

تحقيق الحضور الاجتماعي في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بظاهرة الخوف من فوات الأخبار

دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري

د. محمود رمضان أحمد عبد اللطيف

أستاذ مساعد بقسم الصحافة - كلية الإعلام
جامعة بني سويف

مقدمة:

شهدت شبكات التواصل الاجتماعي تطوراً كبيراً في السنوات الأخيرة، بحيث أصبحت تحتل مركز الصدارة كأكثر تطبيقات الانترنت شعبية وانتشاراً في مختلف أنحاء العالم وذلك بوصفها ساحات التواصل الاجتماعي يقوم الأفراد من خلالها بتقديم أنفسهم، والتعرف على الآخرين والتواصل معهم؛ ومن ثم أفرز استخدام وإدمان هذه المواقع العديد من التأثيرات الاجتماعية والنفسية على مستخدميها بمختلف قطاعاتهم وفئاتهم، ومنها: علاقة وتأثير إدمان شبكات التواصل الاجتماعي بالتفاعل الاجتماعي، والثقة بالنفس، والمشاركة في الأنشطة الميدانية والاجتماعية، وعلى النسق القيمي والأخلاقي، وتعزيز العلاقات الاجتماعية، وبناء وتكوين الصداقات، وتقدير الذات⁽¹⁾.

وإدمان مواقع التواصل الاجتماعي هي الحالة التي تحدث لدى الفرد حين لا يستطيع الابتعاد والتخلي عن مواقع التواصل الاجتماعي يوماً بأكمله، حيث ينتابه عدة اضطرابات منها انشغاله بمتابعة الإشعارات، خوفاً من فقد الاتصال مع الآخرين، ومراقبة التعليقات (comment)، والإعجاب (like) والشير (share) للأحداث والصور التي يقوم بنشرها بشكل مستمر على مواقع التواصل الاجتماعي، فمدمن مواقع التواصل الاجتماعي يفتقر إلى النوم طوال الليل لمتابعة ما قام بنشره وكذلك متابعة الآخرين، فهو دائماً في حالة قلق وخوف من فقد عملية الاتصال مع الآخرين، كما يشعر بالضيق عندما لا يجد تفاعل من قبل أصدقائه على التحديثات الذي قام بنشرها⁽²⁾.

وقد اتفقت غالبية الدراسات الغربية على وجود مكونات لإدمان مواقع التواصل الاجتماعي تُعدُّ محكات دالة عليه تتمثل في ستة أبعاد: الأول هو الأقرب لهذه الدراسة وهو البروز Salienc الذي يحدث عندما يصبح سلوك استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أهم الأنشطة الاتصالية وأكثرها قيمة في حياة الفرد، بحيث تسيطر على تفكيره ومشاعره، حيث يتضح الانشغال البارز أو الزائد وينتابه الشعور باللهفة للقائم بهذا النشاط؛ والخمسة الأبعاد الباقية تتحدد في: تعديل المزاج Mood modification، والتحمل، والانسحاب Withdrawal، والصراع Conflict، والانتكاس Relapse (Sherman, 2011,7)⁽³⁾، Kuss &Griffiths,2017,6⁽⁴⁾، Ramayah et al., 2017,2⁽⁵⁾، Kanat-Maymon et al., 2018, 228⁽⁶⁾).

كما أكدت دراسة (Grohol, J. M. 2017)⁽⁷⁾ على أن الاستخدام المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي يفضي إلى إدمانها، وقد قدم جروهول نموذج Grohol model يفسر العلاقة بين زيادة الاستخدام ودرجة إدمان مواقع التواصل الاجتماعي، ويؤكد Grohol أن سلوكيات الأفراد تطويرية، ويرى أن هناك مراحل للإدمان يمر بها المستخدمون الجدد تتشج عن الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي وهي:

- مرحلة الافتتان (الاستحواذ) Enchantment (obsession).
- مرحلة التحرر من الوهم (التجنب) Disillusionment (Avoidance).
- مرحلة التوازن (الاعتدال) Balance (Normal).

وإن كانت هذه الدراسة تنظر إلى إدمان شبكات التواصل الاجتماعي باعتباره متغيراً تابعاً، فهو نتيجة لرغبة الفرد في تحقيق حاجات اجتماعية أو نفسية أو كليهما؛ إلا أن هناك من يرى أن إدمان شبكات التواصل الاجتماعي «له تأثير على المظاهر النفسية والاجتماعية ويتعامل مع الإدمان كمتغير مستقل له تأثيرات مختلفة على المستوى الاجتماعي والنفسي، ويرى أن من أبرز مظاهر التأثير النفسي إصابة الأفراد بحالة من الوحدة النفسية والاكتئاب والقلق والخوف من فقدان الأصدقاء نتيجة الابتعاد عن استخدامه، وكذلك تفكك العلاقات الاجتماعية، بالإضافة إلى المشاعر السلبية الناجمة عن المقارنة الاجتماعية المستمرة، نتيجة مشاهدتهم بعض الصور أو المواقف التي توجب صراعهم مع أنفسهم، وتنعكس عليهم سلباً وكذلك انتهاك الخصوصية»⁽⁸⁾.

وترتبط بظاهرة إدمان الأجهزة الذكية ظاهرة أخرى بدأت تظهر بوضوح على مستخدمي هذه الأجهزة، وخاصة مع فئة مدمني شبكات التواصل الاجتماعي وهي ظاهرة الخوف من فوات الأخبار أو المعلومات (fear of missing out)

أو (fomo) كما يسمونها وخاصة الأخبار الاجتماعية. وهي ظاهرة يعاني منها المراهقون والشباب بشكل أكبر مما يدفعهم لمراجعة جوالاتهم كل 3 دقائق كما جاء في الدراسات الأمريكية، ويبدو واضحاً كيف يرتبط ذلك بالإدمان وتشتت الانتباه والأداء الأكاديمي⁽⁹⁾. وعادةً ما يشعر الأشخاص المصابون بـ fomo بمشاعر الحسد والغيرة بينما ينظرون إلى المشاركات عبر الإنترنت وصور أقرانهم - سواء أكانوا يقومون بتسجيل الوصول في مطعم أو صور لمجموعة من الأصدقاء المتسكعين معاً، وأظهرت الدراسات أن العديد من الأشخاص، وخاصة الشباب منهم اعترفوا بمشاعر fomo⁽¹⁰⁾.

وتعني أيضاً الظاهرة الخوف من أن يفوتنا شيء؛ نخاف من ألا نعرف شيء، أو نخاف من ألا نحضر كل شيء ونجرب كل شيء، ونرى كل شيء، وربما نعرف كل شيء. الـ «fomo» أو «فَاتْكَ» بتعبير اليوم، ليس ظاهرة اجتماعية محلية أو غريبة، بل ظاهرة كونية تحتاج العالم كله، ورغم أنها ليست جديدة، إلا أنها صارت مهيمنة بسبب شبكات التواصل الاجتماعي، فعندما نُشاهد شخصاً في فعالية ما فإننا نشعر بالأسى على أنفسنا. لا شيء يستفزّ الإحباط والتوتر عند الإنسان اليوم مثل كلمة «فَاتْكَ»، فنشعر حينها بأن ما فاتنا هو موعد دخول الجنة⁽¹¹⁾.

ولقد افترضت إحدى الدراسات التي بحثت في علاقة الإدمان بالتفكير ما راء المعرفي والشعور بالخوف (fomo) من الفقد الاجتماعي (Casale, Rugai & Fioravanti, 2018)⁽¹²⁾ وجود بعض الاستراتيجيات لدى الأفراد يلجأوا لها عند تفاعلهم مع مواقع التواصل الاجتماعي؛ فمعتقدات الأفراد حول فاعليتهم الذاتية تحدد مستوى الدافعية لهم وترفع من قدرتهم على مواجهة المشكلات المرتبطة بإدمان مواقع التواصل الاجتماعي، فكلما ارتفت ثقة الأفراد بأنفسهم زاد إصرارهم على تخطي الشعور بالخوف من فقد الاتصال بالأصدقاء في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي، والعكس في حال انخفاض الذات زاد درجة خوفهم، مما يجعلهم يدمنوا الأنشطة الاتصالية على مواقع التواصل الاجتماعي ولا يستطيعوا الابتعاد عنها لفترات طويلة. لذا يحاول الفرد تحقيق حضوره الاجتماعي من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

من هنا يتضح أن ظاهرة الـ (fomo) من أشد مظاهر إدمان هذه المواقع تأثيراً على جمهور المستخدمين وأكثرها دلالة، حيث يشير هذا المصطلح إلى الحاجة القوية للبقاء على الإنترنت، أو تلقي رسائل الوسائط، أو المشاركة بشكل سلبى أو نشط في تبادل المعلومات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، والألعاب عبر الإنترنت وأنواع أخرى من صفحات الويب وخدمات الإنترنت، والفشل في تلبية هذه الحاجات غير

كافية في معظم الحالات، فقد تحتاج إلى إثارة مشاعر سلبية على عكس الأعراض العامة لإدمان الانترنت. وقد تزداد هذه الحالة عندما يتم ربطها بحاجة الفرد إلى تحقيق سلوك شخصي على الشبكة، كتقديره الذاتي، أو حضوره الاجتماعي؛ والأخير هو ما ستعرض له هذه الدراسة.

مشكلة الدراسة:

ارتبطت زيادة ترابط الفرد مع شبكات التواصل الاجتماعي بالخوف من فقد الاتصال بالآخرين أو الخوف من فقد أخبار معينة، وهي حالة نفسية واجتماعية في نفس الوقت، وتُعد من أبرز مظاهر التأثير السلبي لإدمان شبكات التواصل الاجتماعي وتعني الشعور بالقلق والانطواء والخوف (fomo) من؛ فقد يشعر الأفراد دائماً بأن شيئاً ينقصهم عند الابتعاد عن مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما يدفعهم إلى الدخول عليها باستمرار لمتابعة إشعارات الأصدقاء، أو متابعة إشعارات الصفحات أو التطبيقات المشاركين فيها. وترتبط ظاهرة (fomo) ارتباطاً مباشراً بإدمان شبكة التواصل الاجتماعي؛ وأيضاً بحاجة الفرد إلى الترويج لذاته، وتحقيق الحضور الاجتماعي على الانترنت، والتي قد تكون مدفوعة بمحاولة المستخدم لتنظيم حالات العجز النفسي لديه والمتعلقة بالرقابة الاجتماعية والتواصل الاجتماعي والانتماء المشتق من الإحساس المتصور بالنبذ الاجتماعي على شبكات التواصل الاجتماعي.

لذا كان من المهم إجراء دراسة من المستوى الثاني عن تأثير إدمان مواقع التواصل الاجتماعي على متغير الخوف من الفقد الاجتماعي (fomo) وعلاقته بالرغبة في تحقيق الحضور الاجتماعي على الشبكة الاجتماعية. فقد أشارت نتائج الدراسات التي تناولت ظاهرة الإدمان أن الأشخاص الذين يعانون من ضعف الحضور الاجتماعي يدمنوا الأنشطة الاتصالية على مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف تحقيق ما يفتقدونه فيما يتعلق بحضورهم الاجتماعي.

ويثير هذا التصور وعياً لظاهرة الخوف من فوات الأخبار؛ والمرتبط بالاستخدام المفرط لأدوات وشبكات التواصل الاجتماعي، والرغبة في البقاء على اتصال مستمر مع ما يفعله الآخرون على هذه المواقع وتأثيراتها النفسية الأخرى. وهو ما يظهر أهمية إجراء هذه الدراسة التي تُعد من الدراسات الحديثة في الوطن العربي التي تتناول هذه الظاهرة السلبية. وبالتالي تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على العلاقة بين الاستخدام المفرط لشبكات التواصل الاجتماعي وظاهرة الخوف من فوات الأخبار. "fomo" وارتباط ذلك بالحضور الاجتماعي للمبحوثين على هذه الشبكات.

أهمية الدراسة:

1. تكمن أهمية الموضوع بداية في جدته؛ فبالرغم من وجود العديد من الدراسات التي تتناول إدمان استخدام الانترنت بصورة عامة أو شبكات التواصل الاجتماعي بشكل خاص، إلا أن هناك ندرة في الدراسات وخاصة العربية منها التي تتناول المراحل المتطورة لإدمان الشبكات؛ ففي حدود علم الباحث لا توجد دراسة عربية بحثت في مرحلة إدمان الاستخدام (fomo) fear of missing out .
2. كذلك؛ تربط هذه الدراسة بين سعي الفرد لتحقيق الحضور الاجتماعي في شبكات التواصل، وانعكاس ذلك على زيادة ظاهرة (fomo) لديه، وهي من المراحل المتقدمة في إدمان استخدام الشبكات؛ وبالتالي فهي تعتبر من الدراسات البيئية.
3. كما تُعد الدراسة محاولة لبحث التأثيرات الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد على جمهور المستخدمين.
4. ونظراً لانعدام الأطر المرجعية في كثير من الدراسات والبحوث كما هو الحال في بحوث الإعلام الجديد باعتباره أحد الاتجاهات البحثية الحديثة، حيث لا توجد أطر نظرية واضحة المعالم حتى الآن، أو تجارب رائدة، بسبب حداثة الدراسات فيه، مما اضطر الباحث في هذه الحالة إلى اللجوء إلى الأوعية العلمية المقاربة -القريبة- من المجال العلمي العام (العلوم الانسانية)، فهي تقترب من دراسات الإعلام، وهي مقاربة استفاد منها الباحث في بحثه. لذا فقد لجأ الباحث إلى الاعتماد نظرية الحضور الاجتماعي، لدراسة مدى تحقيق الحضور الاجتماعي في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بزيادة (fomo) لدى الفرد المستخدم للشبكات الاجتماعية.

أهداف الدراسة:

تستهدف الدراسة تحقيق الهدف الرئيس المتعلق بمعرفة «العلاقة بين الاستخدام المفرط لشبكات التواصل الاجتماعي وظاهرة الـ fomo وارتباط ذلك بالحضور الاجتماعي للمبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي»، ويتفرع عنه الأهداف الفرعية التالية:

1. التعرف على معدل استخدام المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي؟.
2. الكشف عن القيمة والأهمية التي تمثلها مواقع شبكات التواصل الاجتماعي للمبحوثين عينة الدراسة؟.
3. توضيح مظاهر ارتفاع الـ fomo لدى المبحوثين عينة الدراسة نتيجة زيادة

4. التعرف على العلاقة بين زيادة استخدام المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي وارتفاع ظاهرة fomo لديهم؟.
5. التعرف على حجم الشبكة الاجتماعية للفرد على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، ونوع هذه العلاقات؟.
6. توضيح العلاقة بين اهتمام المبحوثين بتحقيق الحضور الاجتماعي وزيادة استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي؟.
7. التعرف على كيف يمكن لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي أن تساعد الفرد في تحقيق حضوره الاجتماعي؟.
8. معرفة حالة الحضور الاجتماعي للفرد في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، ومدى رضاه عن مستوى هذا الحضور؟.
9. توضيح العلاقة بين تعزيز الحضور الاجتماعي في شبكات التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين عينة الدراسة ومتغير الفقد الاجتماعي؟.
10. الكشف عن نوع الدعم الاجتماعي والعاطفي الذي يحصل عليه الفرد من خلال تواجده على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي؟.

الدراسات السابقة:

بالرغم من تعدد الدراسات والبحوث التي تعرضت لمسألة إدمان الانترنت، والتي بدأت في مرحلة مبكرة من انطلاق الدراسات التي اهتمت بهذه الوسيلة الاتصالية الحديثة، وما يتعلق بها من وسائل أو ممارسة.. وغيرها؛ لذا يحاول الباحث من خلال هذا العرض إلقاء الضوء على بعض الدراسات الحديثة التي بحثت في الآثار الناتجة عن إدمان شبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة الدراسات التي تتعلق بتحقيق الحضور الاجتماعي، أو تحقق الفقد الاجتماعي، والدراسات التي اهتمت بالآثار النفسية أو السلوكية المتعلقة بالحضور الاجتماعي. بالإضافة إلى الدراسات التي رصدت ظاهرة fomo خاصة ما يتعلق منها بشبكات التواصل الاجتماعي، والتي ساعدت الباحث في صياغة المفاهيم، وفروض الدراسة، وكذلك في تصميم المقياس المناسب لهذه الدراسة، وسيكون تقسيم الدراسات السابقة كالتالي:

أولاً: الدراسات التي تناولت التغيرات الايجابية والسلبية الناتجة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، بالتركيز على دراسات الحضور الاجتماعي.

- أوضحت نتائج دراسة (Mahamid & Berte., 2018) (13) أن قلة

الأماكن الترفيهية والقيود المفروضة على حركة الشباب تدفعهم لإدمان الأنشطة الاتصالية على مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يسبب لهم الشعور بالإجهاد والعزلة الاجتماعية عن محيط الأسرة، كما بينت النتائج أن الذكور أكثر إدماناً لمواقع التواصل الاجتماعي من الإناث.

فقد استهدفت الدراسة التعرف على تأثير الضغوط الجيوسياسية على إدمان الشباب الفلسطيني المقيم في الضفة الغربية لمواقع التواصل الاجتماعي؛ وانطلقت الدراسة من فرضية أن الضغوط الخارجية تقلل من فرص الدعم الاجتماعي والتواصل الحقيقي بين الأفراد، فيلجأوا للتعويض الاجتماعي عن طريق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يسبب لهم الشعور بالإجهاد والعزلة، أجريت الدراسة على عينة قوامها 744 مفردة من طلاب الجامعة.

- وأكدت دراسة (Demirciolu & Köse., 2018)⁽¹⁴⁾ أن الأشخاص الذين يعانون من فشل في العلاقات الاجتماعية يتجهوا لمواقع التواصل الاجتماعي كنوع من التعزيز لبناء علاقات اجتماعية في الواقع الافتراضي، وأن الأفراد يدمنوا الأنشطة الاتصالية بهدف تحقيق الدعم العاطفي والاجتماعي لذا يتفاعلوا مع المحتويات الترفيهية بهدف تحقيق الاستشارة الفسيولوجية، وأن الشخصيات الميكافيلية والنرجسية والتي لديها اعتلال في الشخصية أكثر الشخصيات إدماناً لمواقع التواصل الاجتماعي. كما أوضحت الدراسة أن أسلوب التعلق يؤثر على درجة اتصال الأفراد بالآخرين خوفاً من الرفض.

حيث استهدفت التعرف على العلاقة بين إدمان طلاب الجامعة الأتراك لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الرضا عن العلاقات الاجتماعية، ودلالة إسهام كل من حساسية الرفض وأنماط التعلق والسمات الشخصية في التنبؤ بإدمانهم وتأثيرات ذلك على طبيعة العلاقات الاجتماعية لديهم، تبنت الدراسة نظريتي المزاج العام Mood Management Theory، ونظرية التعزيز Reinforcement Theory، أجريت الدراسة على عينة قوامها 237 مفردة من طلاب جامعة النجاح.

- وأشارت نتائج دراسة (Gao, Liu & Li., 2017)⁽¹⁵⁾ إلى أنه كلما كان عامل الحضور الاجتماعي قوي أدى ذلك إلى مزيد من النشاط الإدماني على مواقع التواصل الاجتماعي، وأن الأشخاص الذين لديهم احتياج شديد للاتناء يحاولوا بناء علاقات اجتماعية دافئة وحميمة ذات روابط مع الآخرين ويسعوا إلى التواصل الدائم معهم، وهؤلاء الأفراد يميلوا إلى دعم الآخرين وإلى الحصول على الدعم الاجتماعي منهم. كما

أظهرت النتائج أن جمهور مواقع التواصل الاجتماعي نشط جداً يتفاعل مع الآخرين من خلال عبارات الإعجاب أو الإشارات أو التعليقات الإيجابية، وكلما ارتفعت تلك المظاهر التفاعلية أدى إلى تعزيز الجوانب الإيجابية لدى الأفراد مما يدفعهم إلى عدم التخلي عن استخدامها وهو يؤدي إلى إدمانها.

حيث استهدفت الدراسة التعرف على العوامل المؤثرة على إدمان المستخدمين الصينيين لمواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المترتبة على العلاقات الاجتماعية. وتبنت الدراسة نظريتي الانتماء والحضور الاجتماعي لشرح سلوك الأفراد ومشاعرهم المتشكلة في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تفترض أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق ثلاث أشكال من الحضور تتمثل في (الدفء، الألفة، الإحساس)، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 278 مفردة.

- وخلصت دراسة (Zafar, Lodhi& Shakir, 2018)⁽¹⁶⁾ في نتائجها إلى وجود علاقة إيجابية بين السمات الشخصية والدعم الاجتماعي المدرك وإدمان الفيسبوك، فقد بينت أن الشخصيات الانبساطية والعاطفية أكثر إدماناً للأنشطة الاتصالية على الفيسبوك من الشخصيات التي لديها درجة عالية من القبول الاجتماعي، كما أوضحت النتائج أن مستوى إدمان الفيسبوك يختلف بوضوح بين كل من الإناث والذكور لصالح الإناث وكل من الصغار والكبار لصالح الصغار، وأضافت أن الدعم الاجتماعي المتلقي يتوسط في العلاقة بين السمات الشخصية وإدمان الفيسبوك

جاء ذلك في إطار فحص الدراسة العلاقة بين إدمان الفيسبوك والسمات الشخصية والدعم الاجتماعي المدرك لدى طلاب الجامعة في باكستان جاءت لمعرفة ما إذا كانت المتغيرات الثلاثة تشكل نموذجاً سببياً يفسر هذه العلاقة؟. تبنت الدراسة نظريته الدعم الاجتماعي أجريت الدراسة على عينة قوامها 222 مفردة من طلاب عدد من الجامعات في باكستان، طبق عليهم مقياس إدمان الفيسبوك Bergen Facebook Addiction ومقياس الدعم الاجتماعي Leung and Lee's online social support scale.

- وأظهرت نتائج دراسة (Müller et al., 2016)⁽¹⁷⁾ أن تأثير السمات الشخصية كان ضعيف في التبوء بإدمان مواقع التواصل الاجتماعي وإن كان في صالح الشخصيات النرجسية، كما أكدت أن الشخصيات الانبساطية أكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي ولكن لا يدمنوا استخدامها، وهؤلاء الأشخاص أكثر الشخصيات حرصاً على العلاقات الاجتماعية في الواقعي الافتراضي ويحرصوا على تحويل تلك العلاقات إلى واقع فعلي، كما بينت النتائج أن الإناث أكثر إدماناً

للأنشطة الاتصالية على مواقع التواصل الاجتماعي. حيث حاولت الدراسة فحص العلاقة بين إدمان طلاب المدارس الألمان لمواقع التواصل الاجتماعي وإدمان الألعاب الإلكترونية على الإنترنت والسمات الشخصية والضيق النفسي والاجتماعي لديهم، لمعرفة ما إذا كانت أبعاد الشخصية تتنبأ بالسلوك الإدماني على مواقع التواصل الاجتماعي، أجريت الدراسة على عينة قوامها 9173.

- وتشير نتائج دراسة (Jin., 2015)⁽¹⁸⁾ إلى وجود علاقة ارتباطية بين إدمان الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي وتشكل المنظومة القيمية، ووجود علاقة إيجابية بين عامل الثقة والحضور الاجتماعي ورأس المال الاجتماعي إلا أنها تؤكد على قوة تأثير عنصر الثقة على العلاقات الاجتماعية التبادلية مقارنة برأس المال التواصلية. كما تشير النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين احترام الذات ورأس المال الاجتماعي التواصلية، لكنها لم تؤكد على وجود علاقة بين احترام الذات ورأس المال التبادلي. كذلك أكدت النتائج أن الأفراد الذين لديهم انخفاض في التقدير الذاتي هم أكثر انخراطاً في العلاقات الاجتماعية التبادلية من العلاقات الاجتماعية التواصلية، وتشير النتائج أن كثافة استخدام الفيسبوك لعبت دوراً أكثر أهمية في العلاقات الاجتماعية التبادلية مما كانت عليه في العلاقات الاجتماعية التواصلية. كما أن عامل تأكيد الذات لعب دوراً أكثر أهمية في العلاقات الاجتماعية التواصلية من العلاقات الاجتماعية التبادلية.

