

Social Media-Related FOMO (Fear of Missing out on Opportunities) Among Kuwaiti Youths

Fatima Alsalem

Department of Mass Communication, College of Arts, Kuwait University

Abstract

The present study investigates the effect of Social Media usage on youths' psychological wellbeing, by drawing on the Social Comparison Theory and FOMO (fear of missing out on opportunities). Based on a large purposive survey sampling technique of Kuwaiti youths (N=4275), the current survey study investigates how using Social Media and following influencers' content can affect the youths' psychologically and socially. This study adopts a cross-sectional survey methodology, as to test five hypotheses. Findings indicate that the first hypothesis (i.e. the rate of using Social Media) has been found to have an impact on the youth's psychology, and that the second one, i.e., that the variable of psychology affects that of FOMO holds true. A strong statistical correlation has proved that the worse the psychological state, the more intensified FOMO feelings. In verifying the third hypothesis, the variable 'the rate of following up with influencers via Social Media', has been found to affect the social comparison variable, i.e., the higher the number of influencers' followers in Social Media, the higher the number of those who draw social comparison among the youth. The fourth hypothesis has been accepted in that there is a statistical correlation between the variable 'the rate of following up with influencers via Social Media' and the FOMO, and so the study has validated such a hypothesis that the former variable affects the latter. It turned out that the higher the rate of using Social Media by the youth, the more heightened FOMO feelings.

The study wraps up by recommending conducting further studies that focus on the psychological and social impact of using Social Media on youths. The study also recommends conducting further research that aims at exploring the effects of FOMO and social comparison on youths and other groups and at educating young people about the dangers and negative consequences of the extensive use of Social Media through media education and reach-out campaigns.

Keywords: social media, FOMO, social comparison, influencers, well-being.

ISSN : 1026-9576

DOI : 10.34120/0117-040-159-001

To cite this article / الإشارة المرجعية للبحث

السالم، فاطمة: "فومو" استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة على عينة من الشباب الكويتي"، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت: العدد 159، 2022، 56-11.
Al-Sālm, Fatmī: "Fūmū" Asthdām Mwāq' Al-Twāṣul Al-ġtmā'ī: Drāṣī 'lī 'Tnt mn Al-Šbāb Al-Kwytī", Arab Journal for the Humanities: 159, 2022, 11-56.

"فومو" استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة على عينة من الشباب الكويتي

فاطمة سعود السالم

أستاذ مشارك، قسم الإعلام،
كلية الآداب، جامعة الكويت

الملخص

تستند هذه الدراسة إلى كل من نظرية المقارنة الاجتماعية وحالة "الفومو"، التي تعني الخوف من ضياع الفرص. وتستهدف تعرف الآثار الاجتماعية والنفسية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومتابعة المؤثرين من قبل الشباب في الكويت، وتأثير ذلك على صحتهم النفسية، وذلك من خلال اتباع منهجية المسح وتطبيق أداة الاستبانة الإلكترونية على عينة غير احتمالية متاحة، بلغت 4275 فرداً: (2404 من الذكور و1871 من الإناث) من الشباب من مناطق الكويت كافة. استهدفت الدراسة اختبار خمسة فروض رئيسية، وأشارت النتائج إلى قبول الفرض الأول القائل: إن متغير (معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي) يؤثر على الحالة النفسية للشباب، وقبول الفرض الثاني القائل: إن متغير (الحالة النفسية) يؤثر على متغير "الفومو"؛ إذ بينت النتائج وجود ارتباط إحصائي قوي؛ فكلما ساءت الحالة النفسية ارتفع الشعور بـ "الفومو". وفي نتيجة اختبار الفرض الثالث كان متغير (معدل متابعة المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي) مؤثراً على متغير المقارنة الاجتماعية؛ أي إنه كلما ارتفع عدد متابعة المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي ارتفع معدل المقارنة الاجتماعية لدى الشباب. كما كان الفرض الرابع مقبولاً، وهو ينص على أن هناك علاقة إحصائية بين متغير (معدل متابعة المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي) وحالة "الفومو". وكشفت الدراسة قبول الفرض الخامس القائل: إن متغير (معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي) يؤثر على حالة "الفومو"؛ إذ تبين أنه كلما ارتفع معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب ارتفع الشعور بحالة "الفومو" أو الخوف من ضياع الفرص.

وأوصت الدراسة بإجراء مزيد من الدراسات التي تركز على الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب. كما أوصت بضرورة إجراء دراسات إضافية، تهدف إلى تفسير الاختلافات في أوجه المقارنة الاجتماعية و"الفومو" لدى فئة الشباب والفئات الأخرى، والبحث في السبل المناسبة لتوعية الشباب وتبصيرهم بمخاطر الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال التربية الإعلامية والحملات التوعوية.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، المؤثرون، فومو، المقارنة الاجتماعية، الصحة النفسية، الشباب.

To cite this article / الإشارة المرجعية للبحث

السالم، فاطمة: "فومو" استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة على عينة من الشباب الكويتي"، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت: العدد 159، 2022، 11-56.
Al-Salm, Fatmā: "Fūmū" Asthdām Mwāq' Al-Twāṣul Al-ġmā'ī: Drāṣ 'lī 'īnī mn Al-Šbāb Al-Kwytī", Arab Journal for the Humanities: 159, 2022, 11-56.

المقدمة

لاقت مواقع التواصل الاجتماعي رواجاً واسعاً في شتى أنحاء العالم بشكل عام، وإذا نظرنا إلى الكويت والإحصائيات الخاصة باستخدام تلك المواقع نجد أنها حصلت على أرقام قياسية دولياً نسبة إلى عدد السكان. ويرجع هذا الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي في الكويت، وخصوصاً بين الشباب، إلى عدة أسباب، أهمها الرخاء المالي الذي يتمتع به سكان دولة الكويت؛ حيث يعد معدل دخل الفرد في الكويت من أعلى المعدلات في العالم⁽¹⁾، إلى جانب المعدلات العالية لانتشار التعليم في الكويت؛ مما يسهم في سهولة استخدام الأجهزة الإلكترونية والتكنولوجيا الحديثة، كما أن للحكومة دوراً كبيراً في انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الدعم التقني والمالي الذي تقدمه للشركات المزودة لخدمة الإنترنت؛ وهذا ما أدى إلى انخفاض قيمة اشتراك الإنترنت مقارنة بدول عديدة في العالم⁽²⁾.

ونتيجة الاستخدام الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصاً بين فئة الشباب، قام العديد من الباحثين⁽³⁾ بدراسة أسباب انتشار تلك المواقع بين الشباب ودوافع استخدامها⁽⁴⁾.

وانطلاقاً مما سبق، قام الباحثون⁽⁵⁾ بدراسة الاستخدامات والإشباع لمواقع التواصل الاجتماعي؛ للوقوف على أبرز أسباب استخدامها، وكيف عُدَّت تلك المواقع جزءاً رئيساً من حياتنا اليومية⁽⁶⁾، وبينت النتائج أن غالبية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الكويت يستخدمونها للبحث عن المعلومات والترفيه وتمضية الوقت والتواصل مع الأقارب والأقران وتعزيز السمات الشخصية. وانسجاماً مع ما سبق ذكره، أشارت نتائج دراسة عن الشباب في الكويت إلى أن التعبير عن الذات والتسلية والشعور بالقيمة الذاتية من خلال تكوين الأصدقاء والمعارف، من أهم الدوافع إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي⁽⁷⁾، ويدل ذلك على أن الاستثمار في الرأس المال البشري، من خلال تكوين العلاقات الاجتماعية والتعبير عن الذات، يعدّ من الدوافع الرئيسة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي. وأشارت نتائج دراسة أخرى إلى أن تمضية الوقت

وحرية التعبير عن الذات واكتساب صداقات جديدة، تأتي على رأس قائمة الدوافع إلى استخدام كل من مواقع تويتر وإنستغرام وسناب شات بين شباب الكويت؛ مما يدل على أن تعزيز العلاقات الاجتماعية وبناء المكانة يعد من الأمور والأسباب الرئيسة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي⁽⁸⁾.

ومن زاوية أخرى أجريت دراسات عديدة حول الآثار الاجتماعية والنفسية الناتجة من الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي، وأظهرت النتائج وجود آثار سلبية؛ مثل التعاسة والإحباط⁽⁹⁾، كما أظهرت وجود علاقة بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانخفاض الرضا عن الحياة؛ مما يعني أن الأشخاص الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة هم أكثر عرضة لتدني رضاهم عن الحياة؛ بسبب عقد المقارنات مع الآخرين والغيرة والضغوطات النفسية، التي قد تجلبها تلك المواقع لمستخدميها⁽¹⁰⁾.

علاوة على ذلك، كشفت دراسة أجريت على عينة من الشباب الجزائري أن استخدام مواقع التواصل يرتبط بإضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية، ويتسبب في خصومية المستخدمين، ويؤدي إلى الشعور بالغيرة والإحباط والشعور بالتنافس والعزل الاجتماعي⁽¹¹⁾. كما أظهرت نتائج الدراسات التي أجريت على موقع إنستغرام أن استخدام الموقع يؤدي إلى الشعور بالتوتر والغيرة والمقارنة الاجتماعية⁽¹²⁾، كما يؤدي إلى الشعور بعدم الرضا والقناعة والإحباط⁽¹³⁾.

ومما لا شك فيه أن محتوى مواقع التواصل الاجتماعي؛ مثل إنستغرام، قد يعرض البعض للشعور بالنقص وعدم الثقة بالنفس والرضا عن الذات؛ بسبب انتشار صور الحياة المرفهة وانتشار الثقافة الاستهلاكية والبذخ المادي. علاوة على انتشار محتوى مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي المليء بالتفاخر وصور الرحلات والتسوق والصرف المادي الكبير الذي ينعكس سلباً على الشباب والمراهقين؛ مما يدفعهم إلى عقد مقارنات بين واقعهم وما يشاهدونه عبر الهاتف؛ مما يولد الشعور بالغيرة والحزن والإحباط.

وقد حصد مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي في الخليج العربي عامة والكويت خاصة انتشاراً واسعاً⁽¹⁴⁾ في السنوات الأخيرة؛ بسبب الطفرة التكنولوجية وتزايد عدد

مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي . وأسهم انتشار مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي ومشاهيرها في تغيير نمط التسويق الإلكتروني ليكون عبر المشاهير ومن خلال محتوهم ، ودفعت الشركات إلى تخصيص مبالغ خاصة للترويج والتسويق عبر مشاهير التواصل الاجتماعي⁽¹⁵⁾ ، كما أسهم الانتشار الواسع للمؤثرين في دعم ورعاية من كبرى شركات السفر والسيارات والفنادق العالمية لهم ، من خلال تقديم الخدمات والرحلات مجاناً في مقابل الترويج لهم⁽¹⁶⁾ . ومما لا شك فيه أن مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في الكويت هم الأبرز في المنطقة ، وقد أسهموا في خلق نمط تسويقي جديد في المنطقة⁽¹⁷⁾ ؛ ومن ثم بدأ الاهتمام بصناعة المحتوى وتطوير طرق التسويق الإلكتروني ، غير أن ذلك حمل معه آثاراً اجتماعية كبيرة على متابعيهم بدءاً من المقارنة الاجتماعية وانتقالاً إلى الغيرة والتوتر من عدم القدرة على اللحاق بهم .

