظ ارتفاع شعور "البدء في التأقلم" لدى عينة الدراسة إلى أكثر من النصف عن اليوم الثاني بنسبة (56.8%)، مع انخفاض كبير في مستويات الشعور بالفقدان مقارنة باليومين الأول والثاني.

من خلال هذه النتيجة، يمكن القول بأن مستويات الشعور بالفقدان لدى عينة الدراسة (مثل صعوبة كبح النفس، والشعور بالقلق، وعدم القدرة على مشاركة تفاصيل الحياة اليومية، والشعور بفقدان الأحداث) كانت في أوجها عند بدء التجربة في اليوم الأول. وفي اليومين الثاني والثالث، بدأ شعور الفقدان بالانخفاض مع ارتفاع ملحوظ في شعور عدم الفقدان (البدء بالتأقلم) لدى عينة الدراسة. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة الدراسات السابقة التي أثبتت أن المبحوثات شعروا بالفقدان في بداية التجربة، ثم بدأ هذا الشعور بالانخفاض تدريجياً حتى نهاية التجربة (Brown & Kuss, 2020; Hunt et al., 2018; Wilkinson et al., 2019). ويمكن تفسير ذلك في ضوء شعور عينة الدراسة بالفقدان جراء الابتعاد عن وسائل التواصل الاجتماعي، حيث استصعبت كثير من الطالبات عدم توثيقهن لإنجازاتهم اليومية ومشاركتها مع أهلهم وأصدقائهن عبر وسائل التواصل الاجتماعي، في حين شعرت كثير من الطالبات بفقدان الأحداث من حولهن مع إحساس بالملل والقلق وفراغ في الوقت. لكن مع انتهاء اليوم الثاني ودخول اليوم الثالث، بدأت آثار الانسحاب من الشعور بالفقدان في الانخفاض. وقد أثبت (Brown and Kuss, 2020) أنه في ظل فترة الامتناع، وجدت المبحوثات وسائل أخرى لمعالجة الملل والتأقلم مع حياتهن بدلاً من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للهروب. وكذلك أوضح (Harsono & Winduwati, 2020) أن المبحوثات لم يعدن بحاجة إلى مشاركة يومياتهن عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وللتخفيف من هذا

الشعور بالملل، قامت كثير من الطالبات بإيجاد بدائل أخرى, وانخرطن في سلوكيات أخرى بعيدة عن وسائل التواصل الاجتماعي، مثل الجلوس مع العائلة والأصدقاء والقراءة وإعداد الطعام وممارسة الرياضة.

شكل رقم (1)

مستويات الشعور بالفقدان لدى عينة الدراسة خلال أيام التجربة



رابعًا: نتائج اختبارات الفروض

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية لدى عينة الدراسة بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والعوامل الديموغرافية المتمثلة في العمر والسنة الجامعية والكلية.

جدول رقم (33)

اختبار "ت" لدلالة الفروق بين كثافة استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي والعوامل الديموغرافية المتمثلة في العمر والسنة الجامعية والكلية

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	كثافة استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				البيانات الديموغرافية	
0.748 غير دال	148	ت=0.322	.56309	2.5000	124	20-18	العمر
			.50839	2.4615	26	23-21	
0.807 غير دال	3 146	ف=0.325	.57753	2.4747	99	السنة الثانية	السنة الجامعية
			.50383	2.5769	26	السنة الثالثة	
			.51131	2.4444	18	السنة الرابعة	
			.53452	2.5714	7	السنة الخامسة	
			.55256	2.4933	150	الإجمالي	
0.814 غير دال	5 144	ف=0.448	.58900	2.5116	86	كلية الاتصال والإعلام	الكلية
			.50210	2.4286	35	كلية الآداب والعلوم الإنسانية	
			.	3.0000	1	كلية الاقتصاد والإدارة	
			.	3.0000	1	كلية علوم الإنسان والتصاميم	
			.53452	2.5000	8	كلية الحاسبات وتقنية المعلومات	
			.51299	2.4737	19	كلية القانون	
			.55256	2.4933	150	الإجمالي	

