

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

قسم الإعلام والاتصال

الرقم: 2022/



جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

دراسة بعنوان

أثر محتوى تطبيق تيك توك على قيم الشباب الجامعي الجزائري

- دراسة استكشافية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل -

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية

إشراف الأستاذ:

* فيروز بوزيدة

إعداد الطلبة:

➤ كريمة العايب

➤ أسية بوالدين

➤ إيناس بن زغوية

➤ صورية العايب

لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	الرتبة	اسم ولقب الأستاذ
رئيسا	محمد الصديق بن يحيى - جيجل		مسعود بوسعدية
مشرفا ومقررا	محمد الصديق بن يحيى - جيجل		فيروز بوزيدة
عضوا مناقشا	محمد الصديق بن يحيى - جيجل		خيرى نبيل

السنة الجامعية: 2022/2021

العمل

﴿وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون﴾
﴿وستردون إلى عالم الغيب والشهادة فينبئكم بما كنتم تعملون﴾

سورة التوبة الآية : 104

شكر وتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات"

نشكر الله العلي القدير الذي وفقنا على إنجاز هذا العمل المتواضع

نافعا لنا ولجميع الطلبة

كما نتقدم بالشكر والتقدير إلى الأستاذة المشرفة "**بوزيدة فيروز**"

التي رافقتنا في إنجاز هذه الدراسة على كل إرشاداتها وتوجيهاتها القيّمة

فجزاك الله كل خير

إلى كل أساتذتنا الذين أشرفوا علينا أثناء مشوارنا الدراسي في الجامعة

الذين لم يبخلوا علينا بأي معلومة

ونشكر اللجنة المشرفة على مناقشة دراستنا هذه

ولكل شخص شارك في هذه الدراسة

من قريب أو بعيد ولو بكلمة طيبة



إهداء

الحمد لله الذي قدرنا على إتمام هذا العمل

إلى اللذان جاء في قوله تعالى:

﴿وقل ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا﴾

نهدي هذا النجاح إلى:

والدينا: إلى من علمنا العطاء دون انتظار "أبي"

إلى نبع الحنان التي دعت بنجاحي "أمي"

نهدي هذا النجاح إلى كل:

أفراد عائلتنا الذين ساندونا ودعمونا "الإخوة، الزوج، الخطيب"

ولكل من نسيه لساننا وتذكره قلبنا.



كريمة
آسية
إيناس
صورية

مقدمة

شهد عالمنا المعاصر مجموعة من التغيرات المتسارعة في مجال الاتصال وتقنيات المعلومات حيث نعيش في مجتمع معلوماتي يعتمد على انتشار التكنولوجيا الحديثة، و بدأ تدريجيا ظهور مواقع التواصل الاجتماعي في أوائل التسعينات مع ظهور شبكة المعلومات، وأخذت في التطور إلى أن وصلت لما هي عليه الآن .

وقد حظيت شبكات التواصل الاجتماعي بانتشار كبير على الصعيد العالمي، حيث أحدثت نقلة نوعية كبيرة في حياة الناس، فمن خلالها أصبحوا قادرين على إيصال أصواتهم والتعرف على بعضهم، كما ساعدت الناس على تنمية العلاقات بينهم على الرغم من الاختلاف الموجود بين ثقافتهم ولغاتهم، ومن بين هذه المواقع تويتر، اليوتيوب، الفيسبوك بالإضافة إلى تيك توك.

ونخص بالذكر تطبيق تيك توك الصيني الذي استطاع استقطاب اهتمام وشغف الشباب، وترجع على عرش منصات التواصل الاجتماعي في ظرف قياسي منذ 2016، وقد عرف التطبيق انتشارا واسعا بين المستخدمين خاصة فئة الشباب التي يعتبر موجه إليها بالدرجة الأولى حيث يقوم مستخدمي هذا التطبيق بنشر فيديوهات ومقاطع قصيرة مع أصدقائهم ومشاركة لحظات من حياتهم بكل سهولة، وقد سمح لمختلف الشباب بتفجير مواهبهم الدفينة وتحقيق الشهرة وتلبية رغباتهم المختلفة وقد أصبح هذا التطبيق في فترة قصيرة يحتل المراتب الأولى بين التطبيقات الأخرى .

ومن هذا المنطلق سنحاول من خلال دراستنا معرفة تأثير محتوى تطبيق تيك توك على قيم الشباب الجامعي الجزائري، وذلك بالاعتماد على خطة بحث منهجية متكونة من مقدمة، ملخص الدراسة باللغة العربية والإنجليزية وثلاث فصول، فصل منهجي، فصل نظري، وآخر تطبيقي، ثم خاتمة وبعض الملاحق وقائمة المصادر والمراجع.

حيث قمنا في الفصل الأول والذي يتمثل في الإطار المنهجي بطرح إشكالية الدراسة والتساؤلات، تحديد الأسباب الذاتية والموضوعية وراء اختيار الموضوع، أهمية الدراسة والأهداف، تحديد مفاهيم الدراسة وعرض الدراسات السابقة ثم مجالاتها، يليها منهج الدراسة بالإضافة إلى تحديد مجتمع البحث والعينة وأخيرا المقاربة النظرية واسقاطها على موضوع الدراسة.

أما الفصل الثاني المتمثل في الإطار النظري تضمن ثلاث مباحث المبحث الأول يتضمن مدخل إلى الشبكات الاجتماعية جاء فيه مجموعة من العناصر تمثلت في نبذة تاريخية حول الشبكات الاجتماعية خصائصها، إيجابيات وسلبيات الشبكات الاجتماعية وأخيرا أهم الشبكات.

والمبحث الثاني يتمثل في مدخل إلى تطبيق تيك توك تضمن نشأة تطبيق تيك توك، خصائصه، إيجابياته وسلبياته وأخيرا مستقبل تيك توك في ظل الشبكات الاجتماعية، أما المبحث الثالث فجاء بعنوان مدخل إلى القيم تطرقنا فيه إلى أنواع القيم، خصائصها، مكوناتها، وأخيرا تصنيفات القيم.

وأخيرا الفصل الثالث والمتمثل في الإطار التطبيقي للدراسة قمنا فيه بالإجابة على أسئلة الاستبيان والذي تضمن أربعة محاور، المحور الأول جاء فيه البيانات الشخصية والثاني عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لتطبيق تيك توك والمحور الثالث جاء بعنوان دوافع استخدام الشباب الجامعي لتطبيق تيك توك وأخيرا المحور الرابع بعنوان آثار تطبيق تيك توك على قيم الشباب الجامعي، وصولا إلى عرض النتائج العامة للدراسة والخاتمة .

I / إطار الدراسة

ومنهجيتها

تمهيد الفصل الأول:

يمثل الفصل الأول موضوع الدراسة ومنهجيتها، حيث يتضمن هذا الفصل ثلاث مباحث وكل مبحث ينقسم إلى مطالب، وقد تناول المبحث الأول موضوع الدراسة وشكاليته واندرجت ضمنه أربعة مطالب، أما المبحث الثاني فجاء بعنوان منهجية الدراسة وتضمن ثلاث مطالب، أما المبحث الثالث فجاء بعنوان المقاربة النظرية المعتمدة في الدراسة وتضمن ثمانية مطالب متعلقة بالنظرية المعتمدة في دراستنا.

I. موضوع الدراسة ومنهجيتها

تمهيد:

يعتبر الفصل المنهجي من أهم فصول الدراسة ويتناول هذا المبحث مجموعة من المطالب وتتمثل في مشكلة الدراسة وتساؤلاتها وتليها الأسباب الذاتية والموضوعية لاختيار الموضوع، مبرزين أيضا أهمية الدراسة والأهداف المراد تحقيقها في نهاية الدراسة.

وكذلك تحديد مفاهيم الدراسة، وعرض جملة من الدراسات السابقة لموضوع البحث، وضبط حدود الدراسة ومجالاتها الثلاث بالإضافة إلى تحديد المنهج المستخدم ومجتمع الدراسة والعينة وأدوات جمع البيانات.

1-1- الإشكالية:

تعرف تكنولوجيا الإعلام والاتصال تطورا هائلا ومتسارعا منذ بداية القرن الواحد والعشرين حيث أصبح الإنسان اليوم يعيش في عصر التكنولوجيا والمعلومات والاتصال الاجتماعي الذي صنع ما يعرف بتكنولوجيا الاتصال التفاعلي والاتصال المتعدد الوسائط فسرعة انتشار هذه التكنولوجيا وسهولة استخدامها جعلها تضطلع بأدوار أكبر داخل المجتمعات الإنسانية من خلال نقل أنماط وقيم وسلوكيات جديدة إلى أفراد المجتمعات الأصلية سواء عن طريق الأخبار أو عن طريق تواصل الأفراد وتفاعلهم داخل الفضاء الافتراضي الذي توفره الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، وقد أصبحت تكنولوجيا اليوم جزءا من الحياة اليومية للأفراد وكل تفاصيلها وفي مختلف مجالاتها، حيث أحدثت ثورة هائلة في مجال الاتصالات والمواصلات، حتى أن التكنولوجيا احتلت المراسلات التقليدية وتخلت عن الورق، وأصبحنا نتواصل مع الأقارب والأصدقاء عن طريق الرسائل الإلكترونية ومكالمات الفيديو رغم بعد المسافات عن طريق الانترنت عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعية والمدونات الشخصية، وشبكة المحادثة، التي غيرت مضمون وسائل الإعلام الحديثة.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي أو ما يعرف بالشبكات الاجتماعية نوعا جديدا من أنواع الاتصال الذي نشأ وتبلور في بيئة الإنترنت وتكنولوجيا الوسائط المتعددة، حيث تلعب دورا بارزا في عملية تحصيل وتحليل الأخبار والمعلومات وتبادلها بين المستخدمين، فهي منبر يقوم على تسهيل التفاعل والتعاون وتبادل المعلومات بين الأفراد، فقد غيرت هذه الشبكات في مفهوم التواصل والتقارب بين بني البشر، وتعددت وظيفتها في الآونة الأخيرة لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية ومن ابرز شبكات التواصل الاجتماعي نجد الفيس بوك، تويتر، اليوتيوب، جوجل وليكندإن والتيك توك.

ومن أهم هذه المواقع نجد التيك توك الذي عرف انتشارا واسعا منذ ظهوره وسط فئات مختلفة من المجتمع والذي يعمل على نشر الصور وتركيب فيديوهات مرفقة بمؤثرات صوتية وموسيقى وقدرة مشاركتها مع الأصدقاء، ومن الممكن أنتحدث هذه الفيديوهات أثر في القيم الأخلاقية لمختلف الفئات الاجتماعية وأهمها فئة الشباب، ففترة الشباب فترة حساسة حيث أن الفرد يندمج بشكل سريع مع أي تطور، وتغير تحدته التكنولوجيا ويتأثر به سواء كان ذلك الأثر إيجابيا أو سلبيا.

إن القيم أساسية في حياة كل إنسان فالإنسان كما يقال حيوان متفلسف بمعنى أنه يجعل لأعماله ودوافعه تنظيما فكريا يقتنع به، فالقيم أشبه بمرشد يتحكم في الكثير من النشاط الإنساني الإرادي، وهذه القيم تساعد كل إنسان على تنظيم معالم شخصيته الفردية والاجتماعية وهي ذات ثبات واستقرار نفسي

اجتماعي لأنها تدخل في نطاق العادات الفكرية والاجتماعية والسلوكية، ولكن هذا الثبات نسبي أي يسمح بالتغير ولذلك فإن وسائل الإعلام ومنها التيك توك يمكن أن يحدث تغيير وتأثير في قيم الشباب من الناحية الدينية والاجتماعية والثقافية، وفي ظل المتغيرات التي يشهدها العصر الحالي وظهور الشبكات الاجتماعية أصبح مفهوم القيم في ظل ظهور التيك توك وانتشاره يلعب دورا هاما وأساسيا بين الفرد والمحيط الاجتماعي نظرا لما يتلقاه الفرد من مضامين ومحتوى ما ينشره عبر هذه المنصة وبهذا سنحاول في هذه الدراسة التعرف على التأثيرات التي يمكن أن يحدثها التيك توك على قيم الشباب الجامعي سواء من الناحية الإيجابية أو سلبية ولتحقيق ذلك قمنا بطرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو أثر تطبيق تيك توك على قيم الشباب الجامعي؟

وتدرج تحته مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي كالتالي:

1- ما هي عادات وأنماط استخدام التيك توك؟

2- ما هي دوافع استخدام الشباب الجامعي لتطبيق التيك توك؟

3- هل يؤثر التيك توك على القيم الأخلاقية للشباب؟

4- هل يؤثر التيك توك على القيم الدينية؟

5- هل يؤثر التيك توك على القيم الاجتماعية والثقافية؟

I-1-2- أسباب اختيار الموضوع:

• الأسباب الذاتية:

- الرغبة الشخصية في معالجة موضوع التيك توك وعلاقته بالقيم لدى الشباب الجامعي.
- الرغبة الذاتية في دراسة موضوع تيك توك نظرا لانتشاره الكبير في أوساط الشباب.
- الرغبة في إثراء الرصيد المعرفي في مجال تخصصنا.

• الأسباب الموضوعية:

- حداثة الموضوع إذ يشهد تطبيق "التيك توك" إقبالا واسعا من قبل فئات اجتماعية واسعة خاصة الشباب الجامعي .
- إثراء المكتبة الجامعية بهذا النوع من الموضوعات.
- قلة الدراسات في هذا الموضوع .
- التعرف على آثار التيك توك المختلفة على قيم الشباب الجامعي.

I-1-3- أهمية الدراسة وأهدافها:

I-1-3-1- أهمية الدراسة:

ترجع الأهمية والقيم العلمية للموضوع محل الدراسة إلى كونه يدرس ويعالج موضوعا حديثا يتناول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الفرد والطالب الجامعي خاصة لما تقدم له من معارف ومعلومات ومن هذه المواقع نجد تطبيق تيك توك الذي يلعب دورا مهما في حياتنا اليومية حيث أصبح منتشرا في أوساط المجتمعات من خلال ما يقدمه من خدمات متنوعة لمستخدمين والمتصفحين سواء في مجال الديني والثقافي والسياسي أو التجاري أو الاجتماعي على شكل مقاطع فيديو مركبة ومرفوقة بمؤثرات صوتية ملائمة للمحتوى التي يمكن أن تؤثر على مستخدميها خاصة فئة الشباب الجامعي.

I-1-3-2- أهداف الدراسة:

وتهدف دراستنا إلى ما يلي:

- معرفة عادات وأنماط الشباب الجامعي من خلال تصفحهم لتطبيق تيك توك.
- التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي لتطبيق التيك توك.
- الكشف عن تأثيرات تطبيق التيك توك على قيم الشباب الجامعي.
- إفادة البحوث اللاحقة بما سنحققه من نتائج باعتبار دراستنا دراسة اكتشافية.
- التحكم أكثر في منهجية البحث العلمي.

I-1-4- تحديد مفاهيم الدراسة:

1- الأثر:

لغة: ما بقي في رسم الشيء، والتأثير إبقاء الأثر في الشيء: ترك فيه أثرا، والآثار: الأعلام، والأثير من الدواب العظيمة ، والأثر في الأرض يخفها أو حافرها، والأثر: الخبر والجمع، أسلفوا من أعمالهم ونكتب من آثارهم أي من سنّ سنة حسنة كتب له ثوابها، ومن سنّ سنة سيئة كتب عليها عقابها. (1)

(1) ابن منظور، لسان العرب، الجزائر، دار الأبحاث للنشر والتوزيع، 2008، ص 56.

اصطلاحاً: الأثر هو إحداث تغييرات وتأثير في السلوك والتفكير ويتمثل في التأثيرات الحاصلة نتيجة للتعرض للرسائل المختلفة ولهذا يعمل عند إجراء البحوث على قياس ما يحدث من تأثيرات في السلوك والتفكير⁽¹⁾

هو العملية التي تسعى إلى إحداث تغير في سلوك الناس، عن طريق دفعهم لتبني آراء وأفكار وسلوكيات معينة، أو التخلي عن بعض الأفكار، أو اكتساب مهارات وأفكار جديدة، من شأنها أن تخدم الهدف الذي يسعى إليه مصدر التأثير⁽²⁾

هو التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة، فالرسالة تجلب انتباهه وقت تضيف لمعلوماته معلومات جديدة، وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل الاتجاهات القديمة، أو يعدل سلوكه السابق، فهناك مستويات عدة تتأثر ابتداءً من الاهتمام إلى حدوث تدعيم داخلي للاتجاهات إلى حدوث تغيير تلك الاتجاهات، ثم في النهاية إقدام الفرد على سلوك علني⁽³⁾.

إجرائياً: هو التغيير المعرفي أو النفسي أو الحركي في سلوكيات الأفراد التي تطرأ جراء ما يتلقاه الشخص من تطورات في حياته اليومية ونقصد بالأثر هنا مجموعة التغيرات التي تطرأ على سلوك الشباب وذلك من خلال المضامين المختلفة من فيديوهات وصور التي يتلقاها من تطبيق التيك توك.

2- تعريف المحتوى

أ- لغة:

محتوى: (اسم)

- المحتوى: بيوت الناس من الوبر مجتمعة على ماء
- اَحْتَوَى حَوِيًّا:
- عَلَى الحَوِيَّ
- حَوَى الحَيَّةَ ، رقاها، فاستسلمت له.
- حَوَّى حَوِيَّةً :

(1) محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2006، ص 52.

(2) مي عبد الله، عبد الكريم شلبي، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال المشروع العربي لتوحيد المصطلحات، لبنان، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، 2014، ص 81.

(3) محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، ص 144.

عَلَيْهِ أ

- محتوى شعوري: (نفسية): ما يوجد في الذهن أو يحس به الفرد في لحظة ما، ويمكن أن يفصح عنه بسلوك معين.
- مُتَدَوَى الْفِكْرَةِ: مضمونها.
- مُتَدَوَى الْكِتَابِ: ما يتضمنه من آراء وأفكار. (1)
- حَوَى: (فعل)

حوى / حوى على يحوي، إحو، حواية، فهو حاو، والمفعول محوي " للمتعدى.

- حوى الشخض: سحر واحتال.
 - حوى الشيء / حوى على الشيء: استولى عليه وملكه وأحزره.
 - حوى الشيء / حوى على الشيء: ضمه واشتمل عليه، جمعه، احتواه، وألطن وما حوى (حديث).
 - حوى الحية: رقاها، فاستسلمت له.
 - حوى: (فعل)
 - حوت: أحوي، حو، مصدر تحوية.
 - حوى السكين: قبضه.
 - حوى الشيء: أقبض. (2)
- ب- اصطلاحا:

المحتوى هو: خلاصة من الحقائق والمفاهيم والمبادئ والنظريات في مجال معرفي غير منظم (التربية البيئية، التربية الأسرية، وطرق معالجة هذه المعلومات وهذا المحتوى يجب أن يعين المتعلم في فهم المعرفة واكتشافها بنفسه. (3)

وكذلك يعرف المحتوى على أنه مصطلح عام يشير إلى مضمون الشيء، ويشيع استخدام هذا المصطلح في مجال المناهج التعليمية حيث يشير إلى أحد عناصر أو مكونات المناهج، والمحتوى هو

(1) محمد الدين محمد بن يعقوب الفيروز آبادي، قاموس المحيط، ط 1، دار الكتب العلمية، بيروت، 2004، ص 326.

(2) تونس رشاد الدين، كامن في المعاني والكلام، القاموس الكامل عربي عربي، ط 1، دار الراتب الجامعية، بيروت، 2000، ص 500.

(3) هبة محمد عبد الحميد، معجم مصطلحات التربية وعلم النفس، ط 1، دار البداية، عمان، 2008، ص 162.

المكون الثاني لأي منهاج تعليمي، يأتي الترتيب بعد المكون الأول وهو الأهداف، ويشمل محتوى المنهج كافة الخبرات والمعارف والمعلومات والمهارات، والاتجاهات التي يسعى المنهج لاكتسابها للمتعلم. (1)

ج- إجرائيا:

المحتوى هو أي نص أو صورة أو فيديو أو تسجيل صوتي أو تطبيق أو أي مواد أخرى منشورة على الانترنت ومتاحة لاستخدام جمهور المتصفحين وتقصد بالمحتوى في دراستنا هذه ما تتضمنه الفيديوهات التي تثبت عبر تطبيق تيك توك.

3- الشبكات الاجتماعية:

اصطلاحا: هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة،... إلخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض (2)

هي حلقات اجتماعية كما في الحياة اليومية إنما الفرق أنها عبر الانترنت وهي تضم مواقع خاصة وعمامة من كتابات وصور وأفلام ودرشات وتعارف. (3)

إجرائيا: هي مجموعة المواقع الإلكترونية التي يتم الولوج إليها عن طريق الإنترنت وتسمح للأشخاص بإنشاء حسابات خاصة بهم من أجل التواصل بين بعضهم البعض والدرشة ومشاركة الفيديوهات والصور بين بعضهم وتقصد بالشبكات الاجتماعية في دراستنا هذه تطبيق التيك توك.

4- الإنترنت:

لغة: ومسمى الإنترنت internet مشتق من شبكة المعلومات الدولية التي يطلق عليها في اللغة الإنجليزية Internationale Net Work كما يطلق على الإنترنت عدة تسميات منها The Net أو الشبكة

(1) ماهر إسماعيل صبري، دراسات عربية في التربية وعلم النفس، مجلد 3، العدد 2، 2009، ص 14.

(2) ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، عمان، دار الإعصار العلمي، ط1، 2015، ص 199.

(3) ماهر عودة الشمالية، المرجع نفسه، ص 200.

العالمية World net والشبكة العنكبوتية The Web أو الطريق الإلكتروني السريع للمعلومات Super High Way Electronic⁽¹⁾

اصطلاحاً: هو شبكة دولية وظاهرة واسعة الانتشار، وسيلة اتصال وإعلام تكنولوجية عالية الجودة، جديدة، ومؤثرة تتميز بالاستقلالية واللامركزية، تربط سكان العالم ببعضهم البعض بسرعة فائقة وقدرة إستيعابية واسعة، حتى باتت جزءاً منها في حياة الأفراد والمؤسسات.⁽²⁾

الإنترنت شبكة اتصال جماهيرية ضخمة جداً وغبر مركزية تربط مجموعة كبيرة من الشبكات الحاسب الآلي المنتشرة في أنحاء العالم حيث تتبع كل شبكة جهة مستقلة مثل الجامعات ومراكز البحوث والشركات.⁽³⁾

إجرائياً: شبكة معلومات عالمية تهدف إلى ربط العالم وجعله قرية صغيرة، ويمكن الدخول إليها من خلال جهاز الحاسوب.

5- الإعلام الجديد:

اصطلاحاً: يعرف بأنه إعلام متعدد الوسائط وهذا يعني أن المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصوت والفيديو، مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثير، وهذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني⁽⁴⁾

هو مصطلح حديث يتضاد مع الإعلام التقليدي القديم، ولم يتم الاتفاق على تعريف محدد للإعلام الجديد، وذلك لأن صورة الإعلام الجديد لم تتبلور بعد بشكل واضح ومحدد، يضاف إلى ذلك أنه لا يمكن الجزم على بقاء الإعلام الجديد على صورته الحالية لأن التكنولوجيا الحديثة وثورة المعلومات قد تأتي بما هو أكثر جدة وحادثة، كما هو عليه الإعلام الآن لذلك تمحورت جميع التعريفات حول الآليات المتبعة والمستخدم في الإعلام عموماً.⁽⁵⁾

(1) محمد غزالي، لامية صابر، دراسات في الإعلام الجديد، عمان، دار الإعصار، ط1، 2016، ص 32.

(2) المرجع نفسه، ص 33.

(3) المرجع نفسه، ص 32.

(4) محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، عمان، دار المشرق الثقافي، 2016، ص 105.

(5) ماهر عودة الشمايلية، محمود عزة اللحام، وآخرون، مرجع سابق، ص 19.

ويمكن تعريفه بأنه مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي يمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية المتصلة أو الغير متصلة بالإنترنت في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل. (1)

إجرائيا: هو الإعلام الذي يعتمد على الأساليب والأنشطة الرقمية من خلال شبكة الإنترنت العالمية، ويقوم بعرض المعلومات المراد نشرها في شكل مزيج من النصوص والصور والفيديوهات.

6- تعريف تطبيق التيك توك TikTok.

اصطلاحا: TikTok هو تطبيق لمشاركة مقاطع الفيديو القصيرة المتكررة من خلال الهواتف الذكية وهو تطبيق يهدف إلى تشجيع المستخدمين على الإبداع ومشاركة لحظاتهم المختلفة مباشرة من خلال هاتفه. (2)

يمكن تعريفه أيضا بأنه عبارة عن تطبيق يمكن لأي مستخدم الولوج إليه والنقاط الصور والفيديوهات وتقديمها بأسلوب إبداعي للآخرين بشكل مباشر بواسطة الهاتف المحمول، فقد أصبح النافذة الأولى للإبداع وتفجير المواهب الدفينة ويمكن استغلال هذه المنصة بمشاركة الآخرين بالمقاطع الإبداعية. (3)

وهو أيضا عبارة عن تطبيق اجتماعي متخصص بنشر الفيديوهات بين رواده، حيث يقوم مستخدم المنصة بنشر فيديو أو مقطع قصير مع أصدقائه لمشاركته لحظات حياته بكل سهولة، ويرتب هذا التطبيق في المرتبة الرابعة بين التطبيقات الأكثر تحميلا في العالم لسنة 2018، وبذلك فإنه ينافس كلا من تطبيق سناب شات snapchat وانستغرام Instagram. (4)

إجرائيا: هو منصة إلكترونية يقوم الأشخاص من خلاله بتركيب فيديوهات وصور مع مؤثرات صوتية وموسيقى ومشاركتها على تطبيق التيك ويتضمن محتواه مختلف المجالات ونقصد بالتيك توك هنا الأثر الذي يحدثه محتواه على قيم الشباب الجامعي الجزائري.

7- القيم:

لغة: وردت بمعاني متعددة في اشتقاقها اللغوية، أشار إليها ابن منظور في لسان العرب، إذ ترجع إلى الفعل قوم وأدرجها النحو التالي نقبض الجلوس، وفعلها قوم من القيام وهو نقيض الجلوس، فهو مأخوذ

(1) ماهر عودة الشمالية، محمود عزة اللحام، وآخرون، مرجع سابق، ص 19.

(2) https://www.wikiforschool.com 15/04/202213 :40.

(3) موسوعة أراجيك www.arageek.com تمت الزيارة بتاريخ 2022/03/29، على الساعة 21:50.

(4) المرجع نفسه.

من قام يقوم قوما وقياماً قومة وقامة، والقومة المرة الواحدة، ورجل قائم من رجال قوم وقيم وقيام وقوم قبل هو اسم للجمع ونساء وقائمات. (1)

اصطلاحاً: هي حكم يصدره الإنسان على شيء ما معتمداً لمعايير اجتماعية تحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه، أما في الإسلام فهي حكم يصدره الإنسان المسلم على شيء ما مهتدياً بمعايير شرعية تحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه من منطلق القرآن والسنة ومن هنا فإن العقيدة الإسلامية منبع من القيم وهي ثابتة بثباتها، أما في الغرب فهي مرتبطة بالواقع. (2)

- هي كل ما يعتبر جديراً بالاهتمام الفرد وعنايته لاعتبارات اجتماعية أو اقتصادية أو سيكولوجية، وهي إحكام مكتسب من الظروف الاجتماعية (3).

إجرائياً: هي صفات وأنماط سلوكية يتسم بها الأشخاص ويقومون باختيارها وتفضيلها وتنشأ عن تفاعل الشخص بالواقع الاجتماعي وفي دراستنا هذه فإن القيم هي مجموعة الأنماط والسلوكيات التي يكتسبها الشباب الجامعي من تطبيق التيك توك.

8- الشباب:

لغة: جمع شاب، وهو مأخوذ من القوة والفتوة، الشاب بالكسر النشاط ومن معانيها الحداثة والابتداء، فقول فعل فلان هذا الشيء في شبابه أي في أوله. (4)

اصطلاحاً: يعرف الشباب أنه ظاهرة اجتماعية تشير إلى مرحلة من العمر تعقب مرحلة المراهقة وتبدو خلالها علامات النضج الاجتماعي والنفسي والبيولوجي واضحة، ويعد الشباب من أكثر الشرائح الاجتماعية تفاعلاً مع التغيير الحادث في المجتمع. (5)

إجرائياً: يعرف الشباب على أنه الفئة العمرية التي تتراوح ما بين 17 و35 سنة ويقصد بالشباب في هذه الدراسة الشباب الجامعي بجامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل وذلك لأنهم الفئة الأكثر نشاطاً في الجامعة والفئة التي تخدم دراستنا.

(1) سعاد جبر سعيد، القيم العالمية وأثرها في السلوك الإنساني، عمان، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، 2008، ص 7.

(2) سعاد جبر سعيد، المرجع السابق، ص 17.

(3) عبد الخالق محمد عفيفي، الممارسة المهنية لطريقة تنظيم المجتمع موجبات نظرية تطبيقات عملية، مصر، الكتب المصرية للنشر والتوزيع، 2007، ص 202.

(4) علي بن هادية وآخرون، القاموس الجديد للطلاب معجم عربي مدرسي، الشركة الوطنية للتوزيع، الجزائر، ط4، 1983، ص 669.

(5) عيسى بن حسن الأنصاري، من التعلم إلى العلم-تدريب وتوظيف الشباب-دار الفارس، عمان، 2008، ص 67.

9- الجامعة:

لغة : مصطلح University حسب عبد العزيز مقر مأخوذ من كلمة Universités بمعنى الإتحاد الذي يضم ويجمع أقوى الأسر نفوذا. (1)

اصطلاحا: الجامعة هي المثال الذي يتم فيه المناقشة الحرة المتفتحة بين العالم والمتعلم وذلك بهدف تقييم الأفكار والمفاهيم المختلفة، وهي كذلك المكان الذي يتم فيه التفاعل بين أعضاء هيئة التدريس من مختلف التخصصات وكذلك بين الطلاب المنتظمين في هذه التخصصات. (2)

إجرائيا: هي مؤسسة للتعليم العالي تضم هذه المؤسسة العديد من التخصصات والكليات والأساتذة لها وظيفة هامة تكمل في نشرها للعلم والمعرفة والقيم الأخلاقية للطلبة.

10- الشباب الجامعي:

اصطلاحا: الشباب الجامعي مرحلة تقع بين (17 سنة إلى 35 سنة) وهي الفترة التي يكون فيها الشباب قادرا على القيام بأدواره الاجتماعية ويستطيع المشاركة الفعالة في شتى مناحي الحياة المختلفة ويكون قادرا على الممارسة الناضجة لحقوق الراشدين والالتزام الواعي بواجباتهم. (3)

إجرائيا: هي فئة نشيطة لها ميولاتها وطموحاتها، التي تمثل طلبة المرحلة الجامعية تتمتع هذه الفئة بالقدرة على القيام بمسؤولياتها الثقافية والاجتماعية ويمثل في هذه الدراسة الشباب الجامعي بجامعة جيجل قسم الإعلام والاتصال.

I.1-5- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

دراسة السعيد بومعيزة. أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب. جامعة الجزائر. البليدة. 2005. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولية في علوم الإعلام والاتصال. كلية العلوم السياسية والإعلامية.

(1) جامعة 2022/04/15، 13:30، <https://ar.wikipedia.org/wiki/>.

(2) <https://www.nmisr.com/vb/showtheed.phpt-433236,15/03/2022,12:30>.

(3) خنساء التومي، دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تخصص اتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016/2017، ص 208.

إشكالية الدراسة:

تناولت هذه الدراسة في إشكالياتها الحديث عن المجتمع الجزائري أولاً وبصفة عامة ثم بدأت تتدرج إلى الخاص حيث تحدثت عن التحولات الهامة التي طرأت على المجتمع الجزائري في مختلف المستويات بسبب التكنولوجيا ثم انتقل إلى فكرة التحولات في إطار السمعى بصري الذي يسعى إلى توسيع شبكات البث وذكر في الفكرة التالية أنه من بين العوامل التي أدت إلى هذه التأثيرات عامل وسائل الإعلام عامة واندراج في أفكاره عن كيفية حدوث هذه التأثير وجاءت تحت هذه الإشكالية التساؤل الرئيسي التالي: ما هو أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب الجزائري؟.

فرضيات الدراسة:

وتنقسم فرضيات هذه الدراسة إلى أربعة محاور:

- أ- محور يخص عادات استعمال وسائل الإعلام.
- ب- محور يتعلق بالمضامين التي تنال اهتمام الشباب أكثر.
- ج- محور يتناول العلاقة بين استعمال وسائل الإعلام والقدرة على تجاوز بعض السلوكيات السلبية.

نوع الدراسة منهجها وأدواتها:

1- نوع الدراسة:

تتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تهدف إلى وصف ومعرفة عادات وسلوكيات الشباب التي يكتسبونها من استخدامهم لوسائل الإعلام.

2- منهج الدراسة:

لقد اعتمدت هذه الدراسة على نوعين من المناهج وهما المنهج المسحي الوصفي من أجل مسح الأدبيات الخاصة بكل مفهوم من مفاهيم الدراسة، ومعرفة الوضع الحالي بظروفه واتجاهاته فيما يتعلق باستعمال الشباب لوسائل الإعلام، والمنهج الثاني هو المنهج المسحي التحليلي الذي يحاول أن يصف ويشرح لماذا توجد اتجاهات محددة في وضع ما.

3- أدوات الدراسة:

استخدم الباحث في هذه الدراسة المقابلة المقننة واستمارة الاستبيان في جمعه المعلومات حول موضوع الدراسة من أجل التوصل إلى النتائج المراد التحصل عليها.

4- عينة الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على عينة من النوع غير الاحتمالي، وهي العينة الحصصية فيما يتعلق بالجنس، واعتمدت أيضا على عينة الكرة الثلوية لصعوبة توزيع استمارات الاستبيان بصفة شخصية من حيث الوقت والتكلفة.

5- نتائج الدراسة:

- أن التلفزيون هو الوسيلة الأكثر استعمالا من طرف المبحوثين الشباب في هذه الدراسة ويشاهدونه نسبة 94.9% وهذه النتيجة تتطابق مع نتائج اتجاه معظم الأبحاث سواء في الجزائر أو في بلدان أخرى.
- أن الذكور من الشباب يقرأون الجرائد أكثر مما تقرأها الإناث حيث بلغت النسبة عند الذكور 44.9% بصفة دائمة ولدى الإناث 29.1% .

- أن أغلبية أفراد العينة اختاروا محتويات الخيال المتمثلة في الأفلام والمسلسلات والرياضة في المقام الأول كبرامج يتعرضون لها وتنال اهتمامهم وتليها بعض برامج الواقع مثل البرامج الدينية والإخبارية والعلمية.

- إن أغلبية المبحوثين الشباب يعتقدون أن استعمالهم لوسائل الإعلام والتعرض لمحتوياتها يساعدهم على تجاوز القيم بالسلوكيات موضوع الدراسة وهذا باستثناء سلوك واحد وهو سلوك التوتر الداخلي الذي وافق عليه المبحوثين بنسبة 44.6% فقط.

التعليق على الدراسة:

تتفق هذه الدراسة مع موضوع دراستنا في المتغير المستقل والتابع الممثلين في الأثر وقيم الشباب، حيث ركزت على إبراز أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، بينما اهتمت دراستنا على إبراز أثر محتوى تيك توك على قيم الشباب الجامعي.

وقد أفادتنا هذه الدراسة في تحديد مشكلة الدراسة بالإضافة إلى اختيار المنهج والأداة المناسبة وساعدت هذه الدراسة في الإطلاع على أهم الأسئلة التي ساهمت في صياغة أسئلة الاستمارة الخاصة بما يناسب مع طبيعة الموضوع الذي قمنا بدراسته.

ونجد أيضا أن الباحثين في هذه الدراسة قد تطرق لجميع جوانب الموضوع بشكل مفصل ودقيق ولم يهمل أي عنصر من العناصر.