استناداً إلى ما سبق ، فإن استخدام الشباب المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى العديد من الآثار السلبية ؛ مثل الإحباط والغيرة والمقارنة الاجتماعية ، غير أن الدراسات لم تكشف بعد عن آثار متابعة الشباب لمحتوى مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاس ذلك على حالتهم النفسية ؛ ومن ثم تسعى هذه الدراسة إلى اكتشاف العلاقة بين متابعة محتوى مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي وحالة " الفومو " fear of missing out ؛ أي الخوف من الندم وضياع الفرص والمقارنة الاجتماعية مع الآخرين . كما تسعى الدراسة إلى الكشف عن تأثير متابعة محتوى المؤثرين على الحالة النفسية للشباب . وتفسيراً لذلك ، فإن حالة " الفومو " تعني الشعور بالخوف من الندم الذي قد يؤدي إلى القلق والتوتر من أن يضيّع الشخص فرصة التفاعل الاجتماعي أو يضيع تجربة جديدة أو أحداثاً أخرى ، قد تشعر الفرد بالسعادة والرضا . وبسبب الخوف من الشعور بـ " الفومو " يلجأ الناس إلى التواصل الدائم مع الآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي والحرص على معرفة أخبارهم وعدم الانقطاع خشية فوات الفرص وضياعها⁽¹⁸⁾ . وتؤكد الدراسات أن الأشخاص الذين يعانون من تردي الحالة النفسية معرضون للشعور بحالة " الفومو " أكثر من غيرهم ؛ مما يدفعهم إلى استخدام مضاعف لمواقع التواصل الاجتماعي خشية فوات الفرص . كما تسعى الدراسة إلى اكتشاف أثر متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي

على الشباب، من خلال المقارنة الاجتماعية مع الآخرين. وتعنى المقارنة الاجتماعية مع الآخرين بدراسة قابلية البعض لمقارنة أنفسهم مع الآخرين، وتؤكد الدراسات أن هناك علاقة بين تردي الحالة النفسية ومقارنة الشخص نفسه بالآخرين؛ بسبب شعور الأفراد بالتردد وعدم قبول الذات⁽¹⁹⁾.

على الرغم من وجود دراسات دولية حول حالة "الفومو" والمقارنة الاجتماعية، فإن ذلك لم يتم دراسته في الكويت بعد، ومن ثم؛ لا تقتصر هذه الدراسة على محاولة فهم الآثار النفسية والاجتماعية الناجمة عن متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي فقط، بل تمتد إلى دراسة كل من حالة "الفومو" والمقارنة الاجتماعية مع الآخرين بتعمق وشمولها لشريحة كبيرة من الشباب الكويتي.

مشكلة الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى فهم حالة "الفومو" والمقارنة الاجتماعية مع الآخرين وعلاقتها باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي. والملاحظ والمعروف أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصاً فئة الشباب، يستخدمون تلك المواقع بكثافة كبيرة؛ إذ بلغ استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة قرابة تسع ساعات يومياً⁽²⁰⁾، أما في الكويت؛ فتشير الدراسات إلى قضاء الشباب أكثر من ست ساعات يومياً على مواقع التواصل الاجتماعي⁽²¹⁾. ويصاحب هذا الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي متابعة واسعة لمؤثري التواصل الاجتماعي والمشاهير الجدد الذين باتوا جزءاً كبيراً من محتوى هذه المواقع. وقد أحدث الانتشار الواسع لمشاهير المواقع في البلاد ثورة في الثقافة الكويتية عامة والثقافة الاستهلاكية خاصة⁽²²⁾. ومما لا شك فيه أن مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي يقومون بنشر حياتهم على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مبالغ فيه، خصوصاً مع إظهار جانب الحياة المترفة والبذخ الكبير؛ مما عزز ثقافة الشراء والتباهي. لذا تسعى الدراسة أيضاً إلى فهم أثر متابعة المؤثرين واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على حالة "الفومو" والمقارنة الاجتماعية والحالة النفسية لدى الشباب.

تعتمد هذه الدراسة على استبانة متعددة الأبعاد، تشمل مقياس المقارنة الاجتماعية

مع الآخرين ومقياس " الفومو " ومقياس الحالة النفسية وعلاقتها باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومتابعة مؤثري مواقع التواصل . شملت الدراسة جميع مواقع التواصل الاجتماعي ؛ مثل تويتر وانستغرام وسناب شات ؛ لعدة أسباب ، أهمها أن الدراسة تسلط الضوء على فئة الشباب الذين يستخدمون جميع مواقع التواصل الاجتماعي .

ومن المهم دراسة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها السلوكية ، التي تؤثر على الحالة النفسية والرضا عن الحياة⁽²³⁾ ، وقد بينت الدراسات⁽²⁴⁾ أن مواقع التواصل الاجتماعي ترتبط بشكل عكسي مع الرضا عن الحياة والشعور بالإحباط والنقص ؛ إذ كلما ارتفع معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي انخفض الشعور بالرضا عن الحياة . كما أن الدراسات السابقة أوضحت أن مواقع التواصل الاجتماعي تعزز الشعور بالغيرة والتعاسة لدى مستخدميها . إلا أن هناك قصوراً في الدراسات العلمية التي تكشف عن علاقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومتابعة المؤثرين على المقارنة الاجتماعية وحالة " الفومو " والحالة النفسية .

تطبق هذه الدراسة على عينة من الشباب الكويتي ؛ بهدف دراسة الآثار النفسية والاجتماعية المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومتابعة المؤثرين .

ومن ثم ؛ فإن التساؤل الرئيس في هذه الدراسة هو : ما علاقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومتابعة المؤثرين بالحالة النفسية وحالة " الفومو " والمقارنة الاجتماعية مع الآخرين ؟

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى ما يأتي :

- تعرّف أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب الكويتي .
- الكشف عن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً بين الشباب .
- تعرّف أنماط متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي .
- تعرّف العلاقة بين متابعة المؤثرين وكل من " الفومو " والمقارنة الاجتماعية

والحالة النفسية .

- تعرّف العلاقة بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وكل من المقارنة الاجتماعية مع الآخرين وحالة " الفومو " .

تساؤلات الدراسة

- كيف يستخدم الشباب (عينة الدراسة) مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما مدى شعور الشباب بحالة " الفومو "؟
- ما مدى شعور الشباب بالمقارنة الاجتماعية مع المشاهير في وسائل التواصل الاجتماعي؟

فروض الدراسة

- توجد دلالة إحصائية عكسية بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والحالة النفسية .
- توجد دلالة إحصائية بين معدل الحالة النفسية وحالة " الفومو " .
- توجد دلالة إحصائية بين متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي والمقارنة الاجتماعية مع المؤثرين .
- توجد دلالة إحصائية بين متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي و " الفومو " .
- توجد دلالة إحصائية إيجابية بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وحالة " الفومو " .

أهمية الدراسة

على الرغم من وجود العديد من الدراسات التي ركزت على سلوكيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب في الكويت والآثار النفسية، فضلاً عن الدراسات المتعلقة بدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاستخدامات والإشباعات ترى الباحثة أن هناك فجوة في الدراسات التي تركز على الآثار الاجتماعية؛ مثل المقارنات الاجتماعية مع الآخرين والخوف من ضياع الفرص " فومو " ،

وهي مجالات بحثية جديدة . تقدم هذه الدراسة فرصة البحث الأولي والاستكشافي لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الحالة النفسية والمقارنة مع الآخرين وحالة " الفومو " بين الشباب في الكويت .

ولهذه الدراسة أهمية بحثية تتمثل في الآتي:

أولاً: هناك شح في الدراسات الكمية والمنهجية التي تركز على التأثيرات الاجتماعية والنفسية لمواقع التواصل الاجتماعي في عالمنا العربي ، خصوصاً التي تركز على فئة الشباب ، وإن وجدت ، فهي دراسات أكثرها يتناول دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، وطبقت على عينات محدودة ، من الصعب تعميم نتائجها .

ثانياً: لا تكمن أهمية هذه الدراسة في الجانب العلمي فقط بل إنها أيضاً تفيد شرائح أخرى من المجتمع ؛ مثل العاملين في مجالات الاستشارات التسويقية والعلاقات العامة والناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي وأولياء الأمور والمختصين النفسيين ؛ لتعرف آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والقيام بالحملات التوعوية والإستراتيجيات البديلة للحد من الآثار السلبية الناجمة عن فرط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .

ثالثاً: تعتبر ظاهرة " الفومو " والمقارنة الاجتماعية مع الآخرين من المجالات البحثية الجديدة نسبياً ، التي حظيت باهتمام خاص في السنوات الأخيرة ؛ إذ بدأت بعض الدراسات⁽²⁵⁾ بتطبيق نظرية المقارنة الاجتماعية في سياق وسائل التواصل الاجتماعي لفهم الآثار الناجمة عن فرط الاستخدام .

وتتجلى أهمية الدراسة في النقاط الآتية:

- تناول ظاهرة " الفومو " بين الشباب .
- تبحث هذه الدراسة عن آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمقارنة الاجتماعية مع مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي .
- تبحث الدراسة آثار متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي .
- كما تبحث الدراسة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الحالة النفسية .

المفاهيم الإجرائية

مواقع التواصل الاجتماعي: منصات على الإنترنت تسمح بإنشاء المحتوى ونشره وتبادله، وهي تعدّ منصات للتواصل مع الآخرين⁽²⁶⁾.

ظاهرة "الفومو": هي الشعور الذي يفتاب الأشخاص بأن الآخرين لديهم فرص وتجارب أفضل منهم، وأنهم أضعافوا الفرص وليس بإمكانهم اللحاق بالآخرين؛ لذلك يفتابهم الشعور بضرورة البقاء على تواصل دائم وإطلاع مستمر على أنشطة الآخرين⁽²⁷⁾.

المقارنة الاجتماعية: تعد هذه النظرية من أكثر المفاهيم الاجتماعية والنفسية والمنطقية شهرة، وهي ترتكز على ميل الإنسان إلى مقارنة نفسه مع الآخرين⁽²⁸⁾.

مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي: يفسر الباحثون مصطلح مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي بأنه ينطبق على "المشاهير الجدد" والأشخاص الذين يحظون باهتمام الآخرين ومتابعيهم عبر منصات التواصل الاجتماعي، ويستخدمون تلك المنصات للترويج لأنفسهم وبناء العلامة التجارية الخاصة بهم⁽²⁹⁾، وهم أشخاص قادرين على التأثير على سلوكيات متابعيهم وقراراتهم الشرائية⁽³⁰⁾.

الدراسات السابقة

تعرض الدراسة فيما يلي بعض الدراسات المرتبطة بموضوع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وظاهرة "الفومو" والمقارنة الاجتماعية والحالة النفسية. ومن هذه الدراسات:

دراسة "Tandon et al., 2021" ⁽³¹⁾

تعرض هذه الدراسة للخوف من الضياع والتأخر أو ما يسمى "الفومو"، من خلال محاولة استكشاف هذه الظاهرة والعوامل المؤثرة فيها؛ اعتماداً على استخدام منهجية تحليل المحتوى ودراسة الأدبيات ومراجعة الدراسات التي كتبت عن هذا الموضوع، وقد

استند الباحثون إلى 58 دراسة تجريبية . وأشارت نتائج تحليل الأدبيات السابقة إلى أن هناك قصوراً بحثياً في تحليل مفهوم " الفومو " وتركيزاً على المجتمعين الأمريكي والأوروبي . كما أوضحت نتائج الدراسة وجود علاقة في الأدبيات السابقة بين الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي و " الفومو " إلا أن هناك قصوراً في فهم دوافع الاستخدام وتأثيره على مؤشرات أخرى ؛ مثل جودة النوم والإدمان .

دراسة "فاطمة السالم، 2019 " (32)

ناقشت هذه الدراسة الآثار الناجمة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على السمات الشخصية . اشتملت الدراسة على عينة ، قوامها 582 من الشباب (236 من الذكور و346 من الإناث) ، وأكدت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالارتباط بمواقع التواصل الاجتماعي ، كما أكدت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وكل من متغيرات الرضا عن الحياة ومتغير الارتباط بمواقع التواصل الاجتماعي ؛ إذ أشارت النتائج إلى أنه كلما ارتفع معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي انخفض معدل الرضا عن الحياة ومعدل الرضا عن الذات ؛ مما يبين أن مواقع التواصل الاجتماعي قد تؤثر سلباً على رضا المستخدم عن ذاته وعن الحياة بسبب الغيرة والمقارنة مع الآخرين .

دراسة "Tang, F. & Quandt, T., 2019 " (33)

بحثت هذه الدراسة ارتباط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمؤشر القلق والاكتئاب وظاهرة " الفومو " (الخوف من ضياع الفرص) والمقارنة باستخدام استبانة ، طبقت على عينة من مستخدمي الإنترنت في ألمانيا . وأظهرت النتائج وجود ارتباط بين الشعور بالاكتئاب والقلق وبين ارتفاع معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي . كما أظهرت النتائج أيضاً ارتباط ظاهرة " الفومو " والمقارنة الاجتماعية بارتفاع الشعور بالقلق والاكتئاب ؛ أي أن الأشخاص الذين لديهم اضطرابات نفسية ؛ مثل الاكتئاب والقلق أكثر عرضة للشعور بـ " الفومو " والمقارنة الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي . كما أظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباط بين " الفومو " والمقارنة الاجتماعية ؛ أي أن ارتفاع الشعور بـ " الفومو " يرتبط بارتفاع ميل الإنسان لمقارنة نفسه مع الآخرين .