توضح بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي، والعوامل الديموغرافية المتمثلة في العمر والسنة الجامعية والكلية؛ فحول السن، بلغت قيمة ت (0.322) عند مستوى معنوية (0.748)، وحول المستوى الجامعي، بلغت قيمة ف (0.325) عند مستوى معنوية (0.807)، أما فيما يتعلق بالكلية الجامعية، فقد بلغت قيمة ف (0.448) عند مستوى معنوية (0.814). ويوضح ذلك عدم تأثير متغيرات العمر والسنة الجامعية والكلية على كثافة استخدام الطالبات لمواقع التواصل الاجتماعي. وتؤكد هذه النتيجة عدم صحة الفرض، ويرجع عدم وجود فروق بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والعوامل الديموغرافية إلى تقارب عينة الدراسة من حيث السن، حيث إن جميع الطالبات في عمر متقارب وجميعهن يدرسن في مرحلة البكالوريوس في جامعة واحدة، فتشابه طبيعة استخدامهن لوسائل التواصل الاجتماعي، وبالتالي لا توجد علاقة بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمتغيرات الديموغرافية الخاصة بهن.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية لدى عينة الدراسة في العلاقات الاجتماعية (العائلة/ الأصدقاء) قبل وبعد الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (34)

اختبار "ت" لدلالة الفروق في العلاقات الاجتماعية (العائلة/ الأصدقاء) لدى عينة الدراسة قبل وبعد الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	التواصل الاجتماعي	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				قبل التجربة	بعد التجربة
0.032 دال	298	=ت	.58730	2.5267	150	قبل التجربة	الأصدقاء
		2.150	.53928	2.6667	150	بعد التجربة	
0.007 دال	298	=ت	.45979	2.7000	150	قبل التجربة	العائلة
		2.704	.39146	2.8333	150	بعد التجربة	

توضح بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية في العلاقات الاجتماعية (العائلة/ الأصدقاء) بين عينة الدراسة قبل وبعد الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؛ ففيما يتعلق بالأصدقاء، بلغت قيمة ت (2.150)، عند مستوى معنوية (0.032)، وفيما يتعلق بالعائلة، بلغت قيمة ت (2.704) عند مستوى معنوية (0.007)؛ الأمر الذي يعني وجود اختلاف بين مستوى تواصل عينة الدراسة مع العائلة والأصدقاء قبل الامتناع عن استخدام منصات التواصل وبعد ذلك.

تؤكد هذه النتيجة صحة الفرض الثاني التي تتفق مع نتائج الدراسات السابقة، حيث أثبت كل من *Brown and Kuss (2020)* و *Jorge (2019)* وجود تحسن في العلاقات الاجتماعية بعد عملية التوقف عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة *(Syvertsen & Enli, 2019)* التي أكدت أن أهم المفاهيم المقترحة للتخلص من السموم الرقمية تتحدد في إعطاء الوقت الكافي للتواصل الاجتماعي مع الأهل والأصدقاء (من غير الإنترنت) بدلاً من التواصل معهم عن طريق استخدام الوسائل الإلكترونية. ويمكن تفسير ذلك في ضوء تأثير عدم استخدام هذه المنصات في حياة الطالبات بالإضافة إلى وجود وقت فراغ كبير على دفعهن نحو التواصل مع الأهل والأقارب وجهاً لوجه وقضاء وقت معهم، سواء كانوا في المنزل أو من خلال زيارتهم أو الخروج معهم في نزهة. كما كان من السهل على الطالبات في الدراسة التواصل من غير الإنترنت مع صديقاتهن، خاصة أن فترة الامتناع كانت خلال أيام الأسبوع في أثناء السنة الدراسية. وبدلاً من قضاء الوقت في تصفح منصات التواصل الاجتماعي بين المحاضرات أو خلال فترات الاستراحة، وجدت الطالبات متسعاً من الوقت للتواصل مع زميلاتهن دون التعرض لاستخدام الهواتف الذكية في التواصل، بما يقوي العلاقات فيما بينهم ويحقق لهن التعرف على

بعضهن بعضاً بشكل أكبر مع بناء درجات عالية من الثقة فيما بينهن، وبالتالي تحسين جودة الحياة (Syvertsen & Enli, 2019).
الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية لدى عينة الدراسة في الأداء الأكاديمي قبل وبعد الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (35)

اختبار "ت" لدلالة الفروق في الأداء الأكاديمي قبل وبعد الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الأداء الأكاديمي	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				قبل التجربة	بعد التجربة
0.000	298	ت=	.50274	2.6600	150	قبل التجربة	الأداء الأكاديمي
دال		1.724	.43252	2.7533	150	بعد التجربة	

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الأداء الأكاديمي لعينة الدراسة قبل وبعد الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ت (1.724)، عند مستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يوضح اختلاف مستوى الأداء الأكاديمي لعينة الدراسة قبل الامتناع عن استخدام منصات التواصل وبعد ذلك.