الدراسة الثانية:

عالية غضبان. أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية جامعة الحاج لخضر. باتنة. 2017. دراسة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال من كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

إشكالية الدراسة:

تناولت هذه الدراسة في إشكاليته الحديث عن المجتمع انتشار الشبكة العنكبوتية في منتصف عقد التسعينات في كافة أنحاء العالم جاعلة منه قدرة صغيرة حيث فتحت المجال لكل مستخدم من الاستفادة من الوسائط المتعددة الجديدة هذا بصفة عامة ثم بدأت تتدرج إلى الخاص حيث تحدث عن الهدف من إنشاء هذه الوسائط والشبكات تبادل الآراء والأفكار وتقديم مقترحات وحلول للمشكلات التي تواجه المتشاركين في الحور، ثم انتقلت للحديث عن التغييرات العالمية المعاصرة عصر العولمة الإعلامية الذي كان له تأثير كبير على المجتمعات الإنسانية وعلى هويتها وثقافتها وأناقها القيمة وذكرت في الفكرة الثانية: اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعية على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين.

فرضيات الدراسة:

وتنقسم فرضيات الدراسة إلى أربعة فرضيات:

- الفرضية الأولى: يستخدم جمهور الطلبة الفايبيوك بشكل دائم ومستمر باعتبار أن الطلبة جمهور نشط وفعال.

- الفرضية الثانية: يستخدم جمهور الطلبة الفايبيوك للبحث عن المعلومات أو الحصول على آخر الأخبار.

- الفرضية الثالثة: يؤثر استخدام الفايسبوك بالإيجاب على بعض مقومات الهوية الثقافية كاللغة العربية والذين الإسلامي، والعادات والتقاليد لدى الطلبة .

- الفرضية الرابعة: يؤثر استخدام الفايسبوك بالسلب على بعض مقومات الهوية الثقافية كالشعور بالانتماء لدى الطلبة.

نوع الدراسة منهجها وأدائها:

1- نوع الدراسة:

تتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تهدف إلى معرفة عادات وأماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وأثره على الهوية الثقافية.

2- منهج الدراسة:

اعتماد الباحثة في هذه الدراسة على المنهج الوصفي لأنه يتطلب وصف وبناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه بصفة خاصة.

3- أدوات الدراسة:

استخدمت الباحثة في هذه الدراسة استمارة الاستبيان في جمعها المعلومات حول موضوع الدراسة من أجل التوصل إلى النتائج المراد التحصل عليها.

4- عينة الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على العينة المتعددة المراحل (العنقودية) والتي تعرف بأنها: العينة التي يختارها الباحث من خلال مراحل متعددة لغرض تركيز وحصر البحث ويمكن اختيارها عشوائيا أو عمديا تبعا لأهداف الدراسة وخصائص مفرداتها وحجمها.

5- نتائج الدراسة:

بينت نتائج الدراسة أن مستخدمي الفايسبوك من الطلبة الجامعيين أغلبهم بنسبة 59.7% مقابل 40.30% ذكور وهذا راجع إلى أن الإناث يفضلن إكمال الدراسة مقارنة بالذكور الذين يتوجهون عادة إلى الحياة العملية.

- يدخل أفراد العينة يوميا إلى الفايسبوك بنسبة 64.78%

- كما تبين أن 71.10% من أفراد العينة يفضلون التواصل من كلا الجنسين في الفايسبوك في مقابل أن نسبة 19% يتواصلون مع نفس جنسهم وتفضل الإناث التواصل مع نفس جنسهم وتفضل الإناث التواصل مع نفس جنسها بنسبة 24.07% في مقابل نسبة 11.58% للذكور.
- أوضحت الدراسة أن أهم دوافع استخدام أفراد العينة للفيسبوك هي الإطلاع على آخر الأخبار ومواكبة الأحداث المحلية والوطنية والعالمية.
- تبين ان أفراد العينة موافقون بشدة على العبارة التمسك بمبادئ الذين الإسلامي بنسبة 53.44% و موافقون بنسبة 23.68%.

التعقيب عن الدراسة:

تتفق هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في المتغير المستقل والمتمثل في الأثر حيث ركزت على معالجة قضية مهمة ألا وهي الطلبة الجامعيين وعلاقتهم بوسيلة من وسائل الإعلام الجديد الفايسبوك والأثر الناتج في بعض مقومات الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين، بينما دراستنا هذه اهتمت بإبراز أثر محتوى تيك توك على قيم الشباب الجامعي وقد أفادتنا هذه الدراسة في إبراز وتحديد مشكلة الدراسة واختيار الأداة والمنهج المناسبان للدراسة بالإضافة إلى صياغة تساؤلات دراستنا.

كما نجد أن الباحث في هذه الدراسة قام بتناول الموضوع بشكل مفصل وتناول جميع جوانبه ولم يهمل أي عنصر من هذه الدراسة.

الدراسة الثالثة:

عايد كمال. تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتأثيراتها على قيم المجتمع الجزائري. جامعة أبي بكر بلقايد. تلمسان. 2016. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ل م د في علم الاجتماع والاتصال من كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

1- إشكالية الدراسة:

تناولت هذه الدراسة في إشكاليته الحديث عن القيم وتأثيرها على طبيعة العلاقات الإنسانية باعتبارها من محددات السلوك الإنساني هذا أولا وبصفة عامة ثم بدأ يندرج إلى الخاص وتحدث عن القيم وتمكينها داخل المجتمع من أعقد العمليات التي تقوم مؤسسات التنشئة الاجتماعية وصرح بأن المصدر الأساسي لهذه القيم هو محاولة حصرها وضبطها وتصنيفها ثم انقل إلى فكرة مهمة وهي أن القيم داخل

المجتمع الجزائري تعيش بين واقعين مختلفين تقليدية أصلية وقيم حديثة. وجاءت تحت هذه الإشكالية التساؤل الرئيسي التالي: ما هو مدى انعكاس وتأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال وما تحمله من قيم على السبب في المجتمع الجزائري؟.

2- فرضيات الدراسة:

* إن استخدام الأفراد إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال يؤدي إلى تحويل وتغيير في القيم الأصلية للمجتمع الجزائري؟

* ضعف عملية التواصل بين الأجيال تولد تفاعل ضعيف المستوى من حيث نقل القيم من جيل إلى آخر.

* إن استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال يؤدي إلى إشباع حاجات ورغبات الأفراد النفسية والاجتماعية مقارنة مع المؤسسات التنشئة الاجتماعية التقليدية.

3- نوع الدراسة منهجها وأدواتها:

1/ نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تستهدف وصف الأحداث الأشخاص والاتجاهات.

2/ منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوظيفي الذي يري المجتمع من خلال الوظائف التي يؤديها كل جزء منه وهذا ما يناسب هذه الدراسة من خلال محاولة فهم وظيفة القيمة في تحديد سلوكيات الأفراد داخل المجتمع.

3/ أدوات الدراسة:

استخدم الباحث في هذه الدراسة المقابلة واستمارة الاستبيان في جمعه المعلومات حول موضوع الدراسة.

عينة الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على العينة العشوائية والتي يمكن تعميم نتائج دراستها لاحقا على بقية المجتمع الجزائري.

4 - نتائج الدراسة:

- بالنسبة للآثار التي أحدثتها الفضائيات الأجنبية على مشاهديها من الشباب الجامعي فيعتقد أغلب أفراد العينة أنها إيجابية وسلبية معا، تمثلت منها الإيجابية أكثر في التعرف على العالم الخارجي بنسبة 30.22% من القائلين بذلك وزيادة المعارف والمعلومات في شتى المجالات وبطرق مختلفة بنسبة 13.73% تنمية المهارات العلمية والعملية في شتى المجالات بنسبة 13.295% الإطلاع على الثقافات والحضارات الأخرى بنسبة 2.24%، وتمثلت السلبية من أكثر في فتح باب التقليد الأعمى للسلوكات السيئة بنسبة 50.22%، العمل علة تمجيد الثقافة الغربية بنسبة 8.58% بتعدد الشباب عن هويتهم وأصالتهم وانتمائهم بنسبة 7.17%.

- وبالنسبة للآثار الاجتماعية ومستوياتها ومداهما التي نزلها برامج الفضائيات الأجنبية على جمهورها من شبابنا الجامعي فقد تبين من إجابات أفراد العينة أن نظرتهم إلى العادات والتقاليد الغربية مازالت سلبية ولن تتأثر إلا في حالات قليلة جدا فيعتقد أغلب أفراد العينة أن عاداتنا وتقاليدنا أحسن من العادات والتقاليد الغربية بنسبة 67.52% بحكم استمداها من الدين الإسلامي .

- التعقيب على الدراسة

تتفق هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في المتغيرين ويتمثلان في الأثر والقيم حيث ركزت على معالجة قضية مهمة وهي إدراك مدى تأثيرات تكنولوجيا الإعلام والاتصال علة قيم المجتمع الجزائري بينما دراستنا هذه اهتمت بإبراز أثر محتوى تيك توك على قيم الشباب الجامعي وقد أفادتنا هذه الدراسة في إبراز وتحديد مشكلة الدراسة وساعدتنا أيضا في صياغة تساؤلات وفرضيات الدراسة واختيار المنهج الملائم لموضوع دراستنا، كما أن الباحث في هذه الدراسة نجده قد قام بتناول الموضوع بشكل مفصل وتناول جميع جوانبه ولم يهمل أي عنصر من هذه الدراسة.

الدراسة الرابعة:

وهيبة بشريف. تأثير الانترنت على سلوكيات وقيم الشباب في ضوء نظرية الحتمية القيمية. جامعة باتنة 1 . باتنة. 2018. أطروحة تخرج لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع.

إشكالية الدراسة:

تناولت هذه الدراسة في إشكاليتهما الحديث عن علوم الإعلام والاتصال وتطورها حيث أصبحت تلبي حاجيات ومتطلبات أفراد المجتمع اليومية هذا بصفة عامة ثم بدأت تتدرج إلى الخاص، وتواصلت

الجهود في اختراع الوسائل التكنولوجية الحديثة التي مكنت الفرد أينما كان وفي أي وقت أن يوصل صوته وصورته في آن واحد إلى أبعد مكان، كما ظهر مفهوم مستخدمي الإنترنت التي فتحت أفقا جديدا لدراسات الاتصالية والإعلامية وذكرت في الفكرة التالية انه هناك العديد من النظريات التي حاولت تفسير تأثير مضامين وسائل الإعلام والاتصال على الأفراد خاصة الشباب والأطفال حيث ظهرت نظرية الحتمية القيمية في الإعلام والتي ركزت على ضرورة تبني القيم كمتغير أساسي في وسائل الإعلام والاتصال وبناء على ما تقدم تم طرح التساؤل التالي: ما هو تأثير شبكة الإنترنت على قيم الشباب الجزائري وسلوكياته؟

1- فرضيات الدراسة:

- يتأثر الشباب بمحتويات الإنترنت حسب خصائصهم الديمغرافية والسوسيوثقافية والاقتصادية.
- يساعد الإنترنت الشباب على اكتساب بعض السلوكيات وتجاوز بعضها الآخر .
- يغير الانترنت من خلال محتوياته قيم الشباب كاحترام والصدق بقيم أخرى ويعززها.
- المضامين المنشورة على الانترنت من خلال وجهة نظر النظرية القيمية في الإعلام تساهم في تحديد قيم الشباب عن ابتعادها عن القيمة في مضامينها.

2- منهج الدراسة ومنهجها وأدواتها:

1/ نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تستخدم في أغرض وصف الأحداث والأشخاص والاتجاهات.

2/ منهج الدراسة:

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج المسحي الوصفي بغيت الوصول إلى البيانات والمعلومات الخاصة بالشباب ومعرفة كيفية استخدامهم للإنترنت وتفاعلهم معهم.

3/ أدوات الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على أداة بحث تناسب المنهج المسحي وهي أداة الاستمارة وتم الاعتماد عليها كونها تقنية مباشرة في استجاب الأفراد كما تعد أكثر الأدوات ارتباطا بالمنهج المسحي الذي قام بالاعتماد عليه في هذه الدراسة.

4 / عينة الدراسة:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على العينة القصدية والعينة الخصلصفة هذه الأخيرة التي تعتبر من أنواع العينات غير الاحتمالية وتتميز بالمرونة والسرعة.

5 / أهم النتائج:

- يستخدم الشباب الجزائري الانترنت ويتصفح مضامينها أكثر من ساعتين يوميا.
- يفضل المبحوثين الارتباط بشبكة الإنترنت بواسطة وسيلة الهاتف الذكي.
- تساعد مضامين الانترنت الشباب على قيامه بالسلوكات التالية: القلق والتوتر، عدم الالتزام بالوقت، البحث عن الحبيب ، الإعجاب بالنجوم واللاعبين الرياضيين.
- يدخل متغير السن في تأثير محتويات الانترنت على الشباب الجزائري.
- إن متغير الدخل الشهري لا يؤثر في مساهمة محتويات شبكة الإنترنت على تطبيق وتغير قيم الشباب.

6 / التعقيب على الدراسة:

تتفق هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في متغيرين أساسيين يتمثلان في الأثر وقيم الشباب. حيث ركزت هذه الدراسة على إبراز الأثر الذي تحدثه وسائل الإعلام على سلوكيات وقيم الشباب الجزائري، بينما دراستنا اهتمت على إبراز محتوى تيك توك على قيم الشباب الجامعي. كما أفادتنا هذه الدراسة في تحديد مشكلة الدراسة واختيار المنهج والأداة المناسبة وصياغة استمارة الاستبيان.

ونجد أن هذه الدراسة تطرقت لجميع متغيرات الدراسة وتناولتهم بشكل مفصل ومختلف الجوانب.

الدراسة الخامسة:

دراسة مريم نريمان نومار. استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية الفايسبوك نموذجا. جامعة الحاج لخضر. باتنة. 2012. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة.

إشكالية الدراسة:

لقد أتاحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال فرص وإمكانيات جديدة في مجال التواصل فتعددت أشكاله فتطورات الهائلة في مجال التكنولوجيا الاتصال غيرت العديد من المفاهيم والأدوار فثورة الجيل الثاني من الانترنت بمختلف وسائلها التي تأتي في مقدمتها مواقع الشبكات الاجتماعية مثل: فايسبوك، تويتر، وتناولت في الفكرة التالية أنه أصبحت منصة الشبكات الاجتماعية أكثر المواقع استخداما نظرا إلى الخدمات المتنوعة التي يقدمها وطبيعة التوصل التي يتيحها كما أنها ساهمت بشكل كبير في ربط العديد من العلاقات بعد إلغائها لجميع المسافات كما أنه لا يمكن أن تتخطى عن الدور الخطير الذي تقوم به الانترنت في عزل الأفراد اجتماعيا وتفكيك العلاقات بينهم وجاءت تحت هذه الإشكالية التساؤل الرئيسي التالي: ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟ .

فرضيات الدراسة:

- تختلف طرق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " فايسبوك " لدى الجزائريين من مستخدم إلى آخر تبعا لمتغيري الجنس والسن.
- يلجأ مستخدمو موقع " فايسبوك " في الجزائر إليه بسبب فراغ اجتماعي وعاطفي.
- استخدام " الفايسبوك " يؤدي إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من النشاطات الاجتماعية ويقلل من اتصال المستخدم الشخصي بعائلته وأصدقائه.

نوع الدراسة منهجيتها وأدواتها

1/ نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تهتم بشرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر مهمة.

2/ منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي وهو المنهج الذي يناسب مع طبيعة البحث ومتطلباته. واعتمدت على منهج المسح الوصفي بالدرجة الأولى إلى اعتباره أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن الأفراد وسلوكياتهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم وأيضا بسبب العينة الكبيرة والمنتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها، فهذا المنهج يسمح بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد.

3/ أدوات الدراسة:

استخدم الباحث في هذه الدراسة في جمعه للبيانات على الملاحظة واستمارة الاستبيان.

4/ عينة الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على العينة القصدية أو العمدية وهي التي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة.

- اغلب المبحوثين يتصفحون الموقع من مرتين غلى ثلاث مرات في اليوم بنسبة 42.64% ويفضل 61.50% منهم الفترة الليلية لاستخدامه.

- بالنسبة للدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام "الفايسبوك" تبين أن اغلبهم يستخدمونه بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب التثقيف بالنسبة 14.75% ثم زيادة المعلومات والمعارف بنسبة 13.84%.

- تبين أن 38.77% يوافقون على أن e الفاييسبوك" يساعدهم في توسيع علاقاتهم الاجتماعية يؤديهم بشدة في ذلك 29.87%.

- أن مستخدم " الفاييسبوك" في الجزائر مستخدم نشط لديه العديد من الحاجات التي يسعى إلى إشباعها من خلال استخدامه للموقع وانتقائه للمحتوى.

التعقيب على الدراسة:

تتفق هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في أحد متغيراته وتمثلة في الشبكات الاجتماعية والأثر الذي تحدثه، فقد ركزت هذه الدراسة على أثر المواقع و الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية بينما دراستنا اهتمت على إبراز محتوى تيك توك على قيم الشباب الجامعي.

كما أفادتنا هذه الدراسة في تحديد مشكلة الدراسة واختيار المنهج والأداة المناسبة .

وقد توصلنا إلى أن الباحث في هذه الدراسة ركز على العديد من شبكات التواصل ك" الفاييس بوك"، "اليوتيوب" و"التويتتر" موقع فليكر ولينكدن" أي على أهم المواقع المتداولة حاليا ولكن ركز بدقة على الفاييس بوك.

الدراسة السادسة:

- صلاح محمد صلاح. استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة. الجامعة الإسلامية. غزة. 2014. دراسة مكمله لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الصحافة من كلية الأدب في الجامعة الإسلامية بغزة.

إشكالية الدراسة:

شهد النصف الثاني من القرن العشرين طفرة هائلة في تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات شبكة الانترنت وخدماتها المتعددة، ومن أبرز خدماتها شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتبر جيل جديد في عالم الاتصال حيث قدمت هذه الأخيرة بخصائصها المتنوعة منصة اجتماعية ومعلوماتية واسعة، وقد لاقت هذه الشبكات إقبالا واسعا من قبل الجمهور، وتتنوع استخدامات هذه الشبكات ما بين استخدامات التواصل والتفاعل والاستخدامات التعليمية والدينية الثقافية، وتعتبر فلسطين ذات الكثافة العالمية في استخدام الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، لذلك جاءت هذه الدراسة التي تناولت " استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة" من أجل معرفة طبيعة هذه الإشباع والاستخدامات.

فرضيات الدراسة:

- 1- لا توجد فروق ذات دلالات إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب المتغيرات الديموغرافية للمبشرين.
- 2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى الإشباع المتحقق لهم من وراء هذا الاستخدام.
- 3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين درجة الإستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة الثقة في شبكات التواصل الاجتماعي.
- 4- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي وإدراكهم سلبياتها وإيجابياتها.

نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها

1- نوع الدراسة :

تتدرج هذه البحوث ضمن البحوث الوصفية والتي تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والاتجاهات، وتستخدم لأغراض الوصف المجرد والمقارن.

2- منهج الدراسة:

اعتماد الباحث في هذه الدراسة على المنهج المسحي: وهو أحد المناهج التي تدخل في إطار البحوث الوصفية.

3- أدوات الدراسة:

استخدم الباحث أداة صحفية الاستقصاء كأداة رئيسية لجمع المعلومات من عينة الدراسة، كما استخدم الباحث المقابلة المقننة لجمع المعلومات من الباحثين والخبراء في شبكات التواصل الاجتماعي.

4- عينة الدراسة:

اختار الباحث عينة المصادر من مجموع طلبة الجامعات محل الدراسة (الإسلامية، الأقصى، والأزهر) اختار الباحث 400 مفردة كعينة للدراسة وفقا للعينة الطبقية العشوائية.

5- أهم نتائج الدراسة:

• كشفت الدراسة عن إقبال كبير من المبحوثين على استخدام شبكة التواصل الاجتماعي حيث أن نسبة 89.7% من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، وما نسبته 10.3% من العينة لا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي.

• بينت الدراسة أن 62.57% من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الحواسيب المحمولة، وما نسبته 53.14% يستخدمون هذه الشبكات من خلال الهواتف المحمولة .

• كشفت الدراسة أن أبرز الإشباعات المتحققة لدى المبحوثين هي إشباعات التفاعل الاجتماعي بنسبة 35.7% فيما أتت إشباعات مراقبة البيئة في المرتبة الثانية بنسبة 27.3% ثم إشباعات المشاركة بالرأي بنسبة 23.8% تلتها إشباعات التسلية بنسبة 13.7%.

التعليق على الدراسة:

تنفق هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في متغير شبكات التواصل الاجتماعي، حيث ركزت هذه الدراسة على الاستخدامات والإشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في حين ركزت دراستنا الحالية على تأثير محتوى تطبيق تيك توك على قيم الشباب الجامعي.

أفادتنا هذه الدراسة في اختيار المنهج المعتمد (المنهج الوصفي) وصياغة إستمارة الاستبيان.

وقد توصلنا إلى أن الباحث في هذه الدراسة ركز بنسبة كبيرة على شبكة واحدة من شبكات التواصل الاجتماعي وهي " الفيس بوك"، وتناول بدرجة أقل استخدامات اليوتيوب والتويتر.

I-2- منهجية الدراسة:

I-2-1- مجالات الدراسة: تتحدد مجالات الدراسة فيما يلي:

أ- **المجال الزمني:** يمثل المجال الزمني المدة التي استغرقت من أجل إنجاز هذه الدراسة والتي بدأت في شهر مارس وانتهت في شهر جوان أي دامت لمدة 4 أشهر.

وأجريت دراستنا خلال السنة الجامعية 2022/2021.

ب- المجال المكاني:

ويقصد به الإطار أو المكان الذي أجريت فيه الدراسة، وقد تم إجراء دراستنا هذه بجامعة محمد الصديق بن يحي بجيجل/ فرع تاسوست، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم الإعلام والاتصال، والتي تقع في بلدية الأمير عبد القادر والمنطقة العمرانية تاسوست يحدها من الغرب مدينة جيجل ومن الجهة الشمالية كل من السكة الحديدية والطريق الوطني رقم 43، ومن الجهة الشرقية المنطقة العمرانية تاسوست، تبلغ مساحتها 39.5 هكتار تضم الجامعة أربع كليات وهي: كلية الآداب واللغات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وكذا كلية الاقتصادية والتجارية والتسيير.

ج- **المجال البشري:** ويمثل المجتمع الكلي الذي سيتم دراسته وإجراء هذه الدراسة الاستكشافية عليه، وجمع المعلومات والبيانات اللازمة عنه، ويشمل المجال البشري لدراستنا مجموعة من طلبة كلية الإعلام والاتصال جامعة جيجل - تاسوست.

I-2-2- منهجية الدراسة وأدواتها:

I-2-2-1- نوع الدراسة: تدخل هذه الدراسة ضمن الدراسات الاستكشافية باعتبارها أنسب الطرق لمعالجة

الإشكالية المطروحة في بحثنا، ما هو أثر تطبيق التيك توك على قيم الشباب الجامعي؟

وتعرف الدراسات الاستكشافية هي مجموع الدراسات التي يتم استخدامها في المراحل الأولى لأي بحث علمي يقوم به الباحث وتعد الدراسات الاستطلاعية بمثابة اللبنة الأولى التي تركز عليها الدراسات الميدانية. وتمهد الدراسات الاستطلاعية للبحث العلمي، كما أنها تعرف بالظروف التي سيجري فيها البحث العلمي.

I-2-2-2- منهج الدراسة:

والمنهج الملائم للدراسات الوصفية هو المنهج المسحي الذي يعرف على أنه " تجميع منظم للبيانات المتعلقة بمؤسسات إدارية أو علمية أو ثقافية أو اجتماعية كالمدراس المؤسسات التعليمية الأخرى والمكتبات والمؤسسات المعلوماتية الأخرى، المستشفيات والدوائر والشركات الرسمية الحكومية وغير رسمية والمؤسسات الخدمية والإنتاجية الأخرى المختلفة، وتتعلق البيانات المجمع من هذه المؤسسات بأنشطتها وعملياتها وإجراءاتها كذلك عن موظفيها وخدماتها المختلفة، وذلك خلال فترة زمنية معينة ومحددة يحددها الباحث عادة وطبيعة البحث⁽¹⁾ .

ويعرف أيضا " أنه المنهج الذي يقوم بجمع المعلومات والبيانات من المجتمع وأفراده وذلك لمحاولة تحديد الوضع والحالة الراهنة للمجتمع في متغير معين أو أكثر".⁽²⁾

ومن هنا فإننا اختارنا للمنهج المسحي يساعد في الكشف عن الآثار المختلفة التي يحدثها محتوى تطبيق التيك توك على قيم الشباب الجامعي ولذلك يعتبر مناسباً لمثل هذه الدراسات.

I-2-2- أدوات الدراسة (أدوات جمع البيانات):

تعد عملية جمع البيانات مهمة جدا في أي بحث علمي وخاصة في البحوث الاجتماعية والإنسانية، ودقة أي بحث علمي يتوقف إلى حد كبير على الاختيار المناسب للأداة المناسبة التي تتماشى وطبيعة الموضوع وبإمكان الباحث الاعتماد على أكثر من أداة لجمع البيانات، وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على أداة واحدة وهي:

(1) عامر قنديلجي، إيمان السامرائي، البحث العلمي الكمي والنوعي، دار اليازوري العلمية، عمان، 2009، ص 187.

(2) محمد فتحي الكرداني، البحث العلمي نظريات - تطبيقات، ط 1، مؤسسة عالم الرياضة للنشر ودار الوفاء، مصر، 2015، ص

استمارة الاستبيان: وتعرف على أنها مجموعة مؤشرات، يمكن عن طريقها اكتشاف أبعاد موضوع الدراسة عن طريق الاستقصاء التجريبي، أي إجراء بحث ميداني على جماعة محددة من الناس، وهي وسيلة الاتصال الرئيسية بين الباحث والمبحوث، وتحتوي على مجموعة من الأسئلة تخص القضايا التي نريد المعلومات عنها من المبحوث⁽¹⁾.

وتعرف أيضا بأنها مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في إستمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق⁽²⁾.

وتعرف أيضا : " هي العينة التي يذهب إليها الباحث ويقصدها بالتحديد أي أن يقصد أشخاصا بعينهم، فينتقي الباحث الأفراد الذين سيكونون هم أفراد العينة الخاصة بدراسته، وينبغي مطابقة هؤلاء الأفراد لأغراض بحثه المحددة⁽³⁾.

وقد تضمنت إستمارة بحثنا أربعة محاور:

- المحور الأول: ويتضمن البيانات الشخصية وعدد أسئلته 3 أسئلة.
- المحور الثاني: بيانات خاصة بالسؤال الأول وعدد أسئلته 06 أسئلة.
- المحور الثالث: بيانات خاصة بالسؤال الثاني وعدد أسئلته 06 أسئلة.
- المحور الرابع: بيانات خاصة بالسؤال الثالث والرابع والخامس وعدد أسئلته 11 سؤال.

I-2-3- مجتمع البحث والعينة:

يعد مجتمع البحث خطوة من الخطوات الأساسية التي يجب على الباحث تحديدها لأن القيام بأي دراسة ينطلق أساسا من المجتمع الذي توجد به، ولمعرفة مجتمع الدراسة لابد من تحديد المجتمع الأصلي.

(1) سلاطينة بلقاسم، حسان الجبالي، أسس البحث العلمي، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009، ص 77.

(2) عمار بوحوش، محمد محمود الذنيباتي، مناهج البحث العلمي، وطرق إعداد البحوث، ط 4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 67.

(3) أحمد عارف العساف، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإدارية، ط 1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 241.

ويعرف مجتمع البحث: " بأنه جميع أفراد الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها"⁽¹⁾
ويعرف أيضا: " بأنه مصطلح علمي منهجي يراد به كل ما يمكن أن تعمم عليه نتائج البحث،
سواء كل مجموعة أفراد أو كتب.....، وذلك طبقا للمجال الموضوعي لمشكلة البحث".⁽²⁾
وبذلك فمجتمع الدراسة هم الأفراد الذين سيتم إجراء الدراسة الميدانية عليهم من خلال الموضوع
المطروح والمتمثل في " أثر محتوى تطبيق التيك توك على قيم الشباب الجامعي" ويتضح بأن مجتمع
بحثنا يتكون من الطلبة الجامعيين بجامعة جيجل.
عينة الدراسة:

العينة هي النموذج الذي يسحبه الباحث من مجتمع البحث بشرط أن تكون مطابقة لموضوع بحثه
وقد تم اختيارها وفق موضوع البحث من أرقام جداول العينات بصورة عشوائية⁽³⁾ .
ويعرفها محمد عبد الحميد: " هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث
منهجيا"⁽⁴⁾ .

ونظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة في جميع مفردات مجتمع البحث لقد قمنا باختيار أسلوب العينة
ولاقتصر عينة بحثنا على طلبة الإعلام والاتصال، قد قمنا باختيار العينة القصدية التي يتم انتقاد أفرادها
بشكل مقصود من قبل الباحث لتوفير بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم، كما يتم اللجوء
لهذا النوع من العينات في حالة توفر البيانات اللازمة لدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصل.
ولقد قدر مجتمع الدراسة 1059 طالب بقسم الإعلام والاتصال وعليه فقد اخترنا عينة تتكون من
80 مفردة وتم اختيارهم عمدا لتوفر فيهم الشروط الملائمة للدراسة وذلك من حيث استخدامهم لتطبيق
التيك توك.

وعرفت العينة القصدية أنها العينة التي تهدف لتحقيق غرض معين وتسمى أيضا Judgmental
Sample أي العينة الحكمية. حيث يتم اختيار المفحوصين وفقا لبعض الخصائص النفسية أو
الاجتماعية أو غيرها⁽⁵⁾

(1) سيد محمود الطواب، البحث العلمي (أسسه وأساليبه)، د.ط، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2015، ص 136.

(2) صالح محمد العساف، مدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، مكتبة العايبكان، الرياض، 1995، ص 91.

(3) خليفة صديق، مناهج البحث في الإعلام الجديد، ط1، دار الإحصاء العلمي، عمان، 2016، ص 128.

(4) محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط1، دار الإحصاء العلمي، عمان، ص 133.

(5) سيد محمود الطواب، مرجع سابق، ص 143.

I-3- المقاربة النظرية المعتمدة في الدراسة:

تمهيد:

تعد النظرية الغرس الثقافي إحدى النظريات التي قدمت مبكراً لدراسة تأثيرات وسائل الإعلام، كما تهتم بالتأثير التراكمي طويل المدى لوسائل الإعلام، حيث يشير الغرس إلى تقارب إدراك جمهور التلفزيون للواقع الاجتماعي وتشكيل طويل المدى لتلك الإدراكات والمعتقدات عن العالم نتيجة للتعرض لوسائل الإعلام.

وتصنف نظرية الغرس الثقافي ضمن نظريات الآثار المعتدلة لوسائل الإعلام، بحيث لا تضخم في وسائل الإعلام ولا تقلل من هذه القوة، وقد تتال هذا المبحث مجموعة من العناصر حول هذه النظرية والمتمثلة في:

نشأة النظرية ومفهومها، متغيرات النظرية ومفاهيم عملية الغرس الثقافي ثم تلتها خطوات تحليل الغرس الثقافي، وتناول أيضاً أهم فروض النظرية والانتقادات الموجهة لها وفي الأخير إسقاط هذه النظرية على موضوع دراستنا.

I-3-1- نشأة النظرية والتطور التاريخي لها:

شهدت الولايات المتحدة الأمريكية ظهور الأسباب الأولى التي أسهمت في ظهور نظرية الغرس الثقافي، حيث ربط عامة الناس بين ارتفاع معدلات الجريمة والعنف والتغير القيمي والتي زادت في فترة الستينات من القرن العشرين وبين انتشار مشاهدة التلفزيون في تلك الفترة وضغط الاهتمام الشعبي على الكونجرس الأمريكي ليفعل شيئاً، وثم اعتماد التمويل اللازم من بعض المؤسسات والمعاهد القومية الأمريكية تمويل بعض البحوث التي تبحث تأثيرات التلفزيون في مجالات الصحة والتعليم.

وبدأت تلك الدراسات كنواة لما يعرف باسم مشروع المؤشرات الثقافية والذي أنشئ بتمويل مستقل بقيادة "جورج جرنبر"، والذي كان أستاذاً لعلوم الاتصال في جامعة بنسلفانيا بمدرسة أنبرج لعلوم الاتصال، حيث تم تكليفه هو وزملاؤه بالربط بين كثافة مشاهدة أي طول وقت المشاهدة واستمرارها بمرور الوقت، وبين سلوك المشاهدين واتجاهاتهم، فإن كثافة مشاهدة أصبحت متغيرات ثابتة في كل الفروض والدراسات الخاصة بعملية الغرس.

إلا أن مشروع المؤشرات الثقافية امتد فيما بعد ليشمل نطاقا واسعا من الاهتمامات والقضايا التي يعكسها التلفزيون مثل صورة الأقليات وأدوار الجنسين، والأنماط المقدمة عن المراحل العمرية، والاتجاه نحو العلم⁽¹⁾، وغيرها من الموضوعات الاجتماعية المنتشرة في المجتمع ولم يقتصر نطاق الدراسة كما كان في السابق على دراسته دور وسائل الإعلام في زيادة معدل العنف داخل المجتمع. (2)

I-3-2- مفهوم النظرية:

تصنف نظرية الغرس الثقافي نوعا من التعلم العرضي الناتج عن تراكم التعرض المكثف لوسائل الإعلام، وتعتبر تصويرا تطبيقيا للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى.

حيث يرى "هاوكينز وبنجري" أن عملية الغرس تتضمن عنصرين أساسيين هما العلم غير المقصود والاستدلال المعرفي، حيث يؤدي اهتمام المشاهد بما يراه على الشاشة إلى تعلم حقائق وقيم التلفزيون بحيث تصبح برامج التلفزيون مصدرا لمعلومات المشاهدة عن الواقع الاجتماعي.

وقد لاحظ جرنبر أن الرسائل الإعلامية تغير المفاهيم التقليدية الخاصة بالوقت والمكان، والنسق الاجتماعي، وكان بمثابة تحديا منه للفترة السائدة حول ضعف أثر وسائل الإعلام على الأفراد والثقافات.

ومصطلح الغرس يعني قيام الأجواء المحيطة بالنتائج الثقافية سواء على المستوى الاجتماعي، السياسي، الاقتصادي... الخ بتوليد وبت رسائل وتصويرات رمزية تعمل على دعم وإبقاء الإيديولوجيات السائدة في المجتمع، والممارسات المؤسسية والسياقات الثقافية التي ينبع منها هذا المناخ.⁽³⁾

I-3-3- متغيرات نظرية الغرس الثقافي:

تعتمد هذه الدراسة على متغير رئيسي مستقل هو طول فترة مشاهدة التلفزيون وقد قسم الباحثين هذا المتغير إلى ثلاثة مستويات كالآتي:

- 1- المشاهدة الكثيفة: وهي زيادة فترة مشاهدة التلفزيون عن 4 ساعات يوميا.
- 2- المشاهدة المتوسطة: وهي فترة المشاهدة التي تتراوح بين 2 - 4 ساعات يوميا.

(1) هشام رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الإعلام، د. ط، جامعة المنوفية، ص 187.

(2) المرجع نفسه، ص 188.

(3) المرجع نفسه، ص 190.

3- المشاهدة المنخفضة: وهي التي تقل مدتها عن ساعتين يوميا.

أما المتغير التابع الذي تقيسه تلك النظرية فيتمثل في إدراك المتلقين للواقع المعاش بصورة مشابهة للصور الرمزية المقدمة بالتلفزيون، وهناك عددا من المتغيرات الوسيطة التي تتداخل مع المتغير المستقل لتخلق نوعا من الأثر لدى المشاهدين منها على سبيل المثال لا الحصر: النوع، العرق، مستوى التعليم، مستوى الدافعية، وغيرها من العوامل الدخيلة التي تؤثر على إدراك المتلقين للواقع الاجتماعي المحيط بهم.

ف نجد مثلا أن مشاهدة التلفزيون غالبا ما تكون نشاطا عائليا، فقد يؤثر أفراد الأسرة على بعضهم البعض وعلى إدراكهم لمحتوى التلفزيون سواء بطريقة مباشرة وإرادية أم بطريقة غير مقصودة وغير مباشرة، وتلك التأويلات العائلية لمحتوى التلفزيون، بغض النظر عن سياق المشاهدة، قد تكون أحد العوامل المؤثرة في حدوث الغرس.