فقد بحثت الدراسة العلاقة بين التقدير الذاتي ورأس المال الاجتماعي واختبار تأثير مكونات التقدير الذاتي الأربعة: (الكفاءة الذاتية «الثقة بالنفس»، تأكيد الذات، الحضور الاجتماعي، احترام الذات) على كل من القيم ورأس المال الاجتماعي. وانطلقت الدراسة من فرضية مؤداها أن إدمان الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على منظومة القيم المجتمعية المبنية على آلية الثقة، والمشاركة الاجتماعية، والمعاملة بالمثل، ومن فرضية أن رأس المال الاجتماعي التواصلية والتبادلي يتوسط في العلاقة بين مكونات التقدير الذاتي والتأثيرات على منظومة القيم المجتمعية لدى الأفراد؛ وطبقت الدراسة على عينة قوامها 306 من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في كوريا الجنوبية، ممن تتراوح أعمارهم بين 20-50 سنة.

- وأكدت نتائج دراسة (Shettar et al., 2017)⁽¹⁹⁾ أن الأفراد الذين يعانون من عدم الكفاءة الاجتماعية يتولد لديهم حالة مزاجية سلبية تتمثل في الشعور بالاكئاب والوحدة ويصبح لديهم عدم القدرة على التنظيم الذاتي ومن ثم يدمنوا الأنشطة الاتصالية للهروب من حالات المزاج السلبي. كما بينت النتائج وجود ارتباط إيجابي بين كثافة إدمان

الفيسبوك ومدى شعور الأفراد بالوحدة، فكلما زاد الاستخدام الإدماني للأفراد زاد شعورهم بالوحدة والإحباط والشعور بالخوف والقلق من فقدان الأصدقاء.

فقد استهدفت الدراسة التعرف على العلاقة بين إدمان طلاب الدراسات العليا الهنود للفيسبوك والشعور بالوحدة والشعور بالخوف من فقدان الاتصال بالأصدقاء. ومن خلال تبني نموذج خلل المهارات الحياتية لـ (Caplan) psychosocial problematic predisposition model والمرتبط بإدمان مواقع التواصل الاجتماعي هدفت للتعرف على التأثيرات المتبادلة للتفضيلات الاجتماعية الواقعية وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 100 مفردة طبق عليهم مقياس إدمان الفيسبوك Bergen Facebook Addiction، ومقياس الوحدة الإصدار الثالث UCLA Loneliness Scale3.

- كذلك كشفت نتائج (Gao, Liu & Li, 2017)⁽²⁰⁾ أنه كلما كان عامل الحضور الاجتماعي قوياً أدى ذلك إلى مزيد من النشاط الإدماني على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي؛ وأشارت إلى أن الأشخاص الذين لديهم احتياج شديد للانتماء يحاولوا بناء علاقات اجتماعية دافئة وحميمة ذات روابط مع الآخرين، ويسعوا إلى التواصل الدائم معهم، وهؤلاء الأفراد يميلوا إلى دعم الآخرين ويميلوا إلى الحصول على الدعم الاجتماعي منهم. كما بينت النتائج أن جمهور مواقع التواصل الاجتماعي نشط جداً يتفاعل مع الآخرين من خلال عبارات الإعجاب أو الإشارات أو التعليقات الإيجابية، وكلما ارتفعت تلك المظاهر التفاعلية أدى إلى تعزيز الجوانب الإيجابية لدى الأفراد مما يدفعهم إلى عدم التخلي عن استخدامها وهو يؤدي إلى إدمانها.

حيث استهدفت الدراسة استكشاف العوامل المؤثرة على إدمان المستخدمين الصينيين لشبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات المترتبة على العلاقات الاجتماعية. وتبنت الدراسة نظريتي الانتماء والحضور الاجتماعي، وذلك لشرح سلوك الأفراد ومشاعرهم المتشكلة في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي والتي تفترض أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق ثلاث أشكال من الحضور تتمثل في (الدفء، الألفة، الإحساس). وأجريت الدراسة على عينة قوامها 278 مفردة.

- وأكدت نتائج دراسة (Ershad & Aghajani, 2017)⁽²¹⁾ أن الشخصيات العصابية تشعر دائماً بالخوف والحزن والغضب ولديها تأنيب في الضمير ومشاعرها غير متزنة، كما أنها لا تستطيع التوافق مع الآخرين في الواقع المادي وهذا ما يدفعهم إلى إدمان الأنشطة الاتصالية على انستغرام لكي يتفاعلوا مع الآخرين في الواقع الافتراضي، حيث يؤدي إدمانهم للأنشطة الاتصالية على انستغرام إلى إشباع احتياجاتهم النفسية وإزالة الخوف نظراً لأنه مكنهم من إخفاء سماتهم السلبية وسهل لهم تقديم أنفسهم بشكل

جيد. حيث أجريت الدراسة للتعرف على مستوى إدمان انستجرام ودلالة إسهام كل من السمات الشخصية، والقلق الاجتماعي وأنماط الاتصال في التنبؤ بإدمان انستجرام والتأثيرات النفسية لإدمانه لدى طلاب الجامعة في طهران، أجريت الدراسة على عينة قوامها 100 مفردة، طبق عليهم مقياس القلق، الشخصية، وإدمان انستجرام.

- وأظهرت نتائج دراسة (Andreassen, Pallesen & Griffiths, 2017)⁽²²⁾ وجود علاقة ارتباطية بين إدمان مواقع التواصل الاجتماعي ومعدل انخفاض الذات وارتفاع مستوى حب الذات، فإدمان مواقع التواصل الاجتماعي يحقق إشباعاً قوياً لدى هؤلاء حيث ينجذبون إلى المشاركة في الأنشطة القادرة على تعزيز الأنا، ويحرصوا على مشاركة نجاحاتهم أمام الآخرين بهدف الحصول على مكافآت وامتنيازات من خلال الإعجاب والتعليقات، أما الأشخاص الذين لديهم ضعف في معدلات تقدير الذات والمتتمثلة في شعورهم بأنهم غير محبوبين ولديهم ضعف في المهارات الاجتماعية يعتقدوا أن وجود عدد كبير من الأصدقاء أو المتابعين سيغير من التقييم الذاتي السلبي لديهم إلى تقييم إيجابي، وهذا ما يجعلهم يدمنوا الأنشطة الاتصالية على مواقع التواصل الاجتماعي حيث هدفت الدراسة اختبار العلاقة بين الاستخدام الإدماني لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة بتقدير الذات لدى الجمهور النرويجي، أجريت الدراسة على عينة مستعرضة بلغ عددها 23.532 مفردة تتراوح أعمارهم ما بين (16-88 سنة)، طبق عليهم مقياس بيرجن لإدمان الفيسبوك Bergen Facebook Addiction، ومقياس روزنبرغ لتقدير الذات Rosenberg's Self-esteem، ومقياس تقدير الذات من إعداد الباحثين.

- وأكدت نتائج دراسة (Pantic et al., 2017)⁽²³⁾ وجود علاقة ارتباطية سلبية بين درجة إدمان الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي وتقدير الذات، حيث يزيد الإدمان كلما قل شعورهم بانخفاض تقدير الذات، بينما يقل إدمانهم كلما زاد شعورهم بارتفاع تقدير ذاتهم، فالأفراد الذين لديهم درجات منخفضة من تقدير الذات يميلون بشكل أكبر لإدمان مواقع التواصل الاجتماعي بهدف تحقيق معدلات مرتفعة من تقدير الذات على حساباتهم، ومن ناحية أخرى ثبت وجود علاقة إيجابية بين إدمان الإنترنت والترجسية

حيث سعت الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين إدمان مواقع التواصل الاجتماعي والتقلبات النفسية والترجسية وتقدير الذات، طبقت الدراسة على عينة قوامها 244 مفردة من طلاب الجامعة في صربيا، جمعت البيانات عن طريق عينات كرة الثلج.

- وبالمثل جاءت نتائج دراسة (Hawi & Samaha., 2017)⁽²⁴⁾ لتؤكد

وجود علاقة سلبية بين السلوك الإدماني على استخدام الفيسبوك ومعدلات تقدير الذات بالإضافة إلى الأداء الأكاديمي، كما بينت النتائج أن عامل تقدير الذات يتوسط في العلاقة بين إدمان الفيسبوك والرضا عن الحياة، كما تؤكد النتائج وجود علاقة إيجابية بين إدمان الفيسبوك ودرجة شعور الفرد بالرضا عن الحياة، وقد فسرت النتائج ذلك بأن الرضا عن الحياة يعد بناء نفسي واجتماعي يشمل العديد من الجوانب مثل الأسرة والأصدقاء والمعلمين وكذلك الزملاء والمديرين، في حين يرتبط إدمان الفيسبوك بتقدير الذات لأن هذا التقدير لا يقيّم سوى جانب واحد فقط من حياة الشخص، لذا يؤثر الإدمان في عامل تقدير الذات مقارنة بعامل الرضا عن الحياة.

حيث حاولت الدراسة معرفة العلاقة بين إدمان الفيسبوك ومعدلات تقدير الذات ودرجة الرضا عن الحياة لدى طلاب الجامعة في لبنان، أجريت الدراسة على عينة قوامها 364 مفردة من طلاب جامعة نوتردام، تم اختيارهم بطريقة عينة كرة الثلج، طبق عليهم مقياس إدمان الفيسبوك Bergen Facebook Ad diction Scale (BFAS)، ومقياس الرضا عن الحياة Diener Scale، ومقياس تقدير الذات Rosenberg's Self-Esteem Scale (SES).

- أما نتائج دراسة (Balakrishnan & Griffiths., 2017)⁽²⁵⁾ فأكدت ان الدوافع المرتبطة بمشاهدة مقاطع اليوتيوب تصيب الفرد بحالة من عدم الإشباع فيستمر عليها فترة طويلة (البروز) يستخدم كل ما هو متاح من نشاط اتصالي بهدف تحقيق الإشباع ولا يترك الموقع إلا بعد التعب الجسماني، مما ينعكس بالسلب على العديد من المظاهر النفسية المتمثلة في عدم السعادة النفسية، في حين أن الدوافع المرتبطة بإنشاء المقاطع على اليوتيوب تعزز من معدلات تقدير الذات لديهم حيث يهدف الأفراد من تلك المقاطع الحصول على الإعجاب والمشاركة مما يحقق لهم عنصر المتعة والسعادة النفسية لديهم، وتؤكد النتائج أن الإدمان على استخدام اليوتيوب ارتبط بإشباع المعالجة في حين لم يرتبط بإشباع المحتوى.

فقد هدفت إلى معرفة التأثيرات النفسية لإدمان اليوتيوب على معدلات تقدير الذات والسعادة النفسية لدى الطلاب في الهند، تبنت الدراسة نظرية الاستخدامات والإشباع كإطار نظري مفسر لطبيعة العلاقة بين دوافع وإدمان الاستخدام، وافترضت الدراسة أن دوافع الأفراد تذهب عامة إلى أمرين الأول إشباع المعالجة (الدوافع المرتبطة بمشاهدة اليوتيوب)، والثاني إشباع المحتوى (الدوافع المرتبطة بإنشاء المقاطع على اليوتيوب)، وفي إطار ذلك طبقت الدراسة على عينة قوامها 410 مفردة ذكوراً وإناثاً من تسع جامعات في الهند.

- وأشارت نتائج دراسة (Sahin., 2017)⁽²⁶⁾ إلى أنه كلما ارتفعت درجة إدمان المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي قل شعورهم بالرضا عن الحياة، كما بينت نتائج تحليل الانحدار أن إدمان مواقع التواصل الاجتماعي يعد مؤشراً مهماً للشعور بالرضا عن الحياة حيث يؤثر الإدمان على هذا الشعور سلبياً، كما يؤثر على بروز التسامح الظاهري والاتصال الافتراضي

حيث تناولت الدراسة فحص العلاقة بين إدمان مواقع التواصل الاجتماعي ومعدلات الشعور بالرضا عن الحياة لدى طلاب الجامعة في الصين، ودلالة إسهام هذا الإدمان في التنبؤ بدرجة هذا الرضا، أجريت الدراسة على عينة قوامها 612 مفردة من الذكور والإناث من طلاب جامعة Ahi Evran طبق عليهم مقياس الرضا عن الحياة Diener Scale، ومقياس إدمان مواقع التواصل الاجتماعي من إعداد الباحث.

- كما أكدت نتائج دراسة (Longstreet & Brooks., 2017)⁽²⁷⁾ أن شعور الأفراد بالسعادة في حياتهم يؤدي إلى ارتفاع شعورهم بالرضا العام وبالتالي انخفاض معدل إدمانهم لمواقع التواصل الاجتماعي، في حين يدمن الأفراد الأنشطة الاتصالية على مواقع التواصل الاجتماعي حال شعورهم بالضغط والإجهاد وحال انخفاض شعوره بالرضا العام، وتؤكد النتائج فاعلية النموذج المعرفي السلوكي فالأفراد يدمنوا مواقع التواصل الاجتماعي بهدف تجنب السلبيات المرتبطة بشعورهم بالحرمان النفسي.

حيث استهدفت الدراسة التعرف على مستوى إدمان مواقع التواصل الاجتماعي ودلالة إسهام كل من الشعور بالسعادة أو الإجهاد في التنبؤ بإدمانها والتأثيرات المترتبة على الإدمان نحو الشعور بالرضا عن الحياة، وفي إطار ذلك وظفت الدراسة نموذج Cognitive-Behavioral Model لاختبار العلاقة بين المتغيرات السلبية والإيجابية على الإدمان وتأثير ذلك على معدلات الشعور بالرضا عن الحياة، أجريت الدراسة على عينة قوامها 251 من المشاركين في الدورات التدريبية بأحد الجامعات الأمريكية تتراوح أعمارهم ما بين 18-44 سنة، طبق عليهم مقياس إدمان مواقع التواصل الاجتماعي من إعداد الباحثين، ومقياس السعادة Oxford Happiness Questionnaire، ومقياس الإجهاد المدرك Perceived Stress Scale طبقت المقاييس بطريقة الكترونية عبر البريد الإلكتروني ومن خلال المقابلة.

- وأكدت نتائج دراسة (Tang et al., 2016)⁽²⁸⁾ وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين إدمان الفيسبوك وكل من العلاقات الشخصية والدعم الاجتماعي الإلكتروني من خلال

المشاركة في الأنشطة والفاعليات الاجتماعية، كذلك وجود علاقة سلبية بين إدمان الفيسبوك ومجموعة من السمات الشخصية تتحدد في درجة وعى المستخدم وشعوره بالانسجام، وكانت العلاقات الشخصية التي تتم عبر الإنترنت، كما بينت النتائج أن شعور المستخدم بالاضطراب العصبي مؤشر دال على إدمان الفيسبوك.

حيث استهدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين إدمان طلاب الجامعة في تايوان للفيسبوك وكل من سمات الشخصية والعلاقات التفاعلية والدعم الاجتماعي الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تبنت الدراسة نظرية الدعم الاجتماعي والتي افترضت أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق أربعة أنواع من الدعم يتمثل في الدعم العاطفي، المعلوماتي، السلوكي، والرفقة، هذا الدعم الذي تحققه مواقع التواصل الاجتماعي تدفع الأفراد إلى عدم الابتعاد عنها مما يجعلهم يدمنوا استخدامها خشية من فقدان هذا الدعم، أجريت الدراسة على عينة قوامها 894 جمعت من ثماني جامعات بطريقة مباشرة وكذلك عن طريق عينات كرة الثلج، طبق عليهم مقياس إدمان الفيسبوك Bergen Facebook Addiction، ومقياس الشخصية لـ ساسيور Saucier، ومقياس الدعم الاجتماعي Leung and Lee's online social support scale.

- وخلصت دراسة (Darcin et al., 2015)⁽²⁹⁾ في نتائجها إلى وجود اختلاف واضح بين الأشخاص الذين يستخدمون تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي على الهاتف المحمول بشكل أساسي في الوصول إلى مواقع التواصل الاجتماعي وغيرهم ممن يستهدفون الوصول إلى شبكة الإنترنت أو إجراء المكالمات التليفونية، وأضافت الدراسة وجود ارتباط سلبي بين ميول الاستخدام الإدماني وسن المستخدمين، وبينت النتائج على ميل صغار المستخدمين لإدمان استخدام الهاتف المحمول، والذي عزز من الشعور بالوحدة لدى الإناث والشعور بالرهاب الاجتماعي لدى كل من الإناث والذكور فقد استهدفت دراسة التعرف على العلاقة بين إدمان طلاب الجامعة الأتراك لتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي على الهاتف المحمول ومعدل الشعور بالوحدة والاضطراب الاجتماعي لديهم، أجريت الدراسة على عينة قوامها 367 مفردة، طبق عليهم مقياس الشعور بالوحدة Loneliness Scale ومقياس الرهاب الاجتماعي Brief Social Phobia Scale.

ثانياً: الدراسات التي تناولت ظاهرة الخوف من فوات الأخبار (fomo) في شبكات التواصل الاجتماعي.

- أظهرت نتائج دراسة (Dempsey et al., 2019)⁽³⁰⁾ أن الخوف من

فوات «الأخبار والمعلومات والتواصل» (fomo) والتأمل يتوسطان العلاقة بين القلق الاجتماعي ومشكلة أو خطورة استخدام فيسبوك؛ وبالتالي فإن الاستخدام المفرط لشبكات التواصل الاجتماعي ممثلاً في موقع (فيسبوك) مرتبط بشدة بمتغيري الخوف والتأمل وحدث القلق الاجتماعي.

وترى أن الأبحاث السابقة وجدت أن ترابطات علم النفس المرضي مثل الاكتئاب والقلق ترتبط بالاستخدام السلبي لـ فيسبوك. لذا فقد تم في هذه الدراسة فحص نموذج المعادلة الهيكلية لتوقع الاكتئاب والقلق الاجتماعي وخفض الرضا عن الحياة، أثناء تحليل المتغيرات الوسيطة بما في ذلك الخوف من الفوات أو فقدان (fomo)، واستخدام فيسبوك بكثافة، وكذلك متغيري العمر والجنس.

- تشير نتائج دراسة (Melissa G. Hunt et al., 2018)⁽³¹⁾ إلى أن الحد من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لحوالي 30 دقيقة يومياً قد يؤدي إلى تحسن كبير في الرفاهية؛ وخاصة فيما يتعلق بتناقص الشعور بالوحدة والاكتئاب. وهي أول دراسة لتوضيح العلاقة والصلة السببية الواضحة بين انخفاض استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والتحسين في الشعور بالوحدة والاكتئاب. ولكن ربما ليس من المستغرب أن الحد من شبكات التواصل الاجتماعي التي تساعدنا على التواصل مع الآخرين؛ تساعد الناس في الواقع على الشعور بالوحدة والاكتئاب.

كما كشفت الدراسة عن أن الاكتئاب، والشعور بالوحدة، والقلق، والدعم الاجتماعي المتصور، واحترام الذات، والرفاهية لا يرتبط في الواقع باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الأسبوع التالي لاستكمال الاستبيانات. وهذا يعني أن الأفراد الأكثر حزناً لم يستخدموا وسائل التواصل الاجتماعي بأثر مستقبلي. هذه النتائج تتعارض إلى حد ما مع الأبحاث السابقة، والتي غالباً ما تجد ارتباطاً باستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية المقدر والمبلغ عنها ذاتياً ومقاييس الرفاهية مستقبلاً. كما أظهرت مجموعة الاستخدام المحدود انخفاضاً كبيراً في الشعور بالوحدة والاكتئاب على مدى ثلاثة أسابيع مقارنة مع المجموعة الضابطة. وأظهرت كلتا المجموعتين انخفاضاً كبيراً في القلق والخوف من تفويت خط الأساس، مما يشير إلى فائدة زيادة المراقبة الذاتية. فقد تم إجراء دراسة تجريبية لاستقصاء الدور السببي المحتمل الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي في هذه العلاقة. وبعد أسبوع من المراقبة الأساسية تم تعيين عينة عشوائية مكونة من 43 س1 من الطلاب الجامعيين في جامعة بنسلفانيا إما للحد من استخدام Facebook و Instagram و Snapchat لمدة 10 دقائق في اليوم لكل منصة، أو لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كالمعتاد لمدة ثلاثة أسابيع.

- كشفت دراسة (Tomczyk & Selmanagic-Lizde., 2018)⁽³²⁾ أن نسبة 20% من المبحوثين (الطلاب) عينة الدراسة (متوسط العمر من 13 عامًا) ظهرت لديهم عدة أعراض من fomo، بينما 30% آخرون ظهرت عليهم أعراض خطر التعرض للإدمان على الإنترنت. في حين أن الـ 50% المتبقية من الطلاب ليسوا في خطر من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي. هذه المعايير تختلف بسبب عدم وجود أدوات موحدة لقياس fomo. ومع ذلك، فقد لوحظ أن fomo يقلل من بعض أشكال النشاط الترفيهي ولا يعتمد على الجنس.

حيث حاولت الدراسة قياس ظاهرة fomo وسلوكيات إدمان شبكات التواصل الاجتماعي المصاحبة له. وقد تم جمع البيانات من 717 طالبًا في كانتون سراييفو وموستار (البوسنة والهرسك). وقد أجري البحث في النصف الثاني من عام 2017.

- وأكدت نتائج دراسة (Casale, Rugai & Fioravanti., 2018)⁽³³⁾ وجود علاقة بين الشعور بالخوف من الفقد الاجتماعي (fomo) وإدمان شبكات التواصل الاجتماعي. كذلك ثبت أن هناك تأثير للاستراتيجيات ما وراء المعرفة على فاعلية الذات، فمعتقدات الأفراد حول فاعلية ذواتهم تحدد مستوى الدافعية لهم وترفع من قدرتهم على مواجهة المشكلات المرتبطة بإدمانهم لمواقع التواصل الاجتماعي، فكلما ارتفعت ثقة الأفراد بأنفسهم زاد إصرارهم على تخطي ما يفكرون به من بعدهم عن الأصدقاء، ومن ثم لا يشعر بالخوف؛ والعكس في حال انخفاض معدلات تقدير الذات لديه زادت درجة خوفهم مما يجعلهم يرتبطوا بها ولا يستطيعوا الابتعاد عنها لفترات طويلة.

حيث سعت هذه الدراسة لفحص العلاقة بين إدمان طلاب الجامعة الإيطاليين لمواقع التواصل الاجتماعي والشعور بالخوف من الفقد الاجتماعي (fomo) واستكشاف دور التفكير ما وراء المعرفي في تخفيف المشاعر السلبية والخوف من فقدان الأصدقاء على مواقع التواصل الاجتماعي، تبنت الدراسة نظرية ما وراء المعرفة وافترضت أن درجة وعي الأفراد بأنماط التفكير التي يستخدمونها وإدراكهم لأساليب التحكم والسيطرة الذاتية على محاولات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، تمكنهم من اتخاذ قرارات واعية نحو الابتعاد عنها إن سببت لهم متاعب أو مشاكل، وفي إطار ذلك أجريت الدراسة على عينة قوامها 579 مفردة.

- كما أجرى (Robson., 2018)⁽³⁴⁾ دراسة من المستوى الثاني عن تأثير إدمان مواقع التواصل الاجتماعي على متغير الخوف من الفقد الاجتماعي (fomo) كما طرح في إطار الدراسات التي تناولت ظاهرة الإدمان، أكدت النتائج أن الأشخاص

الذين يعانون من ضعف تقدير الذات والإحساس بالقلق والاكتئاب يدمنوا الأنشطة الاتصالية على مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف تحقيق الرفاه النفسي. وفي الوقت نفسه قد يلجأ المستخدمون الذين يعانون من مشاعر fomo إلى سلوكيات تعزيز الذات بقصد استعادة مشاعرهم بعدم الفعالية الاجتماعية. - وبينت نتائج دراسة (Sleeper., 2018)⁽³⁵⁾ أن الطلاب الذين لديهم مستويات متدنية في الشعور بالرضا عن علاقاتهم الاجتماعية هم أكثر إدماناً للأنشطة الاتصالية على مواقع التواصل الاجتماعي، وهم لا يستطيعون الابتعاد عن مواقع التواصل الاجتماعي لأنهم يشعرون دائماً بالقلق من فقدان الاتصال بالأصدقاء، ومن ثم تظهر عليهم أعراض الـ (fomo).

