

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

قسم الإعلام والاتصال

الرقم: /2022

جامعة محمد الصديق بن يحي-جيجل

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



دراسة بعنوان:

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي
في علوم الإعلام والاتصال تخصص السمع البصري

تأثير تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال -جيجل-

إشراف الأستاذة:

- آسية لعجروود

إعداد الطالبات:

- خولة سبتي

- شهيناز بوالدين

- فاطمة بوعزيز

لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة	الرتبة	إسم ولقب الأستاذ
رئيسا	محمد الصديق بن يحي-جيجل-	أستاذ محاضر-أ-	بوطرنينخ عز الدين
مشرفا ومقررا	محمد الصديق بن يحي-جيجل-	أستاذ محاضر-أ-	آسية العجروود
عضوا مناقشا	محمد الصديق بن يحي-جيجل-	أستاذ محاضر-أ-	حمال صبرينة

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



شكر و عرفان

قال الله تعالى

" وإذ تأذن ربكم لئن شكرتم لأزيدنكم "

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات والصلاة والسلام على سيدنا محمد و على آله وصحبه ومن آلاه في الأولين و الآخرين
نحمد الله سبحانه وتعالى حمدا يليق بجلال وجهه وعظيم سلطانه إذ وفقنا و أمدنا بالقوة و ألهمنا هبة الصبر ويسر لنا السبيل في إنجاز هذه المذكرة

و نندم بالشكر و الإمتنان و التقدير لأستاذتنا المشرفة "د. آسية العجروء" التي أفادتنا و كانت خير موجه و ناصح

و الشكر موصول لكل من قام بمساعدتنا من أساتذة و إخوة و أصدقاء، و نخص بالذكر د. توفيق بوخدوني و د. زريفي سعاد

و إلى كل من أعاننا و ساندنا في إنجاز هذا البحث و لو بالكلمة الطيبة



إهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات الحمد لله ما تم جهد ولا ختم سعي
إلا بفضلته وما تخطى العبد من عقبات وصعوبات إلا بتوفيقه ومعونته،
بفضل من الله أتممت مسيرتي الجامعية

إلى والدتي الغالية وإلى والدي الكريم، أطال الله في عمرهما وإلى
إخوتي وسندي في الحياة وأعلى ما أملك "أحمد، صهيب، أنس" أدعو
الله أن يحفظكم ويحميكم، وجميع أفراد عائلتي إلى كل الأصدقاء
والأحباب، إلى هؤلاء جميعا وإلى زميلاتي في العمل "شهيناز و فاطمة
" وإلى كل من وضع بصمته في هذا العمل سواء من قريب أو بعيد، لكم
ألف تحية وتقدير وأهدي لكم حصاد جهدي وثمره عملي.