كذلك من الأمور البديهية زيادة أثر وسائل الإعلام في القضايا التي تقل خبراتها الشخصية بشأنها ولكن ليس من الضروري أن تكون تلك هي حالة كل فرد، فقد يزعم بعض الأفراد أن الخبرات⁽¹⁾ التي يحصلون عليها من التلفزيون تتطابق من خبراتهم الذاتية، فإذا افترضنا صدق هذا الاحتمال فإنه يزيد من احتمال حدوث الغرس لدى المتلقي.

وأیضا الفروق في درجة ارتباط الأطفال بأقرانهم قد تؤدي أيضا إلى فروق في حدوث الغرس، ومثل تلك العوامل التي تنتم بالاجتماعية في هياكلها وقد تلعب دورا مؤثرا في تشكيل فهم الأطفال لرسائل التلفزيون.

كذلك تؤثر الطبقة الاجتماعية التي ينتمي لها الجمهور على عملية الغرس فقد أشارت الدراسات السابقة إلى أن أنماط الغرس نادرا ما تكون موحدة عبر كل الجامعات السكانية، فهناك العديد من حالات الاختلاف داخل الجماعة الواحدة.

كما تتداخل أيضا بعض العوامل المرتبطة بتوجهات الجمهور في إحداث الغرس وتتمثل في المشاهدة النشطة مقابل المشاهدة السلبية، والمشاهدة الانتقائية مقابل المشاهدة الطقوسية، الاستخدامات

(1) هشام رشدي خير الله، مرجع سابق، ص 190.

والإشباع التفاعل مع رسائل التلفزيون التفسير الإرادي لمحتوى التلفزيون ومقارنته بالواقع الاجتماعي المعاش.

وتتمثل المشاهدة النشطة في قيام المشاهد ببعض العمليات العقلية من نقد المضمون وتحليل المعلومات التي تبثها رسائل التلفزيون، والتركيز عند المشاهدة مقابل المشاهدة السلبية التي تتمثل في استقبال المشاهد لما يعرض عليه بدون تفكير واع في الآثار المترتبة على ذلك.

وكذلك المشاهدة الانتقائية التي تهدف للحصول على معلومات ومعارف معينة مقابل المشاهدة الطقوسية التي يشاهد فيها الأفراد التلفزيون بدون هدف معين بحكم العادة أو لمجرد قضاء وقت الفراغ.

كذلك هناك أثر محتمل لنوعية البرامج التي يشاهدها الجمهور من حدوث الغرس، ولا يقتصر الأمر على مجرد كثافة مشاهدة التلفزيون بغض النظر عن نوعية البرامج التي تقدم به،⁽¹⁾ فهناك كثير من الباحثين يسعون لدراسة "الإنماء المحتمل" الناتج عن التعرض للدراما و"الإنماء المحتمل" الناتج عن التعرض لبرامج الأسرة مثلا لبيان إذا كانت هناك فروق في إدراك الواقع الاجتماعي لدى مشاهدي كلا من تلك البرامج.

وأخيرا هناك قليل من الدراسات التي تناولت المقارنة بين أثر التلفزيون وبين أثر وسائل الإعلام الأخرى في حدوث الغرس، فقد كان هناك تركيز كبير على كثافة مشاهدة التلفزيون، ولكن لم يكن هناك اهتمام كبير بدراسة أثر مستوى قراءة الصحف أو الاستماع للراديو في حدوث الغرس.

ورغم تنوع وتعدد المتغيرات الوسيطة التي يتداخل تأثيرها مع كثافة مشاهدة التلفزيون في غرس ثقافة بعينها إلا أن معظم الدراسات قسمت أهم هذه المتغيرات الوسيطة إلى نوعين هما:

- أ - المتغيرات الديمغرافية: وهي تشمل السن، النوع، المستوى الاقتصادي، المستوى الاجتماعي، نوع التعليم، المرحلة الدراسية ونوعية المجتمع الذي يعيش فيه المشاهدين.
- ب - متغيرات المشاهدة: وتنقسم هذه المتغيرات إلى ثلاث فئات فرعية هي:

(1) هشام رشدي خير الله، مرجع سابق، ص 191.

1- دوافع المشاهدة:

ويقصد بها الغرض الكامن وراء مشاهدة الجمهور التلفزيون والذي قد يؤثر في مدى تأثره بالرسائل التي يبثها التلفزيون، وهذه الدوافع نوعان:

- أ- **دوافع المشاهدة الطقوسية:** والتي تعني مشاهدة التلفزيون بحكم العادة، لقضاء الوقت، للتسلية، للاسترخاء، أو لمجرد أنه يقدم فرصة مناسبة للاجتماع حوله مع بعض الأفراد وهذه الدوافع تسبب درجة أقل لدى المشاهد في إدراك واقعية المضمون.⁽¹⁾
- ب- **دوافع المشاهدة النفعية:** تعني أن تكون مشاهدة التلفزيون موجهة نحو تحقيق هدف معين من مشاهدة محتوى معين.

2- المشاهدة النشطة:

ويقصد بها حرية المشاهد في اتخاذ قراراته بشأن ما يفضل مشاهدته على شاشة التلفزيون وفي الوقت الذي يناسبه، وهي تتوقف بدرجة كبيرة على عدد البدائل المتاحة والتي تشجع المشاهد على إعادة تقييم ما يشاهده وتجنب ما لا يتفق مع رغباته واختيار ما يناسبه بدلا منها.

كما تتضمن الاستغراق العاطفي من الحكمة نتيجة الانتباه للخط الدرامي للقصة وبما يحدث للشخصيات والتحدث مع الآخرين حول المحتوى التلفزيوني المعروض.

3- إدراك واقعية المضمون:

تفترض نظرية الغرس أن الخبرة غير المباشرة التي يكتسبها المشاهد من مشاهدته للتلفزيون، تحل محل الخبرة المباشرة التي يكتسبها الإنسان من تعاملاته الفعلية مع ما حوله في الواقع كلما زادت كثافة مشاهدته وبذلك تشكل أحد مصادره الأولية في تشكيل معتقداته الاجتماعية، وبذلك فإن كثيفي المشاهدة يكونوا أكثر عرضة للنظر للواقع الاجتماعي حولهم بالصورة التي يظهره بها التلفزيون.

ويتضمن إدراك واقعية المضمون ثلاثة أبعاد فرعية قدمها وجيمس بوتز هي:⁽²⁾

(1) هشام رشدي خير الله، مرجع سابق، ص 192.

(2) مرجع نفسه، ص 193.

أ- **النافذة السحرية:** هي الدرجة التي يعتقد عندها المشاهد أن مضمون برامج التلفزيون واقعي ومعبر بصدق عن الحياة الاجتماعية، وقد انتشر هذا المفهوم في الدراسات الخاصة بالطفل بصفة خاصة لأن الأطفال لا تتوافر لديهم مهارات الفصل بين الواقع والخيال بدرجة عالية مثل الراشدين، فيعتقدون أن التلفزيون يقدم لهم نافذة سحرية يطلون منها على العالم من حولهم.

ب- **التعلم:** يتناول هذا البعد اعتقاد المشاهدين بأن التلفزيون يمثل وسيلة تعليمية تعمل على زيادة معلوماتهم وتوسيع دائرة خبراتهم عما لا يستطيعون الوصول إلى معرفته بالطرق المتبعة في حياتهم الفعلية.

ت- **التوحد:** يقصد به درجة التشابه التي يشعر بها المشاهد بين الشخصيات والمواقف المقدمة بالتلفزيون وبين الشخصيات والمواقف التي تحيط به في الواقع المعاش.⁽¹⁾

I-3-4- مفاهيم عملية الغرس الثقافي:

يرتكز الغرس على مفهومين أساسيين:

• **الأول: الاتجاه السائد main streaming:** هذا المفهوم بدوره مفهومين أساسيين:

أ- سعي التلفزيون لتقديم رسائل إعلامية ثابتة ومتجانسة بهدف جذب عدد كبير من الجمهور.

ب- تشارك الأفراد كثيفي المشاهدة للتلفزيون في الصور والمعتقدات العامة التي يغرسها التلفزيون وبالتالي تتلاشى الاختلافات الناتجة عن العوامل الاجتماعية، في حين يملك منخفضي المشاهدة من الجماعات نفسها، صورا مختلفة من هذا الواقع فعلى سبيل المثال فإن استجابات كثيفي المشاهدة ذوي التعلم العالي والدخل المرتفع تشابه مع استجابات كثيفي المشاهدة من منخفض التعليم والدخل، وفي الوقت نفسه تتشابه مع استجابة منخفضي المشاهدة ذوي التعليم العالي والدخل المرتفع وهو ما يعني أنهم لا يشتركون في الاتجاه السائد المغروس من خلال التلفزيون.

• **ثانيا: التضخم (الرنين) résonance:**

يعني مفهوم التضخم أن تطابق ما يراه الأفراد في المواد التلفزيونية مع واقعه الذي يعيشه يزيد من تأثيرات الغرس بحيث يصبح الأفراد كأنهم تعرضوا لجرعة مزدوجة double dose.⁽²⁾

(1) هشام رشدي خير الله، مرجع سابق، ص 194.

(2) كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، د. ط، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020، ص 132.

I-3-5- خطوات تحليل الغرس الثقافي:

تختلف أساليب تحليل الغرس عن تلك التي يتم توضيحها تقليدياً في بحوث الاتصال الجماهيري، حيث كانت البحوث السابقة تركز على الرسائل الفردية والعلاقات والأدوار ومدى قدرتها على إحداث تغيير فوري في اتجاهات الجمهور وسلوكه أما بحوث الغرس فتهم بأشياء أكثر عمومية حيث تستهدف قياس نتائج التعرض التراكمي لوسائل الاتصال الثقافية وركزت معظم بحوث الغرس على التلفزيون باعتباره وسيلة تنفرد بقابلية الرسائل للتكرار والتجانس.

وقد اعتمد باحثوا الغرس على عملية رباعية المراحل لتوضيح وجهة نظرهم في التلفزيون باعتباره وسيلة تأثير ثقافي حيث تعرف المرحلة الأولى من تلك العملية بمرحلة تحليل أنظمة رسائل التلفزيون وهي عبارة عن تحليل محتوى مفصل لبرامج التلفزيون لتقييم وتحليل الصور الرمزية المقدمة مراراً وتكراراً بتلك البرامج وكذلك تحليل القيم والأفكار التي يتكرر عرضها بتلك البرامج.

أما المرحلة الثانية فهي وضع الأسئلة التي تدور حول واقع المشاهدين الاجتماعي، حيث يتم استخدام نتائج تحليل محتوى برامج التلفزيون لوضع تساؤلات عن إدراك المبحوثين للواقع الحقيقي بصورة مشابهة لما يقدم بالتلفزيون.

وتعرف المرحلة الثالثة بمرحلة مسح آراء الجمهور،⁽¹⁾ ويتم ذلك من خلال طرح الأسئلة التي يتم وضعها في المرحلة الثانية على الجمهور وسؤالهم عن مقدار مشاهدتهم لبرامج التلفزيون ويستخدم في ذلك أسلوب الإستبانة أو التقارير الذاتية للمشاهدين حتى يمكن التعرف على مدى مساهمة التلفزيون في إدراك المشاهدين للواقع الاجتماعي.

وأخيراً تتمثل المرحلة الرابعة في المقارنة بين إدراك الواقع الاجتماعي لكثيفي وقليلي المشاهدة، حيث تحاول نظرية الغرس أن تستنبط ما إذا كان كثيفو المشاهدة يدركون الواقع بنفس الطرق التي تعكسها البرامج ومقارنتهم بقليل المشاهدة مع مراعاة مقارنة الخصائص الديمغرافية للجمهور.⁽²⁾

(1) هشام رشدي خير الله، مرجع سابق، ص 194.

(2) المرجع نفسه، ص 195.

I-3-6- فروض نظرية الغرس الثقافي:

1- الفرض النظري: تكرار التعرض لصورة الواقع والمجتمع الحقيقيين التي تعرضها المواد التلفزيونية والأفكار المرتبطة بهذه الصورة يؤدي إلى فهم وإدراك الجمهور لهذه الصور بطريقة تشابه الصورة التي يقدمها التلفزيون.

2- الفرض الإمبريقي: الأكثر تعرضا للتلفزيون (كثيفي المشاهدة) يدركون ويفهمون الواقع الاجتماعي بطريقة تتوافق مع الصورة التي يعرضها التلفزيون لهذا الواقع.

❖ أساسيات وافتراضات نظرية الغرس:

أولاً: يعد التلفزيون وسيلة فريدة للغرس مقارنة مع وسائل الاتصال الأخرى

فالتلفزيون هو الوسيلة الأكثر حضوراً حتى الآن لساعات طويلة خلال اليوم وتمتد الأطفال برموز وتصورات وتسهم في تنشئتهم الاجتماعية المبكرة، بينما تلعب الوسائل الأخرى دورها بعد أن يكون الطفل قد اكتسب القيم والعادات والاهتمامات في منزله بمشاركة دور التلفزيون، وبذلك يظهر واضحاً تأثير التلفزيون على الطفل بنتيجة خصائص التلفزيون المميزة الجاذبة ووجود التلفزيون داخل المنزل.⁽¹⁾

ثانياً: تشكل الرسائل التلفزيونية نظاماً متماسكاً يعبر عن الاتجاه السائد في الثقافة

يرتبط الغرس كعملية ثقافية بتماسك النسق المعرفي والقيمي الموجود في المجتمع ويرى باحثون أن الأفكار والقيم والسمات التي تظهر في البرامج والمواد التلفزيونية هي في حقيقة الأمر منسجمة ومتناغمة ومتناسقة مع بعضها ولا تعارض بينها وتناقض أو تتنافر، وقد أصبح التلفزيون غير منفصل عن الثقافة السائدة بل هو نفسه ذلك الاتجاه السائد.

ثالثاً: تحليل المضمون للمواد الإعلامية من أهم مفاتيح فهم عملية الغرس

يرى جرينر وزملاءه أن الأسئلة الإستطلاعية أو الاستكشافية غير المعمقة لا تصح في عملية الغرس، بل يجب استخدام أسئلة مسح مستخدمة تعكس المضامين المختلفة في المواد التلفزيونية، فإن

⁽¹⁾ عبد الله بن أهنية، سعد هادي الفحطاني، نظرية الاتصال والبحوث التطبيقية، د. ط، معهد الإدارة العامة، الرياض، 1999، ص

عملية التحليل من خلال استخدام أسئلة مسح ضمن استبيان تعكس ما يقدمه التلفزيون في رسائله باعتبارها أفكار للغرس لجماعات كبيرة من المشاهدين لفترات طويلة.

رابعاً: يركز الغرس على دور التلفزيون في صياغة تفكير الجمهور واتجاهاته نحو القضايا المختلفة

إن المهمة الرئيسية لتحليل الغرس هي تحديد إلى أي مدى يمكن لرسالة معينة أن تسهم في تكوين معتقدات الواقع الاجتماعي لدى الأفراد، بطريقة تتفق مع معظم القيم والصور الذهنية التي تتضمنها هذه الرسائل.

خامساً: تحليل المضمون يهتم بتدعيم الاستقرار والانسجام في المجتمع

يذهب جرينر وزملاءه إلى أن التلفزيون يقوم حالياً بدور شيخ القبيلة أو رجل الدين كراوي للقصص والأساطير، كذلك فإن التلفزيون هو أكثر الوسائل ترويجاً للصور الذهنية والثقافية الشعبية، إن الإسهام الرئيسي للتلفزيون يتمثل في قدرته على تحقيق الانسجام بين مشاهديه والتجانس بين الجماعات التي قد تكون مختلفة في خصائصها الديموغرافية أو المعرفية.⁽¹⁾

I-3-7- الانتقادات الموجهة لنظرية الغرس الثقافي:

هذه النظرية واجهت كثير من الانتقادات نعرضها من خلال المحاور الآتية:

- **المشاهدة الانتقائية:** أتهم جوانتليت مؤسس النظرية جورج جرينر بتبني وجهة نظر احتكارية عن الجمهور والذي اعتبره سلبياً وغير قادر على مقاومة الرسائل التي يبثها الإعلام لديه وظهرت تلك النزعة نتيجة رفض فريق أنبرج لفكرة التعرض الانتقائي للمضمون، فقد أكدوا أن مشاهدة التلفزيون طوقسية بدرجة أكثر من كونها عرضية.

- **الاكتشاف الموجه:** تحاول نظرية الغرس كانت تحاول اكتشاف العديد من القضايا منها على سبيل المثال انتشار الجريمة، الخوف من الوقوع كضحايا لأعمال العنف، الاتجاه نحو العنصرية، الشعور بالاغتراب، الفلق، التطبيع الجنساني، التدفق الثقافي، قضايا الطلاق، الأمور الصحية، إلا أن تحليل الغرس كان محلاً للنقد لافتقاده لبعض المعايير العلمية الضرورية مثل النفعية وقياس تأثير العامل

(1) عبد الله بن أهنية، المرجع السابق، ص 136.

الزمني،⁽¹⁾ فقد أوضح جيمس شانهان ومايكل مورجان أن الإعلام يتغير بمرور الزمن فكلما زاد من زمن مشاهدة الأفراد للتلفزيون فمن المحتمل أن تزيد صعوبة التمييز بين كثيفي وقليلي المشاهدة.⁽²⁾

- تجاهل الأسباب الكامنة وراء كثافة مشاهدة بعض الفئات دون غيرها: تتعرض النظرية للانتقاد أيضا بسبب عدم تقديمها للدليل الذي يوضح سبب كثافة المشاهدة عند بعض الفئات أو غيرها، وعدم وجود إجابة قاطعة حول أسباب عدم اكتساب الأفكار رغم تشابه كثافة المشاهدة في داخل الفئة الواحدة كالأطفال مثلا.

- مقدار الخطأ: من بين الأخطاء التي وقع فيها جرنبر أيضا دفاعه عن النظرة وتجاهله لمقدار الوارد فيها فقد حاول إيجاد رد على جميع الانتقادات التي وجهت للنظرية دون عرض للبيانات التي تشير إلى احتمال وجود نسبة خطأ في ذلك الجزء من النظرية وهو بذلك يفقدها معناها كنظرية اجتماعية علمية بالشكل الصحيح.

- الاتساق المنطقي: لاحظ النقاد الذين تناولوا الاتساق المنطقي لنظرية الغرس الثقافي أن طرق البحث التي استخدمها الباحثين لم تتفق مع الإطار النظري الذي انبعث من النظرية، فقد لاحظوا أن البحوث التي تدعم فروض النظرية تستخدم الأساليب العلمية الاجتماعية ذات الطبيعة الوصفية والتي تستخدمها نظريات التأثير المحدود ودو وجهات النظر التحولية إلا أن نظرية الغرس تحاول الإجابة على تساؤلات ثقافية أعمق تطرحها العلوم الإنسانية.⁽³⁾

- الاهتمامات النوعية: تعرضت نظرية الغرس للنقد أيضا لأن ما تذهب إليه ليس مفيدا دائما في تفسير ظاهرة الاهتمامات النوعية. كيف يرى الناس العالم من حولهم يوضح نيوعمب أن العنف موجود في العالم المحيط بنا لا يحدث بنفس الشكل المنظم الذي يقدم به على شاشات التلفزيون ولذلك لا نستطيع أن نعتبر التلفزيون مسؤولا بشكل كبير عن غرس نفس الواقع لدى جميع المشاهدين.

- المشاهدة المتوسطة: علاوة على ما سبق يضيف جريفين وجود مستوى معين من الغموض يشوب تحليلات جرنبر حيث أنه يتجاهل عدد كبير من الأشخاص الذين قد يكونوا متأثرين أو غير متأثرين بمحتوى برامج التلفزيون.

- دوافع المشاهدة: كذلك يعتقد الباحثون في مجال الاستخدامات والإشباع دوافع المشاهدة هامة جدا ولكن أغفلها نظرية الغرس فقد أفترض جرنبر أن ذوي عادات المشاهدة الكثيفة يشاهدون التلفزيون بدون

(1) محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب للنشر، ط 1، مصر، 2007، ص 272.

(2) المرجع نفسه، ص 272.

(3) كمال الحاج، مرجع سابق، ص 136.

غرض وهم أقل اختيار للبرامج التي يتابعونها ولكن لم يتم بحث كاف للتفرقة بين الأشخاص الذين يشاهدون التلفزيون لغرض ما والذين يشاهدون لتمضية الوقت، من الدراسات التي تناولت تلك المسألة دراسة ووير 1986 والتي أوضحت أن مشاهدة التلفزيون لم تكن هي المسؤولة وحدها عن تكوين رؤية خائفة عن العالم ولكن هو النزعات الشخصية في تكوين إدراك سلبي عن العالم الحقيقي.⁽¹⁾

I-3-8- المقاربة النظرية للدراسة:

انطلاقاً من نظرية الغرس الثقافي ارتبطت بالجهود التي طورها الباحث الأمريكي "جورج جرينر" من خلال مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية نجد أن هذه النظرية ساعدتنا في إقامة الدليل الإمبريقي للدراسة على عينة من الطلبة الجامعيين الجزائريين، وذلك بعمق التعرف على مدى تأثير محتوى تطبيق تيك توك على قيم الشباب وتعتبر الدراسة الحالية من بين الدراسات التي تستدعي الحاجة إلى استخدام أو تطبيق نظرية الغرس الثقافي، فقد ارتأينا أن هذه النظرية هي الأنسب في دراسة محتوى تطبيق تيك توك على قيم الشباب الجامعي الجزائري كون هذا التطبيق يؤثر على أفكار ومعتقدات الشباب، وذلك من خلال بناء صور ذهنية ووجهات نظر حول الواقع الاجتماعي يماثل الواقع الذي تعرض له المستخدم من محتوى تيك توك، والذي يعلمه سلوكيات جديدة وقيم أخرى تختلف عن تلك القيم التي نشأ عليها، حيث يصور له محتوى تيك توك الأفكار والمعاني والصور الرمزية حول العالم، حيث أنه يتأثر الطالب الجامعي بتلك المضامين عبر الفيديوهات التي يتعرض لها باستخدامه لتطبيق تيك توك وبالنسبة للمدخل الذي يقر "بدراسة المشاركة المستقلة للرسائل الجماهيرية على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي" وضح لنا إمكانية التعرف على مدى إقبال عينة الطلبة، محل الدراسة على استخدام تطبيق تيك توك من خلال دراسة الأثر الذي يحثه هذا التطبيق والوقوف على الدوافع التي تكمن وراء عملية التعرض، وكل هذت يمكن تفسيره انطلاقاً مما يتيح هذا الواقع الافتراضي من فرص التفاعل والتبادل للخبرات والمعلومات والأفكار ذات الأبعاد اللغوية والدينية والتاريخية.

(1) كمال الحاج، مرجع سابق، ص 136.

II / مدخل إلى

الشبكات

تمهيد الفصل الثاني:

يمثل الفصل الثاني من دراستنا مدخل إلى الشبكات الاجتماعية، حيث يتضمن ثلاث مباحث وكل مبحث ينقسم إلى مطالب، وقد تناول المبحث الأول ماهية الشبكات الاجتماعية، واندرجت ضمنه مطالب، أما المبحث الثاني فجاء بعنوان مدخل إلى تطبيق تيك توك، وتضمن أيضا خمسة مطالب والمبحث الثالث فجاء بعنوان مدخل إلى القيم واندرجت تحته أربعة مطالب.

II- مدخل إلى الشبكات الاجتماعية:

تمهيد:

شهدت الشبكات الاجتماعية في الآونة الأخيرة انتشارا كبيرا على الصعيد العالمي، لما تتضمنه من خصائص ومميزات تجعلها تحظى بمتابعة جماهيرية واهتمام كبير من كافة فئات المجتمع، وقد بينت العديد من الدراسات أهمية هذه الشبكات والدور الذي تقوم به في المجتمع، فقد ربطت بين أجزاء هذا العالم ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتعرف وتبادل الأفكار.

ومن خلال هذا الفصل سنحاول التعرف على ماهية الشبكات الاجتماعية والتطرق إلى نشأة هذه الشبكات وذكر بعض خصائصها ومجموعة من الإيجابيات والسلبيات وفي الأخير سنقوم بعرض أهم الشبكات الاجتماعية.

II-1-1- ماهية الشبكات الاجتماعية:

II-1-1- نبذة تاريخية حول الشبكات الاجتماعية:

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل classmates.com عام 1995م للربط زملاء الدراسة وموقع sixdegrees.com عام 1997م وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص. وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخطبة مجموعة من الأصدقاء وبالرغم من توفير تلك المواقع الخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الجالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحا لمالكها وتم إغلاقها. وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و2001 في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 مع بداية العام ظهرت friendster التي حققت نجاحا دفع جوجل إلى محاولة شرائها سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، في النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة skyrock كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع لتصل حسب إحصائيات يناير 2008 إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين.

ومع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهداته صفحاته أكثر من جوجل وهو موقع ماي سبيس الأمريكي الشهير ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيس بوك والذي بدأ أيضا في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيس بوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير ويعتقد أن عددهم حاليا يتجاوز 900 مليون مستخدم على مستوى العالم.⁽¹⁾

(1) ماهر عودة الشمالية، مرجع سابق، ص ص 200، 201.

II-1-2- خصائص الشبكات الاجتماعية:

وجود علاقات فردية بين الفرد والحرية ووسائل التواصل الاجتماعي فكلما زادت حاجته إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وازداد ارتباطه بها، والعكس صحيح فكلما زادت حرية الاستخدام في وسائل التواصل الاجتماعي ازداد مستخدمي هذه الوسائل بل ازداد ارتباطه بوسيلة التواصل الاجتماعي التي أصبحت نافذته على العالم.

1- التفاعلية والتشاركية:

يتسم التواصل على شبكات التواصل الاجتماعي بالتفاعلية إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته الشخصية سواء ما يتعلق بشخصية (رياضية، أزياء، موسيقى) أو ما يتعلق بموطنه من أحداث سياسية (خرائط أو صور لمدينته)، وتسمح شبكات التواصل الاجتماعي للأعضاء بمشاركة تلك المنشورات أو التعليق عليها أو الإعجاب بها، وتفاعلهم والرد عليهم مباشرة.

2- التلقائية:

يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنه تلقائي وغير رسمي أو متوقع فليس هناك تخطيط و أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء.

3- قلة التكلفة:

التسجيل يكون مجاني على الصفحة الرئيسية لشبكة الفيسبوك.

4- سهولة الاستخدام:

لا يحتاج العضو إلى مهارات خاصة للاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومعظم الشبكات توفر صفحات خاصة بلغة رسمية لكل مجتمع.

5- الحضور الدائم غير المادي:

إذ لا تتطلب عملية الاتصال الحضور الدائم إذ يمكن للعضو الاتصال بالعضو الآخر عن طريق ترك رسالة نصية أو صور أو معلومات.⁽¹⁾

6- الانفتاح:

يمثل المحتوى المرسل من المستخدمين أغلبية المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك يزيد الرغبة لدى الأعضاء بالمزيد من التواصل والتفاعل والمشاركة لأنهم هم من يقوموا بعملية إنتاج المحتوى.

7- دعم التجمعات:

أي تتوفر في شبكات التواصل الاجتماعي خدمة تتيح للأشخاص إنشاء مجموعات تشترك بالاختصاص أو الانتماء الديني أو الاجتماعي مثل الفيس بوك.⁽²⁾

8- المرونة:

إمكانية فتح تلك الشبكات عن طريق الهواتف النقالة فلا يشترط وجود جهاز حاسوب للولوج لتلك الشبكات بل إن الشركات المنتجة للأجهزة المحمولة أصبحت تضمن أنظمة التشغيل "تطبيقات خاصة تسمى برامج التواصل الاجتماعية".

9- عالم افتراضي للتواصل:

إن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تتراحم في البيئات والمجالس العائلية والاجتماعية، ولم يعد السفر مشروطاً لرؤية الأصدقاء أو سماع أصواتهم.

⁽¹⁾ حسان شمسي باشا، ماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق، ط 1، دار القلم، بيروت، 2020، ص 34.

⁽²⁾ الشيخ ميثم الفرجي، مواقع التواصل الاجتماعي (نظرة فقهية، أخلاقية تربوية)، ط 1، دار المجد البيضاء، بيروت، 2014، ص 20.

10 - إذابة الفواصل الطبقيّة:

توفر شبكات التواصل الاجتماعي فرصة للاتصال بالدعاة، طلبة العلم، الأدباء والعلماء بصورة مباشرة، دون وسائط.

11 - الاستقلالية والتنوع:

تتيح مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كثيرا من الشخصية ما قد يزيد من احتمال انتشار الإشاعات والمعلومات الكاذبة. (1)

12 - القدرة على تخزين التسجيل:

إضافة إلى الربط بين مختلف المعلومات بطريقة مرنة ومع عدد من الأجهزة المتنوعة.

13 - التدفق الحر للمعلومات:

فقد وفرت تلك الشبكات كما هائلا من المعلومات الحديثة، ليس بالنص وحسب باستخدام الوسائط المتعددة من (الصور، الفيديو، الموسيقى، الصوت) مما يحقق فورية تشارك المعلومات المحدثّة وبيث الوقائع والأحداث لحظة بلحظة. (2)

II-1-3 - إيجابيات الشبكات الاجتماعية:

1- الاستخدامات الاتصالية الشخصية: هو الاستخدام الأكثر شيوعا ولعل الفترة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين، وهذا الهدف موجود حتى الآن ورغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات ويمكن من خلالها تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو.

2- الاستخدامات التعليمية: تلعب الشبكات الاجتماعية دورا في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني، حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له والمشاركة من كل الأطراف في

(1) بلعسل محمد، تأثير الإعلام الجديد على الأمن الفكري في الجزائر، مجلة الرائد، مركز الرائد، العاصمة، جوان 2013، العدد 01، ص 46.

(2) المرجع نفسه، ص 47.

منظومة التعليم لمدير مدرسة والمعلم وأولياء الأمور والطلاب وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر. (1)

3- الاستخدامات الإخبارية: أتاحت الشبكات الإلكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية وصياغة المرسل نفسه بعيدا عن الرقابة ما يجعلها أحيانا ضعيفة المصدقية لما قد يضاف إليها من مبالغات مقصودة أو غير مقصودة لتمويل الخبر وتدوينه.

4- الاستخدامات الدعوية: أتاحت الشبكات الاجتماعية الفرصة للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين أو إنشاء الكثير من الدعاة صفحتهم الخاصة ومواقعهم البشرية، وهو انتقال إيجابي للتواصل الاجتماعي من ظل أنظمة تعوق التواصل المباشر وتتميز الدعوة عن ريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الاستخدام والتواصل.

5- تقليل الحواجز التي تعيق الاتصال: يمكن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لنقل الأفكار والآراء المتعلقة بموضوع معين لعدد كبير من الأشخاص وبطريقة سهلة وذلك من أي مكان وفي أي وقت، كما تساعد خاصية مشاركة الرأي المتاحة على وسائل التواصل الاجتماعي على فتح الأبواب لتبادل الآراء.

6- توسيع دائرة العلاقات الاجتماعية: تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي أداة مفيدة وفعالة في تشكيل أصدقاء جدد، وتسهيل التواصل مع الأصدقاء الذين لا يمكن مقابلتهم شخصيا. (2)

7- وسيلة فعالة للترويج: تستخدم الشبكات التجارية الشبكات الاجتماعية كأداة من أجل الترويج لسلعها، حيث يوجد العديد من التطبيقات الخاصة بالترويج لخدمة أو سلعة بتكلفة أقل.

8- وسيلة لتشكيل رأي عام فعال: تعد مواقع التواصل الاجتماعي بما تؤمنه من تفاعل واسع بين المجموعات وسيلة لتشكيل رأي عام مساند لبعض القضايا وهو الأمر الذي ينتج عنه تغيير إيجابي في بعض منامي الحياة. (3)

9- متابعة الأخبار: أدى تطور شبكات التواصل الاجتماعي إلى عدم انتظار الشخص أخبار الساعة السادسة على شاشة التلفاز، أو انتظار الشخص وصول الجريدة.

(1) جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن، محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم (رؤية تحليلية)، ط 1، الدار المنهجية، عمان، 2015، ص 63.

(2) <https://www.noor.book.com>, 29-03-2022, 21:27

(3) المرجع نفسه.

10 - مساعدة رجال الأعمال والشركات: تمكن شبكات التواصل الاجتماعي رجال الأعمال والمنظمات المختلفة من التواصل مع العملاء، وبيع منتجاتهم وتوسيع نطاق خدماتهم، فهناك الكثير من رجال الأعمال والشركات التي تزدهر بشكل كامل على الشبكات الاجتماعية.⁽¹⁾

II-1-4- سلبيات الشبكات الاجتماعية:

لمواقع التواصل الاجتماعي سلبيات عديدة إن أساء الفرد استخدامها، حيث سيكون منها ما يأتي:

- **مخاطر الاحتيال أو سرقة الهوية:** يمكن الوصول إلى المعلومات الخاصة التي تنشر على الانترنت من أي شخص، حيث يكون كل ما يحتاج منها عدد قليل من المعلومات للتأثير على حياة الشخص، فمثلا يمكن لسرقة هوية الشخص الخاصة أن يلحق ضررا كبيرا به، كما يتضمن هذا الخطر اختراق المعلومات الشخصية والتطفل عليها.

- **إضاعة الوقت:** تعد وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك وغيره من المواقع التي انتشرت بشكل واسع أكثر ما يتم استخدامه على الانترنت، مما سيؤدي بدوره إلى زيادة عدد الساعات التي يقضيها الفرد على وسائل التواصل الاجتماعي، وقد يتعارض في ذلك مع مسؤولياته في العمل وغيرها.⁽²⁾

- **غزو شبكات التواصل الافتراضية للخصوصية:** تمكن شبكات التواصل الاجتماعية الشركات الكبرى التي تستهدف الأشخاص بالإعلانات من البحث عن الكلمات المفتاحية التي يستخدمها الشخص أثناء التصفح، بالإضافة إلى بيانات أخرى، من أجل تزويده بالإعلانات التي تستهدف حاجاته.⁽³⁾

- **ارتكاب الجرائم ضد المستخدمين:** يمكن أن يؤدي استخدام الشبكات الاجتماعية إلى تعرض الأشخاص للمضايقات بكافة أشكالها، وقد يكون هذا شائعا خاصة لدى المراهقين والأطفال الأصغر سنا بشكل خاص، لذا ينبغي على الوالدين الانتباه لمحتوى الويب الخاص بهم حتى لا يتعرض الأطفال لأي محتوى غير مناسب.

- **التأثير على العلاقات الأسرية:** تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا سلبيًا في نوعية العلاقات الأسرية وقوتها، حيث يؤدي ما يقصه الفرد من ساعات طويلة في تصفح هذه المواقع وانشغاله بعلاقاته الافتراضية فيها إلى البعد عن أفراد أسرته وفقر العلاقات التي تربطه بهم.

(1) جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن، محمد الدويهي، مرجع سابق، ص 64.

(2) حسان شمسي باشا، ماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق، ط 1، دار القلم، بيروت، 2020، ص 43.

(3) المرجع نفسه، ص 44.

- مخالفة منظومة العادات والتقاليد: قد يؤدي الانفتاح الزائد الذي تؤمنه هذه المواقع إلى نشر قيم جديدة مخالفة لما اعتاد عليه المجتمع مع عادات وتقاليد تشكل هويته.
- العزلة: أصبح استخدام مواقع التواصل بديلا للتفاعل الاجتماعي الحقيقي بين الأفراد والمتمثل بالزيارات العائلية وحضور المناسبات الاجتماعية، بالإضافة إلى ما يقضه الأفراد من ساعات طويلة على هذه المواقع مما أدى إلى إصابتهم بالعزلة والانطواء على الذات.
- تدني التحصيل الدراسي: يميل الطلاب الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير إلى الحصول على علامات أقل.⁽¹⁾

II-1-5- أهم الشبكات الاجتماعية:

1- الفيس بوك:

هو موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي لأنه يتيح للأشخاص العاديين والاعتباريين كالشركات أن يبرز نفسه ويعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر مواقع تواصل أخرى، وإنشاء روابط تواصل أخرى مع الآخرين.⁽²⁾

2- التويتتر Twitter:

هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان خاصة منطقة الشرق الأوسط وأخذ تويتتر اسمه من مصطلح تويتير الذي يعني التغريدة واتخذ من العصفور رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصا موجزا مكتفا لتفاصيل كثيرة.⁽³⁾

⁽¹⁾ <https://www.noor.book.com>, 29- 03 – 2022, 21:27

⁽²⁾ سعد سلمان المشهداني، فراس حمود لعبيدي، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، ط 1، دار أمجد، عمان، 2020، ص 87.

