

الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الصحة النفسية للفرد: دراسة
مسحية على عينة من مستخدمي منصة تيك توك

ط.د. سلمان نعيم
جامعة الزيتونة، ترونة
selmaninaimadocli@gmail.com

Social Media Addiction and Its Impact on the Mental Health of the
Individual : A Survey Study on a Sample of TikTok Users

T.D. Salmani Naima

Zaytuna University, Tarhuna

تاريخ الاستلام: 2025-06-15، تاريخ القبول: 2025-06-28، تاريخ النشر: 2025-07-22.

المخلص:

يهدف هذا البحث إلى دراسة إدمان منصة "تيك توك" من خلال تحليل أنماط الاستخدام والانعكاسات النفسية المصاحبة له، باستخدام المنهج الوصفي واستبيان طُبّق على عينة من 68 مستخدمًا. وقد خلصت الدراسة إلى أن المستخدمين يعانون من تأثيرات نفسية سلبية مثل القلق والتوتر واضطرابات النوم، وأن التطبيق يعتمد على خوارزميات ذكية تعزز السلوك الإدماني. كما أظهرت النتائج أن كثيرًا من المستخدمين يشعرون بالعزلة رغم التفاعل الرقمي، وأن الاستخدام المتكرر يعكس نمطًا نفسيًا قائمًا على الحاجة للتحفيز الفوري والمكافآت الاجتماعية. **الكلمات المفتاحية:** إدمان تيك توك، مواقع التواصل الاجتماعي، التأثيرات النفسية، الاستخدام المفرط، الاضطرابات النفسية.

Abstract:

this the study aims to study dependancy on tiktok by analysing the ways of use and associated psychological reflections. we applied the descriptive approach and distributed a questionnaire on 68 users.

The findings of the study lead to negative pysical effects like Anxiety, stress, and sleep disturbances, that TikTok application depends on smart algorithms deepening the dependancy behaviour.

The study unveils how users feel loneliness despite the digital interaction, and that frequent use reflects psychological pattern based on motivation thirstiness and social rewards.

Keywords:

TikTok dependancy, social media, psychological effects, excessive use, psychological disorders.

مقدمة:

يستخدم الإنسان منذ القدم وسائل متعددة للتواصل، حيث بدأ بالتواصل المباشر وجها لوجه، ثم تطورت مع تطور المجتمعات ووسائل الإعلام، فظهرت الإذاعة والتلفزيون، وصولاً إلى ثورة الاتصالات الحديثة التي أحدثت نقلة نوعية في أساليب التفاعل الاجتماعي. وقد بلغت هذه الثورة أوجها مع ظهور الإنترنت، حيث برزت مواقع التواصل الاجتماعي كأدوات جديدة أعادت تشكيل مفهوم التواصل، ووسّعت من دوائره، وغيّرت أنماطه ومضمونه.

ومع بروز التحول الرقمي، لم تعد مواقع التواصل عبارة عن منصات للتواصل فقط، بل أصبحت فضاءات لصناعة المحتوى والتعبير عن الذات وتكوين الهوية الرقمية إلا أن هذا التطور لم يكن خاليًا من التحديات، إذ بدأت تلوح في الأفق آثار سلبية، خاصة عند الاستخدام المفرط أو الإدماني لهذه المنصات، ما أثار العديد من التساؤلات العلمية حول انعكاسات ذلك على الصحة النفسية للفرد، خاصة في ظل ما يعرف بالانغماس المطول في عوالم افتراضية قد تؤدي بالمستخدم إلى الشعور بالعزلة عن محيطه الواقعي والاجتماعي.

ومن بين أبرز هذه المنصات الرقمية، يبرز تطبيق "تيك توك"، الذي جذب فئات واسعة من المستخدمين، خاصة من الشباب والمراهقين، بفضل طبيعته الترفيهية وسرعة انتشاره ومع تزايد الوقت الذي يقضيه الأفراد على هذه المنصة بدأ يظهر نمط من السلوك الإدماني الذي قد يرجح أن له تداعيات نفسية عديدة ومختلفة.

- إلى أي مدى يؤثر الإدمان على استخدام موقع "تيك توك" على الصحة النفسية لدى الأفراد المستخدمين له؟

التساؤلات:

- ما هي العوامل المسببة للإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي الآليات النفسية التي يعتمد عليها تطبيق "تيك توك" في جذب المستخدمين واستمرار تفاعلهم؟
- ما هي أبرز الآثار النفسية الناجمة عن الإدمان على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لا سيما تطبيق "تيك توك"، لدى الأفراد المستخدمين؟

1) العوامل المتعلقة بإدمان وسائل التواصل الاجتماعي

في الأدبيات، تم استكشاف آثار مجموعة متنوعة من العوامل الشخصية والاجتماعية والظرفية على إدمان وسائل التواصل الاجتماعي أبرزها:

الخصائص الديموغرافية:

درس قدر كبير من الأبحاث دور الخصائص الديموغرافية في انتشار إدمان وسائل التواصل الاجتماعي ضمن هذا التيار البحثي، تم دراسة تأثير الجنس على إدمان وسائل التواصل الاجتماعي جيدا. توجد ثلاثة وجهات نظر رئيسية تشرح دور الجنس في إدمان وسائل التواصل الاجتماعي. يرى الأول أن النساء أكثر عرضة للاستخدام الإدماني لوسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بالرجال بسبب اهتمامهن المتزايد بالأنشطة الاجتماعية فكرة أن كل من الرجال والنساء لديهم ميل إلى أن يصبحوا مدمنين على التكنولوجيا، ومع ذلك فإن الذكور أكثر اهتمامًا بالألعاب والمواد الإباحية والمقامرة، بينما تُفضل النساء وسائل التواصل الاجتماعي والرسائل النصية والتسوق عبر الإنترنت. أما الرأي الثاني، فقد برز كمنظرة تشير إلى أن الجنس يلعب دورًا ضئيلاً في تفسير إدمان وسائل التواصل الاجتماعي، أما الرأي الثالث، والمثير للاهتمام، فيشير إلى أن الرجال أكثر عرضة للإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي مقارنةً بالنساء. وبالتالي، يبدو أن دور الجنس في إدمان وسائل التواصل الاجتماعي لا يزال قضية عالقة، وبالتالي يتطلب الأمر مزيداً من البيانات التجريبية للوصول إلى نتائج قاطعة.

بالمقارنة مع الجنس، يبدو أن العمر له تأثير أكبر على الخصائص الديموغرافية العامة. أشارت الأبحاث إلى أن الأفراد الشباب لديهم درجات أعلى في إدمان وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بالأفراد الأكبر سناً.

تقدير الذات:

يبحث عدد من الدراسات في العلاقة بين تكرار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الذات وتشير هذه الدراسات إلى وجود علاقة سلبية بين مدة الوقت الذي يقضيه الشخص على وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير كما أكدت الدراسات وجود علاقة سلبية بين المراهقين وكثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الأفراد لذاتهم فيما يتعلق بتتبع العلاقة بين تقدير الذات والسلوكيات الإدمانية، أشارت دراسات عديدة إلى أن الأفراد ذوي تقدير الذات المنخفض يميلون أكثر إلى الانخراط في سلوكيات إدمانية هناك ثلاثة تفسيرات محتملة لدور تقدير الذات في إدمان وسائل التواصل الاجتماعي. يجادل الأول بأن الأفراد الذين يعانون من انخفاض تقدير الذات لديهم مشاعر سلبية تجاه أنفسهم، وأن إدمان وسائل التواصل الاجتماعي بمثابة استراتيجية هروب لقمع هذا التوتر والقلق.