تؤكد هذه النتيجة صحة الفرض الثالث التي تتوافق مع نتائج الدراسات السابقة والتي تؤكد أنه بعد الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ارتفع الأداء الأكاديمي للطلاب، كما أصبح تقييمهم لأدائهم الدراسي أفضل (Hou et al., 2019; Siibak & Murumaa-Mengel, 2019). ويرجع ذلك إلى أن التقليل أو أخذ استراحة من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لفترة من الوقت يشعر الطالبات بأن لديهن متسعاً من الوقت، فيتجهن نحو استغلال وقتهن لحل واجباتهن، واستذكار دروسهن، وبالتالي رفع مستواه الأكاديمي (Halboub et al., 2016). وعلى الرغم من أن كثيراً من الطلاب والطالبات يستخدمون بعض منصات التواصل الاجتماعي (مثل الواتس آب) للمساعدة على التحصيل العلمي، بالإضافة إلى دعوة كثير من الباحثين لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إثراء العملية التعليمية وبناء المهارات المعرفية للطلاب (Cox, 2014; Oskouei, 2010)، توضح نتيجة هذه الدراسة أن أخذ فترات من الراحة من وسائل التواصل الاجتماعي قد يساعد الطالبات على زيادة إدارة مسنوليتهن الأكاديمية في الجامعة وتحسين الأداء الأكاديمي بشكل أكبر. لذلك فإن التوازن في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عملية مهمة تسهم في تنمية مهارات التعلم الذاتي لدى الطلاب (سالم، 2016)، وإزالة التششت (Stanovsek, 2019) الذي قد يحدث جراء الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام وسائل الاتصال الأخرى لدى عينة الدراسة قبل وبعد الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (36)

اختبار "ت" لدلالة الفروق في استخدام وسائل الاتصال الأخرى لدى عينة الدراسة قبل وبعد الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	وسائل الاتصال الأخرى	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				قبل التجربة	بعد التجربة
0.016 دال	298	ت= 2.431	.63823	1.9067	150	وسائل الاتصال الأخرى	قبل التجربة
			.64440	2.0867	150	وسائل الاتصال الأخرى	بعد التجربة

توضح بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام وسائل الاتصال الأخرى بين الطالبات قبل وبعد الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ت (2.431)، عند مستوى معنوية (0.016)؛ الأمر الذي يعني وجود اختلاف في مستوى استخدام عينة الدراسة لوسائل الاتصال الأخرى قبل الامتناع عن استخدام منصات التواصل وفيما بعد ذلك. وتؤكد نتيجة هذه الدراسة صحة الفرض الرابع، بما يتفق مع بعض الدراسات السابقة التي أكدت أن المبحوثات وجدوا بدائل لوسائل التواصل الاجتماعي من خلال استبدال هذه المنصات بأنشطة أخرى، مثل مشاهدة التلفزيون وقراءة الكتب والتحدث عبر الهاتف (Siibak & Syvertsen and Enli, 2019). كذلك أثبتت دراسة (Murumaa-Mengel, 2019) أن المبحوثات وجدن أنفسهن في تحدٍ صعب في ظل وجود فراغ كبير في يومهن وعدم إمكانية دخولهن على منصات التواصل الاجتماعي، مما دفعهن نحو تغيير سلوكهن بسلك آخر، كقراءة الكتب واستخدام تطبيقات أخرى.

جدول رقم (37)

اختبار "ت" لدلالة الفروق في استخدام وسائل الاتصال الأخرى لدى عينة الدراسة قبل وبعد الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	وسائل الاتصال الأخرى	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				قبل التجربة	بعد التجربة
0.000 دال	298	ت= 3.673	1.330	2.66	150	قراءة الكتب	قبل التجربة
			1.310	3.22	150	قراءة الكتب	بعد التجربة
0.032 دال	298	ت= 2.155	1.308	3.03	150	مشاهدة التلفزيون	قبل التجربة
			1.152	3.34	150	مشاهدة التلفزيون	بعد التجربة
0.018 دال	298	ت= 2.372	1.120	3.26	150	عمل مكالمات هاتفية	قبل التجربة
			1.019	2.97	150	عمل مكالمات هاتفية	بعد التجربة
0.082 غير دال	298	ت= 1.747	1.288	2.67	150	ممارسة الكتابة	قبل التجربة
			1.214	2.93	150	ممارسة الكتابة	بعد التجربة