⁽³⁾ حسن السوداني، محمد المنصور، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين، ط 1، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2016، ص 116.

3- اليوتيوب:

هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة، والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصا في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت ووقعت في أنحاء مختلفة من العالم منها الكوارث الطبيعية والتحركات والانتفاضات الجماهيرية والثورات الشعبية.⁽¹⁾

4- الانستغرام Instagram:

يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات عليها أو تسجيل الإعجاب وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي، والانستغرام تطبيق متاح لتبادل الصور وإضافة إلى أنها شبكة اجتماعية وكانت بداية الانستغرام حينما توصل إلى تطبيق يعمل على التقاط الصور إضافة فلتر رقمي وإرسالها عبر خدمات الشبكات الاجتماعية.⁽²⁾

5- الواتساب Whats app:

انتشر استخدام الواتساب بين الشباب بسهولة التعامل مع هذه التقنية من خلال الهاتف المحمول وإمكانية تشكيل مجموعات التواصل وتحويل الرسائل النصية والصور وإمكانية الحفظ، بل أصبحت الوسيلة الشعبية للتواصل الاجتماعي والمؤثر الفاعل على السلوك الفردي والجماعي، ويساهم الواتساب كذلك في تداول الأخبار وفي التعليم والاجتماعات والتوعية والدعوة والإرشاد.⁽³⁾

6- سنا بشات Snap chat:

تطبيق رسائل مصورة، وضعه إيفان شيفل وروبيرت سورفي ويمكن للمستخدمين عن طريق التطبيق التقاط الصور، وتسجيل الفيديو وإضافة نص ورسومات وإرسالها إلى قائمة التحكم بين المنتقلين، يعين المستخدمين مهلة زمنية لقضائهم من ثانية واحدة إلى 10 ثوان وبعد إرسالها تبقى مدة 25 ساعة فقط ثم تختفي من الجهاز المستلم، وتحذف من الخوادم الخاص بسنا بشات.

(1) فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، عمان، الجنادرية للنشر والتوزيع، 2015، ص 108.

(2) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، عمان، ط 1، دار أسامة، 2014، ص 76.

(3) سعد سلمان المشهداني، مرجع سابق، ص 105.

7- لينكد إن Linked in:

من مواقع التواصل الاجتماعي التخصص بالأعمال وتسجيل التواصل من يعملون بمجالات مختلفة عبر هذا الموقع هو الاتصال المحترف "Professional viewdring" بين من يعملون في قطاعات مختلفة أو ضمن القطاع نفسه أو ضمن المؤسسة أو الشركة نفسها. (1)

(1) فيصل محمد عبد الغفار، مرجع سابق، ص 109.

II-2- مدخل إلى تطبيق تيك توك:

تمهيد:

تمكن تطبيق تيك توك من إحراز تقدم كبير بين مواقع التواصل الاجتماعي، إذ تخطى كلا من الفيس بوك والانستغرام لما يقدمه من محتويات وخدمات عديدة أدى به إلى استقطاب عدد كبير من المستخدمين والمتصفحين وقد تطرقنا في الفصل إلى نشأة تطبيق تيك توك مع ذكر مجموعة من الخصائص التي يختص بها عن باقي المواقع ثم تلثها إيجابياته وسلبياته، وفي الأخير تناولنا عنصر مستقبل تيك توك في ظل الشبكات الاجتماعية الأخرى.

II-2-1- نشأة تطبيق التيك توك (Tik Tok):

نشأ تطبيق التيك توك في أغسطس 2014، حيث قرر "أليكس زو" إطلاق تطبيق ميوزكلي Musically بعد فشل التطبيق الأول الذي طرحه هو وشريكه "لويس يانج" في الأسواق والخاص بعرض فيديوهات تعليمية قصيرة لا تتجاوز 5 دقائق لقتل الملل عند الباحثين عن الدورات التعليمية المتخصصة on line ما يتيح لهم فرصة أكبر للتعلم والاستفادة من المحتوى المرئي المعروض نظرا لأن طول الفيديو التعليمي يصيب الأغلبية بالملل، وبالتالي الانصراف عن المحتوى، إلا أن التطبيق ومنذ اليوم الأول لطرحه كان مصيره الفشل، فكان البديل تحويل الفكرة من فيديوهات التعليم إلى "الرقص" وتأدية مقاطع "بلادي باك" نظرا لأنهما في مآزق، حيث يدينان 250 ألف دولار للمستثمرين الذين تبنا فكرتهم، ولم يتبقى معهما سوى 8% منها لأن تصوير محتوى تعليمي أمر مكلف على حد تصريح "زو" وقتها، وقد نجح الأمر وحاز ميوزكلي على شهرة عالمية وانتشار واسع.⁽¹⁾

- اختفاء "ميوزكلي" وظهور التيك توك:

في سبتمبر 2016 أطلق الصيني "تسانغ بيمينغ" تطبيقا جديدا اسماه "التيك توك" مبني على "ميوزكلي" الذي نجح في جذب المراهقين لمدة عامين متتاليين، وبحسب ما نشره الموقع الجديد فيل حسب تقرير نشره موقع "news" البريطاني وقتها فإن مستخدمي تطبيق "ميوزكلي" انتقلوا بكتاباتهم عليه إلى التيك توك دون حاجة إلى إنشاء حساب جديد، والسبب في ذلك هو أن "الكس زو" صاحب "ميوزكلي" هو

(1) <https://www.arageek.com> , 29- 03 -2022 , 07:48

نفسه نائب المدير التنفيذي لتطبيق التيك توك،⁽¹⁾ استمر كلا التطبيقين في النجاح كل على حدى إلا أن التيك توك كان الأكثر نجاحا وانتشارا خاصة في 2018، حيث أكدت إحصائيات شركة (سنسر تاوور) للبحوث في السوق أن التطبيق تم تحصيله أكثر من 45,8 مليون مرة في الربع الأول من العام الجاري، وتم تداوله في 150 دولة ومنطقة في العالم، وتصدر قائمة الأكثر تحميلا على المتاجر الإلكترونية أكثر من "الفييس بوك، تويتر، أنستغرام"، كما ذكرت شركة البحوث أنه تم استخدامه في الصين في 2018 فقط من قبل 150 مليون مستخدما، واتسعت دائرته ليصل إلى مناطق جديدة منها كمبوديا وإندونيسيا واليابان، وماليزيا وتايلاند والفيتنام، وبالطبع الشرق الأوسط لينفذ صاحبي "ميوزلكي" و"تيك توك" قرارهما باختفاء الأول لصالح الثاني صبيحة يوم 12 أغسطس 2018، حيث استيقظ مستخدم "ميوزلكي" ليجدوا أنفسهم دون سابق إنذار على منصة "التيك توك" بسبب ضم العلامتين التجاريتين تحت اسم واحد وتطبيق واحد، وصل عدد مستخدميه شهريا إلى 500 مليون مستخدم.⁽²⁾

II-2-2- خصائص تطبيق التيك توك:

يعد تطبيق "التيك توك" أحد أكثر التطبيقات المجانية تنزيلا في الربع الأول من العام الجاري، بعد ما تم تحميله 315 مليون مرة، على مستوى العالم (منها 115 مليون في مارس)، بشكل عام يمكن تفسير سماته فيما يلي:

- يقدم التطبيق فيديوهات جذابة لا تتجاوز منها 15 ثانية، مع إضافة الموسيقى وبعض المؤثرات الصوتية بجانب الملصقات التي تضاف إلى الوجه وذلك باستخدام تقنيات التصوير المتاحة على التطبيق، والهواتف الذكية وهي الفيديوهات التي يسه تسجيلها في مختلف الأماكن.⁽³⁾ ومشاركتها على الفور دون أي متطلبات تقنية، ودون أن تستغرق مشاهدتها وقتا أو جهد، فقد فتح تطبيق تعرض مقاطع الفيديو الواحد تلو الآخر ما يمكن من مشاهدة مئات الفيديوهات لساعات ممتدة، كما يمكن مشاركتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما تحول التطبيق إلى منصة للتحديات المميزة من أمثلتها (Zoom challenge) الذي يدعي فيه المشارك أنه يتعرض للاستغلال من قبل مجهول وتحدي (Matilda

(1) <https://www.annajah.net> , 20- 03 -2022 , 10:45

(2) المرجع السابق.

(3) <https://futureae.com> , 29 - 03 - 2022, 8:43

challenge) الذي يحرك فيه المستخدم الأشياء بقواه العقلية، وتتمثل أبرز سمات التطبيق في الحفاظ على خصوصية المستخدم الذي يظل بمقدوره تحديد هوية من يشارك الفيديو، أو يشاهده أو يعلق عليه.

- ولا يمكن الوصول لمحتويات الفيديو بواسطة محركات البحث ومواقع الويب العادية، ونتيجة لكثرة المستخدمين العددية تحظى مقاطع الفيديو التي تنتشر على التطبيق بانتشار واسع، وهو ما يعني إمكانية تحقيق الشهرة عبر قواعد جماهيرية من المعجبين والمتابعين، كما يمكن للمستخدمين أيضا إضافة مقاطع فيديو وعلامات هاشتاغ وفلاثير وأصوات إلى قسم المفضلة، يكون هذا القسم مرثيا فقط للمستخدم على ملفه الشخصي مما يسمح له بالرجوع إلى الفيديو أو علامة تصنيف أو فلتر أو صوت قام بحفظه مسبقا.⁽¹⁾

II-2-3- إيجابيات تطبيق التيك توك:

- يتوفر الفيديو على العديد من المزايا التي تجذب المستخدمين كالموسيقى والصور والسلفي والفيديوهات.
- اعتماد على مزامنة الشفاه والمقاطع الصوتية.
- الغناء والتمثيل بما تتيح حرية وجرأة التعبير أما مهم.
- يتسم تطبيق التيك توك بأنه متاح مجانا للتحميل عبر برامج تشغيل الأبل والأندرويد. بالإضافة إلى سهولة استخدام أدوات تحرير الفيديو الموجودة داخل التطبيق.
- يستخدم تطبيق التيك توك الذكاء الاصطناعي لتوزيع الفيديوهات حسب نوعها واهتمامات المستخدمين.
- يستخدم هذا التطبيق مجموعة من الخصائص "الاجتماعية- التقنية" التي تسمح للشباب ببناء والحفاظ على شبكة متماسكة من العلاقات الاجتماعية.
- قدرات الاتصال داخل تطبيق التيك توك تتسم بالتنوع والاختلاف عن شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، حيث أن الاتصال في تطبيق التيك توك يعتمد على الاهتمامات المشتركة بين المستخدمين من خلال نوعية الفيديوهات التي يركز عليها الشباب.⁽²⁾

(1) المرجع السابق.

(2) مها محمد فتحي، تأثير تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع، المجلد 20، العدد 03، الجزء 01، سبتمبر 2021، ص 392.

II-2-4- سلبيات تطبيق التيك توك:

تتراوح سلبيات تطبيق التيك توك بين الإدمان والنبد الاجتماعي وغير ذلك وهو ما يمكن الوقوف عليه على النحو التالي:

1- العزلة الاجتماعية:

رغم أن التطبيق يدور حول التواصل الاجتماعي مع الجمهور إلا أنه في الواقع يميل مستخدموه إلى العزلة الاجتماعية.⁽¹⁾

2- مضيعة للوقت والطاقة:

يقضي مستخدموه ساعات طويلة على هذا التطبيق ويستنزفون الكثير من الوقت والمال بلا نتيجة ورغم أن البعض قد يجني من روائه المال ولكن ليس الكل، فهناك مخاطرة بأن المتابعين قد يحبون أو لا يحبون؟ وعندما لا تقدم ما يريدون فإنك لا تحصل على أي شيء في المقابل.

3- العري والدعارة:

رغم أن التطبيق لم يكن يقصد استخدامه بهذه الطريقة إلا أننا نشاهد بعض الفتيات الصغيرات يظهرن أجسادهن أثناء الرقص لإرضاء الجمهور في بعض الأحيان ويقدمون هذا تحت ضغط "متابعة المعجبين".

4- مصدر التحرش:

نظرا لأن التطبيق يسمح لك بمشاركة جميع أنحاء العالم، فإن فرص التحرش اللفظي والجسدي الموجودة، وبعد النقد على الشاشة أمرا طبيعيا، ولكن قد يصادف نفس الأشخاص في الحياة وقد يمثلون تهديدا لهم، مرة أخرى ليس خطأ التطبيق ولكن في من يستخدمه.

5- مصدر للابتزاز:

في ثقافة مثل ثقافة باكستان والهند حيث يشيع القتل للشرف يمكن استخدام المحتويات التي تمت مشاركتها عبر هذه الأنواع من التطبيقات لابتزاز الأفراد حتى لو لم يكونوا مشتركين فيها بشكل مباشر.

⁽¹⁾ <https://futureae.com> , 29-03-2022 , 8:44

6- النرجسية:

معظم مستخدمي التطبيقات مهوسين بنفسهم قد تعرف صديقا من مستخدم Tik Tok وكل ما يطلبونه هو تصوير مقطع فيديو لهم أثناء قيامهم بكل تلك الأعمال المجنونة التي يعتقدون أنها تجعلهم يبدوون جذابين. (1)

7- الألم الذاتي وتعذيب النفس:

مستخدمو Tik Tok تجاوزوا الآن حد إيذاء النفس و أصبحت مقاطع الفيديو الخطرة والرقص أمام القطارات أو السيارات والتعذيب لإظهار النفس وزيادة المتابعين وما إلى ذلك.

8- الاكتئاب:

مستخدمو التيك توك إذا فشلوا في تحقيق رغبتهم في القبول ينتج عن ذلك التوتر والضغط والاكتئاب.

9- الانتحار:

في حالة انحسار الشهرة أو النهاية المأساوية لمستخدمي هذا التطبيق فقد يؤدي إلى أفكار أو ميول انتحارية.

10- النهايات المأساوية والسجن:

قد يصل محاولات جذب انتباه المتابعين إلى المشاهد الفاضحة والتي تؤدي إلى قضايا مخلة بالشرف أو الدعوة إلى الفسق والأمثلة أمام أعين كل أسرة تخشى على أبنائها من تركهم بمفردهم بدون رقابة على هذا التطبيق، بداية من حنين حاسم مرورا بالقبض على سما المصري ونهاية بالقبض على نجمة التيك توك مودة الأدهم وتوجيه تهمة "الحض على الفجور" وغيرها. (2)

(1) المرجع السابق، <https://futureae.com>

(2) المرجع السابق.

II-2-5- مستقبل تيك توك في ظل الشبكات الاجتماعية الأخرى:

من المعروف أن المزيد من الناس وخاصة جيل الألفية، يشاهدون مقاطع الفيديو على وسائل التواصل الاجتماعي، فقد أشار كل من Meta أي Face book و Snapshat إلى أن مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي يبدو أشبه بتطبيق Tik Tok الصيني لصناعة الفيديوهات القصيرة.

وفي مكالمة أرباح، قال الرئيس التنفيذي لشركة Snap إيفان شبيجل، إنه يتم قضاء وقت أقل في مشاهدة القصص من الأصدقاء على Snapshat، وبدلاً من ذلك، يتجه مستخدمو Snapshat بشكل متزايد لمشاهدة مقاطع الفيديو على Spotlight وميزة Tik Tok و منافس ل Spotlight.

وقال شبيجل للمحللين "هذا استمرار للاتجاه الذي لاحظناه خلال الوباء، ولم يعد نشر قصة الأصدقاء ومشاهدتها لكل مستخدم نشط يومياً إلى مستويات ما قبل الوباء".

وأضاف "بينما نأمل أن يعود مجتمعنا في الوقت المناسب إلى سلوكيات قصة الأصدقاء التي لاحظناها قبل الوباء، فإننا نركز على الابتكار في عروض المحتوى لدينا لخدمة مجتمعنا بشكل أفضل اليوم".

وقد قال الرئيس التنفيذي لشركة Meta "مارك زوكربيرج" أن Tik Tok ينمو بسرعة، وقال خلال مكالمة أرباح Meta "لدى الناس الكثير من الخيارات بشأن الطريقة التي يريدون بها قضاء وقتهم، وتتمو تطبيقات مثل Tik Tok بسرعة كبيرة".

واستمر الإنفاق الاستهلاكي العالمي في Tik Tok في النمو، حيث أنفق المستخدمون ما يقرب من 2,3 مليار دولار يتضمن إصدار ios من الترجمة الصينية Douyin.⁽¹⁾

نشرت صحيفة "الغارديان" مقال رأي للصحفي والكاتب البريطاني "كريس ستوكيل ووكر" وهو مؤلف كتاب "ازدهار تيك توك" يقول فيه إن التطبيق سيصبح الفيسبوك الجديد وسيشكل مستقبل التكنولوجيا.

ويقول ووكر إن تيك توك ازدهر على خلفية وباء كورونا الذي أبقى الملايين من الناس داخل منازلهم، حيث كانوا يستخدمون هواتفهم الذكية أغلب الوقت، وقد أصبح التطبيق الأكثر تحميلاً في العالم

(1) خالد صلاح، تيك توك هو مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي، مجلة اليوم السابع، مجلة منشورة، على الساعة 9:00 صباحاً، القاهرة: 05 / 04/ 2022 <https://www.youm7.com>

العام الماضي، وفي شهر يوليو الماضي أصبح تيك توك أول تطبيق غير مملوك لـ فيسبوك يتجاوز عدد مستخدميه 3 مليار وفي السياق يوجد 5,3 مليار مستخدم للهاتف المحمول في جميع أنحاء العالم.

وبحسب الكاتب فإنه "من شبه المؤكد الآن أنك ستعرف اسم تيك توك حتى لو لم تستخدمه مطلقاً، ربما من خلال أحاديث الأطفال أو الأحفاد أو الإعلانات".

وحققت الشركة المالكة للتطبيق "بايت دانس" أكثر من 34 مليار دولار من العائدات في عام 2020، ومع 632 مليون مستخدم نشط شهرياً، فإن تيك توك على الأرجح سيصبح تطبيق المستقبل إنه فيسبوك الجديد.

وحاول مؤسس فيسبوك مارك زوكربيرغ خلال العقد الماضي جذب المستخدمين بتطبيقات شركته التي اشترت انستغرام وواتساب، ووفر منصات للتجارة واللقاءات والألعاب.⁽¹⁾

لكن زوكربيرغ أدرك ظهور منافس يشكل خطراً على شركته، فعندما يقضي الأشخاص وقتاً أطول على تيك توك، فإنهم يقضون وقتاً أقل في التعامل مع منافسي فيسبوك وانستغرام الذي حاول تقليد نجاح تيك توك بإطلاقه خدمة "ريلس".

وفي مارس الماضي قالت مصادر لرويترز إن منصة تيك توك قد تطبق خاصية للتراسل الجماعي هذا العام مما سيضع التطبيق في منافسة مباشرة مع منصات تواصل اجتماعي منافسة مثل فيسبوك.⁽²⁾

وقال أحد المصادر أن التراسل الجماعي جزء من خطة شركة بايت دانس لتطوير تيك توك ليصبح "تطبيق أكثر تفاعلية اجتماعياً".

وأصبحت هذه الخاصية متوفرة في (دوين) وهي النسخة الصيفية من تيك توك منذ 2019.⁽³⁾

تشير بعض التقارير إلى أن تطبيق تيك توك سيصبح أهم شبكة اجتماعية على الإطلاق، حيث تجاوز التطبيق علامة المليار مستخدم في مطلع الربع الثالث من عام 2021، ما جعله ثالث أشهر شبكة

⁽¹⁾ كريس ستوكيل ووكر، تيك توك سيشكل مستقبل التكنولوجيا، مجلة الحرة، مجلة منشورة، ترجمات دبي:

<https://www.alhurra.com/tach/17-08-2021>

⁽²⁾ وليد جمال، "الغاردان": تيك توك مستقبل التكنولوجيا، مجلة القيس، مجلة منشورة:

<https://www.alqabas.com/17-08-2021>

⁽³⁾ كريس ستوكيل ووكر، مرجع سابق.

اجتماعية على مستوى العالم، وعلى مدار العام الماضي نما الطلب على البحث عن تيك توك بنسبة 17,3% لكن الطلب على البحث عن Instagram Reels نما بنسبة 22% فقط، وعلى الرغم من النمو السريع لشبكة تيك توك فإن معظم الشركات مترددة في الاستثمار بالشبكة.⁽¹⁾

⁽¹⁾ <https://www.rowadalaamal.com /26-04-2022/4:16>

II-3- مدخل إلى القيم:

تمهيد:

رغم تعدد الفلسفات والتصورات لمفهوم القيم إلا أن موقفها من أهمية القيم وضرورتها للسلوك الإنساني واحد لا يتغير إذ يتفق الجميع على أثرها البالغ في تشكيل سلوك الإنسان وبناء شخصية. وعليه سنتطرق في هذا المبحث إلى جملة من العناصر التي تخص القيم من أنواع وخصائص القيم ثم تليها مكونات وتصنيفات القيم.

II-3-1 - أنواع القيم:

تعدد أنواع القيم كما تعددت تعريفاتها، ويرى "مينشل جي دنكان" أن هناك قيما لا حصر لها في كل مجتمع كالقيم الجمالية التي ترسم معايير الجمال والقبح، والقيم الأخلاقية التي تبين الصواب والخطأ في الأفكار والمعتقدات.

وأشار "إيميل دوركايم" إلى أنواع مختلفة للقيمة فهناك القيم الاقتصادية والدينية والجمالية والتأملية، وأكد على أن هناك محاولات قاصرة لتقليل أهمية قيم معينة وإعلاء قيم أخرى كالحق والخير والمنفعة، وأنه إذا كان أثر القيم في الحياة الاجتماعية هو فقط الأساس لتحديدها فإن من الصعب تفسير هذا النوع من القيم.

وركز "رالفا لينتون" على القيم الفردية، وأعطى مثالا لها في القيم التي يشترك فيها أفراد المجتمع ويتم نقلها بواسطتهم، وذكر أن القيم الفردية يمكن تجاهلها وإذا لم يشترك فيها باقي أفراد المجتمع يكون لها تأثير ضعيف على المتصل الاجتماعي، والثقافي، وقسم "رالفا لينتون" القيم في المجتمع إلى نوعين قيم ووسائلية نفعية (براغماتية) عملية، وقيم تصورية فلسفية وتوجد القيم الوسائلية تقريبا في كل المجتمعات وهي أكثر عرضة للتغيير من القيم التصورية.

وتظهر هذه الأنواع في مختلف أنماط السلوك، وتشتمل كل الثقافات على عدد من القيم العامة المجردة التي تظهر في تعبيراتهم وهي ذات تأثير ضئيل عليهم بالرغم من كونها أحد الأسس التي يقوم عليها البناء الثقافي الكلي.⁽¹⁾

وأشار "ميلتون روكيش" إلى نوعين من القيم، قيم وسيلية وأخرى غائية بينما ركز آخرون على نوع آخر من القيم يتعلق بالنماذج المثالية، وها التمييز بين قيم الوسائل وقيم الغايات معروف بالنسبة لبعض الفلاسفة والأنثروبولوجيين والسيكولوجيين، وأشار أيضا إلى عدم تساوي القيم الوسيلية والغائية في العدد، وأن هناك علاقة وظيفية بينهما لا يمكن إنكارها، وقسم القيم الغائية إلى قيم شخصية وأخرى اجتماعية، فالأولى تركز حول الذات والثانية تركز حول المجتمع فراحة البال قيمة شخصية بينما السلام والأخوة العالمية قيم اجتماعية عالمية.

(1) سلوى السيد عبد القادر، الأنثروبولوجيا والقيم، ط 1، دار المعرفة، الإسكندرية، 2013، ص 24.

ونظر "روكبنش" للطموح والنظافة والشجاعة والتسامح وضبط النفس كقيم وسائلية بينما الإنجاز والمساواة والسلام والحرية والسعادة والأمن القومي والصدقة والحكمة قيم غائية.

وقسم علماء الاجتماع القيم إلى قسمين أساسيين هما:

1- **القيم الإيجابية:** والتي تتجسد في الصراحة والإيثار والتعاون والشجاعة والثقة بالنفس وتحمل المسؤولية والصبر والصدق والإخلاص في العمل والعدالة والديمقراطية والمساواة والتمسك بالمبادئ والمعتقدات.

2- **القيم السلبية:** والتي تتجسد في الأنانية وحب الذات والطائفية والجبن والغدر والخسة والطبقية والتمايز الاجتماعي والتخنث والتبرج والميوعة والإتكالية والتسرع في اتخاذ القرار والعنصرية والإقليمية والتحيز والتعصب وضيق الفكر والكذب والنفاق والغش والنميمة والتزوير وكراهية الناس وجلب الضرر إليهم، وغيرها من القيم البغيضة التي يكرهها المجتمع.⁽¹⁾

وأكد "راد كليف براون" أن هناك أنواعا مختلفة للقيمة وذكر منها القيم الطقوسية والاجتماعية.

وأؤكد في هذا الصدد أنه طالما أن القيم تتغلغل في كافة جوانب الحياة الاجتماعية والثقافية فمن المنطقي أن تتعدد وتتوسع وتتغير جوانب الحياة المختلفة ومن الطبيعي جدا أن يوجد في المجتمع قيم جمالية وأخلاقية، اجتماعية وثقافية عامة وخاصة، إيجابية وسلبية، وسائلية (نفعية) وتصورية (فلسفية) و... الخ، وقد اختلف العلماء في تصنيف وتحديد أنواع القيم طبقا لتوجهاتهم العلمية والفلسفية والفكرية وتعتقد الباحثة أنه لا يوجد تصنيف للقيم لكل الثقافات والمجتمعات.⁽²⁾

II-3-2- خصائص القيم:

للقيم مجموعة من الخصائص الذاتية التي ترتبط بمفهومها وتميزها عن غيرها من أنماط السلوك الإنساني ونعرض فيما يلي أهمها:

(1) سلوى السيد عبد القادر، المرجع السابق، ص 25.

(2) سلوى السيد عبد القادر، المرجع السابق، ص 26.

- قيم ذاتية وشخصية:

ترتبط القيم بشخصية الفرد وذاته ارتباطا وثيقا، وتظهر لديه على صور مختلفة من التفضيلات والاهتمامات والاختيارات والحاجات والاتجاهات والأحكام، وهي بذلك تؤثر وتتأثر بذاتية الفرد واهتماماته وميوله ورغباته وتأملاته وطبيعته.

- تمييز القيم بالنسبية:

تعني نسبية القيم أنها تختلف باختلاف الزمان والمكان والإنسان فتقديرها وبيان أهميتها وجدواها تختلف من إنسان إلى آخر ومن مكان إلى مكان ومن زمان إلى زمان.

- تمييز القيم بالدينامية:

القيم تتغير بتغير محور الاهتمام لدى الفرد وعلى هذا فإن تغير القيم يرتبط بطبيعة المرحلة التي تمر بها المجتمعات.

- تمييز القيم بأنها موضوعية:

ونعني بموضوعية القيم أنها خارجة عن ذوات الأفراد وعن تجسدهم الفردية وان ذاتية القيم ونسبيتها لا تتعارض مع ضرورتها.⁽¹⁾

- القيم عبارة عن تعميمات:

القيم عبارة عن تعميمات من خلالها تتصل الأفعال المختلفة، ومن خلالها يمكن فهم فعل معين بأن له معنى والقيم أيضا مفهومات تصويرية بمعنى أن القيم تشكل أو تصاغ في ألفاظ ولكنها تطبق في حدود موقفية خاصة.

⁽¹⁾ محمد الفاتح حمدي، أزمة القيم ومشكلة الشباب في زمن البث الفضائي الغربي، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2017، ص ص 59 - 61.

- القيم ذات صيغة اجتماعية:

القيم كونها اجتماعية أي أنها لا تظهر معانيها ومدلولاتها الحقيقية إلا من الوجود الاجتماعي للفرد ولما كانت القيم اجتماعية في أصلها، فإنها تساعد على إعطاء توجيه وتنظيم للفعل، تعمل القيم كمعايير للاختيار في الفعل والأهداف.

- القيم المتدرجة:

ومعنى تدرج القيم أنها تنظيم في سلم "قيمي" متغير ومتفاعل حيث تترتب القيم عند الفرد ترتيبا هرميا تهيمن فيه بعض القيم على بعضها الآخر، وللقيم درجات مختلفة من التأثير على الفعل، ويرجع هذا إلى أن القيم ليست متساوية في الأهمية فهي ترتيبات هرمية.

- القيم تجريدية:

القيم معان مجردة تتسم بالموضوعية والاستقلالية، تتضح معانيها الحقيقية في السلوك الذي تمثله والواقع الذي تعيشه، فالعدل من حيث هو قيمة يحمل معنى ذهنيا مجردا غير محسوس لكنه يتخذ قيمة من الواقع الحي الممارس. (1)

- القيم موضوعات مرغوبة وإيجابية دوما:

القيم تساند بعضها البعض فهي ليست وحدات منفصلة، وتعتبر موضوعاتها مرغوبة لارتباطها بحاجات حيوية واجتماعية وطبيعية، كما أنها تكتسب أهميتها من اعتبارات نفسية واجتماعية وأخلاقية وجمالية أو ذات طابع جماعي في نشأتها وفي استخداماتها، ويخطئ من يظن بأن هناك قيما إيجابية وسلبية في المجتمع، فالقيمة تكون موجبة دوما وليس هناك قيما سلبية، وما يصنف على أنه سلبي فهو مجرد سلوكيات تصدر عن الأفراد.

(1) محمد الفاتح حمدي، المرجع السابق، ص ص 62 - 64.

- قيم قابلة للترشيد:

فترشيد القيم يتطلب تفهم ومعايشة وممارسة هذه القيم، والرجوع بها إلى جذورها الثقافية والوقوف على وظائفها الاجتماعية فإذا تبين أن هذه القيمة أصبحت غير متلائمة كان من الضروري على رجال التربية والإعلام ورجال الفكر أن يستبدلوها بغيرها، بعيدا عن محاولة إلغائها. (1)

II-3-3- مكونات القيم:

تتكون القيم من ثلاث مكونات رئيسية هي:

المكون المعرفي: ويشمل المعارف والمعلومات النظرية، وعن طريقه يمكن تعليم القيم ويتصل هذا المكون بالقيمة المراد تعلمها وأهميتها وما تدل عليه من معاني مختلفة.

المكون الوجداني: ويشمل الانفعالات والمشاعر والأحاسيس الداخلية، وعن طريقه يميل الفرد إلى قيمة معينة، ويتصل هذا المكون بتقدير القيمة والاعتزاز بها، وفي هذا الجانب يشعر الفرد بالسعادة لاختيار القيمة وعلان الاستعداد للتمسك بالقيمة على الملأ.

المكون السلوكي: هو الذي تظهر فيه القيمة، فالقيمة تترجم إلى سلوك ظاهري ويتصل هذا الجانب بممارسة القيمة أو السلوك الفعلي والأداء النفسي حركي، وفي هذا الجانب يقوم الفرد بممارسة القيمة وتكرار استخدامها في الحياة اليومية. (2)

II-4- تصنيفات القيم:

لا يوجد تصنيف موحد يعتمد عليه في تحديد أنواع القيم، فهناك العديد من التصنيفات التي وضعها الباحثون في هذا المجال بناء على معايير مختلفة، ويذكر (عبد الرحمن المعاينة) الأسس التي اعتمد عليها في تصنيف القيم على النحو التالي:

1- تصنيف القيم على أساس المحتوى: إذ تنقسم القيم حسب هذا الأساس إلى:

- قيم نظرية: أي اهتمام الفرد وميله إلى اكتشاف الحقيقة مثل: العلماء والفلاسفة.
- قيم اقتصادية: اهتمام الفرد وميله إلى ما هو نافع، ويتخذ من البيئة المحيطة به وسيلة للحصول على الثروة عن طريق الإنتاج والتسويق، مثل رجال المال والأعمال.

(1) محمد الفاتح حمدي، المرجع السابق، ص ص 64، 65.

(2) نورهان منير حسن، القيم الاجتماعية والشباب، دار الفتح للتجليد الفني، الإسكندرية، 2008، ص 134.

- القيم الجمالية: اهتمام الفرد بغيره من الناس ومساعدتهم مثل المصلحون الاجتماعيون.
 - القيم السياسية: اهتمام الفرد بالنشاط السياسي والعمل السياسي مثل قادة الرأي.⁽¹⁾
 - القيم الدينية: اهتمام الفرد وميله إلى معرفة ما وراء العالم الظاهري، ومعرفة أصل الإنسان ومصيره... الخ مثل رجال الدين.
- 2- تصنيف القيم على أساس مقصدها: إذ تنقسم القيم حسب هذا الأساس إلى:
- قيم وسائلية: تعتبر وسائل لغايات أبعد مثل الترقيات.
 - قيم غائية: تعتبر غاية في حد ذاتها مثل حب البقاء.
- 3- تصنيف القيم على أساس شدتها: أن تصنيف القيم حسب هذا الأساس إلى:
- قيم ملزمة: ما ينبغي أن يكون مثل تنظيم العلاقة بين الجنسين.⁽²⁾
 - قيم تفضيلية: ما يفضل أن يكون مثل إكرام الضيف.
 - قيم مثالية: تحدد ما يرجى أن يكون مثل مقابلة الإساءة بالإحسان.
- 4- تصنيف القيم على أساس العمومية: إذ تنقسم إلى:
- قيم عامة: يعم شيوعها وانتشارها في المجتمع كله مثل: أهمية الدن، الزواج.
 - قيم خاصة: متعلقة بمواقف معينة خاصة أو طبقية أو جماعية خاصة، مثل الأعياد.
- 5- تصنيف القيم على أساس وضوحها: وهما تنقسم القيم إلى قسمين، وتمثل في:
- قيم ظاهرة: التي يصرح بها ويعبر عنها بالكلام مثل الخدمة الاجتماعية.
 - قيم ضمنية: يستدل على وجودها من ملاحظة الميول والاتجاهات مثل التقاني والإخلاص في العمل.
- 6- تصنيف القيم على أساس ديمومتها: إذ تصنف حسب هذا الأساس إلى:
- قيم دائمة: تبقى زمنا طويلا وتنتقل من جيل إلى آخر مثل: التراث الثقافي (العادات والتقاليد).
 - قيم عابرة: وقتية عارضة قصيرة سريعة الزوال، مثل الامتحانات المهنية.⁽³⁾

⁽¹⁾ نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1999، ص 131.

⁽²⁾ القيم مفهومها، نشأتها، واكتسابها، نشر في 09 أكتوبر 2017، في: <https://educapdy.com> تمت الزيارة في 9 مارس 2022، على الساعة 22:00.

⁽³⁾ نورهان منير حسن فهمي، مرجع سابق، ص 132.