دراسة "Dogan, V. , 2019" (34)

لخصت الدراسة علاقة ظاهرة "الفومو" ومفهوم الذات بالاعتماد على نظرية التفسير الذاتي. وخلصت الدراسة - من خلال استبانة طبقت على عينة تبلغ 566 من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية - أن هناك علاقة بين نظرة الإنسان إلى ذاته والشعور بـ "الفومو"؛ إذ أشارت الدراسة إلى أن الأشخاص الذين يقومون بانتقاد ذواتهم هم أكثر عرضة للشعور بـ "الفومو" أو ضياع الفرص.

دراسة "كليه الحلو وطوني جريح وجوزيف قرقماز وإليان يوسف، 2018" (35)

لخصت الدراسة آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الحالة النفسية للطلاب الجامعي العربي في عدة دول، منها فلسطين والأردن والمملكة العربية السعودية ولبنان، واستخدمت عينة، تبلغ 668 طالباً جامعياً عربياً، تراوح أعمارهم بين 18 و25 عاماً، ووجدت الدراسة أن استخدام مواقع التواصل يعطي الطلبة الشعور بالحضور الاجتماعي. كما وجدت أن هناك علاقة إحصائية بين المعدل اليومي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين الإدمان والشعور بالغيرة والإحباط؛ فكلما ارتفع معدل الاستخدام اليومي زاد الشعور بالإحباط والغيرة بين الطلاب الجامعيين؛ فقد أشارت النتائج إلى أن 70% من الطلبة قد ظهرت عليهم غيرة واضحة، كما أشارت إلى أن الشعور بعدم اهتمام الأصدقاء والإحباط والغيرة يؤدي إلى الغضب، فيما بينت أجوبة المستطلعين أن 79% من مستخدمي مواقع التواصل يشعرون بالإحباط بسبب الردود السلبية والانتقادات في مواقع التواصل الاجتماعي.

دراسة "Hunt et al., 2018" (36)

ركزت هذه الدراسة على دور مواقع التواصل الاجتماعي في انخفاض مستوى الرفاهية والشعور بالرضا النفسي وحالة "الفومو" باستخدام منهجية التجربة، وقد طبقت الدراسة على عينة، مقدارها 143 طالباً جامعياً، قسموا إلى مجموعتين، تقوم

الأولى باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل اعتيادي، في حين تقوم المجموعة الثانية باستخدام المواقع بمعدل عشر دقائق فقط. وأظهرت نتائج الدراسة أن مجموعة الاستخدام المحدود لمواقع التواصل الاجتماعي قد انخفض لديها مستوى الشعور بالوحدة والاكئاب مقارنة بمجموعة التحكم الأولى، كما أظهرت انخفاضاً كبيراً لدى العينة ككل في مستويات القلق و"الفومو"؛ مما يشير إلى فائدة الرقابة الذاتية. وخلصت الدراسة أيضاً إلى أن خفض معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يومياً يؤدي إلى تحسن كبير في مستوى رفاهية الحياة.

دراسة "Andreassen, C., Pallesen, S. & Griffiths, M., 2017" (37)

ناقشت هذه الدراسة إدمان مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقة ذلك بالانرجسية واحترام الذات، وذلك من خلال استبانة، طبقت على عينة تبلغ 23532 رجلاً وامرأة من النرويج. استخدمت الدراسة مقياس بيرغن للإدمان ومقياس الانرجسية، بالإضافة إلى مقياس روزنبرغ لاحترام الذات. أظهرت النتائج أن النوع والمستوى التعليمي والدخل وانخفاض معدل الثقة بالنفس والانرجسية جميعها عوامل تؤثر على مستوى إدمان مواقع التواصل الاجتماعي. كما أظهرت النتائج أن هناك ارتباطاً بين إدمان مواقع التواصل الاجتماعي والانرجسية، وأظهرت الدراسة أيضاً أن الحاجة إلى تغذية الذات ترتبط بالاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي، ومن جانب آخر كشفت الدراسة أن النساء أكثر عرضة لإدمان مواقع التواصل الاجتماعي من الرجال.

دراسة "Alrajehi, M. 2016" (38)

ناقشت هذه الدراسة الاستخدامات والإشباع، وركزت على موقع تويتر، وعرضت لأسباب استخدام الشباب الكويتي لموقع تويتر ودوافعه إلى هذا الاستخدام، واعتمدت على نظرية الاستخدامات والإشباع، متخذة الاستبانة أداة لها، وطبقته على عينة، قوامها 360 طالباً في المرحلة الثانوية بدولة الكويت لمعرفة دوافعهم واستخداماتهم لتويتر. كشفت الدراسة أن الهدف الرئيسي لاستخدام موقع تويتر هو تعرّف أشخاص

جدد وتكوين صداقات، إلى جانب متابعة الأخبار المحلية وتبادل وجهات النظر. ووجدت الدراسة أن الأشخاص لا يثقون كثيراً بالأخبار التي تنشر في موقع تويتر؛ إذ إنها أخبار غير موثوق بمصادرها، بحسب آراء المستبائين إلا أنهم يستخدمون تويتر كمصدر للمعلومات.

دراسة "AIMenayes, 2015" (39)

تناولت الدراسة إدمان العديد من الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي مع التطور السريع الذي طرأ على الأجهزة الذكية والخصائص الجاذبة لمنصات التواصل حتى أصبح الشباب غير قادرين على الابتعاد عنها، وأشارت الدراسة إلى أن تلك المواقع تتميز بالارتباط؛ أي يشعر الشخص بقدرته على الاستخدام المتواصل لها؛ لما تحتويه من محتوى متجدد، واتخذت الدراسة الاستبانة أداة، طبقتها على عينة، قوامها 1327 شاباً وشابة؛ مستهدفة تعرف سلوكيات استخدام مواقع التواصل؛ ومن ثم تبين أن إدمان مواقع التواصل الاجتماعي يرتبط - بشكل كبير - بالطريقة والخبرة في استخدام هذه المواقع، والوقت الذي يقضيه المستخدمون عليها ومدى الرضا العام عنها. كما تبين من النتائج وجود علاقة إيجابية بين ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والإدمان عليها، كما وجدت الدراسة أيضاً وجود علاقة بين مدى الرضا عن محتوى مواقع التواصل الاجتماعي والإدمان عليها؛ ما يعني أنه كلما كان المستخدم راضياً عن خصائص مواقع التواصل الاجتماعي كان أكثر عرضة للإدمان عليها.

دراسة "Fardouly Diedrichs, Vartanian, & Halliwell, 2015" (40)

ناقشت هذه الدراسة تأثير استخدام موقع فيسبوك على مزاجية المرأة وتصورها عن منظرها الخارجي وصورتها العامة، وركزت على العلاقة بين مقارنة المظهر بالآخرين وتأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل سلبي على المرأة، وذلك من خلال تجربة بحثية طُبِّقت على فئة من النساء بلغت 112 امرأة، وتمحورت حول تصفح مواقع التواصل الاجتماعي ومجلات أزياء واستكمال استبانة تناولت بنودها المظهر الخارجي

والمزاج العام والرضا عن الوزن والشكل العام. كشفت النتائج أن استخدام موقع فيس بوك كان مرتبطاً بشكل سلبي بالمظهر الخارجي، كما كشفت أن المرأة التي تميل إلى مقارنة مظهرها مع الآخرين هي أكثر عرضة للتناقضات المتعلقة بالوزن والشعر والوجه.

دراسة "Valenzuela, Park & Kee, 2009" (41)

عرضت هذه الدراسة لعلاقة استخدام برنامج التواصل الاجتماعي فيس بوك والسلوكيات المرتبطة بتعزيز رأس المال الاجتماعي والسلوك العام، واستخدمت المنهج الكمي، واتخذت من الاستبانة الإلكترونية أداة لها، طبقتها على عينة اختيرت عشوائياً من طلبة الجامعات بولاية تكساس الأمريكية. بينت النتائج أن هناك علاقة إيجابية بين كثافة استخدام فيس بوك وكل من الرضا العام عن الحياة والمشاركة الاجتماعية والسياسية؛ وهو ما يعني أنه كلما زاد استخدام الفرد لموقع فيس بوك زاد نشاطه ومشاركته الاجتماعية والسياسية. كما بينت النتائج أن استخدام موقع فيس بوك مرتبط بزيادة الرأس المال الاجتماعي من خلال تكوين علاقات وصدقات، وتنفي الدراسة أن استخدام موقع فيس بوك قد يضر بالأشخاص ويؤدي إلى عزلتهم.

التعليق على الدراسات السابقة

أوضحت الدراسات السابقة الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي الكثيف، وخصوصاً بين فئة الشباب؛ وذلك لما لهذه المواقع من تأثير على الحالة النفسية؛ فقد كشفت الدراسات ارتباط الاستخدام المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي وانخفاض الحالة النفسية وظهور أعراض نفسية كثيرة، منها الاكتئاب والشعور بعدم الرضا والانكفاء. وكشفت الدراسات أيضاً عن إدمان مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصاً بين فئة النساء، وتأثير ذلك على الجانب النفسي والاجتماعي لديهن. كما كشفت عن وجود علاقة بين النرجسية والإدمان؛ إذ إن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يغذي الذات ويشبع الرغبة النرجسية لدى الأشخاص.

إلا أن الدراسات الحديثة قد بينت أن هناك توجهاً جديداً، ولا سيما في الفترة

الأخيرة، نحو دراسة الآثار الاجتماعية؛ مثل حالة " الفومو " أو الخوف من ضياع الفرص والمقارنة الاجتماعية مع الآخرين، وقد بينت دراسة حديثة أن هناك ارتباطاً بين الاستخدام الكثيف لمواقع التواصل الاجتماعي والشعور بحالة " الفومو " (42)، كما بينت أبحاث (43) أن الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي يعزز الشعور بالنقص والمقارنة بالآخرين؛ بسبب شعور المستخدمين بضياع الفرص، وبعدم مقدرتهم على اللحاق بالآخرين؛ ومن ثم يتولد لديهم إحساس بضرورة البقاء على اتصال أو تواصل دائم، وأوضحنا دراسات أن مواقع التواصل الاجتماعي تعرض مستخدميها، وخصوصاً الشباب، لحالة من المقارنة مع الغير وعدم الرضا والشعور بالإحباط؛ لعدم مقدرتهم على العيش بالطريقة ذاتها التي يشاهدونها على مواقع التواصل الاجتماعي. ومن جانب آخر بينت دراسات أن هناك ارتباطاً بين تقييم الإنسان لذاته وشعوره بـ " الفومو "، وخلصت إلى أن انخفاض تقييم الذات يرتبط بشكل كبير بميل الإنسان إلى الشعور بـ " الفومو ".

الإطار النظري

تعتبر نظرية المقارنة الاجتماعية من بين المفاهيم الاجتماعية والنفسية المنطقية الأكثر رسوخاً والأكثر شهرة، وهي تستند إلى العمل الرائد للباحث ليون فيستنجر، الذي جادل فيه بأن البشر لديهم دافع فطري لتقييم آرائهم وقدراتهم. ورأى أن الهدف الرئيسي من هذا الدافع هو تقليل عدم اليقين بالذات وعدم الثقة بالقدرات الشخصية، والاتجاه الدائم لتقييم الذات (44).

وتؤكد نظرية المقارنة الاجتماعية أن الإنسان لديه دافع شخصي للحصول على تقييم ذاتي دقيق، من خلال مقارنة آرائه وقدراته بآراء الآخرين وقدراتهم؛ ذلك للحد من عدم اليقين، وسعيًا لتعلم كيفية تعريف الذات.

وتوفر مواقع التواصل الاجتماعي بيئة خصبة ومثالية للمقارنة الاجتماعية؛ إذ تقدم مساحة واسعة للاستعراض والتفاخر والعرض، من خلال نشر الأفكار والمعتقدات والآراء، بالإضافة إلى نشر الصور الشخصية والأحداث اليومية والإنجازات المحققة والرحلات وتوثيق العلاقات والحالة الاجتماعية؛ وهو ما يؤدي إلى المقارنة مع

الآخرين⁽⁴⁵⁾، وبينت الدراسات أن المقارنة الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي إلى مشاعر سلبية؛ مثل الغيرة والحسد والاكئاب والقلق والتصور السلبي للذات.

