

العدد الواحد والأربعون
مارس 2025م - رمضان 1446هـ

تُعنى بأبحاث الإعلام والاتصال

الذكاء الاصطناعي
والتحولات المهنية في
صناعة الصحافة السعودية
"دراسة وصفية للمتغيرات
والتحديات من وجهة نظر
الصحفيين السعوديين"

اتجاهات الشباب الجامعي نحو
البرامج الرياضية التلفزيونية
السعودية في محاربة التعصب
الرياضي: "دراسة ميدانية على طلبة
جامعة الملك عبدالعزيز"

الهوية البصرية للبرنامج
التلفزيوني، واستخداماتها في
العروض الإخبارية "تحليل
مضمون المحتوى البصري
لبرنامج (سباق القمة) على قناة
(الشرق) الإخبارية السعودية"

العلاقة بين استخدام منصة
تيك توك وظاهرتي الخوف
من فوات الفرصة وإدمان
وسائل التواصل الاجتماعي:
"دراسة وصفية تحليلية على عينة
من جيل زد في المملكة العربية
السعودية"

Promoting Domestic
Environmental Tourism
Via Instagram in the UAE

اتجاهات رجال الأعمال في
المملكة العربية السعودية نحو
الاستثمار في المجالات الإعلامية
"دراسة مسحية على عينة من رجال
الأعمال السعوديين"

دور حسابات الأندية الرياضية
السعودية في وسائل
التواصل الاجتماعي في
معالجة ظاهرة التعصب
الرياضي لدى الجمهور
السعودي

**العلاقة بين استخدام منصة تيك توك وظاهرتي
الخوف من فوات الفرصة وإدمان وسائل
التواصل الاجتماعي: "دراسة وصفية تحليلية على عينة
من جيل زد في المملكة العربية السعودية"**

**The Relationship Between TikTok Usage and
the Phenomena of Fear of Missing Out
(FOMO) and Social Media Addiction: A
Descriptive-Analytical Study on a Sample of
Generation Z in the Kingdom of Saudi Arabia**

د. الجوهرة المطيري

الأستاذ المشارك بقسم الإعلام، بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة الملك سعود

د. غيداء الجويسر

الأستاذ المشارك بقسم الصحافة والإعلام الرقمي بكلية الإعلام والاتصال بجامعة الملك عبدالعزيز.

Dr. Al-Jawhara Al-Mutairi

Associate Professor in the Department of Media, College of Humanities and
Social Sciences, King Saud University

Dr. Ghaida Al-Juwaiser

Associate Professor in the Department of Journalism and Digital Media, College
of Media and Communication, King Abdulaziz University



الجمعية السعودية للإعلام والاتصال
SAUDI ASSOCIATION FOR MEDIA & COMMUNICATION



SAMC

الجمعية السعودية للإعلام والاتصال

SAUDI ASSOCIATION FOR MEDIA & COMMUNICATION

Abstract:

With the increasing use of social media platforms, Fear of Missing Out (FOMO) and addiction to these platforms have become widespread phenomena among Generation Z (19-24 years old), which represents 32% of the total world population. TikTok is one of the most popular social media applications among this age group. Although scientific research has addressed these two phenomena globally, Arabic content suffers from limited studies in this area. Hence, the current study aimed to identify the relationship between the use of TikTok and the phenomena of FOMO and social media addiction among Generation Z in the Kingdom of Saudi Arabia; specifically those born between 2000-2005 for a sample of 344 respondents, by using the quantitative method to collect and analyse data, through the descriptive analytical method using the questionnaire tool. The study assumed the existence of a statistically significant relationship between the use of TikTok and the phenomena of FOMO and social media addiction among Generation Z. The results concluded that those born between the ages of 2000-2001 represent the highest category at 48%, 52% of whom hold a bachelor's degree, and 68% of whom are females. 43% of them classify themselves as regular users and 18% as active users, participants, and content creators. In general, the results showed a statistically significant relationship between the use of TikTok and the phenomena of FOMO and social media addiction among Generation Z, and that the phenomena of FOMO and social media addiction are the highest among females from Generation Z who use TikTok. The study recommends that decision-makers, social institutions, and application designers use the results of the study to create digital initiatives and develop effective strategies targeting Generation Z to prevent and address the negative effects of the phenomena of FOMO and social media addiction, which contributes to raising the level of quality of life and mental health, which is one of the most important goals of Vision 2030.

keywords: FOMO and social media addiction, Generation Z, TikTok.

المخلص:

هدفت الدراسة الحالية للتعرف إلى العلاقة بين استخدام منصة تيك توك وبين ظاهرتي الخوف من فوات الفرصة وإدمان وسائل التواصل الاجتماعي لدى جيل زد في المملكة العربية السعودية؛ وتحديداً مواليد 2000-2005 لعينة قوامها 344 مبحوثاً، وذلك عبر استخدام الأسلوب الكمي لجمع وتحليل البيانات، من خلال المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة الاستبانة. وقد افترضت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام منصة تيك توك وبين ظاهرتي الخوف من فوات الفرصة وإدمان وسائل التواصل الاجتماعي لدى جيل زد. وخلصت النتائج إلى أنّ مواليد الفئة العمرية التي تقع بين 2000-2001 يمثلون الفئة الأعلى بنسبة 48%، منهم 52% من حملة البكالوريوس، و68% من الإناث. ويصنف 43% منهم أنفسهم مستخدمين عاديين و18% مستخدماً ومشاركاً فعلياً وصانع محتوى. وأسفرت النتائج عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام برنامج تيك توك وظاهرتي الخوف من فوات الفرصة وإدمان وسائل التواصل الاجتماعي لدى جيل زد، وأنّ ظاهرتي الخوف من فوات الفرصة وإدمان استخدام منصات التواصل الاجتماعي هي الأعلى لدى الإناث من جيل زد اللواتي يستخدمن تيك توك. وتوصي الدراسة بتوظيف صناع القرار والمؤسسات الاجتماعية ومصممي التطبيقات لنتائج الدراسة لصنع مبادرات رقمية وتطوير استراتيجيات فعّالة تستهدف جيل زد، للوقاية من الآثار السلبية لظاهرتي الخوف من فوات الفرصة وإدمان وسائل التواصل الاجتماعي، ومعالجتها، مما يساهم في رفع مستوى جودة الحياة والصحة النفسية التي تعدّ من أهم مستهدفات رؤية 2030

الكلمات المفتاحية: فوات الفرصة، إدمان وسائل التواصل الاجتماعي، جيل زد، منصة تيك توك

المقدمة:

للأبحاث، 2024)، بأنه الجيل الرقمي الأول الذي ترعرع في عصر الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات، ويُطلق عليه أيضًا "المواطنون الرقميون" (البلوي، 2024). ويتميز أفراد هذا الجيل بمهارات استثنائية في استخدام الأجهزة الإلكترونية والتواصل عبر الإنترنت، حيث أصبح التواصل الإلكتروني والرسائل النصية عنصراً جوهرياً في حياتهم اليومية، مفضلين إياها على التواصل المباشر (المرجع السابق، 2024).

في ضوء هذه المعطيات، تبرز الحاجة المتزايدة لدراسة العلاقة بين استخدام جيل زد لمنصة تيك توك وظاهرتي الخوف من فوات الفرصة وإدمان الاستخدام، خصوصاً مع قلة الدراسات العربية التي تناولت هذا الموضوع، سواء على مستوى الأبحاث في الدول العربية عامة، أو في منطقة الخليج العربي، والمملكة العربية السعودية بشكل خاص.

مشكلة البحث:

تيك توك هو تطبيق فيديو قصير يسمح للمستخدمين بإنشاء مقاطع فيديو قصيرة ومشاركتها، وهو منصة تواصل اجتماعي فريدة، يمكن تحديد إطلاقها عالمياً في أغسطس 2018 (Beebom, 2018, para. 3) (شكل 1)، ويختلف تيك توك عن نظائره في عدة جوانب: أولاً، في سماحه للمستخدمين بإنشاء ومشاركة مقاطع فيديو قصيرة مع الموسيقى والمرشحات (أو ما يُعرّف عامياً بالفلاتر)، وهي تأثيرات بصرية تُطبّق على مقاطع الفيديو.

ثانياً، تعمل خوارزمية تيك توك على الترويج للمحتوى، بناءً على ما يتعرّض له المستخدم ويشاركة بدلاً مما يتابعه، مما يرفع من درجة التعرض للمحتوى الجديد. كذلك، أصبحت تحديات

يشكل الشباب نسبة 75% من سكان المملكة العربية السعودية، وتوضّح الإحصاءات أن منصة تيك توك تُعد ثالث أكثر المنصات استخداماً بنسبة تصل إلى 71%، مع ما يقارب 18 مليون مستخدم (globalmediainsight, 2024). كما تُظهر البيانات أن 48% من مستخدمي تيك توك في المملكة تتراوح أعمارهم بين 18 و24 عاماً (start.io, 2024). إضافة إلى ذلك، تفيد مصادر أخرى أن 60% من جيل زد في السعودية يستخدمون منصة تيك توك (توق الإعلامية للأبحاث، 2024).

يتميز جيل زد بسمتي الآنية والسرعة في معالجة المعلومات، ويُلاحظ تأثرهم بظاهرتين أساسيتين: الخوف من فوات الفرصة (FOMO)، وإدمان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (Turner, 2015). ويُعرّف الخوف من فوات الفرصة، بأنه إحساس بعدم الراحة، ينتاب المستخدم نتيجة شعوره بأنه يفوّت تجارب أو أحداث اجتماعية، يستمتع بها الآخرون (Przybylski et al., 2013). وقد ازداد تأثير هذه الظاهرة زيادة ملحوظة مع انتشار المنصات الرقمية. وتُعدّ منصة تيك توك من أبرز الوسائل التي تُسهم في تعزيز إدمان الاستخدام وزيادة الشعور بالخوف من فوات الفرصة (Huwaee, R. K., & Khairunnisa, K., 2022; Azis, F., 2024).

تشهد منصات التواصل الاجتماعي، مثل منصة إكس (تويتر سابقاً)، وانستجرام، وتيك توك، تطوراً متسارعاً يجعلها من أبرز وسائل التواصل والتفاعل الاجتماعي، خاصة بين جيل زد (Generation Z). ويُعرّف هذا الجيل، الذي وُلد بين عامي 1995 و2010 وفق بعض المصادر، أو بين 1997 و2012 وفق مصادر أخرى (توق الإعلامية

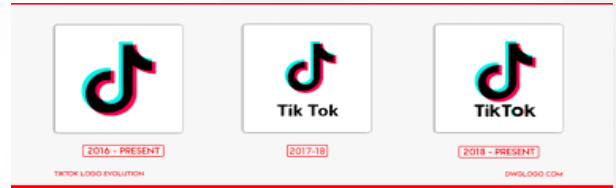
الاجتماعية والسلوكية المرتبطة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة، مما يتطلب مزيداً من البحث لفهم هذه العلاقة. تهدف الورقة الحالية إلى المساهمة في هذا المجال من خلال استكشاف العلاقة بين استخدام تطبيق تيك توك وظاهرتي الخوف من فوات الفرصة وإدمان وسائل التواصل الاجتماعي لدى جيل زد في المملكة العربية السعودية، مع التركيز على الفئة العمرية من مواليد (2000-2005). وتفترض الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تطبيق تيك توك وهاتين الظاهرتين، مع الاعتماد على مقياسين لدراسة الخوف من فوات الفرصة وإدمان وسائل التواصل الاجتماعي (Al-Menayes, 2016; Przybylski et al., 2013).