حيث استهدفت الدراسة اختبار العلاقة بين إدمان طلاب الجامعة الأمريكية لمواقع التواصل الاجتماعي والشعور بالقلق الاجتماعي والرضى عن العلاقات الاجتماعية لديهم، ومعرفة ما إذا كانت المتغيرات الثلاثة تشكل نموذجاً سببياً يفسر هذه العلاقة؟، أجريت الدراسة على عينة قوامها 149 مفردة تم اختيارهم بطريقة عينة كرة الثلج. - وترى دراسة (Wang et al., 2018)⁽³⁶⁾ أن الأبحاث الحديثة تشير إلى أن العرض أو التقديم الذاتي على مواقع الشبكات الاجتماعية هو سلوك شائع لدى المراهقين. ومع ذلك، لا يُعرف الكثير عن القوة الدافعة وراء هذا السلوك. وأشارت الدراسة إلى أن متغير fomo يتوسط العلاقة بين الحاجة إلى الانتماء والرضى أو التقديم الذاتي للمراهقين والاستخدام المفرط لشبكات التواصل الاجتماعي.

حيث اختبرت الدراسة العلاقة بين الحاجة إلى الانتماء والرضى أو التقديم الذاتي واستخدام المراهقين الصينيين لشبكات التواصل الاجتماعي، وتم فحص آليات التوسط والاعتدال التي تقوم عليها هذه العلاقة. وقد شارك في هذه الدراسة عينة مكونة من 832 مراهقاً، وتحدد الاستبيان في سؤالهم بشأن الحاجة إلى الانتماء والدعم الاجتماعي المتصور والخوف من الضياع fomo والرضى الذاتي الحقيقي على شبكات التواصل الاجتماعي وفق متغيرات (الجنس والعمر والاستخدام المكثف للشبكات الاجتماعية).

- وتوصلت نتائج دراسة (Blackwell et al., 2017)⁽³⁷⁾ إلى أن الاضطرابات العصبية وأساليب التواصل مؤشرات داله عن إدمان مواقع التواصل الاجتماعي، بينما كانت ظاهرة الخوف من فقدان الاتصال هي العنصر الوحيد الذي تنبأ بإدمان مواقع التواصل الاجتماعي، ومن أبرز مظاهر التأثير السلبي لإدمان مواقع التواصل الاجتماعي الشعور بالقلق والانتواء والخوف (fomo) من فقد الاتصال بالآخرين، فقد أفاد الأفراد أنهم يشعرون دائماً بأن شيئاً ينقصهم عند الابتعاد عن مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما

يدفعهم إلى الدخول عليها باستمرار لمتابعة إشعارات الأصدقاء، كما أوضحت النتائج أن الأفراد المنبسطين يمكن أن يكونوا أكثر استخدامًا لوسائل التواصل لأنهم يشتهون التفاعل الاجتماعي، وهو ما يؤدي إلى إدمانهم لها، ومن ناحية أخرى فإن تأثير الإدمان على شعورهم بالقلق أقل لهؤلاء الأشخاص لأنهم يشعرون بالراحة في تفاعلهم مع الآخرين، وتؤكد النتائج أنه كلما زاد شعور الطلاب بالانبساط النفسي، زادت احتمالية قيامهم بتحديث صفحاتهم الشخصية ومشاركة الصور مع الآخرين والاستجابة لمنشورات الآخرين. فقد استهدفت الدراسة التعرف على مستوى إدمان طلاب الجامعة الأمريكية لمواقع التواصل الاجتماعي ودلالة إسهام كل من الانبساط النفسي وأساليب الاتصال والخوف الاجتماعي في التنبؤ بإدمانها والتأثيرات المترتبة للإدمان على الاضطرابات النفسية والعصبية لديهم، أجريت الدراسة على عينة قوامها 207 مفردة من طلاب جامعة northeastern جمعتم البيانات عن طريق عينات كرة الثلج من المشتركين في موقعي Facebook و Reddit طبق عليهم مقياس الانبساط النفسي والاضطراب العصبي للمستخدمين وكذلك أساليب التواصل وظاهرة (الخوف من فقدان الاتصال) «fomo» ومقياس السمات الشخصية.

التعليق على الدراسات السابقة:

عرض الباحث فيما سبق بعض الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالية، وكان هدف الباحث في عرضه لهذه الدراسات هو التعرف على أبعاد هذا المتغير الجديد (مستوى إدمان شبكات التواصل الاجتماعي fomo) ومعرفة ما يتركه من تغيرات إيجابية أو سلبية، والعوامل أو الأسباب التي أدت إلى ظهوره مثل (الرغبة في تحقيق الحضور الاجتماعي للجمهور):

1. فيما يتعلق بالدراسات التي تناولت التغيرات الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة المتعلقة منها بحالة الحضور الاجتماعي للجمهور: - أثبتت الدراسات السابقة أن التفاعلات على الانترنت (شبكات التواصل الاجتماعي) تزيد من حالة الدعم الاجتماعي بشكل كبير للمستخدمين الذين يشعرون بالوحدة والاكتئاب وانخفاض التقدير الذاتي لهم.

- هناك دراسات ركزت على تأثير استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي وإدمانهم على الجانب الاجتماعي، وكيف تؤثر على السلوكيات وعدم التكيف الاجتماعي؟؛ ويرتبط ذلك بما جاء في دراسات: دراسة (Mahamid & Berte., 2018)، (Demircioğlu & Köse., 2018)، (Gao, Liu & Li., 2017)،

(Shettar et al., 2017)، (Casale, Rugai & Fioravanti., 2018).
 - أوضحت الدراسات السابقة أن من دوافع وأسباب إدمان مواقع شبكات التواصل الاجتماعي: عدم القدرة على التوافق مع الآخرين في الواقع، والشعور بالاضطراب العصبي، والاضطراب الاجتماعي، قلة الأماكن الترفيهية، والفشل في العلاقات الاجتماعية، وانخفاض التقدير الذاتي للأفراد، وعدم الكفاءة الاجتماعية، يتولد لديهم حالة مزاجية سلبية تتمثل في الشعور بالاكنتاب والوحدة والاحباط والشعور بالخوف والقلق من فقد الأصدقاء ومن ثم يدمنوا الأنشطة الاتصالية على شبكات التواصل الاجتماعي كنوع من التعزيز لبناء علاقات اجتماعية بالواقع الافتراضي على الشبكات؛ مثل دراسات: (Tang et al., 2016)، (Darcin et al., 2015)، (Mahamid & Berte., 2018)، (Demircioğlu & Köse., 2018)، (Jin., 2015)، (Shettar et al., 2017)، (Gao, Liu & Li, 2017)، (Ershad & Aghajani, 2017).

- أن الأفراد يهدفون من استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي التي تؤدي نهاية إلى ظهور حالة من الإدمان لهذه المواقع إلى تحقيق الدعم العاطفي والاجتماعي، أو الحضور الاجتماعي؛ بالإضافة إلى احتياجهم إلى الانتماء، وبالتالي فهم يحاولوا بناء علاقات اجتماعية دافئة وحميمة ذات روابط مع الآخرين ويسعون إلى التواصل الدائم معهم، وتعزيز تقدير الذات لديهم، حيث يهدف الأفراد من تلك المواقع الحصول على الإعجاب والمشاركة مما يحقق لهم عنصر المتعة والسعادة النفسية؛ مثل دراسات: (Darcin et al., 2015)، (Gao, Liu & Li, 2017).

- كما أكدت نتائج الدراسات السابقة وجود علاقة سلبية بين درجة إدمان الأفراد مواقع شبكات التواصل الاجتماعي وارتفاع تقدير الذات لديهم (Pantic et al., 2017)، (Hawi & Samaha., 2017)، وأن الأشخاص الذين لديهم حالة من الرفاه والانسباط والشعور بالسعادة وترتفع معدلات تقدير الذات والسعادة النفسية لديهم وهو ما يؤدي إلى ارتفاع شعورهم بالرضا العام، ربما يكونوا أكثر استخداماً لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي ولكنهم لا يدمنوا استخدامها (Müller et al., 2016)، (Gao, Liu & Li, 2017)، (Longstreet & Brooks., 2017)، وأنه كلما كان عامل الحضور الاجتماعي قوي أدى ذلك إلى مزيد من النشاط الإدماني على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي (Gao, Liu & Li, 2017).

2. فيما يتعلق بالدراسات التي تناولت ظاهرة (fomo) في شبكات التواصل الاجتماعي:

- أنه يمكن التنبؤ بمستوى إدمان شبكات التواصل الاجتماعي (fomo) من خلال عدة متغيرات، منها: العدد المرتفع للاستخدام، الشعور بالوحدة، الاكتئاب، الفعالية الذاتية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، المستويات المنخفضة من المساندة الاجتماعية، انخفاض تقدير الذات، الحاجة إلى الدعم الاجتماعي والعاطفي، والرغبة في تحقيق الحضور الاجتماعي.

- ذهبت نتائج الدراسات السابقة إلى أن هناك علاقة بين الاستخدام المفرط لشبكات التواصل الاجتماعي (fomo) وبين متغيرات (الاكتئاب، القلق الاجتماعي، الخوف وانخفاض الرضا عن الحياة، الخوف من الفقد الاجتماعي، الشعور بالوحدة والاكتئاب) (Dempsey et al., 2019)، (Casale, Rugai& Fioravanti., 2018)، (Robson., 2018).

- وأن الحد من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يؤدي إلى تحسن كبير في حالة الرضا عن الحياة وعن العلاقات الاجتماعية لديهم أو الشعور بالرعاية (Melissa G. Hunt et al., 2018)، (Blackwell et al., 2017).

3. التعليق العام على الدراسات السابقة، وأجه الاستفادة منها في هذه الدراسة:

- من الملاحظ في الدراسات السابقة أنها أجريت في دول مختلفة منا المتقدمة ومنها النامية؛ وهذا يعني أن ظاهرة إدمان شبكات التواصل الاجتماعي أو الاستخدام المفرط للانترنت أو الاستخدام المشكل له تُعد ظاهرة عالمية.

- أثبتت الدراسات السابقة أن إدمان الانترنت يتعلق أكثر بالفئة العمرية (الشباب من 18 - 35) أكثر من غيرهم من أجل تعويض نواحي القصور والاحباطات التي تواجههم.

- اتفقت معظم الدراسات السابقة على استخدام المنهج الوصفي التحليلي، أو المسحي، إضافة إلى استخدام المنهج التجريبي مثل دراسة (Melissa G. Hunt et al., 2018)؛ لرصد ظاهرة إدمان شبكات التواصل الاجتماعي، أو الاستخدام المشكل لها، وعلاقتها بظواهر أخرى.

- يلحظ من الدراسات السابقة أنها استخدمت الاستبانات للوقوف على واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وتحديد المتغيرات الإيجابية أو السلبية الناتجة عن الإفراط في هذا الاستخدام.

- أما فيما يتعلق بأوجه الاستفادة من عرض هذه الدراسات، فهو يتمثل في التعرف على كيفية تحديد المعايير المختلفة لمستوى إدمان شبكات التواصل الاجتماعي (fomo)، وفي بلورة مشكلة الدراسة، وتحديد الفروض الخاصة، وتحديد المنهج

المرتبطة بالدراسة، وكيفية بناء الأدوات الخاصة به، وحساب صدقها وثباتها، وهذه المقاييس تُعد إحدى مصادر اشتقاق مقاييس الدراسة التي قام الباحث بإعدادها وتطبيقها في الدراسة الحالية.

المفاهيم والتعريفات الإجرائية للدراسة:

- إدمان شبكات التواصل الاجتماعي (fomo): هي مرحلة متقدمة من إدمان الشبكات الاجتماعية، وفيها يرتبط الفرد ارتباطاً مرضياً بالهاتف المحمول، مما يجعله يتفحص الشاشة كل لحظة حتى ولو لم تصله أي إشعارات تنبهه لتفقدتها ومراجعتها، وهو ما يعني التحقق الإجباري من مواقع الشبكات الاجتماعية لضمان معرفة الأفراد لما يجري ولا يفوتون أي أحداث. كما أنه يُعد نوع من القلق الاجتماعي، وشعور الفرد بعدم تجربة ما يواجهها أقرانه أو عدم امتلاك ما لديهم على الشبكة. فالأشخاص الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي مثل Facebook أو Instagram أو Twitter معرضون لخطر تجربة fomo لأنهم يرون منشوراتهم وصورهم وقد يشعرون أن حياة «أصدقائهم» أكثر إرضاءً من حياتهم. وظاهرة fomo يمكن أن يؤدي إلى الإجهاد، وبروز مشاعر التعاسة للمستخدمين، والسلوكيات القهرية لديهم.

- الحضور الاجتماعي: وهو يعني الحاجة إلى تحقيق الظهور أو البروز للفرد (اجتماعياً) في عملية التفاعل والتواصل مع الآخرين على شبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة للأشخاص الذين يتفقدون لهذا النوع من الحضور الاجتماعي في واقعهم الحقيقي. كما يربط الكثيرون بين نظرية التعلم ونظرية الحضور الاجتماعي، ويستخلصوا بذلك أن «الحضور الاجتماعي مطلوب لتعزيز وتدعيم التفاعل الاجتماعي عبر الإنترنت، والذي يعد الوسيلة الأساسية والكبرى للتعلم الاجتماعي، إن كان الحضور الاجتماعي بسيطاً أو متدني في مستواه، فلم يحدث أي تأسيس للتعلم الاجتماعي ولا التفاعل الاجتماعي؛ أيضاً فإن الحضور الاجتماعي يعتبر مفهوماً مهماً لفهم السياق الاجتماعي وخلق مناخ اجتماعي داخل التواصل والمحادثات والتفاعلية التي تجري عبر الإنترنت⁽³⁸⁾.

- الدعم الاجتماعي: هو أن يشعر الشخص بالرعاية والمساعدة من المحيطين به والمتواصلين معه على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وأن يعتبر نفسه فرداً من شبكة اجتماعية داعمة. وقد تكون هذه الموارد الداعمة اجتماعية أو عاطفية مثل الحنان، أو وجداني مثل إظهار مشاعر الثقة والحب والحنان، أو دعم إدراكي مثل دعم نفسي يجده الإنسان في كلمات التهاني والثناء عليه في السراء، وفي عبارات المواساة

والشفقة في الضراء، فيجد في تهنئة الناس له الاستحسان والتقدير والتقبل والحب المتبادل، ويجد في مواساتهم له التخفيف من مشاعر التوتر والقلق والسخط والجزع، والتشجيع على التفكير فيما أصابة بطريقة تفاعلية فيها رضا، أو دعم معلوماتي مثل تقديم المعلومات ووجهات النظر أو الآراء والنصائح، أو دعم سلوكي مثل المشاركة في المهام والأعمال المختلفة بالجهد البدني، أو دعم التقدير هذا النوع من الدعم يكون في شكل معلومات بأن هذا الشخص مقدر ومقبول، ويتحسن تقدير الذات بأن تنقل للأشخاص أنهم مقدرون لقيمتهم الذاتية وخبراتهم وأنهم مقبولون بالرغم من أي صعوبات أو أخطاء شخصية، أو دعم محسوس مثل المساعدة المالية، أو دعم إعلامي مثل تقديم المشورة، أو أن تكون بشكل رفقة مثل الشعور بالانتماء. ويمكن أن يقاس الدعم الاجتماعي عن طريق إحساس المرء بأن هناك مساعدة متاحة له، أو بالمساعدة الفعلية التي حصلت له، أو عن طريق قياس درجة إندماج الشخص مع الشبكة الاجتماعية.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة في إطارها النظري على نظرية (الحضور الاجتماعي)، حيث يرى الباحث أن هذه النظرية تساعد في تحديد مشكلة الدراسة وفي تفسير نتائجها.

• نظرية الحضور الاجتماعي Social Presence Theory

تقوم الفكرة الأساسية لهذه النظرية على أن درجة التفاعل الاجتماعي بين أفراد الجماعة أثناء عملية الإتصال فيما بينهم تتوقف على درجة الوجود أو الحضور الاجتماعي لأفراد هذه الجماعة ويعني ذلك أن الحضور الاجتماعي لكل فرد في الجماعة معناه التواصل وإحساس الأطراف الأخرى بمدى تفاعل هذا الشريك (التواجد الجسدي) (39).

وتفترض هذه النظرية أن درجة الحضور الاجتماعي تقاس بدرجة وعي الأفراد بالتفاعلات الافتراضية غير الثابتة وغير الواقعية في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي، عن طريق الاتصال المباشر من خلال اللغة المستخدمة (اللغة اللفظية) واللغة غير اللفظية (كالإشارات والإعجاب والمشاركة)، ووفق للنظرية تحقق مواقع التواصل الاجتماعي ثلاث أشكال من الحضور تتمثل في (الدفء، الألفة، الإحساس) يشير عامل الدفء إلى درجة شعور الأفراد بتواجد الآخرين والمشاركة والاتصال معهم، بينما يشير عامل الألفة إلى إدراك الأفراد بوجود علاقات قوية مع الآخرين، أما عامل الإحساس يشير إلى المشاعر الناتجة من كل طرف تجاه الآخر كتفاعل الإعجاب والتعليقات الإيجابية،

وتؤكد النظرية كلما كان عامل الحضور الاجتماعي قوي أدى ذلك إلى مزيد من إدمان الأنشطة الاتصالية على مواقع التواصل الاجتماعي بهدف الحفاظ على المشاعر الإيجابية وهذا ما تناولته دراسة (Gao, Liu & Li, 2017)⁽⁴⁰⁾.

ولقد أسهمت جهود كل من جون شورت John Short، وأدريان ويليامز Ederyn Williams وبروس كريستي Bruce Christie في تأسيس نظرية الحضور الاجتماعي عام 1976م، حيث يرون أن وسائل الاتصال تتسم ببعض السمات في ضوء ما يتعلق بقدرتها على تبادل (الأسس الاجتماعية والوجدانية بطريقة تجعل الطرف الآخر يشعر بوجود المرسل «جسدياً» معه. فهم يعرفوا الحضور الاجتماعي على أنه «درجة من الظهور أو البروز للشخص الآخر في عملية التفاعل والظهور والبروز الناتج عنه بالتبعية للعلاقات فيما بين الأشخاص». فالحضور الاجتماعي إذن هو درجة من التخيل حيث يتخيل أحد الأطراف وجود الشخص الآخر (الطرف الآخر) في عملية الاتصال فعلياً معه (أي أنه يتخيله شخصاً حقيقياً بالفعل). ويؤثر الوجود الاجتماعي على درجة التفاعل الاجتماعي الحادث داخل بيئات التعلم المدعومة بوسائل الاتصال الحديثة. ويربط الكثير بين نظرية التعلم ونظرية الوجود الاجتماعي، ويستخلصوا بذلك ان «الوجود الاجتماعي مطلوب لتعزيز وتدعيم التفاعل الاجتماعي عبر الإنترنت والذي يعد الوسيلة الأساسية والكبرى للتعلم الاجتماعي، وإن كان الحضور الاجتماعي بسيطاً أو متدني في مستواه، فلم يحدث أي تأسيس للتعلم الاجتماعي ولا التفاعل الاجتماعي». ويقول «جاريسون Garrison» أن الوجود الاجتماعي يعتبر مفهوماً مهماً لفهم السياق الاجتماعي وخلق مناخ اجتماعي داخل الندوات التي تجري عبر وسائل الاتصال الحديثة⁽⁴¹⁾.

ولقد برزت أهمية هذه النظرية مع ظهور وسائل الإتصال الحديثة مثل الإنترنت، واهتمام كثير من الأبحاث بدراسة تأثيرات هذه الوسيلة «الإنترنت» كوسيط اتصالي على العلاقات الاجتماعية والتفاعل الاجتماعي بين الأفراد، خاصة وأن الإنترنت تقلل من درجة الحضور الاجتماعي لمستخدميها نظراً للنقص الشديد في استخدام الإتصال غير اللفظي على خلاف الاتصال الشخصي الذي يوفر درجة عالية من التفاعل الاجتماعي بين أفراد، نظراً لقدرتهم على التعبير عن أنفسهم لفظياً أو عن طريق الإتصال غير اللفظي بالإضافة إلى التواجد الجسدي للأفراد ورؤية كل منهما للآخر ومعرفة خصائصهم (الاجتماعية والثقافية وسماتهم الديموغرافية) فضلاً عن إمكانية قياس شبكات التواصل الاجتماعي رجوع صدى بقية أفراد الجماعة تجاه الرسائل الإتصاليه للقائم بالإتصال⁽⁴²⁾. وفي المقابل نجد أن الإنترنت تفتقر كوسيط

اتصالي إلى مجموعة عناصر أهمها(43):

1. التواجد الجسدي: حيث حل التواجد العقلي محل التواجد الجسدي بين مستخدمي الإنترنت أثناء الإتصال والتفاعل فيما بينهم عبر الشبكة.
2. غياب الفورية أو بطء رد الفعل Feedback at once أثناء الإتصال والتفاعل بين الأفراد عبر الإنترنت.

3. غياب الرموز الإجتماعية Social Cues المتعلقة بسمات الأفراد مثل السن والنوع ومستوى التعليم والحالة الإجتماعية والمستوى الإجتماعي والإقتصادي. ذلك الأمر الذي يقلل من التفاعل والتفاهم فيما بين الأفراد، ويتضح ذلك من خلال E-mail فالأفراد قد ترد على أحد رسائل ال E-mail بعد مرور فترة زمنية ليست بقليلة من تاريخ إرسالها، وفي ضوء نظرية الحضور الإجتماعي فإن وسائل الإعلام الحديثة التي توفر درجات عالية من الفورية لمستخدميها، تتميز بدرجة حضور إجتماعي مرتفع، مثل البريد الصوتي Voice mail ويترتب على ذلك زيادة التفاعل في الإتصال بين الأفراد المستخدمين من خلالها.

وبناءً على ذلك تعتبر نظرية الحضور الاجتماعي إطاراً نظرياً مناسباً تنطلق منه هذه الدراسة لأنها تتضمن توصيفاً دقيقاً لدوافع استخدام الجمهور شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على درجات مقبولة للشخص من الحضور والتفاعل الاجتماعي.

تساؤلات الدراسة:

1. ما معدل استخدام المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي؟.
2. ما القيمة والأهمية التي تمثلها مواقع شبكات التواصل الاجتماعي للمبحوثين عينة الدراسة؟.
3. ما مظاهر ارتفاع درجة إدمان شبكات التواصل الاجتماعي (fomo) لدى المبحوثين عينة الدراسة نتيجة زيادة استخدامهم لهذه المواقع؟.
4. ما العلاقة بين زيادة استخدام المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي وارتفاع ظاهرة (fomo) لديهم؟.
5. ما حجم الشبكة الاجتماعية للفرد على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، ونوع هذه العلاقات؟.
6. ما العلاقة بين اهتمام المبحوثين بتحقيق الحضور الاجتماعي وزيادة استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي؟.

7. ما حالة الحضور الاجتماعي للفرد في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، ومدى رضاه عن مستوى هذا الحضور؟.
8. ما العلاقة بين تعزيز الحضور الاجتماعي في شبكات التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين عينة الدراسة ومتغير الفقد الاجتماعي؟.
9. كيف يمكن لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي أن تساعد الفرد في تحقيق حضوره الاجتماعي؟.
10. ما نوع الدعم الاجتماعي والعاطفي الذي يحصل عليه الفرد من خلال تواجده على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي؟.

فروض الدراسة:

- **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين زيادة استخدام المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي وارتفاع ظاهرة (fomo) لديهم.
- **الفرض الثاني:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين عينة الدراسة على مقياس ظاهرة (fomo) تبعاً لاختلاف النوع وخصائصهم الديموجرافية (السن، المستوى التعليمي، وكثافة الاستخدام).
- **الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اهتمام المبحوثين بتحقيق الحضور الاجتماعي وزيادة استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي.
- **الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين عينة الدراسة على مقياس (الحضور الاجتماعي) التي عززتها شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف متغيرات (النوع، السن، المستوى التعليمي، إدمان مواقع التواصل الاجتماعي، وكثافة الاستخدام).
- **الفرض الخامس:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين (الحضور الاجتماعي) التي عززتها شبكات التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين عينة الدراسة وبين متغير (الفقد الاجتماعي).