خولة

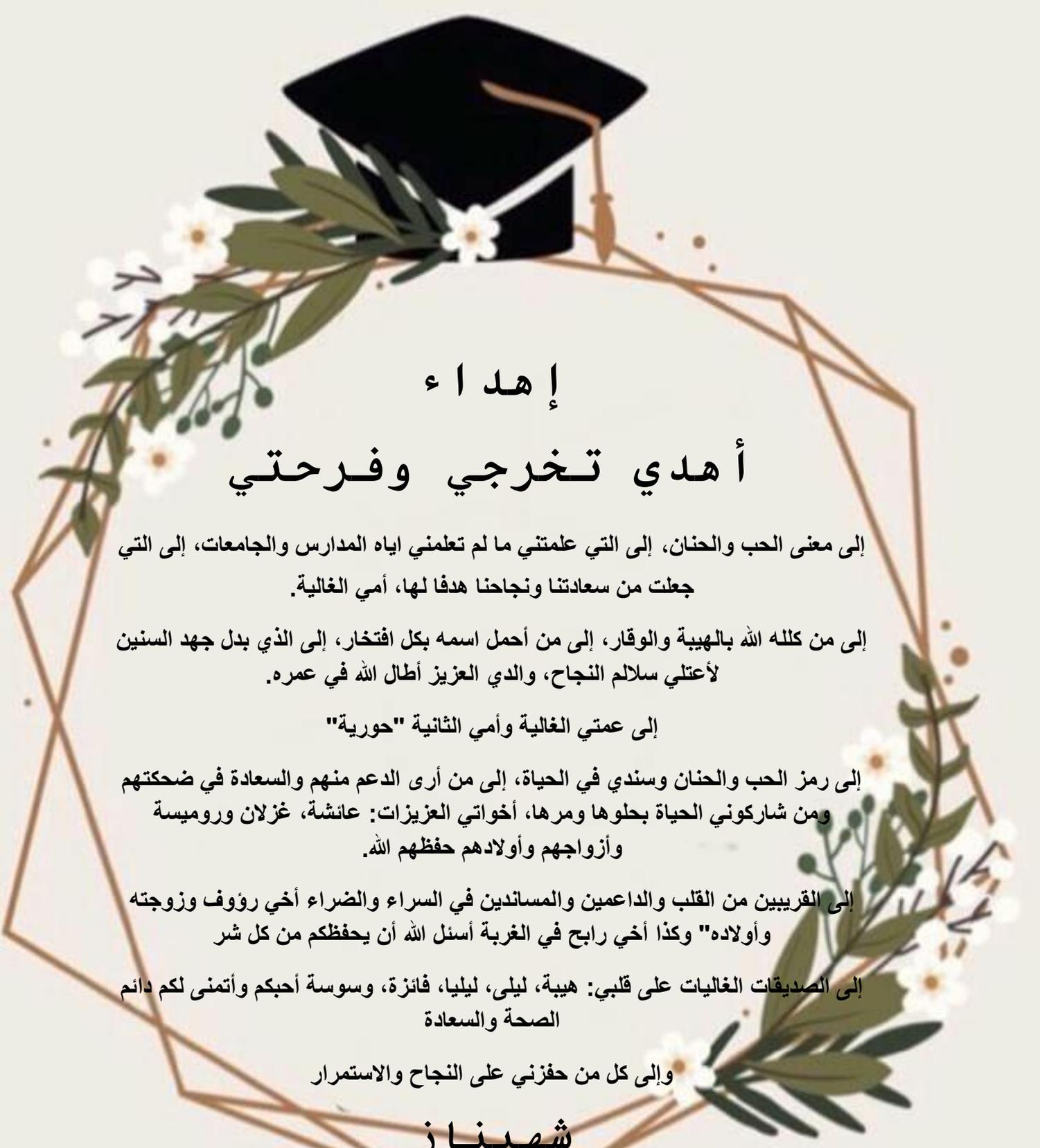
إهداء

أولا الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، الحمد لله ما تم جهد ولا ختم سعي إلا بفضله،
الحمد لله على البلوغ ثم الحمد لله على التمام والحمد لله من قبل ومن بعد

أهدي تخرجي إلى من كنت لها الأمل الذي راودها في حياتها فحلمت أن تراني في مثل هذا
اليوم، لمن ضحت لتتير طريقي وثابرت لكي أكون دائما في القمة، إلى من شاركتني عبأ
الدراسة وشجعتني ولولا الله ثم هي لم أكن اليوم هنا هي حياتي وكل عمري والدتي
العزيزة، إلى النور الذي أثار دربي والسراج الذي لا ينطفئ نوره أبدا الذي بدل جهد السنين
من أجل أن أعتلي سلالم النجاح والذي العزيز، إلى تلك اليد التي أمسك بها في ضعفي، ظلي
الذي يلازمي أختي وتوأم روعي سارة، إلى أخواتي الغاليات رزان، نينا، سابين، نورس،
وأخي عيسى، إلى زوجي رفيق دربي الذي ساندني في كل أوقاتي. إلى روح التي تسكن
روح، إلى أعلى وأجمل هدية منحني الله إياها صغيرتي إبنتي ألماسة أتمنى أن أكون لك مثلا
ترفعين رأسك به امام الناس وأتمنى أن أراكي في أعلى المراتب دنيا وآخرة يارب يبارك
فيك وفي أيامك ألماستي الغالية.

إلى كل من دعمني وساندني في هذا العمل وخاصة زميلاتي في العمل، شهيناز وخولة
أتمنى لكم التوفيق والنجاح.

فاطمة



إهداء أهدي تخرجي وفرحتي

إلى معنى الحب والحنان، إلى التي علمتني ما لم تعلمني اياه المدارس والجامعات، إلى التي جعلت من سعادتنا ونجاحنا هدفا لها، أُمي الغالية.

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار، إلى من أحمل اسمه بكل افتخار، إلى الذي بدل جهد السنين لأعتلي سلاالم النجاح، والذي العزيز أطل الله في عمره.

إلى عمتي الغالية وأمي الثانية "حورية"

إلى رمز الحب والحنان وسندي في الحياة، إلى من أرى الدعم منهم والسعادة في ضحكتهم ومن شاركوني الحياة بطلوها ومرها، أخواتي العزيزات: عائشة، غزلان وروميسة وأزواجهم وأولادهم حفظهم الله.

إلى القريبين من القلب والداعمين والمساندين في السراء والضراء أخي رؤوف وزوجته وأولاده" وكذا أخي رابح في الغربة أسئل الله أن يحفظكم من كل شر

إلى الصديقات الغاليات على قلبي: هيبية، ليلي، ليلى، فائزة، وسوسة أحبكم وأتمنى لكم دائم الصحة والسعادة

وإلى كل من حفزني على النجاح والاستمرار

شهيناز

1- الملخص باللغة العربية

جاءت هذه الدراسة بعنوان تأثير تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين و التي إعتمدت على نظرية الإستخدامات والإشباعات لمحاولة الكشف عن التأثير الذي يحدثه تطبيق التيك التوك على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين، من خلال دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل، وتتمحور مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى تأثير تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام و الإتصال جيجل؟

ولمعالجة الإشكال المطروح إنبثقت عنه مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:

- ما هي عادات و أنماط إستخدام طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل لتطبيق التيك توك؟.
- ما هي دوافع إستخدام طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل لتطبيق التيك توك؟.
- ما طبيعة المضامين التي يتابعها طلبة قسم الإعلام و الإتصال جيجل على تطبيق التيك توك؟.
- ما هي التأثيرات التي يحدثها تطبيق التيك التوك على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام و الإتصال، جامعة جيجل؟

ومن أسباب اختيارنا لموضوع دراستنا: الرغبة في تناول هذا الموضوع للكشف عن مدى تأثير تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل، بالإضافة إلى صلة الموضوع بالتخصص، كذلك أهمية وقيمة وحداثة الموضوع .

وللغوص في هذه الدراسة وضعنا مجموعة من الأهداف تتمثل في معرفة عادات وأنماط إستخدام طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل لتطبيق التيك توك، مع الكشف عن دوافع إستخدام طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل لتطبيق التيك توك، بالإضافة إلى تحديد طبيعة المضامين التي يتابعونها، وتحديد مختلف التأثيرات التي يحدثها تطبيق التيك توك على قيمهم الأخلاقية.