مصطلحات الدراسة:

1. منصة تيك توك
نظرياً:

تيك توك هو تطبيق فيديو قصير يمكن المستخدمين من إنشاء ومشاركة مقاطع فيديو قصيرة، ويُعدُّ منصة تواصل اجتماعي مميزة أطلقت عالمياً في أغسطس 2018 (Beebom, 2018, para. 3). ويتميز التطبيق بعدة خصائص، منها: توفير إمكانية إنشاء ومشاركة مقاطع فيديو قصيرة مصحوبة بالموسيقى والمرشحات (الفلاتر)، وهي تأثيرات بصرية تُضاف إلى الفيديوهات. كما تعتمد خوارزمية تيك توك على الترويج للمحتوى بناءً على تفاعل المستخدمين بدلاً من الاعتماد فقط على قائمة متابعاتهم، مما يزيد من تعرضهم لمحتوى جديد. ومن سمات المنصة البارزة انتشار التحديات، مثل تحدي "دلو الثلج" الذي صُمم لزيادة الوعي حول مرض التصلب الجانبي الضموري (البيان، 2014).

تيك توك جزءاً لا يتجزأ من ثقافة المنصة، إذ يحاول المستخدمون مواكبة أحدث التحديات والاتجاهات، ومن أشهر هذه التحديات ما سُمي بتحدي دلو الثلج، الذي يقوم على إلقاء دلو من الماء البارد المليء بقطع الثلج فوق رأس المستخدم أمام الكاميرا، أو التبرع بـ 100 دولار لمرضى التصلب الجانبي الضموري، ثم يعلن المستخدم تحديه لمجموعة من أصدقائه، إما بإلقاء الثلج فوق رؤوسهم أو تبرعهم (البيان، 2014).



شكل 1: التغيرات التي طرأت على العلامة التجارية لمنصة تيك توك عبر السنوات (2016-2024)

ومن أبرز الظواهر المرتبطة باستخدام جيل زد لمنصة تيك توك هي ظاهرتا الخوف من فوات الفرصة وإدمان استخدام التطبيق. وتُعرّف ظاهرة الخوف من فوات الفرصة بأنها "الخوف العام من أن الآخرين قد يستفيدون من تجارب ممتعة أو مجزية لا يشارك فيها الشخص نفسه" (Przybylski et al., 2013). في حين، يُعرّف إدمان وسائل التواصل الاجتماعي بأنه الاستخدام المفرط الذي يؤدي إلى تأثيرات سلبية، مثل إهمال الأنشطة المهمة الأخرى (Andreassen et al., 2017). وقد أظهرت نتائج العديد من الدراسات وجود ارتباط بين أعراض الاكتئاب والقلق وتزايد استخدام تطبيق تيك توك، منها دراسة (Elhai et al., 2020) التي تناولت الشباب الصينيين.

استناداً إلى الإحصائيات المتعلقة بنسب استخدام منصة تيك توك في المملكة العربية السعودية، وبالأخص بين جيل زد، تكتسب دراسة الظواهر

إجرائيًا:

تعرف الباحثان تيك توك بأنه تطبيق تواصل اجتماعي يتيح للمستخدمين إنشاء ومشاركة مقاطع فيديو قصيرة، مع تقديم إمكانية التفاعل مع محتوى جديد يُحدّد بناءً على اهتماماتهم وتفاعلاتهم الشخصية.

2. ظاهرة الخوف من فوات الفرصة

نظريًا:

يُعرّف الخوف من فوات الفرصة بأنه "الخوف الشامل من أن الآخرين قد يحظون بتجارب مجزية لا يتمتع بها الشخص نفسه" (Przybylski et al., 2013). وينشأ هذا الشعور غالبًا نتيجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تُبرز هذه المنصات اللحظات المثالية التي يعيشها الآخرون، مما يعزز لدى الأفراد إحساسًا بأنهم قد يفقدون شيئًا مهمًا.

إجرائيًا:

تعرف الباحثان الخوف من فوات الفرصة بأنه شعور المستخدم بالقلق أو الانزعاج نتيجة احتمالية تفويته لتجارب أو أحداث اجتماعية مهمة يعيشها الآخرون.

3. ظاهرة إدمان وسائل التواصل الاجتماعي

نظريًا:

يُعرّف إدمان وسائل التواصل الاجتماعي بأنه الاستخدام المفرط وغير المتحكم فيه لهذه الوسائل، مما ينتج عنه عواقب سلبية، مثل إهمال الأنشطة الأساسية الأخرى (Andreassen et al., 2017). وقد بينت الدراسات، ومنها دراسة Elhai et al. (2020) التي أجريت على الشباب الصينيين، أن الاستخدام المفرط لتطبيق تيك توك يرتبط بزيادة أعراض الاكتئاب والقلق.

إجرائيًا:

تعرف الباحثان إدمان وسائل التواصل الاجتماعي بأنه الاستخدام المفرط وغير المنضبط لهذه الوسائل، مما يترتب عليه تأثيرات سلبية تعيق الأنشطة اليومية الأخرى للفرد.

أهداف الدراسة:

الهدف الرئيس:

التعرّف إلى العلاقة بين استخدام برنامج تيك توك وظاهرتي الخوف من فوات الفرصة وإدمان وسائل التواصل الاجتماعي لدى جيل زد.

الأهداف الفرعية:

- التعرف إلى العلاقة بين استخدام برنامج تيك توك وظاهرة الخوف من فوات الفرصة لدى جيل زد
- التعرف إلى العلاقة بين استخدام برنامج تيك توك وظاهرة إدمان وسائل التواصل الاجتماعي لدى جيل زد.
- التعرف إلى العلاقة بين بعض الخصائص الديموجرافية لدى مستخدمي برنامج تيك توك وظاهرة الخوف من فوات الفرصة.
- التعرف إلى العلاقة بين بعض الخصائص الديموجرافية لدى مستخدمي برنامج تيك توك وظاهرة إدمان وسائل التواصل الاجتماعي.

فروض الدراسة:

الفرض الرئيس:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام برنامج تيك توك وظاهرتي الخوف من فوات الفرصة وإدمان وسائل التواصل الاجتماعي لدى جيل زد.

الفروض الفرعية:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام برنامج تيك توك وظاهرة الخوف من فوات الفرصة لدى جيل زد
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام برنامج تيك توك وظاهرة إدمان وسائل التواصل الاجتماعي لدى جيل زد.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين بعض الخصائص الديموجرافية لدى مستخدمي برنامج تيك توك وظاهرة الخوف من فوات الفرصة.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين بعض الخصائص الديموجرافية لدى مستخدمي برنامج تيك توك وظاهرة إدمان وسائل التواصل الاجتماعي.

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: استخدام منصة تيك توك (درجة الاستخدام، نوع المستخدم، مدة الاستخدام اليومية).

المتغيرات التابعة:

- ظاهرة الخوف من فوات الفرصة (FOMO).
- إدمان وسائل التواصل الاجتماعي.

أهمية الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى الإسهام في إثراء التراث العلمي والثقافي من خلال تقديم إضافة علمية جديدة، إذ تُعد واحدة من الدراسات العربية القليلة التي تناولت منصة تيك توك بشكل شامل. بالإضافة إلى ذلك، تركز الدراسة على العلاقة بين ظاهرتي الخوف من فوات الفرصة والإدمان باستخدام جيل زد لهذه المنصة. ويأتي ذلك مقارنةً

بوجود عدد كبير من الدراسات باللغة الإنجليزية ولغات أخرى، إذ تشير البيانات إلى وجود حوالي 43,400 دراسة عن منصة تيك توك بشكل عام، و263 دراسة عن استخدام جيل زد للمنصة، و67 دراسة تربط ظاهرة الخوف من فوات الفرصة باستخدام تيك توك، و11 دراسة تتناول علاقة إدمان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بهذه المنصة (Google Scholar, January 2024).¹ تهدف الدراسة إلى تقديم فهم أعمق لتأثير استخدام منصة تيك توك على شريحة سكانية تمثل حوالي 14.2% من إجمالي سكان المملكة العربية السعودية (الهيئة العامة للإحصاء، 2021)، مع المساهمة في تقليص الفجوة المعرفية المتعلقة بالتأثيرات النفسية والاجتماعية لاستخدام تيك توك بين جيل زد. كما تسعى إلى تقديم توصيات لفهم ظاهرتي الخوف من فوات الفرصة وإدمان وسائل التواصل الاجتماعي. علاوة على ذلك، يمكن أن تفتح نتائج هذه الدراسة المجال لإجراء تطبيقات وأفكار عملية تساعد في توفير رؤى قيمة لصناع القرار والمؤسسات الاجتماعية ومطوري التطبيقات. وتسهم هذه المبادرات الرقمية في فهم احتياجات وتطلعات جيل زد بشكل أفضل، ما قد يسهم في تطوير استراتيجيات فعّالة تدعم الابتكار في البرامج والخدمات المقدمة لهم، بهدف تعزيز الرفاه النفسي ومواجهة تزايد معدلات الإدمان الرقمي.

منهج وإجراءات الدراسة

فيما يلي وصفٌ للطريقة والإجراءات التي اتبعتها الباحثتان في اختيار منهج الدراسة، وتحديد مجتمع الدراسة وعينتها، وتوظيف أداة الدراسة، إضافة إلى الطرق المتبعة في جمع البيانات وتحليل النتائج.

منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الاجتماعي لملاءمته لطبيعة الدراسة الوصفية وموضوعها، حيث يساعد في جمع بيانات شاملة من عينة مقصودة، مما يتيح استكشاف ظاهرة الخوف من فوات الفرصة (FOMO) وعلاقتها بإدمان وسائل التواصل الاجتماعي لدى مستخدمي تطبيق تيك توك من جيل زد. ويهدف هذا المنهج إلى "وصف وتحليل الظاهرة المدروسة والحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات لفهم أبعادها الحقيقية" (العجمي، 2020).

1. وقد تم تطبيق هذا المنهج وفقاً للخطوات الآتية:
تحديد مشكلة الدراسة وصياغة أهدافها وفروضها.
2. تصميم أداة الدراسة (الاستبانة) بناءً على مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة.
3. اختيار عينة الدراسة وفق معايير محددة، مثل الفئة العمرية، واستخدام منصة تيك توك.
4. جمع البيانات من المشاركين عبر استبانة إلكترونية.
5. تحليل البيانات باستخدام تقنيات إحصائية تشمل التكرارات، المتوسطات الحسابية، والانحدار الإحصائي.

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: تناولت الدراسة العلاقة بين استخدام تطبيق تيك توك وظاهرتي الخوف من فوات الفرصة وإدمان وسائل التواصل الاجتماعي. الحدود المكانية: أجريت الدراسة على المستخدمين السعوديين في مختلف مناطق المملكة العربية السعودية.

الحدود البشرية: اقتصرَت العينة على أفراد جيل زد، من مواليد الأعوام 2000 إلى 2005. الحدود الزمانية: جُمعت البيانات خلال الفترة الممتدة من يناير إلى أبريل 2024.

مجتمع الدراسة وعينتها

يتمثل مجتمع الدراسة في المستخدمين السعوديين، وتحديدًا مواليد 2000-2005، الذين يستخدمون تطبيق تيك توك، وذلك لرصد ظاهرة الخوف من فوات الفرصة وعلاقتها بإدمان وسائل التواصل الاجتماعي لدى جيل زد. ويرجع اختيار الباحثين لمستخدمي منصة التيك توك باعتبارها من بين أكثر المنصات التي يقبل عليها المستخدم السعودي من جيل زد بشكل كبير، إذ أشار تقرير Datareportal حول الرقمنة في السعودية إلى أن تطبيق تيك توك كان يحوي 35.10 مليون مستخدم تبلغ أعمارهم 18 عامًا فأكثر في المملكة العربية السعودية في أوائل عام 2024 (datareportal، 2024).