يشير الثاني إلى أن الناس يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز تقديرهم يستخدم غونزاليس وهانكوك مصطلح "العرض الذاتي الانتقائي" للإشارة إلى كيفية اختيار الناس لوسائل الإعلام بعناية من خلال تسليط الضوء على أكثر جوانب حياتهم إيجابية وجاذبية. أما الثالث، فيتعلق بفهم إدمان وسائل التواصل الاجتماعي من خلال العوامل الشخصية والاجتماعية والظرفية. في حين يفسر مارينو وآخرون العلاقة العامة بين تقدير الذات واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بالإشارة إلى نظرية التعويض الاجتماعي وفقاً للباحثين، فإن الأشخاص ذوي تقدير الذات المرتفع يعززون تقديرهم لذاتهم من خلال التواجد على وسائل التواصل الاجتماعي، بينما يستخدم الأشخاص ذوو تقدير الذات المنخفض وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة لتعويض نقصهم.

الشخصية:

في الأدبيات، يتم وصف الشخصية على نطاق واسع من خلال نموذج العوامل الخمسة وفقاً لهذا النموذج، توجد خمسة أبعاد للشخصية، وهي الانبساط، والطف، والضمير، والعصابية، والانفتاح. يشير الانبساط إلى مقدار التفاعل الاجتماعي الذي يفضل الفرد. ويعطي تلميحات مهمة حول مستوى التواصل الاجتماعي والتعبير العاطفي للأفراد يُعتقد أن الأفراد الانطوائيين (الذين حصلوا على درجات منخفضة في بُعد الانفتاح) ينخرطون في الغالب في وسائل التواصل الاجتماعي لتعويض استقرار حياتهم الاجتماعية على العكس من ذلك، وأشار جادل أندرياسين وآخرون بأن الأشخاص المنفتحين أكثر ميلاً إلى إدمان وسائل التواصل الاجتماعي، نتيجة لدافعهم للحفاظ على اجتماعيتهم. ولعل الرأي الأكثر شمولاً جاء من كوس وغريفيث، مشيرين إلى أن الأشخاص المنفتحين ينخرطون في وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز اجتماعيتهم، بينما ينخرط الأشخاص الانطوائيون في وسائل التواصل الاجتماعي لتحسين الرفاهية الاجتماعية. يشير اللطف إلى جودة التفاعل الاجتماعي، ومدى لطف الفرد ومساعدته للآخرين. الأفراد الذين حصلوا على درجة عالية في اللطف، يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مفرط للتعبير عن إنجازاتهم العلائقية للبقاء على اتصال مع الآخرين ومع ذلك، توجد دراسات تدعي وجود علاقات غير ذات دلالة إحصائية بين سمة اللطف وإدمان وسائل التواصل الاجتماعي، علاوة على ذلك، تم العثور على علاقة سلبية أيضاً مما يشير إلى أن درجة اللطف العالية قد تؤدي إلى انخفاض ميل إدمان وسائل التواصل الاجتماعي ترتبط سمة الضمير بالتنظيم والكفاءة والتوجه نحو الهدف والانضباط الذاتي. أولئك الذين حصلوا على درجة عالية في هذا البعد، إما يفضلون أدوات تنظيم وسائل التواصل الاجتماعي كوسيط أو يستمتعون بزيادة عدد الأصدقاء ومع ذلك، توجد أيضاً اقتراحات مثيرة للاهتمام حول العلاقة العكسية، والتي تشير إلى أن الأشخاص ذوي الضمير العالي يتجنبون وسائل التواصل الاجتماعي نظراً لأنها تُعتبر نشاطاً مزعجاً.¹

الوحدة

تُعد الوحدة أيضاً من بين الأسباب المحتملة لإدمان وسائل التواصل الاجتماعي. وفقاً لدراسة تجريبية على عينة من 1193 شخصاً، أعرب مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي النشطون عن شعورهم بوحدة أقل واكتسابهم الدعم الاجتماعي بعد استخدامهم وسائل التواصل الاجتماعي، مقارنةً بمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي السلبيين، قد يشعر الأشخاص الذين لديهم مهارات اجتماعية منخفضة أو يشعرون بعدم الكفاءة الاجتماعية بمزيد من الاسترخاء والراحة مع الأنشطة عبر الإنترنت كما أن الشعور بالوحدة يرتبط بأنشطة إدمانية أخرى مثل تعاطي المخدرات ومن هذا المنظور، قد يؤدي الاعتماد الشديد على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي للتعامل مع الشعور بالوحدة إلى إدمان وسائل التواصل الاجتماعي.

¹ Patrick Kanyi Wamuyu, Analyzing Global Social Media Consumption, IGI Global, United States of America, 2020, pp157, 158.

الرفاهية

أحد العوامل التي تُفحص كعامل سلبي مرتبط بإدمان وسائل التواصل الاجتماعي هو رفاهية الأفراد. ويُقترح أن الوقت الذي يقضيه الأفراد بلا معنى على فيسبوك يُضعف معنوياتهم، إلى جانب ذلك، وبالمقارنة مع غير المدمنين، فإن المدمنين على وسائل التواصل الاجتماعي يسجلون درجات أقل في السعادة الذاتية والحيوية الذاتية، علاوة على ذلك، يُشار إلى أن التسويق الناتج عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي له تأثير ضار على الرفاهية العامة، كشفت دراسة بحثت في تأثير الاستخدام الفوري والمطول لفيسبوك أن زيادة استخدام فيسبوك تقلل من رفاهية الأفراد، كما ثبت وجود علاقة سلبية بين إدمان فيسبوك والرضا عن الحياة وبالمثل، فإن انخفاض استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يعزز الرضا عن الحياة.

القلق والاكتئاب

في الأدبيات، يرتبط الاكتئاب والقلق بإدمان وسائل التواصل الاجتماعي من جانبين. يُصوّر الجانب الأول على أنه دور القلق/الاكتئاب كمقدمة، حيث يقضي الأشخاص الذين يشعرون بمزيد من القلق أو الاكتئاب وقتاً أطول على وسائل التواصل الاجتماعي ويقللون من مستوى التواصل مع دوائرهم الاجتماعية أفاد بلوك وآخرون أن الأفراد المصابين بالاكتئاب يستخدمون وسائل الإعلام (الإنترنت والتلفزيون ووسائل التواصل الاجتماعي) بشكل متكرر أكثر من الأشخاص العاديين. وبالمثل، أشار كلايتون وأوزبورن وميلر وأوبرل إلى القلق باعتباره مقدمة مهمة للارتباط العاطفي بوسائل التواصل الاجتماعي فيما يُصوّر الجانب الثاني كنتيجة للتأثير الضار لإدمان وسائل التواصل الاجتماعي على إنتاج المزيد من الأفراد المصابين بالاكتئاب والقلق، يزيد الاستخدام الإدماني للإنترنت من أعراض الاكتئاب.¹

(2) الآليات النفسية التي تعتمد عليها منصة "تيك توك" في جذب المستخدمين واستمرار تفاعلهم