توضح بيانات الجدول السابق مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطالبات في ممارستهن لقراءة الكتب ومشاهدة التلفزيون والتحدث عبر الجوال وممارسة الكتابة قبل الامتناع عن استخدام منصات التواصل وفيما بعد ذلك؛ ففيما يتعلق بقراءة الكتب، بلغت قيمة ت (3.673) عند مستوى معنوية (0.000). وحول مشاهدة التلفزيون، فقد بلغت قيمة ت (2.155)، عند مستوى معنوية (0.032). وحول التحدث عبر الجوال، فقد بلغت قيمة ت (2.372) عند مستوى معنوية (0.018). أما فيما يتعلق بممارسة الكتابة، فقد بلغت قيمة ت (1.747) عند مستوى معنوية (0.082)؛ الأمر الذي يعني وجود اختلاف في مستوى قراءة الكتب ومشاهدة التلفزيون والتحدث في الجوال لدى عينة الدراسة قبل الامتناع عن استخدام منصات التواصل وفيما بعد ذلك، في حين لم يختلف مستوى ممارستهن للكتابة قبل إجراء التجربة وبعدها. وقد يرجع السبب في عدم وجود اختلاف في مستوى ممارسة الكتابة لدى عينة البحث إلى أن فترة الامتناع لم تتجاوز الثلاثة أيام، وهي فترة تعتبر بسيطة جدًا لتكون الطالبة قادرة على الانخراط في التفكير وممارسة الكتابة.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية لدى عينة الدراسة في تقدير الذات قبل وبعد الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (38)

اختبار "ت" لدلالة الفروق في تقدير الذات لدى عينة الدراسة قبل وبعد الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي

تقدير الذات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
				الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
تقدير الذات	قبل التجربة	2.0698	.50924	ت=	298	0.543 غير دال
	بعد التجربة	2.0267	.28253	1.698		

توضح بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير الذات بين الطالبات قبل وبعد الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ت (1.698)، عند مستوى معنوية (0.543)؛ الأمر الذي يعني عدم وجود اختلاف في تقدير الذات لدى عينة الدراسة قبل وبعد الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. وتؤكد هذه النتيجة عدم صحة الفرض السادس، بما يختلف مع دراسة Martanatasha and Primadini (2019) and Hou et al. (2019) و Hunt et al. (2018) التي أكدت عدم وجود أي تغير في تقدير الذات لدى المبحوثات. وقد يرجع السبب في ذلك إلى أن الطالبات قمن بالتوقف عن الدخول إلى منصات وسائل التواصل الاجتماعي لمدة ثلاثة أيام فقط، وهي فترة ليست بطويلة أو كافية لإحداث تغييرات في تقدير الذات لديهن.

النتائج العامة للدراسة والتوصيات:

أولاً: نتائج الدراسة

1. إن (54,7%) من الطالبات في الجامعة قمن بالتوقف عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لفترة من الوقت، في حين أن (61,3%) منهن يعرفن أحد الأشخاص الذين توقفوا عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لفترة من الوقت.
2. إن ما يقرب من نصف الطالبات يستخدمن وسائل التواصل الاجتماعي لأكثر من ساعتين.
3. تستخدم نسبة (52%) من طالبات الجامعة وسائل التواصل الاجتماعي بكثافة عالية، في حين أن (45,3%) منهن يستخدمن هذه الوسائل بكثافة متوسطة.
4. شعرت نسبة (42%) من طالبات الجامعة بالرغبة الملحة في التوقف عن استكمال التجربة والدخول إلى منصات التواصل الاجتماعي.
5. يعد "الواتس أب" أكثر منصة من المنصات الخمس المحددة التي شكلت تحدياً لقرار المبحوثات الخاص بالتوقف عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، تليها منصة "سناب شات".
6. لدى (73,3%) من طالبات الجامعة رغبة في تكرار تجربة الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي لعدة أسباب؛ منها الشعور بالراحة النفسية والحرية، وتحقيق التواصل المباشر مع العائلة، والحاجة إلى العزلة، وتنظيم الوقت.
7. إن شعور الخوف من فقدان (Fearing of Missing Out) لدى طالبات الجامعة انخفض بشكل كبير في اليوم الثاني والثالث للتجربة مقارنة باليوم الأول، مما يؤكد صحة مفهوم انخفاض الخوف من فقدان بعد الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لفترة من الوقت، ويعزز نتائج الدراسات السابقة في هذا المجال.
8. لم تثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية لدى عينة الدراسة بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والعوامل الديموغرافية المتمثلة في العمر والسنة الجامعية والكلية.
9. ثبتت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية لدى عينة الدراسة في العلاقات الاجتماعية (العائلة/ الأصدقاء) قبل وبعد الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي.
10. ثبتت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية لدى عينة الدراسة في الأداء الأكاديمي قبل وبعد الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي.
11. ثبتت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية لدى عينة الدراسة في استخدام وسائل اتصال أخرى قبل وبعد الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي، حيث أثبتت الدراسة اختلاف مستوى قراءة الكتب ومشاهدة

