

الدراسات السابقة

الدراسة الأولى

هدفت دراسة Griffiths (2017) & Kuss إلى التعرف على ظاهرة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في سلوك المستخدمين، مع التركيز على العوامل التي تسهم في زيادة التعلق بهذه المنصات. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

وأظهرت نتائج الدراسة أن الاستخدام المفرط لمنصات التواصل الاجتماعي يرتبط بارتفاع مستويات التعلق بالمحتوى الرقمي، كما تبين أن المحتوى المتجدد والسريع يسهم في زيادة مدة بقاء المستخدم داخل المنصة.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

تسهم هذه الدراسة في دعم الإطار النظري للبحث من خلال توضيح مفهوم الإدمان الرقمي والعوامل المرتبطة به، كما تساعد في فهم العلاقة بين طبيعة المحتوى الرقمي وسلوك الاستخدام لدى المستخدمين.

الدراسة الثانية

تناولت دراسة Andreassen (2015) الإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بالسمات السلوكية للمستخدمين. هدفت الدراسة إلى قياس مستوى الإدمان الرقمي لدى الأفراد وتحليل العوامل التي قد تؤدي إلى الاستخدام المفرط لهذه المنصات. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت مقياسًا خاصًا بالإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي لتقييم سلوك المستخدمين.

وأظهرت النتائج أن بعض خصائص المحتوى الرقمي، مثل سهولة الوصول وسرعة التحديث والتنوع في الموضوعات، تسهم في زيادة تفاعل المستخدمين واستمرارهم في تصفح المنصات لفترات طويلة.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

تفيد هذه الدراسة في توضيح مفهوم الإدمان الرقمي ومؤثراته، كما تساعد في بناء أداة الدراسة المتعلقة بقياس مستوى الإدمان لدى مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي.

الدراسة الثالثة

هدفت دراسة Walla (2016) & Montag إلى تحليل تأثير وسائل التواصل الاجتماعي والمحتوى الرقمي على سلوك المستخدمين، مع التركيز على العوامل التي تشجع على الاستخدام المستمر لهذه المنصات. اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي، وناقشت العلاقة بين تصميم المحتوى الرقمي ومستوى التفاعل لدى الجمهور.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن طبيعة المحتوى الرقمي، خصوصاً المحتوى القصير والمتجدد، تلعب دوراً مهماً في جذب انتباه المستخدمين وزيادة احتمالية الاستخدام المتكرر للمنصات الرقمية.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

تساعد هذه الدراسة في توضيح دور خصائص المحتوى الرقمي في جذب المستخدمين، وهو ما يدعم فكرة البحث التي تسعى إلى دراسة العلاقة بين طبيعة المحتوى الرقمي والإدمان الرقمي.

الدراسة الرابعة

هدفت دراسة Adam Alter (2017) إلى تحليل تأثير التقنيات الرقمية ومحتوى الإنترنت في تعزيز السلوك الإدماني لدى المستخدمين، مع التركيز على كيفية تصميم المنصات الرقمية والمحتوى لجذب انتباه المستخدمين لفترات طويلة. اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي من خلال مراجعة عدد من الدراسات المتعلقة بالسلوك الرقمي وأنماط الاستخدام.

وأظهرت نتائج الدراسة أن طبيعة المحتوى الرقمي المتجدد، إضافة إلى عناصر التشويق والتفاعل السريع، تسهم في تعزيز ارتباط المستخدمين بالمنصات الرقمية، مما قد يؤدي إلى زيادة احتمالية الاستخدام المفرط أو الإدمان الرقمي.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

تفيد هذه الدراسة في توضيح الدور الذي تلعبه خصائص المحتوى الرقمي في جذب انتباه المستخدمين واستمرار تفاعلهم مع المنصات، وهو ما يدعم فكرة البحث التي تركز على العلاقة بين طبيعة المحتوى الرقمي والإدمان الرقمي.

الدراسة الخامسة

هدفت دراسة [Daria J. Kuss](#) و [Mark D. Griffiths](#) (2011) إلى استكشاف ظاهرة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي، وتحليل العوامل التي تسهم في زيادة استخدام هذه المنصات بشكل مفرط. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم تحليل عدد من الدراسات السابقة المتعلقة بالإدمان على الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.

وأظهرت نتائج الدراسة أن المحتوى الرقمي المتنوع وسهولة الوصول إلى المنصات الرقمية يسهمان في زيادة مدة استخدام المستخدمين لهذه المنصات، كما تبين أن التفاعل المستمر مع المحتوى قد يؤدي إلى تعزيز التعلق النفسي بها.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

تساعد هذه الدراسة في دعم الإطار النظري للبحث، كما تسهم في توضيح العلاقة بين استخدام منصات التواصل الاجتماعي وأنماط التفاعل مع المحتوى الرقمي.

الدراسة السادسة

هدفت دراسة سالم محمد حسن الشهري (2019) بعنوان إدمان وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بالحكم الأخلاقي لدى عينة من طلاب وطالبات جامعة بيشة إلى التعرف على مستوى إدمان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة، وكذلك الكشف عن العلاقة بين الإدمان على هذه المواقع ومستوى الحكم الأخلاقي لديهم. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم تطبيق مقياس إدمان مواقع التواصل الاجتماعي ومقياس الحكم الأخلاقي على عينة بلغت (180) طالبًا وطالبة من جامعة بيشة في المملكة العربية السعودية.

وأظهرت نتائج الدراسة أن مستوى إدمان مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة كان متوسطًا، كما أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الإدمان تبعًا لمتغير الجنس أو التخصص الدراسي. كما بيّنت الدراسة أن العلاقة بين الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الحكم الأخلاقي لدى الطلبة لم تكن علاقة ارتباطية قوية.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

تفيد هذه الدراسة في توضيح مستوى انتشار الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى فئة الشباب الجامعي في البيئة العربية، كما تساعد في دعم الإطار النظري للبحث الحالي الذي يدرس الإدمان الرقمي وعلاقته بالمحتوى الرقمي في منصات التواصل الاجتماعي.