استغلال تأثير الدوبامين

تم تصميم TikTok لاستغلال علم النفس البشري، وتحديدًا نظام المكافأة في الدماغ، والذي يتم تنشيطه عن طريق إفراز الدوبامين. الدوبامين هو ناقل عصبي مرتبط بمشاعر المتعة والمكافأة، وقد صُممت واجهة TikTok لتحفيز هذا النظام بشكل متكرر ومتسق. في كل مرة يواجه فيها المستخدم مقطع فيديو ممتع أو مسلي على تيك توك، يشعر بإفراز صغير من الدوبامين. تؤدي هذه الأساليب إلى تحفيز نظام المكافأة في الدماغ، على غرار تأثيرات تعاطي المخدرات أو السلوكيات الإدمانية مثل المقامرة أو التسوق المفرط. تولد إفرازات الدوبامين متعة فورية، مما يدفع المستخدمين إلى استهلاك المحتوى على المنصة بشكل متكرر. تشمل التقنيات الأساسية التي يستخدمها مطورو TikTok لتعزيز إنتاج الدوبامين ما يلي:

1. المحتوى القصير للاستهلاك السريع:

إن محتوى TikTok القصير للغاية، الذي يتراوح عادةً بين 15 ثانية و10 دقائق، يلبي احتياجات المستخدمين العصريين الذين غالباً ما تكون مدة انتباههم محدودة. بحيث يسمح هذا الشكل للمستخدمين باستهلاك كميات كبيرة من المحتوى في وقت قصير، وهو ما يمكن أن يسبب الإدمان بشكل كبير. كما أن اختصار مقاطع الفيديو يجعل إنشاء المحتوى واستهلاكه أسهل، حيث لا يحتاج المستخدمون إلى استثمار الكثير من الوقت في إنتاج مقاطع الفيديو أو مشاهدتها. يسمح هذا النهج لتيك توك بتقديم مجموعة متنوعة من المحتوى، مما يحافظ على تجربة المستخدم متجددة.

ويشير الباحثين في هذا المجال إلى أن هذا الشكل بالذات قد يطرح أحياناً مخاوف أخلاقية، إذ قد يساهم الاستهلاك السريع للمحتوى في تضائل فترة الانتباه وتعزيز السلوكيات القهرية، من خلال تقديم مقاطع

¹ Information Resources Management Association, Research Anthology on Usage, Identity, and Impact of Social Media on Society and Culture, IGI Global, United States of America, 2022, p972.

فيديو قصيرة، يشجع TikTok المستخدمين على التمرير السريع عبر المحتوى، والبحث باستمرار عن محفزات جديدة ومثيرة، وهي تجربة قد تكون ضارة للمستخدمين الأصغر سنًا الأكثر عرضة لأنماط الاستخدام الإدماني.

2. التمرير اللانهائي:

وهو ما يعرف أيضا بموجز المحتوى اللانهائي للتطبيق، والمعروف أيضاً باسم "التمرير اللانهائي"، والذي يتيح للمستخدمين بتصفح سيل لا نهائي من المحتوى دون الحاجة إلى النقر على صفحات فردية. يستغل التمرير اللانهائي الميل البشري للرغبة في إكمال وحدة من شيء ما لتحقيق الرضا. نظراً لأن محتوى TikTok لا نهائي، يستمر المستخدمون في التمرير على أمل الوصول إلى نقطة نهاية، يعلمون أنهم لن يصلوا إليها أبداً. وعليه هذا التمرير اللانهائي يعزز الإدمان أيضاً، حيث يختبر الدماغ جرعة من الدوبامين أثناء تغيير المحتوى بسرعة في موجز "لك". يدفع هذا النشوة العصبية المستخدمين إلى الاستمرار في الاستكشاف، مما يخلق حلقة مفرغة من الإدمان. يحافظ تصميم التطبيق البديهي وقلة الاحتكاك على تفاعل المستخدمين دون أن يدركوا ذلك. ينتقل المستخدمون من فيديو إلى آخر تلقائياً، غير مدركين للدقائق التي تمر.

3. المكافآت الاجتماعية

يعزز تصميم تيك توك أيضاً المصادقة الاجتماعية المستمرة من خلال آليات تُحفز إطلاق الدوبامين. في كل مرة يشاهد فيها المستخدم فيديو مثيراً للاهتمام أو مسلياً، فإنه يشهد إطلاقاً صغيراً للدوبامين. تعزز هذه العملية سلوك التمرير، مما يحفز المستخدمين على مواصلة التفاعل مع المنصة بحثاً عن المزيد من المحفزات الممتعة. تساهم عناصر التلعيب مثل "الإعجابات" والتعليقات وخيارات المشاركة في هذا التأثير، مما يخلق بيئة تصبح فيها المكافآت الاجتماعية محركاً قوياً للمشاركة المستمرة. قد يكون المصادقة الاجتماعية المستمرة التي توفرها هذه الميزات جذابة للمستخدمين، ولكنها تمثل أيضاً مخاطر كبيرة، خاصة للمستخدمين الأصغر سناً. قد يعتمد المستخدمون على هذه المكافآت الاجتماعية كمصدر للمصادقة وتقدير الذات. يمكن أن يؤدي الضغط لتحقيق مستويات تفاعل معينة، مثل عدد كبير من "الإعجابات" أو التعليقات، إلى سلوكيات إشكالية وتنافس بين المستخدمين.

4. خوارزمية التخصيص والتلاعب بالانتباه

العنصر الأكثر أهمية وتميزاً في تيك توك هو خوارزمية التوصيات. استناداً إلى تقنيات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي المتقدمة، تجمع الخوارزمية وتحلل مجموعة واسعة من بيانات سلوك المستخدم لتقديم محتوى مخصص وجذاب. وهي مصممة لتقديم محتوى مخصص لكل مستخدم، مما يزيد من احتمالية الرضا عن التفاعل. تخلق هذه الاستراتيجية دورة مكافآت تعزز سلوك التمرير والمشاركة المطولة. يبدأ التخصيص بجمع البيانات. يسجل تيك توك نقاط بيانات مختلفة لكل مستخدم، بما في ذلك التفاعلات مع التطبيق، مثل مقاطع الفيديو التي تم الإعجاب بها أو التعليق عليها أو مشاركتها، والحسابات التي يتابعها، ومقاطع الفيديو التي تمت إعادة مشاهدتها. تسمح هذه المعلومات للخوارزمية ببناء ملف تعريف مفصل لتفضيلات المستخدم، وتحديد الأنماط السلوكية والاتجاهات الشخصية. يعد سجل المشاهدة مكوناً مهماً آخر. تراقب الخوارزمية مدة الوقت الذي يقضيه المستخدم على كل فيديو، وتقيس "وقت الانتظار" لتحديد المحتوى الذي يجذب المستخدم أكثر. وبالمثل، تتنبع ما إذا كان المستخدم يمرر بسرعة أو يظل على مقاطع فيديو معينة. تُمكن هذه البيانات الخوارزمية من فهم العناصر المرئية أو الموضوعية الأكثر جاذبية لكل شخص بمجرد جمع المعلومات، يقوم الذكاء الاصطناعي بمعالجة البيانات وتحليلها. تحدد نماذج التعلم الآلي الارتباطات والأنماط، وتعديل التوصيات باستمرار بناءً على أحدث البيانات. تتميز خوارزمية تيك توك بديناميكيته العالية، مما يعني أنها يمكن أن تتكيف بسرعة مع التغيرات في اهتمامات المستخدم. لا يركز الذكاء الاصطناعي على التفضيلات الفردية فحسب، بل يأخذ أيضاً في الاعتبار

الاتجاهات الأوسع عبر المنصة. يمكنه اكتشاف مقاطع الفيديو التي تكتسب شعبية ويتم مشاركتها بشكل متكرر، ودمج هذه المعلومات في توصيات مخصصة. وهذا يخلق توازنًا بين المحتوى ذي الصلة بالمستخدم والاتجاهات الناشئة داخل مجتمع تيك توك.