- التلفزيون والتحدث في الجوال لدى عينة الدراسة قبل وبعد الامتناع عن استخدام منصات التواصل الاجتماعي، في حين لم يختلف مستوى الكتابة.
12. تعزز نتائج هذه الدراسة وجهة النظر المقترحة عن نظرية الإزاحة، وهي استغلال الوقت الناتج عن الامتناع عن وسائل التواصل الاجتماعي لدى الطالبات والنزوح إلى أنشطة مختلفة، تتمثل في التواصل مع الأهل والأصدقاء، والاهتمام برفع الأداء الأكاديمي، واستخدام وسائل الاتصال الأخرى (كقراءة الكتب ومشاهدة التلفزيون والتحدث عبر الهاتف).
13. توجد أنشطة إضافية مارستها الطالبات خلال فترة الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مثل الرسم وممارسة الألعاب الرياضية والتطوع في العمل الخيري وإعداد الطعام.
14. لم تثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية لدى عينة الدراسة في تقدير الذات قبل وبعد الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

ثانياً: توصيات الدراسة

1. اقتصرت هذه الدراسة على طالبات الجامعة، لذا من المهم جداً التركيز على دراسة الفروق قبل وبعد الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين مختلف العوامل الديموغرافية، مثل الجنس (الإناث/الذكور) والفئة العمرية والمستوى التعليمي والبلد.
2. إجراء مزيد من الدراسات التجريبية في مجال التنظيف من السموم الرقمية، واكتشاف إلى أي مدى يؤدي تقليل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إلى زيادة الإنتاجية وزيادة التفاعل الاجتماعي مع العائلة والأصدقاء.
3. من الناحية المنهجية، تبرز أهمية اعتماد الأساليب المختلطة في الدراسة التجريبية، مثل استخدام منهج الاستبيان مع تحليل المضمون، أو عمل مقابلات مكثفة مع بعض المبحوثات، من أجل استكشاف حقيقة شعورهن ومدى التزامهن بالامتناع.
4. استخدام أحد تطبيقات الجوال التي توضح عدد ساعات دخول المشاركين لوسائل التواصل الاجتماعي، للتأكد من أنهم لا يقومون بالغش أو التوقف عن التجربة.
5. شكلت منصتا "الواتس آب" و"سناب شات" تحدياً كبيراً للإناث في هذه التجربة، لذا من المثير للاهتمام اختبار المنصات التي تشكل تحدياً للذكور ومقارنتها مع نتائج هذه الدراسة.
6. إقامة ورش عمل للشباب والشابات وشرح مدى أهمية التوازن في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأخذ فترات من الراحة من استخدامها، لما يعكسه ذلك من تأثيرات إيجابية على الطلاب والطالبات، مثل التواصل الاجتماعي وجهاً لوجه، وتعلم التنظيم الذاتي، وتحمل المسؤولية الشخصية، والتعرف على مهارات

- إضافية يمكن عملها خارج نطاق الإنترنت، فضلاً عن التوازن بين المخاطر والضغوط في حياتهم.
7. إجراء دراسات طولية من خلال القيام بدراسات تجريبية لمدة معينة ثم تكرار التجربة مرة أخرى مع نفس المبحوثات، وقياس نفس المتغيرات قبل وبعد الرجوع إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
 8. تأكيد الدور الإرشادي لأفراد الأسرة والتربويين لمساعدة الشباب والشابات على استغلال وقت الفراغ في أمور مفيدة بدلاً عن قضاء وقت طويل في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للهروب من مواقف الحياة اليومية.
 9. تفعيل حملة "خالي من السوشال ميديا" في الجامعات والمدارس بحيث يُخصص يوم في الفصل الدراسي يُمنع فيه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للطلاب والأساتذة.
 10. عمل لوحات توعوية عن مخاطر الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي للطلاب والطالبات في الجامعة، ولصقها على الأرض بحيث تكون في مرمى رؤية الطلاب والطالبات، حيث تكون رؤوسهم منحنية إلى الأسفل نظرًا لاستخدامهم للهاتف في معظم الأوقات.

