

رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی در جوانان: با میانجیگری ترس از در حاشیه ماندن

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۷/۱۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۲/۵

جمیله واشقانی فراهانی^۱، فریماه دوکوشکانی^{۲*}

مقاله پژوهشی

چکیده

مقدمه: این پژوهش باهدف تبیین نقش میانجیگری ترس از در حاشیه ماندن در رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی در جوانان انجام شد.

روش: روش پژوهش در مطالعه حاضر، کمی-توصیفی با ماهیت همبستگی بود. داده‌های پژوهش با استفاده از سه مقیاس اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی برگن (اندرسون و همکاران، ۲۰۱۲)، پرسش‌نامه شخصیتی پنج عاملی نئو (کاستا و مک کری، ۱۹۹۲) و پرسش‌نامه ترس از در حاشیه ماندن (پرزبیلسکی و همکاران، ۲۰۱۳) و از طریق پرسش‌نامه آنلاین از نمونه‌ای معادل ۲۰۹ نفر (هیر و همکاران، ۲۰۱۰) از جامعه ۱۳۰۰۰ نفری دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران جنوب (سال تحصیلی ۱۴۰۲-۱۴۰۳) در مجتمع ولیعصر(عج)، به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای، جمع‌آوری شدند و داده‌ها با استفاده از روش مدل معادلات ساختاری تجزیه و تحلیل شدند.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی بر اساس سه نوع ویژگی از ویژگی‌های شخصیتی شامل برون‌گرایی ($p \leq 0/05$)، سازگاری ($p < 0/01$) و وظیفه‌شناسی ($p \leq 0/05$) و همچنین ترس از در حاشیه ماندن قابل پیش‌بینی ($p < 0/01$) است. همچنین، نتایج به‌دست‌آمده تأیید کرد که ترس از در حاشیه ماندن در رابطه بین روان رنجوری ($p \leq 0/05$)، گشودگی به تجربه ($p \leq 0/05$) و سازگاری ($p < 0/01$) با اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی نقش میانجی دارد.

نتیجه‌گیری: این نتایج حاکی از آن است که ترس از در حاشیه ماندن و احساس طرد شدن یکی از عواملی مهمی است که افراد روان رنجور، گشوده به تجربه و سازگار را به استفاده مداوم و بیش‌ازحد از رسانه‌های اجتماعی ترغیب می‌کند.

کلمات کلیدی: رسانه‌های اجتماعی، اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی، ویژگی‌های شخصیتی، ترس از در حاشیه ماندن، جوانان.

۱. کارشناسی ارشد روان-شناسی بالینی، گروه روانشناسی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران.

۲. استادیار، گروه روانشناسی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران.

* نویسنده مسئول: f.dokoushkani@iaui.ir



The Relationship between Personality Traits and Social Media Addiction in Adults: The Mediating Role of Fear of Missing Out

Received: 2025/10/1 Accepted: 2026/2/24

Jamileh Vashaghani Farahani¹, Farimah Dokoushkani^{*2}

Original Article

Abstract

Introduction: The present study aimed to investigate the mediating role of fear of missing out (FoMO) in the relationship between personality traits and social media addiction among young adults.

Method: This study employed a quantitative-descriptive research design with a correlational approach. Data were collected using three instruments: the Bergen Social Media Addiction Scale (Andreassen et al., 2012), the NEO Five-Factor Personality Inventory (Costa & McCrae, 1992), and the Fear of Missing Out Scale (Przybylski et al., 2013). An online questionnaire was administered to a sample of 209 participants (Hair et al., 2010), selected via multistage cluster sampling from 13,000 students at the South Tehran Branch of Islamic Azad University during the 2023–2024 academic year. Data were analyzed using structural equation modeling.

Results: The results indicated that social media addiction could be predicted based on three personality traits—extraversion ($p \leq 0.05$), agreeableness ($p > 0.01$), and conscientiousness ($p \leq 0.05$)—as well as fear of missing out ($p > 0.01$). Moreover, the findings confirmed that fear of missing out plays a mediating role in the relationship between neuroticism ($p \leq 0.05$), openness to experience ($p \leq 0.05$), and agreeableness ($p > 0.01$) with social media addiction.

Conclusion: These results suggest that the fear of missing out and the fear of being socially excluded are important factors motivating neurotic, open-to-experience, and agreeable individuals to engage in continuous and excessive use of social media.

Keywords: Social Media, Social Media Addiction, Personality Traits, Fear of Missing Out, Adults

1 Masters in Clinical Psychology, Department of Psychology, Faculty of Psychology and Educational Sciences, Islamic Azad University- South Tehran Branch, Tehran, Iran.

2 Assistant Professor, Department of Psychology, Faculty of Psychology and Educational Sciences, Islamic Azad University- South Tehran Branch, Tehran, Iran.

* Corresponding Author: f.dokoushkani@iaui.ir

مقدمه

در دهه‌های اخیر با نوآوری‌هایی شکل گرفته، اینترنت به یک مفهوم مهم و اساسی در زندگی انسان‌ها تبدیل شده است (اوزکان و کوچ^۱، ۲۰۲۳). اینترنت، با ویژگی‌های خاصی مانند در دسترس بودن، فعالیت بیست چهارساعته، تسهیل جستجوی سریع و آسان در موضوعات مختلف، افزایش تعداد کاربران آن در سراسر جهان، روزبه‌روز در حال گسترش است. از سوی دیگر، استفاده از شبکه‌های اجتماعی با گسترش گوشی‌های هوشمند افزایش یافته و به اعتیاد اینترنتی منجر شده است. آمارها نشان‌دهنده رشد شدید کاربران اسنپ‌چت و اینستاگرام هستند (روبی^۲، ۲۰۲۳). در ایران نیز ۷۸/۵ درصد مردم، به‌ویژه جوانان و تحصیل کرده‌ها، از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند (مرکز افکار سنجی دانشجویان ایران، ۱۴۰۱). نتایج پژوهشی که توسط پژوهشگران دانشگاه مک‌گیل کانادا انجام شده است، نشان می‌دهد کاربران ایرانی در رتبه ششم اعتیاد به استفاده از گوشی موبایل قرار دارند (دنیای اقتصاد، ۱۴۰۳). همچنین یافته‌های پژوهش موسوی (۱۴۰۱) نشان از اعتیاد شدید به اینترنت در بین نوجوانان و جوانان ایرانی دارد. با توجه به حجم بالای استفاده ایرانیان و بخصوص جوانان از رسانه‌های اجتماعی بخصوص اینستاگرام ضرورت پژوهش در زمینه اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی را دوچندان می‌کند.

در پی رشد استفاده از رسانه‌های اجتماعی در جهان امروز، مسئله اعتیاد به این رسانه‌ها به یکی از چالش‌های مهم اجتماعی تبدیل شده است. هرچند که استفاده از این رسانه‌ها می‌تواند تأثیرات مثبتی مانند افزایش عزت‌نفس و بهبود روابط اجتماعی داشته باشد (پیوک و جویسون^۳، ۲۰۱۶؛ فوا، جین و کیم^۴، ۲۰۱۷)، اما پژوهشگران به‌طور فزاینده‌ای شروع به بررسی تأثیر منفی استفاده از رسانه‌های اجتماعی یا سمت تاریک استفاده از رسانه‌های اجتماعی کرده‌اند (دیر و همکاران^۵، ۲۰۱۸) که این سمت تاریک شامل مسائل مربوط به خواب، افسردگی، اضطراب و تنهایی آشکار می‌شود (بیکر، کریگر و لیروی^۶، ۲۰۱۶). به عقیده بوزولا و همکاران^۷ (۲۰۲۲) اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی به‌طور فزاینده‌ای به‌عنوان عاملی مهم در تأثیرگذاری بر سلامت روان شناخته می‌شود. پژوهش‌ها نشان داده‌اند استفاده طولانی‌مدت از این پلتفرم‌ها با افزایش سطح اضطراب و افسردگی، به‌ویژه در میان نوجوانان و جوانان، مرتبط است (پرایمک و همکاران^۸، ۲۰۱۷).

در همین زمینه، حجم قابل توجهی از پژوهش‌ها نقش ویژگی‌های شخصیتی را در چگونگی استفاده افراد از شبکه‌های اجتماعی نشان داده‌اند (کیرکابورو و همکاران^۹، ۲۰۲۰؛ مارنگو، پولتی و ستانی^{۱۰}، ۲۰۲۰). به عقیده کاستا و مک کری^{۱۱} (۱۹۹۲). ویژگی‌های شخصیتی به سبک‌های هیجانی، رابطه‌ای، تجربی، انگیزشی افراد که در تمام دوره‌های بزرگسالی ثابت فرض شده است گفته می‌شود و بیانگر آن دسته از ویژگی‌های فرد یا افراد است که شامل الگوهای ثابت فکری، عاطفی و رفتاری آن‌هاست. بیشتر مطالعات انجام گرفته بر مدل پنج عاملی شخصیت تمرکز کرده‌اند (الشاحسی و همکاران^{۱۲}، ۲۰۲۳). این مدل پنج ویژگی اصلی شخصیت را شامل می‌شود: روان رنجوری^{۱۳} (نگران، کمرو، دارای احساس ناامیدی، تحریک‌پذیر و زودرنج)، برون‌گرایی^{۱۴} (خونگرم،

1 Özcan & Koç

2 Ruby

3 Piwek & Joinson

4 Phua, Jin, & Kim

5 Dhir et al.

6 Baker, Krieger, & LeRoy

7 Bozzola et al.

8 Primack et al.

9 Kircaburun et al.

10 Marengo, Poletti, & Settanni

11 Costa & McCrae

12 Alshakhsi et al.

13 neuroticism

14 extroversion

معاشرتی و علاقه‌مند به میهمانی و جمع‌های شلوغ)، گشودگی به تجربه^۱، (باز و گشاده نسبت به تجربیات جدید)، سازگاری^۲ (علاقه‌مند به راضی کردن دیگران) و وظیفه‌شناسی^۳ (کارآمد، باکفایت و دارای تصمیم‌گیری‌های معقول و منطقی).