ومن المعارف عليه أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يقومون بعرض الجانب الإيجابي من حياتهم، ويسعون دائماً إلى إظهار أنفسهم بصورة مثالية أقرب إلى المبالغة؛ مما يؤدي إلى التأثير سلباً على متابعيهم الذين يقومون بمقارنة حياتهم وواقعهم مع صور مثالية إيجابية وغير واقعية. وأشارت الدراسات إلى أن متابعة الصور والملفات الشخصية المثالية والجذابة في مواقع التواصل الاجتماعي ترتبط سلباً برضا الإنسان عن شكله الخارجي⁽⁴⁶⁾.

منهجية الدراسة

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وتعتمد على المنهج المسحي للوصول إلى نتائج علمية، تجيب عن تساؤلات الدراسة وفروضها، كما تعتمد على المنهج الوصفي؛ لأنها تسعى إلى جمع بيانات حول مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، والكشف عن أثر هذا الاستخدام على سلوكياتهم ومقارنتهم الاجتماعية، وفي الوقت نفسه تهتم الدراسة بتفسير الظواهر التي من شأنها أن تسهم في فهم واقع مواقع التواصل الاجتماعي وتحليله. وبعد المنهج المسحي من أكثر المناهج العلمية أهمية وانتشاراً في البحوث الوصفية والاستكشافية، ويهدف إلى تشخيص المشكلة أو الظاهرة المراد دراستها ووصفها وتحليلها وعقد الارتباطات والعلاقات بين المتغيرات المختلفة، كما يهدف إلى تحديد الوضع الحالي للمشكلة، وعرض حقائق تفصيلية ومقارنات؛ ومن ثم إصدار الأحكام التقييمية، وهو منهج يلائم هذا النوع من الدراسات وأهدافها والإجابة عن تساؤلاتها.

عينة الدراسة

تستخدم هذه الدراسة أسلوب العينة؛ نظراً لصعوبة القيام بدراسة، تشمل جميع مفردات مجتمع الدراسة "المسح الشامل"، (الشباب الكويتي)، وهو مجتمع كبير؛ إذ يبلغ عدد الشباب في الكويت 351,197 نسمة⁽⁴⁷⁾؛ ومن ثم اختيرت عينة بطريقة غير

احتمالية من الكويتيين الشباب، بلغ حجمها 4275 شاباً وشابة؛ بواقع (2404 من الذكور و1871 من الإناث)، ويساعد هذا النوع من العينات على سهولة الوصول إلى شريحة أفراد المجتمع المستهدف، كما أنه ينسجم مع أهداف الدراسة، فضلاً عن أنه طريقة غير مكلفة مادياً⁽⁴⁸⁾. اختيرت العينة من خلال إرسال دعوات للمشاركة في الاستبانة عبر الاستمارة الإلكترونية، وجهت إلى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الشباب والحسابات التي تعنى بأمورهم، وذلك اعتماداً على google forms، مع التنويه إلى أن الاستبانة تستهدف الشباب الكويتي، وأن المشاركة فيها إنما هي من قبيل التطوع، وأن المحافظة على سرية البيانات والمعلومات مكفولة ومؤكدة، ولن تستخدم إلا في مجال البحث العلمي حصراً؛ للوصول إلى أقصى درجات الصدق في استجابة المشاركين. وعلى الرغم من أن العينة غير احتمالية، فإنه تم مراعاة عدم التحيز في اختيار العينة؛ لتكون ممثلة لمختلف شرائح الشباب.

أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة على أسلوب الاستبانة الإلكترونية؛ أي من خلال توزيع استمارات إلكترونية وتعبئتها رقمياً، وقد وزعت على الشباب الكويتي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ما بين شهري أكتوبر ونوفمبر 2020م. واحتوت الاستبانة على عدة متغيرات رئيسية وثلاثة محاور.

المحور الأول: الأسئلة التي تضمنت بعض المعلومات الأساسية عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومتابعة المؤثرين. لقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يومياً؛ سُئل المستجوبون عن مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يومياً، وجاءت الإجابات ضمن ميزان وزني، يحتوي على خمسة اختيارات، تبدأ بـ (أقل من ساعة) = 1 وتنتهي بـ (أكثر من 6 ساعات يومياً) = 5. أما بشأن مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً؛ فُسئل المستجوبون عن استخدام كل من تويتر وانستغرام وسناب شات وتيك توك، وجاءت الإجابات نعم = 1 أو لا = 2.

ولقياس مدى متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي؛ سُئل المستجوبون عن

عدد مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي الذين يتابعونهم. كما سُئلوا عن كل من مدى رضاهم عن محتوى مواقع التواصل الاجتماعي، وعن مدى رضاهم عن محتوى مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي، وجاءت الإجابات ضمن ميزان وزني، يحتوي على خمسة اختيارات تبدأ بـ (غير راضٍ تماماً) = 1، وتنتهي بـ (راضٍ تماماً) = 5.

المحور الثاني: مجموعة مقياس أعدت لتتوافق مع أهداف الدراسة، وتركز على تأثير " الفومو " والمقارنة الاجتماعية والحالة النفسية.

وتم شرح هذه المقاييس على النحو الآتي:

- مقياس " الفومو " : اعتمد على مقياس بيرنسلكي⁽⁴⁹⁾، ويتكون من عشر عبارات، تخص الشعور بضيق الفرص والخوف من عدم اللحاق بالآخرين، وقد تم تعديل العبارات وتكييفها بما يتناسب مع أهداف الدراسة والبيئة العامة⁽⁵⁰⁾، ومن أمثلة هذه العبارات: " أخاف أن يفعل الناس أموراً لم أقم بها "، و " أشعر بالقلق عندما يخرج أصدقائي ويستمتعون ولا أكون معهم ". وللإجابة عن أسئلة المقياس، جاء مقياس الاتجاه خماسياً بـ (لا أوافق بتاتاً) = 1، و (أوافق تماماً) = 5.
- مقياس المقارنة الاجتماعية: استخدم مقياس جينز وبنك⁽⁵¹⁾ للمقارنة الاجتماعية، وقد تم تعديله؛ ليتناسب مع أهداف الدراسة والمقارنة مع مشاهير ومؤثري مواقع التواصل الاجتماعي. يتكون المقياس من ست عبارات؛ مثل " أقارن نفسي دوماً بالمؤثرين "، و " لكي أعرف ما حققت في حياتي أقوم بمقارنة إنجازاتي مع إنجازات الآخرين ". وللإجابة عن أسئلة المقياس، جاء مقياس الاتجاه خماسياً بـ (لا أوافق بتاتاً) = 1، و (أوافق تماماً) = 5.

- مقياس الحالة النفسية: اقتبس هذا المقياس من دراسة دانك وكواند⁽⁵²⁾، وتم تعديله ليتناسب مع أهداف هذه الدراسة. يتضمن المقياس سبع عبارات، تدل على التوتر والاكتئاب والوحدة، وسُئل المستجوبون عن حالتهم النفسية خلال الأسبوعين الماضيين، وتمثلت الأسئلة فيما يأتي: خلال الأسبوعين الماضيين: " ما مدى

شعورك بأنك تفتقد الرفقة؟"، و "ما مدى شعورك بالعزلة؟"، وعبارات؛ مثل "أشعر بالاكئاب وفقدان الأمل". وللإجابة عن أسئلة المقياس، جاء مقياس الاتجاه رباعياً بـ (ولا مرة)=1، و (دائماً)=6.

المحور الثالث: اشتمل على الأسئلة الديموغرافية لأفراد العينة من الشباب، واستهدفت كلاً من النوع والعمر والحالة التعليمية.

خطوات الدراسة

طبقت أسئلة الدراسة في دراسة استطلاعية، على مجموعة تجريبية، مكونة من 50 مستجيباً ومستجيبة؛ للوقوف على الأخطاء والتحقق من ثبات المقياس.

إجراءات الصدق

يتسم المقياس بالصدق متى ما كان صالحاً لتحقيق الأهداف المرجوة وقياس ما ينبغي أن يقيس فعلاً. واعتمدت الدراسة على الصدق الظاهري الذي يعبر عن اتفاق المحكمين على أن المقاييس صالحة فعلاً لتحقيق الهدف الذي أعدت لأجله. وقد عرضت الاستبانة على مجموعة أساتذة إعلام من أعضاء هيئة التدريس في جامعة الكويت⁽⁵³⁾، طلب منهم تحديد مدى تحقيق هذه العبارات لأهداف الدراسة وتحديد أي غموض فيها؛ ومن ثم أجريت التعديلات اللازمة وفق آراء المحكمين.

إجراءات الثبات

قامت الدراسة بالتأكد من الثبات بواسطة استخدام ألفا كرونباخ للمقاييس الثلاثة. وجاءت نتائج الثبات عالية لاثنتين من المقاييس وضعيفة نوعاً ما لمقياس المقارنة الاجتماعية؛ وهو ما يعني صحة استخدام المقاييس وتحقيقها لهدف الدراسة، وجدول (1) يحتوي على مقاييس الثبات لكل من المقاييس الثلاثة المستخدمة في الدراسة:

جدول (1)

مقاييس الثبات المستخدمة في الدراسة

المقاييس	عدد الأسئلة	ألفا كرونباخ
المقارنة الاجتماعية	6	0.57
" الفومو "	10	0.84
الحالة النفسية	7	0.84

الإجراءات الإحصائية

اعتمدت الدراسة على مجموعة من الإجراءات الإحصائية، من خلال استخدام البرنامج الإحصائي الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (النسخة 24)، وكانت هذه الإجراءات على النحو الآتي:

التكرار والنسب: من خلال العدد والنسب المئوية.

الإحصاء الوصفي: من خلال المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

اختبار قيمة (ت): للفروق بين متوسطات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين أفراد العينة من الذكور والإناث.

انحدار خطي متعدد: لقياس العوامل المؤثرة في مصداقية وسائل الإعلام.

اختبار معامل الارتباط بيرسون: وذلك لقياس قوة العلاقة بين المتغيرات ودرجتها.

نتائج الدراسة

أولاً: خصائص العينة

جدول (2) يوضح الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة.

جدول (2)
الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

المتغير	فئات المتغير	العدد = 4275	النسبة %
النوع	ذكر	2404	56.2
	أنثى	1871	43.8
العمر	15 إلى 20 عاماً	1227	28.7
	21 إلى 25 عاماً	1783	41.7
	26 إلى 30 عاماً	1265	29.6
الحالة التعليمية	المرحلة الثانوية	236	5.5
	الشهادة الثانوية	244	5.7
	المرحلة الجامعية	2787	65.2
	معاهد خاصة ودبلوم	159	3.7
	دراسات عليا	172	4.0
	لا أدرس حالياً	677	15.8

يوضح جدول (2) توزيع عينة الدراسة بين الفئات العمرية المختلفة والمراحل الدراسية. وإجمالاً كان 56.2% من المستجوبين من الذكور و43.8% من الإناث. كما بوضح أن 41.7% من أفراد العينة كانوا ما بين 21 و25 عاماً، و28.7% كانوا ما بين 15 و20 عاماً و29.6% ما بين 26 و30 عاماً. وأشارت النتائج إلى أن أقل من ثلثي العينة تقريباً (65.2%) هم في المرحلة الجامعية.

ثانياً: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (3) يبين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين أفراد العينة.

جدول (3)
استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الموقع	العدد = 4275	النسبة %
إنستغرام	4001	93.6
سناب شات	3988	93.3
تويتر	3474	81.3
تيك توك	1295	30.3

تشير النتائج في جدول (3) إلى أن 93.6% من أفراد العينة يستخدمون موقع إنستغرام، و93.3% يستخدمون سناب شات، فيما يستخدم موقع تويتر 81.3%. من جانب آخر، بينت النتائج انخفاض عدد مستخدمي موقع تيك توك بالمقارنة مع مواقع التواصل الأخرى؛ إذ بلغت نسبة مستخدميها من أفراد العينة 30.3% فقط.

كما أشارت النتائج إلى أن 41% من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من 6 ساعات يومياً، بينما يستخدمها 25% من أفراد العينة من أربع إلى ست ساعات يومياً، و22.4% يقضون من ساعتين إلى أربع ساعات على مواقع التواصل الاجتماعي يومياً.