وقد سبقت الإشارة إلى أن العينة اختيرت لتشمل أفرادًا من جيل زد، وهم الفئة العمرية المولودة بين عامي 2000 و2005. ولم تكن العينة عشوائية، بل جُددت عمدًا وفقًا لمعايير تضمنت العمر واستخدام منصة تيك توك. كما شملت العينة مشاركين من مختلف مناطق المملكة العربية السعودية لضمان تمثيل جغرافي متنوع. وبلغ حجم العينة 344 مشاركًا موزعين على المناطق الوسطى، والغربية، والشرقية، والجنوبية، والشمالية.

فالدراسة لم تقتصر على مدينة معينة، بل استهدفت كافة مناطق المملكة لتحقيق شمولية النتائج. ولذلك، تعد العينة عمدية، واختيرت

خلال الرسائل الفردية والمجموعات، ومنصة لينكد إن عبر حساب الباحثة. وبلغ عدد المستجيبين خلال هذه الفترة 344 مشاركاً من جيل زد في المجتمع السعودي المولودين بين عامي 2000 و2005. وتوزعت وفقاً للنوع، والفئة العمرية، والمستوى التعليمي، والمهنة، والمنطقة. وقد جرى استخراج التكرارات والنسب المئوية لكل فئة كما هو موضح في جدول (1).

باستخدام أسلوب التضاعف، حيث يبدأ الاختيار بمشاركة واحد تتوسع من خلاله العينة تدريجياً، مشكّلة ما يُعرف بمنهج كرة الثلج (نوري، 2017، ص 341). ويُستخدم هذا الأسلوب عندما لا تتوفر قائمة معروفة يمكن الاعتماد عليها كإطار للعينة. وقد استغرقت عملية جمع العينة شهرين منذ بدء نشر الاستبانة الإلكترونية، وتوزيعها عبر ثلاث منصات للتواصل الاجتماعي: تطبيق واتساب من

جدول 1 توزيع أفراد العينة وفق المتغيرات الديموجرافية المدروسة

المتغير	ك	%
العمر.	مواليد 2001 - 2000 م	48.0%
	مواليد 2003 - 2002 م	36.0%
	مواليد 2005 - 2004 م	16.0%
الجنس.	أنثى	68.6%
	ذكر	31.4%
المستوى التعليمي.	طالب دبلوم	7.3%
	خريج مؤهل دبلوم	5.2%
	طالب ثانوية عامة	10.5%
	خريج بمؤهل ثانوية عامة	10.5%
	طالب بكالوريوس	52.6%
	خريج بمؤهل بكالوريوس	14.0%
الحالة العملية.	طالب فقط	66.9%
	طالب وموظف	5.2%
	خريج وعاطل	16.6%
	خريج وموظف	11.3%
المنطقة.	المنطقة الغربية	37.8%
	المنطقة الوسطى	24.7%
	المنطقة الجنوبية	17.4%
	المنطقة الشمالية	8.1%
	المنطقة الشرقية	10.5%
	أخرى	1.5%
إجمالي حجم العينة = 344 مبحوثاً		

أداة الدراسة:

مقياس الخوف من فوات الفرصة (FOMO) اعتمدت الباحثتان على أداة الاستبانة لكونها الأنسب في الوصول إلى الأعداد الكبيرة للعينات، وسرعتها في الحصول على مشاركتهم، خاصة أن الاستبانة وُزعت إلكترونياً، وذلك في الفترة الممتدة بين يناير إلى أبريل ٢٠٢٤، وجرى اعتماد استبانة الدراسة على مقياس الخوف من فوات الفرصة (Fear of Missing Out Scale (FOMO) الذي سبق تطبيقه واختبار مصداقيته وثباته في دراسة (Al-Menayes, 2016) حيث يتكون مقياس الخوف من فوات الفرصة (FOMO) من 8 بنود من مقياس Przybyiski et al (2013) وقد صُنفت البنود على مقياس ليكرت من خمس نقاط على النحو الآتي: ينطبق علي بشدة، ينطبق على، لا ينطبق علي إلى حد ما، ينطبق علي قليلاً جداً، لا ينطبق علي الإطلاق، وقد حصل على 5 و4 و3 و2 و1 على التوالي. وحجم العينة كافٍ لمقياس يتكون من 31 بنداً كما سيتضح لاحقاً في التحليل.

مقياس إدمان وسائل التواصل الاجتماعي (SMAS)

يتألف مقياس إدمان وسائل التواصل الاجتماعي (SMAS) (Social Media Addiction Scale) من 13 عنصراً لمقياس الإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي التي تم استخدامه في دراسة (Al-Menayes, 2016). وقد صُنفت العناصر على مقياس ليكرت من خمس نقاط على النحو الآتي: موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة، وحصلت على 5 و4 و3 و2 و1 على التوالي. وتم تحليل العناصر عاملياً واستخدامها لتحديد مدى الصلاحية المتزامنة لمقياس الخوف من فوات الفرصة (FOMO).

وصف أداة الدراسة

قامت الباحثتان ببناء أداة الدراسة في صورتها الأولية، وجرى تطويرها اعتماداً على الدراسات السابقة، والاستشارة العلمية من قبل المحكمين واعتمدت الاستبانة في خمسة محاور أساسية، المحور الأول عن طبيعة استخدام برنامج تيك توك، ويتضمن 4 بنود، والمحور الثاني هو مقياس الخوف من فوات الفرصة، ويتضمن 8 بنود، أما الثالث فهو مقياس إدمان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ويتضمن 13 بنداً في حين تم أفراد المحور الخامس للحصول على البيانات الديمغرافية للمبحوثين وتضمن 6 بنود.

جرى اعتماد المقياس الخماسي في هذه الدراسة لما يتميز به من خصائص علمية تتيح قياس الاتجاهات والآراء بدقة وسهولة. ولضمان فهم عينة البحث لطريقة استخدام المقياس، تم تقديم تعليمات واضحة ومبسطة تشرح كيفية التعامل مع المقياس وتفسير درجاته. ويُعدّ المقياس الخماسي خياراً مناسباً لهذه الفئة العمرية، استناداً إلى دراسات سابقة أشارت إلى سهولة استخدامه مقارنة بالمقاييس الأخرى، مثل المقياس الثلاثي أو السباعي، حيث يقلل من احتمالية الالتباس بين الخيارات المختلفة، ويحقق درجة عالية من الموثوقية والاتساق في النتائج.

اختبار الصدق والثبات لأداة الدراسة

أولاً: صدق الاستبانة

يعد الصدق من أهم الشروط التي يجب توافرها في بناء المقاييس، التي ينبغي على الباحث التأكد منها بوصفه أحد المؤشرات المهمة التي تدل على مصداقية وجودة الاختبار، فالاختبار الجيد هو الذي يقيس السمة التي يهدف إلى قياسها. وبشكل

صلاحية الفقرات، وانتمائها إلى مجالها المحدد، ومناسبة البدائل للفقرات، ومناسبة المجالات ككل. وقد تم الأخذ بآراء المحكمين من حذف، أو إضافة، أو تغيير، واتخاذ ما يلزم مما يعني تحقيق من الصدق الظاهري للاستبانة.

ثالثاً: الصدق الداخلي للمقياس

يقصد بصدق الاتساق الداخلي درجة ارتباط كل عبارة بالدرجة الكلية للمحور المنتمية إليه، وتشير النتائج بجدول (2) إلى وجود ارتباط دال إحصائياً بين كل عبارة والدرجة الكلية للمحور المنتمية إليه العبارة، مما يشير إلى أن الأداة على درجة عالية من الاتساق الداخلي.

جدول 2 صدق الاتساق الداخلي

العبارة	الخوف من فوات الفرصة
أخشى أن يخوض الآخرون تجارب ثرية أكثر مني.	.424*
أشعر بالقلق عندما لا أعرف ما الذي ينوي أصدقائي فعله.	.440*
عندما أذهب في إجازة، أستمر في متابعة ما يفعله أصدقائي.	.547**
أشعر بالقلق عندما أكتشف أن أصدقائي يقضون وقتاً ممتعاً بدوني.	.799**
من المهم أن أفهم معنى النكات التي يلقيها أصدقائي.	.840**
اتساءل أحياناً عما إذا كنت أقضي وقتاً أكثر من اللازم في متابعة ما يحدث.	.481**
يزعجني أن يفوتني لقاء تم التخطيط له مسبقاً.	.326*
يزعجني فوات (حين تفوت علي) فرصة لقاء أصدقائي.	.454*
العبارة	إدمان وسائل التواصل الاجتماعي
غالبًا ما أجد نفسي أستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لفترة أطول مما خططت له.	.617**
غالبًا ما أجد أن الحياة مملّة بدون وسائل التواصل الاجتماعي.	.588**
غالبًا ما أهمل واجباتي الدراسية بسبب استخدامي لوسائل التواصل الاجتماعي.	.600**
أشعر بالغضب عندما يقاطعني أحدهم في أثناء استخدامي لوسائل التواصل الاجتماعي.	.600**
قد تمر عدة أيام دون أن أشعر بالحاجة إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.	.563**
لا أشعر بمرور الوقت في أثناء استخدامي لوسائل التواصل الاجتماعي.	.615**
أجد صعوبة في النوم سريعاً بعد فترة من استخدامي لمواقع التواصل.	.495**
ساكون مستاءً/مستاءة إذا اضطررت إلى تقليل مقدار الوقت الذي أقضيه في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.	.620**
تشتكي عائلي كثيرًا من انشغالي بوسائل التواصل الاجتماعي.	.566**
تدهورت درجاتي الدراسية بسبب استخدامي لوسائل التواصل الاجتماعي.	.526**
غالبًا ما أعترض عن لقاء الأصدقاء بسبب انشغالي بوسائل التواصل الاجتماعي.	.384*
استمر في التفكير فيما حدث في وسائل التواصل الاجتماعي، عندما أكن بعيدًا عنها.	.476*
منذ أن بدأت في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، أشعر بأن استخدامي لها ازداد بشكل كبير.	.729**

عام، فالصدق يعني أن السؤال أو العبارة تنتمي فعلاً للمحور أو المجال الذي وضعت فيه. وللصدق أنواع سنتناول منها الصدق الظاهري والصدق الداخلي.