بررسی ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که هم‌زمان با مطالعات خارجی مانند پژوهش آشپرو و همکاران^۴ (۲۰۲۲) و بلکول و همکاران^۵ (۲۰۱۷)، پژوهش‌های متعددی نیز در ایران در زمینه رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و اعتیاد به اینترنت انجام شده است. به‌عنوان نمونه، خانجانی و اکبری (۱۳۹۰) دریافتند که از بین پنج عامل شخصیتی، روان رنجوری رابطه مثبت و معنی‌داری با اعتیاد به اینترنت دارد، درحالی‌که وظیفه‌شناسی، سازگاری و برون‌گرایی رابطه منفی با آن دارند و گشودگی به تجربه رابطه معنی‌داری با اعتیاد به اینترنت ندارد. همچنین، رستمی و همکاران (۱۳۹۵) و معمار، رسولی و تاجیک اسماعیلی (۱۴۰۰) نشان دادند که ویژگی‌های شخصیتی دانش‌آموزان و عملکرد تحصیلی نه‌چندان موفق آن‌ها می‌تواند در گرایش به اعتیاد به اینترنت نقش داشته باشد. باوجود حجم پژوهش‌ها در این زمینه، نتایج پژوهش‌های داخلی و خارجی نشان می‌دهد که در تأثیر پنج عامل شخصیتی بر اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی، پژوهشگران به نتایج مشابه نرسیده‌اند و یا نتایج آن‌ها در تضاد باهم بوده است.

در راستای مطالعات مربوط به رسانه‌های اجتماعی، اخیراً «ترس از در حاشیه ماندن»^۶ توجه پژوهشگران را به خود جلب کرده است. ترس از در حاشیه ماندن به‌عنوان نوعی اعتیاد نوظهور تعریف شده است که سبب می‌شود افراد به دلیل ترس از عقب ماندن از تحولات و عدم اطلاع از رویدادهای رسانه‌های اجتماعی، زمان بیشتری را در این فضاها سپری کنند (هاموت اوغلو، توپال و گزگین^۷، ۲۰۲۰). ترس از در حاشیه ماندن درجه بالایی از اضطراب است که یک فرد احساس می‌کند که تجربیات معنی‌دار، لذت‌بخش یا مهم که دیگران به دست آورده یا می‌آورند را از دست داده است (پرزبیلسکی و همکاران^۸، ۲۰۱۳). باوجوداینکه در سال‌های اخیر مطالعات زیادی درباره ترس از حاشیه ماندن انجام شده، اما دانش موجود در رابطه با ترس از در حاشیه ماندن به‌طور قابل‌توجهی متنوع و پراکنده است (تاندون و همکاران^۹، ۲۰۲۱) و پژوهشگران مختلف خواستار رویکردهای پژوهشی جدید برای پیشبرد درک مفهومی و عملیاتی ترس از در حاشیه ماندن شده‌اند (تامچیک و سلماناگیک-لیزد^{۱۰}، ۲۰۱۸؛ وانگ و همکاران^{۱۱}، ۲۰۱۸).

ترس از در حاشیه ماندن در پژوهش‌های مختلف به‌عنوان متغیر میانجی بین انگیزش (آلت^{۱۲}، ۲۰۱۵)، نیاز به تعلق و محبوبیت (بینز، فریسون و اگرمنت^{۱۳}، ۲۰۱۶)، ترس از ارزیابی منفی و مثبت (ولنویچ و همکاران^{۱۴}، ۲۰۱۸) و نیز رضایت از زندگی (شا و همکاران^{۱۵}، ۲۰۱۹) با استفاده از رسانه‌های اجتماعی بررسی شده است. با این حال، نقش میانجی این ترس در ارتباط بین ویژگی‌های شخصیتی و استفاده از رسانه‌های اجتماعی کمتر مورد توجه قرار گرفته و به‌ویژه بر اساس یافته‌های الشاخسی و همکاران (۲۰۲۳) و سیندرمن و همکاران^{۱۶} (۲۰۲۱)، احتمال دارد ترس از در حاشیه ماندن در این رابطه نقش میانجی ایفا کند.

از سویی، طبق نظر پرزبیلسکی و همکاران (۲۰۱۳)، رابطه معناداری بین ویژگی‌های شخصیتی و ترس از در حاشیه ماندن

1 openness

2 agreeableness

3 conscientiousness

4 Ashiru et al.

5 Blackwell et al.

6 fear of missing out

7 Hamutoglu, Topal, & Gezgin

8 Przybylski et al.

9 Tandon et al.

10 Tomczyk & Selmanagic-Lizde

11 Wang et al.

12 Alt

13 Beyens, Frison, & Eggermont

14 Wolniewicz et al.

15 Sha et al.

16 Sindermann et al.

وجود دارد؛ با این حال، نتایج پژوهش‌ها حاکی از آن است که تعداد مطالعات انجام‌شده درباره روابط بین ترس از در حاشیه ماندن و عوامل شخصیتی محدود است (اوزکان و کوچ، ۲۰۲۳). یافته‌های استید و بیبی^۱ (۲۰۱۷) نشان می‌دهد که بین وظیفه‌شناسی با ترس از در حاشیه ماندن رابطه منفی وجود دارد. همچنین، ترس از در حاشیه ماندن با سطوح بالاتر روان رنجوری (الشاحسی و همکاران، ۲۰۲۳) و همچنین با سازگاری بیشتر (هاموت اوغلو و همکاران، ۲۰۲۰) مرتبط بوده است.

مطالعه حاضر احتمالاً یکی از اولین مطالعات تجربی داخلی است که تعامل پیچیده بین ویژگی‌های شخصیتی، ترس از در حاشیه ماندن و ماهیت اعتیادآور رسانه‌های اجتماعی، با تمرکز ویژه بر نقش میانجیگری ترس از در حاشیه ماندن را مورد بررسی قرار داده است و در واقع، در پی پاسخ به این سؤال است که آیا ترس از در حاشیه ماندن روابط بین ویژگی‌های شخصیت و اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی را میانجیگری می‌کند؟ بنابراین، این پژوهش به‌طور قابل توجهی به توسعه ادبیات قبلی در مورد اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی کمک می‌نماید. همچنین، در این پژوهش رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و ترس از در حاشیه ماندن نیز بررسی شده که با توجه به مرور ادبیات پژوهش، این موضوع کمتر مورد توجه قرار گرفته است. بررسی تجربی نقش میانجی ترس از در حاشیه ماندن خواهد توانست در ارائه بینش‌های ارزشمند هم برای دانشگاه‌ها و هم برای کاربردهای عملی، پیرامون اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی کمک‌کننده باشد.

روش

مطالعه حاضر یک پژوهش توصیفی با ماهیت همبستگی و طرح پژوهش کمی بود که به‌صورت تک مقطعی انجام شد. جامعه پژوهش حاضر شامل ۱۳۰۰۰ دانشجویانی بود که در نیمسال دوم سال تحصیلی ۱۴۰۲-۱۴۰۳ در یکی از دانشکده‌های مجتمع ولیعصر (عج)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب مشغول به تحصیل بودند و حداقل یک سال از شروع تحصیل آنان گذشته بود. با در نظر گرفتن روش تحلیل داده‌های این پژوهش که بر اساس مدل معادلات ساختاری بود و همچنین پیشنهاد هیر و همکاران^۲ (۲۰۱۰) و همچنین پژوهش‌های دیگر از جمله چرچیل^۳ (۱۹۷۹) و کلین^۴ (۲۰۱۱)، در پژوهش حاضر تعداد نمونه‌ها ۲۰۰ نفر در نظر گرفته شد. نمونه‌های آماری این پژوهش با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند. در نهایت، از طریق مراجعه حضوری محقق، کد QR پرسش‌نامه در اختیار آزمودنی‌ها قرار گرفت و ۲۰۹ نفر که تمایل به مشارکت در این پژوهش را داشتند نسبت به تکمیل پرسش‌نامه‌ها اقدام نمودند.

ابزارهای پژوهش

الف) پرسش‌نامه اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی برگن (BSMAS):^۵ این پرسش‌نامه ۶ ماده‌ای در سال ۲۰۱۲ توسط اندرسون و همکاران^۶ تهیه شده است. این آزمون به روش لیکرت در یک طیف ۵ درجه‌ای نمره‌گذاری می‌شود: به ندرت (۱)، گاهی اوقات (۲)، اغلب (۳)، بیشتر اوقات (۴)، همیشه (۵). نمره کلی این مقیاس بین ۶ تا ۳۰ متغیر است. نمره بیشتر، نشان‌دهنده وابستگی و اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی است. اگر در این آزمون حداقل به ۴ گویه پاسخ‌های ۴ یا ۵ داده شود، فرد دارای استفاده مشکل‌ساز از رسانه‌های اجتماعی است. یافته‌های اندرسون و همکاران (۲۰۱۲) نشان داد که ساختار عاملی مقیاس مورد استفاده از برازش مطلوبی برخوردار است (CFI = 0.99، RMSEA = 0.046) و ضریب آلفا ۰/۸۳ بود. ضریب پایایی باز آزمایشی ۳ هفته‌ای ۰/۸۲.