ولتنفيذ هذه الدراسة تم الإعتماد على المنهج الوصفي بإعتباره أنسب المناهج للدراسات الميدانية، وإستخدام المقابلة كأداة ثانوية و الإستمارة كأداة رئيسية، ليتم توزيعها على عينة من طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل.

لنصل من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج:

- نادرا ما يستخدم طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة جيجل تطبيق التيك التوك.

- يكمن الدافع الأساسي لاستخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة جيجل تطبيق التيك توك في التسلية والترفيه وتمضية الوقت.
- يتفاعل طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة جيجل مع المضامين الأخلاقية التي تنتشر عبر تطبيق التيك توك.
- لا يؤثر تطبيق التيك توك بشكل سلبي على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة جيجل.

الكلمات المفتاحية : التأثير، تطبيق التيك التوك ، القيم الأخلاقية، الطلبة.

2- Abstract:

This study came under the title of the effect of the application of Tik Tok on the moral values of university students, which relied on the theory of uses and gratifications to try to reveal the effect that the application of Tik Tok has on the moral values of university students, through a field study on a sample of students from the Department of Media and Communication at Jijel University.

The study problem revolves around the following main question:

What is the impact of the application of Tik Tok on the moral values of students of the Department of Media and Communication Jijel?

In order to address the posed problem, a set of sub-questions emerged from it, namely:

- What are the habits and patterns of using the Tik Tok application by the students of the Media and Communication Department at Jijel University?
- What are the motives for students of the Department of Media and Communication at Jijel University to use the Tik Tok application?
- What is the nature of the content that the students of the Department of Media and Communication at Jijel University follow on the Tik Tok application?
- What are the effects that the application of Tik Tok has on the moral values of the students of the Department of Media and Communication, Jijel University?

Among the reasons for choosing the subject of our study: the desire to address this topic to reveal the extent of the impact of the application of Tik Tok on the moral values of the students of the Department of Media and Communication at Jijel University, in addition to the relevance of the topic to the specialization, as well as the importance, value and modernity of the topic.

In order to dive into this study, we set a set of goals represented in knowing the habits and patterns of students' use of the Media and Communication

Department at Jijel University to apply Tik Tok, while revealing the motives for students of the Department of Media and Communication at Jijel University to use Tik Tok, in addition to determining the nature of the contents they follow, and determining the various effects That the application of Tik Tok on their moral values.

To implement this study, the descriptive approach was relied on as the most appropriate method for field studies, and the interview was used as a secondary tool, and the questionnaire as a main tool. To be distributed to a sample of students from the Department of Media and Communication at Jijel University.

Through this study, we arrive at a set of results:

- The students of the Department of Media and Communication at Jijel University rarely use the Tik Tok application.
- The main motive for students of the Department of Media and Communication at Jijel University to use the Tik Tok application is for entertainment, entertainment and spending time.
- The students of the Department of Media and Communication at Jijel University interact with the ethical content that is published through the Tik Tok application.
- The Tik Tok application does not negatively affect the moral values of the students of the Department of Media and Communication at Jijel University.

Keywords: influence, Tik Tok application, moral values, students.



فهرس المحتويات



	شكر وتقدير
	إهداء
	ملخصات الدراسة
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ	مقدمة
الفصل الأول: تحديد موضوع الدراسة و منهجيتها	
5	تمهيد
1-موضوع الدراسة	
6	أولاً: تحديد المشكلة
8	ثانياً: فرضيات الدراسة
8	ثالثاً: أسباب إختيار موضوع الدراسة
9	رابعاً: أهداف الدراسة
9	خامساً: أهمية الدراسة
10	سادساً: الدراسات السابقة والمثابهاة
15	سابعاً: الإطار النظري للدراسة
22	ثامناً: تحديد المفاهيم
2- الإجراءات المنهجية للدراسة	
25	أولاً: منهج الدراسة
26	ثانياً: أدوات الدراسة
29	ثالثاً: مجتمع البحث وعينة الدراسة
31	رابعاً: مجالات الدراسة
32	خامساً: كيفية تحليل البيانات

34	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: تطبيق التيك توك والقيم الأخلاقية	
37	تمهيد
1- تطبيق التيك توك	
38	أولاً: نشأة تطبيق التيك توك
39	ثانياً: مفهوم تطبيق التيك توك وخصائصه
41	ثالثاً: كيفية عمل تطبيق التيك توك و الإحصائيات المتعلقة به
42	رابعاً: إيجابيات وسلبيات تطبيق التيك توك
2- القيم الأخلاقية	
45	أولاً: مفهوم القيم الأخلاقية وخصائصها
51	ثانياً: أهمية القيم الأخلاقية
53	ثالثاً: أنواع القيم الأخلاقية وتصنيفاتها
59	رابعاً: مصادر القيم الأخلاقية
60	خامساً: وظائف القيم الأخلاقية
62	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: تأثير تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل	
65	تمهيد
66	المحور الأول: البيانات العامة
72	المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل لتطبيق التيك توك
81	المحور الثالث: دوافع استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لتطبيق التيك توك
87	المحور الرابع: طبيعة المضامين التي يتابعها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل عبر تطبيق التيك توك

فهرس المحتويات

95	المحور الخامس: التأثيرات التي يحدثها تطبيق التيك التوك على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام و الاتصال بجامعة جيجل
110	خلاصة الفصل
105	النتائج العامة للدراسة
107	النتائج في ضوء الفرضيات
109	النتائج في ضوء الدراسات السابقة
111	خاتمة
113	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق



فهرس الجداول



الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
66	يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل وفقا لمتغير الجنس	01
67	يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل وفقا لمتغير السن	02
68	يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل وفقا لمتغير المستوى الجامعي	03
69	يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل وفقا لمتغير التخصص	04
70	يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل وفقا لمتغير الحالة الإجتماعية	05
71	يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل وفقا لمتغير مكان الإقامة	06
72	يمثل درجة إستخدام تطبيق التيك توك من طرف طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل	07
73	يمثل مدة إستخدام تطبيق التيك توك من طرف طلبة قسم الإعلام والإتصال	08
74	يمثل الإسم الذي يستعمله طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل عند إستخدامهم لتطبيق التيك توك	09
75	يمثل الوسائل التي يستخدمها طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل لتصفح تطبيق التيك توك	10
76	يمثل المدة الزمنية التي يقضيها طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل في إستخدام تطبيق التيك توك	11
77	يمثل الوقت الذي يستخدم فيه طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل تطبيق التيك توك	12
78	يمثل المكان الذي يفضله طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل عند إستخدام تطبيق التيك توك	13
79	يمثل مع من يفضل لطلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل إستخدام تطبيق التيك توك	14
81	يمثل دوافع إستخدام طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل لتطبيق التيك توك	15
82	يمثل الخدمات التي يفضلها طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل على تطبيق التيك توك	16

83	يمثل إذا كان تطبيق التيك توك يلبي إحتياجات ورغبات طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل	17
84	يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والإتصال والغرض إذا كانت إجابتهم بنعم في أن تطبيق التيك توك يلبي إحتياجاتهم ورغباتهم	18
86	يمثل إذا كان طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل يثقون في تطبيق التيك توك	19
87	يمثل طبيعة المضامين التي يتابعها طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل على تطبيق التيك توك	20
88	يمثل إذا كان طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل يتابعون صفحات معينة على تطبيق التيك توك	21
89	يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل السبب إذا كانت إجابتهم بنعم في أنهم يتابعون صفحات معينة عبر تطبيق التيك توك	22
91	يمثل المؤثرين الذين يتابعهم طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل على تطبيق التيك توك	23
92	يمثل مدى تفاعل طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل مع محتوى المؤثرين الذي ينشر عبر تطبيق التيك توك	24
93	يمثل إذا كان يتفاعل طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل مع المضامين الأخلاقية التي تنشر عبر تطبيق التيك توك	25
94	يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والإتصال والغرض إذا كانت إجابتهم بنعم في أنهم يتفاعلون مع المضامين الأخلاقية التي تنشر على تطبيق التيك توك	26
95	يمثل القيم الأخلاقية التي يكتسبها طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل عبر تطبيق التيك توك.	27
97	يمثل إذا كان تطبيق التيك توك يؤثر بشكل سلبي على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل	28
98	يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والإتصال والسبب إذا كانت إجابتهم بلا في أن تطبيق التيك توك لا يؤثر بشكل سلبي على قيمهم الأخلاقية	29
99	يمثل إذا كان تطبيق التيك توك يؤثر بشكل إيجابي على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل	30
100	يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والإتصال والسبب إذا كانت إجابتهم بنعم في أن تطبيق التيك توك يؤثر بشكل إيجابي على قيمهم الأخلاقية	31

101	يمثل مساهمة تطبيق التيك توك في تحفيز طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل على القيام بالأعمال الخيرية والتطوعية	32
102	يمثل مساهمة تطبيق التيك توك في زرع القيم الغربية المنافية لديننا الإسلامي على طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل	33



فهرس الأشكال



الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
66	دائرة نسبية تمثل توزيع طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل وفقا لمتغير الجنس	01
67	دائرة نسبية تمثل توزيع طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل وفقا لمتغير السن	02
68	دائرة نسبية تمثل توزيع طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل وفقا لمتغير المستوى الجامعي	03
69	دائرة نسبية تمثل توزيع طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل وفقا لمتغير التخصص	04
70	دائرة نسبية تمثل توزيع طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل وفقا لمتغير الحالة الإجتماعية	05
72	دائرة نسبية تمثل توزيع طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل وفقا لمتغير مكان الإقامة	06
73	دائرة نسبية تمثل درجة إستخدام تطبيق التيك توك من طرف طلبة قسم الإعلام و الإتصال	07
73	دائرة نسبية تمثل مدة إستخدام تطبيق التيك توك من طرف طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل	08
75	دائرة نسبية تمثل الإسم الذي يستعمله طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل عند إستخدامهم لتطبيق التيك توك	09
76	دائرة نسبية تمثل الوسائل التي يستخدمها طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل لتصفح تطبيق التيك توك	10
77	دائرة نسبية تمثل المدة الزمنية التي يقضيها طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل في إستخدام تطبيق التيك توك	11
78	دائرة نسبية تمثل الوقت المفضل لطلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل في إستخدام تطبيق التيك توك	12
79	دائرة نسبية تمثل المكان الذي يفضله طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل عند إستخدام تطبيق التيك توك	13