ثانيًا: الصدق الظاهري (صدق المحكمين)

عُرِضَت الاستبانة بصورتها الأولية على مجموعة من المحكمين من ذوي الخبرة (أساتذة بقسم الإعلام بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، وقسم علم النفس في كلية التربية بجامعة الملك سعود، وجامعة الأمير نايف للعلوم الأمنية، وجامعة أم القرى مركز اللغة الإنجليزية)، وذلك لإبداء ملاحظاتهم ومقترحاتهم حولها، من حيث

رابعًا: ثبات الاستبانة

ويُقصد بهذا المقياس مدى استقرار نتائج وردود المستجيبين عند تكرار تطبيق المقياس عليهم؛ أي الحصول على النتائج نفسها أو قريبة منها في حالة تطبيق المقياس بعد فترة زمنية معينة على نفس العيّنة بنفس التعليمات والشروط (عريفج وآخرون، 1999، ص 98). كما يعكس الثبات قدرة الاستبانة على تجنب الخطأ العشوائي وتقديم قراءات ثابتة وموثوقة. وقد تم إيجاد ثبات المقياس من خلال إيجاد معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's alpha) والجدول الآتي يوضح نتائج التطبيق لهذه الأداة. وللوقوف على ثبات أداة الدراسة، حُسب معامل ألفا كرونباخ كما في جدول (3)، وتشير النتائج في الجدول إلى أن قيم معامل ألفا كرونباخ لمحوري الدراسة أكبر من 0,7، مما يشير إلى أن الأداة على درجة عالية من الثبات. جدول 3 معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الأداة

المحور	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
الخوف من فوات الفرصة.	8	0.735
إدمان وسائل التواصل الاجتماعي.	13	0.776

خامسًا: الأساليب الإحصائية المستخدمة

استخدمت الدراسة مجموعة من الوسائل الإحصائية بالاستعانة بالبرنامج الإحصائي SPSS لتحليل البيانات التي تتناسب مع أهداف الدراسة الحالية، وهذه الوسائل هي:

1. التكرارات والنسب المئوية، وذلك لاستخراج خصائص عينة الدراسة وسماتها.
2. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وذلك لاستخراج متوسط استجابات الأفراد

- ومدى انحراف الدرجات عن المتوسط الحسابي وكذا درجة التفاعل لكل عبارة.
3. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation)، وذلك لاستخراج صدق التجانس الداخلي للاستبانة.
4. رسومات بيانية (Bar Charts) لتوضيح السمات الأساسية للعينة.
5. معادلة ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، وذلك لاستخراج ثبات أداة الدراسة بطريقة الاتساق الداخلي للفقرات.
6. اختبار (ت) T للفرق بين متوسطي عيّنتين مستقلتين، واختبار تحليل التباين الأحادي.

الإطار النظري والدراسات السابقة:

المحور الأول: دراسات حول إدمان شبكات التواصل الاجتماعي

هدفت دراسة عبد الرزاق (2020) إلى معرفة علاقة إدمان وسائل التواصل الاجتماعي بكل من الشعور بالوحدة النفسية وسمات القلق الاجتماعي لدى عيّنة من طلبة جامعة نجران (118) طالب وطالبة. وقد استخدم الباحث مقياس إدمان وسائل التواصل الاجتماعي، ومقياس الشعور بالوحدة النفسية، ومقياس سمات القلق الاجتماعي (إعداد الباحث)، وقد أظهر معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين إدمان وسائل التواصل الاجتماعي والشعور بالوحدة النفسية (0.363) عند مستوى دلالة (0.01)، ووجدت علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين إدمان وسائل التواصل الاجتماعي وسمات القلق الاجتماعي (0.318) عند مستوى دلالة (0.01). كما استخدم الباحث معامل الانحدار بطريقة stepwise الذي أظهر نموذجين، النموذج

صحتهم العقلية والكفاءة الأكاديمية. وأسفرت الدراسات الحالية عن نتائج مهمة تسهم في قاعدة البيانات التجريبية حول إدمان وسائل التواصل الاجتماعي التي لها آثار نظرية وعملية مهمة.

هدفت دراسة Grau وآخرين (2019) إلى استكشاف ظاهرة إدمان وسائل التواصل الاجتماعي بين طلاب جيل الألفية، واستخدم الباحثون استمرارية الاستهلاك كإطار نظري، وتوصلوا إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي قد تكون لدى بعض المستجيبين في مرحلة "قرب الإدمان" أو مرحلة "إدمان" وسائل التواصل الاجتماعي "وفقاً لإطار استمرارية الاستهلاك".

المحور الثاني: دراسات حول تطبيق التيك توك

هدفت دراسة (Huwa, Azis, 2024) إلى استكشاف كيفية التعامل مع إدمان تطبيق تيك توك لدى مراهقين من جيل "زد". وتم اتباع دراسة حالة لثلاثة مراهقين في قرية "روماه تيجا"، حيث تم إجراء مقابلات معمقة معهم لتحليل سلوكهم المرتبط بإدمان تطبيق تيك توك. وتوصلت الدراسة إلى أن إدمان تيك توك يشكل تحديات كبيرة للتطور الاجتماعي والنفسي للمراهقين، وأن الاستراتيجيات المستخدمة لمساعدة هؤلاء المرهقين في إدارة إدمانهم تعتمد بشكل رئيس على دعم الأسرة والمجتمع المحلي.

دراسة Cuesta-Valiño وآخرين (2022): وهدفت إلى تحليل متغيرات الدافع المستمر وسلوك مشاركة الفيديو وقدرات إنشاء الفيديو، التي تتيح للمستخدمين الاستمتاع بهذه الشبكات ومقدمي الخدمات والشركات للحصول على نتائج منها. كما هدفت لفهم كيف تحفز هذه المتغيرات

الأول الذي وضع أن الشعور بالوحدة النفسية يُنبئ بإدمان وسائل التواصل الاجتماعي ، كما أظهر النموذج الثاني أن كلاً من الشعور بالوحدة النفسية وسمات القلق الاجتماعي يُنبئان بإدمان وسائل التواصل الاجتماعي ، كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الطلاب وعينة الطالبات في كلٍ من إدمان وسائل التواصل الاجتماعي وسمات القلق الاجتماعي في اتجاه الطالبات، بالإضافة إلى أنه لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الطلاب وعينة الطالبات في الشعور بالوحدة النفسية.

هدفت دراسة Hou وآخرين (2019) إلى معرفة العلاقة القائمة بين إدمان وسائل التواصل الاجتماعي والصحة العقلية والأداء الأكاديمي لطلاب الجامعات، ومحاولة التعرف إلى دور احترام الذات كوسيط للعلاقات، واختبار فعالية التدخل في الحد من إدمان وسائل التواصل الاجتماعي وعواقبه السلبية المحتملة. ومن بين النتائج التي تم التوصل إليها في الاختبار الأول، الذي استُخدمت فيه طريقة المسح مع عينة من طلاب الجامعات ($N = 232$) حيث تم التوصل إلى أن إدمان وسائل التواصل الاجتماعي كان مرتبطاً بشكل سلبي بالصحة العقلية للطلاب والأداء الأكاديمي، وأن العلاقة بين إدمان وسائل التواصل الاجتماعي والصحة العقلية كانت بوساطة احترام الذات. وفي الاختبار الثاني تم تطوير واختبار برنامج تدخل للمساعدة الذاتية من مرحلتين، إذ تم اختيار عينة من طلاب الجامعات ($N = 38$) الذين استوفوا معايير إدمان وسائل التواصل الاجتماعي من أجل التدخل. وأظهرت النتائج أن التدخل كان فعالاً في الحد من إدمان الطلاب على وسائل التواصل الاجتماعي وتحسين

المحور الثالث: دراسات حول الخوف من فوات الفرصة (FOMO)

هدفت دراسة ((Yaputri et al, 2020 إلى البحث عن العلاقة القائمة بين ظاهرة الخوف من فوات الفرصة (FOMO) وسلوك المستهلك عبر الإنترنت. وجرى استخدام المنهج الكمي وجمع البيانات عن طريق الاستبانة لـ 125 مفردة من جيل الألفية الذين تتراوح أعمارهم بين 20 و38 عامًا، ومن أهم النتائج التي تم التوصل إليها، هو وجود علاقة إيجابية بين متغير ظاهرة الخوف من فوات الفرصة FOMO وسلوك المستهلك بين جيل الألفية. وتشير الخصائص الاجتماعية لجيل الألفية إلى ميل جيل الألفية للبقاء على اتصال ومتابعة المجتمع الذي ينتمون إليه، مع التركيز بشكل أكبر على الإنجاز الاجتماعي، والانطواء الاجتماعي والاقتصادي باعتباره الميل للانخراط في الأنشطة الفردية وإنفاق الأموال على المنتجات أو الخدمات من أجل الاستمتاع، والمعروفة أيضًا بالرضا الذاتي. هدفت دراسة ((Alam, 2021 إلى تحليل وتحديد وظيفة الخوف من فوات الفرصة (FOMO) على جيل الألفية. وقد طوّرت هذه الدراسة ثلاثة اقتراحات لإثبات تأثير الخوف من فوات الفرصة FOMO على مشاركة جيل الألفية في وسائل التواصل الاجتماعي، والعلاقة الإيجابية لتقرير المصير والمشاركة في وسائل التواصل الاجتماعي لجيل الألفية، والتأثير المعدل لـ الخوف من فوات الفرصة FOMO على العلاقة الإيجابية بين مشاركة وسائل التواصل الاجتماعي والعاطفة السلبية لدى جيل الألفية. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة إيجابية بين FOMO ومشاركة جيل الألفية في وسائل التواصل الاجتماعي، وعلاقة إيجابية بين مستوى تقرير المصير ومشاركة جيل

مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي على العودة وقضاء المزيد من الوقت على منصة مشاركة الفيديو هذه. وتم استخدام استبانة أجاب عليها 2301 من جيل الألفية والمئوي الذين يستخدمون تيك توك. وتقدم النتائج إرشادات لتحسين عملية البحث على منصات الفيديو في وسائل التواصل الاجتماعي، كما تتيح فرصة لاستكشاف أهمية المتغيرات المحددة لمتغير الثبات عبر قطاعات المستخدمين المتنوعة.

هدفت دراسة (Vickery (2023 إلى التعرف إلى الطرق التي يستخدمها أعضاء الجيل Z و Millennials بشكل ثنائي من أجل المشاركة في بناء وعي الجيل الخاص بهم من خلال طرح السؤال الآتي: ما هو الدور الذي تلعبه منطق المنصة، والإمكانات، والميمات، واللغات العامية الإبداعية في التيك توك في عملية التوليد "generation process"، وبالتحديد البناء الجماعي لحدود الأجيال بين جيل Millennials وجيل Z؟ وتم إجراء تحليل استطلاعي نوعي للطرق التي يخلق بها الجيل Z و Millennials ميمات على التيك توك، والتحديات والاتجاهات لبناء هويات الأجيال الخاصة بهم بشكل مشترك. وركز التحليل على تجميع المحتوى السردى والمرئي والصوتي للميمات جنبًا إلى جنب مع منطق المنصة والإمكانات التي تجعل هذه المشاركة الميمية ممكنة. ويكشف مثل هذا التحليل كيف يستخدم الجيل Z و Millennials التيك توك للتفاوض علنًا حول حدود هويات الأجيال الخاصة بهم، ومن ثمّ يسمح بفحص دقيق لدور التيك توك في عملية التوليد.

التطبيق الحاجة المستمرة للبقاء متصلاً والاطلاع على ما يفعله الآخرون، مما يؤثر على سلوكهم وتفكيرهم.

المحور الرابع: العلاقة بين إدمان تيك توك والخوف من ضياع الفرصة

هدفت دراسة (PUTRI, 2024) إلى البحث في العلاقة بين مفهوم الذات وظاهرة FOMO المرتبطة بالإنترنت (ON-FOMO) لدى جيل "زد" الذين يستخدمون إنستجرام وتيك توك. واعتمدت الدراسة على تحليل العلاقة بين مفهوم الذات ومستوى FOMO عبر استبيانات موجهة إلى مستخدمي إنستجرام وتيك توك من جيل "زد". وأشارت النتائج إلى وجود علاقة وثيقة بين مفهوم الذات وFOMO على الإنترنت، حيث يميل الأفراد الذين لديهم مفهوم ذات غير مستقر أو ضعيف إلى تجربة FOMO أكثر من غيرهم عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

دراسة (Khairunnisa (2022 هدفت هذه الدراسة إلى تحديد العلاقة بين كثرة استخدام التيك توك والخوف من فقدان الفرصة (FoMO) لدى المراهقين. واستخدم البحث منهج الكمية الارتباطية. وتحددت أدوات القياس المستخدمة في مقياس الخوف من الضياع، وحجم كثافة استخدام الوسائط الاجتماعية التيك توك التي يتم توزيعها عبر الإنترنت بمساعدة نماذج google. واستخدمت تقنية أخذ العينات في هذه الدراسة أسلوب أخذ العينات العرضي لما مجموعه 175 شخصاً. واستناداً إلى نتائج تحليل اختبار الارتباط اللحظي لمنهج بيرسون، يمكن ملاحظة أن هناك علاقة إيجابية كبيرة بين كثافة استخدام الوسائط الاجتماعية تيك توك والخوف من فقدان (FoMO) بقيمة (r = 0.707 / pg 0.05 > 0.00) مما يشير

الألفية في وسائل التواصل الاجتماعي، وأن الخوف من فوات الفرصة FOMO سيعزز العلاقة الإيجابية بين مشاركة وسائل التواصل الاجتماعي والعاطفة السلبية لدى جيل الألفية.