1 Stead & Bibby

2 Hair et al.

3 Churchill

4 Kline

5 Bergen Social Media Addiction Scale

6 Andreassen et al.

بود. لین و همکاران^۱ (۲۰۱۷) با انجام پژوهشی بر روی ۲۷۶۷ نفر پایایی و روایی نسخه فارسی پرسش‌نامه اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی برگن را تأیید کرده‌اند و به عقیده آن‌ها با توجه به تک‌بعدی بودن اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی برگن فارسی، می‌توان از این ابزار برای ارزیابی چگونگی اعتیاد یک فرد به رسانه‌های اجتماعی در اینترنت استفاده کرد. نتایج، مطلوبیت ساختار عاملی آن را تأیید می‌کنند (CFI = 0.993, RMSEA = 0.993). در مطالعه ایرانی لین و همکاران (۲۰۱۷)، روایی سازه با استفاده از روش تحلیل عاملی تأییدی مورد ارزیابی قرار گرفت که شاخص برازش مدل (CFI) برابر با ۰/۹۹۳ گزارش شد که نشان‌دهنده برازش بسیار مطلوب مدل است. همچنین، پایایی سازه با استفاده از روش پایایی ترکیبی برابر با ۰/۸۶ اعلام گردید که بیانگر قابلیت اطمینان مناسب ابزار اندازه‌گیری است. در این پژوهش، ضریب آلفای کرونباخ برای اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی برابر با ۰/۹۱۵ به دست آمد که بالاتر از ۰/۷ است. این نتیجه نشان‌دهنده پایایی بالای ابزار اندازه‌گیری مورد استفاده در این مطالعه است.

ب) پرسش‌نامه شخصیتی پنج عاملی نئو (NEO-FFI): این مقیاس، یک آزمون شخصیتی شامل ۶۰ سؤال است که پنج زمینه اصلی شخصیت را مورد ارزیابی قرار می‌دهد. صفات پنج‌گانه شخصیتی شامل (۱) روان رنجوری، (۲) برون‌گرایی، (۳) گشودگی به تجربه، (۴) سازگاری و (۵) وظیفه‌شناسی می‌باشد. پاسخنامه این پرسش‌نامه بر اساس مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای (کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) تنظیم شده است و در نمره‌گذاری فرم کوتاه پرسش‌نامه، به کاملاً مخالفم نمره ۴، مخالفم نمره ۳، بی‌تفاوت نمره ۲، موافقم نمره ۱ و کاملاً موافقم نمره ۰ تعلق می‌گیرد (گروسی فرشی، ۱۳۸۰). این پرسش‌نامه توسط کاستا و مک کری روی ۲۰۸ نفر از دانشجویان آمریکایی به فاصله سه ماه اجرا گردید که ضرایب اعتبار آن بین ۰/۸۳ تا ۰/۷۵ به دست آمده است. در هنجاریابی این آزمون که توسط گروسی فرشی (۱۳۸۰) روی نمونه‌ای با حجم ۲۰۰۰ نفر از بین دانشجویان دانشگاه‌های تبریز، شیراز و دانشگاه‌های علوم پزشکی این دو شهر صورت گرفت ضریب همبستگی ۵ بعد اصلی را بین ۰/۵۶ تا ۰/۸۷ گزارش کرده است. ضرایب آلفای کرونباخ در هر یک از عوامل اصلی روان آزرده‌خویی، برون‌گرایی، گشودگی به تجربه، سازگاری و وظیفه‌شناسی به ترتیب ۰/۸۶، ۰/۷۳، ۰/۵۶، ۰/۶۸ و ۰/۸۷ به دست آمد. جهت بررسی اعتبار محتوایی این آزمون از همبستگی بین دو فرم گزارش شخصی (S) و فرم ارزیابی مشاهده‌گر (R)، استفاده شد، که حداکثر همبستگی به میزان ۰/۶۶ در عامل برون‌گرایی و حداقل آن به میزان ۰/۴۵ در عامل سازگاری بود (گروسی فرشی، ۱۳۸۰). در پژوهش جمشاد و داوری (۱۴۰۱) مقدار آلفای کرونباخ برای ۵ صفت روان آزرده‌گی، برون‌گرایی، گشودگی، سازگاری و وجدانی بودن به ترتیب برابر ۰/۸۶، ۰/۷۱، ۰/۷۹، ۰/۷۴ و ۰/۸۱ به دست آمد. در این پژوهش، ضریب آلفای کرونباخ برای صفات روان رنجوری (۰/۹۶)، برون‌گرایی (۰/۹۶)، گشودگی به تجربه (۰/۹۷)، سازگاری (۰/۹۵) و وظیفه‌شناسی (۰/۹۶) بالاتر از ۰/۷ به دست آمد که نشان‌دهنده پایایی بالای ابزار اندازه‌گیری است.

ج) پرسش‌نامه ترس از در حاشیه ماندن (FoMO): پرسش‌نامه ترس از در حاشیه ماندن پریزیلسکی و همکاران (۲۰۱۳) شامل ۱۰ گویه است و بر اساس مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای نمره‌گذاری می‌شود، گزینه‌های پاسخ به شرح زیر است: صدق نمی‌کند (۱)، خیلی کم صدق می‌کند (۲)، به‌طور متوسط صدق می‌کند (۳)، زیاد صدق می‌کند (۴) و خیلی زیاد صدق می‌کند (۵). نمرات کل بین ۱۰ تا ۵۰ متغیر است و نمرات زیاد نشان‌دهنده ترس از در حاشیه ماندن بالای یک فرد است پریزیلسکی و همکاران (۲۰۱۳) برای بررسی روایی همگرایی پرسش‌نامه ترس از در حاشیه ماندن، از روش محاسبه ضرایب همبستگی بین نمره کل این پرسش‌نامه و پرسش‌نامه ارضای نیاز روان‌شناختی لاگاردیا و همکاران^۴ (۲۰۰۰) استفاده کردند. نتایج این بررسی نشان داد که ضرایب همبستگی برابر با ۰/۸۳ است که نشان‌دهنده روایی خوب این پرسش‌نامه می‌باشد. آلفای کرونباخ این مقیاس برابر با ۰/۸۴ است. اعتبار و روایی این مقیاس اخیراً توسط چاشمی و همکاران^۵ (۲۰۱۳) از طریق یک نظرسنجی آنلاین مقطعی بر روی ۴۰۰ دانشجوی ایرانی مورد

1 Lin et al.

2 NEO Five-Factor Inventory

3 Fear of Missing Out scale

4 La Guardia et al.

5 Chashmi et al.

بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که بار عاملی بیشتر از $0/40$ بوده و شاخص‌های برازش مدل شامل CMIN/DF برابر با $1/56$ ، RMSEA برابر با $0/038$ ، CFI برابر با $0/99$ ، GFI برابر با $0/97$ و NFI برابر با $0/97$ به دست آمد. همچنین، پایایی همگنی درونی با آلفای کرونباخ برابر با $0/91$ و پایایی ترکیبی برابر با $0/84$ محاسبه شد. این یافته‌ها حاکی از آن است که نسخه فارسی ۱۰ سؤالی مقیاس پرسش‌نامه ترس از در حاشیه ماندن پرسش‌نامه‌های اجتماعی استفاده می‌کردند که ۵۱ نفر بیش از ۵ ساعت در روز در این رسانه‌ها فعال بودند. با توجه به جدول ۱ حداقل و حداکثر نمره کسب‌شده برای پاسخ‌دهندگان، برای متغیر روان رنجوری ۱۴ تا ۵۷، برونگرایی ۱۴ تا ۵۸ و گشودگی به تجربه ۱۳ تا ۵۹، سازگاری ۱۲ تا ۵۸، وظیفه‌شناسی ۱۳ تا ۶۰، ترس از در حاشیه ماندن ۱۱ تا ۴۷ و اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی ۶ تا ۳۰ بود. مندرجات جدول ۱ نشان می‌دهد که مقدار چولگی و کشیدگی تمامی متغیرها در بازه $+2$ و -2 قرار داشته که طبق پیشنهاد جورج و مالری^۱ (۲۰۱۰) نرمال بودن داده‌های مربوط به متغیرها مورد تأیید قرار گرفت.

یافته‌ها

در این مطالعه، $76/6$ درصد پاسخ‌دهندگان زن و $23/4$ درصد مرد بودند. اکثر پاسخ‌دهندگان زیر ۲۵ سال (۱۴۷ نفر) و در مقطع کارشناسی ($71/8$ درصد) قرار داشتند. از این تعداد، $74/6$ درصد مجرد و $23/4$ درصد متأهل بودند. بیش از ۵۰ درصد پاسخ‌دهندگان روزانه بیش از ۳ ساعت از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کردند که ۵۱ نفر بیش از ۵ ساعت در روز در این رسانه‌ها فعال بودند. با توجه به جدول ۱ حداقل و حداکثر نمره کسب‌شده برای پاسخ‌دهندگان، برای متغیر روان رنجوری ۱۴ تا ۵۷، برونگرایی ۱۴ تا ۵۸ و گشودگی به تجربه ۱۳ تا ۵۹، سازگاری ۱۲ تا ۵۸، وظیفه‌شناسی ۱۳ تا ۶۰، ترس از در حاشیه ماندن ۱۱ تا ۴۷ و اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی ۶ تا ۳۰ بود. مندرجات جدول ۱ نشان می‌دهد که مقدار چولگی و کشیدگی تمامی متغیرها در بازه $+2$ و -2 قرار داشته که طبق پیشنهاد جورج و مالری^۱ (۲۰۱۰) نرمال بودن داده‌های مربوط به متغیرها مورد تأیید قرار گرفت.