III / عرض وتحليل

نتائج الدراسة

1///- تفرغ و تحليل بيانات الدراسة

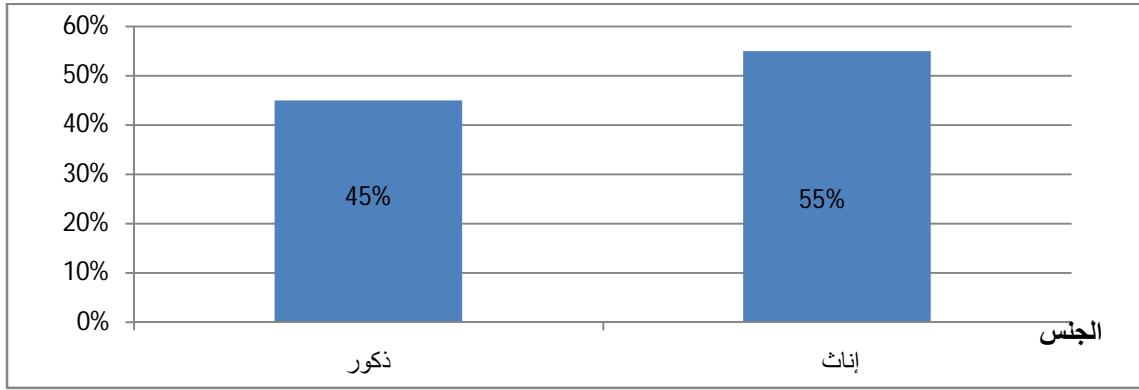
1-1/// البيانات الشخصية

الجدول رقم (01): يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس

النسبة المئوية %	ك	الجنس
45%	36	ذكور
55%	44	إناث
100%	80	المجموع

يمكن توضيح الجدول بالشكل البياني التالي:

الشكل رقم (01): يمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس



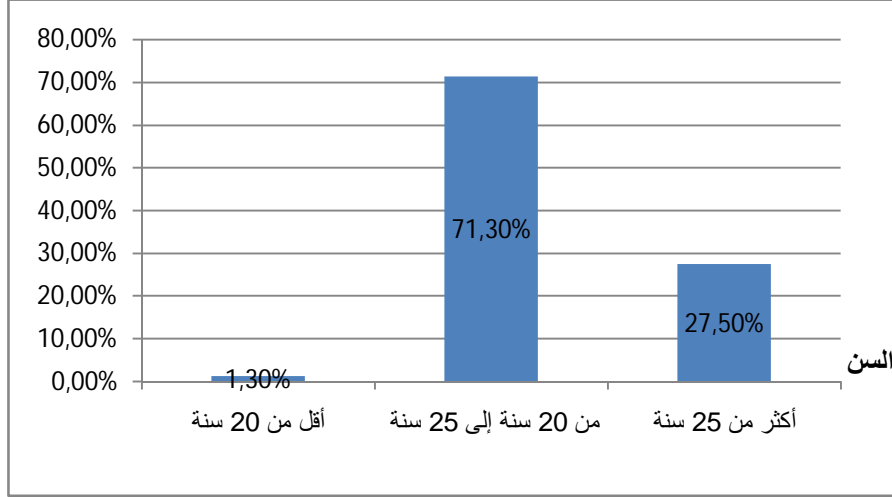
يبين الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس حيث نلاحظ أن عدد الإناث أكبر من عدد الذكور، حيث بلغ عدد الإناث 44 مفردة ما يعادل نسبة 55% أما الذكور فيبلغ عددهم 36 مفردة ما يعادل نسبة 45%، ويعود ذلك إلى أن عدد الإناث في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية أكبر من عدد الذكور.

الجدول رقم (02): يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير السن

النسبة المئوية %	ك	السن
1,3%	1	أقل من 20 سنة
71,3%	57	من 20 سنة إلى 25 سنة
27,5%	22	أكثر من 25 سنة
100%	80	المجموع

يمكن توضيح الجدول بالشكل البياني التالي:

الشكل رقم (02): توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس



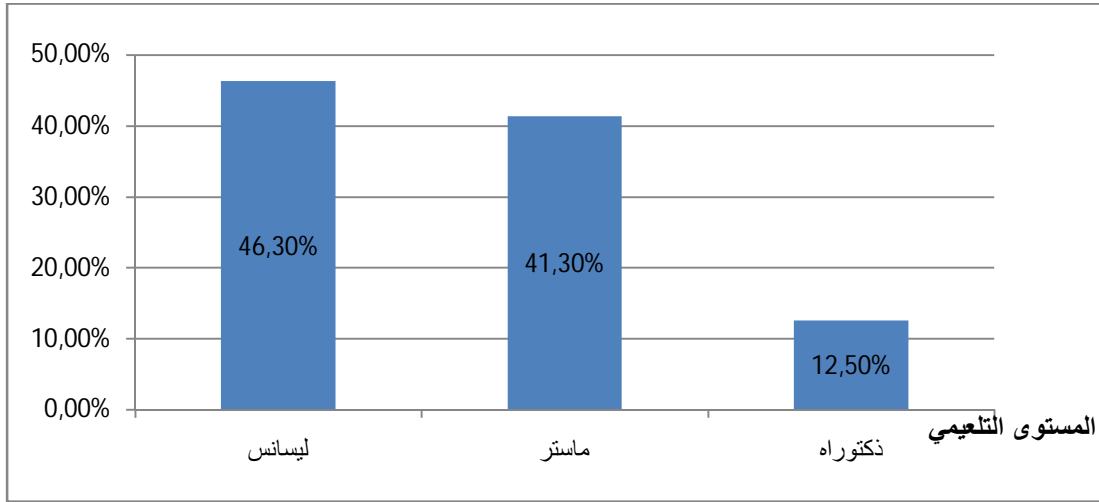
يبين الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب متغير السن حيث نلاحظ أن الفئة العمرية من 20 سنة إلى 25 سنة هي الأكثر، حيث قدرت بنسبة 71,3% ما يعادل 57 مفردة، ثم تليها فئة أكثر من 25 سنة بنسبة 27,5% ما يعادل 22 مفردة، أما فئة أقل من 20 سنة فقدرت بـ 1,3% أي ما يعادل 1 مفردة، وهذا ما يدل على أن الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 25 سنة هم الأكثر استخداماً لتطبيق التيك توك.

الجدول رقم (03): يمثل توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية %	ك	السن
46,3%	37	ليسانس
41,3%	33	ماستر
12,5%	10	دكتوراه
100%	80	المجموع

يمكن توضيح الجدول بالشكل البياني التالي:

الشكل رقم (03): توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس



نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن طلبة الليسانس هم من يحتلون أكبر نسبة المقدر بـ 46,3% ثم يليها طلبة الماستر بنسبة تقدر بـ 41,3%، وتحصل طلبة الدكتوراه على أقل نسبة قدرت بـ 12,5%، وذلك راجع إلى قلة عددهم والمتمثل في 17 طالب دكتوراه.

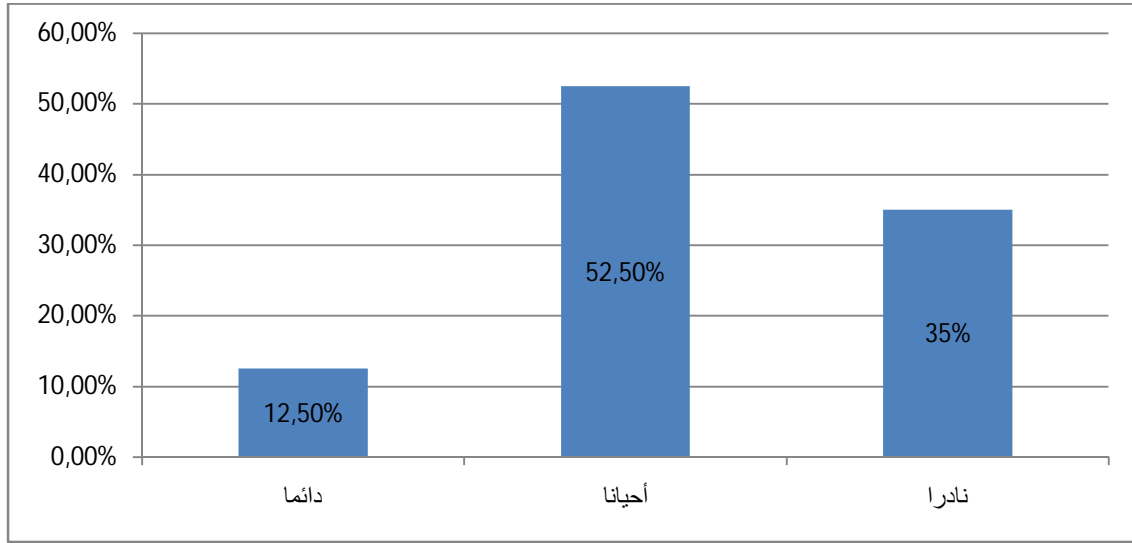
III-1-2 عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لتطبيق تيك توك

الجدول رقم (04): مدى استخدام الشباب الجامعي لتطبيق تيك توك

النسبة المئوية %	تكرار	أنثى		ذكر		الجنس
		%	ك	%	ك	
12,5%	10	9%	4	16,6%	6	دائما
52,5%	42	54,5%	24	50%	18	أحيانا
35%	28	36,3%	16	33,3%	12	نادرا
100%	80	100%	44	100%	36	المجموع
كا ² الجدولية 9,488			كا ² المحسوبة ^a 19,300			
مستوى الدلالة 0,05			درجة الحرية 2			

يمكن توضيح الجدول بالشكل البياني التالي:

الشكل رقم (04): مدى استخدام الشباب الجامعي لتطبيق تيك توك



يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب مدى استخدام الشباب الجامعي لتطبيق تيك توك، حيث يبين لنا أن أعلى نسبة تحصل عليها أحيانا بنسبة 52,5% يليها نادرا بنسبة 35%، وأخيرا تحصل دائما على نسبة 12,5%.

من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس نلاحظ أن أغلبية الإناث يستخدمون تطبيق تيك توك أحيانا بنسبة 54,5% وذلك راجع إلى أن هذا التطبيق لا يدخل ضمن اهتماماتهم في مجال الدراسة، على نقيض الذكور الذين يستخدمون تطبيق تيك توك أحيانا بنسبة 50%.

في حين أن الإناث يستخدمون تطبيق تيك توك نادرا بنسبة 36,3% في المقابل الذكور بنسبة 33,3% وهذه النتائج تشير إلى أن الإناث هم الأقل استخداما وتعلقا بتطبيق تيك توك بالنظر إلى الذكور.

ونجد أن الذكور يستخدمون تطبيق تيك توك بصفة دائمة بنسبة 16,6% أما الإناث بنسبة 9%، وذلك راجع إلى أن هذا التطبيق يلبي احتياجاتهم ويتناسب مع اهتماماتهم.

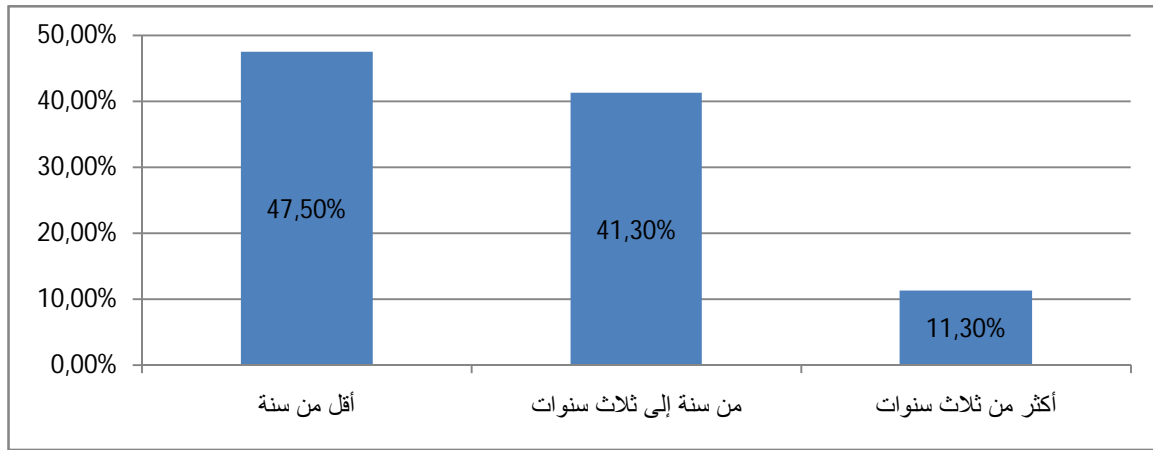
وبتطبيق كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية بين مستخدمي تطبيق تيك توك من الشباب الجامعي الجزائري بجامعة محمد الصديق بن يحي جيجل - قطب تاسوست وجدنا أن كا² المحسوبة تساوي (19,300) وهي أكبر من كا² الجدولية (9,488) تحت درجة حرية (2) ومستوى الدلالة (0,05)، وعليه نستنتج أنه توجد فروق جوهرية بين درجة استخدام تطبيق تيك توك بين أفراد العينة.

الجدول رقم (05): منذ متى والشباب الجامعي يستخدم تطبيق تيك توك

النسبة المئوية %	تكرار	أنثى		ذكر		الجنس
		%	ك	%	ك	
%47,5	38	%52,2	23	%41,6	15	أقل من سنة
%41,3	33	%38,6	17	%44,4	16	من سنة إلى ثلاث سنوات
%11,3	9	%9	4	%13,8	5	أكثر من ثلاث سنوات
%100	80	%100	44	%100	36	المجموع
كا ² الجدولية 11,070			كا ² المحسوبة ^a 18,025			درجة الحرية 2
مستوى الدلالة 0,05						

يمكن توضيح الجدول بالشكل البياني التالي:

الشكل رقم (05): منذ متى والشباب الجامعي يستخدم تطبيق تيك توك



يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب منذ كم من سنة وأفراد العينة يستخدم تطبيق تيك توك، حيث نجد أن أعلى نسبة تحصل عليها أقل من سنة بنسبة %47,5 ثم تليها من سنة إلى ثلاث سنوات بنسبة %41,3 وأخيرا تحصلت أكثر من ثلاث سنوات على نسبة %11,3.

من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس نلاحظ أن أغلبية الإناث بدؤوا باستخدام تطبيق تيك توك من أقل من سنة بنسبة %52,5 وذلك راجع لحدائثة هذا التطبيق وعدم إمامهم بطريقة استخدامه ومحتواه على نقيض الذكور الذين تحصلوا على نسبة %41,6.

في حين أن الذكور بدؤوا باستخدام تطبيق تيك توك من سنة إلى ثلاث سنوات بنسبة 44,4% في المقابل الإناث بنسبة 38,6% وهذه النتائج تشير إلى أن الذكور هم الأكثر اهتماما باستخدام التطبيقات الجديدة.

ونجد أيضا أن الذكور هم الذين بدؤوا باستخدام تطبيق تيك توك منذ أكثر من ثلاث سنوات بنسبة 13,8% أما الإناث بنسبة 9% وذلك راجع إلى عدم خوفهم من التطبيقات الجديدة والرغبة في اكتشاف محتواها.

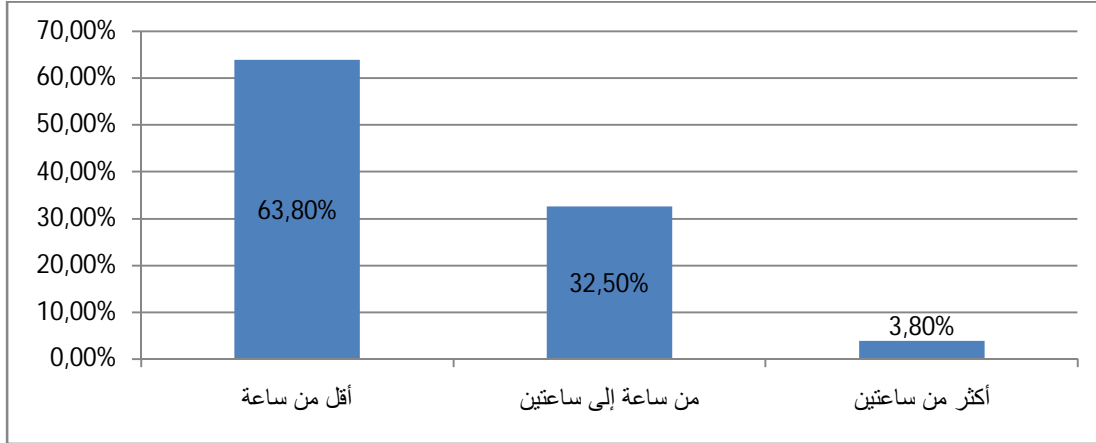
وبتطبيق كا² لمعرفة مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المدة التي بدأ فيها أفراد العينة باستخدام تطبيق تيك توك وجدنا أن كا² المحسوبة تساوي (18,025) وهي أكبر من كا² الجدولية (11,070) تحت درجة حرية (2) ومستوى الدلالة (0,05)، وعليه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المدة التي بدأ فيها أفراد العينة باستخدام تطبيق تيك توك.

الجدول رقم (06): المدة الزمنية التي يقضيها الشباب الجامعي أثناء استخدامهم لتطبيق تيك توك

النسبة المئوية %	تكرار	أنثى		ذكر		الجنس
		%	ك	%	ك	
63,8%	51	65,9%	29	61,1%	22	أقل من ساعة
32,5%	26	31,8%	14	33,3%	12	من ساعة إلى ساعتين
3,8%	3	2,2%	1	5,5%	2	أكثر من ساعتين
100%	80	100%	44	100%	36	المجموع
كا ² الجدولية 12,592			كا ² المحسوبة ^a 43,225			
مستوى الدلالة 0,05			درجة الحرية 2			

يمكن توضيح الجدول بالشكل البياني التالي:

الشكل رقم (06): مدى استخدام الشباب الجامعي لتطبيق تيك توك



يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب المدة المستغرقة في تصفح تطبيق تيك توك لأفراد العينة، ونلاحظ أن أغليبتهم يستغرقون في تصفحهم لهذا التطبيق أقل من ساعة بنسبة 63,8% ثم تليها من ساعة إلى ساعتين بنسبة 32,5% وأخيرا أكثر من ساعتين بنسبة 3,8%.

من خلال الجدول أعلاه فيما يخص متغير الجنس يظهر أن الفئة الأولى لأقل من ساعة احتلتها الإناث بنسبة قدرت بـ 65,9%، والذكور بنسبة 61,1%.

أما فئة من ساعة إلى ساعتين احتلتها الذكور بنسبة 33,3% أكثر من الإناث بنسبة 31,8% ثم تليها فئة أكثر من ساعتين احتلتها الذكور بنسبة 5,5% بالمقابل الإناث بنسبة 2,2%.

هذه النتائج تشير إلى أن الذكور هم من لديهم رغبة أكثر في تصفح تطبيق تيك توك لمدة أطول.

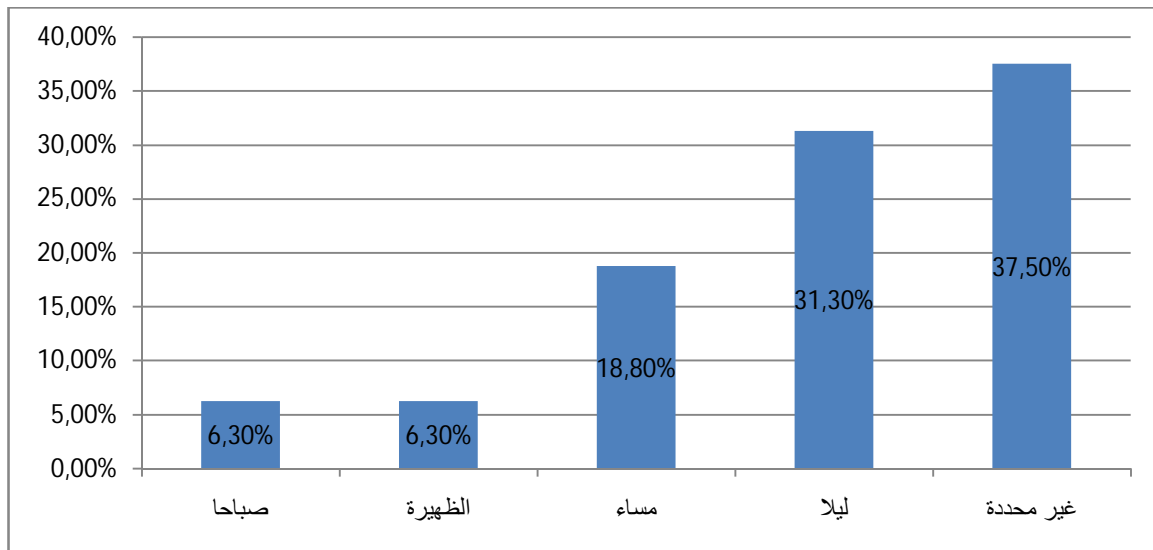
وبتطبيق كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية بين المدة الزمنية التي يقضيها الشباب الجامعي في تصفحه لتطبيق تيك توك، وجدنا أن كا² المحسوبة تساوي (43,225) وهي أكبر من كا² الجدولية (11,592) تحت درجة حرية (2) ومستوى الدلالة (0,05)، وعليه نستنتج أنه توجد فروق جوهرية بين المدة التي يستغرقها أفراد العينة في تصفح تطبيق تيك توك.

الجدول رقم (07): الفترات المفضلة التي يتصفح فيها الشباب الجامعي تطبيق تيك توك

النسبة المئوية %	تكرار	أنثى		ذكر		الجنس
		%	ك	%	ك	
6,3%	5	6,8%	3	5,5%	2	صباحا
6,3%	5	6,8%	3	5,5%	2	الظهيرة
18,8%	15	15,9%	7	22,2%	8	مساء
31,3%	25	31,8%	14	30,5%	11	ليلا
37,5%	30	38,6%	17	36,1%	13	غير محددة
100%	80	100%	44	100%	36	المجموع
كا ² الجدولية 14,067			كا ² المحسوبية ^b 32,500			
مستوى الدلالة 0,05			درجة الحرية 4			

يمكن توضيح الجدول أعلاه من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (04): الفترات المفضلة التي يتصفح فيها الشباب الجامعي تطبيق تيك توك



يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب الفترات المفضلة التي يتصفح فيها أفراد العينة الجزائري لتطبيق تيك توك لأفراد العينة، نلاحظ أن أغليتهم ليس لديهم فترة محددة لتصفح تطبيق تيك توك بنسبة 37,5% ثم تليها الفترة الليلية بنسبة 31,3% ثم الفترة المسائية بنسبة 18,8% في حين نجد الفترة الصباحية وفترة الظهيرة تحصلتا على نفس النسبة وقدرت بـ 6,3%.

من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس نجد أن الإناث ليس لديهم فترة محددة في تصفحهم لتطبيق تيك توك بنسبة قدرت بـ 38.6% في المقابل نجد نسبة الذكور قدرت بـ 36,1% وهذا ما يدل على أن الإناث يستغلون أي وقت فراغ لتصفح تطبيق تيك توك وليس لديهم وقت محدد.

أما الفترة الليلية فنجد الإناث هم الأكثر تصفحا لتطبيق تيك توك بنسبة 31,8% في المقابل نجد نسبة الذكور متقاربة جدا من نسبة الإناث والتي قدرت بـ 30,5% وذلك أن الفترة الليلية هي وقت الفراغ لكلا الجنسين.

أما الفترة المسائية فنلاحظ أن الذكور هم من يفضلون تصفح تطبيق تيك توك في هذه الفترة بنسبة 22,2% أما الإناث فبنسبة 15,9% ويعود ذلك إلى أن الشباب الجامعي من الذكور يتفرغ لتصفح هذا التطبيق.

في حين نجد أن في الفترة الصباحية والظهرية نجد الإناث هم من تحصلوا على أعلى نسبة في كلتا الفترتين وعلى نفس النسبة التي قدرت بـ 6.8% في المقابل الذكور في كلتا الفترتين وبنفس النسبة و قدرت بـ 5,5% وذلك راجع إلى تفرغ الشباب الجامعي من الإناث في هاتين الفترتين لتصفح تطبيق تيك توك بالمقارنة مع الذكور الذين هم أكثر انشغالا سواء في الدراسة أو الحياة العملية.

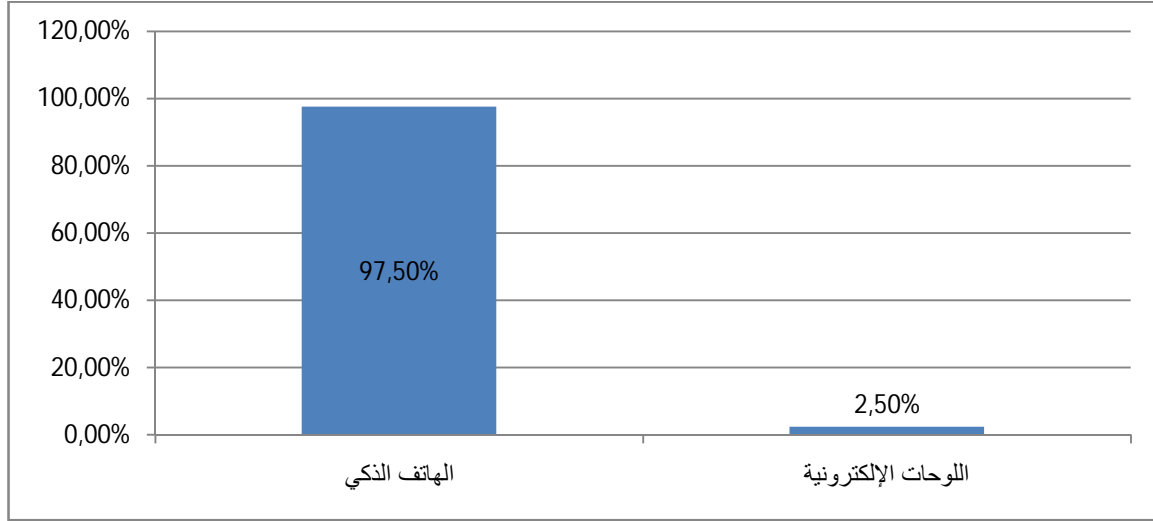
وبتطبيق كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية حول الفترات المفضلة التي يتصفح فيها الشباب الجامعي تطبيق تيك توك، وجدنا أن كا² المحسوبة تساوي (32,500) وهي أكبر من كا² الجدولية (14,067) تحت درجة حرية (4) ومستوى الدلالة (0,05)، وعليه نستنتج أنه توجد فروق جوهرية بين الفترات المفضلة لدى أفراد العينة في تصفحهم لتطبيق تيك توك.

الجدول رقم (08): الوسيلة المفضل استخدامها عند تصفح تطبيق تيك توك

النسبة المئوية %	تكرار	أنثى		ذكر		الجنس
		%	ك	%	ك	
97,5%	78	97,7%	43	97,2%	35	الهاتف الذكي
2,5%	2	2,2%	1	2,7%	1	اللوحة الإلكترونية
100%	80	100%	44	100%	36	المجموع
كا ² الجدولية 15,507 مستوى الدلالة 0,05						كا ² المحسوبة 72,200 ^c درجة الحرية 1

يمكن توضيح الجدول أعلاه من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (08): الوسيلة المفضل استخدامها عند تصفح تطبيق تيك توك



يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب الوسيلة المفضلة لدى أفراد العينة، في تصفحهم لتطبيق تيك توك، حيث نلاحظ أن أغلبهم يستخدمون بالدرجة الأولى الهاتف الذكي بنسبة 97,5% ثم تليه اللوحة الإلكترونية بنسبة 2,5%.

من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس نجد أن كلا الجنسين يفضلان تصفح تطبيق تيك توك بواسطة الهاتف الذكي حيث تحسلا تقريبا على نفس النسبة، وقدرت نسبة الإناث بـ 97,7% والذكور بنسبة 97,5%، وذلك راجع لخفة وزنه وسهولة استخدامه وما يحمله من مميزات، وقدرة استخدامه في أي مكان.

ثم نجد اللوحة الإلكترونية الوسيلة الثانية التي يستخدمها كلا الجنسين من بعد الهاتف الذكي بنسبتين متقاربتين، حيث نجد الذكور بنسبة 2,7% أما الإناث بنسبة 2,2%.

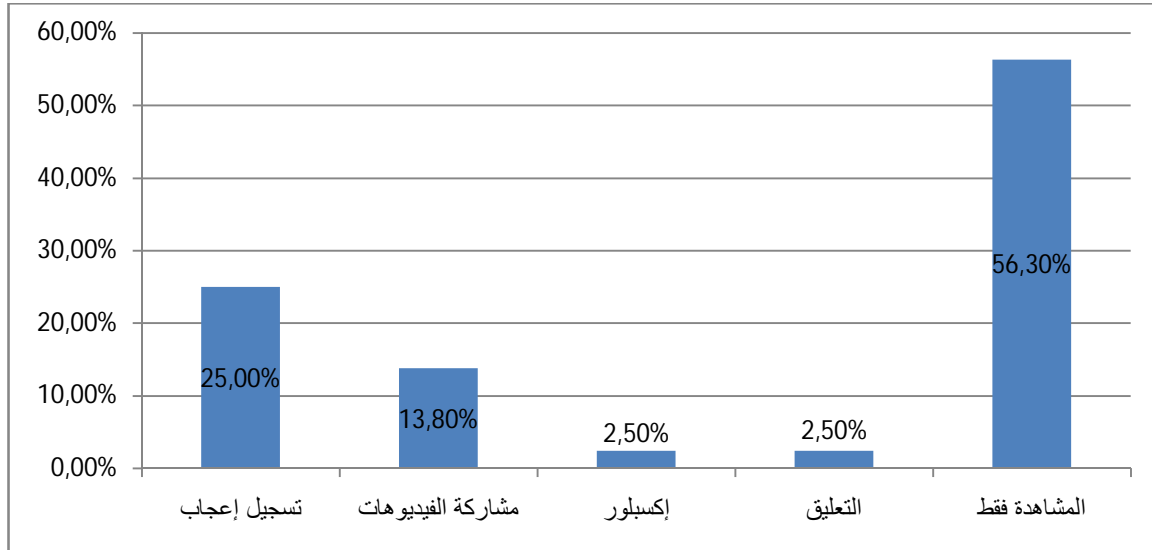
وبتطبيق كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية بين الوسيلة المفضل استخدامها لدى الشباب الجامعي الجزائري لتصفحهم لتطبيق تيك توك، وجدنا أن كا² المحسوبة تساوي (72,200) وهي أكبر من كا² الجدولية (15,507) تحت درجة حرية (1) ومستوى الدلالة (0,05)، وعليه نستنتج أنه توجد فروق جوهرية بين الوسيلة التي يفضل أفراد العينة استخدامها في تصفح لتطبيق تيك توك.

الجدول رقم (09): طبيعة تفاعل الشباب الجامعي مع فيديوهات تطبيق تيك توك

النسبة المئوية %	تكرار	أنثى		ذكر		الجنس
		%	ك	%	ك	
25,0%	20	97,7%	11	25%	9	تسجيل إعجاب
13,8%	11	2,2%	05	16,6%	6	مشاركة الفيديوهات
2,5%	2	2,7%	1	2,7%	1	إكسبلور
2,5%	2	2,7%	1	2,7%	1	التعليق
56,3%	45		26	52,7%	19	المشاهدة فقط
100%	80	100%	44	100%	36	المجموع
كا ² الجدولية 16,919			كا ² المحسوبية ^b 79,625			
مستوى الدلالة 0,05			درجة الحرية 4			

يمكن توضيح الجدول أعلاه من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (09): الوسيلة المفضل استخدامها عند تصفح تطبيق تيك توك



يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب طبيعة تفاعل أفراد العينة مع فيديوهات تطبيق تيك توك، حيث نلاحظ أن فئة المشاهدة فقط تحصلت على أكبر نسبة قدرت بـ 56,3% وتليها فئة تسجيل الإعجاب بنسبة 25% ثم فئة مشاركة الفيديوهات بنسبة 13,8% وأخيرا نجد فئتي الإكسبلور ولتعليق تحصلتا على نفس النسبة قدرت بـ 2,5%.

من خلال الجدول فيما يخص كتغير الجنس نجد أن أغلبية الإناث يكتفون بالمشاهدة فقط بنسبة 59% في المقابل الذكور بنسبة 52,7% وذلك راجع إلى أن أغلبية الإناث ليس لديهم حساب على تطبيق تيك توك.

ثم تليها فئة تسجيل الإعجاب حيث نلاحظ أن كلا الجنسين تحصلا على نفس النسبة التي قدرت بـ25%، وبالنسبة لفئة مشاركة الفيديوهات نلاحظ أن أغلبية الذكور تحصلوا على أعلى نسبة قدرت بـ16,6% في المقابل الإناث بنسبة 11,3%.

وأخيرا نلاحظ أن الذكور والإناث تحصلا على نفس النسب في كلتا الفئتين الإكسبلور والتعليق حيث نجد الذكور بنسبة 2,7% والإناث 2,2%. وتشير هذه النتائج إلى أن الشباب الجامعي الجزائري من الذكور لديهم حساب على تطبيق تيك توك بالإضافة إلى أنهم يفضلون مشاركة الفيديوهات وتسجيل الإعجاب على عكس الإناث.

وبتطبيق كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية بين طبيعة تفاعل الشباب الجامعي الجزائري مع فيديوهات تطبيق تيك توك، وجدنا أن كا² المحسوبة تساوي (79,625) وهي أكبر من كا² الجدولية (16,919) تحت درجة حرية (4) ومستوى الدلالة (0,05)، وعليه نستنتج أنه توجد فروق جوهرية بين الفترات المفضلة لدى أفراد العينة في تصفحهم لتطبيق تيك توك.

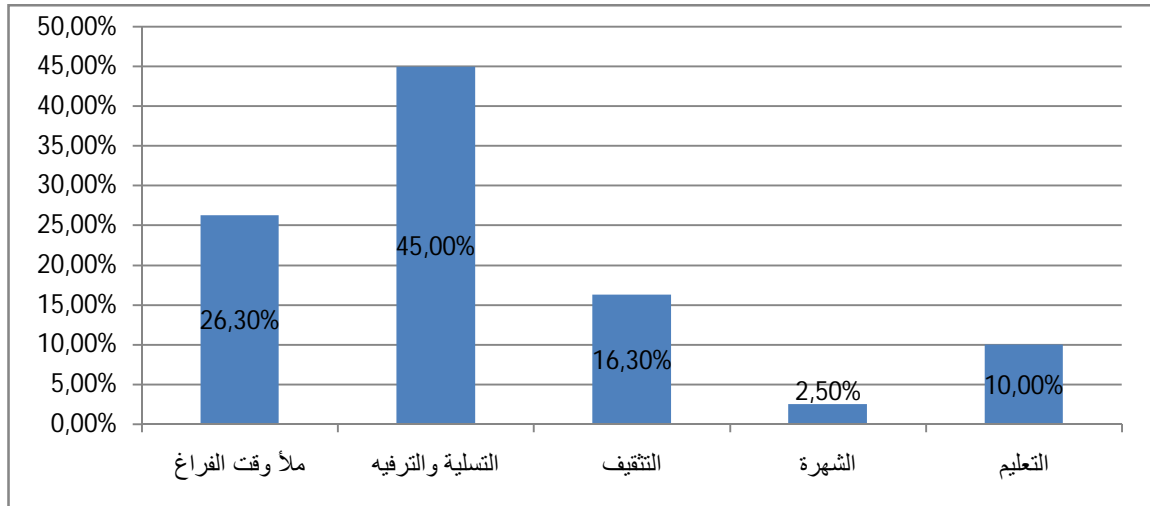
III-1-3 دوافع استخدام الشباب الجامعي لتطبيق تيك توك

الجدول رقم (10): دوافع استخدام الشباب الجامعي لتطبيق تيك توك

النسبة المئوية %	تكرار	أنثى		ذكر		الجنس
		%	ك	%	ك	
26,3%	21	25%	11	27,7%	10	ملاً وقت الفراغ
45,0%	36	45,4%	20	44,4%	16	التسلية والترفيه
16,3%	13	18,1%	8	13,8%	5	التثقيف
2,5%	2	2,2%	1	2,7%	1	الشهرة
10,0%	8	9%	4	11,1%	4	التعليم
100%	80	100%	44	100%	36	المجموع
كا ² الجدولية 18,307			كا ² المحسوبة ^b 43,375			
مستوى الدلالة 0,05			درجة الحرية 4			

يمكن توضيح الجدول أعلاه من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (10): دوافع استخدام الشباب الجامعي لتطبيق تيك توك



يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب دوافع استخدام أفراد العينة لتطبيق تيك توك، حيث نلاحظ أن فئة التسلية والترفيه حصلت على أكبر نسبة قدرت بـ 45% وتليها فئة ملاً وقت الفراغ بنسبة 26,3%، ثم فئة التثقيف بنسبة 16,3%، وتليها فئة التعليم بنسبة 10%، وأخيرا الشهرة بنسبة 2,5%.

من خلال الجدول أعلاه فيما يخص متغير الجنس نجد أن دافع التسلية والترفيه مرتفع عند الإناث بنسبة 45,4% بالمقابل الذكور بنسبة 44,4%، ونجد عند الذكور ملاً وقت الفراغ مرتفع بنسبة 27,7% بالمقابل الإناث بنسبة 25%، ويليه التثقيف بالنسبة للإناث مرتفع بنسبة 18,1% في المقابل الذكور بنسبة 13,8%، فيما يخص دافع الشهرة نجد كلا الجنسين تحصلا على نسبتيين متقاربتين الذكور بنسبة 2,7% في المقابل الإناث 2,2%.

وأخيرا نلاحظ أن دافع التعليم عند الذكور أكبر من الإناث حيث نجد الذكور بنسبة قدرت بـ 11,1% بالمقابل الإناث 9%.

وتشير هذه النتائج إل أن الشباب الجامعي من الذكور يتصفحون تطبيق تيك توك بدافع التسلية والترفيه عن النفس.