5. هدف النمو

وصمم لتعزيز الاستخدام المستمر وزيادة قاعدة مستخدميه بأي ثمن يمكن أن تتخذ هذه الاستراتيجية أشكالًا مختلفة، لكنها تشترك جميعها في هدف زيادة الوقت الذي يقضيه المستخدمون على المنصة وتكرار عودتهم. أحد التكتيكات الرئيسية هو الاستخدام المكثف للإشعارات، التي تُرسل بشكل متكرر لجذب انتباه المستخدمين وإعادتهم إلى التطبيق، مما يخلق شعورًا بالإلحاح والأهمية المستمرة. تتضمن استراتيجية أخرى إنشاء شراكات مع شبكات ومنصات اجتماعية أخرى، وتوسيع نطاق تيك توك وتشجيع مشاركة المحتوى، مما يدفع المستخدمين بدوره إلى الاستكشاف والتفاعل أكثر. بالإضافة إلى ذلك، يخصص تيك توك المحتوى لكل مستخدم بطريقة تبدو فريدة ومصممة خصيصًا لاهتماماتهم، مما يؤدي إلى تجربة أكثر جاذبية وغامرة. يُعد النمو المستمر للمنصة أمرًا ضروريًا لنموذج أعمالها، ولكن استخدام هذه الاستراتيجيات قد يؤدي إلى سلوكيات إدمانية وتآكل وقت فراغ المستخدمين، مما يثير مخاوف أخلاقية كبيرة.

6. تصميم إشعارات تيك توك

في تيك توك، تعد الإشعارات أمرًا بالغ الأهمية لنجاح المنصة، ولكنها تشكل مخاطر على رفاهية المستخدمين. فمن خلال استغلال الحاجة إلى المصادقة الاجتماعية، يمكن أن تؤدي الإشعارات إلى سلوكيات إدمانية وضغط اجتماعي، مما يؤثر بشكل خاص على الصحة العقلية والعاطفية للمستخدمين الأصغر سنًا. يستخدم تيك توك استراتيجيات إشعارات مختلفة للحفاظ على اهتمام المستخدم، مثل تنبيهات المتابعين الجدد، و"الإعجابات"، والتعليقات، والرسائل المباشرة، والإشارات. ويشجع تكرار هذه الإشعارات على الاستخدام المنتظم للتطبيق. يُعد التخصيص أمرًا أساسيًا، حيث يخصص تيك توك الإشعارات بناءً على أنشطة المستخدم وتفضيلاته، مع تسليط الضوء على المحتوى والاتجاهات ذات الصلة، مما يزيد من فرص التفاعل. تُثير الإشعارات استجابات عاطفية، خاصة عندما تتعلق بالمصادقة الاجتماعية مثل "الإعجابات" أو التعليقات الجديدة، والتي يمكن تشبيهها بإطلاق كمية صغيرة من الدوبامين، مما يحفز المستخدمين على التفاعل بشكل متكرر. بالإضافة إلى ذلك، يروج تيك توك للاتجاهات والتحديات الشائعة من خلال الإشعارات، مما يعزز الشعور بالانتماء للمجتمع. ومع ذلك، يمكن أن يُولد هذا أيضًا ضغطًا للتوافق، مما قد يكون ضارًا للمستخدمين الذين يسعون إلى المصادقة الاجتماعية.¹

3) آليات الإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي وآثارها النفسية على الفرد

تعد ظاهرة إدمان وسائل التواصل الاجتماعي ظاهرة جديدة نسبيًا ولا تزال في طور التطور. ومع ذلك، هناك بعض الآليات الرئيسية التي تساهم في إدمان هذه الوسائط الرقمية. يمكن تقسيم هذه الآليات إلى فئتين رئيسيتين: نفسية وعصبية حيوية.

الآليات النفسية

وهي تلك التي تستند إلى عواطف المستخدم ورغباته واحتياجاته. على سبيل المثال، قد يكون إدمان وسائل التواصل الاجتماعي مدفوعًا بالحاجة إلى تلقي التقدير والموافقة الاجتماعية. قد يشعر المستخدمون برغبة مستمرة في التحقق من حساباتهم، جزئيًا لمعرفة ما إذا كانوا قد تلقوا الثناء أو ما إذا كان المتابعون قد

¹ José Ramón Saura, Data-Driven Governance Through AI, Digital Marketing, and the Privacy Interplay, IGI Global, United States of America, 2024, p147.

استجابوا لمنشوراتهم. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يكون إدمان وسائل التواصل الاجتماعي مدفوعاً بالحاجة إلى التشتيت والترفيه. يستخدم العديد من المستخدمين وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للهروب من الواقع والانغماس في عالم افتراضي يوفر التشتيت والترفيه.

الآليات العصبية الحيوية

هي تلك التي تستند إلى بيولوجيا الدماغ والاستجابات الكيميائية التي ينتجها. على سبيل المثال، تعد المكافأة آلية عصبية حيوية مهمة تساهم في إدمان وسائل التواصل الاجتماعي. عندما يتفاعل المستخدمون مع وسائل التواصل الاجتماعي، يطلق الدماغ الدوبامين، وهو ناقل عصبي مرتبط بالشعور بالمتعة والمكافأة. بمرور الوقت، يمكن للدماغ أن يربط المتعة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي ويخلق حلقة مفرغة من الإدمان. بالإضافة إلى ذلك، يُعد التجديد آلية عصبية حيوية مهمة أخرى. يجذب الدماغ إلى التجديد والمفاجآت، وقد يجذب المستخدمون باستمرار إلى وسائل التواصل الاجتماعي لهذا السبب. يمكن أن يؤدي هذا إلى إدمان التحقق المستمر من حساباتهم، بحثاً عن التجديد والمفاجآت.¹ ترتبط الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي بزيادة القلق والاكتئاب وانخفاض الرفاهية الذاتية، بحيث يرتبط الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي ارتباطاً وثيقاً بمختلف المشكلات النفسية، بما في ذلك القلق والاكتئاب والتوتر.

القلق وفقاً للبحث، فإن الاضطرار إلى التحقق باستمرار من وسائل التواصل الاجتماعي بحثاً عن الرسائل والتحديثات والإشعارات يمكن أن يجعل الناس يشعرون بمزيد من القلق. يرتبط هذا القلق غالباً بحالة تسمى FOMO، وهي الخوف من تفويت التجارب الاجتماعية التي قد يمر بها الآخرون. يغذي هذا القلق حلقة مفرغة من الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي وأنشطة التحقق المستمرة.