جدول ۱. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	حداقل نمره	حداکثر نمره	میانگین	انحراف استاندارد	چولگی	کشیدگی
روان رنجوری	۱۴	۵۷	۳۷/۴۶۹	۱۳/۵۷۱	-۰/۵۲۶	۱/۳۴۰
برونگرایی	۱۴	۵۸	۳۵/۹۶۷	۱۴/۲۵۸	-۰/۲۷۷	۱/۶۰۹
گشودگی به تجربه	۱۳	۵۹	۳۶/۸۹۰	۱۵/۵۱۴	-۰/۳۲۱	۱/۶۶۶
سازگاری	۱۲	۵۸	۳۳/۳۰۶	۱۲/۷۸۴	-۰/۰۴۸	۱/۳۷۵
وظیفه‌شناسی	۱۳	۶۰	۳۸/۴۹۸	۱۴/۰۱۹	-۰/۴۳۵	۱/۲۹۴
ترس از در حاشیه ماندن	۱۱	۴۷	۲۳/۳۸۳	۱۰/۰۷۹	-۰/۹۴۶	۰/۵۵۸
اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی	۶	۳۰	۱۴/۳۱۶	۶/۲۹۹	-۰/۵۹۱	۰/۸۳۲

در راستای سؤال اصلی پژوهش (آیا ترس از در حاشیه ماندن روابط بین ویژگی‌های شخصیت و اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی را میانجیگری می‌کند؟) از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. بدین منظور، ابتدا تحلیل عاملی تأییدی متغیرهای پژوهش برای بررسی شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری و سپس روایی و پایایی گویه‌های پژوهش (جدول ۲ و ۳) مورد بررسی قرار گرفت و در نهایت با توجه به نتایج ضرایب مسیر (جدول ۴ و ۵) فرضیات پژوهش مورد آزمون قرار گرفت.

جدول ۲. نتایج روایی و پایایی گویه‌های پژوهش

سازه (متغیر)	بار عاملی استاندارد شده	پایایی ترکیبی	ضریب آلفای کرونباخ	میانگین واریانس استخراج شده
ترس از در حاشیه ماندن	۰/۸۴۷/۶۸۴-۰/۰	۰/۹۴۰	۰/۹۳۹	۰/۶۱۰
روان رنجوری	۰/۸۹۹/۷۱۰-۰/۰	۰/۹۶۴	۰/۹۶۴	۰/۶۸۹
برونگرایی	۰/۹۰۱/۶۷۸-۰/۰	۰/۹۶۴	۰/۹۶۴	۰/۶۹۲
گشودگی به تجربه	۰/۹۳۰/۶۱۴-۰/۰	۰/۹۷۳	۰/۹۷۲	۰/۷۵۲
سازگاری	۰/۸۵۱/۶۲۰-۰/۰	۰/۹۵۲	۰/۹۵۱	۰/۶۲۶
وظیفه‌شناسی	۰/۸۸۶/۷۱۲-۰/۰	۰/۹۶۰	۰/۹۶۰	۰/۶۷۰
اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی	۰/۸۲۵/۷۵۹-۰/۰	۰/۹۱۶	۰/۹۱۵	۰/۶۴۵

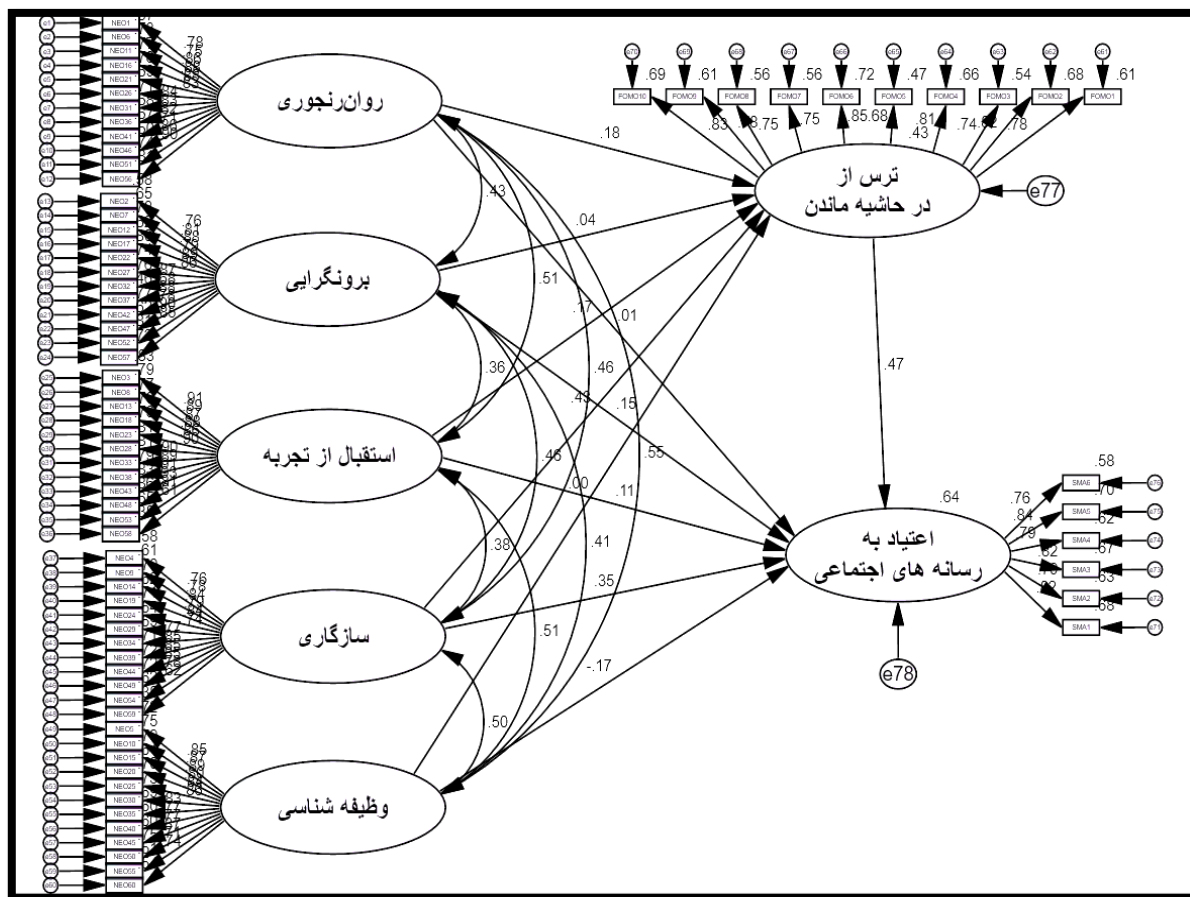
نتایج تحلیل عاملی تأییدی (مدل اندازه‌گیری) نشان داد که ضریب شاخص ریشه میانگین مجذورات خطای تقریب (RMSEA) برابر با ۰/۰۵۰، شاخص برازندگی تطبیقی (CFI) برابر با ۰/۹۰۸، شاخص برازندگی افزایشی (IFI) برابر با ۰/۹۰۸، شاخص توکر-لویس (TLI) برابر با ۰/۹۰۴؛ و کای اسکوئر نسبی (χ^2/df) برابر با ۱/۵۲۶ به دست آمد. مقادیر قابل‌پذیرش برای شاخص‌های فوق برای CFI، IFI، TLI بالاتر از ۰/۹ برای RMSEA کمتر از ۰/۸ و برای χ^2/df مقدار بین ۱ تا ۳ می‌باشد؛ بنابراین، تمامی مقادیر در محدوده مطلوب قرار دارند و نشان‌دهنده برازش مناسب مدل با داده‌ها هستند. با توجه به نتایج مندرج در جدول ۲ بار عاملی گویه‌ها بیش از ۰.۵ بود و پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ برای همه متغیرها بالاتر از ۰.۷ بود. همچنین، در تأیید روایی همگرا نتایج میانگین واریانس استخراج‌شده برای همه متغیرها بالاتر از ۰/۵ بود.