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون التدخل في أسبابها أو التحكم فيها، ”كما تستهدف تقدير مرات تكرار حدوث ظاهرة معينة ومدى ارتباطها

بظاهرة أو مجموعة أخرى من الظواهر»⁽⁴⁴⁾. ومن خلال ذلك تسعى الدراسة إلى رصد وتحليل مدى تعرض الجمهور المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي لحالة من إدمان الشبكات (fomo) وذلك في سعيه لتحقيق الحضور الاجتماعي على مواقع الشبكات الاجتماعية.

وتم في هذه الدراسة استخدام منهج المسح الذي يُعد أحد المناهج الأساسية في البحوث الوصفية بشقه الميداني بهدف جمع البيانات وتفسيرها للوصول إلى دلالات ذات أهمية علمية. وتحدد استخدامه في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة موضع الدراسة برصد وتحليل العلاقة بين الرغبة في تحقيق الحضور الاجتماعي واستخدام وتعرض الجمهور المفرط لشبكات التواصل الاجتماعي و بروز ظاهرة fomo لديهم؛ ودراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة وتحليلها وتحديد أبعادها وأهميتها في التأثير على الظاهرة البحثية. وذلك من خلال مسح عينة من الجمهور المصري (18 عاماً فما فوق 60 عاماً)، ممثلين لأربعة محافظات مصرية، وهي محافظات (القاهرة - المنوفية - المنيا - قنا)، وفقاً لمتغيراتهم النوعية والديموغرافية (النوع، العمر، المستوى الاقتصادي، المستوى التعليمي).

مجتمع وعينة الدراسة:

تم تطبيق الدراسة على عينة تتكون من 400 مبحوث، مقسمين كالتالي: 225 ذكور و 175 إناث، وتم توزيع العينة بالتساوي على أربع محافظات مصرية (محافظه القاهرة 100 مفردة، محافظه المنوفية 100 مفردة، محافظه المنيا 100 مفردة، محافظه قنا 100 مفردة) كممثلين للمجتمع المصري؛ وهدفت الدراسة إلي معرفة العلاقة بين الحضور الاجتماعي في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ومستوى إدمان الانترنت (fomo).

وتم بلورة خصائص العينة في الجدول التالي:

جدول رقم (1) توصيف العينة

المتغيرات	التكرارات	النسبة	المتغيرات	التكرارات	النسبة
النوع	ذكور	225	العمر	من 18 : 30	52.8
	اناث	175		من 31 : 45	30.3
				من 46 : 60	17.0
المستوى التعليمي	قبل الجامعي	123	المستوى الاقتصادي	منخفض	28.5
	جامعي	185		متوسط	49.5
	بعد الجامعي	92		مرتفع	22.0

ولحساب ثبات المقاييس تم استخدام معاملات إحصائية للتأكد من صلاحية المقياس، من حيث الاتساق الداخلي والثبات، ولذلك تم حساب معامل Cronbach' Alpha ألفا كرونباخ الذي يستخدم لتحليل ثبات المقاييس Reliability Analysis بتقدير الاتساق الداخلي بين العبارات المكونة للمقياس عن طريق حساب متوسط الارتباطات بين عبارات المقياس، وقد بلغت قيمة معامل Cronbach' Alpha (*) الخاص بمقاييس الدراسة (0.800) وهي قيم مرتفعة لثبات المقياس وقبوله واستخدامه في هذه الدراسة.

أداة الدراسة:

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على صحيفة الإستبيان في ضوء تساؤلات الدراسة وأهدافها وانطلاقاً من الإطار النظري المتمثل في نظرية الحضور الاجتماعي، ومفاهيم مستوى إدمان شبكات التواصل الاجتماعي (fomo). وقد تم بناء استبانة يدون فيها المبحوثون إجاباتهم المرتبطة بمتغيرات البحث والتي يتم توظيفها في أسئلة لجمع البيانات المطلوبة من مفردات العينة، وقد استند الباحث في صياغة أسئلة الاستبيان وبناء المقاييس التي ترتبط بمحاور الدراسة («إدمان شبكات التواصل الاجتماعي» (fomo)، و «الحضور الاجتماعي» على المقاييس المستخدمة في بعض الدراسات، مثل دراسات: (Dempsey et al., 2019)، (Sleeper., 2018)، (Robson., (Tomczyk & Selmanagic-Lizde., 2018)، (Wang et al., 2018)، (Karelkreijns et al., 2004).

مع مراعاة توظيف المقاييس المستخدمة في هذه الدراسات بما يتوافق مع متطلبات هذه الدراسة، وأهدافها، ومدى توافقها وطبيعة العينة. وتحدد أبعاد أدوات الدراسة في الآتي:

1. بُعد إدمان شبكات التواصل الاجتماعي (fomo/ فاتك) لدى العينة من مستخدمي على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.
2. بُعد المجال الاجتماعي والشبكة الاجتماعية للعينة على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.
3. بُعد التواصل الاجتماعي للعينة على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.
4. بُعد تحقيق الحضور الاجتماعي للعينة على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها - بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج «الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية» والمعروف باسم SPSS اختصاراً ل: Statistical Package for the Social Sciences، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

1. التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
2. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
3. اختبار كاي² لجدول الاقتران (Contingency-Tables Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الاسمي (Nominal).
4. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio). وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30، ومتوسطة ما بين 0.30-0.70، وقوية إذا زادت عن 0.70.
5. اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).
6. تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance)

المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

7. الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (LSD: Least Significance Difference) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.

8. اختبار ي (Z-Test) لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين معويتين، وقد اعتبرت قيمة Z غير دالة إذا لم تصل إلى 1.96، واعتبرت دالة عند مستوى ثقة 95% فأكثر إذا بلغت 1.96 وأقل من 2.58، واعتبرت دالة عند مستوى ثقة 99% فأكثر إذا بلغت 2.58 فأكثر.

وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

النتائج العامة للدراسة واختبار صحة الفروض:

(1) النتائج العامة للدراسة:

1. المدة التي قضها المبحوثين في استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (2) المدة التي قضها المبحوثين في استخدام مواقع شبكات التواصل

الاجتماعي وفقاً للنوع

النوع المدة	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
من 5 سنوات إلى أقل من 15 سنة	113	50.2	79	45.1	192	48.0
من 1 سنة إلى أقل من 5 سنوات	74	32.9	68	38.9	142	35.5
أقل من 1 سنة	38	16.9	28	16.0	66	16.5
الإجمالي	225	100	175	100	400	100

قيمة $F = 1.564$ درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.458 الدلالة = غير دالة

أوضحت نتائج الجدول السابق ارتفاع خبرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

من قبل عينة الدراسة، حيث بلغت نسبة 48% من المبحوثين الذين قد استخدموا مواقع شبكات التواصل الاجتماعي (من 5 سنوات إلى أقل من 15 سنة)، ثم جاء استخدام 35.5% منهم (من 1 سنة إلى أقل من 5 سنوات)، وفي المقابل نجد 16.5% منهم قد استخدموا (أقل من 1 سنة). وهي نتيجة تشير إلى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بدأ منذ فترة طويلة حيث بلغت نسبة إجابات المبحوثين في هذا الإطار أكثر من 50%، وبنسبة متقاربة بين الذكور والإناث، وربما أن هذه الفترة التراكمية على مدار سنوات طويلة كانت سبباً في حالة إدمان الشبكات الاجتماعية الذي وصل إليه المستخدمون.

وبحساب قيمة كا² بلغت (1.564) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (ذكور، إناث) والمدة التي قضاها المبحوثين في استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي. **2. الوقت الذي يقضيه المبحوثين في استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يومياً:**

جدول (3) الوقت الذي يقضيه المبحوثين في استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يومياً وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أكثر من 5 ساعات	119	52.9	73	41.7	192	48.0
من 3 ساعات إلى أقل من 5 ساعات	72	32.0	86	49.1	158	39.5
من ساعة إلى أقل من 3 ساعات	34	15.1	16	9.1	50	12.5
الإجمالي	225	100.0	175	100.0	400	100.0

قيمة كا² = 12.690 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.002 الدلالة = 0.01

أوضحت نتائج الجدول السابق ارتفاع نسبة الاستخدام اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل عينة الدراسة، حيث بلغت نسبة استخدامها 48% من المبحوثين الذين قد استخدموا مواقع شبكات التواصل الاجتماعي (أكثر من 5 ساعات)، ثم جاء استخدام 39.5% منهم (من 3 ساعات إلى أقل من 5 ساعات)، وفي المقابل نجد 12.5% منهم قد استخدموا (من ساعة إلى أقل من 3 ساعات). تدل أيضاً هذه النتيجة على طول الوقت الذي يقضيه المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي

وبنسبة متقاربة بين الذكور والإناث، وهو ما يؤكد الاستخدام المفرط الذي يصل إلى حد الإدمان لشبكات التواصل الاجتماعي. وهي نتيجة تتفق مع ما ذهب إلىه دراسة عالمة النفس الأمريكية كميرلي يونج Kimberly Young, 1996 حيث عرفت هذا النوع من الإدمان على أنه اضطراب سلوكي ناتج عن الاستخدام المكثف للإنترنت بشكل يزيد عن 36 ساعة أسبوعياً، يفرض هذا الاستخدام المتزايد إلى صعوبة لدى الفرد في التخلص من استخدام الإنترنت (Masur et al., 2014)⁽⁴⁵⁾؛ وأعقب يونج عدد من الباحثين توصلوا إلى أن استخدام الإنترنت بمعدلات مرتفعة يفرضي إلى بعض التأثيرات السلبية ويرون أن الإدمان لا يعكس تماماً ظاهرة الاستخدام الزائد وكلاهما لا يؤدي نفس الأغراض (Beard & Wolf, 2001)⁽⁴⁶⁾.

وقد قسمت الأدبيات الغربية الإدمان على استخدام الإنترنت إلى عدة أنواع هي: إدمان الفضاء الجنسي Cyber sexual addiction، وإدمان المقامرة والشراء عبر الإنترنت Net-compulsion، إدمان البحث الزائد عن المعلومات Information overload، وإدمان الهاتف المحمول mobile phone addiction، وإدمان ألعاب الكمبيوتر Computer addiction، وإدمان الفضاء السيبراني Cyber Space، وهو ما أطلق عليه لاحقاً إدمان مواقع التواصل الاجتماعي (Leung & Chen, 2018)⁽⁴⁷⁾. أما المرحلة الثانية مرحلة دراسات إدمان مواقع التواصل الاجتماعي، التي جاءت مع الاستخدام المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي، فقد افضى الاستخدام المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي إلى ظهور نمط جديد هو إدمان مواقع التواصل الاجتماعي، وأصبح له أعراض ومظاهر تختلف نسبياً عن إدمان الإنترنت (Sahin, 2017)⁽⁴⁸⁾، وقد عُرف هذا النمط من الإدمان على أنه سلوك قهري يرتبط بالاستخدام المفرط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يفرضي إلى استبدال العلاقات الحقيقية الواقعية إلى علاقات سطحية مما ينعكس بالسلب على بعض المظاهر النفسية المتمثلة في الإحساس بالاكئاب وضعف تقدير الذات وفشل في العلاقات الاجتماعية والتأثير السلبي على الأداء المهني والوظيفي (Leung & Chen, 2018)⁽⁴⁹⁾. وبحساب قيمة كا2 بلغت (12.690) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة دالة إحصائياً. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (ذكور، إناث) والوقت الذي يقضيه المبحوثين في استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يومياً.

3. عدد مرات دخول المبحوثين إلى مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يومياً: جدول (4) عدد مرات دخول المبحوثين إلى مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يومياً وفقاً للنوع

عدد المرات	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أكثر من 5 مرات يومياً	209	92.9	163	93.1	372	93.0
5 مرات يومياً	8	3.6	8	4.6	16	4.0
مرتان	8	3.6	4	2.3	12	3.0
الإجمالي	225	100.0	175	100.0	400	100.0

قيمة كا² = 0.784 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.676 الدلالة = غير دالة

أوضحت نتائج الجدول السابق ارتفاع نسبة الدخول اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل عينة الدراسة، حيث بلغت نسبة 93% من المبحوثين الذين يدخلون مواقع شبكات التواصل الاجتماعي (أكثر من 5 مرات يومياً)، ثم جاء استخدام 4% منهم (5 مرات يومياً)، وفي المقابل نجد 3% منهم قد استخدموها (مرتان). هذه النتيجة تؤكد ما جاء في النتيجة السابقة (جدول رقم 3) وهو ما يدل على حالة إدمان شبكات التواصل الاجتماعي التي وصل إليها المستخدمين نتيجة الاستخدام المفرط للانترنت بشكل عام، واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل خاص.

وبحساب قيمة كا² بلغت (0.784) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (ذكور، إناث) وعدد مرات دخول المبحوثين إلى مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يومياً.

4. مقياس القيمة والأهمية التي تمثلها مواقع شبكات التواصل الاجتماعي للمبحوثين:

جدول (5) مقياس القيمة والأهمية التي تمثلها مواقع شبكات التواصل الاجتماعي للمبحوثين

الإستجابة	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		لا أدري		غير موافق		الاستجابة العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	0.280	2.96	98.0	392	0	0	2.0	8	أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي جزء من روتيني اليومي
موافق	0.342	2.94	97.0	388	0	0	3.0	12	لا أستطيع أن أنام إلا وأنا متواصل على شبكات التواصل الاجتماعي
موافق	0.425	2.90	94.5	378	1.0	4	4.5	18	بعد الاستيقاظ مباشرة أشعر بأنني أفقد الدخول على شبكات التواصل الاجتماعي
موافق	0.434	2.89	93.5	374	2.0	8	4.5	18	أشعر بأنني جزء من مجتمع شبكات التواصل الاجتماعي
موافق	0.527	2.85	92.5	370	0	0	7.5	30	شبكات التواصل الاجتماعي جزء من حياتي

الإستجابة	الإختلاف المعباري	المتوسط الحسابي	موافق		لا أدري		غير موافق		الاستجابة العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	0.524	2.84	91.0	364	2.0	8	7.0	28	أشعر بالفخر عندما ينظر الناس إلي على أنني شخص له أهمية وقيمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي
موافق	0.564	2.82	90.5	362	1.0	4	8.5	34	عندما يكون لدي وقت مناسب من المهام بالنسبة لي مشاركة التفاصيل على مواقع الشبكة (مثل تحديث الحالة)
موافق	0.587	2.81	90.5	362	0	0	9.5	38	عدم الاتصال والدخول على شبكات التواصل الاجتماعي لفترة يشعرني بأنني منقطع على العالم
موافق	0.614	2.79	89.5	358	0	0	10.5	42	أشعر بالفخر عندما يعرف الآخرون أنني مشترك في شبكات التواصل الاجتماعي

الإستجابة	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		لا أدري		غير موافق		الإستجابة العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	0.786	2.62	81.0	324	0	0	19.0	76	أتواصل على شبكات التواصل الاجتماعي بشكل دائم لأنني أخشى أن يحصل الآخرون المتصلين على تجارب أو فائدة أكثر مني
موافق	0.823	2.57	78.5	314	0	0	21.5	86	أشعر بالأسف عندما لا أتمكن من الدخول على شبكات التواصل الاجتماعي
موافق	0.872	2.47	72.5	290	2.0	8	25.5	102	أشعر بالقلق عندما أجد أصدقائي متواصلين على شبكات التواصل الاجتماعي من دوني
لا أدري	0.995	2.12	55.8	223	0	0	44.3	177	التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي أثر بشكل سلبي على سير الأنشطة اليومية لي
								400	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى القيمة والأهمية التي تمثلها مواقع شبكات التواصل الاجتماعي للمبحوثين، وقد جاء (أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي جزء من

روتيني اليومي) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.96، وجاءت (لا أستطيع أن أنام إلا وأنا متواصل على شبكات التواصل الاجتماعي) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2.94، وجاءت (بعد الاستيقاظ مباشرة أشعر بأني أفقد الدخول على شبكات التواصل الاجتماعي) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 2.90، وجاءت (أشعر بأني جزء من مجتمع شبكات التواصل الاجتماعي) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 2.89، وجاءت (شبكات التواصل الاجتماعي جزء من حياتي) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي 2.85، وجاءت (أشعر بالفخر عندما ينظر الناس إلي على أنني شخص له أهمية وقيمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي) في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي 2.84، وجاءت (عندما يكون لدي وقت مناسب من المهم بالنسبة لي مشاركة التفاصيل على مواقع الشبكة) في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي 2.82، وجاءت (عدم الاتصال والدخول على شبكات التواصل الاجتماعي لفترة يشعرني بأني منقطع على العالم) في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي 2.81، وجاءت (أشعر بالفخر عندما يعرف الآخرون أنني مشترك في شبكات التواصل الاجتماعي) في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي 2.79، وجاءت (أتواصل على شبكات التواصل الاجتماعي بشكل دائم لأنني أخشى أن يحصل الآخرون المتصلين على تجارب أو فائدة أكثر مني) في المرتبة العاشرة بمتوسط حسابي 2.62، وأخيراً جاءت (التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي أثر بشكل سلبي على سير الأنشطة اليومية لي) بمتوسط حسابي 2.12.

يرى الباحث أن هذه النتيجة التي تدل على أن الهروب من الوحدة والاندماج الكامل مع مجتمع الشبكات، وشدة التعلق به والخوف من فقد الاتصال أو الفقد الاجتماعي (fomo) تُعد سبباً رئيساً في حدوث هذا النوع من الإدمان؛ وقد أشارت لذلك مجموعة من الدراسات، مثل دراسة (Robson, 2018)⁽⁵⁰⁾ حيث أكدت نتائجها أن الأشخاص الذين يعانون من ضعف تقدير الذات والإحساس بالقلق والاكتئاب يدمنوا الأنشطة الاتصالية على مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف تحقيق الرفاه النفسي. وأشارت نتائج دراسة (Yu & Shek, 2017)⁽⁵¹⁾ إلى وجود عوامل محددة يمكن أن تساهم في حدوث هذا الإدمان مثل درجة الشعور بالوحدة ودرجة الرغبة في الإنجاز. كما أشارت دراسة (Yu, Wu & Pesigan, 2016)⁽⁵²⁾ إلى أن الشعور بالوحدة يُعد عاملاً مباشراً حيال إدمان مواقع التواصل الاجتماعي؛ وتؤكد النتائج أيضاً وجود مؤشرات إيجابية لإدمان الأنشطة الاتصالية على مواقع التواصل الاجتماعي حيث شجعت تلك المواقع الأفراد على المشاركة الاجتماعية والانخراط في

العمل التطوعي وكذلك ساعدتهم على بناء شعور حقيقي في الواقع الافتراضي وهو ما قلل إحساسهم بالوحدة. بالإضافة إلى نتائج دراسة (Shettar et al., 2017) (53) والتي أوضحت أنه كلما زاد الاستخدام الإدماني للأفراد زاد شعورهم بالوحدة والإحباط والشعور بالخوف والقلق من فقدان الأصدقاء. وتوصلت نتائج دراسة (Blackwell et al., 2017) (54) إلى أن الاضطراب العصبية وأساليب التواصل مؤشرات داله عن إدمان مواقع التواصل الاجتماعي؛ بينما كانت ظاهرة الخوف من فقدان الاتصال هي العنصر الوحيد الذي تنبأ بإدمان مواقع التواصل الاجتماعي. وللتخلص من الـ fomo يرى (Tomczyk & Selmanagic-Lizde, 2018) (55) أنه يجب أن يدرك الأفراد أنه ليس كل ما ينشره الأشخاص على مواقع التواصل الاجتماعي صحيحًا. فكثير من الناس يميلون إلى المبالغة في جعل حياتهم تبدو أفضل؛ إنهم بحاجة إلى أن يدركوا أنه لا يوجد أحد مثالي حتى لو حاول الشخص جعله يبدو بهذه الطريقة. ويجب على الناس التوقف عن مقارنة أنفسهم بالآخرين والتركيز بدلاً من ذلك على ما يجعلهم سعداء. بالإضافة إلى ذلك يجب على الأفراد تحديد الوقت الذي يقضونه في مواقع التواصل الاجتماعي، بدلاً من الشعور بالسوء حيال فقد حدث ما، كما يجب عليهم إخماد هواتفهم والمشاركة في تجربة خاصة بهم. في المقابل؛ قد تساعد fomo الأشخاص أيضًا في البحث عن الفرص التي ربما تكون قد ضاعت، على سبيل المثال: قد يرى الأفراد آخرون يعودون إلى المدرسة أو يشاركون في هواية يمكن أن تلهمهم لفعل الشيء نفسه.

5. مقياس الأنشطة التي يقوم بها المبحوثين نظراً لتعلقهم بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (6) الأنشطة التي يقوم بها المبحوثين نظراً لتعلقهم بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي

الاستجابة *	الإغراف المعيارى	المتوسط الحسابى	موافق		لا أدري		غير موافق		الاستجابة
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	0.621	2.76	85.5	342	4.5	18	10.0	40	أندفع للتحقق من الاشعارات الواردة دون انقطاع أو تأخر
موافق	0.756	2.62	78.8	315	4.5	18	16.8	67	أطلع الهاتف وأدخل إلى مواقع شبكات التواصل الاجتماعى بشكل دائم دون ان تكون هناك حاجة معينة إلى ذلك
موافق	0.805	2.60	79.8	319	0	0	20.3	81	أنظر في الهاتف وأتابع مواقع شبكات التواصل الاجتماعى كل دقيقة
لا ادري	0.952	2.31	65.5	262	0	0	34.5	138	أطلع الهاتف بشكل دائم ولكن على فترات متباعدة
								400	الإجمالى

تشير نتائج الجدول السابق إلى الأنشطة التي يقوم بها المبحوثين نظراً لتعلقهم بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وقد جاء (أندفع للتحقق من الاشعارات الواردة دون انقطاع أو تأخر) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابى 2.76، وجاءت (أطلع الهاتف وأدخل إلى مواقع شبكات التواصل الاجتماعى بشكل دائم دون ان تكون هناك حاجة معينة إلى ذلك) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابى 2.62، وجاءت (أنظر في الهاتف وأتابع مواقع شبكات التواصل الاجتماعى كل دقيقة) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابى 2.60، وأخيراً جاءت (أطلع الهاتف بشكل دائم ولكن على فترات متباعدة) بمتوسط حسابى 2.31.

يرى الباحث أن النتيجة السابقة تدل على تعلق المبحوثين بشبكات التواصل الاجتماعى لذا فإنهم يقومون بهذه الأنشطة التي تؤكد حالة الإدمان (fomo) التي وصل إليها المستخدمين. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه نتائج دراسة

(Blackwell et al., 2017)⁽⁵⁶⁾ حيث أوضحت أوضحت النتائج أنه كلما زاد شعور الطلاب بالانبساط النفسي، زادت احتمالية قيامهم بتحديث صفحاتهم الشخصية ومشاركة الصور مع الآخرين والاستجابة لمنشورات الآخرين.