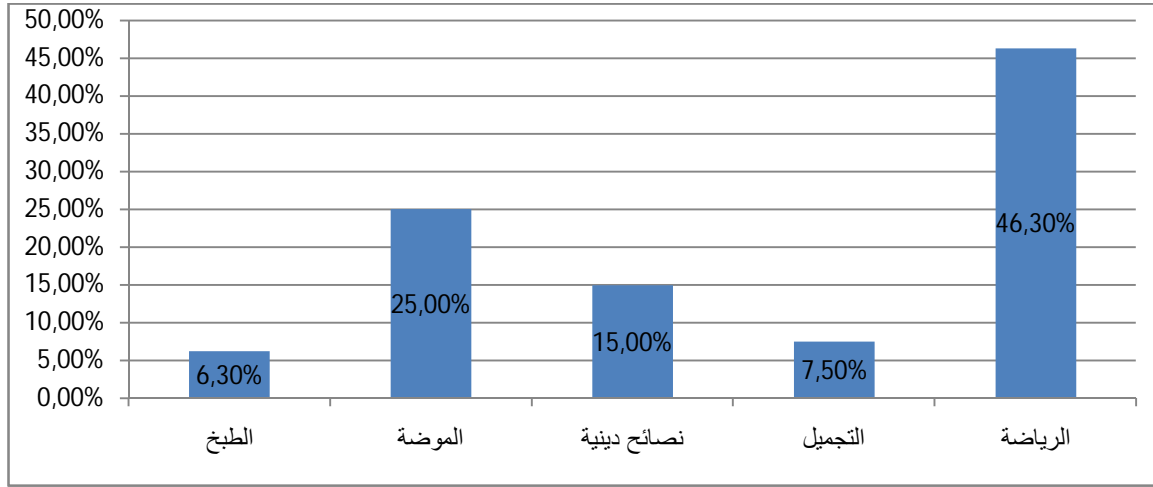
وبتطبيق كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية بين دوافع استخدام السباب الجامعي الجزائري لتطبيق تيك توك، وجدنا أن كا² المحسوبة تساوي (43,375) وهي أكبر من كا² الجدولية (18,307) تحت درجة حرية (4) ومستوى الدلالة (0,05)، وعليه نستنتج أنه توجد فروق جوهرية بين دوافع استخدام أفراد العينة لتطبيق تيك توك.

الجدول رقم (11): المجالات المفضلة عند استخدام تطبيق تيك توك

النسبة المئوية %	تكرار	أنثى		ذكر		الجنس
		%	ك	%	ك	
	5	6,8%	3	5,5%	2	الطبخ
	20	29,5%	13	19,4%	7	الموضة
	12	13,6%	6	16,6%	6	نصائح دينية
	6	9%	4	5,5%	2	التجميل
	37	40,9%	18	52,7%	19	الرياضة
100%	80	100%	44	100%	36	المجموع
كا ² الجدولية 19,675			كا ² المحسوبة ^b 43,375			
مستوى الدلالة 0,05			درجة الحرية 4			

يمكن توضيح الجدول أعلاه من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (11): المجالات المفضلة عند استخدام تطبيق تيك توك



يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب المجالات المفضلة لأفراد العينة عند استخدامهم لتطبيق التيك توك، حيث نلاحظ أن الرياضة تحصلت على أعلى نسبة قدرت بـ 46,3% وتليها الموضة بنسبة 25% ثم نصائح دينية بنسبة 15%، ثم التجميل بنسبة 7,5% وأخيرا الطبخ بنسبة 6,3%.

من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس نجد أن الذكور في مجال الرياضة تحصلوا على أعلى نسبة مقدرة بـ 52,7% في المقابل الإناث بنسبة 40,9%، أما في مجال الموضة نجد أن الإناث تحصلت على أعلى نسبة قدرت بـ 29,5% وتليها الذكور بنسبة 19,4%.

أما في مجال النصائح الدينية وجدنا أن الذكور تحصلوا على أكبر نسبة قدرت بـ 16,6% في المقابل الإناث بنسبة 13,6%.

ونجد أن الإناث في مجال التجميل تحصلت على أعلى نسبة من الذكور قدرت بـ 9%، أما الذكور فتحصلوا على نسبة 5,5%. وتليها مجال الطبخ والذي تحصل فيه الإناث على أعلى نسبة قدرت بـ 6,8% في المقابل الذكور بنسبة 5,5%.

تشير هذه النتائج إلى أن كل جنس اتبع المجال الذي يلبي حاجاته ويخدم رغباته.

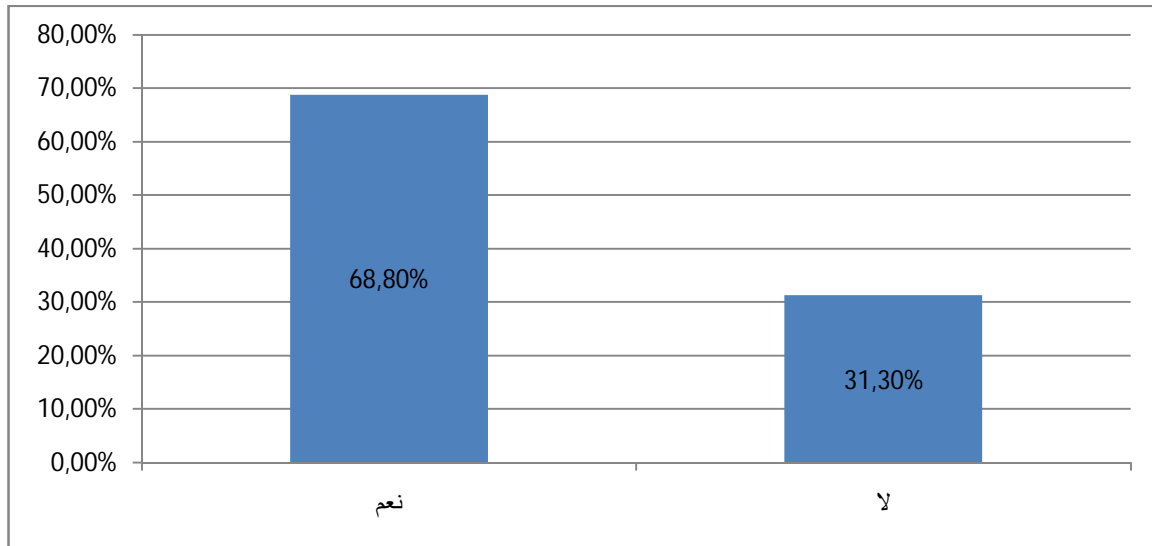
وبتطبيق كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية بين المجالات التي يفضلها الشباب الجامعي الجزائري عند استخدامه لتطبيق تيك توك، وجدنا أن كا² المحسوبة تساوي (43,375) وهي أكبر من كا² الجدولية (19,675) تحت درجة حرية (4) ومستوى الدلالة (0,05)، وبالتالي نستنتج أنه توجد فروق جوهرية بين المجالات التي يفضلها أفراد العينة عند استخدامهم لتطبيق تيك توك.

الجدول رقم (12): من يمتلكون حسابا على تيك توك

النسبة المئوية %	تكرار	أنثى		ذكر		الجنس
		%	ك	%	ك	
68,8%	55	65,9%	29	72,2%	26	نعم
31,3%	25	34%	15	27,7%	10	لا
100%	80	100%	44	100%	36	المجموع
كا ² الجدولية 21,026			كا ² المحسوبة ^c 11,250			
مستوى الدلالة 0,05			درجة الحرية 1			

يمكن توضيح الجدول أعلاه من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (12): من يمتلكون حسابا على تيك توك



يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب من يمتلكون حسابا على تيك توك من أفراد العينة فنجد أن أغلبية أفراد العينة أجابوا بنعم أي أن لديهم حسابا على تطبيق تيك توك وقدرت بنسبة 68,8% ثم يليه من أجابوا بـ"لا" أي الذين ليس لديهم تطبيق بنسبة 31,3%.

من خلال الجدول يما يخص متغير الجنس نجد أن أغلبية الذكور لديهم حساب على تيك توك بنسبة قدرت بـ72,2%، في المقابل الإناث بنسبة 65,9% وذلك راجع إلى الرغبة الشخصية لكل فرد وما يتناسب مع مبادئه.

ونجد أغلبية الإناث أجابوا بـ "لا" أي ليس لديهم حساب بنسبة 34% في المقابل الذكور بنسبة 27,7%.

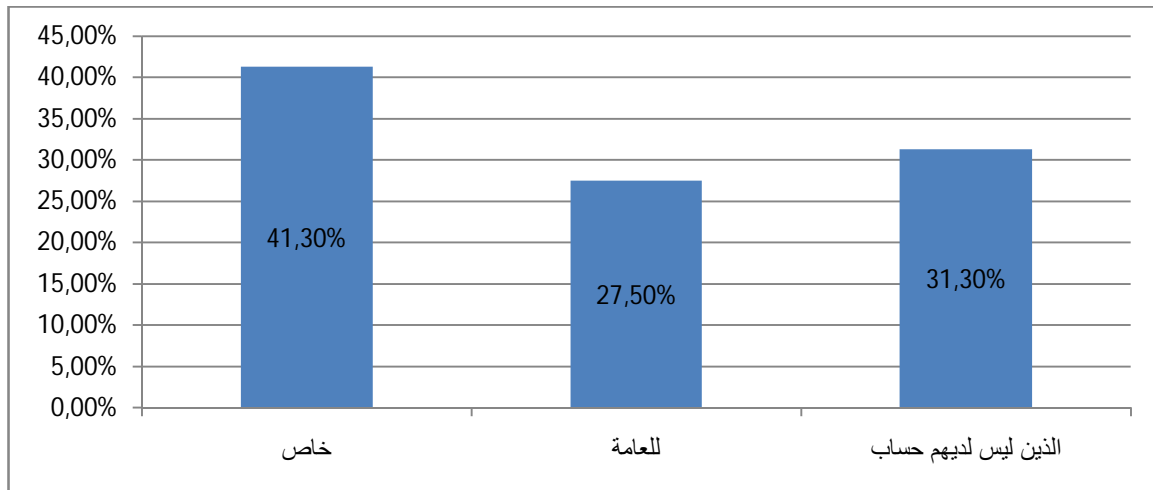
وبتطبيق كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية بين من يمتلكون حسابا على تطبيق تيك توك ومن لا يمتلكون حسابا، نجد أن كا² الجدولية تساوي (21,026) وهي أكبر من كا² المحسوبة (11,250) تحت درجة حرية (1) عند مستوى الدلالة (0,05)، وبالتالي نستنتج أنه لا توجد فروق جوهرية بين من يمتلكون حساب على تيك توك ومن لا يمتلكون حسابا لأفراد العينة.

الجدول رقم (13): طبيعة الحساب على تيك توك

النسبة المئوية %	تكرار	أنثى		ذكر		الجنس
		%	ك	%	ك	
41,3%	33	40,9%	18	41,6%	15	خاص
27,5%	22	25%	11	30,5%	11	للعامه
31,3%	25	34%	15	27,7%	10	الذين ليس لديهم حساب
100%	80	100%	44	100%	36	المجموع
كا ² الجدولية 22,362			كا ² المحسوبة 2,200 ^d			
مستوى الدلالة 0,05			درجة الحرية 1			

يمكن توضيح الجدول أعلاه من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (13): طبيعة الحساب على تيك توك



يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب طبيعة حساب تيك توك لأفراد العينة حيث نلاحظ أن من لديهم حساب خاص من تحصلوا على أعلى نسبة قدرت بـ 41,3% ثم يليه من لديهم حساب لعامة بنسبة 27,5%، أما نسبة 31,3% تمثل أفراد العينة الذين لا يمتلكون حساب على تطبيق تيك توك.

من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس نجد أن الذكور تحصلوا على أعلى نسبة في طبيعة الحساب الخاص بنسبة 46,6% في المقابل الإناث بنسبة 40,9%، ثم يليه طبيعة الحساب العام نجد أن الذكور أيضا هم من تحصلوا على أكبر نسبة قدرت بـ 30,5% في المقابل الإناث بنسبة 25% والنسبة المتبقية 31,3% تمثل أفراد العينة الذين لا يمتلكون حساب على تطبيق تيك توك.

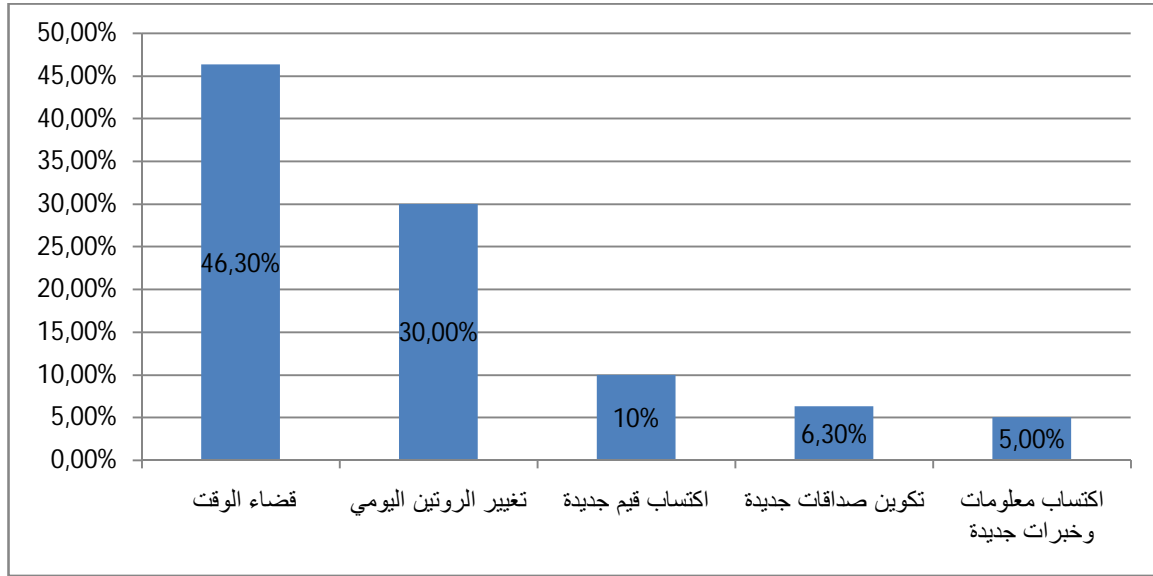
وبتطبيق كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية بين طبيعة حساب كل فرد من العينة على تطبيق تيك توك، وجدنا أن كا² الجدولية تساوي (22,362) أكبر من كا² المحسوبة (2,200) تحت درجة حرية (1) ومستوى الدلالة (0,05)، وبالتالي نستنتج أنه لا توجد فروق جوهرية بين طبيعة حساب كل فرد من أفراد العينة على تطبيق تيك توك.

الجدول رقم (14): فيما ساعد تطبيق تيك توك الشباب الجامعي الجزائري

النسبة المئوية %	تكرار	أنثى		ذكر		الجنس
		%	ك	%	ك	
46,3%	37	97,7%	21	44,4%	16	قضاء الوقت
30,0%	24	2,2%	12	33,3%	12	تغيير الروتين اليومي
10%	10	15,9%	7	8,3%	3	اكتساب قيم جديدة
6,3%	5	4,5%	2	8,3%	3	تكوين صداقات جديدة
5,0%	4	4,5%	2	5,5%	2	اكتساب معلومات وخبرات جديدة
100%	80	100%	44	100%	36	المجموع
		كا ² الجدولية 23,685		كا ² المحسوبة 50,375 ^b		
		مستوى الدلالة 0,05		درجة الحرية 4		

يمكن توضيح الجدول أعلاه من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (14): فيما ساعد تطبيق تيك توك الشباب الجامعي الجزائري



يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب رأي كل فرد من العينة فيما يساعده تطبيق تيك توك، حيث نلاحظ أنه يساعدهم أكثر في قضاء الوقت حيث تحصل على أكبر نسبة قدرت بـ 46,3% و يليه تغيير الروتين اليومي بنسبة 30% ثم نجد اكتساب قيم جديدة بنسبة 10% ثم تليه تكوين صداقات جديدة بنسبة 6,3% وأخيرا حصلت اكتساب معلومات وخبرات جديدة على أصغر نسبة قدرت بـ 5%.

من خلال الجدول فيما يخص الجنس نجد أن أغلبية الإناث يساعدهم تيك توك في قضاء الوقت، حيث حصلوا على أعلى نسبة قدرت بـ 47,7% وفي المقابل الذكور بنسبة 44,4% ثم يليه تغيير الروتين اليومي والذي تحصل فيه الذكور على أعلى نسبة قدرت بـ 33,3% في المقابل الإناث بنسبة 27,2%، ونجد الإناث حصلن على أعلى نسبة في اكتساب قيم جديدة قدرت بـ 15,9% وفي المقابل الذكور بنسبة 8,3%، ثم يليه تكوين صداقات جديدة، حيث تحصل فيها الذكور على أعلى نسبة مقارنة بالإناث بنسبة 8,3% وفي المقابل الإناث بنسبة 4,5%، وفي الأخير نجد اكتساب معلومات وخبرات جديدة تحصل فيها الذكور على أعلى نسبة قدرت بـ 5,5% في المقابل الإناث بنسبة 4,5%.

وتشير هذه النتائج أن تطبيق تيك توك ساعد الذكور بشكل كبير في قضاء الوقت، تغيير الروتين اليومي بالإضافة إلى تكوين صداقات جديدة واكتساب معلومتا جديدة.

وبتطبيق كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية بين رأي كل فرد من العينة فيما ساعده تطبيق تيك توك، وجدنا أن كا² المحسوبة تساوي (50,375) أكبر من كا² الجدولية (23,685) تحت درجة حرية

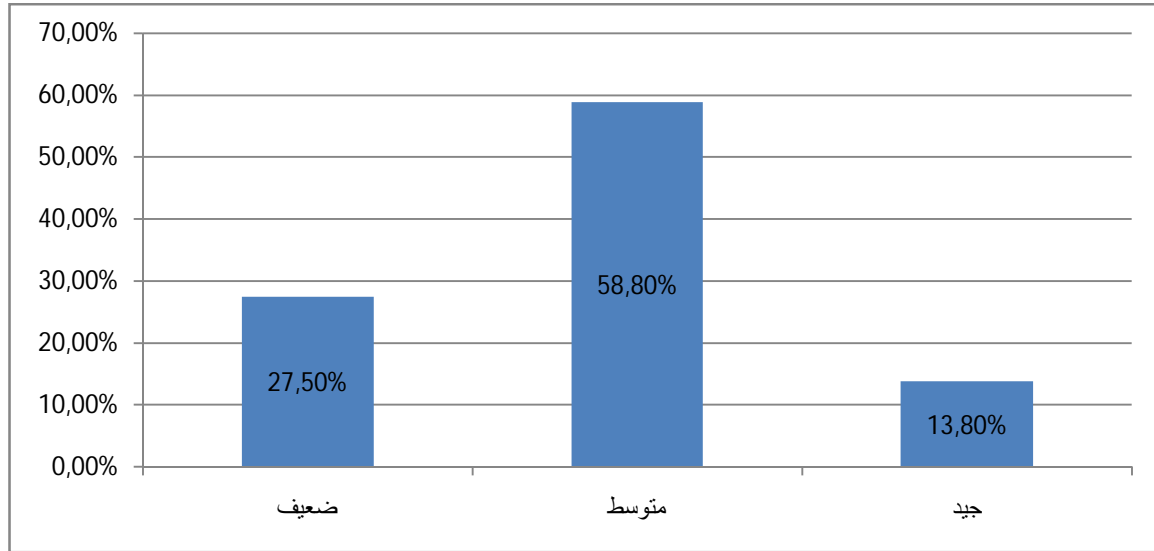
(4) ومستوى الدلالة (0,05)، وبالتالي نستنتج أنه توجد فروق جوهرية بين رأي كل فرد عينة فيما ساعده تطبيق تيك توك.

الجدول رقم (15): درجة الاستفادة من المعلومات المتحصل عليها من تطبيق تيك توك

النسبة المئوية %	تكرار	أنثى		ذكر		الجنس
		%	ك	%	ك	
27,5%	22	27,2%	12	27,7%	10	ضعيف
58,8%	47	59%	26	58,3%	21	متوسط
13,8%	11	13,6%	6	13,8%	5	جيد
100%	80	100%	44	100%	36	المجموع
كا ² الجدولية 24,996			كا ² المحسوبة ^a 25,525			
مستوى الدلالة 0,05			درجة الحرية 2			

يمكن توضيح الجدول أعلاه من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (15): درجة الاستفادة من المعلومات المتحصل عليها من تطبيق تيك توك



يمثل الجدول أعلاه توزيع العين حسب مدى الاستفادة من المعلومات المتحصل عليها من تطبيق تيك توك من قبل مفردات العينة، حيث نلاحظ أن أعلى نسبة كانت لمتوسط قدرت بـ 58,8% وتليها ضعيف بنسبة 27,5% وأدنى نسبة لجيد قدرت بـ 13,8%.

من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس نلاحظ أن درجة الاستفادة من المعلومات المتحصل عليها من تطبيق تيك توك من قبل أفراد العينة منحصر بين ثلاث اختيارات ضعيف، متوسط، جيد. حيث نجد أن الإناث تحصلوا على أعلى نسبة في درجة استفادتهم بشكل متوسط قدرت بـ 59% في المقابل الذكور بنسبة 58,3%، ثم تليها ضعيف وتحصل فيها كلا الجنسين على نسبتي مقاربتين جدا قدرت بـ 27,7% للذكور و 27,2% للإناث، وفي الأخير نجد أيضا أن كلا الجنسين تحصل على نفس النسب في درجة جيد قدرت بـ 13,8% للذكور و 13,6% للإناث.

وبتطبيق كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية درجة الاستفادة من المعلومات المتحصل عليها من تطبيق تيك توك من قبل مفردات العينة، وجدنا أن كا² المحسوبة تساوي (25,525) وهي أكبر من كا² الجدولية (24,996) تحت درجة حرية (2) عند مستوى الدلالة (0,05)، وبالتالي نستنتج أنه توجد فروق جوهرية بين درجة الاستفادة لأفراد العينة في تصفحهم لتطبيق تيك توك.

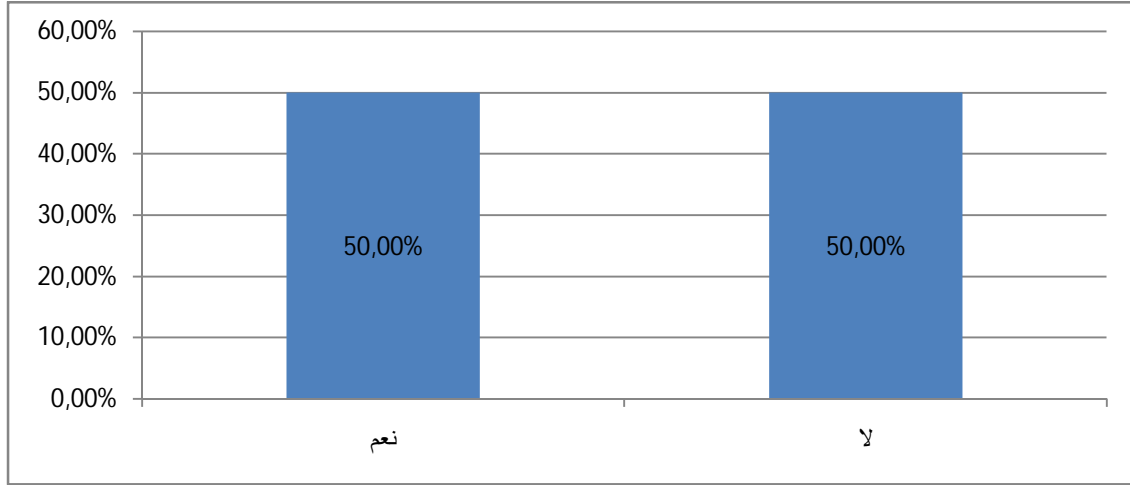
///1-4 آثار تطبيق تيك توك على قيم الشباب الجامعي

الجدول رقم (16): تماشي السلوكيات المكتسبة من مضامين تطبيق تيك توك مع قيم مجتمع أفراد العينة

النسبة النسبية %	تكرار	أنثى		ذكر		الجنس
		%	ك	%	ك	
50,0%	40	54,5%	24	44,4%	16	نعم
50,0%	40	45,4%	20	55,5%	20	لا
100%	80	100%	44	100%	36	المجموع
كا ² الجدولية 26,296 مستوى الدلالة 0,05						كا ² المحسوبة 0,000 ^c درجة الحرية 1

يمكن توضيح الجدول أعلاه من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (16): تماشي السلوكيات المكتسبة من مضامين تطبيق تيك توك مع قيم مجتمع أفراد العينة



يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب تماشي السلوكيات المكتسبة من مضامين تطبيق تيك توك مع قيم مجتمع أفراد العينة، حيث نلاحظ أن كلا الاختيارين تحصلا على نفس النسبة، حيث أن نعم تحصلت على 50% و لا على 50%.

من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس نلاحظ أن أغلبية الإناث أجبن بـ "نعم" بنسبة 54,5% أي السلوكيات المكتسبة تماشت مع قيم مجتمعهم في المقابل الذكور أجابوا بنسبة 44,4%، ثم نجد أن أغلبية الذكور أجابوا بلا بنسبة 55,5% أي أن السلوكيات المكتسبة لا تتماشى مع قيم مجتمعهم وفي المقابل الإناث بنسبة 45,4%.

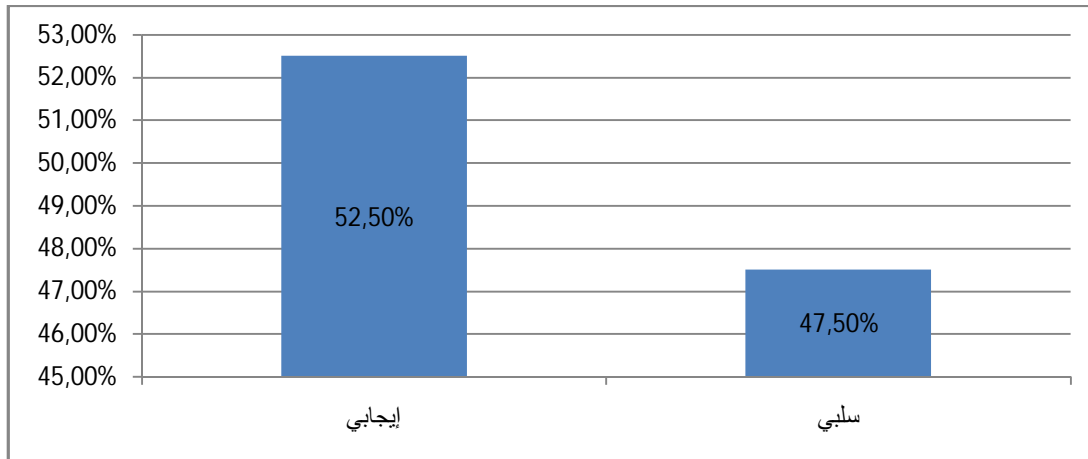
ويتطبيق كآ² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية بين تماشي السلوكيات المكتسبة من مضامين تطبيق تيك توك مع قيم مجتمع أفراد العينة وعدم تماشيها، وجدنا أن كآ² الجدولية تساوي (26,296) أكبر من كآ² المحسوبة (0,000) تحت درجة حرية (1) ومستوى الدلالة (0,05)، وبالتالي نستنتج أنه لا توجد فروق جوهرية بين تماشي السلوكيات المكتسبة وعدم تماشيها مع قيم مجتمع أفراد العينة.

الجدول رقم (17): تأثير محتوى تطبيق تيك توك على قيم أفراد العينة

النسبة المئوية %	تكرار	أنثى		ذكر		الجنس
		%	ك	%	ك	
52,5%	42	54,5%	24	45%	18	إيجابي
47,5%	38	40,9%	18	55%	20	سلبي
100%	80	100%	44	100%	36	المجموع
كا ² الجدولية 27,587			كا ² المحسوبة ^c 0,200			
مستوى الدلالة 0,05			درجة الحرية 1			

يمكن توضيح الجدول أعلاه من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (17): تأثير محتوى تطبيق تيك توك على قيم أفراد العينة



يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب شكل تأثير محتوى تطبيق التيك توك على قيم أفراد العينة، حيث نلاحظ أن أعلى نسبة تحصل عليها: إيجابي: قدرت بـ 52,5% ثم تليها "سلبي" بنسبة 47,5%.

من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس نلاحظ أن أغلبية الإناث أثر عليهم محتوى تطبيق تيك توك بشكل إيجابي بنسبة 54,5%، وفي المقابل الذكور بنسبة 45%، ونجد أن أغلبية الذكور أثر عليهم بشكل سلبي بنسبة 55%، وفي المقابل الإناث بنسبة 40,9%. وهذا راجع للفترة الزمنية التي يقضيها الذكور في تصفحهم لتطبيق تيك توك مقارنة بالإناث إضافة لعدم وجود قيود تمنعهم من تصفح بعض المحتويات المعارضة لقيمهم.

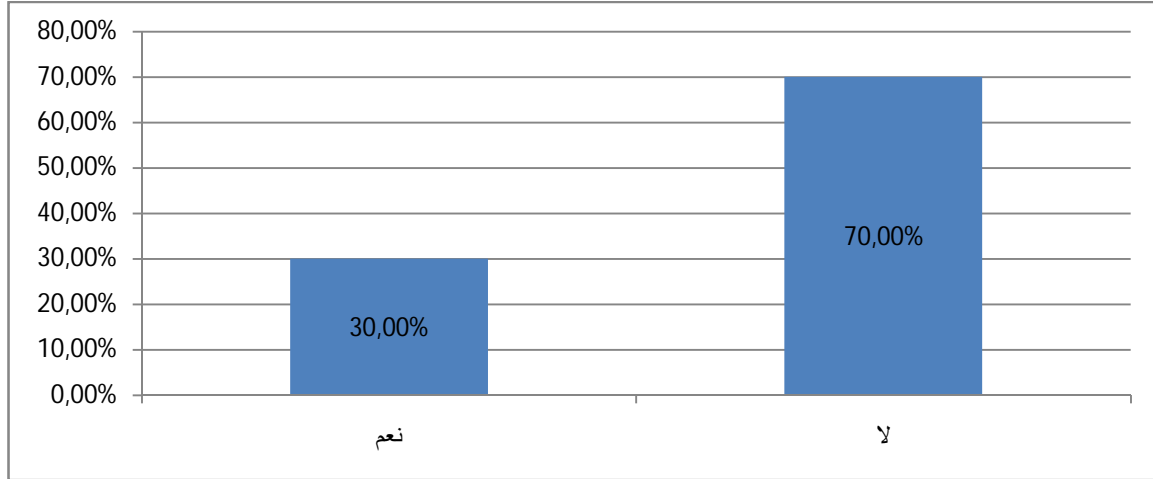
وبتطبيق كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية بين شكل تأثير محتوى تطبيق تيك توك على قيم أفراد العينة، وجدنا أن كا² الجدولية تساوي (27,587) أكبر من كا² المحسوبة (0,200) تحت درجة حرية (1) عند مستوى الدلالة (0,05)، وبالتالي نستنتج أنه لا توجد فروق بين شكل تأثير محتوى تطبيق تيك توك على قيم أفراد العينة.

الجدول رقم (18): تأثير مضامين تطبيق تيك توك على القيم الدينية لأفراد العينة

النسبة المئوية %	تكرار	أنثى		ذكر		الجنس
		%	ك	%	ك	
	24	%25	11	%36,1	13	نعم
	56	%75	33	%63,8	23	لا
%100	80	%100	44	%100	36	المجموع
كا ² الجدولية 28,869			كا ² المحسوبة 12,800 ^c			
مستوى الدلالة 0,05			درجة الحرية 1			

يمكن توضيح الجدول أعلاه من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (18): تأثير مضامين تطبيق تيك توك على القيم الدينية لأفراد العينة



يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب تأثير مضامين تطبيق تيك توك على القيم الدينية لأفراد العينة، حيث نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة أجابوا بـ "لا" بنسبة 70% أي لم يؤثر على قيمهم الدينية ثم يليها 30% لمن أجابوا بنعم أي أثرت مضامين تطبيق تيك توك على قيمهم الدينية.

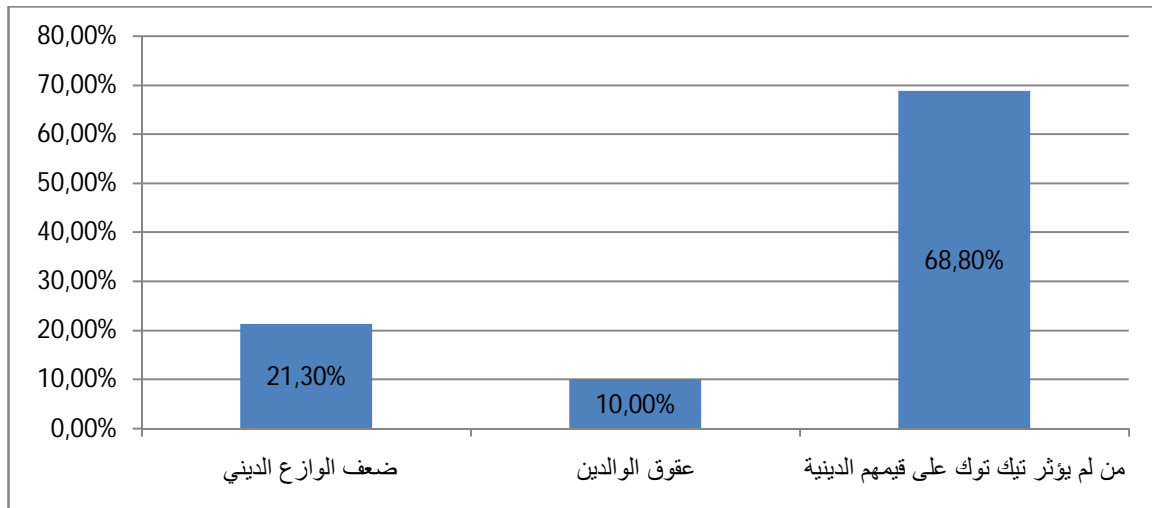
من خلال ما يخص متغير الجنس نلاحظ أن أغلبية الإناث أجابوا بـ"لا" بنسبة 75% أي لا تؤثر مضامين تطبيق تيك توك على قيمهم الدينية، في المقابل الذكور بنسبة 63,8% ونجد أن أغلبية الذكور أثرت مضامين تيك توك في قيمهم الدينية أي أجابوا بـ"لا" بنسبة 36,1% في المقابل الإناث بنسبة 25%.
وبتطبيق كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية بين تأثير وعدم تأثير مضامين تيك توك على القيم الدينية لأفراد العينة، وجدنا أن كا² المحسوبة تساوي (12,800) وهي أكبر من كا² الجدولية (28,869) تحت درجة حرية (1) عند مستوى الدلالة (0,05)، وعليه نستنتج أنه لا توجد فروق جوهرية بين تأثير وعدم تأثير مضامين تيك توك على القيم الدينية لأفراد العينة.

الجدول رقم (19): تأثيرات مضامين تطبيق تيك توك على القيم الدينية لأفراد العينة

النسبة المئوية %	تكرار	أنثى		ذكر		الجنس
		%	ك	%	ك	
	17	18,1%	8	25%	9	ضعف الوازع الديني
	8	9%	4	11,1%	4	عقوق الوالدين
	55	72,7	32	63,8%	23	من لم يؤثر تيك توك على قيمهم الدينية
100%	80	100%	44	100%	36	المجموع
كا ² الجدولية 30,144 مستوى الدلالة 0,05						كا ² المحسوبة 3,240 ^e درجة الحرية 1

يمكن توضيح الجدول أعلاه من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (19): تأثيرات مضامين تطبيق تيك توك على القيم الدينية لأفراد العينة



يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب قيم مثلت تأثيرات مضامين تطبيق تيك توك على القيم الدينية لأفراد العينة، حيث نلاحظ أن أعلى نسبة تحصل عليها من أثرت بضعف الوازع الديني لديهم بنسبة 21,3% وتليها عقوق الوالدين بنسبة 10% والنسبة 68,8% متعلقة بأفراد العينة الذين لم تؤثر في قيمهم الدينية مضامين تطبيق تيك توك.