جدول ۳. ماتریس میانگین همبستگی و مجذور واریانس استخراج‌شده

سازه (متغیر)	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
ترس از در حاشیه ماندن	۰/۷۸۱						
روان رنجوری	۰/۴۸۲	۰/۸۳۰					
برونگرایی	۰/۳۷۶	۰/۴۲۹	۰/۸۳۲				
گشودگی به تجربه	۰/۴۴۱	۰/۵۰۸	۰/۳۶۲	۰/۸۶۷			
سازگاری	۰/۵۹۶	۰/۴۵۹	۰/۴۶۳	۰/۳۷۸	۰/۷۹۱		
وظیفه‌شناسی	۰/۴۱۷	۰/۵۴۷	۰/۴۰۶	۰/۵۱۴	۰/۵۰۳	۰/۸۱۸	
اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی	۰/۷۱۷	۰/۴۲۸	۰/۴۶۸	۰/۴۲۴	۰/۶۶۲	۰/۳۲۷	۰/۸۰۳

مجذور واریانس استخراج‌شده در قطر اصلی به صورت پرننگ نشان داده شده است. در این پژوهش، برای ارزیابی روایی و اگر از مقایسه میانگین مجذور واریانس استخراج‌شده هر سازه با میانگین همبستگی آن سازه با سایر متغیرها استفاده شده است. بر اساس معیار فروئل و لاکر^۱ (۱۹۸۱) مجذور واریانس استخراج‌شده باید از میانگین همبستگی متغیرها بیشتر باشد. جدول ۳ مقادیر مجذور واریانس استخراج‌شده هر متغیر را در مقایسه با همبستگی بین آن متغیر با سایر سازه‌ها نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، مقادیر همبستگی بین سازه‌ها کمتر از مجذور میانگین واریانس استخراج‌شده هر یک از سازه‌هاست. این امر بیانگر آن است که هیچ دو متغیری با یکدیگر همبستگی کامل ندارند و ترکیب گویه‌ها به گونه‌ای است که سازه‌ها به خوبی از یکدیگر تفکیک شده‌اند. در نتیجه، ابزار اندازه‌گیری مورد استفاده در این پژوهش از اعتبار و اگر برخوردار است. پس از اطمینان نسبی از مدل‌های اندازه‌گیری، در این بخش فرایند تحلیل مسیر با متغیرهای پنهان برای بررسی روابط ساختاری بین متغیرها انجام می‌شود. شکل ۱ مدل ساختاری پژوهش را همراه با ضرایب استاندارد نشان می‌دهد.

1 Fornell and Larcker



شکل ۱. مدل معادلات ساختاری پژوهش

مقادیر شاخص‌های برازش مدل ساختاری نشان داد که شاخص‌های CFI (۰/۹۰۸)، TLI (۰/۹۰۴)، IFI (۰/۹۰۸) بیشتر از ۰/۹ و شاخص RMSEA (۰/۰۵۰) کمتر از ۰/۰۸ به دست آمده است. همچنین، میزان سطح آماره χ^2 دو تقسیم‌بندی درجه آزادی (۱/۵۲۶) و در محدوده قابل قبول (بین ۱ تا ۳) قرار داشت. این نتایج نشان داد که مدل معادلات ساختاری از برازش و تناسب کافی برخوردار بوده است.

جدول ۴. نتایج مسیرهای مورد بررسی و سطح معنی‌داری آن‌ها

فرضیه	مسیر علی	بار عاملی استاندارد شده	خطای معیار	نسبت بحرانی	سطح معناداری
H1a	روان رنجوری ←	۰/۱۸۳	۰/۰۷۲	۲/۳۹۶	۰/۰۱۷
H1b	روان رنجوری ←	۰/۰۱۲	۰/۰۶۵	۰/۱۷۵	۰/۸۶۱
H2a	برونگرایی ←	۰/۰۳۷	۰/۰۵۶	۰/۵۴۹	۰/۵۸۳
H2b	برونگرایی ←	۰/۱۵۴	۰/۰۵۲	۲/۵۹۱	۰/۰۱۰
H3a	گشودگی به تجربه ←	۰/۱۷۴	۰/۰۴۸	۲/۴۵۴	۰/۰۱۴
H3b	گشودگی به تجربه ←	۰/۱۱۲	۰/۰۴۳	۱/۸۰۲	۰/۰۷۲
H4a	سازگاری ←	۰/۴۳۱	۰/۰۷۱	۵/۴۰۷	۰/۰۰۱
H4b	سازگاری ←	۰/۳۵۲	۰/۰۶۸	۴/۷۵۷	۰/۰۰۱
H5a	وظیفه‌شناسی ←	۰/۰۰۵	۰/۰۵۷	۰/۰۵۹	۰/۹۵۳
H5b	وظیفه‌شناسی ←	۰/۱۷۰	۰/۰۵۲	۲/۵۴۴	۰/۰۱۱
H6	ترس از در حاشیه ماندن ←	۰/۴۶۶	۰/۰۷۸	۶/۲۰۰	۰/۰۰۱

متغیرهای وابسته
 ترس از در حاشیه ماندن
 اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی

واریانس تبیین شده R^2
 ۰/۴۳۴
 ۰/۶۳۶

با توجه به جدول فوق، برآزش مدل معادلات ساختاری در حد مطلوب و قابل قبول قرار داشت. از سوی دیگر، واریانس تبیین شده (R^2) برای ترس از در حاشیه ماندن و اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی به ترتیب ۰/۴۳۴ و ۰/۶۳۶ بود که هر دو متوسط (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲) ارزیابی شدند. نتایج نشان داد که روان رنجوری با ترس از در حاشیه ماندن (H1a) رابطه مثبت و معنی‌داری داشت ($p \leq 0/05$) و در مقابل، رابطه روان رنجوری با اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی (H1b) معنی‌دار نبود ($p \geq 0/05$). همچنین نتایج پژوهش نشان داد که رابطه بین برونگرایی و ترس از در حاشیه ماندن (H2a) معنی‌دار نبود ($p \geq 0/05$)، در حالی که رابطه برونگرایی با اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی (H2b) مثبت و معنی‌دار بود ($p \leq 0/05$). فرضیه سوم این پژوهش به بررسی رابطه بین گشودگی به تجربه با ترس از در حاشیه ماندن و اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی پرداخت. نتایج نشان داد که گشودگی به تجربه با ترس از در حاشیه ماندن (H3a) رابطه مثبت و معنی‌دار داشت ($p \leq 0/05$)، اما با اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی (H3b) رابطه معنی‌داری نداشت ($p \geq 0/05$). از سوی دیگر، نتایج آزمون فرضیه‌های چهارم (H4a و H4a) نشان داد که سازگاری هم با ترس از در حاشیه ماندن و هم اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌دار داشت ($p \leq 0/05$). نتایج پژوهش نشان داد که رابطه بین وظیفه‌شناسی و ترس از در حاشیه ماندن (H5a) نیز معنی‌دار نبود ($p \geq 0/05$)؛ اما وظیفه‌شناسی با اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی (H5a) رابطه منفی داشت ($p \leq 0/05$). در نهایت نتایج نشان داد که ترس از در حاشیه ماندن با اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی (H6) رابطه مثبت داشت ($p \leq 0/05$).

به‌منظور پاسخ به سؤال اصلی پژوهش و بررسی روابط میانجیگری ترس از در حاشیه ماندن در روابط بین ویژگی‌های شخصیت و اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی، از روش بوت استرپینگ^۱ استفاده گردید. در پژوهش حاضر روش بوت استرپ با تعداد ۲۰۰۰ نمونه‌گیری مجدد و فاصله اطمینان ۰/۹۵ برای حد پایین و حد بالا انجام شد.

جدول ۵. نتایج آزمون میانجی‌گری روابط غیرمستقیم

فرضیه	مسیر غیرمستقیم	تأثیر غیرمستقیم	حد پایین	حد بالا	سطح معناداری
H7a	اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی ← ترس از در حاشیه ماندن ← روان رنجوری	۰/۰۸۴	۰/۰۰۱	۰/۱۹۳	$0/05 <$
H7b	اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی ← ترس از در حاشیه ماندن ← برونگرایی	۰/۰۱۵	-۰/۰۳۹	۰/۰۸۶	$0/05 >$
H7c	اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی ← ترس از در حاشیه ماندن ← گشودگی به تجربه	۰/۰۵۷	۰/۰۱۴	-۰/۱۲۱	$0/01 <$
H7d	اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی ← ترس از در حاشیه ماندن ← سازگاری	۰/۱۸۶	۰/۰۹۱	-۰/۳۲۱	$0/01 <$
H7e	اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی ← ترس از در حاشیه ماندن ← وظیفه‌شناسی	-۰/۰۰۲	-۰/۰۶۸	۰/۰۶۸	$0/05 >$

بررسی نقش میانجی ترس از در حاشیه ماندن در رابطه بین ویژگی‌های شخصیت و اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی نشان داد که اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی از طریق ترس از در حاشیه ماندن تحت تأثیر روان رنجوری قرار گرفت ($p < 0/05$). همچنین، گشودگی به تجربه ($p < 0/01$) و سازگاری ($p < 0/01$) به‌طور غیرمستقیم از طریق ترس از در حاشیه ماندن با اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی رابطه داشتند. در مقابل، رابطه‌های غیرمستقیم برونگرایی و وظیفه‌شناسی با اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی معنادار نبودند ($p > 0/05$).