أما ما يتعلق بمدى الرضا عن محتوى مواقع التواصل الاجتماعي؛ فقد بينت النتائج أن 54.6% من أفراد العينة محايدون، فيما أكد 19% أنهم راضون عن محتوى مواقع التواصل الاجتماعي، وأعرب 4.5% عن أنهم راضون تماماً. وأشارت الدراسة إلى أن 14.2% غير راضين، فيما ذكر 7.75% من العينة أنهم غير راضين تماماً عن محتوى مواقع التواصل الاجتماعي.

وللتحقق من الفروق بين الذكور والإناث في مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؛ استخدم اختبار (ت) لمعرفة إذا ما كان هناك فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث من أفراد العينة في مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وجدول (4) يوضح نتائج اختبار (ت).

جدول (4)

اختبار قيمة (ت) للفروق في معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير (النوع)

مستوى الدلالة	ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	النوع	
.00	10.25-	1.15	3.77	2404	ذكر	معدل استخدام مواقع
		1.00	4.12	1871	أنثى	التواصل الاجتماعي

يبين اختبار قيمة (ت) في جدول (4) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط ساعات الاستخدام بين الذكور والإناث؛ إذ كانت قيمة (ت) = -10.25، وهي قيمة دالة إحصائية.

$t(4275) = -10.25, P = .00$ ؛ مما يعني أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية في معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الذكور والإناث.

ثالثاً: مؤثر مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (5) يبين عدد المؤثرين الذين يتابعهم أفراد العينة.

جدول (5)

عدد المؤثرين الذين يتابعهم أفراد العينة

النسبة %	العدد = 4275	عدد المؤثرين
38.3	1639	من صفر إلى 5 مؤثرين
24.4	1044	من 6 إلى 10 مؤثرين
12.7	542	من 11 إلى 15 مؤثراً
5.9	253	من 16 إلى 20 مؤثراً
18.6	797	أكثر من 20 مؤثراً

يشير جدول (5) إلى أن 38.3 % من أفراد العينة يتابعون على مواقع التواصل الاجتماعي في حدود 5 مؤثرين ، وأن 24.4% يتابعون من 5 إلى 10 مؤثرين ، فيما يتابع 18.6% من أفراد العينة أكثر من 20 مؤثراً.

أما ما يتعلق بمدى الرضا عن محتوى مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي ؛ فبينت النتائج أن 43.3% من أفراد العينة محايدون ، فيما أكد 24.3% عدم رضاهم تماماً عن محتوى مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي ، وذكر 25.4% أنهم غير راضين . ومن جانب آخر بين 5.9% فقط من أفراد العينة رضاهم عن محتوى المؤثرين ، و 1.1% ذكروا أنهم راضون تماماً .

تابعاً : مقاييس الدراسة

-مقياس المقارنة الاجتماعية مع مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي : هو مقياس يحدد مدى مقارنة الأشخاص أنفسهم بالآخرين وحياتهم وميل الأشخاص إلى المقارنة ومتابعة الآخرين ، وقد استخدم مقياس المقارنة الاجتماعية ⁽⁵⁴⁾ مع إضافة بعض التعديلات ؛ ليتناسب مع أهداف هذه الدراسة التي تعنى بالمقارنة الاجتماعية مع مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي . ويحتوي المقياس على عشر عبارات ، و جدول 6 يوضح نتائج المقارنة الاجتماعية مع مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي .

جدول (6)

مقياس المقارنة الاجتماعية مع مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد = 4275	العبارات
0.97	1.83	4275	أقارن دوماً بين ما أفعل وما يفعله المؤثرون
1.16	2.68	4275	أنا لست من النوع الذي يقوم بالمقارنة مع المؤثرين (فيما يخص ما يملكون ولبسون ورحلاتهم) *
1.11	2.82	4275	إذا أردت الحصول على معلومات عن أي شيء ، أحاول دوماً معرفة رأي الآخرين به

0.98	1.71	4275	لكي أعرف ما حققت في حياتي؛ أقارن إنجازاتي مع إنجازات المشاهير
0.99	1.70	4275	أقارن دوماً بين (أهلي، زوجي، خطيبي) وأهل المشاهير في إعطاء الهدايا والسفريات والمفاجآت
1.16	2.63	4275	أحب معرفة ما يقوم به الناس عندما يتعرضون للمواقف نفسها التي أتعرض لها

يتكون المقياس من 1 إلى 5؛ بحيث 1=غير راضٍ تماماً و5=راضٍ تماماً * إعادة الترميز variables reversed coded

يشير جدول (6) إلى أن عبارة "إذا أردت الحصول على معلومات عن أي شيء، أحاول دوماً معرفة رأي الآخرين به" أتت في المقدمة، بمتوسط حسابي = 2.82 وانحراف معياري = 1.11، وفي المرتبة الثانية أتت عبارة "أنا لست من النوع الذي يقوم بالمقارنة مع المشاهير (فيما يخص ما يملكون ويلبسون ورحلاتهم)"، بمتوسط حسابي = 2.68 وانحراف معياري = 1.16، وفي المرتبة الثالثة أتت عبارة "أحب معرفة ما يقوم به الناس عندما يتعرضون للمواقف نفسها التي أتعرض لها"، بمتوسط حسابي = 2.63 وانحراف معياري = 1.16. وقد تم دمج العبارات العشر المتعلقة بالمقارنة الاجتماعية لبناء مقياسها، وكان المتوسط الحسابي لمقياس المقارنة الاجتماعية مع مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي = 2.22 وانحراف معياري = 0.61.

- مقياس "الفومو": هو مقياس يعنى بقياس مدى شعور الإنسان بحالة ضياع الفرص والخوف من عدم القدرة على اللحاق بالآخرين. واستخدم مقياس بريسلكي لقياس حالة "الفومو"⁽⁵⁵⁾، وهو يتكون من عشر عبارات، تختص بالشعور بضياع الفرص، وجدول (7) يوضح النتائج.

جدول (7)
مقياس " الفومو "

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد = 4275	العبارات
1.02	2.08	4275	أخاف أن يفعل الناس أموراً لم أقم بها
1.03	2.14	4275	أخاف أن يقوم أصدقائي بأمر لم أفعلها من قبل
1.06	2.04	4275	أشعر بالقلق عندما يخرج أصدقائي ويستمتعون ولا أكون معهم
1.10	2.12	4275	أشعر بالانزعاج إذا كنت لا أعرف الأشياء التي يقوم بها أصدقائي
1.21	2.69	4275	من المهم أن أعرف وأفهم الطرائف (المزح) التي يقولها أصدقائي
1.27	2.73	4275	أحياناً أشعر بأنني أضعت الكثير من الوقت في تتبع الأشياء والآخرين
1.15	2.29	4275	أنزعج وأشعر بالإحباط إذا خرج أصدقائي ولم أستطع أن أكون معهم
1.23	2.59	4275	أشعر بأهمية تصوير اللحظات الجميلة والأكل والأماكن التي أذهب إليها لتحميلها في حسابي على سناب أو إنستغرام
1.18	2.46	4275	أشعر بالحزن عندما يفوتني أو لا أستطيع الخروج مع أصدقائي
1.17	2.51	4275	عندما أسافر أو أكون مشغولة، يهمني إلقاء نظرة على حسابات أصدقائي في مواقع التواصل الاجتماعي

يتكون المقياس من 1 إلى 5؛ بحيث 1=غير راضٍ تماماً و5=راضٍ تماماً.

يشير جدول (7) إلى أن عبارة " أحياناً أشعر بأنني أضعت الكثير من الوقت في تتبع الأشياء والآخرين " ضمن مقياس " الفومو " أتت في المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي=2.73 وانحراف معياري=1.27، وفي المرتبة الثانية أتت عبارة " من المهم أن أعرف وأفهم الطرائف (المزح) التي يقولها أصدقائي "، بمتوسط حسابي=2.69 وانحراف

معياري = 1.21 . وقد تم دمج العبارات العشر المتعلقة بالخوف من فوات الفرص لبناء مقياس " الفومو " ، وكان المتوسط الحسابي للمقياس = 2.36 والانحراف المعياري = 0.73 .

- مقياس الحالة النفسية : هو مقياس يعنى بالحالة النفسية ومدى شعور الأشخاص بالضغوطات النفسية ؛ مثل الإحباط والتوتر والعزلة ، وتم اقتباس مقياس الحالة النفسية من دراسة سابقة⁽⁵⁶⁾ ، مع إضافة تعديلات ؛ ليتناسب مع أهداف هذه الدراسة ، وجدول (8) يوضح النتائج .

جدول (8)

مقياس الحالة النفسية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد = 4275	العبارات
0.98	1.98	4275	ما مدى شعورك بأنك تفتقر إلى الرفقة؟
0.97	1.86	4275	ما مدى شعورك بأنك مهممل وليس لديك أحد؟
1.02	2.10	4275	ما مدى شعورك بالعزلة؟
0.98	2.34	4275	أشعر بالتوتر والانفعال
1.07	2.40	4275	لا أستطيع التوقف أو التحكم بالقلق والتفكير
0.96	1.99	4275	ليس لدي اهتمام أو استمتاع في عمل الأشياء
0.94	1.81	4275	أشعر بالاكئاب وفقدان الأمل

يتكون المقياس من 1 إلى 5 ؛ بحيث 1= غير راضٍ تمام و 5= راضٍ تماماً .

تشير نتائج جدول (8) إلى أن عبارة " لا أستطيع التوقف أو التحكم بالقلق والتفكير " حصلت على أعلى متوسط حسابي ، وهو = 2.40 وانحراف معياري = 1.07 ، يليها عبارة " أشعر بالتوتر والانفعال " ، بمتوسط حسابي = 2.34 وانحراف معياري بلغ = 0.98 . ويدل هذا على أن العبارات المتعلقة بالتوتر والقلق هي أكثر المضامين التي يشكو منها أفراد العينة . وقد تم دمج العبارات السبع المتعلقة بقياس الحالة النفسية والتوتر والعزلة والاكئاب لبناء مقياس الحالة النفسية ، وكان المتوسط الحسابي للمقياس = 2.06 والانحراف

المعياري = 0.71. ويشير المقياس السابق إلى أن ارتفاع معدل المتوسط الحسابي يعني أن الشخص يعاني من اضطرابات نفسية.

أما الفروق بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالمقاييس النفسية الثلاثة؛ فقد استخدم اختبار (ت) لمعرفة إذا ما كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من أفراد العينة وكل من مقاييس "الفومو"، والمقارنة الاجتماعية، والحالة النفسية، وجدول (9) يوضح النتائج.

جدول (9)

اختبار قيمة (ت) للفروق بين المقاييس تبعاً لمتغير (النوع)

النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ت	مستوى الدلالة
مقياس "الفومو"	ذكر	2404	2.34	1.85-	**0.00
	أنثى	1871	2.38		
مقياس المقارنة الاجتماعية مع مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي	ذكر	2404	2.23	0.84	*0.03
	أنثى	1871	2.21		
مقياس الحالة النفسية	ذكر	2404	1.93	13.52-	0.17
	أنثى	1871	2.23		

يبين اختبار قيمة (ت) في جدول (9) وجود فروق ذات دلالة إحصائية قوية بين متوسط الشعور بحالة "الفومو" بين الذكور والإناث؛ إذ كانت قيمة (ت) = -1.85، بمستوى دلالة (0.00) باستخدام دلالة $\alpha=0.05$

$$t(4275) = -1.85, p = .00$$

كما يبين اختبار قيمة (ت) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ضعيفة بين متوسط المقارنة الاجتماعية مع مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي بين الذكور والإناث؛ إذ كانت

قيمة (ت) = 0.84 باستخدام دلالة $\alpha=0.05$

$t(4275)=0.84, p=0.03$. أما الفروق بين الذكور والإناث في الحالة النفسية؛ فلم تكن ذات دلالة إحصائية.