مراجع الدراسة:

أولاً: المراجع العربية

1. باكرمان، م. (2016). تجار الإنستقرام يرفعون مشاركة السعوديين لـ48% على شبكات التواصل. <https://www.al-madina.com/article/442015>
2. بدوي، أ. ز. (1982). معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية. (ط.2). بيروت: مكتبة لبنان. ص 352
3. حبيب، ع. ر. (2019). وسائل الاتصال والإعلام الجديد. مكتبة كنوز المعرفة.
4. زيدان، ح. (2019). استخدام تطبيق "واتساب" في التعليم. أخبار الآن. <https://www.akhbaralaan.net/technology/2019/03/13/استخدام-تطبيق-واتساب-في-التعليم>
5. سالم، د. ف. (2011). استخدامات الشباب الجامعي السعودي للمواقع الاجتماعية على الإنترنت وعلاقتها بقسمهم المجتمعية: دراسة على موقع الفيس بوك Facebook. مجلة البحوث الإعلامية، 35، (2).
6. سالم، د. ف. (2016). دور شبكات التواصل الاجتماعي في اكساب طلاب الإعلام التربوي مهارات التعلم الذاتي self-learning. المجلة المصرية لبحوث الاعلام، 54، (2).
7. سلطان، م. ص. (2012). وسائل الإعلام والاتصال: دراسة في النشأة والتطور. دار المسيرة.
8. الصبان، ع. م. & الحربي، س. ع. (2019). إدمان الطلاب على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالأمن النفس ي والتورط في الجرائم السيبرانية. المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، 9، (2).
9. عبيد، ع. (2020). السعوديون الأعلى مشاهدة في YouTube. <https://www.alwatan.com.sa/article/1036811>
10. العنزي، أ. (2017). وعي طلاب قسم تكنولوجيا التعليم بكلية التربية الأساسية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية : الواتس أب نموذجاً. مجلة العلوم التربوية، 25، (3)، 277-314
11. الفهيد. م. (2019). 13% نمو مستخدمي مواقع التواصل بالمملكة سنوياً. <https://www.alwatan.com.sa/article/1009584>
12. القرني، رحمة أحمد. (2018). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أنماط التحصيل الثقافي عند الشباب السعودي. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية. 70، (6137)، 147-192.
13. الكفيري، و، م. (2018). الآثار الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المجتمع السعودي (مجتمع حائل نموذجاً). المجلة العربية للدراسات الامنية، 35، (3)، 391-403.
14. الناصر، م. م. ب. ح. (2019). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية والأسرية لدى طلبة الجامعة السعودية الإلكترونية بمدينة الرياض. مجلة البحث العلمي في التربية، 20، (الجزء الرابع)، 241-291.
15. هوس "سناب شات" ما بين الشعور بالنقص والتقليد الأعمى. (2017). <https://alarab.co.uk> هوس-سناب-شات-ما-بين-الشعور-بالنقص-والتقليد-الأعمى
16. هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات. (2016). <https://www.citc.gov.sa/ar/mediacenter/citcinthedia/Pages/20160724002.aspx>

17. الهيئة العامة للإحصاء. (2019). ا لهينة العامة للإحصاء: (98,43%) من الشباب السعودي يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي. <https://www.stats.gov.sa/ar/news/365>

ثانيًا: المراجع الأجنبية

1. Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 14(1), 33-44.
2. Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive behaviors*, 64, 287-293.
3. Banquil, K., Burce, C., Chua, N., & Dianalan, S. (2009) Social networking sites affect one's academic performance adversely. *UST College of Nursing*, 1-42.
4. Baumer, E. P., Guha, S., Quan, E., Mimno, D., & Gay, G. K. (2015). Missing photos, suffering withdrawal, or finding freedom? How experiences of social media non-use influence the likelihood of reversion. *Social Media+ Society*, 1(2), 2056305115614851.
5. Brown, M. (2017). More than half of millennials prioritize Snapchat over other social media platforms. *Lendedu*. Retrieved from <https://lendedu.com/blog/half-millennials-prioritize-snapchat-social-mediaplatforms/>
6. Brown, L., & Kuss, D. J. (2020). Fear of Missing Out, Mental Wellbeing, and Social Connectedness: A Seven-Day Social Media Abstinence Trial. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(12), 4566.
7. Buctot, D. B., Kim, N., & Park, K. E. (2018). Development and Evaluation of Smartphone Detox Program for University Students. *International Journal of Contents*, 14(4).
8. Cohen, J., & Mihailidis, P. (2014). Conducting research utilizing social media: Best practices. In Langmia, K., Tyree, T., O'Brien, P., & Sturgis, I. (Eds.), *Social media pedagogy and practice*, 87-102. Lanham, MD: University Press of America.
9. Cox, J. (2014). Conducting research utilizing social media: Best practices. In Langmia, K., Tyree, T., O'Brien, P., & Sturgis, I. (Eds.), *Social media pedagogy and practice*, 87-102. Lanham, MD: University Press of America.
10. De Jong, P. J., Sportel, B. E., De Hullu, E., & Nauta, M. H. (2012). Co-occurrence of social anxiety and depression symptoms in adolescence: differential links with implicit and explicit self-esteem?. *Psychological medicine*, 42(3), 475.