بحث و نتیجه‌گیری

استفاده از اینترنت در سال‌های اخیر از اهداف عملی و تجاری به سمت سرگرمی و تعاملات اجتماعی تغییر یافته است. رسانه‌های

1 bootstrapping

اجتماعی و فناوری‌های دیجیتال بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی روزمره شده‌اند و مردم وقت بیشتری را آنلاین می‌گذرانند. این تغییرات هم تأثیرات مثبت و هم منفی دارد. شناسایی عوامل اعتیاد به اینترنت و رسانه‌های اجتماعی به دلیل تأثیرات منفی آن بر زندگی افراد مهم است (آرپاسی و کوساداگ اونور^۱، ۲۰۲۰). در این راستا، پژوهش حاضر رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی در جوانان با میانجیگری ترس از در حاشیه ماندن را بررسی کرد. این مطالعه بر اساس پژوهش‌های پیشین بنا شده است که نشان می‌دهد ترس از در حاشیه ماندن و ویژگی‌های شخصیت می‌توانند در شناخت و پیشگیری از رفتارهای اعتیادی به‌ویژه در محیط‌های آنلاین مفید باشند. این پژوهش به درک عمیق‌تری از تأثیرات ترس از در حاشیه ماندن و ویژگی‌های شخصیت بر اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی کمک می‌کند و به‌ویژه نقش میانجی ترس از در حاشیه ماندن را در این زمینه بررسی می‌کند. همچنین، این مطالعه دامنه پژوهش‌های قبلی را با تمرکز بر اینستاگرام گسترش می‌دهد.

نتایج پژوهش نشان داد که روان رنجوری با ترس از در حاشیه ماندن رابطه مثبت و معنی‌دار داشت، اما با اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود نداشت. طبق ادبیات پژوهش روان رنجوری با ترس از در حاشیه ماندن به‌طور قوی و مثبت مرتبط است (روزگونجوک و همکاران^۲، ۲۰۲۱). در تبیین این رابطه می‌توان گفت که این امر منطقی به نظر می‌رسد، زیرا ترس از در حاشیه ماندن می‌تواند ناشی از اضطراب باشد (الهای و همکاران^۳، ۲۰۲۰) و اضطراب همان احساسی است که معمولاً با روان رنجوری مرتبط است؛ بنابراین، افرادی که دارای روان رنجوری بالا هستند، ممکن است به‌ویژه در برابر اضطراب ناشی از ترس از دست دادن فعالیت‌های آنلاین آسیب‌پذیر باشند. باوجوداینکه روان رنجوری به‌عنوان یک عامل خطر برای استفاده مشکل‌زا از رسانه‌های اجتماعی شناخته می‌شود، در این پژوهش رابطه مستقیم و معناداری بین روان رنجوری و اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی یافت نشد. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که افرادی با سطح بالاتر روان رنجوری تمایل دارند زمان بیشتری را در شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک سپری کنند. همچنین، یافته‌ها حاکی از آن است که کاهش میزان روان رنجوری با کاهش استفاده از فیس‌بوک ارتباط دارد (هیوز و همکاران^۴، ۲۰۱۲). در تبیین نتایج به دست آمده می‌توان گفت که با توجه به اینکه جامعه آماری این پژوهش شامل دانشجویان بود، می‌توان تصور کرد که دانشجویان به‌عنوان گروهی که در حال گذراندن دوره‌ای حساس از زندگی خود هستند، ممکن است بیشتر به دنبال راه‌هایی برای فرار از استرس‌ها و فشارهای اجتماعی باشند. در نتیجه، استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای آن‌ها می‌تواند یک راهکار موقتی برای مقابله با احساسات منفی باشد، بدون اینکه لزوماً به اعتیاد منجر شود.

نتایج این پژوهش نشان داد که بین برونگرایی و ترس از در حاشیه ماندن رابطه معنی‌داری وجود نداشت ولی رابطه بین برونگرایی و اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی مثبت و معنی‌دار بود. نتایج این پژوهش نشان داد که رابطه برونگرایی با ترس از در حاشیه ماندن معنی‌دار نیست در این راستا اوزکان و کوچ (۲۰۲۳) نتیجه مشابهی را به دست آورده‌اند. از سویی دیگر نتایج این پژوهش نشان داد که رابطه بین برونگرایی با اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی مثبت و معنی‌دار است که با نتایج لامپروپولوس و همکاران^۵ (۲۰۲۲) و بلک ول و همکاران (۲۰۱۷) در یک راستا می‌باشد. در تبیین این رابطه می‌توان گفت که افرادی که برون‌گرایی بالایی دارند، معمولاً اجتماعی هستند و به محیط‌های تحریک‌کننده جذب می‌شوند که ممکن است آن‌ها را به جستجوی تجربیات جدید و هیجان‌انگیز آنلاین ترغیب کند (سویکرت و همکاران^۶، ۲۰۰۲). به همین دلیل افراد برون‌گرا ممکن است به دلیل تمایل به تعامل اجتماعی، بیشتر از رسانه‌های اجتماعی استفاده کنند؛ استفاده بیش‌ازحد ممکن است به اعتیاد منجر

1 Arpaci & Kocadag Unver

2 Rozgonjuk et al.

3 Elhai et al.

4 Hughes et al.

5 Lampropoulos et al.

6 Swickert et al.

شود. با این حال، اعتیاد ممکن است برای برون‌گراها کمتر نگران‌کننده باشد، زیرا آن‌ها همچنین در تعاملات حضوری احساس راحتی می‌کنند.

نتایج نشان می‌دهد که بین گشودگی به تجربه و ترس از در حاشیه ماندن رابطه مثبت و معنادار وجود داشت. این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های روزگونجوک و همکاران (۲۰۲۱) و آشپرو و همکاران (۲۰۲۲) همسو بود و نشان داد که افراد کنجکاو به تجربه‌های جدید ممکن است نگران از دست دادن فرصت‌های اجتماعی باشند و در نتیجه حساسیت بیشتری نسبت به ترس از در حاشیه ماندن نشان دهند. از سوی دیگر، نتایج نشان داد که رابطه بین گشودگی به تجربه و اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی معنی‌دار نبود. با این حال، افراد با ویژگی گشودگی به تجربه ممکن است به محیط‌های واقعی علاقه نشان دهند و کمتر در معرض خطر اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی قرار گیرند، زیرا تجربیات واقعی را بیشتر ملموس می‌دانند (کایش و همکاران^۱، ۲۰۱۶).

نتایج نشان داد که بین سازگاری و ترس از در حاشیه ماندن و اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی رابطه مثبت وجود داشت. در واقع، افراد با سازگاری بالا به دلیل توانایی برقراری روابط اجتماعی قوی‌تر، بیشتر احساس تعلق می‌کنند و نگران از دست دادن تجربیات اجتماعی هستند که به نوبه خود به ترس از در حاشیه ماندن می‌انجامد. همچنین، نیاز به تأیید اجتماعی در این افراد ممکن است استفاده زیاد از رسانه‌های اجتماعی را به دنبال داشته باشد و به اعتیاد منجر شود. مطالعه چن و رابرتز^۲ (۲۰۱۹) نشان داد که سازگاری با اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی زمانی مثبت است که استفاده زیاد از رسانه‌های اجتماعی به دلیل سازگاری اجتماعی باشد؛ این به این معناست که ممکن است فردی به دلیل مقبولیت در میان گروه‌های اجتماعی، در استفاده از رسانه‌های اجتماعی زیاده‌روی کند.

در این پژوهش، رابطه بین وظیفه‌شناسی و ترس از در حاشیه ماندن تأیید نشد، اما فرضیه تأثیر وظیفه‌شناسی بر اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی با رابطه منفی تأیید شد. این نشان می‌دهد که افراد وظیفه‌شناس کمتر به رسانه‌های اجتماعی معتاد می‌شوند. این یافته با اکثر مطالعات قبلی همسو بود. اکثر مطالعات نشان داده‌اند که وظیفه‌شناسی، رابطه منفی با اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی دارند (سیندرمن و همکاران، ۲۰۲۰؛ تسی^۳، ۲۰۱۸)؛ در تبیین این یافته می‌توان گفت که افراد با سطوح بالای وظیفه‌شناسی معمولاً تمایل دارند رفتارهای خود را به‌طور دقیق‌تر کنترل کنند و در انتخاب‌های خود دقت بیشتری به خرج دهند. این ویژگی‌ها می‌تواند به آن‌ها کمک کند تا از استفاده مفرط و اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی جلوگیری کنند. به عبارت دیگر، افرادی که دارای وظیفه‌شناسی بالا هستند، به دلیل احساس مسئولیت و تمایل به مدیریت زمان و منابع خود، ممکن است کمتر در معرض خطر اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی قرار گیرند. این نتایج نشان می‌دهد که پرورش ویژگی‌های وظیفه‌شناسی در افراد می‌تواند به کاهش اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی کمک کند و آن‌ها را در مدیریت بهتر رفتارهای آنلاین یاری دهد.

نتایج نشان داد که رابطه ترس از در حاشیه ماندن با اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی مثبت و معنی‌دار بود. نتایج این پژوهش با پژوهش‌های بایرامی و همکاران (۱۳۹۸)؛ زارعی (۱۳۹۹)؛ فلاح و همکاران (۱۳۹۸)؛ پریزاد، یارمحمدی و علی نژاد (۱۴۰۱) و سرویدیو و همکاران^۴ (۲۰۲۴) در یک راستا بود. به نظر می‌رسد ترس از در حاشیه ماندن و احساس طرد شدن عامل اصلی انگیزشی است که افراد را به استفاده مداوم و بیش‌ازحد از رسانه‌های اجتماعی ترغیب می‌کند. تمایل به همیشه در ارتباط بودن با دیگران به خاطر ترس از دست دادن تجربیات پاداش‌دهنده می‌تواند باعث شود افراد به‌طور وسواسی رسانه‌های اجتماعی خود را چک کنند که این مسئله باعث می‌شود که افراد حتی در فعالیت‌هایی که نیاز به تمرکز خاصی دارند نیز رسانه‌های اجتماعی را دنبال کنند.