80	دائرة نسبية تمثل مع من يفضل لطلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل إستخدام تطبيق التيك توك	14
82	دائرة نسبية تمثل دوافع إستخدام طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل لتطبيق التيك توك	15
83	دائرة نسبية تمثل الخدمات التي يفضلها طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل على تطبيق التيك توك	16
84	دائرة نسبية تمثل إذا كان تطبيق التيك توك يلبي إحتياجات ورغبات طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل	17
86	دائرة نسبية تمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والإتصال والغرض إذا كانت إجابتهم بنعم في أن تطبيق التيك توك يلبي إحتياجاتهم ورغباتهم	18
87	دائرة نسبية تمثل إذا كان طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل يثقون في تطبيق التيك توك	19
88	دائرة نسبية تمثل طبيعة المضامين التي يتابعها طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل على تطبيق التيك توك	20
89	دائرة نسبية تمثل إذا كان طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل يتابعون صفحات معينة على تطبيق التيك توك	21
90	دائرة نسبية تمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل السبب إذا كانت إجابتهم بنعم في أنهم يتابعون صفحات معينة عبر تطبيق التيك توك	22
92	دائرة نسبية تمثل المؤثرين الذين يتابعهم طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل على تطبيق التيك توك	23
92	دائرة نسبية تمثل مدى تفاعل طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل مع محتوى المؤثرين الذي ينشر عبر تطبيق التيك توك	24
94	دائرة نسبية تمثل إذا كان يتفاعل طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل مع المضامين الأخلاقية التي تنشر عبر تطبيق التيك توك	25
95	دائرة نسبية تمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والإتصال والغرض إذا كانت إجابتهم بنعم في أنهم يتفاعلون مع المضامين الأخلاقية التي تنشر على تطبيق التيك توك	26
98	دائرة نسبية تمثل إذا كان تطبيق التيك توك يؤثر بشكل سلبي على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل	27

99	دائرة نسبية تمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والإتصال والسبب إذا كانت إجابتهم بلا في أن تطبيق التيك توك لا يؤثر بشكل سلبي على قيمهم الأخلاقية	28
100	دائرة نسبية تمثل إذا كان تطبيق التيك توك يؤثر بشكل إيجابي على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل	29
101	دائرة نسبية تمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والإتصال والسبب إذا كانت إجابتهم بنعم في أن تطبيق التيك توك يؤثر بشكل إيجابي على قيمهم الأخلاقية	30
102	دائرة نسبية تمثل مساهمة تطبيق التيك توك في تحفيز طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل على القيام بالأعمال الخيرية والتطوعية	31
103	دائرة نسبية تمثل مساهمة تطبيق التيك توك في زرع القيم الغربية المنافية لديننا الإسلامي على طلبة قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل	32



مقدمة



شهد العالم المعاصر سلسلة من التحولات الجذرية، والتطورات المتسارعة أفرزتها مجموعة من العوامل، كالتطور التكنولوجي الذي أحدث نقلة نوعية وأصبح فيه التنبؤ بما يحدث في المستقبل يكتسي شيئاً من الصعوبة إذا لم نقل مستحيل، وعمل على تغيير أنماط حياة الأفراد اليومية وعلاقاتهم الإجتماعية وطرق تفاعلهم التقليدي المألوف، ولعل من أبرز مظاهر هذا التطور التكنولوجي شبكة الأنترنت التي أحدثت فارقا كبيرا على سابقتها من الوسائل التقليدية، حيث فرضت نمطا جديدا من التفكير والتعايش ونمطا من الإتصال والتواصل بين الأفراد، وساعد كل هذا على ظهور ما يعرف بمواقع التواصل الإجتماعي .

وتعد مواقع التواصل الإجتماعي الوسيط الإتصالي الوحيد لتلبية رغبات جميع شرائح المجتمع وهذا ما أدى إلى إدمان المستخدمين والمتصفحين لمختلف التطبيقات والمضامين المعروضة فيها، حيث إحتلت مساحة واضحة من وقت وفكر وإهتمام الشباب وسهلت كيفية التواصل، وكان لها الدور الكبير في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن مختلف الأحداث الأمر الذي ساعد على شهرت هذه المواقع أهمها الفيسبوك الإنستقرام ويوتيوب وتيك توك.

ونخص بالذكر تطبيق التيك توك، الذي إستطاع إستقطاب إهتمام وشغف الشباب، حيث إستحوذ على عقولهم وذلك لإشباع حاجاتهم سواء إشباعات نفسية وإجتماعية أو ثقافية، حيث خلق العديد من الأدوار وتزاحمت فيه العديد من العلاقات والتفاعليات بفضل الميزات التي يمتلكها من إفتتاح، فقد أصبح النافذة الأولى للإبداع وتفجير المواهب الدافنة لتحقيق الشهرة، إذ أن هذا الإفتتاح طالت تأثيراته على جميع أنواع المجالات الحياتية بما فيها المساس بمنظومة القيم خاصة الأخلاقية التي تعد في العصر الحالي، من أعظم الغايات حيث أنها تعصم الفرد من الوقوع في الإنحرافات والأخطاء.

ويمكن القول أنها ظهرت علاقة تأثر وتأثير بين القيم الأخلاقية وتطبيق التيك توك، في وقت تتصادم فيه جميع الثقافات وقيم المجتمعات بما فيها المجتمع الجزائري، إذ أن تطبيق التيك توك ساهم في التأثير على القيم الأخلاقية التي تكون سلوك الأفراد والطلبة الجامعيين خاصة، وقد يكون لها تأثير مضاعف على هذه الفئة نظرا لكونهم يتميزون بحبهم لإكتشاف الجديد.

ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لرصد تأثير تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين، وخاصة طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، وقد اشتملت هذه الدراسة على مقدمة وثلاث فصول، وهي كالتالي الفصل المنهجي والنظري والتطبيقي وخاتمة وملاحق.