الاكتئاب: اكتشفت العديد من الأبحاث وجود صلة بين أعراض الاكتئاب وضعف استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. على سبيل المثال، تُظهر الدراسات أن التعرض لفترات طويلة لصور وسائل التواصل الاجتماعي المثالية لحياة الآخرين يمكن أن يؤدي إلى انخفاض احترام الذات والشعور بعدم الكفاية، مما قد يؤدي إلى تفاقم الاكتئاب ووفقاً لتحليل تلوي أجراه كيلس وآخرون، فإن المراهقين الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل متكرر هم أكثر عرضة للإصابة بأعراض الاكتئاب بسبب انخفاض احترام الذات والمقارنات الاجتماعية غير المواتية.

التوتر: غالباً ما يكون الطلب المستمر على التفاعل والضغط للحفاظ على التواجد على الإنترنت سببين للتوتر المرتبط بإدمان الهواتف الذكية ووسائل التواصل الاجتماعي. إن عدم القدرة على الوصول إلى هواتفهم يسبب توتراً للعديد من المستخدمين، مما قد يؤدي إلى الأرق والانعراج. يمكن أن ينتج التعب الرقمي أيضاً عن شعور المستخدمين بالإرهاق بسبب الحاجة إلى إدارة العديد من حسابات وسائل التواصل الاجتماعي والرد على الاتصالات بسرعة.²

الإطار التطبيقي

نوع الدراسة ومنهجها:

يتم اختيار المنهج العلمي وفقاً للمشكلة محل البحث وتحليل أبعادها ومسبباتها ومعرفة جوانبها وتأثيرها بالظواهر المحيطة وطبيعة الموضوع وبالتالي لا يكون اختيار المنهج اختياراً عشوائياً، إنما هو اختيار

¹ Alfonso Pellegrino, Decoding Digital Consumer Behavior Bridging Theory and Practice, Springer, Thailand, 2024, p 125.

² Harish Chandra Chandan, Smartphone Addiction, Phone Snubbing, and Effects on Interpersonal Relationships and Mental Health, IGI Global Scientific Publishing, United States of America, 2025, p219.

منظم تفرضه طبيعة الدراسة والمشكلة التي يتم معالجتها. وباعتبار أن دراستنا حول الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها النفسية على صحة الفرد دراسة مسحية على عينة من مستعملي منصة تيك توك فقد تم الاعتماد على منهج المسح الذي يعتبر أسلوب يتم من خلاله الحصول على المعلومات مباشرة من الأفراد الذين يتم اختيارهم ليكونوا بمثابة أساس للوصول إلى استنتاجات عن المجتمع البحثي موضع الدراسة.¹

أدوات جمع البيانات

وباعتبار أن نجاح البحث العلمي يتوقف بدرجة كبيرة على طبيعة أدوات جمع البيانات المستخدمة، إذ إن الاستخدام الموضوعي والمنهجي لهذه الأدوات يساهم في الوصول إلى نتائج علمية دقيقة وشاملة تعكس مختلف جوانب الظاهرة محل الدراسة. وتُعرف أدوات جمع البيانات بأنها الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في الحصول على المعلومات الضرورية المرتبطة بموضوع بحثه.

ومن هذا المنطلق اعتمد الباحث في هذه الدراسة على أداة الاستبيان والذي يعرف على أنه "أداة بحث تُستخدم لجمع البيانات في شكل إحصاءات، في معظم الحالات، على الرغم من أنه يُستخدم أيضاً لطرح بعض الأسئلة المفتوحة أو الأسئلة التي تحتاج إلى بعض التوضيح من المشاركين. وتعريف بسيط، الاستبيان هو "مجموعة من الأسئلة".²

حيث طبقنا استمارة البحث على عينة من مستخدمي منصة تيك توك في الجزائر، وعليه كانت محاور الاستمارة موزعة كما يلي: المحور الأول: خصص للبيانات الشخصية وأهم المتغيرات المستخدمة في الدراسة، مثل الجنس والسن، والحالة الاجتماعية.

المحور الثاني: العوامل المسببة للإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي

المحور الثالث: موقع تيك توك وآلياته النفسية

المحور الرابع: الآثار النفسية للإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي

مجتمع البحث وعينته:

في هذه الدراسة يشمل مجتمع البحث جميع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، نظرا لكونهم يمثلون البيئة الرقمية العامة التي تُمارس فيها أنشطة التواصل والمحتوى الرقمي. ومن هذا المجتمع الواسع، تم تحديد العينة لتشمل مستخدمي تطبيق "تيك توك" تحديداً، باعتباره من أكثر المنصات استخداماً وانتشاراً بين فئة الشباب، ولقوة تأثيره في تشكيل الاتجاهات والسلوكيات. وقد تم اختيار عينة قصدية تتكون من 68 مستخدماً نشطاً لتطبيق تيك توك، تتراوح أعمارهم بين 15 سنة وما فوق 30 سنة...، تم الوصول إليهم من خلال استبيان إلكتروني نُشر عبر منصات التواصل المختلفة، بحيث تهدف هذه العينة إلى توفير بيانات نوعية وكمية تساهم في فهم طبيعة استخدام تيك توك ومدى تأثيره ضمن الإطار العام لمواقع التواصل الاجتماعي.

عرض ومناقشة النتائج:

نظراً لتعدد الجداول الناتجة عن الدراسة التطبيقية، تم الاكتفاء بإدراج الجداول التي تعكس بوضوح مظاهر السلوك الإدماني المرتبط باستخدام تطبيق تيك توك، والتي ترتبط بشكل مباشر بتساؤلات البحث. توضح نتائج الجدول رقم 1 الذي يمثل توزيع متغيرات الدراسة حسب الجنس والسن الحالة الاجتماعية أن نسبة الإناث بلغت 60.29% من العينة، أي ما يعادل 41 مشاركة من أصل 68 وقد يشير ذلك إلى تفوق عددي للعنصر النسوي ضمن العينة، كما قد يعكس هذا التفاوت في التمثيل ارتباطاً أكبر للنساء بوسائل

¹ إسماعيل إبراهيم، مناهج البحوث الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017، ص 59.

² Patrick Ngulube, Handbook of Research on Connecting Research Methods for Information Science Research, IGI Global, the United States of America, 2019, P409.

التواصل الاجتماعي كوسيلة للتواصل والتعبير. يتبين أيضا من الجدول أن الفئة العمرية ما بين 26 إلى 30 سنة تمثل الشريحة الأكبر بنسبة 48.53% (33 فرداً)، تليها فئة أكثر من 30 سنة بنسبة 27.94% (19 فرداً)، وتظهر المعطيات أن نسبة العزاب بلغت 83.82% (57 فرداً) ويمكن ان نفهم من ذلك أن أغلب افراد العينة غير مرتبطين اجتماعيا، ما قد يرتبط بدرجة أكبر من التعلق بمواقع التواصل، باعتبار أن غير المتزوجين يمتلكون وقت فراغ أكبر، وحاجة متزايدة للتفاعل الافتراضي، أو حتى الهروب من الشعور بالوحدة. وبناء على ما سبق، نستنتج أن العينة يغلب عليها الطابع الشبابي، الأنثوي، وغير المرتبط اجتماعيًا. وهي خصائص تُعد ذات أهمية لفهم سلوك المستخدمين تجاه المنصات الرقمية.