اختبار الفروض

تسعى الدراسة إلى اختبار خمسة فروض رئيسية، هي:

أولاً: توجد دلالة إحصائية بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومعدل الحالة النفسية، وتم اختبار معامل الارتباط (بيرسون) لدراسة العلاقة بين متغير (استخدام مواقع التواصل الاجتماعي) ومتغير (الحالة النفسية)، وأشارت النتائج إلى وجود ارتباط إحصائي قوي بين المتغيرين $R=0.15, N=4275, P=0.00$

وهو ما يؤكد فرض الدلالة الإحصائية بوجود علاقة قوية بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والحالة النفسية؛ إذ إنه كلما ارتفع معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ارتفعت معه الضغوط النفسية، وأثر ذلك على حالة الفرد النفسية (الاكتئاب والتوتر والعزلة).

ثانياً: توجد دلالة إحصائية بين معدل الحالة النفسية وحالة "الفومو"، وتم اختبار معامل ارتباط (بيرسون) لدراسة العلاقة بين (الحالة النفسية) ومتغير ("الفومو")، وأشارت النتائج إلى وجود ارتباط إحصائي قوي بين المتغيرين $R=0.35, N=4275, P=0.00$ ؛ وهو ما يؤكد فرض الدلالة الإحصائية بوجود علاقة قوية بين الحالة النفسية والشعور بـ "الفومو"؛ إذ إنه كلما ارتفع معدل الضغوط النفسية (الاكتئاب والتوتر والعزلة) ارتفع معه الشعور بـ "الفومو"، والخوف من فوات الفرص.

ثالثاً: توجد دلالة إحصائية بين متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي والمقارنة الاجتماعية مع المؤثرين، وتم اختبار معامل ارتباط (بيرسون) لدراسة العلاقة بين متغير (معدل متابعة المؤثرين) ومتغير (المقارنة الاجتماعية مع المؤثرين)، وأشارت نتائج معامل

الارتباط إلى وجود علاقة إحصائية قوية بين المتغيرين $R=0.17, N=4275, P=0.00$ ؛ مما يؤكد فرض الدلالة الإحصائية، وهو أنه كلما زاد عدد المؤثرين الذين يتابعهم أفراد العينة ارتفع معدل المقارنة الاجتماعية معهم.

رابعاً: توجد دلالة إحصائية بين متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي و"الفومو"، وتم اختبار معامل ارتباط (بيرسون) لدراسة العلاقة بين متغير ("الفومو") ومتغير (معدل متابعة المؤثرين)، وأشارت النتائج إلى وجود علاقة إحصائية قوية بين المتغيرين $R=0.14, N=4275, P=0.00$ ؛ مما يؤكد الدلالة الإحصائية وجود علاقة بين مدى متابعة المؤثرين وحالة "الفومو"؛ إذ إنه كلما ارتفع عدد المؤثرين الذين يتابعهم أفراد العينة ارتفعت حالة "الفومو" لديهم، والخوف من ضياع الفرص؛ وهو ما يؤكد وجود علاقة قوية بين متابعة المؤثرين والإصابة بحالة "الفومو".

خامساً: توجد دلالة إحصائية إيجابية بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وحالة "الفومو"، وتم اختبار معامل (بيرسون) لدراسة العلاقة بين متغير ("الفومو") ومتغير (معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي)، وأشارت النتائج إلى وجود علاقة إحصائية قوية بين المتغيرين $R=0.12, N=4275, P=0.00$ ؛ وهو ما يؤكد الدلالة الإحصائية بوجود علاقة بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وحالة "الفومو"؛ أي إنه كلما ارتفع معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ارتفعت لدى أفراد العينة حالة "الفومو".

للإجابة عن تساؤل الدراسة المتعلق بمعرفة العلاقة بين كل من "الفومو" والمقارنة الاجتماعية والحالة النفسية والمتغيرات المفسرة لكل من هذه المقاييس الثلاثة، تم اختبار نموذج الانحدار الخطي المتعدد لكل من مقياس "الفومو"، ومقياس المقارنة الاجتماعية، ومقياس الحالة النفسية، وجدول (10) يوضح نتائج اختبار نموذج الانحدار الخطي المتعدد لكل من المقاييس الثلاثة.

جدول (10)

الانحدار الخطي المتعدد لمقاييس الدراسة والمتغيرات المفسرة

الحالة النفسية			المقارنة الاجتماعية مع مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي			فومو			المتغيرات المفسرة
دلالة ت	قيمة ت	بيتا	دلالة ت	قيمة ت	بيتا	دلالة ت	قيمة ت	بيتا	
0.37	-89	-0.00	**0.00	6.06	0.03	**0.00	2.77	0.01	عدد المؤثرين
**0.00	8.29	0.07	**0.00	-5.01	-0.03	**0.00	5.21	0.04	مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
0.21	-1.22	-0.01	**0.00	9.29	0.08	0.43	0.78	0.00	الرضا عن محتوى المؤثرين
0.26	-1.11	-0.01	.11	1.59	0.01	**0.00	5.89	0.06	الرضا عن محتوى مواقع التواصل الاجتماعي
**0.00	6.07	0.11				**0.00	30.76	0.50	المقارنة الاجتماعية
**0.00	18.09	0.29	**0.00	30.76	0.36				" الفومو "
			**0.00	6.07	0.07	**0.00	18.09	0.24	الحالة النفسية

أولاً: توضح النتائج معامل ارتباط بيرسون بين " الفومو " والمتغيرات المستقلة، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط $R=0.56$ قيمة مربع معامل الارتباط (0.32) وقيمة مربع معامل الارتباط المعدل (0.32)؛ أي المتغيرات المستقلة تفسر 32% من التباين الحاصل في مقياس " الفومو ". وتبين نتائج تحليل أنوفا لاختبار معنوية الانحدار أن قيمة ف (335.65)، بمستوى دلالة $Sig.=0.00$ ، وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05؛ ومن ثم توجد علاقة إحصائية بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع (" الفومو ").

كما جاءت قيمة بيتا، التي توضح العلاقة بين " الفومو " وعدد متابعة المؤثرين بقيمة

(0.03)، ذات دلالة إحصائية؛ إذ يمكن استنتاج ذلك من قيمة t والدلالة المرتبطة بها؛ ويعني ذلك أنه كلما ارتفع عدد المؤثرين الذين يتابعهم أفراد العينة ارتفع معدل "الفومو". وكذلك جاءت قيمة بيتا لمتغير معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بقيمة (0.06) مؤثرة وذات دلالة إحصائية؛ وهو ما يعني أنه كلما ارتفع معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ارتفع معدل "الفومو" لدى الأشخاص. كما جاءت قيمة بيتا لكل من متغير "الرضا عن محتوى مواقع التواصل الاجتماعي" ومتغير "المقارنة الاجتماعية" ومتغير "الحالة النفسية" ذات دلالة إحصائية قوية؛ مما يعني ارتباط هذه المتغيرات مع متغير "الفومو". أما متغير "الرضا عن محتوى المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي"؛ فلم تكن ذات دلالة إحصائية.

ثانياً: توضح النتائج معامل ارتباط بيرسون بين المقارنة الاجتماعية والمتغيرات المستقلة؛ حيث بلغت قيمة معامل الارتباط $R = 0.53$ قيمة مربع معامل الارتباط (0.28) وقيمة مربع معامل الارتباط المعدل (0.28)؛ أي المتغيرات المستقلة تفسر 28% من التباين الحاصل في مقياس المقارنة الاجتماعية. وتبين نتائج تحليل أنوفا لاختبار معنوية الانحدار أن قيمة F (283.06)، بمستوى دلالة $Sig. = 0.00$ ، وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05؛ ومن ثم توجد علاقة إحصائية بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع (المقارنة الاجتماعية).

كما جاءت قيمة بيتا، التي توضح العلاقة بين المقارنة الاجتماعية وعدد متابعة المؤثرين (0.03)، ذات دلالة إحصائية؛ إذ يمكن استنتاج ذلك من قيمة t والدلالة المرتبطة بها؛ ويعني ذلك أنه كلما ارتفع عدد متابعة المؤثرين لدى أفراد العينة ارتفع معدل المقارنة الاجتماعية. كما جاءت قيمة بيتا، التي توضح العلاقة بين المقارنة الاجتماعية والرضا عن محتوى المؤثرين (0.08)، ذات دلالة إحصائية، ويمكن استنتاج ذلك من قيمة t والدلالة المرتبطة بها، ويعني ذلك أنه كلما ارتفع معدل الرضا عن محتوى المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي ارتفع معه معدل المقارنة الاجتماعية مع المؤثرين. كما تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية قوية بين كل من متغير "الفومو"، ومتغير "الحالة النفسية"؛ مما يعني ارتباط "الفومو" والحالة النفسية مع المقارنة الاجتماعية؛ أي أنه كلما ارتفع معدل "الفومو" ومعدل الضغوط النفسية ارتفع معدل المقارنة الاجتماعية.

ثالثاً: توضح النتائج معامل ارتباط بيرسون بين الحالة النفسية والمتغيرات المستقلة؛ حيث بلغت قيمة معامل الارتباط $R=0.38$ بقيمة مربع معامل الارتباط (0.14) وقيمة مربع معامل الارتباط المعدل (0.14)؛ أي المتغيرات المستقلة تفسر 14% من التباين الحاصل في مقياس الحالة النفسية. وتبين نتائج تحليل أنوفا لاختبار معنوية الانحدار أن قيمة ف (122.32) بمستوى دلالة $Sig.=0.00$ ، وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05؛ ومن ثم توجد علاقة إحصائية بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع (الحالة النفسية).

كما جاءت قيمة بيتا، التي توضح أن العلاقة بين الحالة النفسية ومدى متابعة مواقع التواصل الاجتماعي (0.12)، ذات دلالة إحصائية؛ إذ يمكن استنتاج ذلك من قيمة ت والدلالة المرتبطة بها؛ ويعني ذلك أنه كلما ارتفع معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ساءت حالة الأفراد النفسية. كما بينت نتائج الانحدار الخطي أن قيمة بيتا، التي توضح العلاقة بين الحالة النفسية والمقارنة الاجتماعية (0.10)، ذات دلالة إحصائية، بالإضافة إلى وجود علاقة إحصائية بين الحالة النفسية و"الفومو"، ويمكن استنتاج ذلك من قيمة ت والدلالة المرتبطة بها؛ وهو ما يعني أنه كلما ارتفع معدل المقارنة الاجتماعية ساءت الحالة النفسية وكلما ارتفع معدل الإحساس بـ"الفومو" لدى أفراد العينة ارتفعت لديهم الضغوطات النفسية المرتبطة بالعزلة والتوتر والإحباط.

مناقشة النتائج

أولاً: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

أشارت النتائج إلى أن 93.6% من الشباب يستخدمون موقع إنستغرام، و93.3% يستخدمون موقع سناب شات، و81.3% يستخدمون موقع تويتر، في حين يستخدم 30.3% موقع تيك توك. وتتفق هذه النتائج مع دراسات سابقة (السالم، 2020)، وجدت أن أكثر المواقع استخداماً في الكويت هو موقع إنستغرام 94.8%، يليه موقعاً سناب شات وتويتر. كما تتفق هذه النتائج مع ما وجدته الدراسات الدولية من أن موقع إنستغرام هو الأكثر نمواً وانتشاراً في العالم⁽⁵⁷⁾.

وأوضحت الدراسة أن غالبية أفراد العينة (41%) يستخدمون مواقع التواصل أكثر

من ست ساعات يومياً، بينما يقضي 25% من أفراد العينة من أربع إلى ست ساعات يومياً على مواقع التواصل الاجتماعي. وكشفت النتائج عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الذكور والإناث؛ إذ تبين أن الإناث يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الذكور، وقد يرجع السبب إلى طبيعة المجتمع الكويتي المحافظ، الذي يسمح للذكور بممارسة الأنشطة الخارجية والخروج أكثر من الإناث؛ مما يتيح لهن وقتاً أكثر لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وقضاء وقت أكبر على الإنترنت.

وفيما يتعلق بمؤثري مواقع التواصل الاجتماعي، تبين أن أكثر من ثلث العينة من الشباب (38.3%) يتابعون على مواقع التواصل الاجتماعي في حدود خمسة مؤثرين، و18.6% يتابعون أكثر من 20 مؤثراً. كما بينت النتائج عدم رضا وموافقة 50% من الشباب (غير راض تماماً=24.3% وغير راض=25.4%) عن محتوى المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي؛ مما يعني أن نصف الشباب الكويتي غير راضٍ عما يقدمه المؤثرون على مواقع التواصل الاجتماعي.