6. الوقت الذي يتحقق فيه المبحوثين من الاشعارات الواردة من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي دون انقطاع أو تأخر:

جدول (7) الوقت الذي يتحقق فيه المبحوثين من الاشعارات الواردة من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي دون انقطاع أو تأخر

الإستجابة *	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		لا أدري		غير موافق		الاستجابة العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	0.280	2.96	98.0	392	0	0	2.0	8	عندما أكون في وسائل التواصل
موافق	0.543	2.84	92.0	368	0	0	8.0	32	عندما يتعذر علي الدخول على المواقع، لأي سبب، فترة من الوقت
موافق	0.502	2.83	88.5	354	6.0	24	5.5	22	عندما أكون في العمل
موافق	0.586	2.80	88.5	354	2.5	10	9.0	36	عندما أتحيا للنوم
موافق	0.715	2.70	85.0	340	0	0	15.0	60	عندما أكون بمفردي
موافق	0.872	2.47	72.5	290	2.0	8	25.5	102	عندما أكون مع الآخرين
موافق	0.886	2.47	73.3	293	0	0	26.8	107	عندما أكون في وقت الدراسة
لا أدري	0.938	2.32	65.0	260	2.0	8	33.0	132	عند تناولي الطعام
لا أدري	0.980	1.85	41.5	166	2.0	8	56.5	226	عند قيادتي السيارة
								400	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلي الوقت الذي يتحقق فيه المبحوثين من الاشعارات الواردة من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي دون انقطاع أو تأخر، وقد جاء (عندما أكون في وسائل التواصل) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.96، وجاءت (عندما يتعذر علي الدخول على المواقع، لأي سبب، فترة من الوقت) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي

2.84، وجاءت (عندما أكون في العمل) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 2.83، وجاءت (عندما أهيأ للنوم) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 2.80، وجاءت (عندما أكون بمفردي) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي 2.70، وجاءت (عندما أكون مع الآخرين) و(عندما أكون في وقت الدراسة) في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي 2.47، وجاءت (عند تناولي الطعام) في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي 2.32، وأخيراً جاءت (عند قيادتي السيارة) بمتوسط حسابي 1.85.

يرى الباحث أن هذه النتيجة تثبت مدى تعلق الباحثين بمطالعة هواتفهم في أي وقت وعلى أي حال؛ لذا فإنهم يقومون بالتحقق من الإشعارات الواردة إلى هواتفهم من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي دون إنقطاع أو تأخر. كما يرى الباحث أن ظاهرة إدمان شبكة التواصل الاجتماعي ترتبط ارتباطاً مباشراً بظاهرة الخوف من فوات الأخبار (fomo)، حيث تتم حالات الإدمان هذه لأغراض متعددة؛ منها: (التسوق، الجنس الافتراضي، الألعاب، خدمات شبكات التواصل الاجتماعي، الهواتف الذكية، المقامرة عبر الإنترنت، العلاقات الإلكترونية، تنزيل الملفات)، وهي الخدمات الإلكترونية التي توفر تحفيزاً إيجابياً للمستخدمين، والدخول المكثف في أوقات مثل: قبل النوم أو بعد الاستيقاظ أو أثناء الوجبات أو كمنشأ في أول الصباح أو أثناء الفصول أو الاجتماعات، أو مع الأصدقاء، وذلك وفقاً لدراسات: Mihajlov Vejmelka, 2017⁽⁵⁷⁾ & Wasiński Tomczyk, 2015 & Rebisz & Sikora, 2016⁽⁵⁸⁾ &⁽⁵⁹⁾.
7. حجم الشبكة الاجتماعية للباحثين من (أصدقاء أو متابعين) على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (8) حجم الشبكة الاجتماعية للباحثين من (أصدقاء أو متابعين) على

مواقع شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
ك	%	ك	%	ك	%	
124	31.0	50	28.6	74	32.9	حجم الأصدقاء
99	24.8	53	30.3	46	20.4	أكثر من 10000
69	17.3	34	19.4	35	15.6	من 1000 إلى أقل من 10000
68	17.0	10	5.7	58	25.8	من 100 إلى أقل من 500
40	10.0	28	16.0	12	5.3	من 500 إلى أقل من 1000
400	100.0	175	100.0	225	100.0	أقل من 100
						الإجمالي

قيمة كا² = 38.809 درجة الحرية = 4 مستوى المعنوية = 0.000 الدلالة = 0.001

أوضحت نتائج الجدول السابق ارتفاع حجم الشبكة الاجتماعية للمستخدمين بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت نسبة 31% من المبحوثين الذين تبلغ شبكتهم الاجتماعية (من 1000 إلى أقل من 10000) في مقدمة حجم الشبكة الاجتماعية للمبحوثين من (أصدقاء أو متابعين) على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت 31%، ثم (من 100 إلى أقل من 500) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 24.8%، ثم (من 500 إلى أقل من 1000) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 17.3%، ثم (أكثر من 10000) في المرتبة الرابعة بنسبة 17%، بلغت وأخيراً (أقل من 100) بنسبة 10%. وهو ما يعني الثقة العالية والكبيرة التي يوليها المستخدمون لشبكات التواصل الاجتماعي، واعتبارهم مجتمعاً حقيقياً بالنسبة لهم؛ بل إن الكثيرين يعتبر هذا المجتمع العالم الأقوى والأهم في العلاقة بثقون فيه وفي أعضائه، طالما أن هذا المجتمع الافتراضي يحقق لهم هدفهم وسعيهم نحو تحقيق حضورهم الاجتماعي.

كما أصبحت تلك المواقع أكثر رحابة لنشأة الصداقة وائتلاف الأفراد المتشابهين في الميول والطباع، فالمرء يجد على قائمة أصدقائه في وسائل التواصل الاجتماعي العشرات من الأفراد، وتتضخم هذه القائمة يوماً بعد يوم ويندرج فيها أخطا من المعارف، وقد يرتبط مع هؤلاء بجانب محدد أو بجزئية محددة، كما أن منهم من تكون له مودة خاصة وآخر قد لا يكن له في قلبه مشاعر محددة، وفي الوقت نفسه هناك من كان الفرد على اتصال يومي أو دائم معهم، وآخرون ربما لم يتواصل معهم منذ شهور أو في مناسبات عامة ومع ذلك، فإن هؤلاء جميعاً يدرجون في حسابه بوسائل التواصل الاجتماعي تحت قائمة الأصدقاء ويؤثر ويتأثر بعضهم ببعض عبر ساحات التفاعل في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي⁽⁶⁰⁾.

وبحساب قيمة كا2 بلغت (38.809) عند درجة حرية = (4)، وهي قيمة دالة إحصائياً. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (ذكور، إناث) وحجم الشبكة الاجتماعية للمبحوثين من (أصدقاء أو متابعين) على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي عند مستوي ثقة 99.9%.

8. مدى وضع المبحوثين معلوماتهم الشخصية كاملة على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (9) مدى وضع المبحوثين معلوماتهم الشخصية كاملة على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم أضعها كلها	147	65.3	102	58.3	249	62.3
أضع بعض المعلومات كالاسم والنوع والتعليم فقط	50	22.2	57	32.6	107	26.8
لا أضع أي معلومات	28	12.4	16	9.1	44	11.0
الإجمالي	225	100.0	175	100.0	400	100.0

قيمة كا=2= 5.702 درجة الحرية =2 مستوى المعنوية=0.058 الدلالة = غير دالة

يتضح من الجدول السابق: أن 62.3% من المبحوثين يضعون معلوماتهم الشخصية كاملة على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، ثم جاء 26.8% منهم (يضعون بعض المعلومات كالاسم والنوع والتعليم فقط)، وفي المقابل نجد 11% منهم (لا يضعون أي معلومات).

ويرى الباحث أن هذه النتائج تُعد أحد مؤشرات ارتفاع درجة الثقة لدى المستخدمين في شبكات التواصل الاجتماعي، وبالتالي فهم يشاركون أعضائه معلوماتهم كاملة أو حتى المعلومات الرئيسية. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت له نتائج دراسة (عرفة، 2015)⁽⁶¹⁾، ونتائج دراسة (Przybylski et al. 2013)⁽⁶²⁾ التي ترى أن الأفراد المنبسطين يمكن أن يكونوا أكثر استخداماً لوسائل التواصل لأنهم يشتهون التفاعل الاجتماعي، وهو ما يؤدي إلى إدمانهم لها، ومن ناحية أخرى فإن تأثير الإدمان على شعورهم بالقلق أقل لهؤلاء الأشخاص لأنهم يشعرون بالراحة في تفاعلهم مع الآخرين، وتؤكد النتائج أنه كلما زاد شعور الطلاب بالانبساط النفسي، زادت احتمالية قيامهم بتحديث صفحاتهم الشخصية ومشاركة الصور مع الآخرين والاستجابة لمنشورات الآخرين.

بينما تختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (الشرييني، 2009)⁽⁶³⁾ والتي أشارت أن خوف الشباب من إفشاء أسرارهم على الإنترنت والاحتفاظ بها تجعلهم لا يستخدمون الاسم الحقيقي وهو ما يعني إخفاء الشخصية وانتحال الشخصية وتزوير

البيانات مما يسمح للشباب المتعرضين للشبكة بالقيام بأفعال مشينة تتنافى مع قيمهم الأسرية وكذلك نوع من التهرب من المسؤولية وظهور الكذب في تصرفاتهم كسلوك سلمي يتنافى مع القيم الأسرية للشباب الجامعي.

وبحساب قيمة كا2 بلغت (5.702) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (ذكور، إناث) ومدى وضع المبحوثين معلوماًهم الشخصية كاملة على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

9. مقياس نوع العلاقات الاجتماعية التي كونها المبحوثين داخل الشبكة الاجتماعية؛ ما بين علاقات قوية (أشخاص تعرفهم مسبقاً **strong ties**)، وعلاقات ضعيفة (أشخاص لم يسبق التعرف بهم من قبل **weak ties**):
جدول (10) نوع العلاقات الاجتماعية التي كونها المبحوثين داخل الشبكة الاجتماعية؛ ما بين علاقات قوية (أشخاص تعرفهم مسبقاً **strong ties**)، وعلاقات ضعيفة (أشخاص لم يسبق التعرف بهم من قبل **weak ties**)

الإستجابة*	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		لا أدري		غير موافق		الاستجابة
			ك	%	ك	%	ك	%	
موافق	0.748	2.65	326	81.5	8	2.0	66	16.5	أشخاص أعرفهم في الواقع
موافق	0.846	2.54	307	76.8	0	0	93	23.3	أصدقاء دراسة
لا ادري	0.934	2.30	252	63.0	16	4.0	132	33.0	أشخاص في الواقع الافتراضي على الشبكة
لا ادري	0.935	2.06	187	46.8	50	12.5	163	40.8	أصدقاء عمل
لا ادري	0.988	1.92	180	45.0	8	2.0	212	53.0	أصدقاء الحي أو المدينة
لا ادري	0.909	1.86	140	35.0	62	15.5	198	49.5	أشخاص من العائلة
غير موافق	0.892	1.66	114	28.5	36	9.0	250	62.5	أشخاص من خارج مصر
							400		الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى تنوع العلاقات الاجتماعية التي كونها المبحوثين داخل الشبكة الاجتماعية؛ حيث جاءت نسبة (أشخاص أعرفهم في الواقع) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.65، وجاءت (أصدقاء دراسة) في المرتبة الثانية بمتوسط

حسابي 2.54، وجاءت (أشخاص في الواقع الافتراضي على الشبكة) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 2.30، وجاءت (أصدقاء عمل) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 2.06، وجاءت (أصدقاء الحي أو المدينة) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي 1.92، وجاءت (أشخاص من العائلة) في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي 1.86، وأخيراً جاءت (أشخاص من خارج مصر) بمتوسط حسابي 1.66. وهو ما يعني أن علاقات المبحوثين على الشبكة كانت قوية.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Barbosa Neves, 2012)⁽⁶⁴⁾ التي ترى أن علاقات شبكات التواصل الاجتماعي متنوعة، وتشكل في إطار أبنية اجتماعية متنوعة تجمع بين علاقات المعارف وأصدقاء العمل وأصدقاء الأصدقاء التي بينهم مسافات جغرافية كبيرة بالإضافة إلى عضوية الأفراد في جمعيات العمل التطوعي والمجتمع المدني والنقابات والأحزاب والأندية الرياضية؛ والتي يسعى الأفراد في إطارها على توظيف مواقع التواصل الاجتماعي بما لها من قدرة على التشبيك لتوسيع شبكة علاقاتهم الاجتماعية من خلال السعي لاكتساب صداقات جديدة وبناء علاقات سبق أن قطعت مع أصدقائه القدامى بالإضافة إلى التواصل مع أفراد من خارج السياق الاجتماعي الذي ينتمون إليه وللتواصل مع أفراد ينتمون لمرجعيات فكرية وثقافية مختلفة⁽⁶⁵⁾. ويترتب عن تلك العلاقات والروابط مجموعة من الآثار الإيجابية تتمثل في تكوين نمط من الثقة الاجتماعية المعممة التي تدفع المواطنين للمشاركة المجتمعية والسياسية والتطوعية الخدمية⁽⁶⁶⁾. كما تخلق بعض الاهتمامات والعلاقات المشتركة بين الأفراد وتعمل على زيادة اندماجهم الاجتماعي ومن ثم تؤسس لحياة مدنية قوية إلا أن تلك العلاقات لا تسمح بنمو وانتشار الثقة الاجتماعية بينهم مما يؤثر على تحقيق حضورهم الاجتماعي⁽⁶⁷⁾. وهو ما سيتضح في النتائج التالية.

10. مقياس التأثيرات السلبية لاستخدام المبحوثين مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (11) التأثيرات السلبية لاستخدام المبحوثين مواقع شبكات التواصل الاجتماعي

العبارة	غير موافق		لا أدري		موافق		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإستجابة
	ك	%	ك	%	ك	%			
علاقتي بأسرتي	46	11.5	35	8.8	319	79.8	0.669	موافق	
الترويج لنفسي	91	22.8	0	0	309	77.3	0.839	موافق	
تحصيلي الدراسي	86	21.5	14	3.5	300	75.0	0.825	موافق	
حضورني الاجتماعي في الواقع	112	28.0	0	0	288	72.0	0.899	موافق	
علاقتي بأصدقائي وزملائي	120	30.0	0	0	280	70.0	0.918	موافق	
حصولي على الدعم الاجتماعي	132	33.0	0	0	268	67.0	0.942	موافق	
تواصلني الاجتماعي	152	38.0	0	0	248	62.0	0.972	لا أدري	
تقديري لذاتي	158	39.5	0	0	242	60.5	0.979	لا أدري	
علاقتي في العمل	158	39.5	8	2.0	234	58.5	0.973	لا أدري	
حالي النفسية والسلوكية	196	49.0	18	4.5	186	46.5	0.978	لا أدري	
الإجمالي	400								

تشير نتائج الجدول السابق فيما يتعلق بالتأثيرات السلبية لاستخدام المبحوثين مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، جاءت في مقدمتها التأثيرات على: (علاقتي بأسرتي) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.68، وجاءت (الترويج لنفسي) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2.55، وجاءت (تحصيلي الدراسي) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 2.54، وجاءت (حضورني الاجتماعي في الواقع) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 2.44، وجاءت (علاقتي بأصدقائي وزملائي) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي 2.40، وجاءت (حصولي على الدعم الاجتماعي) في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي 2.34، وجاءت (تواصلني الاجتماعي) في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي 2.24،

وجاءت (علاقتي بأصدقائي وزملائي) في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي 2.21، وجاءت (علاقاتي في العمل) في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي 2.19، وأخيراً جاءت (حالي النفسية والسلوكية) بمتوسط حسابي 1.98.

يرى الباحث أن هذه النتيجة أثبتتها العديد من الدراسات؛ فقد أشارت دراساتي (Carpenter, 2012)⁽⁶⁸⁾ و (Vorderer et al. 2016)⁽⁶⁹⁾ إلى أن الحاجة المتزايدة للانتماء والحاجة المتزايدة إلى الشعبية والحضور الاجتماعي قد ترتبط بشكل إيجابي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وهو ما يدفع المستخدم إلى القيام بالعديد من الإجراءات التي تعزز حضوره الاجتماعي على الشبكة، وهو ما قد يتسبب في ونتيجة لهذه الاستخدام المفرط إلى تعرضه لظاهرة مثل الـ fomo والتي ربما قد يكون لها تأثيراتها السلبية على الشخص المستخدم.

كما توصلت دراسة (Gerhart, 2017)⁽⁷⁰⁾ في نتائجها إلى وجود تأثيرات سلبية لإدمان التكنولوجيا ومواقع التواصل الاجتماعية تتمثل في اضطرابات الأرق والقلق وصعوبة التحكم في الدافعية والتأثير الاجتماعي والشعور بالرضا. كما أظهرت نتائج الدراسة الميدانية لـ (Yao & Zhong, 2014)⁽⁷¹⁾ أن الإفراط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والإنترنت يتسبب في أضرار سلبية تعمل على زيادة الشعور بالعزلة الاجتماعية والإحساس بالاكتئاب مع مرور الوقت، وتؤكد بأن فاعلية الاتصالات المرئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقلل من أعراض الإدمان. وتوصلت نتائج دراسة (Blackwell et al., 2017)⁽⁷²⁾ إلى أن من أبرز مظاهر التأثير السلبي لإدمان شبكات التواصل الاجتماعي الشعور بالقلق والانطواء والخوف الـ (fomo) من فقد الاتصال بالآخرين، فقد أفاد الأفراد أنهم يشعرون دائماً بأن شيئاً ينقصهم عند الابتعاد عن مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما يدفعهم إلى الدخول عليها باستمرار لمتابعة إشعارات الأصدقاء. أيضاً بينت نتائج دراسة (Shettar et al., 2017)⁽⁷³⁾ أن الأفراد الذين يعانون من عدم الكفاءة الاجتماعية يتولد لديهم حالة مزاجية سلبية تتمثل في الشعور بالاكتئاب والوحدة ويصبح لديهم عدم القدرة على التنظيم الذاتي ومن ثم يدمنوا الأنشطة الاتصالية للهروب من حالات المزاج السلبي، كما بينت النتائج وجود ارتباط إيجابي بين كثافة إدمان الفيسبوك ومدى شعور الأفراد بالوحدة، فكلما زاد الاستخدام الإدماني للأفراد زاد شعورهم بالوحدة والإحباط والشعور بالقلق من فقدان الأصدقاء.

وللتخلص من هذه المشكلة ذهبت دراسة (Casale, Rugai & Fiora -vanti, 2018)⁽⁷⁴⁾ إلى أن معتقدات الأفراد حول فاعلية ذواتهم تحدد مستوى

الدافعية لهم وترفع من قدرتهم على مواجهة المشكلات المرتبطة بإدماجهم لمواقع التواصل الاجتماعي، فكلما ارتفعت ثقة الأفراد بأنفسهم زاد إصرارهم على تخطي ما يفكروا به من بعدهم عن الأصدقاء، من ثم لا يشعر بالخوف والعكس في حال انخفاض معدلات تقدير الذات لديهم، زاد درجة خوفهم مما يجعلهم يرتبطوا بها ولا يستطيع الابتعاد عنها لفترات طويلة، كما بينت النتائج أن الذكور أكثر قدرة على الضبط الذاتي من الإناث.

11. مقياس النتائج التي حققها المبحوثين من تواجدهم على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (12) النتائج التي حققها المبحوثين من تواجدهم على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي

الاستجابة*	الإعتراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		لا أدرى		غير موافق		الاستجابة
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	0.607	2.75	84.0	336	7.0	28	9.0	36	تحقيق حضوري الاجتماعي (التواجد على الموقع)
موافق	0.771	2.63	81.0	324	1.0	4	18.0	72	الحصول على دعم اجتماعي
موافق	0.880	2.46	71.8	287	2.0	8	26.3	105	تكوين صداقات جديدة
موافق	0.894	2.45	72.5	290	0	0	27.5	110	الحفاظ على العلاقات مع الآخرين
موافق	0.928	2.38	68.8	275	0	0	31.3	125	الحصول على معلومات جديدة
موافق	0.926	2.38	69.0	276	0	0	31.0	124	التفاعل مع أفراد لم يسبق معرفتهم من قبل
لا أدرى	0.990	2.15	57.5	230	0	0	42.5	170	تنمية الوعي بسلوكيات إيجابية
لا أدرى	0.987	2.09	53.5	214	2.0	8	44.5	178	الحصول على المشورة والنصيحة
لا أدرى	0.998	2.08	54.0	216	0	0	46.0	184	الحصول على المعلومات من خلال المناقشات التي تجري على الموقع حول القضايا ذات الاهتمام العام
لا أدرى	0.977	1.94	44.8	179	4.5	18	50.8	203	تحقيق التعاون مع الآخرين
								400	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى النتائج التي حققها المبحوثين من تواجدهم على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وقد جاء (تحقيق حضوري الاجتماعي «التواجد على الموقع») في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.75، وجاءت (الحصول على دعم اجتماعي) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2.63، وجاءت (تكوين صداقات جديدة) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 2.46، وجاءت (الحفاظ على العلاقات مع الآخرين) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 2.45، وجاءت (الحصول على معلومات جديدة) و(التفاعل مع أفراد لم يسبق معرفتهم من قبل) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي 2.38، وجاءت (تنمية الوعي بسلوكيات إيجابية) في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي 2.15، وجاءت (الحصول على المشورة والنصيحة) في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي 2.09، وجاءت (الحصول على المعلومات من خلال المناقشات التي تجرى على الموقع حول القضايا ذات الاهتمام العام) في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي 2.08، وأخيراً جاءت (تحقيق التعاون مع الآخرين) بمتوسط حسابي 1.94.

وهو ما يعني حرص المبحوثين على عدم تعرضهم لنوع من الفقد الاجتماعي، وربما تعويضاً لعدم التواجد اجتماعياً في الواقع الذي يعيشونه؛ لذا فإنهم يلجأونهم إلى البحث عن تحقيق حضورهم الاجتماعي والحفاظ على العلاقات مع الآخرين وكذلك تكوين صداقات جديدة والتعاون مع الآخرين وغيرها من الأهداف التي يسعى المبحوثين إلى تحقيقها من خلال تواجدهم على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي. وهو ما أثبتته العديد من الدراسات التي تناولت النتائج التي يهدف المستخدمون لتحقيقها نتيجة استخدامهم للشبكات الاجتماعية؛ من هذه الدراسات (Gökçearslan, Uluyol & Şahin,2018)⁽⁷⁵⁾ و (Leung& Chen, 2018,3)⁽⁷⁶⁾ و (Gao, Liu & Li,2017)⁽⁷⁷⁾ و (Malik & Rafiq,2016)⁽⁷⁸⁾ و (Jin, 2015)⁽⁷⁹⁾ و (Alicea,2015,22)⁽⁸⁰⁾ و (Suissa, 2014,29)⁽⁸¹⁾.

12. مقياس حالة الحضور الاجتماعي للمبحوثين وأصدقائهم/المتابعين في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (13) حالة الحضور الاجتماعي للمبحوثين وأصدقائهم/المتابعين في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي

الإستجابة *	الإغراف المعيارى	المتوسط الحسابى	موافق		لا أدري		غير موافق		الاستجابة العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	0.693	2.65	77.0	308	10.5	42	12.5	50	أشعر أنا والمتواصلين معي على شبكات التواصل الاجتماعي بالحرية في انتقاد أفكار وبيانات أو آراء الآخرين
موافق	0.736	2.64	79.5	318	5.0	20	15.5	62	يُعطي أصدقاىي في شبكات التواصل الاجتماعي معلومات شخصية عن أنفسهم
موافق	0.878	2.48	74.0	296	0	0	26.0	104	ينمو لدي كره للآخرين (الأصدقاء أو المتابعين) على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
موافق	0.924	2.39	69.3	277	0	0	30.8	123	أختلف أنا وبعض (الأصدقاء أو المتابعين) على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي حول العديد من القضايا والموضوعات
لا أدري	0.957	2.30	64.8	259	0	0	35.3	141	يكون لدي تشكك من الآخرين (الأصدقاء أو المتابعين) على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
لا أدري	0.972	2.24	62.0	248	0	0	38.0	152	يشعر المتواصلين على شبكات التواصل الاجتماعي أنهم يتعرضوا لهجوم شخصى عند انتقاد أفكارهم وبياناتهم أو آرائهم

الإستجابة *	الإحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		لا أدري		غير موافق		الاستجابة العبارات
			ك	%	ك	%	ك	%	
لا أدري	0.985	2.18	236	59.0	0	0	164	41.0	يعيق بعضنا البعض (الأصدقاء أو المتابعين) على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في إنجاز مهامنا
لا أدري	0.987	2.14	225	56.3	4	1.0	171	42.8	أحافظ أنا وأصدقائي على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي على تواصلنا الدائم مع بعضنا البعض
لا أدري	0.991	2.14	228	57.0	0	0	172	43.0	بعضنا لا يأخذ الآخرين (الأصدقاء أو المتابعين) على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي على محمل الجد
لا أدري	0.981	1.97	186	46.5	16	4.0	198	49.5	أحياناً تجري محادثات ومناقشات مفتوحة وحيوية مع بعضنا البعض على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
							400		الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى حالة الحضور الاجتماعي للمبحوثين وأصدقائهم/ المتابعين في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي جاءت مرتفعة، وهو ما أثبتته النتائج؛ حيث جاءت على الترتيب: (أشعر أنا والمتواصلين معي على شبكات التواصل الاجتماعي بالحرية في انتقاد أفكار وبيانات أو آراء الآخرين) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.65، وجاءت (يُعطي أصدقائي في شبكات التواصل الاجتماعي معلومات شخصية عن أنفسهم) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2.64، وجاءت (ينمو لدي كره للآخرين (الأصدقاء أو المتابعين) على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 2.48، وجاءت (أختلف أنا وبعض (الأصدقاء أو المتابعين) على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي حول العديد من القضايا والموضوعات) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 2.39، وجاءت (يكون لدي تشكك

من الآخرين (الأصدقاء أو المتابعين) على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي 2.30، وجاءت (يشعر المتواصلين على شبكات التواصل الاجتماعي أنهم يتعرضوا لهجوم شخصي عند انتقاد أفكارهم وبياناتهم أو آرائهم) في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي 2.24، وجاءت (يعيق بعضنا البعض (الأصدقاء أو المتابعين) على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في إنجاز مهامنا) في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي 2.18، وجاءت (أحافظ أنا وأصدقائي على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي على تواصلنا الدائم مع بعضنا البعض) و(بعضنا لا يأخذ الآخرين (الأصدقاء أو المتابعين) على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي على محمل الجد) في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي 2.14، وأخيراً جاءت (أحياناً نجري محادثات ومناقشات مفتوحة وحيوية مع بعضنا البعض على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي) بمتوسط حسابي 1.97.