هدفت دراسة (Jung, et al, 2020) إلى البحث في دوافع ممارسة الرياضة المجتمعية القائمة على النوادي أو النشاط من خلال المراكز المائية والترفيهية العامة. وأجري استطلاع عبر الإنترنت للمشاركين الرياضيين البالغين المسجلين من مايو إلى يونيو 2020. وتكوّنت الدراسة مما مجموعه 3824 مشاركاً رياضياً و685 مستخدماً لـ PARC. وكانت هناك اختلافات كثيرة في دوافع النشاط من خلال الرياضة. ومن بين النتائج التي توصلت إليها الدراسة: كانت الدوافع الأربعة الأكثر تكراراً من قبل المشاركين في الرياضة هي: المتعة/السعادة بنسبة (92%)، واللياقة البدنية/الصحة/اللياقة بنسبة (77%)، والأسباب الاجتماعية بنسبة (77%) والأداء/المسابقات بنسبة (76%). وكانت الدوافع الأربعة الأكثر تكراراً من قبل المشاركين في PARC هي: الصحة البدنية/اللياقة البدنية (89%)، والمتعة (71%)، وفقدان الوزن/التسويق (70%) والصحة النفسية/العقلية (55%).

هدفت دراسة (Asyikhan, et all 2023) إلى تحليل تأثير استخدام تطبيق تيك توك على ظاهرة "الخوف من فقدان الفرص" (FOMO) لدى جيل "زد" (Gen Z)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم جمع البيانات من خلال استبيانات موجهة إلى مجموعة من مستخدمي تيك توك من جيل "زد". وتوصلت الدراسة إلى أن لاستخدام تيك توك تأثيراً كبيراً على زيادة مشاعر FOMO بين الشباب من جيل "زد"، حيث يعزز

الدراسة الحالية منهجياً مع عدد من الدراسات التي تم استعراضها أعلاه، مثل دراسة Khairunnisa (2022) التي اتبعت الأسلوب الكمي في جمع البيانات باستخدام الاستبانة.

من ناحية أخرى، تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في تركيزها على تناولها لظاهري الخوف من فوات الفرصة وإدمان وسائل التواصل الاجتماعي معاً، لدى فئة عمرية محددة؛ جيل زد من مستخدمي تيك توك، وهو ما لم يسبق تناوله عربياً - على حد علم الباحثين، كما أنّ الأبحاث العربية بشكل عام، لم تتناول بشكل كافٍ - كما سبق الإشارة لذلك في أهمية الدراسة أعلاه، تأثير استخدام منصة تيك توك على هذه الفئة بالذات؛ جيل زد.

تتقاطع الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في الجوانب الآتية:

الإطار النظري: ساهمت الدراسات السابقة في تحديد المتغيرات المدروسة واختيار أدوات القياس المناسبة، مثل مقياس FOMO ومقياس الإدمان. مقارنة النتائج: سيتم مقارنة نتائج الدراسة الحالية بنتائج الدراسات السابقة لتحديد مدى التوافق أو الاختلاف بينها.

تحديد الفجوة المعرفية: أظهرت الدراسات السابقة نقصاً في الأبحاث التي تربط بين استخدام تيك توك وظاهري FOMO والإدمان، خاصة في السياق السعودي، مما يؤكد أهمية الدراسة الحالية.

نتائج الدراسة: سُسِّهم نتائج الدراسة الحالية في صياغة استراتيجيات تستند إلى نتائج الدراسات السابقة للتعامل مع الآثار السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

إلى أنه كلما زاد مستوى كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تيك توك، ارتفع مستوى الخوف من الضياع (FoMO) لدى المراهقين.

هدفت دراسة Darusman و(2022) Sumaryanti إلى تحديد مدى تأثير الخوف من فقدان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المحتملة على مستخدمي تيك توك البالغين في باندونغ. وأجريت القياسات باستخدام مقياس الخوف من الضياع (FOMOs) ومقياس إدمان الوسائط الاجتماعية بيرغن (BSMAS). وجدت العينة في هذه الدراسة 280 بالغاً مبكراً يستخدمون تيك توك في مدينة باندونغ. وكان التحليل المستخدم هو أسلوب اختبار الانحدار البسيط. وتم الحصول على قيمة دلالة قدرها $0.000 < 0.05$ ، ويمكن القول: إن هناك تأثيراً كبيراً بين الخوف من الضياع على مشكلة استخدام الوسائط الاجتماعية على البالغين في التيك توك في باندونغ. وتظهر النتائج التي تم الحصول عليها قيمة $R^2 = 0.553$ مما يعني أن 55.3% من مشكلات استخدام الوسائط الاجتماعية تتأثر بمتغير الخوف من الضياع.

التعليق على الدراسات السابقة:

تتقاطع الدراسة الحالية في موضوعها مع كل من: دراسة Yaputri وآخرين (2020)، ودراسة Asyikhan وآخرين (2023) اللتين أسفرت نتائجهما عن تزايد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يرتبط بزيادة مشاعر القلق المرتبطة بالفرص الضائعة. فيما تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في عدة نواحٍ: منها الفئة العمرية المستهدفة، حيث ركزت دراستنا على جيل زد، بينما استهدفت بعض الدراسات فئات أكبر؛ جيل الألفية، أو أصغر؛ جيل ألفا. كما تختلف

نتائج الدراسة

أولاً: المتغيرات الديموجرافية

يستعرض جدول (4) توزيع أفراد العينة وفق المتغيرات المستقلة المدروسة، وتشير النتائج بالجدول إلى أن إجمالي حجم العينة بلغ 344 مبحوثاً، منهم 68,6% إناث، و31,4% ذكور، قد يعود ذلك لكون الباحثين قامتا بتوزيع الاستبانة - كما ذكر سابقاً في مجتمع الدراسة - عبر تطبيق الواتساب ووسائل التواصل الاجتماعي، فكانت الاستجابة لدى الإناث أعلى من الذكور. كما تشير النتائج إلى أن 48% من أفراد العينة من مواليد 2000-2001م، في حين 36% من مواليد 2002 - 2003م، و16% من مواليد 2004-2005م. وعن المستوى التعليمي. فتوضح النتائج أن 7,3% من أفراد العينة طلاب دبلوم، و5,2% خريجو دبلوم، و10,5% طلاب ثانوية

عامة، و10,5% خريجو ثانوية عامة، في حين أن 52,6% من أفراد العينة طلاب بكالوريوس، و14% خريجو مؤهل بكالوريوس. أمّا الحالة العملية فيتضح أن 66,9% من أفراد العينة طلاب، و5,2% طلاب وموظفون في الوقت نفسه، و16,6% خريجون عاطلون، في حين أن 11,3% منهم هم خريجون موظفون. ويقطن 37,8% من أفراد العينة في المنطقة الغربية، وقد يعود ذلك إلى متابعة الباحثة من الغربية في حث شبكتها الاتصالية على التفاعل مع الاستبانة، و24,7% يقطنون في المنطقة الوسطى، و17,4% في المنطقة الجنوبية، و8,1% في المنطقة الشمالية، و10,5% في المنطقة الشرقية، في حين أن 1,5% يقطنون في مناطق أخرى.

جدول 4 توزيع أفراد العينة وفق المتغيرات الديموجرافية المدروسة

المتغيرات	التكرارات	%
العمر	مواليد 2000 - 2001 م	48.0%
	مواليد 2002 - 2003 م	36.0%
	مواليد 2004 - 2005 م	16.0%
الجنس	أنثى	68.6%
	ذكر	31.4%
المستوى التعليمي	طالب دبلوم	7.3%
	خريج مؤهل دبلوم	5.2%
	طالب ثانوية عامة	10.5%
	خريج بمؤهل ثانوية عامة	10.5%
	طالب بكالوريوس	52.6%
	خريج بمؤهل بكالوريوس	14.0%
الحالة العملية	طالب فقط	66.9%
	طالب وموظف	5.2%
	خريج وعاطل	16.6%
	خريج وموظف	11.3%
المنطقة	المنطقة الغربية	37.8%
	المنطقة الوسطى	24.7%
	المنطقة الجنوبية	17.4%
	المنطقة الشمالية	8.1%
	المنطقة الشرقية	10.5%
	أخرى	1.5%
إجمالي حجم العينة = 344 مبحوثاً		

يستخدمونه عدة مرات في الشهر. وعن عدد الساعات التي يمكن قضاؤها على التطبيق في اليوم الواحد فتبين النتائج أن 10,5% من أفراد العينة يقضون أقل من ساعة يوميًا، و37,5% يقضون من ساعة إلى أقل من 3 ساعات، و22,1% من 3 إلى 5 ساعات، بينما 29,9% يقضون أكثر من 5 ساعات يوميًا على البرنامج. كما توضح النتائج في الجدول أن 43,9% من أفراد العينة مستخدمون عاديون، و14,2% مستخدمون ومشاركون، و23,8% مستخدمون ومشاركون فاعلون، في حين أن 18% مستخدمون مشاركون فاعلون وصانعو محتوى.

ثانيًا: المتغيرات المتعلقة باستخدام تطبيق تيك توك

يستعرض جدول (5) توزيع استجابات أفراد العينة على بعض التساؤلات المتعلقة باستخدام تطبيق تيك توك، وتشير النتائج بالجدول إلى أن 7,6% من أفراد العينة يستخدمون التطبيق منذ أقل من سنة، و24,4% من سنة إلى سنتين، و46,2% من 3 إلى 4 سنوات، و19,5% من 5 إلى 6 سنوات، في حين 2,3% يستخدمونه منذ أكثر من 6 سنوات. وتشير النتائج أيضًا إلى أن 77% من أفراد العينة يستخدمون التطبيق يوميًا، في حين 20,1% يستخدمونه عدة مرات أسبوعيًا، في حين أن 2,9%

جدول 5 توزيع استجابات أفراد العينة على بعض التساؤلات المتعلقة باستخدام تطبيق تيك توك

التركرارات	%	
26	7.6%	أقل من سنة
84	24.4%	من سنة إلى سنتين
159	46.2%	من 3 إلى 4 سنوات
67	19.5%	من 5 إلى 6 سنوات
8	2.3%	أكثر من 6 سنوات
265	77.0%	يوميًا
69	20.1%	عدة مرات في الأسبوع
10	2.9%	عدة مرات في الشهر
36	10.5%	أقل من ساعة
129	37.5%	من ساعة إلى أقل من 3 ساعات
76	22.1%	من 3 إلى 5 ساعات
103	29.9%	أكثر من 5 ساعات
151	43.9%	مستخدم عادي
49	14.2%	مستخدم ومشارك
82	23.8%	مستخدم ومشارك فعال
62	18.0%	مستخدم ومشارك فعال وصانع محتوى

ثالثاً: وصف محوري الدراسة

الخوف من فوات الفرصة

يستعرض جدول (6) توزيع استجابات أفراد العينة على عبارات محور الخوف من فوات الفرصة، وتشير نتائج الجدول إلى متوسط استجابات أفراد العينة على كل عبارات المحور، حيث تراوحت قيم المتوسط الحسابي بين 2,27 درجة إلى 3,59 درجة. كما أمكن ترتيب عبارات المحور تنازلياً وفق المتوسط الحسابي كالآتي: يزعجني فوات (حين تفوت علي) فرصة لقاء أصدقائي، يزعجني أن يفوتي لقاء تم التخطيط له مسبقاً، أتساءل أحياناً

عما إذا كنت أقضي وقتاً أكثر من اللازم في متابعة ما يحدث، من المهم أن أفهم معنى النكات التي يلقيها أصدقائي، أخشى أن يخوض الآخرون تجارب ثرية أكثر مني، عندما أذهب في إجازة، أستمر في متابعة ما يفعله أصدقائي، أشعر بالقلق عندما أكتشف أن أصدقائي يقضون وقتاً ممتعاً بدوني، أشعر بالقلق عندما لا أعرف ما الذي ينوي أصدقائي فعله، وذلك بمتوسطات حسابية: 3,5901، 3,3140، 3,2878، 3,2703، 2,9099، 2,5756، 2,5000، 2,2791 درجة على الترتيب.