جدول رقم 2 يمثل الشعور بالحاجة للدخول الى مواقع التواصل الاجتماعي

الوقت الذي يشعر فيه الشخص بالحاجة لمواقع اتواصل	التكرار	النسبة المئوية
اثناء وقت الفراغ	38	55.88%
عند الاستيقاظ	19	27.94%
قبل النوم	10	14.71%
لا اشعر بالحاجة غالبا	1	1.47%
المجموع	68	100%

نلاحظ أن أعلى نسبة كانت لفئة "أثناء وقت الفراغ"، حيث صرّح 38 مشاركًا بذلك، ما يمثل 55.88% من إجمالي العينة. ثم تأتي فئة "عند الاستيقاظ" في المرتبة الثانية بنسبة 27.94% (19 فرداً). يتضح من هذه النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي تُستخدم لدى الأغلبية كوسيلة لملء أوقات الفراغ، ما يدل على أنها أصبحت مرتبطة بالسلوك الترفيهي والعادات اليومية. وهذا ما يشير لع علم النفس الاجتماعي الذي يؤكد أن الأشخاص يلجؤون إلى الفضاء الرقمي للهروب من الفراغ أو الملل أو التوتر. كما أن نسبة 27.94% ممن يشعرون بالحاجة لاستخدام هذه الوسائط فور الاستيقاظ تعكس بداية ما يعرف بـ"الارتباط القهري" أو السلوك الإدماني. ويعد فتح الهاتف مباشرة بعد الاستيقاظ مؤشراً على وجود اعتماد نفسي وشبه تلقائي على مواقع التواصل كأول محفز يومي. أما فئة "قبل النوم"، والتي تمثل 14.71%، فهي ذات دلالة نفسية وبيولوجية مهمة؛ إذ أن استخدام الهاتف قبل النوم مرتبط باضطرابات النوم والتأثير على جودة الراحة الذهنية، كما أن كثيراً من الدراسات تربط ذلك بزيادة التوتر والأرق. وجدير بالذكر أن نسبة 1.47% فقط ممن لا يشعرون بالحاجة لاستخدام مواقع التواصل تكشف عن نسبة ضئيلة جداً من الأفراد غير المتأثرين بهذه البيئة الرقمية، ما يدل على أن الغالبية العظمى أصبحت تُظهر نوعاً من الاعتمادية أو التعود النفسي والسلوكي على هذه الوسائط. يتضح من هذا الجدول أن استخدام مواقع التواصل لم يعد سلوكاً اختيارياً عند غالبية الأفراد، بل أصبح مرتبطاً بأوقات محددة من اليوم تُظهر درجة عالية من التكرار والاعتقاد.

جدول الرقم 3 يمثل السبب الرئيسي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

السبب	التكرار	النسبة المئوية
الهروب من الملل	25	36.8%
التسلية والترفيه	20	29.4%
متابعة الاخبار والمستجدات	13	19.1%
التواصل مع الآخرين	10	14.7%
المجموع	68	100%

يتبين لنا أن نسبة 36.8% من المشاركين يستخدمون مواقع التواصل بهدف الهروب من الملل، تليها التسلية والترفيه بنسبة 29.4%، يتضح من هذه النتائج أن الاستخدام الغالب لمواقع التواصل الاجتماعي لا يرتبط بوظائفها الأصلية كأداة تواصل، وإنما يميل نحو دوافع شخصية ونفسية، حيث يُعد الهروب من الملل الدافع الأساسي.

وهذا يشير إلى أن المستخدمين يلجؤون إلى هذه المنصات كوسيلة للهروب النفسي أو الترفيه الذاتي في ظل غياب أنشطة بديلة أو نمط حياة رتيب اللافت أيضاً أن نسبة كبيرة تستخدم المواقع للتسلية والترفيه، ما يعكس طابعا استهلاكيا للمحتوى دون أهداف معرفية أو تفاعلية. وهذا ما تؤكد بعض الدراسات التي ترى أن الاستخدام المتكرر لمواقع التواصل لا يعني بالضرورة وجود تفاعل اجتماعي فعلي، بل قد يكون شكلا من أشكال الانعزال الترفيهي.

جدول رقم 4 يمثل الشعور الافراد عندما لا يتمكنون من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الحالة	التكرار	النسبة المئوية
اشعر بالقلق والانزعاج	33	48.53%
اشعر بالملل فقط	23	33.82%
لا اشعر باي تأثير	8	11.76%
لا يهمني كثيرا	4	5.88%
المجموع	68	100%

نجد ان 48.53% من المشاركين يشعرون بالقلق والانزعاج، و33.82% يشعرون بالملل فقط، بحيث تعكس هذه النتائج وجود ارتباط نفسي قوي بين الأفراد ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث إن ما يقارب نصف العينة يعانون من شعور سلبي واضح يتمثل في القلق والانزعاج عند الانقطاع عنها. هذا المعطى لا يمكن النظر إليه كأمر عابر، بل هو مؤشر واضح على سلوك إدماني رقمي، يتجلى في الحاجة

المستمرة للولوج إلى المنصات الرقمية لإشباع دوافع نفسية. أما نسبة الذين يشعرون بالملل فقط، والتي تمثل ثلث العينة تقريباً، فتدل على أن هذه الفئة اعتادت استخدام هذه الوسائط كوسيلة لملء الوقت، ما يعكس غياب أنشطة بديلة أو افتقارهم إلى توازن بين العالم الرقمي والواقع. في المقابل، تبقى نسبة الأفراد الذين لا يتأثرون (11.76%) أو الذين لا يهتمون (5.88%) منخفضة، ما يدل على أن حالات الانفصال أو الحياد تجاه هذه المنصات أصبحت نادرة.

جدول رقم 5 يمثل الوقت الذي يقضي الأفراد يومياً على مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الوقت الذي يقضيه على مواقع التواصل
8.82%	6	أقل من ساعة
44.12%	30	من ساعة إلى 3 ساعات
39.71%	27	أكثر من 3 ساعات
7.35%	5	أكثر من 5 ساعات
100%	68	المجموع

يتبين أن 44.12% من المشاركين يقضون من ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً على مواقع التواصل الاجتماعي، وهي نسبة مرتفعة تدل على وجود رقمي مكثف ومستمر في حياة الأفراد. ويُعد تخصيص أكثر من ثلاث ساعات يومياً على منصات التواصل الاجتماعي مؤشراً قوياً على الاندماج شبه الكامل في الفضاء الرقمي، وهو ما قد ينعكس سلباً على مجالات عدة، مثل النوم، التحصيل الدراسي، العلاقات الأسرية، والصحة النفسية.... أما نسبة الذين يقضون أكثر من خمس ساعات، وإن بدت محدودة، إلا أنها تدق ناقوس الخطر، إذ تعكس تكرار الاستخدام بشكل مبالغ فيه، قد يشير إلى سلوك إدماني أو اعتيادي غير مضبوط. في المقابل، فإن قلة عدد المستخدمين الذين يقضون أقل من ساعة يومياً تُبرز أن الاستخدام المعتدل أصبح استثناء، ما يؤكد أن وسائل التواصل باتت جزءاً لا يتجزأ من الروتين اليومي للمستخدمين. وبالتالي نجد أن كل هذا يؤدي إلى تبعات نفسية.