هذه النتيجة ومن خلال إجابات الباحثين أكدت أن حالة الحضور الاجتماعي المتحققة على شبكات التواصل الاجتماعي قد تكون إيجابية أو سلبية؛ حيث أشار بعض الباحثين إلى أن حالة الحضور الاجتماعي على هذه الشبكات كانت إيجابية، وأشار بعضهم الآخر إلى أنها كانت سلبية؛ وهو ما أثبتته إجابات الباحثين على أبعاد مقياس الحضور الاجتماعي في الشبكات الاجتماعية، منها. وتتفق هذه النتيجة مع ما كشفت عنه نتائج دراسة (دغيري، 2017)⁽⁸²⁾ حيث أشارت إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين إدمان شبكات التواصل الاجتماعي والشعور بالوحدة النفسية والاجتماعية، وهو ما يعني إنه كلما ارتفع إدمان شبكات التواصل الاجتماعي من جانب المراهقين ارتفع لديهم الشعور بالوحدة النفسية والاجتماعية وكلما انخفض الإدمان انخفض الشعور بالوحدة النفسية والاجتماعية.

كما أكدت نتائج دراسة (Gao, Liu & Li, 2017)⁽⁸³⁾ أنه كلما كان عامل الحضور الاجتماعي قوي أدى ذلك إلى مزيد من النشاط الإدماني على مواقع التواصل الاجتماعي، وتؤكد أن الأشخاص الذين لديهم احتياج شديد للانتماء يحاولوا بناء علاقات اجتماعية دافئة وحميمة ذات روابط مع الآخرين ويسعون إلى التواصل الدائم معهم، وهؤلاء الأفراد يميلوا إلى دعم الآخرين ويميلوا إلى الحصول على الدعم الاجتماعي منهم، كما بينت النتائج أن جمهور مواقع التواصل الاجتماعي نشط جدا يتفاعل مع الآخرين من خلال عبارات الإعجاب أو الإشارات أو التعليقات الإيجابية، وكلما ارتفعت تلك المظاهر التفاعلية أدى إلى تعزيز الجوانب الإيجابية لدى الأفراد مما يدفعهم إلى عدم التخلي عن استخدامها وهو يؤدي إلى إدمانها.

13. مقياس مقدار ثقة المبحوثين في علاقتهم الاجتماعية التي حققوها من خلال تواجدهم على شبكات التواصل الاجتماعي:
 جدول (14) مقدار ثقة المبحوثين في علاقتهم الاجتماعية التي حققوها من خلال تواجدهم على شبكات التواصل الاجتماعي

الاستجابة*	الإحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		لا أدري		غير موافق		الاستجابة	العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك		
موافق	0.693	2.65	77.0	308	10.5	42	12.5	50	التفاعل مع أفراد على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يجعلني أشعر بالانفتاح على أخبار الآخرين	
موافق	0.736	2.64	79.5	318	5.0	20	15.5	62	هناك العديد من أصدقائي على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يمكنهم تقديم معلومات جيدة لي	
موافق	0.839	2.55	77.3	309	0	0	22.8	91	تزداد قدرتي على المشاركة واتخاذ القرار عند التواصل مع الآخرين على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي	
موافق	0.825	2.54	75.0	300	3.5	14	21.5	86	التفاعل مع الأفراد على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يعطيني الفرصة للتعرف على أشخاص جدد	
موافق	0.899	2.44	72.0	288	0	0	28.0	112	هناك العديد من أصدقائي على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي أنق بهم لمساعدتي على حل مشكلاتي	
موافق	0.918	2.40	70.0	280	0	0	30.0	120	استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يعطيني الفرصة للتفاعل مع أفراد من مختلف الجنسيات والخلفيات	

الإستجابة*	الإختلاف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		لا أدري		غير موافق		الاستجابة العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	0.942	2.34	67.0	268	0	0	33.0	132	التفاعل مع أفراد على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يجعلني أهتم بما يحدث خارج مصر
لا ادري	0.972	2.24	62.0	248	0	0	38.0	152	لا أشعر بالوحدة عندما أتحدث مع أصدقائي على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
لا ادري	0.972	2.24	62.0	248	0	0	38.0	152	ليس هناك تعاون بين أفراد مواقع شبكات التواصل الاجتماعي للترويج لقضية ما أو حدث ما
لا ادري	0.979	2.21	60.5	242	0	0	39.5	158	أشعر بعدم الارتياح لأصدقاء مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ولذلك لا أتحدث معهم عن مشكلاتي
لا ادري	0.973	2.19	58.5	234	2.0	8	39.5	158	لا أهتم بتقديم النصح والمشورة للأفراد في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
لا ادري	0.978	1.98	46.5	186	4.5	18	49.0	196	هناك العديد من أصدقائي على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يتعاونون معي لتغيير سلوكيات خاطئة
								400	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق فيما يتعلق بمقدار ثقة المبحوثين في علاقاتهم الاجتماعية التي حققوها من خلال تواجدهم على شبكات التواصل الاجتماعي؛ أن الإجابات توضح مجيء: (التفاعل مع أفراد على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يجعلني أشعر بالانفتاح على أخبار الآخرين) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.65، وجاءت (هناك العديد من أصدقائي على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يمكنهم تقديم معلومات جيدة لي) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2.64، وجاءت (تزداد قدرتي

على المشاركة واتخاذ القرار عند التواصل مع الآخرين على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 2.55، وجاءت (التفاعل مع الأفراد على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يعطيني الفرصة للتعرف على أشخاص جدد) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 2.54، وجاءت (هناك العديد من أصدقائي على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي أثق بهم لمساعدتي على حل مشكلاتي) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي 2.44، وجاءت (استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يعطيني الفرصة للتفاعل مع أفراد من مختلف الجنسيات والخلفيات) في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي 2.40، وجاءت (التفاعل مع أفراد على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يجعلني أهتم بما يحدث خارج مصر) في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي 2.34، وجاءت (لا أشعر بالوحدة عندما أتحدث مع أصدقائي على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي) و(ليس هناك تعاون بين أفراد مواقع شبكات التواصل الاجتماعي للترويج لقضية ما أو حدث ما) في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي 2.24، وجاءت (أشعر بعدم الارتياح لأصدقاء مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ولذلك لا أتحدث معهم عن مشكلاتي) في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي 2.21، وجاءت (لا أهتم بتقديم النصح والمشورة للأفراد في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي) في المرتبة العاشرة بمتوسط حسابي 2.19، وأخيراً جاءت (هناك العديد من أصدقائي على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يتعاونون معي لتغيير سلوكيات خاطئة) بمتوسط حسابي 1.98.

يرى الباحث أن جملة إجابات المبحوثين تؤكد وبنسبة عالية إلى وجود ثقة كبيرة للمبحوثين في علاقاتهم الاجتماعية التي حققوها من خلال تواجدهم على شبكات التواصل الاجتماعي. كما ذهبت دراسة (Jin, 2015)⁽⁸⁴⁾ إلى وجود علاقة إيجابية بين عامل الثقة في العلاقات الاجتماعية المتحققة من التواجد على شبكات التواصل الاجتماعي وتحقق الرضا والحصول على الدعم الاجتماعي؛ إلا أنها تؤكد على قوة تأثير عنصر الثقة على العلاقات الاجتماعية التبادلية مقارنة برأس المال التواصلية.

14. مقياس رضا المبحوثين عن مستوى حضورهم الاجتماعي على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (15) رضا المبحوثين عن مستوى حضورهم الاجتماعي على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي

الإستجابة	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		لا أدري		غير موافق		الاستجابة
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	0.693	2.65	77.0	308	10.5	42	12.5	50	أشعر بالرضا والارتياح عن رؤية تعليقات الآخرين على صفحتي/حسابي على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
موافق	0.839	2.55	77.3	309	0	0	22.8	91	أتحذ موقف إيجابي تجاه ذاتي عند مشاركة الآخرين مشاكلهم واهتماماتهم
موافق	0.899	2.44	72.0	288	0	0	28.0	112	أشعر بأني غير موفق في أنشطة كثيرة على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
موافق	0.918	2.40	70.0	280	0	0	30.0	120	صداقائي جيدة في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
لا ادري	0.972	2.24	62.0	248	0	0	38.0	152	أنا غير قادر على التعاون مع الآخرين في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
لا ادري	0.972	2.24	62.0	248	0	0	38.0	152	أشعر بتحقيق الذات عند التعامل مع مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
لا ادري	0.979	2.21	60.5	242	0	0	39.5	158	أقمص أدوار وحالات غير حقيقة عندما أعبّر عن حالاتي عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
								400	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى مقياس رضا المبحوثين عن مستوى حضورهم

الاجتماعي على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وقد جاء (أشعر بالرضا والارتياح عند رؤية تعليقات الآخرين على صفحتي/حسابي على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.65، وجاءت (أتحذ موقف إيجابي تجاه ذاتي عند مشاركة الآخرين مشاكلهم واهتماماتهم) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2.55، وجاءت (أشعر بأني غير موفق في أنشطة كثيرة على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 2.44، وجاءت (صداقاتي جيدة في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 2.40، وجاءت (أنا غير قادر على التعاون مع الآخرين في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي) و(أشعر بتحقيق الذات عند التعامل مع مواقع شبكات التواصل الاجتماعي) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي 2.24، وأخيراً جاءت (أتقمص أدوار وحالات غير حقيقة عندما أعبر عن حالاتي عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي) بمتوسط حسابي 2.21.

يرى الباحث أن جملة إجابات المبحوثين تؤكد شعور المبحوثين بحالة من الرضا والارتياح عند رؤية تعليقات الآخرين على الصفحة/الحساب على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، واتخاذ موقف إيجابي تجاه الذات عند مشاركة الآخرين مشاكلهم واهتماماتهم، كما أن الصداقات جيدة وهناك شعور بتحقيق الذات عند التعامل مع مواقع شبكات التواصل الاجتماعي. وهي نتيجة تتفق ونتائج دراسة (Sleeper, 2018)⁽⁸⁵⁾ والتي أوضحت أن الطلاب الذين لديهم مستويات متدنية في الشعور بالرضا عن علاقاتهم الاجتماعية هم أكثر إدماناً للأنشطة الاتصالية على مواقع التواصل الاجتماعي، وهم لا يستطيعوا الابتعاد عن مواقع التواصل الاجتماعي لأنهم يشعرون دائماً بالقلق من فقدان الاتصال بالأصدقاء. كما أكدت نتائج دراسة (Sharma et al, 2017)⁽⁸⁶⁾ على وجود اختلافات ملحوظة تتعلق بتأثير وضع الأسرة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والإنترنت والهاتف المحمول، حيث تبين ارتفاع مستوى إدمان التكنولوجيا بين الأفراد الذين ينتمون إلى أسر منفصلة، مقابل انخفاض مستوى هذا الإدمان داخل الأسر المترابطة، وكان الشعور بالضغط النفسي لدى المستخدمين المدمنين لمواقع التواصل الاجتماعي والهاتف المحمول أكبر من مدمني الإنترنت.

15. دور مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق حضور المبحوثين الاجتماعي:

جدول (16) دور مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق حضور المبحوثين الاجتماعي وفقاً للنوع

الدلالة	المنعوية	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	1.000	0.000	100.0	400	100.0	175	100.0	225	لا أشعر بالوحدة في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي.
غير دالة	0.473	0.718-	94.5	378	95.4	167	93.8	211	تمكنني بيئة شبكات التواصل الاجتماعي من تطوير علاقات جيدة مع أصدقائي وزملائي.
غير دالة	0.139	1.480-	93.0	372	90.9	159	94.7	213	تمكنني بيئة شبكات التواصل الاجتماعي من تحديد مكائني عند الآخرين.
غير دالة	0.062	1.863-	92.5	370	89.7	157	94.7	213	تمكننا بيئة شبكات التواصل الاجتماعي من تطوير علاقتي بالآخرين.
غير دالة	0.310	1.015-	86.0	344	84.0	147	87.6	197	تمكنني بيئة شبكات التواصل الاجتماعي من الحصول على انطباع جيد من الآخرين.
غير دالة	0.059	1.886-	86.0	344	89.7	157	83.1	187	عندما أجري محادثات غير متزامنة في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي، أشعر أيضًا أنني أتعامل مع أشخاص حقيقيين وليس مع أشخاص مجهولين.
0.001	0.000	5.145-	85.0	340	95.4	167	76.9	173	تمكنني بيئة شبكات التواصل الاجتماعي من التواصل بسهولة مع الآخرين.

209	92.9	125	71.4	334	83.5	5.729-	0.000	0.001	لا يمكن تمييز المحادثات في الوقت الفعلي (المتزامنة) في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي من المحادثات التي تتم وجهًا لوجه
207	92.0	123	70.3	330	82.5	5.663-	0.000	0.001	أشعر بالراحة وأنا أتواصل في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي.
182	80.9	147	84.0	329	82.3	0.807-	0.420	غير دالة	تسمح لي بيئة شبكات التواصل الاجتماعي من عمل محادثات تلقائية غير رسمية.
179	79.6	130	74.3	309	77.3	1.246-	0.213	غير دالة	عندما يكون لدي محادثات في الوقت الفعلي (المتزامنة) في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي، أشعر أنني أتعامل مع أشخاص حقيقيين وليس مع أشخاص مجهولين.
120	53.3	104	59.4	224	56.0	1.217-	0.224	غير دالة	تسمح لي بيئة شبكات التواصل الاجتماعي بإجراء محادثات غير مهمة.
جملة من سفلا	225	175		400					

يتضح من الجدول السابق: جاء (لا أشعر بالوحدة في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي) في مقدمة دور مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق حضور المبحوثين الاجتماعي بنسبة بلغت %100، ثم (تمكني بيئة شبكات التواصل الاجتماعي من تطوير علاقات جيدة مع أصدقائي وزملائي) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت %94.5، ثم (تمكني بيئة شبكات التواصل الاجتماعي من تحديد مكاني عند الآخرين) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت %93، وجاءت (تمكنا بيئة شبكات التواصل الاجتماعي من تطوير علاقتي بالآخرين) في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت %92.5، وجاءت (تمكني بيئة شبكات التواصل الاجتماعي من الحصول على انطباع جيد من الآخرين) و(عندما أجري محادثات غير متزامنة في بيئة شبكات

التواصل الاجتماعي، أشعر أيضاً أنني أتعامل مع أشخاص حقيقيين وليس مع أشخاص مجهولين) في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت بنسبة بلغت %86، وجاءت (تمكني بيئة شبكات التواصل الاجتماعي من التواصل بسهولة مع الآخرين) في المرتبة السادسة بنسبة بلغت %85، وجاءت (لا يمكن تمييز المحادثات في الوقت الفعلي (المتزامنة) في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي من المحادثات التي تتم وجهًا لوجه) في المرتبة السابعة بنسبة بلغت بنسبة بلغت %83.5، وجاءت (أشعر بالراحة وأنا أتواصل في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي) في المرتبة الثامنة بنسبة بلغت %82.5، وجاءت (تسمح لي بيئة شبكات التواصل الاجتماعي من عمل محادثات تلقائية غير رسمية) في المرتبة التاسعة بنسبة بلغت %82.3، وأخيراً جاءت (تسمح لي بيئة شبكات التواصل الاجتماعي بإجراء محادثات غير مهمة) بنسبة بلغت %56.

يرى الباحث أن جملة إجابات المبحوثين تشير إلى أن مواقع شبكات التواصل الاجتماعي لها دور كبير في تحقيق الحضور الاجتماعي للمبحوثين؛ وما يؤكد ذلك أنهم لا يشعرون بالوحدة في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي، وأنها مكنتهم من تحديد مكانة الشخص عند الآخرين وتطوير علاقات جيدة مع الأصدقاء والزملاء والآخرين (بفروق لصالح الإناث عن الذكور)، كما أنها تشعرهم في المحادثات المتزامنة أنهم يتحدثون مع أشخاص حقيقيين وليسوا مجهولين، وأنهم يشعرون بالراحة عند تحقيق التواصل على شبكات التواصل الاجتماعي (بفروق لصالح الذكور عن الإناث). وفي الوقت الذي لا تتفق فيه هذه النتيجة مع ما أثبتته دراسة (Zafar, Lodhi & Sha- kir, 2018)⁽⁸⁷⁾ من أن مستوى إدمان شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) يختلف بوضوح بين كل من الإناث والذكور لصالح الإناث. إلا أنها تتفق هذه النتيجة مع ما ذهبت إليه نتائج دراسة (Gao, Liu & Li, 2017)⁽⁸⁸⁾ إلى أن الأشخاص الذين لديهم احتياج شديد للانتماء يحاولوا بناء علاقات اجتماعية ذات روابط مع الآخرين من خلال استخدامهم لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي، ويسعون إلى التواصل الدائم معهم، وأن جمهور مواقع التواصل الاجتماعي نشط جداً يتفاعل مع الآخرين من خلال عبارات الإعجاب أو الإشارات أو التعليقات الإيجابية.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود اختلاف في النسب المئوية لإستجابات المبحوثين حول دور مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق حضور المبحوثين الاجتماعي وفقاً للنوع:

- ترتفع نسبة (تمكني بيئة شبكات التواصل الاجتماعي من التواصل بسهولة مع الآخرين) عند الإناث عن الذكور حيث جاءت النسب (%95.4، %76.9)

والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة 5.145 وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99.9%.

• ترتفع نسبة (لا يمكن تمييز المحادثات في الوقت الفعلي (المتزامنة) في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي من المحادثات التي تتم وجهاً لوجه) عند الذكور عن الإناث حيث جاءت النسب (92.9%، 71.4%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة 5.729 وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99.9%.

• ترتفع نسبة (أشعر بالراحة وأنا أتواصل في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي) عند الذكور عن الإناث حيث جاءت النسب (92%، 70.3%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة 5.663 وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99.9%.

16. مقياس نوع الدعم الاجتماعي والعاطفي الذي حصل عليه المبحوثين من خلال تواجدهم على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (17) نوع الدعم الاجتماعي والعاطفي الذي حصل عليه المبحوثين من خلال تواجدهم على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي

الإستجابة	الإحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		لا أدري		غير موافق		الاستجابة
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	0.693	2.65	77.0	308	10.5	42	12.5	50	حصلت على التعاطف من الآخرين
موافق	0.736	2.64	79.5	318	5.0	20	15.5	62	شعرت بالارتياح النفسي والعاطفي من استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
موافق	0.899	2.44	72.0	288	0	0	28.0	112	تلقيت العديد من نصائح الآخرين في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
موافق	0.918	2.40	70.0	280	0	0	30.0	120	أشعر بوجودي عند إعجاب الآخرين بما أنشره على صفحتي/حسابي
لا أدري	0.972	2.24	62.0	248	0	0	38.0	152	استشرت الأفراد في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي حول بعض المشكلات التي تواجهني

الإستجابة*	الإختلاف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		لا أدري		غير موافق		الإستجابة العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
لا أدري	0.972	2.24	62.0	248	0	0	38.0	152	حصلت على مجموعة متنوعة من المعلومات من أعضاء مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
								400	الإجمالي

وفيما يتعلق بنوع الدعم الاجتماعي والعاطفي الذي حصل عليه المبحوثين من خلال تواجدهم على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي فقد أشارت نتائج الجدول السابق ومن خلال جملة إجابات المبحوثين أن تواجدهم على شبكات التواصل الاجتماعي يحقق لهم نوعاً من الدعم الاجتماعي والعاطفي، وذلك على النحو التالي: جاء (حصلت على التعاطف من الآخرين) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.65، وجاءت (شعرت بالارتياح النفسي والعاطفي من استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2.64، وجاءت (تلقيت العديد من نصائح الآخرين في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 2.44، وجاءت (أشعر بوجودي عند إعجاب الآخرين بما أنشره على صفحتي/حسابي) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 2.40، وأخيراً جاءت (استشرت الأفراد في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي حول بعض المشكلات التي تواجهني) و(حصلت على مجموعة متنوعة من المعلومات من أعضاء مواقع شبكات التواصل الاجتماعي) بمتوسط حسابي 2.24.

وهي نتيجة تتوافق كثيراً مع ما ذهبت إليه دراسة (Tang et al., 2016)⁽⁸⁹⁾ من أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق أربعة أنواع من الدعم يتمثل في الدعم العاطفي، المعلوماتي، السلوكي، والرفقة، هذا الدعم الذي تحققه مواقع التواصل الاجتماعي تدفع الأفراد إلى عدم الابتعاد عنها مما يجعلهم يدمنوا استخدامها خشية من فقدان هذا الدعم. وأن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين إدمان الفيسبوك وكل من العلاقات الشخصية والدعم الاجتماعي الإلكتروني من خلال المشاركة في الأنشطة والفاعليات الاجتماعية. كما أوضحت دراسة (Demircioğlu & Köse, 2018)⁽⁹⁰⁾ أن الأشخاص الذين يعانون من فشل في العلاقات الاجتماعية يتجهوا لمواقع التواصل الاجتماعي كنوع من التعزيز لبناء علاقات اجتماعية في الواقع الافتراضي، وأن الأفراد يدمنوا

الأنشطة الاتصالية بهدف تحقيق الدعم العاطفي والاجتماعي لذا يتفاعلوا مع المحتويات الترفيهية بهدف تحقيق الاستشارة الفسيولوجية. كما أن دراسة (Zafar, Lodhi& Shakir, 2018)⁽⁹¹⁾ أثبتت أن الدعم الاجتماعي المتلقي يتوسط في العلاقة بين السمات الشخصية وإدمان الفيسبوك.

2) نتائج اختبار صحة الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين زيادة استخدام المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي وارتفاع ظاهرة fomo لديهم.

جدول (18) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين زيادة استخدام المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي وارتفاع ظاهرة fomo لديهم

ارتفاع ظاهرة fomo لديهم					المتغيرات
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوي المعنوية	الدلالة	
0.156**	طردية	منخفضة	0.002	0.01	زيادة استخدام المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي

يشير الجدول السابق إلى ما يلي: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين زيادة استخدام المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي وارتفاع ظاهرة fomo لديهم حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.156) وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة 99%. **الفرض الثاني (أ):** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين متمثلة في النوع (ذكور - اناث) على مقياس ظاهرة fomo. تم استخدام اختبار (T. Test) لقياس الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة على مقياس ظاهرة fomo وفقاً للنوع.