جدول 6 توزيع استجابات أفراد العينة على عبارات محور الخوف من فوات الفرصة

العبارات	لا ينطبق على الإطلاق		ينطبق قليلاً		ينطبق نوعاً ما		ينطبق		ينطبق بشدة		متوسط حسابي	انحراف معياري
	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%		
أخشى أن يخوض الآخرون تجارب ثرية أكثر مني.	99	28.8%	54	15.7%	43	12.5%	75	21.8%	73	21.2%	2.91	1.54
أشعر بالقلق عندما لا أعرف ما الذي ينوي أصدقائي فعله.	120	34.9%	86	25.0%	78	22.7%	42	12.2%	18	5.2%	2.28	1.21
عندما أذهب في إجازة، أستمر في متابعة ما يفعله أصدقائي.	85	24.7%	80	23.3%	97	28.2%	60	17.4%	22	6.4%	2.58	1.21
أشعر بالقلق عندما أكتشف أن أصدقائي يقضون وقتاً ممتعاً بدوني.	109	31.7%	71	20.6%	71	20.6%	69	20.1%	24	7.0%	2.50	1.31
من المهم أن أفهم معنى النكات التي يلقيها أصدقائي.	34	9.9%	70	20.3%	82	23.8%	85	24.7%	73	21.2%	3.27	1.28
أتساءل أحياناً عما إذا كنت أقضي وقتاً أكثر من اللازم في متابعة ما يحدث.	42	12.2%	52	15.1%	87	25.3%	91	26.5%	72	20.9%	3.29	1.29
يزعجني أن يفوتي لقاء تم التخطيط له مسبقاً.	31	9.0%	70	20.3%	71	20.6%	104	30.2%	68	19.8%	3.31	1.25
يزعجني فوات (حين تفوت علي) فرصة لقاء أصدقائي.	27	7.8%	47	13.7%	63	18.3%	110	32.0%	97	28.2%	3.59	1.25

إدمان وسائل التواصل الاجتماعي

يستعرض جدول (7) توزيع استجابات أفراد العينة على عبارات محور إدمان وسائل التواصل الاجتماعي، وتشير النتائج في الجدول إلى متوسط استجابات أفراد العينة على كل عبارات المحور، حيث تراوحت قيم المتوسط الحسابي بين 2,15 درجة إلى 3,94 درجة. كما أمكن ترتيب عبارات المحور تنازلياً وفق المتوسط الحسابي كالآتي:

غالباً ما أجد نفسي أستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لفترة أطول مما خططت له، لا أشعر بمرور الوقت في أثناء استخدامي لوسائل التواصل الاجتماعي، منذ أن بدأت في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، أشعر بأن استخدامي لها ازداد بشكل كبير، غالباً ما أجد أن الحياة مملّة بدون وسائل التواصل الاجتماعي، أجد صعوبة في

عنها، أشعر بالغضب عندما يقاطعني أحدهم في أثناء استخدامي لوسائل التواصل الاجتماعي، تدهورت درجاتي الدراسية بسبب استخدامي لوسائل التواصل الاجتماعي، غالبًا ما أعذر عن لقاء الأصدقاء بسبب انشغالي بوسائل التواصل الاجتماعي، وذلك بمتوسطات حسابية: 3.9419، 3.5843، 3.4302، 3.1570، 3.0640، 2.7326، 2.7093، 2.6744، 2.6541، 2.5523، 2.5087، 2.3430، 2.1512 درجة على الترتيب

النوم سريعًا بعد فترة من استخدامي لمواقع التواصل، قد تمر عدة أيام دون أن أشعر بالحاجة إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، غالبًا ما أهمل واجباتي الدراسية بسبب استخدامي لوسائل التواصل الاجتماعي، تشتكي عائلتي كثيرًا من انشغالي بوسائل التواصل الاجتماعي، سأكون مستاءً/مستاءة إذا اضطررت إلى تقليل مقدار الوقت الذي أقضيه في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، أستم في التفكير فيما الذي حدث في وسائل التواصل الاجتماعي، عندما أكون بعيدًا

جدول 7 توزيع استجابات أفراد العينة على عبارات محور إدمان وسائل التواصل الاجتماعي

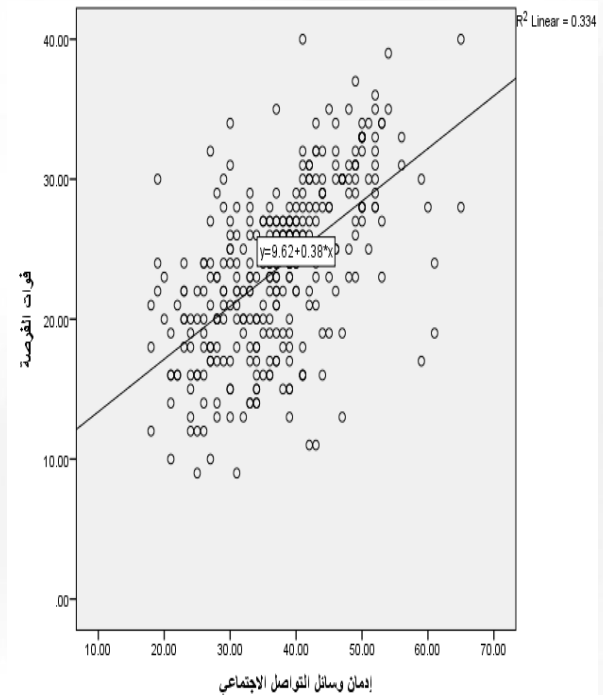
الانحراف المعياري	متوسط حسابي	ينطبق بشدة		ينطبق		ينطبق نوعًا ما		ينطبق قليلاً		لا ينطبق على الإطلاق		العبارات
		%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	
1.12	3.94	38.7%	133	33.7%	116	14.5%	50	9.3%	32	3.8%	13	غالبًا ما أجد نفسي أستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لفترة أطول مما خططت له.
1.18	3.16	14.5%	50	27.6%	95	24.4%	84	25.9%	89	7.6%	26	غالبًا ما أجد أن الحياة مملة بدون وسائل التواصل الاجتماعي.
1.20	2.71	9.3%	32	16.0%	55	29.1%	100	27.6%	95	18.0%	62	غالبًا ما أهمل واجباتي الدراسية بسبب استخدامي لوسائل التواصل الاجتماعي.
1.28	2.51	7.8%	27	18.0%	62	19.5%	67	26.5%	91	28.2%	97	أشعر بالغضب عندما يقاطعني أحدهم في أثناء استخدامي لوسائل التواصل الاجتماعي.
1.30	2.73	10.2%	35	21.2%	73	23.0%	79	23.0%	79	22.7%	78	قد تمر عدة أيام دون أن أشعر بالحاجة إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
1.19	3.58	28.2%	97	27.0%	93	24.7%	85	15.1%	52	4.9%	17	لا أشعر بمرور الوقت في أثناء استخدامي لوسائل التواصل الاجتماعي.
1.30	3.06	15.1%	52	25.3%	87	27.3%	94	15.4%	53	16.9%	58	أجد صعوبة في النوم سريعًا بعد فترة من استخدامي لمواقع التواصل.
1.32	2.65	11.0%	38	17.2%	59	22.7%	78	24.4%	84	24.7%	85	سأكون مستاءً/مستاءة إذا اضطررت إلى تقليل مقدار الوقت الذي أقضيه في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
1.37	2.67	11.3%	39	20.9%	72	18.6%	64	22.1%	76	27.0%	93	تشتكي عائلتي كثيرًا من انشغالي بوسائل التواصل الاجتماعي.
1.32	2.34	7.6%	26	14.5%	50	20.9%	72	18.6%	64	38.4%	132	تدهورت درجاتي الدراسية بسبب استخدامي لوسائل التواصل الاجتماعي.
1.32	2.15	5.5%	19	15.7%	54	16.0%	55	14.0%	48	48.8%	168	غالبًا ما أعذر عن لقاء الأصدقاء بسبب انشغالي بوسائل التواصل الاجتماعي.
1.31	2.55	7.3%	25	20.9%	72	22.4%	77	18.6%	64	30.8%	106	أستم في التفكير فيما الذي حدث في وسائل التواصل الاجتماعي، عندما أكون بعيدًا عنها.
1.26	3.43	24.4%	84	27.6%	95	23.3%	80	16.0%	55	8.7%	30	منذ أن بدأت في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، أشعر بأن استخدامي لها ازداد بشكل كبير.

الجدول إلى أن قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين بلغت 0.578، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند المستوى الاحتمالي 0.01. مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين المتغيرين.

العلاقة الارتباطية بين الخوف من فوات الفرصة وبين إدمان مواقع التواصل الاجتماعي
يستعرض جدول (8) معامل الارتباط البسيط لبيرسون للعلاقة بين الخوف من فوات الفرصة وإدمان مواقع التواصل الاجتماعي، وتشير نتائج

جدول 8 معامل الارتباط البسيط لبيرسون للعلاقة بين الخوف من فوات الفرصة وبين إدمان مواقع التواصل الاجتماعي

الخوف من فوات الفرصة	إدمان وسائل التواصل الاجتماعي	
	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
	.578**	.000



شكل 3 مخطط انتشار لمتغيري ظاهرة الخوف من فوات الفرصة وإدمان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

جدول 9 نتائج تحليل التباين الأحادي للفرق في

(الخوف من فوات الفرصة، إدمان مواقع التواصل الاجتماعي) وفق متغير العمر

مستوى الدلالة	ف	مربع المتوسطات	درجات الحرية	مجموع المربعات	الخوف من فوات الفرصة	
					بين المجموعات	داخل المجموعات
.112	2.201	78.271	2	156.542	بين المجموعات	داخل المجموعات
		35.565	341	12127.772	الإجمالي	
			343	12284.314		
.182	1.714	143.985	2	287.970	بين المجموعات	داخل المجموعات
		84.024	341	28652.028	الإجمالي	
			343	28939.997		

وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند المستوى الاحتمالي 0,05، مما يشير إلى عدم وجود فروق في إدمان مواقع التواصل الاجتماعي وفق المستوى التعليمي، وهذه النتيجة تنفي ما يتوقعه الفرض الإحصائي.