ثانياً: تقييم المقاييس

أما فيما يتعلق بالمقاييس النفسية الثلاثة؛ فأشارت الدراسة إلى أن المتوسط الحسابي لمقياس المقارنة الاجتماعية مع مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي = 2.22، في حين بلغ المتوسط الحسابي لمقياس "الفومو" 2.36 ومقياس الحالة النفسية = 2.06، وتبين هذه النتائج أن مقياس "الفومو" حصل على أعلى معدل بين الشباب؛ أي أنهم يعانون من حالة "الفومو"، بمعدل أكثر من المقارنة الاجتماعية والحالة النفسية.

ومن جانب آخر بينت نتائج الاختبارات الإحصائية أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في كل من مقياس "الفومو" والمقارنة الاجتماعية؛ أي أن هناك اختلافاً ذا مدلول إحصائي بين معدل الشعور بـ "الفومو" والمقارنة الاجتماعية بين الذكور والإناث، فيما أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في معدل الحالة النفسية.

وأوضحت الدراسة قبول الفرض الأول القائل : إن متغير معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على مستوى الحالة النفسية ؛ أي أنه كلما ارتفع معدل استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ارتفعت معه الضغوطات النفسية عليهم وساءت حالتهم النفسية . وقد تكون هذه النتائج منطقية ومتوقعة وتتفق مع الدراسات السابقة ؛ حيث تؤكد الدراسات وجود ارتباط بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانخفاض مستوى الرضا عن الحياة والراحة النفسية⁽⁵⁸⁾ ، كما أكدت الدراسات أن الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي يرتبط بعدة آثار جانبية ؛ مثل تردي العلاقات الاجتماعية وتنامي الشعور بالوحدة والحزن⁽⁵⁹⁾ . وأشارت دراسة سابقة⁽⁶⁰⁾ إلى وجود علاقة بين ارتفاع عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والشعور بالعزلة والوحدة والابتعاد عن الحياة الاجتماعية . ومما لا شك فيه أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي إلى الشعور بالانعزال والوحدة وانخفاض معدلات الثقة بالنفس ؛ بسبب المحتوى التنافسي وما تعرضه هذه المواقع من رفاهية وسعادة ؛ مما يشعر المستخدمين بالمنافسة والإحباط وبعدم الرضا . وعلاوة على ذلك تؤدي المشاعر السلبية هذه إلى الاستخدام العكسي لمواقع التواصل الاجتماعي ؛ حيث تستخدم للتنفيس والهروب من الواقع والتعامل مع ضغوطات الحياة .

وأشارت نتائج اختبار الفرض الثاني إلى قبول قوي للفرض القائل : إن متغير (معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي) يؤثر على متغير حالة " الفومو " ؛ إذ إن العلاقة كانت قوية ، وهو ما يؤكد أنه كلما ارتفع معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تنامي الشعور بـ " الفومو " والخوف من فقدان الفرص ؛ إذ إن مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي إلى التنافس والشعور بالحاجة إلى اللحاق بالآخرين والاتصال الدائم حتى لا تضيع الفرص ، وهذا يتفق مع ما وجدته الدراسات السابقة عن علاقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والشعور بـ " الفومو " ؛ ومن ثم فإن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصورة مستمرة يؤدي إلى الشعور بالحاجة الدائمة إلى الوجود والاتصال واللحاق بالآخرين ومتابعتهم .

واختبرت الدراسة الفرض الثالث المرتبط بالعلاقة بين متغير (الحالة النفسية)

و "الفومو" ؛ حيث بينت نتائج الاختبار وجود ارتباط قوي بين المتغيرين ؛ فكلما ساءت الحالة النفسية وتصاعدت مشاعر الاكتئاب والعزلة والتوتر تنامي الشعور بـ "الفومو" . وتتفق هذه النتائج مع ما ذهبت إليه الأدبيات السابقة ؛ إذ أكدت الدراسات أن الأشخاص الذين يعانون من الوحدة والعزلة والاكتئاب هم أكثر عرضة للشعور بـ "الفومو" والإحساس بأن الآخرين قد سبقوهم في الإنجاز ، وتحقيق الأهداف ، وهذا بسبب المقارنة الاجتماعية والشعور بالتخلف عن الآخرين⁽⁶¹⁾ .

وأشارت نتائج اختبار الفرض الرابع إلى قبول قوي للفرض القائل : إن متغير (متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي) يؤثر على المقارنة الاجتماعية مع المؤثرين ؛ مما يعني أنه كلما ارتفع معدل متابعة المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي ارتفع معدل المقارنة الاجتماعية معهم . وتؤكد هذه النتيجة أن متابعة المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي إلى المقارنة معهم بسبب حياة الترف التي دأب المؤثرون على عرضها ؛ مثل المشتريات الباهظة الثمن والرحلات والحياة المثالية التي يقومون بعرضها . وتؤكد الدراسات⁽⁶²⁾ أن الشباب يقومون بمقارنة أنفسهم مع الآخرين كنوع من إشباع أوجه القصور التي يعانونها . ومن المؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح فرصة للمؤثرين لعرض حياتهم والتركيز على الجانب الإيجابي والعروض التسويقية ؛ مما يؤدي إلى تهيئة بيئة خصبة للمقارنة الاجتماعية من قبل متابعيهم الشباب .

وفي توجه مقارب اختبرت الدراسة في الفرض الخامس العلاقة بين معدل متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي ومتغير ("الفومو") ، وأوضحت النتائج وجود ارتباط قوي بين المتغيرين ؛ فكلما ارتفع معدل متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي ارتفعت نسبة "الفومو" . وتعزيزاً لما تقدم فإن متابعة المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي تعزز الشعور بالمقارنة الاجتماعية وتعرض المتابعين لضغوطات نفسية ؛ بسبب محتوى هؤلاء المؤثرين ، المتحيز إلى عرض المثاليات والتفاخر ونشر الإنجازات ؛ مما يولد إحساساً لدى متابعيهم بأنهم يقومون بأعمال أفضل منهم ، ويعيشون حياة أحسن من حياتهم ولديهم خبرات مجزية أكثر ، وهذا ما يقوم عليه أساس شعور "الفومو" . وتتفق هذه النتائج مع ما وجدته دراسة حديثة من أن الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى

الشعور بحالة " الفومو " ، وأثبتت الدراسة أن هذا الشعور ينخفض وتنخفض معه حالة التوتر عند الرقابة الذاتية وتقليل ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي⁽⁶³⁾ .

ثالثاً: العوامل المؤثرة بكل مقياس " الفومو " والحالة النفسية والمقارنة الاجتماعية

فيما يتعلق بالعوامل المؤثرة أو المفسرة لمقياس المقارنة الاجتماعية مع المؤثرين ، أوضحت نتائج الانحدار الخطي أن متابعة المؤثرين (بيتا= 0.03) ، والرضا عن محتوى المؤثرين (بيتا= 0.08) ، و " الفومو " (بيتا= 0.36) ، والحالة النفسية (بيتا= 0.07) ، من العوامل المؤثرة وذات دلالة إحصائية ؛ مما يعني أن عدد المؤثرين الذين يتابعهم أفراد العينة يرتبط بشكل إيجابي بالمقارنة الاجتماعية مع هؤلاء المؤثرين . وبالتوجه نفسه فإن الرضا عن محتوى المؤثرين يرتبط بشكل إيجابي بالمقارنة الاجتماعية ؛ أي كلما ارتفع معدل الرضا عن محتوى المؤثرين ارتفع معدل المقارنة معهم . كما أوضح اختبار الانحدار الخطي أن كلاً من " الفومو " والحالة النفسية من العوامل المؤثرة وبشكل إيجابي بالمقارنة الاجتماعية . وتبين النتائج وجود علاقة بين متابعة المؤثرين وما يعرضونه من محتوى على الشباب ، تؤدي إلى مشاعر سلبية ؛ مثل الدونية والغيرة ، وتولد لديهم انطباعاً بأن الآخرين يعيشون حياة أفضل منهم . كما توضح النتائج ارتباط " الفومو " والحالة النفسية مع المقارنة الاجتماعية ؛ أي أن إحساس " الفومو " والحاجة إلى البقاء على اتصال دائم ومتابعة دائمة ، يرتبطان بشكل إيجابي مع المقارنة الاجتماعية ؛ مما يعني أن أولئك الذين لديهم ميل أعلى نحو المقارنة الاجتماعية مع المؤثرين يتابعون المؤثرين بشكل أكبر ؛ لأنهم يسعون إلى الحصول على أي معلومات إضافية أو ربما لشعورهم بـ " الفومو " .

بالتوجه نفسه بينت نتائج الانحدار الخطي لمعرفة العوامل المؤثرة لمقياس " الفومو " أن كلاً من متابعة المؤثرين (بيتا= 0.03) ومعدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (بيتا= 0.06) ، والرضا عن محتوى المؤثرين (بيتا= 0.06) ، والمقارنة الاجتماعية مع المؤثرين (بيتا= 0.05) ، والحالة النفسية (بيتا= 0.24) ، عوامل مؤثرة في مقياس " الفومو " . وتدل تلك العوامل أن معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومدى متابعة المؤثرين والرضا

عن محتوى ما يعرضونه عوامل مرتبطة إيجابياً مع " الفومو " .

كذلك الحال بالنسبة لمقياس الحالة النفسية؛ إذ بينت نتائج الانحدار الخطي لمعرفة العوامل المؤثرة للمقياس أن كلاً من معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (بيتا=0.12)، والمقارنة الاجتماعية (بيتا=0.10)، و " الفومو " (بيتا=0.29)، هي عوامل مؤثرة في مقياس الحالة النفسية؛ أي أنه كلما ارتفع معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ارتفع معدل الضغط النفسي والإحباط والوحدة. وفي توجه مقارب تشير النتائج إلى أنه كلما ارتفع معدل المقارنة الاجتماعية مع المؤثرين و " الفومو " ارتفعت حدة الحالة النفسية لدى أفراد العينة .

خاتمة

على الرغم من أن عينة الدراسة غير احتمالية، فإنها تعدّ من الدراسات القليلة في الكويت، التي اعتمدت على عينة كبيرة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الشباب (العدد=4275)؛ مما يعطيها ميزة توضيح الوضع العام والكشف عن سلوكيات الشباب والتأثيرات النفسية المصاحبة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي. ومما لا شك فيه أن هناك العديد من الدراسات المنشورة حول استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن هذه الدراسة تشكل اللبنة الأولى وقاعدة للمعلومات حول تأثير " الفومو " والمقارنة الاجتماعية لمتابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في الكويت؛ حيث يمكن البناء عليها في المستقبل .

توصلت هذه الدراسة إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي منتشر بشكل كبير بين الشباب في الكويت، ويؤثر هذا الاستخدام على الحالة النفسية، ويؤدي إلى عدة آثار جانبية أخرى؛ مثل التوتر والعزلة والإحباط. وقامت الدراسة باختبار مقياس المقارنة الاجتماعية مع مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي، واختبار مقياس " الفومو "، وهو الخوف من فوات الفرص واللاحق بالآخرين، وبينت النتائج أن الشباب يعانون من المقارنة مع مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي، ويؤثر كل من معدل استخدامهم لهذه المواقع وعدد المؤثرين الذين يتابعونهم ومدى رضاهم عن محتوى ما يعرضونه على معدل

شعورهم بالمقارنة. كما بينت الدراسة أن المقارنة مع المؤثرين تؤثر على الحالة النفسية للشباب، وقد يرجع سبب الضغط النفسي الذي يشعر به الشباب عند متابعة حياة المشاهير المثالية والمشتريات باهظة الثمن التي يعكفون على نشرها؛ مما يولد الإحباط والشعور بعدم الإنجاز والعجز والغيرة.