جدول (19) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة على مقياس ظاهرة fomo وفقاً للنوع

المتغير	النوع	العدد	م	ع	قيمة (ت)	مستوى المعنوية	الدلالة
مقياس ظاهرة fomo	ذكور	225	33.09	2.470	3.946	0.000	0.001
	اناث	175	34.05	2.354			

تشير نتائج تطبيق اختبار «ت»: إلى وجود فروق بين متوسطات الباحثين محل الدراسة علي مقياس ظاهرة fomo عند مستوي ثقة 99.9% لصالح الإناث. **الفرض الثاني (ب):** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين متمثلة في المستوى التعليمي (قبل الجامعي - مؤهل جامعي - بعد الجامعي) علي مقياس ظاهرة fomo.

جدول (20) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات الباحثين علي مقياس ظاهرة fomo

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	المعنوية	الدلالة
مقياس ظاهرة fomo	بين المجموعات	178.379	2	89.190	15.782	0.000	0.001
	داخل المجموعات	2243.581	397	5.651			
	المجموع	2421.960	399				

تشير نتائج تطبيق اختبار «ت»: إلي وجود فروق بين متوسطات درجات الباحثين علي مقياس ظاهرة fomo حيث بلغت قيمة «ت» قيمة دالة إحصائياً عند مستوي ثقة 99.9%.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الباحثين محل الدراسة، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (21) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات الباحثين علي مقياس ظاهرة fomo وفقاً للمستوى التعليمي (قبل الجامعي - مؤهل جامعي - بعد الجامعي)

متغير	المجموعات	قبل الجامعي	مؤهل جامعي	بعد الجامعي
مقياس ظاهرة fomo	قبل الجامعي	-	0.05	0.001
	مؤهل جامعي	-	-	0.001
	بعد الجامعي	-	-	-

يتضح من الجدول السابق: اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل مستويات تعليمية مختلفة للمبحوثين عينة البحث ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين تم إجراء اختبار L.S.D لمعرفة مدى دلالة هذه الفروق ولصالح أي من المجموعات المختلفة.

أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي المستوى التعليمي (قبل الجامعي) والمبحوثين ذوي المستوى (الجامعي) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.625^* وهو فرق دال عند مستوى ثقة 95% ، لصالح المستوى التعليمي الجامعي.

أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي المستوى التعليمي (قبل الجامعي) والمبحوثين ذوي المستوى (مؤهل بعد الجامعي) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 1.828^* وهو فرق دال عند مستوى ثقة 99.9% ، لصالح المستوى التعليمي بعد الجامعي.

أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي المستوى التعليمي (الجامعي) والمبحوثين ذوي المستوى (بعد الجامعي) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 1.203^* وهو فرق دال عند مستوى ثقة 99.9% ، لصالح المستوى التعليمي بعد الجامعي.

الفرض الثاني (ج): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين متمثلة في العمر (من 18 إلى 30 - من 31 إلى 45 - من 46 إلى 60) على مقياس ظاهرة fomo.

جدول (22) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس ظاهرة fomo.

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	المعنوية	الدلالة
ظاهرة fomo	بين المجموعات	105.297	2	52.649	9.022	0.000	0.001
	داخل المجموعات	2316.663	397	5.835			
	المجموع	2421.960	399				

تشير نتائج تطبيق اختبار «ت»: إلى وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين

علي مقياس ظاهرة fomo حيث بلغت قيمة «ت» قيمة دالة إحصائياً عند مستوى ثقة 99.9%.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين محل الدراسة، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (23) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين على ظاهرة fomo وفقاً للعمر (من 18 إلى 30 - من 31 إلى 45 - من 46: 60)

متغير	المجموعات	من 18 إلى 30	من 31 إلى 45	من 46: 60
ظاهرة fomo	من 18 إلى 30	-	0.001	-
	من 31 إلى 45	-	-	0.05
	من 46: 60	-	-	-

يتضح من الجدول السابق: اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل مستويات عمرية مختلفة للمبحوثين عينة البحث ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين تم إجراء اختبار L.S.D لمعرفة مدى دلالة هذه الفروق ولصالح أي من المجموعات المختلفة.

أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي المستوى العمري (من 18 إلى 30) والمبحوثين ذوي المستوى العمري (من 31 إلى 45) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 1.167* وهو فرق دال عند مستوى ثقة 99.9%، لصالح المستوى العمري من 31 إلى 45.

أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي المستوى العمري (من 31 إلى 45) والمبحوثين ذوي المستوى العمري (من 46: 60) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.836* وهو فرق دال عند مستوى ثقة 95%، لصالح الفئة العمرية من 31 إلى 45.

الفرض الثاني (د): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين متمثلة في كثافة الاستخدام (كثيف الاستخدام - متوسط الاستخدام - منخفض الاستخدام) على مقياس ظاهرة fomo.

جدول (24) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس ظاهرة fomo

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	المعنوية	الدلالة
ظاهرة fomo	بين المجموعات	70.079	2	35.040	5.915	0.003	0.01
	داخل المجموعات	2351.881	397	5.924			
	المجموع	2421.960	399				

تشير نتائج تطبيق اختبار «ت»: إلى وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس ظاهرة fomo حيث بلغت قيمة «ت» قيمة دالة إحصائياً عند مستوى ثقة 99%.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين محل الدراسة، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (25) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين حول ظاهرة fomo وفقاً كثافة الاستخدام (كثيف الاستخدام - متوسط الاستخدام - منخفض الاستخدام)

متغير	المجموعات	منخفض الاستخدام	متوسط الاستخدام	كثيف الاستخدام
ظاهرة FOMO	منخفض الاستخدام	-	0.05	0.01
	متوسط الاستخدام	-	-	-
	كثيف الاستخدام	-	-	-

يتضح من الجدول السابق: اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل مستويات استخدام مختلفة للمبحوثين عينة البحث ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين تم إجراء اختبار L.S.D لمعرفة مدى دلالة هذه الفروق ولصالح أي من المجموعات المختلفة.

أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي المستوى

الاستخدام (منخفض الاستخدام) والمبحوثين ذوي المستوى الاستخدام (متوسط الاستخدام) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.910^* وهو فرق دال عند مستوى ثقة 95%، لصالح المستوى متوسط الاستخدام.

أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي المستوى الاستخدام (منخفض الاستخدام) والمبحوثين ذوي المستوى الاستخدام (كثيف الاستخدام) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 1.313^* وهو فرق دال عند مستوى ثقة 99%، لصالح المستوى كثيف الاستخدام.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اهتمام المبحوثين بتحقيق الحضور الاجتماعي وزيادة استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (26) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين اهتمام المبحوثين بتحقيق الحضور الاجتماعي وزيادة استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي

زيادة استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي					المتغيرات
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوي المعنوية	الدلالة	
*0.126	طردية	منخفضة	0.012	0.05	اهتمام المبحوثين بتحقيق الحضور الاجتماعي

يشير الجدول السابق إلى ما يلي: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اهتمام المبحوثين بتحقيق الحضور الاجتماعي وزيادة استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.126) وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة 95%.

الفرض الرابع (أ): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين متمثلة في النوع (ذكور - إناث) على مقياس الحضور الاجتماعي. تم استخدام اختبار (T. Test) لقياس الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة على مقياس الحضور الاجتماعي وفقاً للنوع.

جدول (27) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة علي مقياس الحضور الاجتماعي وفقاً للنوع

المتغير	النوع	العدد	م	ع	قيمة (ت)	مستوى المعنوية	الدلالة
مقياس الحضور الاجتماعي	ذكور	225	16.74	2.365	0.208	0.835	غير دالة
	اناث	175	16.69	2.493			

تشير نتائج تطبيق اختبار «ت»: إلى عدم وجود فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة على مقياس الحضور الاجتماعي.

الفرض الرابع (ب): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين متمثلة في المستوى التعليمي (قبل الجامعي - مؤهل جامعي - بعد الجامعي) على مقياس الحضور الاجتماعي.

جدول (28) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لمقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الحضور الاجتماعي

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	المعنوية	الدلالة
الحضور الاجتماعي	بين المجموعات	147.560	2	73.780	13.393	0.000	0.001
	داخل المجموعات	2187.080	397	5.509			
	المجموع	2334.640	399				

تشير نتائج تطبيق اختبار «ت»: إلى وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الحضور الاجتماعي حيث بلغت قيمة «ت» قيمة دالة إحصائية عند مستوى ثقة 99.9%.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين محل الدراسة، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (29) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الحضور الاجتماعي وفقاً للمستوى التعليمي (قبل الجامعي - مؤهل جامعي - مؤهل جامعي - بعد الجامعي)

متغير	المجموعات	قبل الجامعي	مؤهل جامعي	بعد الجامعي
مقياس الحضور الاجتماعي	قبل الجامعي	-	-	0.001
	مؤهل جامعي	-	-	0.001
	بعد الجامعي	-	-	-

يتضح من الجدول السابق: اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل مستويات تعليمية مختلفة للمبحوثين عينة البحث ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين تم إجراء اختبار L.S.D لمعرفة مدى دلالة هذه الفروق ولصالح أي من المجموعات المختلفة.

أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي المستوى التعليمي (قبل الجامعي) والمبحوثين ذوي المستوى (بعد الجامعي) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 1.440^* وهو فرق دال عند مستوى ثقة 99.9% لصالح المستوى التعليمي بعد الجامعي.

أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي المستوى التعليمي (الجامعي) والمبحوثين ذوي المستوى (بعد الجامعي) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 1.445^* وهو فرق دال عند مستوى ثقة 99.9% لصالح المستوى التعليمي بعد الجامعي.

الفرض الرابع (ج): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين متمثلة في العمر (من 18 إلى 30 - من 31 إلى 45 - من 46 إلى 60) على مقياس الحضور الاجتماعي.

جدول (30) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الحضور الاجتماعي

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	المعنوية	الدلالة
الحضور الاجتماعي	بين المجموعات	103.631	2	51.816	9.220	0.000	0.001
	داخل المجموعات	2231.009	397	5.620			
	المجموع	2334.640	399				

تشير نتائج تطبيق اختبار «ت»: إلى وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الحضور الاجتماعي حيث بلغت قيمة «ت» قيمة دالة إحصائياً عند مستوى ثقة 99.9%.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين محل الدراسة، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (31) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين حول الحضور الاجتماعي وفقاً للعمر (من 18 إلى 30 - من 31 إلى 45 - من 46 إلى 60)

متغير	المجموعات	من 18 إلى 30	من 31 إلى 45	من 46 إلى 60
الحضور الاجتماعي	من 18 إلى 30	-	0.01	0.001
	من 31 إلى 45	-	-	-
	من 46 إلى 60	-	-	-

يتضح من الجدول السابق: اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل مستويات عمرية مختلفة للمبحوثين عينة البحث ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين تم إجراء اختبار L.S.D لمعرفة مدى دلالة هذه الفروق ولصالح أي من المجموعات المختلفة.

أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي المستوى العمري (من 18 إلى 30) والمبحوثين ذوي المستوى العمري (من 31 إلى 45) بفرق

بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.865^* وهو فرق دال عند مستوى ثقة 99% ، لصالح المستوى العمري من 18 إلى 30.

أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي المستوى العمري (من 18 إلى 30) والمبحوثين ذوي المستوى العمري (من 46: 60) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 1.219^* وهو فرق دال عند مستوى ثقة 99.9% ، لصالح المستوى العمري من 18 إلى 30.

الفرض الرابع (د): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين متمثلة في كثافة الاستخدام وادمان مواقع التواصل (كثيف الاستخدام - متوسط الاستخدام - منخفض الاستخدام) على مقياس الحضور الاجتماعي.

جدول (32) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الحضور الاجتماعي

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	المعنوية	الدلالة
الحضور الاجتماعي	بين المجموعات	245.266	2	122.633	23.301	0.000	0.001
	داخل المجموعات	2089.374	397	5.263			
	المجموع	2334.640	399				

تشير نتائج تطبيق اختبار «ت»: إلى وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الحضور الاجتماعي حيث بلغت قيمة «ت» قيمة دالة إحصائية عند مستوي ثقة 99% .

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين محل الدراسة، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (33) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين حول الحضور الاجتماعي وفقاً كثافة الاستخدام وادمان مواقع التواصل (كثيف الاستخدام - متوسط الاستخدام - منخفض الاستخدام)

متغير	المجموعات	منخفض الاستخدام	متوسط الاستخدام	كثيف الاستخدام
الحضور الاجتماعي	منخفض الاستخدام	-	0.001	-
	متوسط الاستخدام	-	-	0.001
	كثيف الاستخدام	-	-	-

يتضح من الجدول السابق: اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل مستويات استخدام مختلفة للمبحوثين عينة البحث ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين تم إجراء اختبار L.S.D لمعرفة مدى دلالة هذه الفروق ولصالح أي من المجموعات المختلفة.

أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي المستوى الاستخدام (منخفض الاستخدام) والمبحوثين ذوي المستوى الاستخدام (متوسط الاستخدام) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 1.804^* وهو فرق دال عند مستوى ثقة 99.9%، لصالح المستوى متوسط الاستخدام.

أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي المستوى الاستخدام (متوسط الاستخدام) والمبحوثين ذوي المستوى الاستخدام (كثيف الاستخدام) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 1.538^* وهو فرق دال عند مستوى ثقة 99.9%، لصالح المستوى كثيف الاستخدام.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين (الحضور الاجتماعي) التي عززتها شبكات التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين عينة الدراسة وبين متغير (الفقد الاجتماعي).

جدول (34) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين (الحضور الاجتماعي) التي عززتها شبكات التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين عينة الدراسة وبين متغير (الفقد الاجتماعي)

(الفقد الاجتماعي)					المتغيرات
الدلالة	مستوى المعنوية	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
0.001	0.000	متوسطة	طردي	**0.593	(الحضور الاجتماعي) التي عززتها شبكات التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين عينة الدراسة

يشير الجدول السابق إلى ما يلي: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين (الحضور الاجتماعي) التي عززتها شبكات التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين عينة الدراسة وبين متغير (الفقد الاجتماعي) حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.593) وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة %99.9.

خلاصة الدراسة:

خلصت الدراسة الحالية إلى مجموعة من النتائج يمكن الإشارة إلى أهمها في مجموعة السطور التالية:

- أشارت الدراسة إلى أن المدة التي قضها المبحوثين في مواقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تحطت الخمس سنوات؛ وبنسبة متقاربة بين الذكور والإناث. وفيما يتعلق بالوقت الذي يقضيه المبحوث في استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي فقد جاء مرتفعاً، حيث وصل إلى أكثر من 5 ساعات، تلاها أكثر من 3 ساعات؛ وبفارق للذكور عن الإناث. بالإضافة إلى ارتفاع عدد مرات الدخول إلى مواقع شبكات التواصل الاجتماعي فقد أثبتت النتائج أنها أكثر من 5 مرات في اليوم؛ وبنسبة متقاربة بين الذكور والإناث.
- أما عن القيمة والأهمية التي تمثلها شبكات التواصل الاجتماعي؛ فقد أوضحت النتائج أنها تمثل قيمة وأهمية كبيرة جداً، ووضح ذلك من خلال إجابات المبحوثين والتي تمحورت حول أنها: جزء من الروتين اليومي للشخص، لا يستطيع الشخص أن ينام إلا وهو متواصل على شبكات التواصل الاجتماعي، وأنه بعد الاستيقاظ مباشرة يشعر بأنه يفتقد الدخول على شبكات التواصل الاجتماعي، وأنه يشعر بأنه جزء من مجتمع شبكات التواصل الاجتماعي، وأن شبكات التواصل الاجتماعي جزء من

حياته، ما أنه يشعر بالفخر عندما ينظر الناس إليه على أنه شخص له أهمية وقيمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، وأنه عندما يكون لديه وقت مناسب من المهم بالنسبة لي مشاركة التفاصيل على مواقع الشبكة، وأن عدم الاتصال والدخول على شبكات التواصل الاجتماعي لفترة يشعره بأنه منقطع على العالم، كذلك فهو يشعر بالفخر عندما يعرف الآخرون أنه مشترك في شبكات التواصل الاجتماعي، وأخيراً؛ لأنه يتواصل على شبكات التواصل الاجتماعي بشكل دائم لأنه يخشى أن يحصل الآخرون المتصلين على تجارب أو فائدة أكثر منه.

• ونظراً لتعلق المبحوثين بشبكات التواصل الاجتماعي فإنهم يقومون بأنشطة معينة تؤكد حالة الإدمان (fomo) التي وصل إليها المستخدمين والتي كان من مظاهرها: الاندفاع للتحقق من الاشعارات الواردة دون انقطاع أو تأخر، مطالعة الهاتف والدخول إلى مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بشكل دائم دون ان تكون هناك حاجة معينة إلى ذلك، والنظر في الهاتف ومتابعة مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كل دقيقة، وأخيراً مطالعة الهاتف بشكل دائم ولكن على فترات متباعدة.

• وفيما يتعلق بالوقت الذي يتحقق فيها المستخدمون من الاشعارات الواردة من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي دون إنقطاع أو تأخر، وهو ما يثبت مدى تعلق المبحوثين بمطالعة هواتفهم في أي وقت وعلى أي حال، حيث أنهم يكونون: في وسائل المواصلات، وعندما يتعذر الدخول على المواقع لأي سبب فترة من الوقت، في العمل، عند التهيؤ للنوم، وعندما يكون بمفرده، وعندما أكون مع الآخرين، في وقت الدراسة، عند تناول الطعام، عند قيادة السيارة.

• كذلك أشارت النتائج إلى أن حجم الشبكة الاجتماعية للمبحوثين من (أصدقاء أو متابعين) على واقع شبكات التواصل الاجتماعي تخطى عند البعض 10000 شخص، وعند البعض الآخر أكثر من 1000 وأقل من 10000، وهو ما يعني وجود شبكة اجتماعية كبيرة لهم على الشبكة.

وعن مدى وضع المبحوثين معلوماهم الشخصية كاملة على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي فقد أشارت النتائج اهتمامهم بوضع معلوماهم (كاملة)، ومنهم من يضع المعلومات المتعلقة ب(الاسم والنوع التعليم).

• وبينت النتائج أن نوع العلاقات الاجتماعية التي كونها المبحوثون داخل الشبكة: علاقات قوية (أشخاص تعرفهم مسبقا strong ties)، وعلاقات ضعيفة (أشخاص لم يسبق التعرف بهم من قبل weak ties)؛ فقد جاء في مقدمتها أشخاص معروفين لديهم سواء كانوا: (أشخاص أعرفهم في الواقع، أصدقاء دراسة، أشخاص في الواقع

الافتراضي على الشبكة، أصدقاء عمل، أصدقاء الحي أو المدينة، أشخاص من العائلة؛ وأخيراً أشخاص من خارج مصر).

• كذلك أوضحت النتائج أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي له تأثيرات سلبية على المستخدمين فيما يتعلق بـ: (علاقتي بأسرتي، الترويج لنفستي، تحصيلي الدراسي، حضوري الاجتماعي في الواقع، علاقتي بأصدقائي وزملائي، حصولي على الدعم الاجتماعي، تواصلتي الاجتماعي، علاقتي بأصدقائي وزملائي، علاقتي في العمل، حالتي النفسية والسلوكية).

• وحول النتائج التي حققها المبحوثون من تواجدهم على شبكات التواصل الاجتماعي فقد تلخصت في مجموعة من النتائج، في مقدمتها: (تحقيق حضوري الاجتماعي «التواجد على الموقع»، والحصول على دعم اجتماعي، وتكوين صداقات جديدة، والحفاظ على العلاقات مع الآخرين، والحصول على معلومات جديدة، وكذلك التفاعل مع أفراد لم يسبق معرفتهم من قبل، بالإضافة إلى تنمية الوعي بسلوكيات إيجابية).

• وفيما يتعلق بحالة الحضور الاجتماعي للمبحوثين و(أصدقائهم/المتابعين) في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، فقد أكدت النتائج أن المبحوثين أشار بعضهم إلى أن حالة الحضور الاجتماعي على هذه الشبكات كانت إيجابية، والبعض الآخر أشار إلى أنها كانت سلبية؛ وهو ما أثبتته إجابات المبحوثين على أبعاد مقياس الحضور الاجتماعي في الشبكات الاجتماعية، منها:

- الحالات الإيجابية: (الشعور بالحرية في انتقاد أفكار وبيانات أو آراء الآخرين، معرفة معلومات شخصية عن الأصدقاء، أحافظ أنا وأصدقائي على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي على تواصلنا الدائم مع بعضنا البعض، بعضنا لا يأخذ الآخرين «الأصدقاء أو المتابعين» على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي على محمل الجد، أحياناً نجري محادثات ومناقشات مفتوحة وحيوية مع بعضنا البعض على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي).

- الحالات السلبية: (ينمو لدي كره للآخرين «الأصدقاء أو المتابعين» على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، أختلف أنا وبعض «الأصدقاء أو المتابعين» على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي حول العديد من القضايا والموضوعات، يكون لدي تشكك من الآخرين «الأصدقاء أو المتابعين» على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، يشعر المتواصلين على شبكات التواصل الاجتماعي أنهم يتعرضوا لهجوم شخصي عند انتقاد أفكارهم وبياناتهم أو آرائهم، يعيق بعضنا البعض «الأصدقاء أو

المتابعين» على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في إنجاز مهامنا.

• أما عن مقدار ثقة المبحوثين في علاقاتهم الاجتماعية التي حققوها من خلال تواجدهم على شبكات التواصل الاجتماعي، فقد أبدى معظم المبحوثين ثقتهم الكبيرة في هذه العلاقات، دل على ذلك مجموعة الأبعاد التي تمثلت في: (التفاعل مع أفراد على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يجعلني أشعر بالانفتاح على أخبار الآخرين، العديد من أصدقائي على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يمكنهم تقديم معلومات جيدة لي، تزداد قدرتي على المشاركة واتخاذ القرار عند التواصل مع الآخرين على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، التفاعل مع الأفراد على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يعطيني الفرصة للتعرف على أشخاص جدد، العديد من أصدقائي على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي أثق بهم لمساعدتي على حل مشكلاتي، التفاعل مع أفراد على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يجعلني أهتم بما يحدث خارج مصر، استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يعطيني الفرصة للتفاعل مع أفراد من مختلف الجنسيات والخلفيات، لا أشعر بالوحدة عندما أتحدث مع أصدقائي على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، العديد من أصدقائي على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يتعاونون معي لتغيير سلوكيات خاطئة).

• أوضحت نتائج الدراسة كذلك أن المبحوثين يشعرون بحالة من الرضا والارتياح عند رؤية تعليقات الآخرين على الصفحة/الحساب على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، واتخاذ موقف إيجابي تجاه الذات عند مشاركة الآخرين مشاكلهم واهتماماتهم، كما أن الصداقات جيدة وهناك شعور بتحقيق الذات عند التعامل مع مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

• أشارت النتائج أيضاً إلى أن مواقع شبكات التواصل الاجتماعي لها دور كبير في تحقيق الحضور الاجتماعي للمبحوثين؛ حيث أنهم لا يشعرون بالوحدة في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي، والتمكين من تطوير علاقات جيدة مع الأصدقاء والزملاء، وتحديد مكانة الشخص عند الآخرين، وكذلك تطوير العلاقات بالآخرين والتواصل معهم بسهولة (بفروق لصالح الإناث عن الذكور)، كما أنه عند إجراء محادثات غير متزامنة في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي فهناك شعور بأن التعامل يحدث مع أشخاص حقيقيين وليس مع أشخاص مجهولين، إضافة إلى أنه لا يمكن تمييز المحادثات في الوقت الفعلي (المتزامنة) في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي من المحادثات التي تتم وجهًا لوجه (بفروق لصالح الذكور عن الإناث)، مع الشعور بالراحة عند تحقيق التواصل على شبكات التواصل الاجتماعي (بفروق لصالح الذكور عن الإناث).