جدول رقم 6 يمثل الوقت الذي يقضي الأفراد على موقع تيك توك

النسبة المئوية	التكرار	الوقت الذي يقضيه على تيك توك
32.35%	22	أقل من ساعة
38.24%	26	من ساعة إلى 3 ساعات
29.41%	20	أكثر من 3 ساعات
100%	68	المجموع

تشير النتائج إلى أن 38.24% من المشاركين يستخدمون تطبيق تيك توك من ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً، و 29.41% وبالتالي تشير هذه النتائج إلى أن الغالبية تقضي وقتاً معتبراً على تطبيق تيك توك، حيث إن نحو 70% من العينة تتصفح لأكثر من ساعة يومياً. وهذه النسبة تعكس جاذبية التطبيق وقدرته على استقطاب اهتمام المستخدمين، خاصة ضمن الفئات الشابة، بما يتماشى مع ما توصلت إليه العديد من الدراسات الحديثة.

في المقابل قرابة 30% من العينة يقضون أكثر من ثلاث ساعات يوميا على هذا التطبيق، رغم أن محتواه غالبا ما يكون ترفيهيًا وقصيرا، ما يشير إلى أن المستخدم يقضي هذا الوقت في مشاهدة عدد كبير من المقاطع بشكل متواصل. وهذا النمط من الاستخدام يُمكن أن يؤدي إلى الإرهاق الذهني وفقدان التركيز، بل ويؤثر على المزاج والقدرة على الإنجاز. أما نسبة من يستخدمونه لأقل من ساعة يوميا فتبلغ الثلث فقط، ما يبين أن الاستخدام الخفيف أو العرضي أصبح أقل شيوعا. وهذا يعكس تحول تيك توك من تطبيق ترفيهي عابر إلى وسيلة استهلاكية رئيسية للوقت والمحتوى. ومن هنا، يتضح أن تطبيق تيك توك بات يستحوذ على قدر كبير من وقت المستخدمين، تكاد تقارب نسبته الوقت المخصص لجميع مواقع التواصل مجتمعة. وبالتالي يمكن القول ان هذا التطبيق يتمتع بقدرة كبيرة على الجذب والإبقاء على المستخدم.

جدول رقم 7 يمثل أكثر شيء يجذب في تيك توك

النسبة المئوية	التكرار	أكثر ما يجذب في تيك توك
56.67	68	الفيديوهات القصيرة
31.67	38	التحديات والهاشتاغات
11.67	14	الموسيقى والمؤثرات
100%	120	المجموع

أشار 56.67% من المشاركين أن الفيديوهات القصيرة هي العنصر الأكثر جذبا، بينما يرى 55.9% أن التحديات والهاشتاغات تمثل عنصرا جذابا وتبرز هذه النتائج بوضوح أن الطابع السريع والمباشر للفيديوهات القصيرة هو العامل الأساسي الذي يميز تيك توك ويجذب المستخدمين. إن اتفاق كامل العينة على هذا العنصر يدل على أن التطبيق استجاب بفعالية لنمط جديد من الاستهلاك الرقمي يتميز بالسرعة، الكثافة، وسهولة التلقّي، بما يتماشى مع أنماط التفكير والانتباه لدى الأجيال الرقمية. أما التحديات والهاشتاغات، التي جاءت في المرتبة الثانية، فتمثل عنصرا تفاعليا يتيح للمستخدمين المشاركة والإبداع، لا كمستهلكين فقط بل كمنتجين للمحتوى. ويعزز هذا النوع من المشاركة الشعور بالانتماء الرقمي، ويخلق مجتمعات افتراضية تتشكل حول مواضيع ومظاهر اجتماعية رقمية عابرة للحدود.

أما الموسيقى والمؤثرات، التي اختارها عدد أقل من المشاركين، فتؤدي دورا جمالياً وداعما للتجربة البصرية والسمعية، لكنها لا تمثل العامل الأول في الجذب. ومع ذلك، تبقى هذه العناصر مكونات أساسية ضمن صيغة المحتوى المؤثر في تيك توك، وتساهم في تعزيز التفاعل الحسي للمستخدم.

جدول رقم 8 يمثل تغير الحالة النفسية للأفراد بعد تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	تغير الحالة النفسية بعد تصفح مواقع التواصل الاجتماعي
61.8%	42	نعم بشكل كبير
25%	17	الى حد ما
13.2%	9	لا لاحظ أي تأثير
100%	68	المجموع

كشفت 61.8% أن حالتهم النفسية تتغير "بشكل كبير"، وتشير هذه النتائج إلى أن الغالبية من المستخدمين يشعرون بتأثير نفسي واضح بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، مما يؤكد أن هذه المنصات تؤثر ليس فقط على سلوك المستخدمين، بل تمتد إلى حالتهم الانفعالية والشعورية. تشير العديد من الأدبيات النفسية إلى أن الاستخدام المكثف لهذه المنصات غالباً ما يرتبط بمشاعر المقارنة السلبية، الغيرة، الإحباط، أو القلق الاجتماعي، خاصة عند متابعة حياة الآخرين أو التفاعل مع محتوى مثير عاطفياً. أما الفئة التي قالت إن التغيير حاصل "إلى حد ما"، فربما تمثل شريحة من المستخدمين الذين يدركون بعض التأثيرات النفسية ولكن لا يصنفونها على أنها مستمرة أو جوهرية. في حين أن النسبة القليلة التي لا تشعر بأي تغيير تؤكد أن غياب التأثير النفسي هو الاستثناء وليس القاعدة. ومن المهم الإشارة إلى أن تغيير الحالة النفسية الناتج عن التصفح قد يكون مؤقتاً وعابراً، أو ممتد وتراكمياً، وهو ما يستدعي التعمق في الدراسات النفسية طويلة المدى لفهم تأثير هذه المنصات بشكل شامل.

جدول رقم 9 يمثل تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التركيز والنوم

النسبة المئوية	التكرار	أثر استخدام مواقع التواصل على تركيزك أو نومك
44.1%	30	نعم بشكل كبير
27.9%	19	إلى حد ما
26.5%	18	لا لاحظ تأثيراً
100%	68	المجموع

أفاد 44.1% بوجود تأثير كبير. تدل هذه المعطيات على أن أكثر من 70% من المستخدمين يشعرون بتأثير مواقع التواصل على تركيزهم أو نومهم، سواء بشكل كبير أو متوسط، وهي نسبة مرتفعة تؤكد وجود علاقة وثيقة بين الاستخدام المتكرر لهذه المنصات وظهور اختلالات في الوظائف الحيوية اليومية. إن ما يقارب النصف بأن التأثير "كبير" يُعد مؤشراً مقلقاً، حيث يرتبط الاستخدام المفرط للهاتف أو الحاسوب قبل النوم بعدة مشكلات موثقة في الأدبيات النفسية، منها: صعوبة الاستغراق في النوم، الأرق، الأحلام المضطربة، وتقلص عدد ساعات النوم. ويعزى ذلك إلى الضوء الأزرق المنبعث من الشاشات والمحتوى المثير والتنبيهات المستمرة التي تحفز الجهاز العصبي وتمنع الجسم من الدخول في حالة الاسترخاء اللازمة للنوم العميق. أما بالنسبة للتركيز، فإن كثافة المعلومات وتنوع المحتوى وسرعة التفاعل قد تؤدي إلى تشتيت الانتباه وانخفاض القدرة على التركيز لفترات طويلة، وهي ظاهرة تُعرف بـ "الانتباه المجزأ"، والتي تزداد شدة مع الاستخدام المتكرر للمحتوى السريع مثل فيديوهات تيك توك أو القصص القصيرة في إنستغرام.