من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس نلاحظ أن أغلبية الذكور أثرت في ضعف وازعهم الديني بنسبة قدرت بـ 25% في المقابل الإناث بنسبة 18,1%، ونجد أيضا أن الذكور هم من تحصلوا على أعلى نسبة في عقوق الوالدين بنسبة 11,1% في المقابل الإناث بنسبة 9%، وهذا راجع إلى أن أغلبية الذكور تأثروا بشكل سلبي من مضامين تطبيق تيك توك على عكس الإناث.

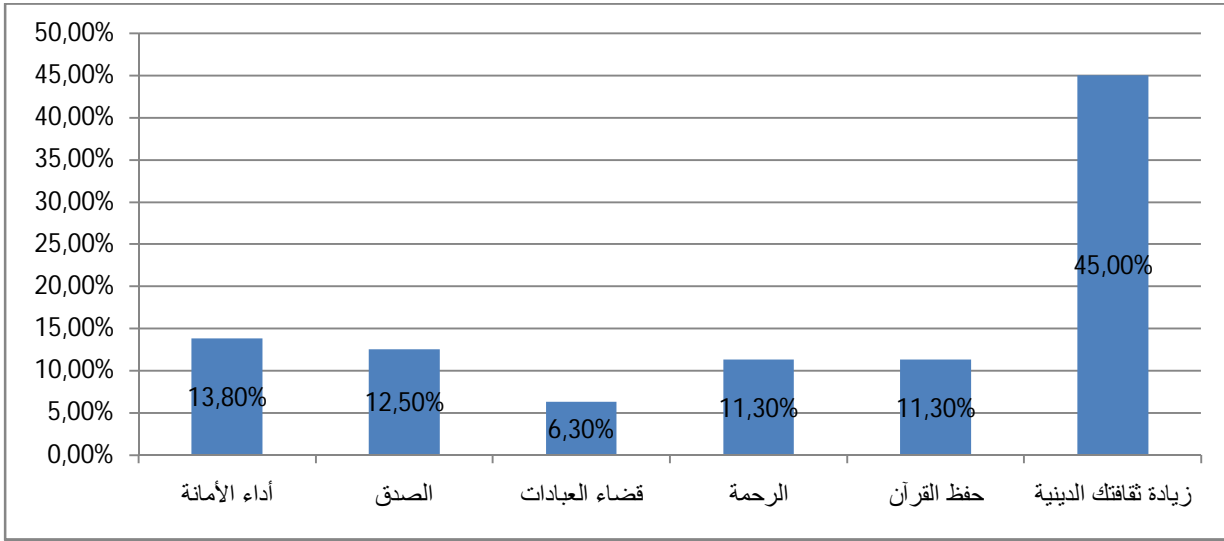
وبتطبيق كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية بين التأثيرات التي طرأت على القيم الدينية لأفراد العينة بشكل سلبي، وجدنا أن كا² المحسوبة تساوي (3,240) أصغر من كا² الجدولية (30,144) تحت درجة حرية (1) عند مستوى الدلالة (0,05)، وعليه نستنتج أنه لا توجد فروق جوهرية بين التأثيرات التي طرأت على القيم الدينية لأفراد العينة.

الجدول رقم (20): القيم الدينية المكتسبة من خلال تصفح تطبيق تيك توك

النسبة المئوية%	تكرار	أنثى		ذكر		الجنس
		%	ك	%	ك	
13,8%	11	13,6%	6	13,8%	5	أداء الأمانة
12,5%	10	9%	4	16,6%	6	الصدق
6,3%	5	9%	4	2,7%	1	قضاء العبادات
11,3%	9	13,6%	6	8,3%	3	الرحمة
11,3%	9	9%	4	13,8%	5	حفظ القرآن
45,0%	36	45,4%	20	44,4%	16	زيادة ثقافتك الدينية
100%	80	100%	44	100%	36	المجموع
كا ² الجدولية 31,410			كا ² المحسوبة ^b 47,800			
مستوى الدلالة 0,05			درجة الحرية 5			

يمكن توضيح الجدول أعلاه من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (20): القيم الدينية المكتسبة من خلال تصفح تطبيق تيك توك



يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب القيم الدينية المكتسبة من خلال تصفح تطبيق تيك توك لأفراد العينة، فنلاحظ أن أعلى نسبة تحصلت عليها "زيادة الثقافة الدينية" بنسبة 45% وتليها "أداء الأمانة" بنسبة 13,8% ثم تليها "الصدق" بنسبة 12,5% ونجد "الرحمة" و"حفظ القرآن" تحصلا على نفس النسبة التي قدرت بـ 11,3% وأخيرا أدنى نسبة قدرت بـ 6,3% "لقضاء العبادات".

من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس نلاحظ أن الإناث تحصلن على نسبة 45,4% في زيادة ثقافتهم الدينية في المقابل الذكور بنسبة 44,4%، ونجد أن كلا الجنسين تحصلا على نفس النسبة في "أداء الأمانة" قدرت بـ 13,8% للذكور و 13,6% للإناث، ونجد أن الذكور تحصلوا على أعلى نسبة في قيمة "الصدق" بنسبة 16,6% في مقابل ذلك الإناث بنسبة 9%، ثم يليها قيمة "الرحمة" والتي تحصلت فيها الإناث على أعلى نسبة قدرت بـ 13,6% في المقابل الذكور بنسبة 8,3%، وبالنسبة لحفظ القرآن تحصل الذكور على أعلى نسبة قدرت بـ 13,8% ويليهما الإناث بنسبة 9%، وأخيرا قضاء العبادات وتحصل الإناث فيها على أعلى نسبة قدرت بـ 9% في المقابل الذكور بنسبة 2,7%.

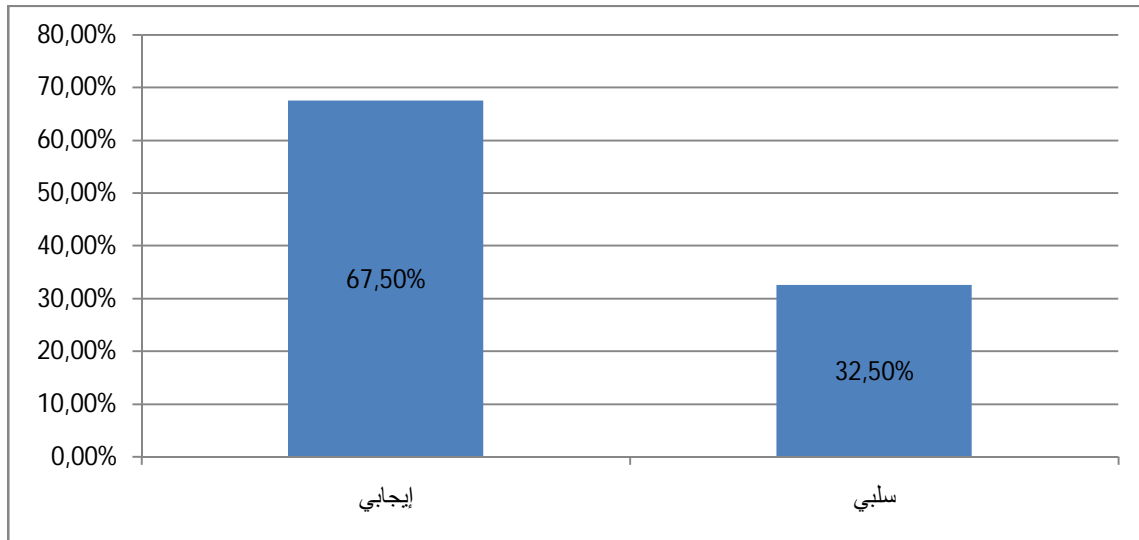
وبتطبيق كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية بين القيم الدينية المكتسبة من خلال الشباب تصفح تطبيق تيك توك لأفراد العينة، وجدنا أن كا² المحسوبة تساوي (47,800) وهي أكبر من كا² الجدولية (31,410) تحت درجة حرية (5) عند مستوى الدلالة (0,05)، وعليه نستنتج أنه توجد فروق جوهرية بين القيم الدينية المكتسبة لدى أفراد العينة من خلال تصفح تطبيق تيك توك.

الجدول رقم (21): تأثير محتوى تطبيق تيك توك على القيم الاجتماعية والأخلاقية لأفراد العينة

النسبة المئوية %	تكرار	أنثى		ذكر		الجنس
		%	ك	%	ك	
	54	%68,1	30	%66,6	24	إيجابي
	26	%31,8	14	%33,3	12	سلبي
%100	80	%100	44	%100	36	المجموع
كا ² الجدولية 32,671			كا ² المحسوبة ^c 9,800			
مستوى الدلالة 0,05			درجة الحرية 1			

يمكن توضيح الجدول أعلاه من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (21): تأثير محتوى تطبيق تيك توك على القيم الاجتماعية والأخلاقية لأفراد العينة



يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب شكل تأثير محتوى تطبيق تيك توك على القيم الاجتماعية والأخلاقية لأفراد العينة، فنلاحظ أن أعلى نسبة تحصل عليها بشكل "إيجابي" بنسبة 67,5% وبليها بشكل "سلبي" بنسبة 32,5%.

من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس نلاحظ أن أغلبية الإناث أثر في قيمهن الاجتماعية والأخلاقية بشكل إيجابي بنسبة 68,1% في المقابل الذكور بنسبة 66,6%، ونجد أن الذكور تحصلوا على أعلى نسبة في قيمة تأثر قيمهم الأخلاقية والاجتماعية بشكل سلبي بنسبة 33,3% في المقابل الإناث بنسبة 31,8%.

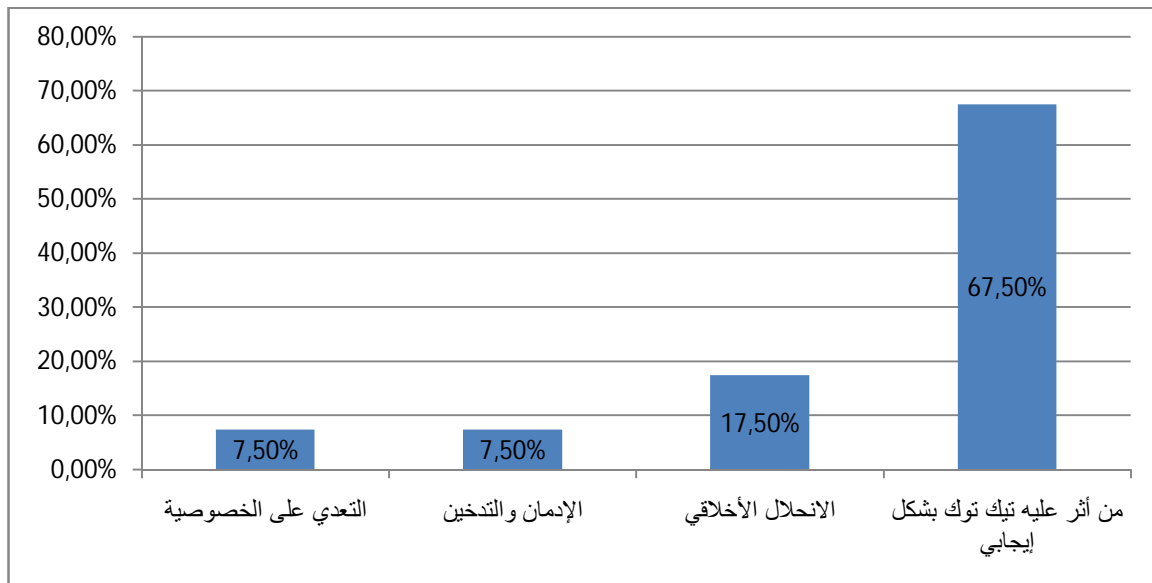
وبتطبيق كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية بين شكل تأثير محتوى تطبيق تيك توك على القيم الاجتماعية والأخلاقية لأفراد العينة، وجدنا أن كا² المحسوبة تساوي (9,800) أصغر من كا² الجدولية (32,671) تحت درجة حرية (1) عند مستوى الدلالة (0,05)، وعليه نستنتج أنه لا توجد فروق جوهرية بين شكل تأثير محتوى تطبيق تيك توك على القيم الاجتماعية والأخلاقية لأفراد العينة.

الجدول رقم (22): تأثير محتوى تطبيق تيك توك على القيم الاجتماعية والأخلاقية لأفراد العينة

النسبة المئوية %	التكرار	أنثى		ذكر		الجنس
		%	ك	%	ك	
7,5%	6	9%	4	5,5%	2	التعدي على الخصوصية
7,5%	6	6,8%	14	8,3%	3	الإدمان والتدخين
17,5%	14	15,9	7	19,4%	7	الانحلال الأخلاقي
67,5%	54	68,1	30	66,6%	24	من أثر عليه تيك توك بشكل إيجابي
100%	80	100%	44	100%	36	المجموع
كا ² الجدولية 33,924 مستوى الدلالة 0,05						كا ² المحسوبة 4,923 ^g درجة الحرية 2

يمكن توضيح الجدول أعلاه من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (22): تأثير محتوى تطبيق تيك توك على القيم الاجتماعية والأخلاقية لأفراد العينة



يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب ما إذا كانت إجابة أفراد العينة "بسلي" في شكل تأثير محتوى تطبيق تيك توم على قيمهم الاجتماعية والأخلاقية، حيث نلاحظ أن أعلى نسبة تحصل عليها "الانحلال الأخلاقي" بنسبة 17,5% ويليهما "الإدمان والتدخين" بنسبة 75% والنسبة المتبقية خاصة بمن أجابوا بـ"إيجابي".

من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس نلاحظ أن في الانحلال الأخلاقي تحصل الذكور على أعلى نسبة قدرت 19,4% في المقابل الإناث بنسبة 15,9%، ثم تليها التعدي على الخصوصية وتحصلت الإناث على أعلى نسبة قدرت بـ9% وفي المقابل الذكور بنسبة 5,5%، وأخيرا الإدمان والتدخين تحصل أغلبية الذكور على نسبة 8,3% في المقابل الإناث بنسبة 6,8% وهذا راجع لاستخدام الذكور لتطبيق تيك توم بشكل كبير على عكس الإناث.

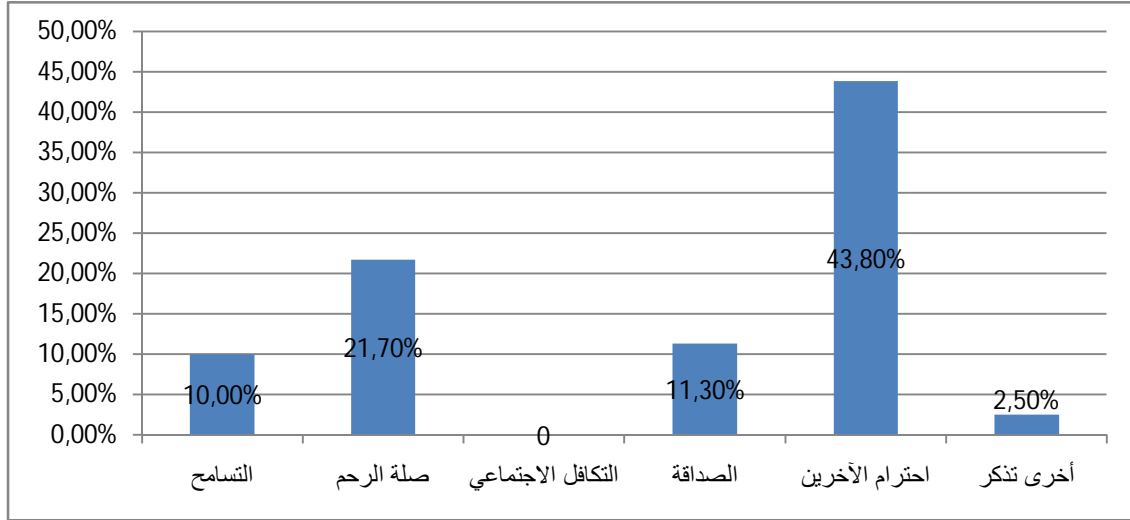
وبتطبيق كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية بين شكل تأثير محتوى تطبيق تيك توك على القيم الاجتماعية والأخلاقية لأفراد العينة، وجدنا أن كا² المحسوبة تساوي (9,800) أصغر من كا² الجدولية (32,671) تحت درجة حرية (1) عند مستوى الدلالة (0,05)، وعليه نستنتج أنه لا توجد فروق جوهرية بين شكل تأثير محتوى تطبيق تيك توك على القيم الاجتماعية والأخلاقية لأفراد العينة.

الجدول رقم (23): القيم الاجتماعية والأخلاقية المترجمة لدى أفراد العينة عند استخدامهم لتطبيق تيك توك

النسبة المئوية %	تكرار	أنثى		ذكر		الجنس
		%	ك	%	ك	
10,0%	8	13,6%	6	5,5%	2	التسامح
21,7%	17	22,7%	10	19,4%	7	صلة الرحم
11,3%	9	9%	4	13,8%	5	التكافل الاجتماعي
11,3%	9	11,3%	5	11,1%	4	الصدقة
43,8%	35	38,6%	17	50%	18	احترام الآخرين
2,5%	2	4,5%	2	0%	0	أخرى تذكر
100%	80	100%	44	100%	36	المجموع
كا ² الجدولية 35,172			كا ² المحسوبة 50,800 ^أ			
مستوى الدلالة 0,05			درجة الحرية 5			

يمكن توضيح الجدول أعلاه من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (23): القيم الاجتماعية والأخلاقية المتراجحة لدى أفراد العينة عند استخدامهم لتطبيق تيك توك



يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب القيم الاجتماعية والأخلاقية المتراجحة لدى أفراد العينة عند استخدامهم لتطبيق تيك توك، حيث نلاحظ أن أعلى نسبة تحصلت عليها "احترام الآخرين" التي قدر بـ 43,8% ثم تليها صلة الرحم بنسبة 21,3% ويأتي بعدها، "التكافل الاجتماعي" و"الصداقة" حيث تحصلنا على نفس النسبة قدرة بـ 11,3% ونجد التسامح بنسبة 10% وأخيرا تحصلنا أخرى تذكر على نسبة 2,5%.

من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس نلاحظ أن الذكور تحصلوا على أعلى نسبة في قيمة احترام الآخرين بنسبة 50% في المقابل الإناث بنسبة 38,6%، ونجد صلة الرحم في تراجع لدى الإناث بنسبة أعلى قدرت بـ 22,7% في المقابل الذكور بنسبة 19,4%، وتأتي بعدها قيمة التكافل الاجتماعي في تراجع لدى الذكور بنسبة 18,3% في المقابل الإناث بنسبة 9%، ونجد أيضا قيمة الصداقة لدى الذكور والإناث قد تحصلوا على نفس النسبة، الإناث بنسبة 11,3% في المقابل الذكور بنسبة 11,1%، وأخيرا نجد قيمة التسامح في تراجع كبير لدى الإناث بنسبة 13,6% في المقابل الذكور بنسبة 5,5%، وأخرى ذكرت عند الإناث تحصلت على نسبة 4,5% في المقابل الذكور بنسبة 0%.

وبتطبيق كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية بين القيم الاجتماعية والأخلاقية المتراجحة لدى مفردات العينة عند استخدامهم لتطبيق تيك توك وجدنا أن كا² المحسوبة تساوي (50,800) أكبر من كا²

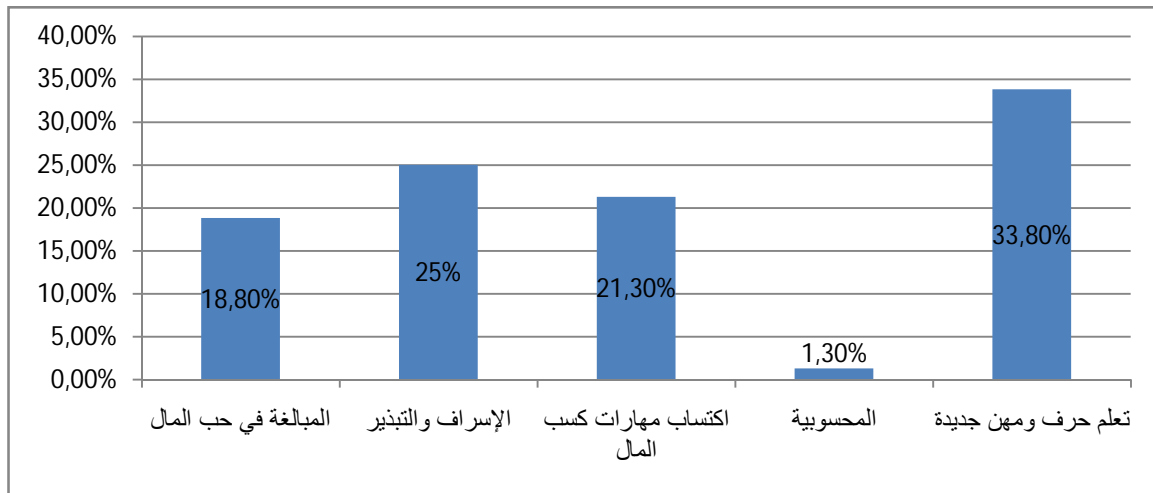
الجدولية (35,172) تحت درجة حرية (5) ومستوى الدلالة (0,05)، وعليه نستنتج أنه لا توجد فروق جوهرية.

الجدول رقم (24): تأثير محتوى تطبيق تيك توك على القيم الاقتصادية

النسبة المئوية %	تكرار	أنثى		ذكر		الجنس
		%	ك	%	ك	
18,8%	15	15,9%	7	22,2%	8	المبالغة في حب المال
25%	20	25%	11	25%	9	الإسراف والتبذير
21,3%	17	20,4%	9	22,2%	8	اكتساب مهارات كسب المال
1,3%	1	2,2%	1	0%	0	المحسوبية
33,8%	27	36,3%	16	3,5%	11	تعلم حرف ومهن جديدة
100%	80	100%	44	100%	36	المجموع
كا ² الجدولية 36,415			كا ² المحسوبية 22,750 ^b			
مستوى الدلالة 0,05			درجة الحرية 4			

يمكن توضيح الجدول أعلاه من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (24): تأثير محتوى تطبيق تيك توك على القيم الاقتصادية



يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب تأثير محتوى تطبيق تيك توك، على القيم الاقتصادية لأفراد العينة فلاحظ أن أعلى نسبة حصلت عليها تعلم حرف ومهن جديدة بنسبة قدرت بـ33,8% ثم تليها الإسراف والتبذير بنسبة 25% ثم اكتساب مهارات كسب المال بنسبة 21,3%، أما فيما يخص المبالغة

في حب المال فقد تحصلت على نسبة قدرت بـ 18,8%، وأخيرا المحسوبة تحصلت على أدنى نسبة قدرت بـ 1,3%

من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس نجد أن أغلبية الإناث في تعلم حرف ومهن جديدة تحصلوا على أعلى نسبة قدرت بـ 36,3% في المقابل الذكور بنسبة 3,6% ثم الإسراف والتبذير ونجد أن كلا الجنسين تحصلوا على نفس النسبة قدرت بـ 25%، أما فيما يخص اكتساب مهارات جديدة فنجد أن الذكور هم من تحصلوا على أعلى نسبة قدرت بـ 22,2% في المقابل الإناث بنسبة 20,4%، في المبالغة في حب المال فنجد الذكور تحصلوا على أعلى نسبة قدرت بـ 22,2% في المقابل الإناث بنسبة 15,3% وأخيرا المحسوبة حيث نلاحظ أن الإناث تحصلوا فيها أعلى نسبة قدرت بـ 2,2% في المقابل الذكور بـ 0%.

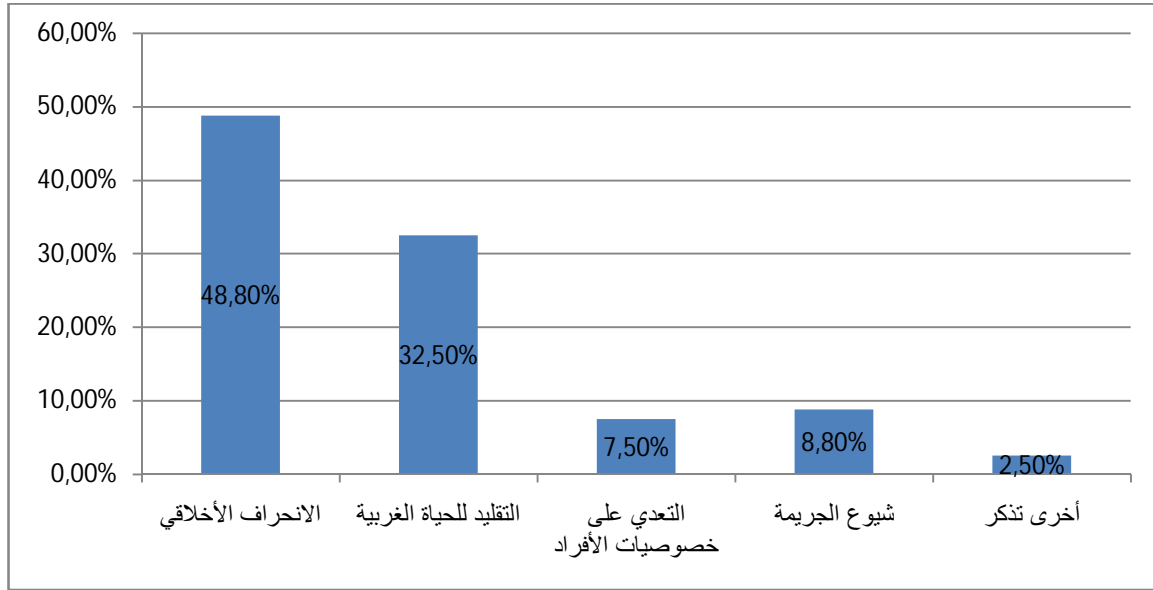
وبتطبيق كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية بين تأثير محتوى تطبيق تيك على القيم الاقتصادية، وجدنا أن كا² المحسوبة تساوي (22,750) وهي أصغر من كا² الجدولية (0,000) تحت درجة حرية (4) ومستوى الدلالة (0,05)، وعليه نستنتج أنه لا توجد فروق جوهرية بين تأثير محتوى تطبيق تيك توك على القيم الاقتصادية لأفراد العينة.

الجدول رقم (25): السلوكيات السلبية المنتشرة بكثرة في المجتمع من تطبيق تيك توك

النسبة المئوية %	تكرار	أنثى		ذكر		الجنس
		%	ك	%	ك	
48,8%	39	45,4%	20	52,7%	19	الانحراف الأخلاقي
32,5%	26	36,3%	16	27,7%	10	التقليد للحياة الغربية
7,5%	6	6,8%	3	8,3%	3	التعدي على خصوصيات الأفراد
8,8%	7	9%	4	8,3%	3	شروع الجريمة
2,5%	2	2,2%	1	2,7%	1	أخرى تذكر
100%	80	100%	44	100%	36	المجموع
كا ² الجدولية 37,652			كا ² المحسوبة ^b 62,875			
مستوى الدلالة 0,05			درجة الحرية 4			

يمكن توضيح الجدول أعلاه من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (25): السلوكيات السلبية المنتشرة بكثرة في المجتمع من تطبيق تيك توك



يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب العينة حسب السلوكيات السلبية التي انتشرت بكثرة في المجتمع عند استخدامهم لتطبيق تيك توك حيث نلاحظ أن أعلى نسبة تحصل عليها الانحراف الأخلاقي بنسبة 48,8% ويليهما التقليد الأعمى بنسبة 32,5%، ويأتي بعدها شيوخ الجريمة بنسبة 8,8% وتحصلت التعدي على الخصوصية على نسبة 7,5% وأخيرا أدنى نسبة قدرت ب 2,5% لأخرى ذكرت.

من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس نجد أن الذكور تحصلوا على أعلى نسبة قدرت ب 52,7% في المقابل الإناث بنسبة 45,4% ونجد أيضا أن أغلبية الإناث تحصلوا على أعلى نسبة في التقليد للحياة الغربية قدرت ب 36,3% أما الذكور فتحصلوا على نسبة 27,7%، ثم تليها شيوخ الجريمة والذي تحصلت فيه الإناث على أعلى نسبة قدرت ب 0% والذكور بنسبة 8,3%، ويأتي بعدها التعدي على الخصوصية وتحصل فيها الذكور على أعلى نسبة قدرت ب 8,3% والإناث بنسبة 6,8%، وأخيرا أخرى تذكر وتحصل فيها كلا الجنسين على نفس النسبة قدرت عند الذكور بنسبة 2,7% والإناث بنسبة 2,2%، وهذه النتائج تشير إلى انتشار السلوكيات السلبية في المجتمع من خلال استخدام تطبيق تيك توك.

وبتطبيق كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية بين السلوكيات السلبية التي انتشرت بكثرة في المجتمع عند استخدام تطبيق تيك توك، وجدنا أن كا² المحسوبة تساوي (62,875) أكبر من كا²

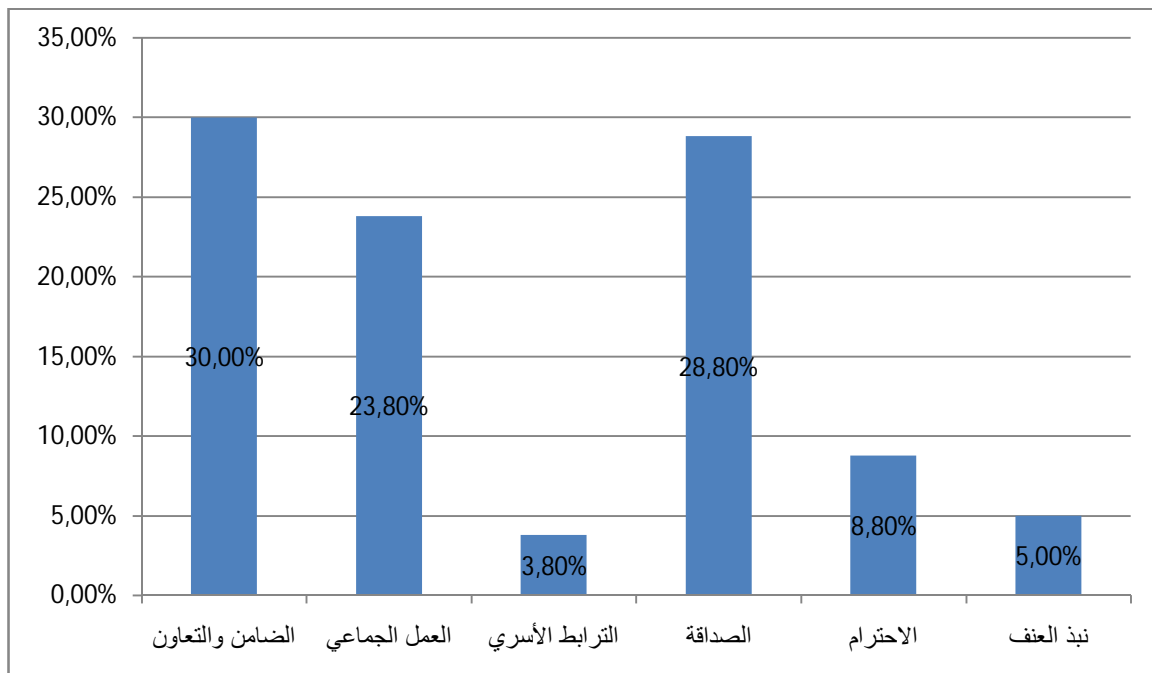
الجدولية (37,652) تحت درجة حرية (4) ومستوى الدلالة (0,05)، وعليه نستنتج أنه لا توجد فروق جوهرية.

الجدول رقم (26): القيم الإجتماعية والأخلاقية التي ساعد فيها تطبيق تيك توك

النسبة المئوية %	تكرار	أنثى		ذكر		الجنس
		%	ك	%	ك	
	24	%29,5	13	%30,5	11	الضامن والتعاون
	19	%25	11	%22,2	8	العمل الجماعي
	3	%4,5	2	%2,7	1	الترابط الأسري
	23	%27,2	12	%30,5	11	الصدقة
	7	%9	4	%8,3	3	الاحترام
	4	%4,5	2	%5,5	02	نبذ العنف
%100	80	%100	44	%100	36	المجموع
كا ² الجدولية 38,885			كا ² المحسوبة ^أ 35,500			
مستوى الدلالة 0,05			درجة الحرية 5			

يمكن توضيح الجدول أعلاه من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (26): القيم الإجتماعية والأخلاقية التي ساعد فيها تطبيق تيك توك



يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب القيم الاجتماعية والأخلاقية التي ساعد فيها تطبيق تيك توك أفراد العينة على فهمها واستيعابها بشكل أفضل حيث نلاحظ أن التضامن والتعاون تحصل على أعلى نسبة قدرت بـ 30% وتليها الصداقة بنسبة 28,8%، ثم العمل الجماعي بنسبة 23,8%، ثم الاحترام بنسبة 8,8%، ثم نبذ العنف بنسبة 5%، وأخيرا تحصل الترابط الأسري على أدنى نسبة قدرت بـ 3,8%.

من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس نجد أن الذكور تحصلوا على أعلى نسبة في التضامن والتعاون بنسبة قدرت بـ 30,5% في المقابل الإناث بنسبة 29,5% ونجد أن أغلبية الإناث تحصلوا على أعلى نسبة في العمل الجماعي بنسبة قدرت بـ 25% أما الذكور فتحصلوا على نسبة 22,2% ثم تليها الصداقة والتي تحصل فيها الذكور وعلى أعلى نسبة بـ 30,5% في المقابل الإناث 27,2% ويأتي بعدها الاحترام والذي تحصل فيها الإناث على أعلى نسبة قدرت بـ 9% في المقابل الذكور بنسبة قدرت بـ 8,3%، ثم نبذ العنف والذي تحصلنا عليها أعلى نسبة الذكور بنسبة 5,5% في المقابل الإناث بنسبة 4,5% وأخيرا الترابط الأسري والذي تحصل فيها على نسبة الإناث بنسبة قدرت بـ 4,5% في المقابل الذكور وبنسبة قدرت بـ 2,7%.

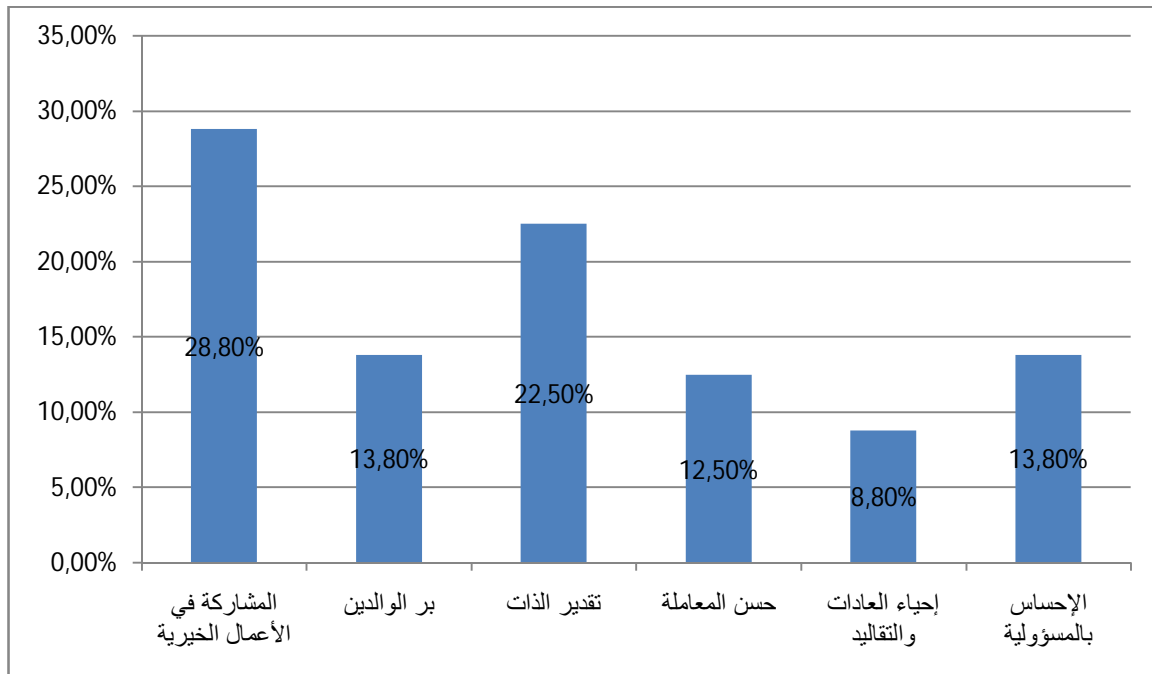
وبتطبيق كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية بين القيم الاجتماعية والأخلاقية التي تساعد فيها تطبيق تيك توك مع قيم مجتمع أفراد العينة على فهمها واستيعابها بشكل أفضل، وجدنا أن كا² الجدولية تساوي (38,885) أكبر من كا² المحسوبة (35,500) تحت درجة حرية (5) ومستوى الدلالة (0,05)، وعليه نستنتج أنه لا توجد فروق جوهرية.