1 Kayış et al.

2 Chen & Roberts

3 Tesi

4 Servidio et al.

نتایج به‌دست‌آمده نشان داد که ترس از در حاشیه ماندن در رابطه بین روان رنجوری، گشودگی به تجربه و سازگاری با اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی نقش میانجی داشت. بررسی روابط مستقیم بین ویژگی‌های شخصیت با اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی نشان داد که روان رنجوری از طریق ترس از در حاشیه ماندن با اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی ارتباط داشت. در این راستا، باینکه برونگرایی با اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی رابطه مثبت داشت اما این رابطه از طریق ترس از در حاشیه ماندن معنی‌دار نبود. همچنین گشودگی به تجربه با اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی معنی‌دار نبود؛ اما نتایج این پژوهش نشان داد که گشودگی به تجربه از طریق ترس از در حاشیه ماندن با اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی ارتباط داشت. سازگاری هم به‌صورت مستقیم و هم از طریق ترس از در حاشیه ماندن با اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی ارتباط داشت. رابطه بین وظیفه‌شناسی و اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی از طریق ترس از در حاشیه ماندن معنی‌دار نبود. در تبیین این یافته‌ها می‌توان گفت که افراد با ویژگی‌های روان رنجوری بالا، گشودگی زیاد به تجربه و سازگاری بالا، به دلیل حساسیت بیشتر نسبت به رویدادهای اجتماعی و نیاز به پذیرش توسط دیگران، بیشتر در معرض ترس از در حاشیه ماندن قرار می‌گیرند. این ترس باعث می‌شود تا آنان برای پیگیری مداوم فعالیت‌ها و ارتباطات اجتماعی در فضای مجازی، استفاده افراطی‌تری از رسانه‌های اجتماعی داشته باشند و در نتیجه، احتمال ابتلا به اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی در آنان افزایش یابد.

با توجه به موارد ذکر شده، این پژوهش از نظر کاربردی می‌تواند به مؤسسات روان‌درمانی کمک کند تا رویکردهای مناسب برای پیشگیری و درمان اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی ارائه دهند. همچنین، دانشگاه‌ها می‌توانند برنامه‌هایی برای آگاهی‌بخشی در مورد استفاده مسئولانه از شبکه‌های اجتماعی ایجاد کنند. ارائه خدمات دانشجویی و شناخت ویژگی‌های شخصیت دانشجویان نیز می‌تواند در پیشگیری از اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی مؤثر باشد. محدودیت‌های این پژوهش شامل چند مورد است. نمونه‌های مطالعه شده عمدتاً دانشجویان زن هستند که به دلیل تحصیل در رشته‌های روانشناسی، نسبت زنان در نظرسنجی بالا است و این موضوع قابلیت تعمیم نتایج را به جمعیت جوان محدود می‌کند. همچنین، نقش جنسیت و دیگر متغیرهای جمعیت شناختی بررسی نشده است. این مطالعه به‌صورت تک‌مقطعی انجام شده است که ممکن است نتایج در پژوهش‌های چندمقطعی متفاوت باشد. پیشنهادها برای پژوهش‌های آتی این است که دیدگاه دانشجویان در دانشگاه‌های دیگر بررسی شود تا مقایسه‌ای جامع‌تر انجام شود. همچنین، روابط مطالعه شده در این پژوهش می‌تواند در بین سایر گروه‌های اجتماعی مانند جوانان شاغل و نوجوانان مورد بررسی قرار گیرد. پیشنهاد می‌شود نقش جنسیت، سن و تحصیلات در روابط مطالعه شده این پژوهش بررسی شود و انجام پژوهش‌های چندمقطعی پیشنهاد می‌شود چراکه این نوع پژوهش‌ها می‌تواند نتایج باقابلیت تعمیم دهی بیشتری را ارائه دهد. استفاده از روش‌های کیفی مانند مصاحبه نیز پیشنهاد می‌شود.

منابع

- بایرامی، ر.، مقدم تبریزی، ف.، طالبی، ع.، و ابراهیمی، س. (۱۳۹۸). بررسی ارتباط ترس از در حاشیه ماندن و استفاده از شبکه‌های اجتماعی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی ارومیه. *مجله دانشکده پرستاری و مامایی ارومیه*، ۱۷(۵) (پی در پی ۱۱۸)، ۳۶۲-۳۵۵.
- پریزاد، ن.، یارمحمدی، م.، و علی نژاد، و. (۱۴۰۱). اعتیاد به تلفن هوشمند و ارتباط آن با احساس تنهایی، ترس از در حاشیه ماندن و عملکرد تحصیلی در بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی ارومیه. *مجله دانشکده پرستاری و مامایی ارومیه*، ۲۰(۱) (پیاپی ۱۵۰)، ۴۳-۵۴.
- جمشاد، پ.، و داوری، ر. (۱۴۰۱). پیش‌بینی پرخاشگری ارتباطی پنهان بر اساس ویژگی‌های شخصیت و ناگویی هیجانی زنان متأهل شهر تهران. *پژوهش‌های روانشناسی اجتماعی*، ۱۲(۴۸)، ۱۰۲-۱۱۹.
- خانجانی، ز. و اکبری، س. (۱۳۹۰). رابطه ویژگی‌های شخصیتی نوجوانان و اعتیاد آنان به اینترنت. یافته‌های نو در روان‌شناسی (روان‌شناسی اجتماعی)، ۱۹(۶)، ۱۱۳-۱۲۷.
- داوری، ع.، و رضازاده، آ. (۱۳۹۲). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار نمونه سازی معادلات ساختاری PLS. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی

- دنیای اقتصاد (۱۴۰۳). رتبه ایران در «وابستگی به موبایل». www.donya-e-eqtasad.com/بخش-بازار-دیجیتال-۱۹-۳۸۴۳۱۰/ رتبه-ایران-در-وابستگی-به-موبایل. تاریخ بازدید ۱۴۰۴/۰۱/۲۵.
- رستمی، ج.، اردلان، آ.، احمدیان، ح.، و حسینی مهدی آبادی، س. (۱۳۹۵). بررسی اعتیاد به اینترنت بر اساس پنج عامل بزرگ شخصیتی (نتو) در دانشجویان دانشکده پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی کردستان. علوم پزشکی زانکو، ۱۷(۵۲)، ۶۵-۷۳.
- زارعی، س. (۱۳۹۹). نقش واسطه‌ای بی‌حوصلگی و ترس از در حاشیه ماندن در رابطه بین نشانگان افسردگی و استفاده مشکل‌زا از تلفن همراه. مطالعات روان‌شناختی، ۱۶(۲)، ۱۰۹-۱۲۴.
- فلاح، ص.، قنبری، ن.، علی‌زاده، س.، و زمانی پور، ف. (۱۳۹۸). افسردگی، ترس از جا ماندن و پراکندگی هویت: اعتیاد به تلفن همراه در نوجوانان. روانشناسی تحولی (روانشناسان ایرانی)، ۱۶(۶۱)، ۸۷-۹۵.
- گروهی فرشی، م. ت. (۱۳۸۰). رویکردی نوین در ارزیابی شخصیت (کاربرد تحلیل عاملی در مطالعات شخصیت). چاپ اول. تبریز: نشر دانیال و جامعه پژوه.
- مرکز افکار سنجی دانشجویان ایران (ایسپا)، (۱۴۰۱). ۷۸.۵ درصد مردم از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. <https://ispa.ir/Default/Details/fa/3382/-78.5> تاریخ بازدید ۱۴۰۴/۰۱/۲۵.
- معمار، ا. رسولی، م.، و تاجیک اسماعیلی، ع. (۱۴۰۰). رابطه ویژگی‌های شخصیتی و عملکرد تحصیلی با اعتیاد به اینترنت در دانش‌آموزان پسر دوره متوسطه. مجله دانشکده پزشکی دانشگاه علوم پزشکی مشهد، ۶۴(۵)، ۴۰۷۳-۴۰۸۲.
- موسوی، س. (۱۴۰۱). شیوع اعتیاد به اینترنت و وضعیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در نوجوانان و جوانان ایرانی در سال ۱۳۹۷. طب نظامی، ۲۲(۳)، ۲۸۱-۲۸۸.
- Alshakhsi, S. Babiker, A. Montag, C., & Ali, R. (2023). On the association between personality, fear of missing out (FoMO) and problematic social media use tendencies in European and Arabian samples. *Acta psychologica*, 240, 104026. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2023.104026>
- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111–119. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.057>
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., & Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook Addiction Scale. *Psychological Reports*, 110(2), 501–517. <https://doi.org/10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517>
- Arpaci, I., & Kocadag Unver, T. (2020). Moderating Role of Gender in the Relationship between Big Five Personality Traits and Smartphone Addiction. *Psychiatric Quarterly*, 91(2), 577–585. <https://doi.org/10.1007/s11126-020-09718-5>
- Ashiru, J. A., Oluwajana, D., & Biabor, O. S. (2022). Is the Global Pandemic Driving Me Crazy? The Relationship Between Personality Traits, Fear of Missing Out, and Social Media Fatigue During the COVID-19 Pandemic in Nigeria. *International journal of mental health and addiction*, 1–16. Advance online publication. <https://doi.org/10.1007/s11469-021-00723-8>
- Baker, Z. G., Krieger, H., & LeRoy, A. S. (2016). Fear of missing out: Relationships with depression, mindfulness, and physical symptoms. *Translational Issues in Psychological Science*, 2(3), 275–282. <https://doi.org/10.1037/tps0000075>
- Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). “I don’t want to miss a thing”: Adolescents’ fear of missing out and its relationship to adolescents’ social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083>
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramosch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69–72. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- Bozzola, E., Spina, G., Agostiniani, R., Barni, S., Russo, R., Scarpato, E., Di Mauro, A., Di Stefano, A. V., Caruso, C., Corsello, G., & Staiano, A. (2022). The Use of Social Media in Children and Adolescents: Scoping Review on the Potential Risks. *International journal of environmental research and public health*, 19(16), 9960. <https://doi.org/10.3390/ijerph19169960>
- Ch, A., & Roberts, N. (2019). Connecting personality traits to social networking site addiction: the mediating role of motives. *Information Technology & People*, 33(2), 633–656. <https://doi.org/10.1108/ITP-01-2019-0025>