في المقابل، نسبة الذين لا يشعرون بأي تأثير (26.5%) تعد غير مهمة، وقد تدل على وعي ذاتي أقل بهذه التأثيرات، أو على عادات استخدام أكثر توازناً، لكنها لا تنفي حقيقة الآثار التراكمية التي قد لا تكون ظاهرة فوراً.

جدول رقم 10 شعور المستخدمين بالعزلة رغم التواصل الكثير عبر الانترنت

النسبة المئوية	التكرار	اثر استخدام مواقع التواصل على تركيزك او نومك
55.9%	38	نعم
20.6%	14	أحيانا
23.5%	16	نادرا
%100	68	المجموع

فيما اظهرت النتائج ان الفرد يشعر بالعزلة رغم التواصل مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي يشعر 55.9% بالعزلة رغم استخدامهم للمواقع. تعكس هذه النتائج مفارقة واضحة في تجربة المستخدمين؛ إذ رغم وجود تواصل رقمي كثيف، إلا أن الإحساس بالوحدة لا يختفي، بل قد يتعمق أكثر. يشعر ما يقارب ثلثي المشاركين بالعزلة رغم أنهم "على اتصال" دائم مع الآخرين، وهو ما يكشف عن انفصال بين التفاعل الظاهري الرقمي والتواصل الإنساني الحقيقي.

إن هذا الشعور بالعزلة يُفسّر على ضوء عدة عوامل، أبرزها:

- سطحية التفاعل الرقمي: فغالبًا ما يقتصر التفاعل على إعجابات أو تعليقات سريعة، دون عمق في الحوار أو تبادل حقيقي للمشاعر.
- المقارنة الاجتماعية: إذ يُظهر الآخرون صورًا لحياة مثالية أو ناجحة، ما يولد شعورًا بالنقص أو بعدم الانتماء.

- غياب الحميمية الإنسانية: حيث تفتقر المحادثات الافتراضية إلى تعبيرات الوجه، نبرة الصوت، ولغة الجسد، وهي عناصر ضرورية للشعور بالقرب الحقيقي.

أما الذين أجابوا بنادرا، فقد يكونون في طور إدراك هذا التناقض، أو يمرون بتجربة مزدوجة تتقاطع فيها مشاعر التواصل والانفصال. أما الأقلية التي لا تشعر بالعزلة، فقد تكون لديها دوائر تواصل قوية واقعية تعوّض ضعف العلاقات الرقمية، أو أنها تستخدم المنصات بأسلوب أكثر توازنًا ووعيًا.

جدول رقم 11 يمثل الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية

النسبة المئوية	التكرار	تأثير الاستخدام المكثف لمواقع التواصل على الصحة النفسية
63.2%	43	نعم
17.6%	12	لا
19.1%	13	ربما
%100	68	المجموع

تُظهر النتائج أن غالبية المشاركين 63.2% يربطون بين كثرة الاستخدام وما يترتب عليه من تأثيرات نفسية سلبية مثل القلق والاكتئاب والإحباط. يمكن تفسير هذه الظاهرة بعدة عوامل:

- الضغط النفسي المستمر: الاستخدام المكثف يعزز حالة من التوتر الناتج عن التعرض المستمر للأخبار، الآراء المتنوعة، وأحيانا السلبية.

- قلة النوم واضطرابات التركيز: الإدمان على التصفح والردود السريعة قد يؤديان إلى اضطرابات في نمط النوم، وهو عامل مهم يؤثر على الصحة النفسية.

- غياب الضوابط والتنظيم: بدون وعي وإدارة صحيحة للوقت والمحتوى، يصبح الاستخدام عبئا نفسيا أكثر منه وسيلة تواصل مفيدة.

الأشخاص الذين أجابوا بـ لا ربما يمتلكون قدرات أفضل على التحكم في استخدامهم أو لديهم استراتيجيات فعالة للتعامل مع التأثيرات السلبية. أما الذين أجابوا بـ ربما، فهم في حالة ترقب أو عدم وضوح في تقييم تأثير الاستخدام على صحتهم النفسية، مما يعكس الحاجة إلى مزيد من التوعية والإرشاد حول التعامل مع هذه المنصات.

خاتمة:

كشفت لنا النتائج الميدانية أن الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي، خاصة منصة "تيك توك"، لا يخلو من آثار نفسية وسلوكية عميقة تمس حياة المستخدمين. فقد بينت النتائج أن نسبة معتبرة من الأفراد يقرّون بتأثير هذا الاستخدام على نومهم وتركيزهم، وهو ما يشير إلى اختلال في الوظائف البيولوجية المرتبطة بالراحة والانتباه، نتيجة الانغماس المستمر في المحتوى الرقمي السريع والمحفز. كما كشفت الدراسة عن مفارقة نفسية لافتة، تتمثل في شعور نسبة كبيرة من المستخدمين بالعزلة، رغم وجودهم المستمر على منصات التواصل. هذا الشعور بالعزلة وسط ضجيج التفاعل الرقمي يُبرز فجوة بين "التواصل الظاهري" و"الترابط الإنساني الحقيقي"، ما يعزز مفهوم الاغتراب الرقمي، وي طرح تساؤلات حول نوعية العلاقات الافتراضية التي تخلقها هذه المنصات.

أما فيما يتعلق بالصحة النفسية بشكل عام، فقد صرّح غالبية المستجوبين بوجود تأثير سلبي، يتجلى في مشاعر القلق، التوتر، المقارنة الاجتماعية، وتدهور المزاج، وهي أعراض تشير إلى علاقة محتملة بين الإدمان على استخدام "تيك توك" والتأثيرات النفسية السلبية، خصوصاً في غياب الوعي الرقمي وآليات الحماية الذاتية. وعليه، يتضح أن الإدمان على استخدام "تيك توك" ليس مجرد ظاهرة سلوكية عابرة، بل هو نمط استخدام قائم على جاذبية خوارزميات المحتوى والتفاعلات السريعة، يؤدي في حال غياب الضبط الذاتي إلى انعكاسات نفسية متعددة، مما يستدعي اهتماماً أكاديمياً أكبر، وتدخلًا توعوياً يهدف إلى تعزيز الاستخدام المتوازن والأمن لهذه المنصات.

المصادر والمراجع:

1. إسماعيل إبراهيم، مناهج البحوث الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017.
2. Alfonso Pellegrino, Decoding Digital Consumer Behavior Bridging Theory and Practice, Springer, Thailand, 2024.
3. Harish Chandra Chandan, Smartphone Addiction, Phone Snubbing, and Effects on Interpersonal Relationships and Mental Health, IGI Global Scientific Publishing, United States of America, 2025.
4. Information Resources Management Association, Research Anthology on Usage, Identity, and Impact of Social Media on Society and Culture, IGI Global, United States of America, 2022, p972.
5. José Ramón Saura, Data-Driven Governance Through AI, Digital Marketing, and the Privacy Interplay, IGI Global, United States of America, 2024.
6. Patrick Kanyi Wamuyu, Analyzing Global Social Media Consumption, IGI Global, United States of America, 2020, pp157.
7. Patrick Ngulube, Handbook of Research on Connecting Research Methods for Information Science Research, IGI Global, the United States of America, 2019.