كما بينت الدراسة شعور الشباب بـ "الفومو"، وهو مصطلح حديث أكاديمياً، يرتبط معناه بالشعور بضرورة اللحاق بالآخرين والخوف من فوات الفرص؛ فقد أشارت النتائج إلى ارتباط الشعور بـ "الفومو" بمدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعدد متابعة المؤثرين. وتعد هذه النتائج منطقية؛ إذ إن الإفراط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمتابعة المكثفة للمؤثرين يؤدي إلى الشعور بالخوف من فوات الفرص والشعور بعدم الإنجاز والعجز؛ مما يفاقم لديهم الشعور بضرورة المتابعة المستمرة خوفاً من التخلف عن ركوب موجة الإنجازات والمشتريات والحياة المرفهة التي يرونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

بناء على النتائج السابقة تقترح الدراسة ما يأتي:

- إجراء مزيد من الدراسات التي تركز على الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب، مع إضافة متغيرات مثل المستوى الاقتصادي ومستوى الرفاهية.
- إجراء دراسة كيفية عن حالة "الفومو" لدى الشباب لتعميق الظاهرة والوقوف على أسباب حدوثها ودوافعها.
- لا شك في أن اقتصار هذه الدراسة على عينة محددة من فئات المجتمع، وهي عينة الشباب، يجعل هناك أهمية لإجراء المزيد من الدراسات على فئات مختلفة.
- إجراء المزيد من الدراسات التي تتناول متغيرات المقارنة الاجتماعية مع الآخرين و "الفومو" وربط ذلك بتأثيرها على اختلاف مناحي الحياة؛ مثل التحصيل العلمي والعلاقات الاجتماعية.

- إجراء دراسات إضافية تهدف إلى تفسير الاختلافات في أوجه المقارنة الاجتماعية و "الفومو" لدى فئة الشباب والفئات الأخرى .
- البحث في السبل المناسبة لتوعية الشباب بمخاطر الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال التربية الإعلامية والحملات التوعوية .

الهوامش والمراجع

- (1) السالم، فاطمة: " الآثار الاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي : دراسة على عينة من الشباب في دولة الكويت " ، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال : العدد 27 ، 2019 ، ص 568 .
- (2) Alsalem, F. "Kuwait: From "Hollywood of the Gulf" to Social Media Diwanias. In Richter, C. & Kozman, C. (Ed.). Arab Media systems, Cambridge, UK: Open book publishers, 2021: 168-180.
- (3) كاتب، فارس؛ وعقنون، دينا: " أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري: دراسة وصفية مسحية على عينة من شباب أم البواقي " ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، 2015 ، ص 22 .
- (4) " الآثار الاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة على عينة من الشباب في دولة الكويت " ، ص 580 .
- (5) Almenayes, J.: "Dimensions of social media addiction among university students in Kuwait", **Psychology and Behavioral Sciences** :4(1), 2015, p 23.
- (6) AlKandari, A., Abdelaziz, A.: "Selfie-taking motives and social psychological dispositions as predictors of selfie-related activities among university students in Kuwait", **Mobile Media & Communication**: 6(3), 2018, p 293.
- (7) Alajmi, M. A., Alharbi, A. H., & Ghuloum, H. F.: "Predicting the use of Twitter in developing countries: Integrating innovation attributes, uses and gratifications, and trust approaches", **Informing Science: The International Journal of an Emerging Transdiscipline**: 19, 2016, p 220.
- (8) Alsalem, F.: "Why Do They Post? Motivations and Uses of Snapchat, Instagram and Twitter among Kuwait College Students", **Media Watch**: 10 (3), 2019, p 550-567.
- (9) Lup, K., Trub, L. & Rosenthal, I.: "Instagram# Instead? Exploring associations among Instagram use, depressive symptoms negative social **comparison and strangers followed**", **Cyberpsychology, behavior, and social networking**:18 (5), 2009, p 249.
- (10) " الآثار الاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة على عينة من الشباب في دولة

- الكويت"، ص 595.
- (11) "أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري: دراسة وصفية مسحية على عينة من شباب أم البواقي"، ص 22.
- (12) AlKandari, A., AlSumait, F & AlHunaiyyan, A.: "Looking perfect: Instagram use in a Kuwaiti cultural context", **Journal of International and Intercultural Communication**: 10(4), 2017, p 273.
- (13) "Instagram# Instead? Exploring associations among Instagram use, depressive symptoms negative social comparison and strangers followed", p 250.
- (14) مأمون، محمد: "الفاشنيستات الكويتيات الأغني والأغلى عربياً وخليجياً"، صحيفة القبس الإلكترونية، 2018، التحميل من <https://alqabas.com>
- (15) Alsalem, F.: "The Power of Social Media Influencers: A Study of Public Perception of Credibility", **Journal of Gulf studies and the Arabian Peninsula**: 181, 2021, 62.
- (16) Fakihi, M.: "Social media influencers in the Gulf Arab states", **The Arab Gulf states institute in Washington**: 2018.
- (17) "الفاشنيستات الكويتيات الأغني والأغلى عربياً وخليجياً".
- (18) Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V.: "Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out", **Computers in Human Behavior**: 29, 2013, p 1814-1848.
- (19) Gibbons, F.X. & Buunk, B.P.: "Individual differences in social comparison: The development of a scale of social comparison orientation", **Journal of Personality and Social Psychology**: 76, 1999, p 129-142.
- (20) Wallace, K.: "Teens spend a 'mind-boggling' 9 hours a day using media, report says", **CNN international edition**: 2015.
- (21) "الآثار الاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة على عينة من الشباب في دولة الكويت"، ص 597.
- (22) "The Power of Social Media Influencers: A Study of Public Perception of Credibility", p 61.
- (23) "الآثار الاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة على عينة من الشباب في دولة الكويت"، ص 597.
- (24) الحلو، كلير؛ وجريج، طوني؛ وقرقماز، جورج؛ ويوسف، إيلان: "مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الحالة النفسية للطلاب الجامعي: دراسة مقارنة متعددة الدول"، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية: العدد 3، 2018، ص 260.
- (25) Tang, F. & Quandt, T.: "Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating

- roles of social comparison orientation and fear of missing out", **New media & Society**: 21(7),2019, p 1486-1505.
- Boyd, D. & Ellison, N.: " Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship", **Journal of Computer-Mediated Communication**: 13(1), 2017, p 211. (26)
- "Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out", p 1489. (27)
- Individual differences in social comparison: The development of a scale of social comparison orientation", p 132. (28)
- Dhanesh, G. & Duthler, G.: "Relationship management through social media influencers: effects of followers' awareness of paid endorsement", **Public relations review**: 45, 2019. (29)
- "The Power of Social Media Influencers: A Study of Public Perception of Credibility", p 62 (30)
- Tandon, A., Dhir, A., Almugren, I., Alnemer, I. & Mantymaki, M.: "Fear of missing out (FoMO) among social media users: a systematic literature review, synthesis and framework for future research", **Internet Research**: May, 2021. (31)
- " الآثار الاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة على عينة من الشباب في دولة الكويت " ، ص 597. (32)
- "Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out", p 1489. (33)
- Dogan, V.: "Why Do People Experience the Fear of Missing Out (FoMO)? Exposing the Link Between the Self and the FoMO Through Self-Construal", **Journal of Cross-Cultural Psychology**: 50(4), 2019, 524-538. (34)
- " مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الحالة النفسية للطلاب الجامعي: دراسة مقارنة متعددة الدول " ، ص 260. (35)
- Hunt, G., Marx, R., Lipsonm C. & Young, J.: " Limiting Social Media Decreases Loneliness and Depression," **Journal of Social and Clinical Psychology**, 37(10), p 751-768 (36)
- Andreassen, C., Pallesen, S. & Griffiths, M.: "The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey", **Addictive Behaviors**: 64, 2017, p 287-293. (37)
- Alrajehi, M.: "Twitter uses and gratifications of high school students", **Global Media Journal**: 14 (27), 2016. (38)
- Almenayes, J.: "Dimensions of social media addiction among university students in Kuwait", (39)

Psychology and Behavioral Science :4(1), 2015, p 23.

Fardouly, J., Diedrichs, P., Vartanian, L & Halliwell, E.: "Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's **body image** concerns and mood", **Body image**: 13, 2015, 38-45. (40)

Valenzuela, S., Park, N. & Kee, K.: "Is there social capital in social networking site?: Facebook use and college students' life satisfaction, trust and participation", **Journal of computer-mediated communication**:14, 2009, p 876. (41)

Tandon, A., Dhir, A., Almgren, I., Alnemer, I. & Mantymaki, M.: "Fear of missing out (FoMO) among social media users: a systematic literature review, synthesis and framework for future research", **Internet Research**: May, 2021. (42)

"Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out", p 1487. (43)

Festinger, L.: "Theory of Social Comparison Processes", **Human Relations**: 7(2), 1954, p 117-140. (44)

"Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood", p 38. (45)

"Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood", p 40. (46)

Central Statistical Bureau: "Kuwait Statistics", retrieved from <https://www.csb.gov.kw/Pages/Studies?ID=57&ParentCatID=5>, 2018. (47)

Ilker E., Sulaiman A., Musa, Rukayya, A.: "Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling", **American Journal of Theoretical and Applied Statistics**, 5(1), 2016, pp. 1-4. (48)

"Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out", p 1830. (49)

"Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out", p 1494. (50)

"Individual differences in social comparison: The development of a scale of social comparison orientation", p 129. (51)

"Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out", p 1486. (52)

أ. د. مناور الراجحي عضو هيئة تدريس في قسم الإعلام، ود. إيناس سالمين عضو هيئة تدريس في قسم الإعلام. (53)

- "Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out", p 1494. (54)
- "Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out", p 1815. (55)
- "Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out", 1494. (56)
- Sheldon, P. & Bryant, K.: "Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age", **Computer in human behavior**, 58, 2016, p 89-97. (57)
- "الآثار الاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة على عينة من الشباب في دولة الكويت"، ص 597. (58)
- Burke, M., Marlow, C. & Thomas, L.: "social networking activity and social wellbeing", **Proceeding of the SIGCHI conference on human factors in computing systems: 2010**, p 1909 (59)
- القحص، خالد؛ والكندري، يعقوب: "الأهمية المعلوماتية لتويتر ودوره في الحياة الاجتماعية: دراسة على عينة من الهيئة التدريسية في الكويت"، **المجلة العربية للعلوم الإنسانية**، جامعة الكويت: العدد 132، ص 169. (60)
- "Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out", 1494. (61)
- "Individual differences in social comparison: The development of a scale of social comparison orientation", p 132. (62)
- "Fear of missing out (FoMO) among social media users: a systematic literature review, synthesis and framework for future research" (63)

المراجعة بالحروف اللاتينية

References in Roman Script

- (1) Al-Qḥṣ, Ḥāld ū Al-Kndrī, Y'qūb: "Āl'ahmīṭ Al-m'lūmātīṭ Ltwytr ū Dūrh Fī Al-Ḥīṭāṭ Al-Āġtmā'īṭ: Drāsī 'lā 'tnī mn Al-hī'īṭ Al-tdrīsīh fī Al-Kwyt", **Al-Mġlīṭ Al-'rbīṭ Il'lūm Al-ānsānīṭ, Ġām'ī Al-Kwyt**, n132, §169.
- (2) Lḥlū, Klīr, ū Ġrīġ, Ṭūnī, ū Qrqmāz, Ġūrġ, ū Tūsf, ṭlān: "Mwāq' Al-Twāṣl Al-āġtmā'īṭ Wātrhā 'lī Al-hālīṭ Al-nfsīṭ Līṭālb Al-ġām'īṭ Drāsī Mqārni Mī'ddī Al-'dūl", **Al-mġlīṭ Al-Dūlīṭ Līdrāsāt Al-trbwyṭ ū Al-nfsīṭ**: n. 3, 2018, § 260.
- (3) M'amūn, Mḥmd.: "Ālfāštnstāt Al-Kwytīāt Al-'āġnī ū Al-'āġlī 'rbīā ū Ḥlīġīā", **Ṣḥīfīṭ Al-Qbs Lālktrūnīṭ**, 2018.

- (4) Kātb, Fārs ū 'qnūn, Dīnā: "Aṭr istḥdām Mwāq' Al-Twāṣl Al-āğtmā'ī 'li Slūk Al-šbāb Al-ğzā'rī Drāṣī ūṣfīṭ Mshīṭ 'lā 'īnī mn Šbāb am Lbwāq", Mğkrh Mkmlh Lnīl Šhādī Al-Māstr fī 'lūm Al-ā'lām ū Al-āṭṣāl, 2015, ṣ.22.
- (5) Al-Sālm, Fāṭmh: "Ālāṭār Al-Āğtmā'ī Lāstḥdām Mwāq' Al-twāṣl Al-Āğtmā'ī: Drāsh 'li 'īnī mn Al-šbāb Fī Dūlī Al-Kwyṭ", Al-Mğlī Al-'rbī Lbhūt Al-ā'lām ū Al-Āṭṣāl: n.27, 2019.
-