11. Digital 2020: Saudi Arabia.(2020). *Datareportal*. Retrieved from, <https://datareportal.com/reports/digital-2020-saudi-arabia>
12. Dimmick, J., & Rothenbuhler, E. W. (1986). Critical response and reply: Comments on Kaul and McKerns "Dialectic ecology." *Critical studies in mass communication*, 3(3), 380-383.
13. Dykman, A. (2012, March 21). *Forbes*. The fear of missing out. Retrieved <http://www.forbes.com/sites/moneybuilder/2012/03/21/the-fear-of-missing-out/>
14. Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2011). Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices. *New media & society*, 13(6), 873-892.
15. Frey, L., Botan, C. H., & Kreps, G. (2000). *Investigating communication*. NY: Allyn & Bacon.
16. GlobalWebIndex. (2013). Twitter now the fastest growing social platform in the world. Retrieved from <http://blog.globalwebindex.net/twitter-now-the-fastest-growing-social-platform-in-the-world/>
17. Ha, L., & Fang, L. (2012). Internet experience and time displacement of traditional news media use: An application of the theory of the niche. *Telematics and Informatics*, 29(2), 177-186.
18. Halboub, E., Othathi, F., Mutawwam, F., Madkhali, S., Somaili, D., & Alahmar, N. (2016). Effect of social networking on academic achievement of dental students, Jazan University, Saudi Arabia. *EMHJ-Eastern Mediterranean Health Journal*, 22(12), 865-871.
19. Harsono, L., & Winduwati, S. (2020). Detox Instagram pada self-esteem pengguna. *Koneksi*, 4(1), 83-89.
20. Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L., & Wang, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of psychosocial research on cyberspace*, 13(1).
21. Hunt, M. G., Marx, R., Lipson, C., & Young, J. (2018). No more FOMO: Limiting social media decreases loneliness and depression. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 37(10), 751-768.
22. Jorge, A. (2019). Social media, interrupted: Users recounting temporary disconnection on Instagram. *Social Media+ Society*, 5(4), 2056305119881691.
23. JWT Marketing Communications. (2012, March 7). Fear of Missing Out. Retrieved from, <https://www.prweb.com/releases/2012/3/prweb9265660.htm>
24. Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the world unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53, 59-68.

25. Karlsen, F., & Syvertsen, T. (2016). You can't smell roses online: Intruding media and reverse domestication. *Nordicom review*, 37(s1), 25-39.
26. Kharmi, B. (2018). Communication in the face of terrorism: A comparative perspective of the public dependency on traditional and social media during terrorist attacks. (Unpublished doctoral dissertation). Howard University, Washington, DC.
27. Kirik, A., Arslan, A., Çetinkaya, A., & Mehmet, G. Ü. L. (2015). A quantitative research on the level of social media addiction among young people in Turkey. *International Journal of Sport Culture and Science*, 3(3), 108-122.
28. Leary, M. R., & Baumeister, R. F. (2000). The nature and function of self-esteem: Sociometer theory. In *Advances in experimental social psychology* 3, 1-62. Academic Press.
29. Lee, P. S., & Leung, L. (2008). Assessing the displacement effects of the Internet. *Telematics and Informatics*, 25(3), 145-155.
30. McKenna, K. Y., & Bargh, J. A. (2000). Plan 9 from cyberspace: The implications of the Internet for personality and social psychology. *Personality and social psychology review*, 4(1), 57-75.
31. Martanatasha, M., & Primadini, I. (2019). Relasi Self-Esteem dan Body Image dalam Terpaan Media Sosial Instagram. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 158-172.
32. Meaning of digital detox in English. (2020). *Lexico*. Retrieved from, https://www.lexico.com/definition/digital_detox
33. Mehmood, S., & Taswir, T. (2013). The effects of social networking sites on the academic performance of students in college of applied sciences, Nizwa, Oman. *International Journal of Arts and Commerce*, 2(1), 111-125.
34. Neuman, S. (1991). *Literacy in the television age*. Norwood : Ablex Publishing.
35. Oskouei, R. J. (2010). Differential Internet Behaviors of Students from Gender Groups. *International Journal of Computer Applications (IJCA)*, 4(7), pp. 36-42.
36. Palermo, E (2015) Detox diets & cleansing: Facts & fallacies. *Live Science Health*. Retrieved from, <https://www.livescience.com/34845-detox-cleansing-facts-fallacies.html>
37. Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computer Human Behavior*, 29(4), 1841- 1848.