حيث تضمن الفصل الأول (تحديد موضوع الدراسة ومنهجيتها) مشكلة الدراسة وتساؤلاتها، فرضيات الدراسة وأسباب إختيار موضوع الدراسة وأهداف وأهمية الدراسة، الدراسات السابقة والمثابها ثم الإطار النظري للدراسة وتحديد المفاهيم، إضافة إلى الإجراءات المنهجية والتي احتوت على منهج الدراسة، أدوات الدراسة و مجتمع البحث وعينة الدراسة ثم مجالات الدراسة وكيفية تحليل البيانات.

أما الفصل الثاني (تطبيق التيك توك والقيم الأخلاقية) فاحتوى على عنصرين أساسيين:

أولاً: تطبيق التيك توك الذي ضم النشأة، مفهوم التطبيق وخصائصه، كيفية عمل تطبيق التيك توك والإحصائيات المتعلقة به، بالإضافة إلى إيجابيات وسلبيات التطبيق.

ثانياً: القيم الأخلاقية والذي ضم المفهوم والخصائص، أهمية القيم الأخلاقية، بالإضافة إلى أنواعها وتصنيفاتها، ثم مصادرها و وظائفها.

أما الفصل الثالث فقد تناولنا فيه تأثير تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، حيث تم عرض نتائج الإستمارة في الجداول وقراءتها وتحليلها وتمثيلها في أشكال توضيحية.

بعد الإنتهاء من هذا الفصل تم عرض النتائج العامة للدراسة ثم مناقشة وتحليل نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات، بالإضافة إلى مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة.



الفصل الأول:

تعدد موضوع الدراسة ومنهجيتها



الفصل الأول: تحديد موضوع الدراسة ومنهجيتها

تمهيد

1-موضوع الدراسة

أولاً: تحديد المشكلة

ثانياً: فرضيات الدراسة

ثالثاً: أسباب إختيار موضوع الدراسة

رابعاً: أهداف الدراسة

خامساً: أهمية الدراسة

سادساً: الدراسات السابقة والمماثلة

سابعاً: الإطار النظري للدراسة

ثامناً: تحديد المفاهيم

2-الإجراءات المنهجية للدراسة

أولاً: منهج الدراسة

ثانياً: أدوات الدراسة

ثالثاً: مجتمع البحث وعينة الدراسة

رابعاً: مجالات الدراسة

خامساً: كيفية تحليل البيانات

خلاصة الفصل

تمهيد

يعتبر الإطار المنهجي للدراسة من الركائز الأساسية، ذات الأهمية البالغة في البحث العلمي، وخطوة أساسية ومهمة، تمكن الباحث من الشروع في دراسة موضوعه والتعمق في مجريات بحثه، حيث تناولنا في هذا الفصل مجموعة من العناصر المساعدة في إنجاز هذا البحث العلمي، حيث قمنا أولاً بتحديد إشكالية الدراسة، ثم الفرضيات والأسباب التي دفعتنا لإختيار الموضوع والهدف منه وكذا أهميته مع بعض الدراسات السابقة والمشابهة التي قدمت في مجالات علمية والتي من شأنها مساعدتنا في مذكرتنا هذه، وكذلك تناولنا الإطار النظري للدراسة، وقمنا بتحديد المفاهيم الأساسية للدراسة، كما إستعرضنا منهج الدراسة وأدوات الدراسة المستعملة وكذا مجتمع البحث وعينته، ومجالات الدراسة وأيضاً كيفية تحليل البيانات وهذا ماسيتم التطرق إليه بالتفصيل في هذا الفصل.

1- موضوع الدراسة

أولاً: تحديد المشكلة

أصبح العصر الذي نعيشه اليوم يتميز بالتطور العلمي والتكنولوجي والتغيير المستمر نتيجة للإكتشافات العلمية في كافة مجالات الحياة، إذ أصبح العالم قرية كونية صغيرة بفضل ما أتاحتها من وسائل وتقنيات جديدة، و مهما يكن فإن هذه التطورات أصبحت ضرورة اجتماعية ومطلباً إستراتيجياً تتطلبه مقتضيات العصر، و تتسابق دول العالم على إكتساب هذه التكنولوجيا، كما بذلت جهوداً لإبتكار وسائل علمية حديثة، إلى أن وصلت لتكنولوجيا الأنترنت في التسعينيات من القرن الماضي، هذه الأخيرة التي عرفت بشبكة الأنترنت أحدثت فارقاً كبيراً على سابقاتها من الوسائل التقليدية، حيث فرضت نمطاً جديداً من الإتصال بين الأفراد، ثم تطورت أدواتها، إلى أن وصلت لمواقع التواصل الإجتماعي والتي مكنت الفرد أين ما كان وفي أي وقت، أن يوصل صوته وصورته في آن واحد إلى أبعد مكان، فمواقع التواصل الإجتماعي فرضت نفسها على العالم ومثلت قفزة كبيرة للتواصل.

إكتسبت مواقع التواصل الإجتماعي كغيرها من مفاهيم الوسائط الحديثة أهمية كبيرة داخل المجتمعات، حيث أصبحت هذه المواقع جزءاً لا يتجزأ من حياتهم اليومية ويستخدمونها بشكل يومي، وشهدت مواقع التواصل الإجتماعي عدة تطورات في فترات زمنية متقاربة، وأصبحت تعتبر كفضاء واسع لتناقل المعلومة والأخبار بين مختلف شرائح المجتمع من خلال الخدمات العديدة التي تتيحها لأي شخص حتى يتمكن من التواصل مع الغير ومتابعة الأحداث الجارية في المجتمع أول بأول، حيث تجاوزت هذه المواقع الإجتماعية كل الحواجز الزمنية والمكانية وتناسبت مع إحتياجات المستفيدين منها، وتعرف هذه المواقع بأنها مجموعة من التطبيقات التي تزيد من المشاركة والتواصل وقد جذبت الأفراد عامة والطلبة الجامعيين خاصة وأتاحت لهم عصراً جديداً من الإتصالات التفاعلية، وفتحت لهم الباب لتجسيد القرية الكونية، إذ أن هذه التطبيقات أثرت على طلبة الجامعات كونهم أكثر فئات المجتمع إستخداماً لها، نظراً لتأثيراتها الإيجابية و السلبية، حيث أنها إكتسحت حياتهم ولا مجال لحصرها جميعاً، ونذكر منها يوتيوب، فيسبوك، إنستجرام ، وتيك توك.