وللوقوف على اتجاه الفروق في الخوف من فوات الفرصة تم إجراء اختبار أقل فرق معنوي LSD كما في جدول (11)، وتشير نتائج الجدول إلى وجود فروق بين طالب الدبلوم وطالب البكالوريوس لصالح طالب الدبلوم وذلك بفرق معنوي بين المتوسطين 2,70 درجة، كما يوجد فرق معنوي بين خريج بمؤهل ثانوية عامة وطالب البكالوريوس لصالح الخريج بمؤهل الثانوية العامة بفرق بين المتوسطين 3,04 درجة. في حين لم تتضح أي فروق معنوية بين باقي المستويات التعليمية.

2- الفرق في (الخوف من فوات الفرصة، إدمان مواقع التواصل الاجتماعي) وفق متغير المستوى التعليمي

يتوقع الفرض الإحصائي وجود فروق في (الخوف من فوات الفرصة، إدمان مواقع التواصل الاجتماعي) وفق متغير المستوى التعليمي، ولاختبار هذا الفرض أجري اختبار تحليل التباين الأحادي كما في جدول (10)، وتشير النتائج في الجدول إلى أن قيمة F للفرق في الخوف من فوات الفرصة بلغت 2,480، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند المستوى الاحتمالي 0,05، مما يشير إلى وجود فروق في (الخوف من فوات الفرصة) وفق متغير المستوى التعليمي، وهذه النتيجة تؤيد ما يتوقعه الفرض الإحصائي.

في حين تشير النتائج إلى أن قيمة F للفرق في إدمان مواقع التواصل الاجتماعي بلغت 1,464،

جدول 10 نتائج تحليل التباين الأحادي للفرق في (الخوف من فوات الفرصة، إدمان مواقع التواصل الاجتماعي) وفق المستوى التعليمي

مستوى الدلالة	ف	مربع المتوسطات	درجات الحرية	مجموع المربعات		
.032	2.480	86.944	5	434.722	بين المجموعات	الخوف من فوات الفرصة
		35.058	338	11849.591	داخل المجموعات	
			343	12284.314	الإجمالي	
.201	1.464	122.687	5	613.433	بين المجموعات	إدمان وسائل التواصل الاجتماعي
		83.806	338	28326.564	داخل المجموعات	
			343	28939.997	الإجمالي	

جدول 11 نتائج اختبار أقل فرق معنوي لتحديد اتجاه الفرق في الخوف من فوات الفرصة وفق المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	المستوى التعليمي	الفرق بين المتوسطين	Sig.
طالب دبلوم	خريج مؤهل دبلوم	2.02000	.271
	طالب ثانوية عامة	.77000	.618
	خريج بمؤهل ثانوية عامة	-.34111	.825
	طالب بكالوريوس	2.70232*	.033
	خريج بمؤهل بكالوريوس	1.58250	.279
خريج مؤهل دبلوم	طالب دبلوم	-2.02000	.271
	طالب ثانوية عامة	-1.25000	.465
	خريج بمؤهل ثانوية عامة	-2.36111	.168
	طالب بكالوريوس	.68232	.641
	خريج بمؤهل بكالوريوس	-.43750	.789
طالب ثانوية عامة	طالب دبلوم	-.77000	.618
	خريج مؤهل دبلوم	1.25000	.465
	خريج بمؤهل ثانوية عامة	-1.11111	.426
	طالب بكالوريوس	1.93232	.075
	خريج بمؤهل بكالوريوس	.81250	.534
خريج بمؤهل ثانوية عامة	طالب دبلوم	.34111	.825
	خريج مؤهل دبلوم	2.36111	.168
	طالب ثانوية عامة	1.11111	.426
	طالب بكالوريوس	3.04343*	.005
	خريج بمؤهل بكالوريوس	1.92361	.142
طالب بكالوريوس	طالب دبلوم	-2.70232*	.033
	خريج مؤهل دبلوم	-.68232	.641
	طالب ثانوية عامة	-1.93232	.075
	خريج بمؤهل ثانوية عامة	-3.04343*	.005
	خريج بمؤهل بكالوريوس	-1.11982	.245
خريج بمؤهل بكالوريوس	طالب دبلوم	-1.58250	.279
	خريج مؤهل دبلوم	.43750	.789
	طالب ثانوية عامة	-.81250	.534
	خريج بمؤهل ثانوية عامة	-1.92361	.142
	طالب بكالوريوس	1.11982	.245

الاجتماعي) وفق الحالة العملية، ولاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار تحليل التباين الأحادي كما في جدول (12)، وتشير النتائج في الجدول إلى أن قيم ف بلغت 1,713، 0,586، وهما قيمتان غير

3- الفرق في (الخوف من فوات الفرصة، إدمان مواقع التواصل الاجتماعي) وفق الحالة العملية يتوقع الفرض الإحصائي وجود فروق في (الخوف من فوات الفرصة، إدمان مواقع التواصل

دالتين إحصائيًا عند المستوى الاحتمالي 0,05، مما يشير إلى عدم وجود فروق في (الخوف من فوات الفرصة، إدمان مواقع التواصل الاجتماعي) وفق الحالة العملية، وهذه النتيجة تنفي ما يتوقعه الفرض الإحصائي.

جدول 12 نتائج تحليل التباين الأحادي للفرق في

(الخوف من فوات الفرصة، إدمان مواقع التواصل الاجتماعي) وفق الحالة العملية

مستوى الدلالة	ف	مربع المتوسطات	درجات الحرية	مجموع المربعات	بين المجموعات	داخل المجموعات
.214	1.713	163.478	3	490.434	بين المجموعات	داخل المجموعات
		34.688	340	11793.880	داخل المجموعات	الإجمالي
			343	12284.314	الإجمالي	
.401	.586	375.191	3	1125.574	بين المجموعات	داخل المجموعات
		81.807	340	27814.423	داخل المجموعات	الإجمالي
			343	28939.997	الإجمالي	

(13)، وتشير النتائج في الجدول إلى أن قيم ف بلغت 1,383، 1,029، وهما قيمتان غير دالتين إحصائيًا عند المستوى الاحتمالي 0,05، مما يشير إلى عدم وجود فروق في (الخوف من فوات الفرصة، إدمان مواقع التواصل الاجتماعي) وفق المنطقة، وهذه النتيجة تنفي ما يتوقعه الفرض الإحصائي.

4- الفرق في (الخوف من فوات الفرصة، إدمان مواقع التواصل الاجتماعي) وفق المنطقة
يتوقع الفرض الإحصائي وجود فروق في (الخوف من فوات الفرصة، إدمان مواقع التواصل الاجتماعي) وفق المنطقة، ولاختبار هذا الفرض أجري اختبار تحليل التباين الأحادي كما في جدول

جدول 13 نتائج تحليل التباين الأحادي للفرق في

(الخوف من فوات الفرصة، إدمان مواقع التواصل الاجتماعي) وفق المنطقة

مستوى الدلالة	ف	مربع المتوسطات	درجات الحرية	مجموع المربعات	بين المجموعات	داخل المجموعات
.614	1.383	117.090	5	585.450	بين المجموعات	داخل المجموعات
		34.612	338	11698.864	داخل المجموعات	الإجمالي
			343	12284.314	الإجمالي	
.215	1.029	248.198	5	1240.992	بين المجموعات	داخل المجموعات
		81.950	338	27699.006	داخل المجموعات	الإجمالي
			343	28939.997	الإجمالي	

إجراء اختبارات للفرق بين متوسطي عينتين مستقلتين كما في جدول (14)، وتشير نتائج الجدول إلى أن قيم ت بلغت 1,920، 2,637 على الترتيب، وهما قيمتان دالتان إحصائياً عند المستوى الاحتمالي 0,05، مما يشير إلى وجود فروق في

5- الفرق في (الخوف من فوات الفرصة، إدمان مواقع التواصل الاجتماعي) وفق الجنس
يتوقع الفرض الإحصائي وجود فروق في (الخوف من فوات الفرصة، إدمان مواقع التواصل الاجتماعي) وفق الجنس، ولاختبار هذا الفرض تم

تلك الفروق تم النظر إلى المتوسط الحسابي لكل من الذكور والإناث، الذي يتضح منه أن الفروق لصالح الإناث في كلا المتغيرين.

جدول 14 نتائج اختبار ت للفرق في (الخوف من فوات الفرصة، إدمان مواقع التواصل الاجتماعي) وفق الجنس

الجنس	عدد	متوسط حسابي	انحراف معياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
الخوف من فوات الفرصة	236	23.3093	6.24071	1.920	0.046
إدمان وسائل التواصل الاجتماعي	108	24.6389	5.29584	2.637	0.009
إدمان وسائل التواصل الاجتماعي	236	36.6271	9.47543		
إدمان وسائل التواصل الاجتماعي	108	39.4167	8.23955		

أصدقائي"، مما يتماشى مع دراسة Yaputri وآخرين (2020)، التي سلطت الضوء على تأثير العلاقات الاجتماعية الرقمية في زيادة مشاعر القلق والخوف. وتشير هذه النتائج إلى أهمية التفاعل الاجتماعي في تعزيز مشاعر FOMO لدى مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي. وبلغ المتوسط الحسابي لعبارة "يزعجني فوات فرصة لقاء أصدقائي" 3.59، في حين حصلت العبارة "أشعر بالقلق عندما لا أعرف ما الذي ينوي أصدقائي فعله" على أقل متوسط حسابي بدرجة 2.27.

كما بينت النتائج أن الاستخدام المفرط لمنصة تيك توك يرتبط بمشاعر الإدمان، مما يدعم نتائج دراسة (2022) Khairunnisa، التي أوضحت أن كثافة الاستخدام تزيد من إدمان وسائل التواصل الاجتماعي. وحصلت العبارة "غالبًا ما أجد نفسي أستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لفترة أطول مما خططت له" على أعلى متوسط حسابي بدرجة 3.94، بينما سجلت العبارة "غالبًا ما أعتمر عن لقاء الأصدقاء بسبب انشغالي بوسائل التواصل الاجتماعي" على أقل متوسط حسابي بدرجة 2.15. ويمكن تفسير ارتباط FOMO والإدمان بزيادة استخدام تيك توك من خلال نظرية الإشباع والاستخدام، التي تفيد أن الأفراد يلجؤون إلى

(الخوف من فوات الفرصة، إدمان مواقع التواصل الاجتماعي) وفق الجنس، وهذه النتيجة تؤيد ما يتوقعه الفرض الإحصائي. وللوقوف على اتجاه

الخلاصة ومناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة:

هدفت الدراسة للتعرف إلى العلاقة بين استخدام برنامج تيك توك وظاهرتي الخوف من فوات الفرصة وإدمان وسائل التواصل الاجتماعي لدى جيل زد. وتمثل الفرض الرئيس في وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام برنامج تيك توك وظاهرتي الخوف من فوات الفرصة وإدمان وسائل التواصل الاجتماعي لدى جيل زد.

اتبعت الدراسة أسلوب البحث الكمي باستخدام منهج المسح الاجتماعي، وتمثل مجتمع الدراسة في المستخدمين السعوديين من جيل زد، وتحديدًا مواليد 2005-2000 الذين يستخدمون تطبيق تيك توك. وقد بلغ أفراد العينة العشوائية التي اعتمدها الباحثان (344) مبحوثًا. قامت الباحثتان ببناء أداة الدراسة التي تضمنت خمسة محاور رئيسية: طبيعة استخدام برنامج تيك توك، ومقياس الخوف من فوات الفرصة (FOMO)، ومقياس إدمان وسائل التواصل الاجتماعي، والبيانات الديموغرافية للمشاركين، والعوامل المؤثرة.