• وعن نوع الدعم الاجتماعي والعاطفي الذي حصل عليه المبحوثين من خلال تواجدهم على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وهو ما أشارت إليه أبعاد المقياس؛ فمن خلال إجابات المبحوثين عليها أفاد المبحوثون أنهم: (حصلوا على التعاطف من الآخرين، الشعور بالارتياح النفسي والعاطفي من استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، تلقي العديد من نصائح الآخرين في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، شعور الشخص بوجوده عند إعجاب الآخرين بما ينشره على صفحته/حسابه، استشارة الأفراد في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي حول بعض المشكلات التي تواجه الشخص، الحصول على مجموعة متنوعة من المعلومات من أعضاء مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

• وأظهرت اختبارات الفروض النتائج التالية:

- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين زيادة استخدام المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي وارتفاع ظاهرة fomo لديهم.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين عينة الدراسة على مقياس ظاهرة fomo تبعاً لاختلاف النوع وخصائصهم الديموجرافية (السن، المستوى التعليمي، وكثافة الاستخدام)، وجاءت نتائجها كالتالي:

• النوع (ذكور - إناث)؛ لصالح الإناث. تتفق هذه النتيجة وما أثبتته دراسة (Dar-cin et al., 2015)⁽⁹²⁾ بينت النتائج ميل الإناث المستخدمين لإدمان استخدام الهاتف المحمول، والذي عزز من الشعور بالوحدة الاجتماعية لديهم.

• المستوى التعليمي (قبل الجامعي - مؤهل جامعي - بعد الجامعي)؛ لصالح المستوى التعليمي الجامعي والمستوى بعد الجامعي.

• العمر (من 18 إلى 30 - من 31 إلى 45 - من 46 إلى 60)؛ لصالح الفئة العمرية من 31 إلى 45.

• كثافة الاستخدام (كثيف الاستخدام - متوسط الاستخدام - منخفض الاستخدام)؛ لصالح المستوى متوسط الاستخدام وكثيف الاستخدام.

وتتسق نتيجة الفرض مع ما أوضحته دراسة (Shackelford, 2018)⁽⁹³⁾ حيث أثبتت نتائج الدراسة أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (موقع الفيسبوك) يختلف بين الأفراد تبعاً لاختلاف سماتهم الشخصية. كما أوضحت النتائج أيضاً أن شعور الفرد بالضغط أو الإجهاد يدفع الفرد إلى الاستخدام المتزايد للفيسبوك، كما يعد تشتت وقت المستخدم خاصة مع رغبته في الكشف عن ذاته عامل خطر يزيد من إدمان المستخدم للفيسبوك. بينما أكدت دراسة (Sharma et al, 2017)⁽⁹⁴⁾

وجود ارتباط سلمي بين إدمان مواقع التواصل الاجتماعي والإنترنت والهاتف المحمول ومتغيرات السن.

- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اهتمام الباحثين بتحقيق الحضور الاجتماعي وزيادة استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين عينة الدراسة على مقياس (الحضور الاجتماعي) التي عززتها شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف متغيرات (النوع، السن، المستوى التعليمي، إدمان مواقع التواصل الاجتماعي، وكثافة الاستخدام)، وجاءت نتائجها كالتالي:

• في النوع (ذكور - إناث)؛ عدم وجود فروق. وهي نتيجة لا تتفق وما أثبتته دراسة (Zafar, Lodhi& Shakir, 2018)⁽⁹⁵⁾ والتي أوضحت نتائجها أن مستوى إدمان الفيسبوك يختلف بوضوح بين كل من الإناث والذكور لصالح الإناث. وأيضاً نتائج دراسة (Mahamid & Berte, 2018)⁽⁹⁶⁾ التي بينت أن الذكور أكثر إدماناً لمواقع التواصل الاجتماعي من الإناث.

• المستوى التعليمي (قبل الجامعي - مؤهل جامعي - بعد الجامعي)؛ لصالح المستوى التعليمي بعد الجامعي.

• العمر (من 18 إلى 30 - من 31 إلى 45 - من 46: 60)؛ لصالح الفئة العمري من 18 إلى 30. تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Zafar, Lodhi& Shakir, 2018)⁽⁹⁷⁾ التي أثبتت أن مستوى إدمان الفيسبوك يختلف بوضوح بين كل من الصغار والكبار لصالح الصغار.

• كثافة الاستخدام وادمان مواقع التواصل (كثيف الاستخدام - متوسط الاستخدام - منخفض الاستخدام)؛ لصالح المستوى متوسط الاستخدام والمستوى كثيف الاستخدام.

ونتيجة هذا الفرض لا تتفق ونتيجة دراسة (العازمي & المرتجي، 2017)⁽⁹⁸⁾ التي بينت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعود للجنس أو المستوى الدراسي في كل إدمان مواقع التواصل الاجتماعي والقلق الاجتماعي والفعالية الذاتية، والكفاءة الاجتماعية.

- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حالة (الحضور الاجتماعي) التي عززتها شبكات التواصل الاجتماعي لدى الباحثين عينة الدراسة وبين متغير (الفقد الاجتماعي).

هوامش الدراسة:

(1) Kemp, S. (2018). Digital in 2018: Global overview. Retrieved Sep 17, 2018, Retrieved from <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>

(2) علم الدين، محمود، (2018)، إدمان السوشيال ميديا، مجلة المصور، 4897، 15 أغسطس، تاريخ الاسترجاع 23 سبتمبر 2018.

(3) Sherman, E. (2011). Facebook addiction: Factors influencing an individual's addiction. (Master Thesis, University of Massachusetts Boston). Retrieved from https://scholarworks.umb.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1004&context=management_hontheses

(4) Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 1-17. Retrieved from <https://www.mdpi.com/1660-4601/14/3/311/htm>

(5) Ramayah, T., Ahmad, N. H., Yeap, J. A., & Halim, H. A. (2017). The Role of Narcissism Facets as Predictors of Facebook Addiction Among Millennials. *Indian Journal of Commerce and Management Studies*, 8(2), 1-6. Retrieved from <https://search.proquest.com/openview/2616dcc26c83f8e096e69f7f3d14fd0c/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2032143>

(6) Kanat-Maymon, Y., Almog, L., Cohen, R., & Amichai-Hamburger, Y. (2018). Contingent self-worth and Facebook addiction. *Computers in Human Behavior*, 88, 227-235. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563218303339>

(7) Grohol, J. M. (2017). Internet addiction guide. psych central, Last updated: Dec 28. Retrieved from <https://psychcentral.com/netaddiction/>

(8) Xue, Y., Dong, Y., Luo, M., Mo, D., Dong, W., Zhang, Z., & Liang, H. (2018). Investigating the impact of mobile SNS addiction on individual's self-rated health. *Internet Research*,

28(2), 278-292. Retrieved from <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/IntR-05-2017-0198>

(9) Allan, Patrick. (2016)., “Why Fear of Missing Out Is a Good Thing.” Lifehacker, 25 Jan. 2016, lifehacker.com/why-fear-of-missing-out-is-a-good-thing-1754928117. Accessed 24 Oct. 2017.

(10) Sapadin, Linda. (2015)., “Fear of Missing Out.” Psych Central, psychcentral.com/blog/archives/2015/10/12/fear-of-missing-out. Accessed 24 Oct. 2017.

(11) Allan, Patrick. (2016)., op. cit.

(12) Casale, S., Rugai, L., & Fioravanti, G. (2018). Exploring the role of positive metacognitions in explaining the association between the fear of missing out and social media addiction. *Addictive behaviors*,85, 83-87. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0306460318303253>

(13) Mahamid, F. A., & Berte, D. Z. (2018). Social Media Addiction in Geopolitically At-Risk Youth. *International Journal of Mental Health and Addiction*,16(1), 1-10. Retrieved from <https://link-springer-com.sdl.idm.oclc.org/article/10.1007%2Fs11469-017-9870-8>

(14) Demircioğlu, Z. I., & Köse, A. G. (2018). Effects of attachment styles, dark triad, rejection sensitivity, and relationship satisfaction on social media addiction: A mediated model. *Current Psychology*, 1-15. Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1007/s12144-018-9956-x>

(15) Gao, W., Liu, Z., & Li, J. (2017). How does social presence influence SNS addiction? A belongingness theory perspective. *Computers in Human Behavior*, 77, 347-355. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563217305198>

(16) Zafar, M., Lodhi, I. S., & Shakir, M. (2018). Impact of Personality Traits on Facebook Addiction: The Mediating role of Perceived Social Support. *Journal of Research in*

Social Sciences, 6(1), 239-258. Retrieved from <https://search-proquest-com.sdl.idm.oclc.org/docview/2006709795?pq-origsite=summon>

(17) Müller, K. W., Dreier, M., Beutel, M. E., Duven, E., Giralt, S., & Wölfling, K. (2016). A hidden type of internet addiction? Intense and addictive use of social networking sites in adolescents. *Computers in Human Behavior*, 55, 172-177. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563215301382>

(18) Jin, C. H. (2015). The role of Facebook users' self-systems in generating social relationships and social capital effects. *New Media & Society*, 17(4), 501-519. Retrieved from <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444813506977>

(19) Shettar, M., Karkal, R., Kakunje, A., Mendonsa, R. D., & Chandran, V. M. (2017). Facebook addiction and loneliness in the post-graduate students of a university in southern India. *International Journal of Social Psychiatry*, 63(4), 325-329. Retrieved from <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0020764017705895>

(20) Gao, W., Liu, Z., & Li, J. (2017). Op. cit.

(21) Ershad, Z. S., & Aghajani, T. (2017). Prediction of Instagram social network addiction based on the personality, alexithymia and attachment Styles. *Sociological Studies of Youth*, 8(26), 21-34. Retrieved from http://ssyj.baboliau.ac.ir/article_533425.html

(22) 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. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0306460316301095>

(23) Pantic, I., Milanovic, A., Loboda, B., Břachnio, A., Przepiorka, A., Nestic, D., Mazic, S., Dugalic, S & Ristic,

- S. (2017). Association between physiological oscillations in self-esteem, narcissism and Social networking sites addiction: A cross-sectional study. *Psychiatry research*, 258, 239-243. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0165178117304250>
- (24) Hawi, N. S., & Samaha, M. (2017). The relations among social media addiction, self-esteem, and life satisfaction in university students. *Social Science Computer Review*, 35(5), 576-586. Retrieved from <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0894439316660340>
- (25) Balakrishnan, J., & Griffiths, M. D. (2017). Social media addiction: What is the role of content in YouTube?. *Journal of behavioral addictions*, 6(3), 364-377. Retrieved from <https://akademai.com/doi/abs/10.1556/2006.6.2017.058>
- (26) Sahin, C. (2017). The Predictive Level of Social Media Addiction for Life Satisfaction: A Study on University Students. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 16(4), 120-125. Retrieved from <https://eric.ed.gov/?id=EJ1160611>
- (27) Longstreet, P., & Brooks, S. (2017). Life satisfaction: A key to managing internet & social media addiction. *Technology in Society*, 50, 73-77. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160791X16301634>
- (28) Tang, J. H., Chen, M. C., Yang, C. Y., Chung, T. Y., & Lee, Y. A. (2016). Personality traits, interpersonal relationships, online social support, and Facebook addiction. *Telematics and Informatics*, 33(1), 102-108. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0736585315000532>
- (29) Darcin, A. E., Noyan, C., Nurmedov, S., Yilmaz, O., & Dilbaz, N. (2015). Smartphone addiction in relation with social anxiety and loneliness among university students in Turkey. *European Psychiatry*, 30, 505. Retrieved from <https://www>.

sciencedirect.com /science/article/pii/S0924933815303989

(30) Dempsey, Abigail E., Kelsey D., Tiamiyu, Mojisola F., Elhai., & Jon D. (2019) Fear of missing out (fomo) and rumination mediate relations between social anxiety and problematic Facebook use. Addictive Behaviors Reports June 2019 9, ianjin Normal University, No. 57-1 Wujiayao Street, Hexi District, Tianjin 300074, China. Available at:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S235285321830169X>

(31) Melissa G. Hunt, R., Courtney L., & Jordany Y. (2018). No More FOMO: Limiting Social Media Decreases Loneliness and Depression. University of Pennsylvania, Journal of Social and Clinical Psychology, Vol. 37, No. 10, 2018, pp. 751-768. Available at:

https://www.researchgate.net/publication/328838624_No_More_FOMO_Limiting_Social_Media_Decreases_Loneliness_and_Depression

(32) Tomczyk & Selmanagic-Lizde, 2018., Fear of Missing Out (FOMO) among youth in Bosnia and Herzegovina Scale and selected mechanisms. University of Sarajevo, Faculty of Education, Children and Youth Services Review, May 2018 88:541-549. Available at:

<http://eds.b.ebscohost.com.sdl.idm.oclc.org/eds/detail/detail?vid=1&sid=4fee956b-b748-491d-8648-b3e861c21d09%40sessionmgr103&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmU%3d#db=edselp&AN=S0190740918300999>

(33) <https://www.sciencedirectcom/science/article /abs/pii/S0306460318303253>. Op. cit.

(34) Robson, T. (2018). Op. cit.

(35) Sleeper, k. l. (2018)., Relationship Satisfaction, Social Anxiety and Smartphone/Social Networking Addiction. (Master Thesis, Southern Illinois University Edwardsville) Retrieved from <https://search-proquest-com.sdl.idm.oclc.org/>

docview/2047443558?pq-rigsite=summon

(36) Wang, P., Xie, Xiaochun., Wang, X., Wang, X., Zhao, F., Chu, X., Nie, J., & Lei, L (2018). The need to belong and adolescent authentic self-presentation on SNSs: A moderated mediation model involving FoMO and perceived social support. Elsevier Ltd, Department of Psychology, The Center of Internet + Social Psychology, Renmin University of China, No. 59 Zhongguancun Street, Haidian District, Beijing 100872, China. In *Personality and Individual Differences* 1 July 2018 128:133-138. Available at:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0191886918301016>

(37) Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69-72. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886917302891>

(38) Karelkreijns, M.Sc., Paula. Kirschner, Ph.D., Wim Jochems, Ph.D., and Hans VAN Buuren, M.A. (2004). Determining Sociability, Social Space, and Social Presence in (A)synchronous Collaborative Groups. *Cyber Psychology & Behavior*, Volume 7, Number 2, 2004, © Mary Ann Liebert, Inc. Available at:

https://www.researchgate.net/publication/8566335_Determining_Sociability_Social_Space_and_Social_Presence_in_Asynchronous_Collaborative_Groups

(39) Rice, R.E, 1993., "Using Social Presence Theory to Compare Traditional and new Organizational media", *Human computer Interaction*, Vol. 19, No. 4, June, PP. 451 - 484.

(40) Gao, W., Liu, Z., & Li, J. (2017). Op. cit.

(41) Karel Kreijns, Paul A. Kirschner, Wim Jochems & Hans van Buuren (2004)., *Determining Sociability, Social Space,*

and Social Presence in (A)synchronous Collaborative Groups. *CyberPsychology & Behavior* Vol. 7, No. 2.

Published Online : 5 Jul 2004 <https://doi.org/10.1089/109493104323024429>

(42) Rice, R.E, 1993., op.cit.

(43) Gao, W., Liu, Z., & Li, J. (2017). Op. cit.

(44) شفيق، محمد (2000). منهج الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، الاسكندرية، عالم الكتب، ص198.

(*) تتراوح قيمة معامل Cronbach'Alpha ما بين صفر وواحد، وإذا كانت القيمة 0.6 فأقل فإن ذلك يعبر عن انخفاض مستوى ثبات المقياس.

(45) Masur, P. K., Reinecke, L., Ziegele, M., & Quiring, O. (2014). The interplay of intrinsic need satisfaction and Facebook specific motives in explaining addictive behavior on Facebook. **Computers in Human Behavior**, 377. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563214003343>

(46) Beard, K. W., & Wolf, E. M. (2001). **Modification in the proposed \iagnostic criteria for Internet addiction**. *Cyberpsychology & behavior*, 4(3), 378. Retrieved from <https://www.liebertpub.com/doi/abs/10.1089/109493101300210286>

(47) Leung, L., & Chen, C. (2018). A Review of Media Addiction Research From 1991 to 2016. **Social Science Computer Review**, 3. Retrieved from <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0894439318791770>

(48) Sahin, C. (2017). The Predictive Level of Social Media Addiction for Life Satisfaction: A Study on University Students. **Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET**, 16(4), 121. Retrieved from <https://eric.ed.gov/?id=EJ1160611>

(49) Leung, L., & Chen, C. (2018). op. cit.

من 1 إلى 1.66 غير موافق-- من 1.67 إلى 2.33 لا أدري-- من 2.34 إلى 3 موافق

- (50) Robson, T. (2018). Op. cit.
- (51) Yu, L., & Shek, D. T. L. (2017). Testing longitudinal relationships between social media addiction and well-being in Hong Kong adolescents: cross-lagged analyses based on three waves of data. *Child Indicators Research*, 1-18. Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1007/s12187-017-9494-3>
- (52) Yu, S., Wu, A. M. S., & Pesigan, I. J. A. (2016). Cognitive and psychosocial health risk factors of social networking addiction. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 14(4), 550-564. Retrieved from <https://link-springer-com.sdl.idm.oclc.org/article/10.1007%2Fs11469-015-9612-8>
- (53) Shettar, M., Karkal, R., Kakunje, A., Mendonsa, R. D., & Chandran, V. M. (2017), Op. cit.
- (54) Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017), op. cit.
- (55) Tomczyk & Selmanagic-Lizde, 2018., op. cit.
 من 1 إلى 1.66 غير موافق -- من 1.67 إلى 2.33 لا أدرى -- من 2.34 إلى 3 موافق
- (56) Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017), op. cit.
 من 1 إلى 1.66 غير موافق -- من 1.67 إلى 2.33 لا أدرى -- من 2.34 إلى 3 موافق
- (57) Mihajlov, M., & Vejmelka, L. (2017). Internet addiction: A review of the first twenty years. *Psychiatria Danubina*, 29 (3), 260-272. <http://dx.doi.org/10.24869/psyd.2017.260>.
- (58) Rebisz, S., & Sikora, I. (2016). Internet addiction in adolescents. *Practice and Theory in Systems of Education*, 11(3) , <http://dx.doi.org/10.1515/ptse-2016-0019>
- (59) Wąsiński, A., & Tomczyk, Ł. (2015) Factors reducing the risk of internet addiction in young people in their home environment. *Children and Youth Services Review*, 57, 68-

74. <http://dx.doi.org/10.1016/j.childyouth.2015.07.022>
 (60) مبارك، منصور، (2012). الصداقة في عصر الإنترنت، مجلة الكويت، ع350، 20 ديسمبر.
- (61) عرفة، أفنان طلعت، (2015). استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية وتأثيرها على علاقتهم في تبادل الخبرات المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص3.
- (62) Przybylski et al. (2013). Op. cit.
- (63) الشربيني، محمد سعد، (2009). دور شبكة الإنترنت في إكساب الشباب بعض السلوكيات السلبية التي تتعارض مع القيم الأسرية، المؤتمر العلمي الأول: الأسرة والإعلام وتحديات العصر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 15-17 فبراير، ص ص 887 – 932.
- * من 1 إلى 1.66 غير موافق -- من 1.67 إلى 2.33 لا أدري -- من 2.34 إلى 3 موافق
- (64) Barbosa Neves, B (2012)., Social Capital and Internet Usage: A Study in Lisbon, **Doctoral dissertation**, Portugal: Universidade Técnica de Lisboa, p. 40-41. Available at: <https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/4508/2/PhD.pdf>, Date of search :23/12/2019, 9:25 AM
- (65) الشامي، علاء، (2013). مواقع التواصل الإلكتروني ورأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي: دراسة استطلاعية على عينة من مستخدمي الفيسبوك في مدينة الرياض، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع10، نوفمبر، ص 112.
- (66) عبد الحميد، إنجي محمد، (2010). دور المجتمع المدني في تكوين رأس المال الاجتماعي: دراسة حالة للجمعيات الأهلية في مصر، سلسلة أبحاث ودراسات، ع1، القاهرة، المركز المصري للحقوق الاقتصادية والاجتماعي، ص 29.
- (67) Field, J. (2003)., **Social Capital**,^{1st}.Ed, London: Routledge, p.42.
- * من 1 إلى 1.66 غير موافق -- من 1.67 إلى 2.33 لا أدري -- من 2.34 إلى 3 موافق
- (68) Carpenter, C. J. (2012). Narcissism on Facebook: Self-promotional and anti-social behavior .Personality and individual differences, 52 (4) 482-68--486 .doi: 10.1016/j.

paid.2011.11.011

(69) Vorderer, P., Krömer, N., & Schneider, F. M. (2016). Permanently online–Permanently connected: Explorations into university students ‘use of social media and mobile smart devices .Computers in Human Behavior, 63, 694–703. Doi: 10.1016/j.chb.(2016).05.085

(70) Gerhart, N. (2017). Technology Addiction: How Social Network Sites Impact our Lives. Informing Science, 20.179–194.Retrieved from http://www.inform.nu/Articles/Vol20/ISJv20_p179-194Gerhart3423.pdf

(71) Yao, M. Z., & Zhong, Z. J. (2014). Loneliness, social contacts and social networking addiction: A cross-lagged panel study. Computers in Human Behavior, 30, 164–170. Retrieved from:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563213003063>

(72) Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. Personality and Individual Differences, 116, 69–72. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886917302891>

(73) Shettar, M., Karkal, R., Kakunje, A., Mendonsa, R. D., & Chandran, V. M. (2017). Facebook addiction and loneliness in the post-graduate students of a university in southern India. International Journal of Social Psychiatry, 63(4), 325–329. Retrieved from <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0020764017705895>

(74) Casale, S., Rugai, L., & Fioravanti, G. (2018). Exploring the role of positive metacognitions in explaining the association between the fear of missing out and social media addiction. Addictive behaviors,85, 83–87. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0306460318303253>

* من 1 إلى 1.66 غير موافق -- من 1.67 إلى 2.33 لا أدري -- من 2.34 إلى 3 موافق

(75) Gökçearsan, Ş., Uluyol, Ç., & Şahin, S. (2018). Smartphone addiction, cyberloafing, stress and social support among university students: A path analysis. *Children and Youth Services Review*, 91, 47-54. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S019074>

(76) Leung, L., & Chen, C. (2018). A Review of Media Addiction Research From 1991 to 2016. *Social Science Computer Review*, 1-18 Retrieved from <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0894439318791770>

(77) Gao, W., Liu, Z., & Li, J. (2017). Op. cit.

(78) Malik, a., & Rafiq, N. (2016). Exploring the relationship of personality, loneliness, and online social support with interned addiction and procrastination. *Pakistan Journal of Psychological Research*, 31(1), 93-117. Retrieved from <http://www.pjprnip.edu.pk/pjpr/index.php/pjpr/article/view/356>

(79) Jin, C. H. (2015). The role of Facebook users' self-systems in generating social relationships and social capital effects. *New Media & Society*, 17(4), 501-519. Retrieved from:

<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444813506977>

(80) Alicea, S. (2015). Social networks in community colleges: Influences on social capital, academic achievement, employment skills and psychosocial wellbeing. (Doctoral dissertation, New York University). Retrieved from <https://search-proquest-com.sdl.idm.oclc.org/docview/1688760349?pq-origsite=summon>

(81) Suissa, A. J. (2014). Cyberaddictions: Toward a psychosocial perspective. *Addictive behaviors*, 39(12), 1914-1918. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0306460314002585>

* من 1 إلى 1.66 غير موافق -- من 1.67 إلى 2.33 لا أدري -- من 2.34

إلى 3 موافق

(82) دغيري، علي، (2017). إدمان مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى المراهقين، *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، الرياض، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 1(1)، 89-110.

(83) Gao, W., Liu, Z., & Li, J. (2017). Op. cit.

* من 1 إلى 1.66 غير موافق-- من 1.67 إلى 2.33 لا أدري-- من 2.34 إلى 3 موافق

(84) Jin, C. H. (2015). Op. cit.

* من 1 إلى 1.66 غير موافق-- من 1.67 إلى 2.33 لا أدري-- من 2.34 إلى 3 موافق

(98) العازمي، أحمد، و المرتجي، يوسف. (2017). بعض المحددات النفسية لإدمان تطبيقات التواصل الاجتماعي لدى طلبة المرحلة الثانوية بدولة الكويت في ضوء بعض المتغيرات الديمجرافية، *مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر*، 1(1)، 173، ابريل، 619-655.