- Chashmi, S. J. E., Aruguete, M., Sadri, M., Montag, C., & Shahrajabian, F. (2023). Psychometric properties of the fear of missing out (FOMO) Scale in Iranian students: Reliability, validity, factor structure, and measurement invariance. *Telematics and Informatics Reports*, 10, 100066. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2023.100066>
- Churchill, G.A. Jr. (1979) , “A Paradigm for developing better measures of marketing constructs” *Journal of Marketing Research* ,16(1) , 64-73.
- Costa, P. T. & McCrae, R. R. (1990). Personality disorders and the five-factor model of personality. *Journal of Personality Disorders*, 4(4), 362–371.
- Costa, P. T. & McCrae, R. R. (1992). The five-factor model of personality and its relevance to personality disorders. *Journal of Personality Disorders*, 6(4), 343–359. <https://doi.org/10.1521/pedi.1992.6.4.343>
- Dhir, A. Yossatorn, Y. Kaur, P. & Chen, S. (2018). Online social media fatigue and psychological wellbeing—A study of compulsive use, fear of missing out, fatigue, anxiety and depression. *International Journal of Information Management*, 40, 141–152. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.01.012>
- Elhai, J. D. Yang, H. & Montag, C. (2020). Fear of missing out (FOMO): overview, theoretical underpinnings, and literature review on relations with severity of negative affectivity and problematic technology use. *Brazilian Journal of Psychiatry*, 43(2), 203-209.
- Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- George, D. & Mallery, M. (2010). SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference, 17th update (10a ed.) Boston: Pearson. Update. SPSS for Windows Step by Step Answers to Selected Exercises. <https://doi.org/978033526>
- Hair, J.F. Black, W.C. Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2010) *Multivariate Data Analysis*. 7th Edition, Pearson, New York.
- Hamutoglu, N. B. Topal, M. & Gezgin, D. M. (2020). Investigating Direct and Indirect Effects of Social Media Addiction, Social Media Usage and Personality Traits on FOMO. *International Journal of Progressive Education*, 16(2), 248-261.
- Hughes, D. J. Rowe, M. Batey, M. & Lee, A. (2012). A tale of two sites: Twitter vs. Facebook and the personality predictors of social media usage. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 561–569. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.11.001>
- Kayış, A. R. Satici, S. A. Yilmaz, M. F. Şimşek, D. Ceyhan, E. & Bakioglu, F. (2016). Big five-personality trait and internet addiction: A meta-analytic review. *Computers in Human Behavior*, 63, 35–40. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.012>
- Kircaburun, K. Alhabash, S. Tosuntaş, Ş. B. & Griffiths, M. D. (2020). Uses and gratifications of problematic social media use among university students: A simultaneous examination of the Big Five of personality traits, social media platforms, and social media use motives. *International journal of mental health and addiction*, 18, 525-547.
- Kline, R. B. (2011). *Methodology in the Social Sciences. Principles and practice of structural equation modeling* (3rd ed.). Guilford Press.
- La Guardia, J. G. Ryan, R. M. Couchman, C. E. & Deci, E. L. (2000). Within-person variation in security of attachment: A self-determination theory perspective on attachment, need fulfillment, and well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 367-384.
- Lampropoulos, G. Anastasiadis, T. Siakas, K. & Siakas, E. (2022). The Impact of Personality Traits on Social Media Use and Engagement: An Overview. *International Journal on Social and Education Sciences*, 4(1), 34-51.
- Lin, C. Broström, A. Nilsen, P. Griffiths, M. D. & Pakpour, A. H. (2017). Psychometric validation of the Persian Bergen Social Media Addiction Scale using classic test theory and Rasch models. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(4), 620-629. <https://doi.org/10.1556/2006.6.2017.071>
- Marengo, D. Poletti, I. & Settanni, M. (2020). The interplay between neuroticism, extraversion, and social media addiction in young adult Facebook users: Testing the mediating role of online activity using objective data. *Addictive behaviors*, 102, 106150.
- Özcan, H. M. & Koç, U. (2023). The Role of Fear of Missing Out (FOMO) In the Relationship between Personality Traits and Cyberloafing. *Ege Akademik Bakis (Ege Academic Review)*, 23(1), 11–26. <https://doi.org/10.21121/eab.987487>

- Phua, J. Jin, S. V. & Kim, J. (Jay). (2017). Uses and gratifications of social networking sites for bridging and bonding social capital: A comparison of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat. *Computers in Human Behavior*, 72, 115–122. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.041>
- Piwek, L. & Joinson, A. (2016). “What do they snapchat about?” Patterns of use in time-limited instant messaging service. *Computers in Human Behavior*, 54, 358–367. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.08.026>
- Primack, B. A. Shensa, A. Sidani, J. E. Whaite, E. O. Lin, L. Y. Rosen, D. Colditz, J. B. Radovic, A. & Miller, E. (2017). Social Media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in the U.S. *American journal of preventive medicine*, 53(1), 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2017.01.010>
- Przybylski, A. K. Murayama, K. DeHaan, C. R. & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Rozgonjuk, D. Sindermann, C. Elhai, J. D. & Montag, C. (2021). Individual differences in Fear of Missing Out (FoMO): Age, gender, and the Big Five personality trait domains, facets, and items. *Personality and Individual Differences*, 171, 110546.
- Ruby, D. (2023). 78 Instagram Statistics Of 2023 (Users & Trends). Demandsage. <https://www.demandsage.com/instagram-statistics/>
- Servidio, R. Soraci, P. Griffiths, M. D. Boca, S. & Demetrovics, Z. (2024). Fear of missing out and problematic social media use: A serial mediation model of social comparison and self-esteem. *Addictive behaviors reports*, 19, 100536. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2024.100536>
- Sha, P. Sariyska, R. Riedl, R. Lachmann, B. & Montag, C. (2019). Linking Internet Communication and Smartphone Use Disorder by taking a closer look at the Facebook and WhatsApp applications. *Addictive Behaviors Reports*, 9, 100148. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2018.100148>
- Sindermann, C. Elhai, J. D. & Montag, C. (2020). Predicting tendencies towards the disordered use of Facebook’s social media platforms: On the role of personality, impulsivity, and social anxiety. *Psychiatry Research*, 285, 112793. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2020.112793>
- Sindermann, C. Yang, H. Liu, T. Elhai, J. D. & Montag, C. (2021). WeChat—Its Problematic Use and Relations with the Big Five Personality Traits and Fear of Missing Out. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 6(2), 397–405. <https://doi.org/10.1007/s41347-020-00179-y>
- Stead, H. & Bibby, P. A. (2017). Personality, fear of missing out and problematic internet use and their relationship to subjective well-being. *Computers in Human Behavior*, 76, 534–540. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.08.016>
- Swickert, R. J. Hittner, J. B. Harris, J. L. & Herring, J. A. (2002). Relationship among Internet use, personality, and social support. *Computers in Human Behavior*, 18(4), 437–451. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(01\)00054-1](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(01)00054-1)
- Tandon, A. Dhir, A. Almgren, I. AlNemer, G. N. & Mäntymäki, M. (2021). Fear of missing out (FoMO) among social media users: a systematic literature review, synthesis and framework for future research. In *Internet Research* (Vol. 31, Issue 3, pp. 782–821). <https://doi.org/10.1108/INTR-11-2019-0455>
- Tesi, A. (2018). Social network sites addiction, internet addiction and individual differences: The role of Big-Five personality traits, behavioral inhibition/activation systems and loneliness. *Applied Psychology Bulletin*, 282(66), 32–44.
- Tomczyk, Ł. & Selmanagic-Lizde, E. (2018). Fear of Missing Out (FOMO) among youth in Bosnia and Herzegovina — Scale and selected mechanisms. *Children and Youth Services Review*, 88(March), 541–549. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2018.03.048>
- Wang, P. Xie, X. Wang, X. Wang, X. Zhao, F. Chu, X. Nie, J. & Lei, L. (2018). The need to belong and adolescent authentic self-presentation on SNSs: A moderated mediation model involving FoMO and perceived social support. *Personality and Individual Differences*, 128, 133–138. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.02.035>
- Wolniewicz, C. A. Tiamiyu, M. F. Weeks, J. W. & Elhai, J. D. (2018). Problematic smartphone uses and relations with negative affect, fear of missing out, and fear of negative and positive evaluation. *Psychiatry Research*, 262, 618–623. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2017.09.058>