أظهرت النتائج أن أعلى درجات FOMO كانت مرتبطة بعبارة "يزعجني فوات فرصة لقاء

محدوديات الدراسة والدراسات المستقبلية والتوصيات:

على الرغم من أهمية نتائج الدراسة، وتوافقها وتأكيداتها لنتائج العديد من الدراسات السابقة، مما يؤكّد مصداقية وثبات أداة الدراسة، وكونها أول دراسة عربية - على حد علم الباحثين - تناولت ظاهرتي الخوف من فوات الفرصة وإدمان وسائل التواصل الاجتماعي لدى مستخدمي تيك توك من جيل زد، تحديدًا في المملكة العربية السعودية، فإن هناك عددًا من المحدوديات. أولًا: انحصرت العيّنة في جيل زد، ويمكن أن تتناول الدراسات المستقبلية الأجيال الأخرى، مثل جيل الألفية وجيل ألفا، لرصد الفروق بينهم، كذلك يمكن تضمين أكثر من منصة للتواصل الاجتماعي مثل سنابشات، إكس وغيرها. ثانيًا: اقتصرت المنهجية على الأسلوب الكمي في الجمع والتحليل، ويمكن للدراسات المستقبلية توظيف المنهج المزجي، باستخدام المقابلة أو مجموعات التركيز والتحليل المواضيعي (Thematic Analysis) بالإضافة إلى الأساليب الكمية في جمع وتحليل البيانات. ثالثًا: يمكن تطبيق الدراسة الحالية على نطاق أكبر؛ دول الخليج، الدول العربية، مما يسمح بتعميم النتائج على نطاق أوسع جغرافيًا.

ختامًا، توصي الدراسة المؤسسات الرسمية وصنّاع القرار بتطوير حملات توعوية تستهدف الشباب، خاصة الفتيات وطلاب الدبلوم وخريجي الثانوية العامة، لزيادة الوعي بمخاطر الإفراط في استخدام تطبيق تيك توك وتأثيره السلبي على الصحة النفسية. ويمكن أن تشمل هذه الحملات ورش عمل، وفيديوهات قصيرة ملهمة، وأدوات تفاعلية تساعد على تنظيم الوقت. بالإضافة إلى ذلك، يُوصى بتنظيم فعاليات وأنشطة ترفيهية

وسائل التواصل الاجتماعي لتلبية احتياجات اجتماعية ونفسية. هذا يؤدي إلى تطور الإدمان، حيث يسعى المستخدمون إلى التواصل مع أقرانهم والبقاء على اطلاع مستمر على المستجدات في العالم الرقمي، مما يعزز شعور الخوف من فوات الفرصة.

وأظهرت النتائج أن الإناث يعانين من مستويات أعلى من الخوف من فوات الفرصة (FOMO) والإدمان مقارنة بالذكور، وهو ما يتفق مع دراسات سابقة، مثل دراسة Hou وآخرين (2019)، التي بينت أن النساء أكثر عرضة للتأثر بالضغط الاجتماعي الرقمية. كما أوضحت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى FOMO بين الجنسين لصالح الإناث، في حين لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية في متغيري العمر والحالة العملية. أما بالنسبة لإدمان وسائل التواصل الاجتماعي، فقد ظهرت الفروق لصالح الإناث فقط، دون تأثير للعمر أو المستوى التعليمي.

تعزز هذه النتائج من أهمية تطوير استراتيجيات وقائية وتوعوية تستهدف الفئات الأكثر تأثرًا، خاصة الإناث، لتقليل الآثار السلبية لاستخدام تيك توك. ويمكن الاستفادة من هذه النتائج من قبل صنّاع القرار، والمؤسسات الاجتماعية، ومطوري التطبيقات لتصميم مبادرات رقمية واستراتيجيات فعّالة، تهدف إلى الوقاية من الآثار النفسية والاجتماعية المرتبطة بإدمان وسائل التواصل الاجتماعي وظاهرة FOMO. ويسهم ذلك في تحسين جودة الحياة والصحة النفسية، بما يتماشى مع أهداف رؤية 2030.

تشجع الشباب على قضاء وقتهم بعيداً عن الهواتف الذكية، مع توفير بيئة داعمة تحفزهم على التفاعل الاجتماعي المباشر.

كما يُوصى بأن يعمل مطورو تطبيقات التواصل الاجتماعي على تصميم أدوات داخل التطبيقات تتيح التحكم في مدة الاستخدام، مثل التنبيهات التذكيرية، وتشجع المستخدمين على تحقيق التوازن بين حياتهم الرقمية والشخصية. أمّا في المدارس والجامعات، فيمكن إطلاق برامج تعليمية تهدف إلى توعية الطلاب بمخاطر إدمان وسائل التواصل الاجتماعي وكيفية استخدامها بشكل إيجابي دون التأثير السلبي على صحتهم النفسية أو إهدار وقتهم. بالإضافة إلى ذلك، ينبغي دعم الطلاب من خلال جلسات استشارية وبرامج تدريبية موجهة خصيصاً للفتيات وطلاب الدبلوم وخريجي الثانوية العامة، لمساعدتهم على مواجهة التحديات النفسية والاجتماعية.

وأخيراً، تشجع الدراسة الباحثين والأكاديميين على إجراء مزيد من الدراسات التي تستكشف تأثير تطبيقات مثل تيك توك على شرائح مختلفة من المجتمع، مع التركيز على كيفية تحويل استخدام هذه المنصات إلى تجربة إيجابية. كما تدعو إلى دراسة الأبعاد الثقافية والجغرافية، مثل تأثير المنطقة الغربية، لفهم الظاهرة بشكل أعمق.

المراجع

- Purchase Intentions of Millennials. *Journal of Business and Management Studies*, 4(2), 343-361.
- Vickery, J. (2023). "Check your facts, fetus": #genz vs. #millennials and the role of tiktok in the generation process. *AolR Selected Papers of Internet Research*, 2022. <https://doi.org/10.5210/spir.v2022i0.13103>
 - Yap, S. H., & Yang, C. Y. (2021). Credibility of Tiktok Fashion Influencers on Millennials' Purchase Intention in Malaysia.
 - Darusman, F. A., & Sumaryanti, I. U. (2022). Pengaruh FOMO terhadap Problematic Social Media Use pada Dewasa Awal Pengguna TikTok di Kota Bandung. In *Bandung Conference Series: Psychology Science* (Vol. 2, No. 1, pp. 277-284).
 - Khairunnisa, K. (2022). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial tiktok dengan fear of missing out (fomo) pada remaja (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
 - Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848. doi: 10.1016/j.chb.2013.02.014
 - References:
 - Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors*, 31(8), 959-964.
 - Elhai, J. D., Yang, H., Fang, J., Bai, X., & Hall, B. J. (2020). Depression and anxiety symptoms are related to problematic smartphone use severity in Chinese young adults: Fear of missing out as a mediator. *Addictive Behaviors*, 101, 105962.
 - Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848.
 - Tandoc, E. C., Ferrucci, P., & Duffy, M. (2020). 'Omgee, love this song': Teens, tiktok, and musical engagement. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 64(1), 89-101.
 - Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and social interest. *The journal of individual Psychology*, 71(2), 103-113.
 - إحصائيات وسائل التواصل الاجتماعي في السعودية لعام 2024. تم الاسترجاع في 30 أكتوبر 2024. من <https://www.globalmediainsight.com/blog/saudi-arabia-social-media-statistics/>
 - Start.io. (n.d.). TikTok users in Saudi Arabia - الاسترجاع في 30 أكتوبر 2024. من <https://www.start.io/audience/tiktok-users-in-saudi-arabia>
 - Data Reportal. (2024) Digital 2024: Saudi Arabia. Retrieved 30 December 2024 <https://datareportal.com/reports/digital-2024-saudi-arabia>
 - البيان. (2014، سبتمبر 18). عناصر الثقافة الشرقية والغربية. تم الاسترجاع في 30 أكتوبر 2024. من <https://www.albayan.ae/five-senses/east-and-west/2014-09-18-1.2203901>
 - General Authority for Statistics. (2021). Population estimates in the midyear of 2021. Retrieved from <https://www.stats.gov.sa/sites/default/files/POP%20SE-M2021E.pdf>
 - أسامة حسن جابر عبد الرازق. (2020). إدمان وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية وسمات القلق الاجتماعي لدى طلاب الجامعة. *المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية*, 14(210-241).
 - توق الإعلامية للأبحاث. (2024). أخبار الجيل (Z) أحدث الخصائص والأبحاث والحقائق. <https://search.app/64fetBiyBfeA5oeq8>
 - البلوي، س. ع. ع. (2024). دور الذكاء الاصطناعي في معرفة اتجاهات جيل زد في التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي بالتطبيق على شركات الاتصالات بتبوك. * *Global Journal of Economics & Business*, 14(210-241).
 - العجمي، محمد منيف محمد (2020). أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثارها الثقافية والسياسية: دراسة ميدانية في المجتمع الكويتي. *حوليات آداب عين شمس*، مج ١٤٠-١٤٢، ١٧٢.
 - نوري، محمد عثمان (٢٠١٧). تصميم البحوث في العلوم الاجتماعية والسلوكية. ط ٥. دار خوارزم العلمية، ج ١.
 - Asyikhan, A. K., Anggreani, R. J. D. N., Katili, J. K., Almadani, N. F., & Nurhayati, E. (2023). ANALISIS PENGARUH TIKTOK TERHADAP KARAKTER (FOMO) PADA GEN Z. *Jurnal Ilmiah Kajian Humaniora*, 7(4).
 - Beebom. (2018, August 2). Musical.ly app to be shut down, users will be migrated to TikTok. Beebom. <https://beebom.com/musical-ly-app-to-be-shut-down-users-will-be-migrated-to-tiktok/>
 - Huwae, R. K., & Azis, F. (2024). Handling TikTok App Addiction Behavior in Gen Z (Case Study on Three Teenagers in Rumah Tiga Village). *Syntax Idea*, 6(5), 2165-2173.
 - PUTRI, S. K. (2024). HUBUNGAN KONSEP DIRI TERHADAP ONLINE FEAR OF MISSING OUT (ON-FOMO) PADA GEN Z PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN TIKTOK (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA).
 - Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L., & Wang, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of psychosocial research on cyberspace*, 13(1).
 - Yaputri, M. S., Dimyati, D., & Herdiansyah, H. (2020). The Correlation Between Fear Of Missing Out (FoMO) Phenomenon And Consumptive Behaviour In Millennials (Doctoral dissertation, President University).
 - Alam, P. D. (2021). Millennials: Fear of Missing Out (FOMO) and social media engagement.
 - Jung, S. Y., Choi, K., Kang, D. H., Lee, D. H., & Lim, C. H. (2022). Does the 'fear of missing out (fomo) affect millennials'sport media consumption?. in book of abstracts.
 - Grau, S., Kleiser, S., & Bright, L. (2019). Exploring social media addiction among student Millennials. *Qualitative Market Research: An International Journal*.
 - Lertwannapong, N. (2023). Effect of social media addiction on intimate relationship among millennials in Bangkok, mediated by loneliness and life satisfaction.
 - Cuesta-Valiño, P., Gutiérrez-Rodríguez, P., & Durán-Álamo, P. (2022). Why do people return to video platforms? Millennials and centennials on TikTok. *Media and Communication*, 10(1), 198-207.
 - Gesmundo, M. A. G., Jordan, M. D. S., Meridor, W. H. D., Muyot, D. V., Castano, M. C. N., & Bandojo, A. J. P. (2022). TikTok as a Platform for Marketing Campaigns: The effect of Brand Awareness and Brand Recall on the