الجدول رقم (27): السلوكيات التي تعززت من استخدام تطبيق تيك توك

النسبة المئوية %	تكرار	أنثى		ذكر		الجنس
		%	ك	%	ك	
28,8%	23	25%	11	33,3%	12	المشاركة في الأعمال الخيرية
13,8%	11	15,9%	7	11,1%	4	بر الوالدين
22,5%	18	25%	11	19,4%	7	تقدير الذات
12,5%	10	11,3%	5	19,4%	5	حسن المعاملة
8,8%	7	9%	4	8,3%	3	إحياء العادات والتقاليد
13,8%	11	13,6%	6	13,8%	5	الإحساس بالمسؤولية
100%	80	100%	44	100%	36	المجموع
كا ² الجدولية 40,113			كا ² المحسوبة ⁶ 13,300			
مستوى الدلالة 0,05			درجة الحرية 5			

يمكن توضيح الجدول أعلاه من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (27): السلوكيات التي تعززت من استخدام تطبيق تيك توك



يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب السلوكيات الإيجابية التي تعززت لدى أفراد العينة عند استخدام تطبيق تيك توك حيث نلاحظ أن أعلى نسبة تحصلت عليها المشاركة في الأعمال الخيرية بنسبة

28,8%، وتليها تقدير الذات بنسبة 22,5%، ثم تقدير الذات والإحساس بالمسؤولية تحصلوا على نفس النسبة والمقدرة بـ13,8% ثم حسن المعاملة بنسبة 12,5%، وأخيرا إحياء العادات والتقاليد بنسبة 8,8%.

من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس نلاحظ أن الذكور تحصلوا على أعلى نسبة في المشاركة في الأعمال الخيرية قدرت بـ39,3%، في المقابل تحصل الإناث على نسبة قدرت بـ25% وفي بر الوالدين نجد أن الإناث هن من تحصلن على أعلى نسبة قدرت بـ15,9%، أما الذكور فتحصلوا على نسبة قدرت بـ11,1%، وفيما يخص تقدير الذات نجد أيضا أن الإناث هن من تحصلن على أعلى نسبة قدرت بـ25% في المقابل الذكور بنسبة 19,4%، أما في حسن المعاملة فتحصل الذكور على أعلى نسبة قدرت بـ13,8% في المقابل الإناث بنسبة 11,3% ثم نجد في إحياء العادات والتقاليد أن الإناث هن من تحصلن على أعلى نسبة والمقدرة بـ9% في المقابل الذكور بـ8,3% وأخيرا في الإحساس بالمسؤولية نجد أن كلا الجنسين تحصلن تقريبا على نفس النسبة حيث نجد أن الذكور تحصلوا على نسبة قدرت بـ13,8%، والإناث بنسبة 13,6%.

وبتطبيق كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية بين السلوكيات الإيجابية التي تعززت لدى أفراد العينة عند استخدامهم تطبيق تيك توك، وجدنا أن كا² الجدولية تساوي (40,113) أكبر من كا² المحسوبة (13,300) تحت درجة حرية (5) عند مستوى الدلالة (0,05)، وعليه نستنتج أنه لا توجد فروق جوهرية بين السلوكيات الإيجابية التي تعززت لدى أفراد العينة عند استخدامهم تطبيق تيك توك.

2/// - النتائج العامة للدراسة:

استهدفت الدراسة التعرف على أثر محتوى تطبيق تيك توك على قيم الشباب الجامعي الجزائري، وقد أسفرت الدراسة عن النتائج التالية:

1- جاءت أولى النتائج من حيث عدد الطلبة أي متغير الجنس، حيث فاق عدد الإناث عدد الطلبة الذكور بنسبة 55% لإناث و45% للذكور، وهذا عائد إلى العدد الكبير للإناث في قسم الإعلام والاتصال.

2- أظهرت الدراسة أن الفئة العمرية الخاصة بسن من 20 إلى 25 سنة تحصلت على المرتبة الأولى في استخدام أفراد العينة لتطبيق تيك توك، حيث بلغت نسبتهم 71,3%.

- 3- يتوزع أفراد العينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بين السنوات بنسب متفاوتة والتي تحصل فيها طلبة ليسانس على أعلى نسبة قدرت بـ46,3%.
- 4- كشفت الدراسة أن طلبة علوم الإعلام والاتصال يستخدمون تطبيق تيك توك أحيانا، حيث يتصفح الطلبة الموقع بنسبة 52,5%، فتيك توك يلقي إقبالا متوسط من قبل الشباب الجامعي الجزائري.
- 5- أظهرت النتائج أن أغلبية طلبة علوم الإعلام والاتصال بدؤوا باستخدام تطبيق تيك توك منذ أقل من سنة بنسبة 47,5%، وذلك راجع لحدثة هذا التطبيق.
- 6- بينت الدراسة أن أغلبية طلبة علوم الإعلام والاتصال يتصفحون تطبيق تيك توك في أقل من ساعة بنسبة 63,8%.
- 7- حددت الدراسة أن الفترات المفضلة لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال في تصفحهم لتطبيق تيك توك غير محدد وذلك بنسبة 73,5%، كل حسب رغبته.
- 8- جاءت وسيلة الهاتف الذكي هو الوسيلة التي يفضلها طلبة علوم الإعلام والاتصال استخدامها أثناء تصفحهم لتطبيق تيك توك بنسبة 97,5% وهذا راجع لخصوصية الجهاز وسهولة حمله.
- 9- أكدت النتائج في هذه الدراسة أن أغلبية طلبة علوم الإعلام والاتصال يفضلون مشاهدة الفيديوهات فقط دون التفاعل معها، أو مشاركتها مع الآخرين بنسبة 56,3%.
- 10- توصلت الدراسة إلى أن دافع استخدام طلبة علوم الإعلام والاتصال هو دافع التسلية والترفيه بنسبة 45%.
- 11- أكدت الدراسة إلى أن المجالات المفضلة لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال عند استخدامهم تطبيق تيك توك هو مجال الرياضة بنسبة 46,3%.
- 12- كشفت الدراسة أن 68,8% من طلبة علوم الإعلام والاتصال يمتلكون حسابا على تطبيق تيك توك و41,3% منهم طبيعة حسابهم خاص.
- 13- أظهرت الدراسة أن تطبيق تيك توك ساعد أغلبية طلبة علوم الإعلام والاتصال في قضاء الوقت بنسبة 36,3%.
- 14- توصلت الدراسة إلى نتائج بينت أن درجة استفادة طلبة علوم الإعلام والاتصال من المعلومات المتحصل عليها من تطبيق تيك توك متوسطة بنسبة 58,8%.
- 15- بينت نتائج الدراسة أن 50% من طلبة علوم الإعلام والاتصال تماشت السلوكيات المكتسبة من مضامين تطبيق تيك توك مع قيم مجتمعهم و50% منهم لم تتماشى مع قيم مجتمعهم.

- 16- أكدت الدراسة أن أغلبية طلبة علوم الإعلام والاتصال أثر عليهم محتوى تطبيق تيك توك على قيمهم بشكل إيجابي بنسبة 52,5%.
- 17- توصلت الدراسة إلى أن 70% من طلبة علوم الإعلام والاتصال أثرت فيهم مضامين تطبيق تلك توك على قيمهم الدينية.
- 18- كشفت الدراسة أن طلبة علوم الإعلام والاتصال الذين أثرت فيهم مضامين تطبيق تيك توك على قيمهم الدينية أثرت بكثرة على ضعف وازعهم الديني بنسبة 21,3%.
- 19- أظهرت النتائج أن أغلبية طلبة علوم الإعلام والاتصال اكتسبوا قيم دينية من خلال تصفحهم لتطبيق تيك توك زادت من ثقافتهم الدينية بنسبة 45%.
- 20- أكدت الدراسة أن محتوى تطبيق تيك توك أثر على القيم الاجتماعية والأخلاقية لطلبة علوم الإعلام والاتصال بشكل إيجابي بنسبة 67,5%.
- 21- توصلت نتائج الدراسة أن احترام الآخرين من القيم الاجتماعية والأخلاقية المتراجعة لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال عند استخدامهم لتطبيق تيك توك بنسبة 43,8%.
- 22- بينت الدراسة أن محتوى تطبيق تيك توك أثر في القيم الاقتصادية لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال في تعلمهم حرف ومهن جديدة بنسبة 33,8%.
- 23- أكدت الدراسة أن الانحراف الأخلاقي من السلوكيات السلبية المنتشرة بكثرة في المجتمع من تطبيق تيك توك لدى أفراد العينة بنسبة 48,8%.
- 24- أظهرت النتائج أن تطبيق تيك توك ساعد طلبة علوم الإعلام والاتصال في التضامن والتعاون بنسبة 30%.
- 25- توصلت النتائج النهائية إلى أن المشاركة في الأعمال الخيرية من السلوكيات الإيجابية التي تعززت لدى أفراد العينة من استخدام تطبيق تيك توك.

الخاتمة

أصبح تيك توك في عصرنا هذا وسيلة هامة لدى الشباب الجامعي الجزائري لإبراز مواهبهم و أعمالهم و لقد لعب دورا كبيرا في حيات الأفراد و الجماعات , حيث وجدوا فيه متنفسا لهم في تلبية حاجياتهم المختلفة من تسلية و ترفيه و قضاء وقت الفراغ .

وقد سلطنا الضوء في دراستنا هذه على أثر محتوى تطبيق تيك توك على قيم الشباب الجامعي الجزائري, وذلك على عينة من طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى مستهدفين من خلالها الكشف عن الآثار الناجمة عن استخدام تطبيق تيك توك انطلاقا من مجموعة من التساؤلات المتمثلة في تأثير محتوى تطبيق تيك توك على قيم الشباب الجامعي الجزائري و الدوافع من وراء استخدام هذا التطبيق .

حيث أظهرت نتائج الدراسة أن الشباب الجامعي الجزائري لم يتأثر بشكل كبير بالمحتوى السلبي لتطبيق تيك توك أي أن أغلبيتهم تأثرو بشكل إيجابي , كما أن أغلبيتهم يستخدمون هذا التطبيق بدافع التسلية و ملاً وقت الفراغ .

وفي الختام لا يمكننا القول بأننا كشفنا عن كل الآثار الناجمة عن استخدام هذا التطبيق لدى الشباب الجامعي الجزائري بل حاولنا من خلال هذه الدراسة معرفة بعض جوانب هذا الاستخدام و ممهدين الطريق لباحثين آخرين لاكتشاف آثار أخرى جديدة .

قائمة المراجع

أ - الكتب:

- 1) ابن منظور، لسان العرب، دار الأبحاث للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
- 2) أحمد عارف العساف، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإدارية، ط 1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 3) جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن، محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم (رؤية تحليلية)، ط 1، الدار المنهجية، عمان، 2015.
- 4) حسان شمسي باشا، ماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق، ط 1، دار القلم، بيروت، 2020.
- 5) حسان شمسي باشا، ماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق، ط 1، دار القلم، بيروت، 2020.
- 6) حسن السوداني، محمد المنصور، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين، ط 1، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2016.
- 7) خليدة صديق، مناهج البحث في الإعلام الجديد، ط 1، دار الإعصار العلمي، عمان، 2016.
- 8) سعاد جبر سعيد، القيم العالمية وأثرها في السلوك الإنساني، عمان، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، 2008.
- 9) سعد سلمان المشهداني، فراس حمود لعبيدي، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، ط 1، دار أمجد، عمان، 2020.
- 10) سلاطينة بلقاسم، حسان الجيلالي، أسس البحث العلمي، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009.
- 11) سلوى السيد عبد القادر، الأنثروبولوجيا والقيم، ط 1، دار المعرفة، الإسكندرية، 2013.
- 12) سيد محمود الطواب، البحث العلمي (أسسه وأساليبه)، د.ط، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2015.

- 13) الشيخ ميثم الفرجي، مواقع التواصل الاجتماعي (نظرة فقهية، أخلاقية تربوية)، ط 1، دار المجد البيضاء، بيروت، 2014.
- 14) صالح محمد العساف، مدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، مكتبة العايبكان، الرياض، 1995.
- 15) عامر قنديلجي، إيمان السامرائي، البحث العلمي الكمي والنوعي، دار اليازوري العلمية، عمان، 2009.
- 16) عبد الخالق محمد عفيفي، الممارسة المهنية لطريقة تنظيم المجتمع موجّهات نظرية تطبيقات عملية، مصر، الكتب المصرية للنشر والتوزيع، 2007.
- 17) عبد الله بن أهنية، سعد هادي القحطاني، نظرية الاتصال والبحوث التطبيقية، د. ط، معهد الإدارة العامة، الرياض، 1999.
- 18) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط 1، دار أسامة، عمان، 2014.
- 19) عمار بوحوش، محمد محمود الذنيباتي، مناهج البحث العلمي، وطرق إعداد البحوث، ط 4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
- 20) عيسى بن حسن الأنصاري، من التعلم إلى العلم - تدريب وتوظيف الشباب -، دار الفارس، عمان، 2008.
- 21) فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، الجنادرية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 22) كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، د. ط، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020.
- 23) ماهر عودة الشمالي، محمود عزت اللحام، وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، عمان، دار الإعصار العلمي، ط 1، 2015.
- 24) محمد الفاتح حمدي، أزمة القيم ومشكلة الشباب في زمن البث الفضائي الغربي، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2017.
- 25) محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب للنشر، ط 1، مصر، 2007.
- 26) محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط 1، دار الإعصار العلمي، عمان.

- (27) محمد غزالي، لامية صابر، دراسات في الإعلام الجديد، عمان، دار الإعصار، ط1، 2016.
- (28) محمد فتحي الكردي، البحث العلمي نظريات - تطبيقات، ط1، مؤسسة عالم الرياضة للنشر ودار الوفاء، مصر، 2015.
- (29) منال هلال المزاهرة، بحوث الإعلام والاتصال " الأسس والمبادئ"، د.ط ، دار كنوز المعرفة العلمية، عمان، 2010.
- (30) نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1999.
- (31) نورهان منير حسن، القيم الاجتماعية والشباب، دار الفتح للتجليد الفني، الإسكندرية، 2008.

ب - المجلات والدوريات:

- (32) بلعل محمد، تأثير الإعلام الجديد على الأمن الفكري في الجزائر، مجلة الرائد، مركز الرائد، العاصمة، جوان 2013، العدد 01.
- (33) خالد صلاح، تيك توك هو مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي، مجلة اليوم السابع، مجلة منشورة، القاهرة،: 05 / 04 / 2022 <https://www.youm7.com>
- (34) كريس ستوكيل ووكر، تيك توك سيشكل مستقبل التكنولوجيا، مجلة الحرة، مجلة منشورة، ترجمات دبي:

<https://www.alhurra.com/tach/ 17-08-2021>

- (35) ماهر إسماعيل صبري، دراسات عربية في التربية وعلم النفس، مجلد 3، العدد 2، 2009.
- (36) مها محمد فتحي، تأثير تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع، المجلد 20، العدد 03، الجزء 01، سبتمبر 2021، ص 392.
- (37) وليد جمال، "الغارديان": تيك توك مستقبل التكنولوجيا، مجلة القبس، مجلة منشورة:

<https://www.alqabas.com / 17-08-2021>

ج - الرسائل الجامعية:

- (38) خنساء التومي، دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تخصص اتصال، جامعة محمد خيضر - بسكرة، الجزائر، 2017/2016.

د - المعاجم والقواميس:

- (39) تونس رشاد الدين، كامن في المعاني والكلام، القاموس الكامل عربي عربي، ط 1، دار الراتب الجامعية، بيروت، 2000.
- (40) علي بن هادية وآخرون، القاموس الجديد للطلاب معجم عربي مدرسي، ط 4، الشركة الوطنية للتوزيع، الجزائر، 1983.
- (41) محمد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادي، قاموس المحيط، ط 1، دار الكتب العلمية، بيروت، 2004.
- (42) محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
- (43) محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار المشرق الثقافي، عمان، 2016.
- (44) محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
- (45) مي عبد الله، عبد الكريم شلبي، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال المشروع العربي لتوحيد المصطلحات، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، لبنان، 2014.
- (46) هبة محمد عبد الحميد، معجم مصطلحات التربية وعلم النفس، ط 1، دار البداية، عمان، 2008.

هـ - المؤتمرات والندوات العلمية:

- (47) هشام رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الإعلام، د. ط، جامعة المنوفية، مصر.

و - مواقع الانترنت:

(48) <https://wikiforschool.com15/04/2022>.

(49) <https://www.arageek.com>

(50) <https://www.annajah.net>

(51) <https://futureae.com>

<https://www.noor.book.com> (52)

<https://www.noor.book.com> (53)

(54) القيم مفهومها، نشأتها، واكتسابها، نشر في 09 أكتوبر 2017، في: <https://educapdy.com>
تمت الزيارة في 9 مارس 2022.

<https://www.nmisr.com/vb/showthead.phpt-433236,15/03/2022>. (55)

(56) موسوعة أراجيك www.arageek.com تمت الزيارة بتاريخ 2022/03/29،

<https://futureae.com>, 29 -03 -2022 (57)

<https://ar.wikipedia.org/wiki/> . 2022/04/15 (58)

<https://www.rowadalaamal.com> /26-04-2022 (59)



فهرس

المحتويات

الصفحة	المحتوى
	بسملة
	شكر و تقدير
	الإهداء
	ملخص الدراسة
	ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية
أ - ب	مقدمة
I / إطار الدراسة و منهجيتها	
04	تمهيد
05	1/1 موضوع الدراسة و منهجيتها
05	تمهيد
06	1-1/1 موضوع الدراسة و إشكالياتها
06	2-1/1 الإشكالية و التساؤلات
07	3-1/1 أسباب اختيار الموضوع
08	4-1/1 أهمية الدراسة و أهدافها
08	5-1/1 تحديد مفاهيم الدراسة
15	6-1/1 الدراسات السابقة
29	2/1 منهجية الدراسة
29	1-2/1 مجالات الدراسة
29	2-2/1 منهجية الدراسة و أدواتها
31	3-2/1 مجتمع البحث و العينة
33	3/1 المقاربة النظرية المعتمدة في الدراسة
33	تمهيد
33	1-3/1 نشأة نظرية الغرس الثقافي و تطورها التاريخي
34	2-3/1 مفهوم نظرية الغرس الثقافي
34	3-3/1 متغيرات نظرية الغرس الثقافي
38	4-3/1 مفاهيم عملية الغرس الثقافي
39	5-3/1 خطوات تحليل الغرس الثقافي

40	6-3/1 فروض نظرية الغرس الثقافي
41	7-3/1 الانتقادات الموجهة لنظرية الغرس الثقافي
43	8-3/1 المقاربة النظرية للدراسة
II / مدخل إلى الشبكات الإجتماعية	
45	تمهيد
46	II / مدخل إلى الشبكات الإجتماعية
46	تمهيد
47	1/II ماهية الشبكات الاجتماعية
47	1-1/II نبذة تاريخية حول الشبكات الاجتماعية
48	2-1/II خصائص الشبكات الاجتماعية
50	3-1/II إيجابيات الشبكات الاجتماعية
52	4-1/II سلبيات الشبكات الاجتماعية
53	5-1/II أهم الشبكات الاجتماعية
56	2/II مدخل إلى تطبيق تيك توك TIK TOK
56	تمهيد
56	1-2/II نشأة تطبيق تيك توك TIK TOK
57	2-2/II خصائص تطبيق تيك توك TIK TOK
58	3-2/II إيجابيات تطبيق تيك توك TIK TOK
59	4-2/II سلبيات تطبيق تيك توك TIK TOK
61	5-2/II مستقبل تيك توك في ظل الشبكات الاجتماعية
64	3/II مدخل إلى القيم
64	تمهيد
65	1-3/II أنواع القيم
66	2-3/II خصائص القيم
69	3-3/II مكونات القيم
69	4-3/II تصنيفات القيم
III / عرض و تحليل نتائج الدراسة الميدانية	
72	1-III/1 تفرغ و تحليل بيانات الدراسة
72	1-III/1 البيانات الشخصية

74	2-1/III عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لتطبيق تيك توك TIK TOK
84	4-1/III دوافع استخدام الشباب الجامعي لتطبيق تيك توك TIK TOK
92	5-1/III آثار محتوى تطبيق تيك توك TIK TOK على قيم الشباب الجامعي
109	6-1/III النتائج العامة للدراسة
113	خاتمة
115	قائمة المراجع
121	فهرس المحتويات
125	فهرس الجداول
128	فهرس الأشكال
-	الملاحق
	ملخص الدراسة

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس .	72
02	يبين توزيع المبحوثين حسب متغير السن .	72
03	يبين توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي .	73
04	يبين مدى استخدام الشباب الجامعي لتطبيق تيك توك .	744
05	يبين منذ متى و الشباب الجامعي يستخدم تطبيق تيك توك .	76
06	يبين توزيع مفردات العينة حسب المدة الزمنية التي يقضونها أثناء استخدامهم لتطبيق تيك توك.	77
07	يبين الفترات المفضلة التي يتصفح فيها الشباب الجامعي لتطبيق تيك توك.	79
08	يبين الوسيلة المفضل استخدامها لدى الشباب الجامعي عند تصفح تطبيق تيك توك	80
09	يبين طبيعة تفاعل الشباب الجامعي الجزائري مع فيديوهات تطبيق تيك توك.	82
10	يبين دوافع استخدام الشباب الجامعي لتطبيق تيك توك .	84
11	يبين المجالات المفضلة لدى الشباب الجامعي عند استخدام تطبيق تيك توك .	85
12	يبين توزيع مفردات العينة حسب من يمتلكون حسابا على تطبيق تيك توك .	87
13	يبين توزيع مفردات العينة حسب طبيعة حسابهم على تطبيق تيك توك.	88
14	يبين توزيع أفراد العينة حسب فيما ساعدهم تطبيق تيك توك .	89
15	يبين درجة استفادة الشباب الجامعي من المعلومات المتحصل عليها من تطبيق تيك توك .	91
16	يبين توزيع مفردات العينة حسب تماشي السلوكيات المكتسبة من مضامين تطبيق تيك توك مع قيم مجتمعهم .	92
17	يبين توزيع مفردات العينة حسب شكل تأثير محتوى تطبيق تيك توك على قيمهم .	94
18	يبين توزيع مفردات العينة حسب تأثير مضامين تطبيق تيك توك على قيمهم الدينية	95

96	يبين توزيع مفردات العينة حسب فيما تمثلت تأثيرات مضامين تطبيق تيك توك على قيمهم الدينية .	19
97	يبين القيم الدينية المكتسبة لدى الشباب الجامعي من خلال تصفحهم لتطبيق تيك توك .	20
99	يبين كيفية تأثير محتوى تطبيق تيك توك على القيم الاجتماعية و الأخلاقية لمفردات العينة .	21
100	يبين توزيع مفردات العينة حسب شكل تأثير محتوى تطبيق تيك توك على قيمهم الاجتماعية و الأخلاقية.	22
101	يبين توزيع مفردات العينة حسب القيم الاجتماعية و الأخلاقية المتراجعة عند استخدامهم لتطبيق تيك توك.	23
103	يبين تأثير محتوى تطبيق تيك توك على القيم الاقتصادية لدى الشباب الجامعي.	24
104	يبين السلوكيات السلبية المنتشرة بكثرة في المجتمع من استخدام تطبيق تيك توك .	25
106	يبين توزيع مفردات العينة حسب القيم الاجتماعية و الأخلاقية التي ساعدتهم فيها تطبيق تيك توك.	26
108	يبين توزيع مفردات العينة حسب السلوكيات الإيجابية التي تعززت من استخدامهم لتطبيق تيك توك.	27

فهرس الأَشكال

الصفحة	عنوان الشكل
72	الشكل رقم 01: يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس .
73	الشكل رقم 02: يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير السن.
74	الشكل رقم 03: يمثل توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي.
75	الشكل رقم 04: يمثل مدى استخدام الشباب الجامعي لتطبيق تيك توك .
76	الشكل رقم 05: يمثل منذ متى و الشباب الجامعي يستخدم تطبيق تيك توك .
78	الشكل رقم 06: يمثل توزيع مفردات العينة حسب المدة الزمنية التي يقضونها أثناء استخدامهم لتطبيق تيك توك .
79	الشكل رقم 07: يمثل الفترات المفضلة التي يتصفح فيها الشباب الجامعي لتطبيق تيك توك .
81	الشكل رقم 08: يمثل الوسيلة المفضل استخدامها لدى الشباب الجامعي عند تصفح تطبيق تيك توك .
82	الشكل رقم 09: يمثل طبيعة تفاعل الشباب الجامعي الجزائري مع فيديوهات تطبيق تيك توك .
84	الشكل رقم 10: يمثل دوافع استخدام مفردات العينة لتطبيق تيك توك .
86	الشكل رقم 11: يمثل المجالات المفضلة لدى أفراد العينة عند استخدام تطبيق تيك توك .
87	الشكل رقم 12: يمثل تتوزيع مفردات العينة حسب من يمتلكون حسابا على تطبيق تيك توك .
88	الشكل رقم 13: يمثل توزيع مفردات العينة حسب طبيعة حسابهم على تطبيق تيك توك .
90	الشكل رقم 14: يمثل توزيع أفراد العينة حسب فيما ساعدهم تطبيق تيك توك .
91	الشكل رقم 15: يمثل درجة استفادة الشباب الجامعي من المعلومات المتحصل عليها من تطبيق تيك توك .
93	الشكل رقم 16: يمثل توزيع مفردات العينة حسب تماشي السلوكيات المكتسبة من مضامين تطبيق تيك توك مع قيم مجتمعهم .

94	الشكل رقم 17: يمثل توزيع مفردات العينة حسب شكل تأثير محتوى تطبيق تيك توك على قيمهم.
95	الشكل رقم 18: يمثل توزيع مفردات العينة حسب تأثير مضامين تطبيق تيك توك على قيمهم الدينية.
96	الشكل رقم 19: يمثل توزيع مفردات العينة حسب فيما تمثلت تأثيرات مضامين تطبيق تيك توك على قيمهم الدينية.
98	الشكل رقم 20: يمثل القيم الدينية المكتسبة لدى الشباب الجامعي من خلال تصفحهم لتطبيق تيك توك .
99	الشكل رقم 21: يمثل كيفية تأثير محتوى تطبيق تيك توك على القيم الاجتماعية و الأخلاقية لمفردات العينة .
100	الشكل رقم 22: يمثل توزيع مفردات العينة حسب شكل تأثير محتوى تطبيق تيك توك على قيمهم الاجتماعية و الأخلاقية.
102	الشكل رقم 23: يمثل توزيع مفردات العينة حسب القيم الاجتماعية و الأخلاقية المترجمة عند استخدامهم لتطبيق تيك توك.
103	الشكل رقم 24: يمثل تأثير محتوى تطبيق تيك توك على القيم الاقتصادية لدى الشباب الجامعي .
105	الشكل رقم 25: يمثل السلوكيات السلبية المنتشرة بكثرة في المجتمع من استخدام تطبيق تيك توك .
106	الشكل رقم 26: يمثل توزيع مفردات العينة حسب القيم الاجتماعية و الأخلاقية التي ساعدهم فيها تطبيق تيك توك .
108	الشكل رقم 27: يمثل توزيع مفردات العينة حسب السلوكيات الإيجابية التي تعززت من استخدامهم لتطبيق تيك توك.

قائمة الملاحق

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام و الاتصال

استمارة بعنوان:

أثر محتوى تطبيق تيك توك على قيم الشباب الجامعي الجزائري

دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام و الاتصال - بجامعة جيجل -

مذكرة لنيل متطلبات شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص : صحافة مطبوعة و الكترونية

تحت إشراف الأستاذة :

فيروز بوزيدة

إعداد الطالبات:

✓ كريمة العايب

✓ آسية بوالدين

✓ إيناس بن زغوية

✓ صورية العايب

أخي الطالب /أختي الطالبة :

في إطار إعداد مذكرة تخرج مكتملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال نرجوا منكم قراءة الاستبيان و الإجابة على أسئلته و ذلك بوضع إشارة (x) أمام الإجابة التي تتوافق مع وجهة نظركم , علما أن جميع المعلومات التي ستقدمونها مخصصة لغرض البحث العلمي فقط.

و لكم منا فائق الشكر و التقدير على تعاونكم معنا

السنة الجامعية : 2021 / 2022

المحور الأول : محور البيانات الشخصية

1- الجنس :

ذكر أنثى

2- السن :

أقل من 20 سنة من 20 إلى 25 سنة أكثر من 25 سنة

3- المستوى التعليمي :

ليسانس ماستر دكتوراه

المحور الثاني : عادات و أنماط استخدام الشباب الجامعي لتطبيق تيك توك

4- إلى أي مدى تستخدم تطبيق تيك توك ؟

دائما أحيانا نادرا

5- منذ متى و أنت تستخدم تيك توك؟

أقل من سنة من سنة إلى ثلاث سنوات أكثر من ثلاث سنوات

6- ما هي المدة التي تستغرقها في تصفحك لتطبيق تيك توك ؟

أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين أكثر من ساعتين

7- ما هي الفترة الزمنية التي تفضل فيها تصفح تطبيق تيك توك ؟

صباحا الظهيرة مساءا ليلا غير محددة

8- ما هي الوسيلة التي تفضل استخدامها عند تصفحك لتطبيق تيك توك ؟

الهاتف الذكي الحاسوب

اللوحة الالكترونية غير محددة

9- ما طبيعة تفاعلك مع فيديوهات تيك توك ؟

تسجل إعجاب مشاركة الفيديوهات إكسبلور

التعليق المشاهدة فقط

المحور الثالث : دوافع إستخدام الشباب الجامعي لتطبيق تيك توك :

10- ما هي دوافع استخدامك لتطبيق تيك توك ؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- ملاً وقت الفراغ التسلية و الترفيه التثقيف
- الشهرة التعليم
- أخرى تذكر

11- ما هي المجالات التي تفضلها عند استخدامك لتطبيق تيك توك؟ (يمكنك اختيار أكثر من

- إجابة)
- الطبخ الموضة نصائح دينية
- التجميل الرياضة السياسة
- أخرى تذكر

12- هل تمتلك حسابا على تيك توك ؟

- نعم لا

إذا كانت إجابتك بنعم :

12- 1 ما هي طبيعة حسابك على تيك توك ؟

- خاص للعامه

13- حسب رأيك فيما يساعدك تطبيق تيك توك ؟(يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- قضاء الوقت تغيير الروتين اليومي
- اكتساب قيم جديدة تكوين صداقات جديدة
- اكتساب معلومات و خبرات جديدة
- أخرى تذكر

14- هل تستفيد من المعلومات التي تحصل عليها من تيك توك بشكل ؟

- ضعيف متوسط جيد

المحور الرابع: آثار تطبيق تيك توك على قيم الشباب الجامعي

15- هل السلوكيات التي اكتسبتها من مضامين تيك توك تتماشى مع قيم مجتمعك ؟

نعم لا

16- حسب رأيك ,هل يؤثر محتوى تطبيق تيك توك على قيمك بشكل ؟

إيجابي سلبي

17- هل أثرت مضامين تطبيق تيك توك على قيمك الدينية ؟

نعم لا

17- 1 إذا كانت الإجابة بنعم .فيما تتمثل هذه التأثيرات ؟

ضعف الوازع الديني عقوق الوالدين

أخرى تذكر

18- ما هي القيم الدينية التي اكتسبتها من خلال تصفحك لتطبيق تيك توك ؟

أداء الأمانة الصدق قضاء العبادات

الرحمة حفظ القرآن الكريم زيادة ثقافتك الدينية

أخرى تذكر.....

19- هل يؤثر محتوى تطبيق تيك توك على قيمك الاجتماعية و الأخلاقية بشكل :

إيجابي سلبي

19- 1 إذا كانت إجابتك بسلبية بين كيف ذلك ؟

التعدي على الخصوصية الإدمان و التدخين الانحلال الأخلاقي

أخرى تذكر.....

20- ما هي القيم الاجتماعية و الأخلاقية التي تراها في تراجع عند استخدامك لتطبيق تيك توك؟

التسامح صلة الرحم التكافل الاجتماعي

الصدقة احترام الآخرين

أخرى تذكر

21- هل أترمحتوى تطبيق تيك توك على قيمك الاقتصادية من خلال : (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- المبالغة في حب المال الإسراف و التبذير اكتساب مهارات كسب المال
 المحسوبة الرشوة تعلم حرف و مهن جديدة

22- حسب رأيك ما هي السلوكيات السلبية التي انتشرت بكثرة في المجتمع عند استخدام لتطبيق تيك توك ؟

- الانحراف الأخلاقي التقليد للحياة الغربية
 التعدي على خصوصيات الأفراد شيوع الجريمة
أخرى تذكر.....

23- حسب رأيك ما هي القيم الاجتماعية و الأخلاقية التي ساعدك تطبيق تيك توك على فهمها و استيعابها بشكل أفضل ؟

- التضامن و التعاون العمل الجماعي الترابط الأسري
 الصداقة التسامح الاحترام نبذ العنف

24- ما هي السلوكيات الإيجابية التي تعززت لديك باستخدامك لتطبيق تيك توك ؟

- المشاركة في الأعمال الخيرية بر الوالدين تقدير الذات
 حسن المعاملة إحياء العادات و التقاليد الاحساس بالمسؤولية
أخرى تذكر.....

الملحق رقم (02):



LOGO.ADAM96.COM

مُلخَص الدِّرَاسَةِ

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير محتوى تطبيق التيك توك على قيم الشباب الجامعي الجزائري ومن أجل تحقيق هذه الأهداف اعتمدنا على المنهج المسحي والوصفي واعتمدنا على أداة الاستبيان في جمع البيانات من المبحوثين، حيث قسمت الاستمارة إلى أربعة محاور، المحور الأول يضم البيانات الشخصية، والثاني عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لتطبيق التيك توك، والثالث دوافع استخدام الشباب الجامعي لتطبيق التيك توك، أما فيما يخص المحور الرابع فقد خصص لآثار تطبيق التيك توك على قيم الشباب الجامعي.

حيث تمت هذه الدراسة في جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل -قطب تاسوست- بقسم علوم الإعلام والاتصال على عينة مكونة من 80 طالب وطالبة وتم اختيارها بطريقة قصدية، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التالية:

- أن أغلبية الإناث هم الأكثر استخداما لتطبيق التيك توك.
- يتصفح الشباب الجامعي تطبيق التيك توك بشكل متوسط حيث أن تعامله مع التطبيق يعتمد على المشاهدة فقط دون تفاعل.
- جاء دافع التسلية والتفريه من أولى الدوافع في تصفح تطبيق التيك توك.
- وقد أثر محتوى تطبيق التيك توك على القيم الدينية للشباب الجامعي بشكل إيجابي من خلال ثقافتهم الدينية.
- كما أثر على قيمهم الاجتماعية والأخلاقية بشكل إيجابي خاصة فئة الإناث.
- أثر محتوى تطبيق التيك توك لدى الشباب الجامعي الجزائري على قيمهم الاقتصادية من خلال تعلمهم حرف جديدة.

Summary:

This study aimed to identify the impact of the content of the Tik Tok application on the values of the Algerian university youth. The habits and patterns of university youth use of the application of Tik Tok, and the third motives for university youth use of the application of Tik Tok. As for the fourth axis, it was devoted to the effects of the application of Tik Tok on the values of university youth.

Where this study was carried out at the University of Muhammad Siddik bin Yahya Jijel - Qutub Tasoust - in the Department of Media and Communication Sciences, on a sample of 80 male and female students who were chosen intentionally. The study delegation reached a set of the following results:

- The majority of females are the ones who use the Tik Tok application the most.
- University youth browse the Tik Tok application in an average way, as their interaction with the application depends on watching only without interaction.
- The motive of entertainment and slander came from the first motives in browsing the Tik Tok application.
- The content of the Tik Tok application has positively affected the religious values of university youth through their religious culture.
- It also affected their social and moral values positively, especially the female category.

The impact of the content of the Tik Tok application among Algerian university youth on their economic values through their learning of new crafts.