38. Ratnasari, E., & Oktaviani, F. D. (2019). A Phenomenological study of Instagram on millennial. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 4(2), 191-218.
39. Robinson, J., 1981. Television and leisure time: A new scenario. *Journal of Communication* 31 (Winter), 120–130.
40. Rosenberg, J., & Egbert, N. (2011). Online impression management: Personality traits and concerns for secondary goals as predictors of self-presentation tactics on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(1), 1-18.
41. Safko, L. (2010). *The social media bible: tactics, tools, and strategies for business success*. John Wiley & Sons.
42. Saini, S. K., (2012). Importance of means of communication. *Study Village*. Retrieved from, <https://www.studyvillage.com/resources/3252-Importance-Means-Communication.aspx>
43. Saudi Arabia social media statistics. (2019). *Globalmediainsight*. Retrieved from, <https://www.globalmediainsight.com/blog/saudi-arabia-social-media-statisti>
44. Siibak, A., & Murumaa-Mengel, M. (2019). Compelled to be an outsider: how students on a social media detox self-construct their generation. *Comunicazioni sociali*, 2, 263-275
45. Stanovsek, S. (2019). Cultivating Digital Mindfulness in an Era of Constant Connection: A Phenomenological Exploration of College Students' Digital Detox. *Thesis*
46. Syvertsen, T., & Enli, G. (2019). Digital detox: Media resistance and the promise of authenticity. *Convergence*, 1354856519847325.
47. Tiggemann, M., & Anderberg, I. (2019). Social media is not real: The effect of 'Instagram vs reality' images on women's social comparison and body image. *New Media & Society*, 1461444819888720.
48. Tokunaga, R. S. (2016). An examination of functional difficulties from Internet use: Media habit and displacement theory explanations. *Human Communication Research*, 42(3), 339-370.
49. Toma, C. L., & Carlson, C. L. (2015). How do Facebook users believe they come across in their profiles?: A meta-perception approach to investigating Facebook self presentation. *Communication Research Reports*, 32(1), 93-101. doi: 10.1080/08824096.2014.990557
50. Tuckman, H. P. (1975). Teacher effectiveness and student performance. *The Journal of Economic Education*, 7(1), 34-39.
51. Tyree, T. (2014). Conducting research utilizing social media: Best practices. In Langmia, K., Tyree, T., O'Brien, P., & Sturgis, I. (Eds.), *Social media pedagogy and practice*, 87-102. Lanham, MD: University Press of America.

52. Verduyn, P., Lee, D. S., Park, J., Shablack, H., Orvell, A., Bayer, J., ... & Kross, E. (2015). Passive Facebook usage undermines affective well-being: Experimental and longitudinal evidence. *Journal of Experimental Psychology: General*, *144*(2), 480.
53. Vergeer, M., Petzer, B., (2009). Consequences of media and Internet use for offline and online network capital and well-being: a causal model approach. *Journal of Computer-Mediated Communication* *15*, 189–210.
54. Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, *3*(4), 206–222. doi.org/10.1037/ppm0000047
55. Wang, S. S., Moon, S. I., Kwon, K. H., Evans, C. A., & Stefanone, M. A. (2010). Face off: Implications of visual cues on initiating friendship on Facebook. *Computers in Human Behavior*, *26*(2), 226-234.
56. White, T., R. (2013). “Digital Social Media Detox (DSMD): Responding to a Culture of Interconnectivity”, in B. Pătruț, M. Pătruț, C. Cmeciu, eds., *Social Media and the New Academic Environment: Pedagogical Challenges*, IGI Global, 2013, 414-430
57. Wilcockson, T. D., Osborne, A. M., & Ellis, D. A. (2019). Digital detox: The effect of smartphone abstinence on mood, anxiety, and craving. *Addictive behaviors*, *99*, 106013.
58. Zeitel-Bank, N., & Tat, U. (2014). Social media and its effects on individuals and social systems. *Journal Management, Knowledge, And Learning*.