هذا الأخير يعرف بأنه شبكة إجتماعية صينية تضم في محتواها مقاطع الفيديو الموسيقية حيث يسمح تطبيق التيك توك بتصوير فيديو مع إضافة عليه مؤثرات بصرية ومشاركتها مع الأصدقاء، ويعتبر تطبيق التيك توك اليوم أكبر منصة إستقطاب للشباب، حيث إستحوذ على إهتماماتهم وشغفهم، وذلك لإشباع حاجاتهم سواء إشباعات نفسية أو ثقافية أو إجتماعية أو أخلاقية، وأصبح هذا التطبيق منزل على أغلبية الهواتف الذكية، ويعد تطبيق التيك توك التطبيق الأكثر شعبية في متاجر التطبيقات بين مواقع التواصل الإجتماعي، من خلال جذبته للمستخدمين، لأنه منصة توفر لهم عرض الفيديوهات الموسيقية الشخصية، لا يتعدى محتواها لقطات مضحكة أو رقصات، من خلاله أصبحت الشهرة سهلة على محبيها، ولم تعد حكرا على نجوم الرياضة أو الفن أو الشخصيات البارزة، ويسعى مستخدمون التطبيق إلى جمع الإعجابات والمشاركات والتعليقات على فيديوهاتهم، التي تشعرهم بنشوة النجاح المزيفة، دون مراعاة عادات وقيم المجتمع أو مراعاة القيم الأخلاقية .

تعد القيم الأخلاقية شكلا من أشكال الوعي الإنساني كونها توجه السلوك الأخلاقي للأفراد، وتعتبر عنصرا أساسيا من عناصر وجود المجتمع وبقائه، وأيضا تعرف القيم الأخلاقية بأنها اللبنة الأساسية والجوهر الذي تقوم عليه المجتمعات البشرية بكل أشكالها، فهي الركيزة الأساسية لبناء مجتمع مستقر و متماسك، وتساعد القيم الأخلاقية على مواجهة التغيرات لاسيما في عصر العولمة والتطور، الذي أثر على قيم المجتمعات ككل وسمح بظهور قيم جديدة وإخفاء أخرى حيث أصبحت الحاجة ماسة لوجود جيل واعي مدرك لأهمية هذه القيم وخاصة الطلبة الجامعيين وإنتقاء كل ما يعرض عبر الوسائل التكنولوجية الحديثة .

وفي ظل تزايد إستخدام المجتمع والطلبة الجامعيين خاصة لمواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها وخاصة تطبيق التيك توك، وما خلفه من تأثيرات على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين، سواء كانت التأثيرات سلبية أم إيجابية فهي قضية تحتاج إلى الدراسة، وبناء على ذلك نطرح التساؤل الرئيسي الآتي: ما مدى تأثير تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل ؟

وانبثق عن التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية المتمثلة في :

- ما هي عادات وأنماط إستخدام طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل لتطبيق التيك توك؟.

- ما هي دوافع إستخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لتطبيق التيك توك؟.
- ما طبيعة المضامين التي يتابعها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل على تطبيق التيك توك؟.
- ما هي التأثيرات التي يحدثها تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل؟.

ثانيا: فرضيات الدراسة

- يستخدم طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل تطبيق التيك توك بشكل يومي.
- يتعرض طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لتطبيق التيك توك من أجل التسلية وتمضية الوقت.
- يتابع طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل المضامين المنشورة عبر تطبيق التيك توك ذات الطابع الأخلاقي.
- يحدث تطبيق التيك توك تأثيرا سلبيا على مستوى القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل.

ثالثا: أسباب اختيار موضوع الدراسة

ترجع أسباب اختيارنا لهذا الموضوع إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية نلخصها فيما يأتي:

- الأسباب الذاتية

- الرغبة الذاتية في دراسة الموضوع و إعتبراره مشكلة بحثية تستحق الدراسة.
- الميل الشخصي إلى البحث عن المواضيع المتعلقة بالتأثيرات الأخلاقية .
- إكتساب معارف جديدة حول الموضوع.
- الميل إلى العمل الميداني.

1- الأسباب الموضوعية

- أهمية وقيمة الموضوع في حد ذاته و قابليته للدراسة.
- الإقبال المتزايد والمستمر لعدد مستخدمي تطبيق التيك توك في المجتمعات العربية والأجنبية.

- التطور الكبير الذي وصلت إليه التكنولوجيا و نذكر بالأخص التطبيقات والوسائط الجديدة.
- حداثة و حيوية الموضوع.
- المساهمة في إثراء المكتبة الجامعية بهذا البحث العلمي.

رابعاً: أهداف الدراسة

- معرفة عادات وأنماط إستخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لتطبيق التيك توك.
- الكشف عن دوافع إستخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لتطبيق التيك توك.
- تحديد طبيعة المضامين التي يتابعها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل على تطبيق التيك توك.
- تحديد مختلف التأثيرات التي يحدثها تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل .

خامساً: أهمية الدراسة

تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع في حد ذاته، وقيمتها والنتائج التي تستحقها فهي تتناول أحد المواضيع المهمة في مجال الإعلام والاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي حيث أصبح إمتلاك شبكات التواصل الإجتماعي ومدى التحكم فيها معياراً أساسياً يقاس من خلاله تطور المجتمعات، كما ترتبط أهميتها بأهمية الفئة العمرية وهي فئة الشباب (الطلبة الجامعيين) حيث تعد أكثر الفئات تأثراً بمواقع التواصل الاجتماعي، وأن فئة الشباب (الطلبة الجامعيين) لديها القدرة على التكيف السريع مع التطورات التكنولوجية وتبني الأفكار والمستجدات الجيدة التي من شأنها أن تحدث تغييراً على القيم الأخلاقية، وتعتبر القيم الأخلاقية أحد المعايير الهامة التي تساهم بدرجة كبيرة في تقويم وبناء أخلاق الأفراد، وتأتي أهمية تطبيق التيك توك أنه يحظى بالإقبال الكبير من طرف شرائح المجتمع عامة والطلبة الجامعيين خاصة فقد يؤثر عليهم و على أخلاقهم.

سادسا: الدراسات السابقة و المشابهة

بناء على التركيبة التي تقوم على أساسها المعرفة العلمية للاستفادة من نتائج الدراسات السابقة و رغبة في عدم تكرار مضامين قدمت سابقا فقد إستندت دراستنا على جملة من الدراسات المشابهة التي نراها تصب في إشكالية بحثنا .

أما من حيث تصنيف الدراسات فقد صنفناها من الأحدث إلى الأقدم وتتمثل هذه الدراسات فيما يلي :

✓ الدراسة الأولى

دراسة د. مها محمد فتحي بعنوان: "تأثير تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع". وهي عبارة عن مقالة علمية، من المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة كلية الإعلام، 2021.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع، وتمحورت إشكالية الدراسة أن القيم الاجتماعية من الموضوعات الهامة في تفاعل الأفراد مع المجتمع فانتقال القيم الاجتماعية إلى التكنولوجيا الحديثة أدى إلى ظهور الإعلام الجديد و تطبيقاته وارتبط بتطبيق التيك توك، وقد حضرت فيديوهات التيك توك شعبية كبيرة بين فئة الشباب عامة لأن هذه الفئة الأكثر تواجدا و تفاعلا عبر الإنترنت وعليه طرح تساؤل رئيسي مفاده: "ما تأثير تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع".

وانبثق عنه مجموعة من التساؤلات الفرعية :

- ما حجم تعرضك لفيدوهات التيك توك المعروضة عبر الهواتف الذكية ؟
- ما أسباب تعرضك لفيدوهات التيك توك المعروضة عبر الهواتف الذكية ؟
- ما أهم الموضوعات التي تفضل متابعتها من خلال فيديوهات التيك توك المعروضة عبر الهواتف الذكية ؟

و بالنسبة لأهمية الدراسة قسمت إلى أهمية نظرية تمثلت في أهمية المرحلة العمرية التي تتناولها الدراسة وهم الشباب والتي يمتاز بإدراكه للمتغيرات إلي تحدث له و للواقع من حوله الأمر الذي أدى بالباحثة إلى اختيار هذه الفئة العمرية ،أما الأهمية التطبيقية فهي أن هذه الدراسة تحاول أن تسهم في توضيح ضرورة الاهتمام بالمضمون المقدم للطلاب من خلال فيديوهات التيك توك .

وإعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي، وتمثلت عينة البحث في عينة قوامها 400 مفردة من طلاب الجامعات المصرية بواقع 200 ذكور و 200 إناث، و اعتمدت الدراسة على استمارة الاستقصاء.

تمثلت نتائج الدراسة فيما يلي :

✓ جاءت أهم أسباب تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك المعروضة عبر هواتفهم الذكية في الترتيب الأول من هذه الأسباب "التسلي و الترفيه "ثم "التعرف على سلبيات الواقع الذي نعيش فيه " .
 ✓ يليها الجراءة في طرح الموضوعات ثم تنشر أنماط مجتمعية جديدة، يليها إتاحة الفرصة لتنوع الآراء و الأفكار من خلال نشرها و عرضها ثم تنقل واقع حقيقي مفتعل يليها تسمح بمشاركة الجمهور و إبداء الرأي ثم تقدم أشكال حياة شبابية معاصرة يليها تؤدي الى كشف الإنحرافات في المجتمع و أخيرا الإلمام بخلفية الأحداث الجارية .

أوجه الإستفادة من الدراسة

إستفادتنا من هذه الدراسة تكمن في أنها تتناول جانب مهم من دراستنا وهو تأثير تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك إذ أفادتنا في طرح مجموعة من التساؤلات و أيضا أهداف الدراسة و نماذج عن أسئلة الإستمارة.

✓ الدراسة الثانية

دراسة دنهلة حلمي محمد عبد الكريم بعنوان :أثر كثافة التعرض لبرامج التيك توك على بعض الخصائص النفسية و السلوكية لدى الأطفال في المجتمع المصري، وهي عبارة عن مقالة علمية، من مجلة البحوث العلمية، جامعة الأزهر كلية الإعلام، أبريل 2021 .

وقد هدفت هذه الدراسة الى التعرف على مدى إرتباط الطفل بالتكنولوجيا الحديثة ،و التعرف على معدل ساعات تواصل الطفل مع هذه التقنية ،و مدى مراقبة أولياء الأمور لإستخدام الأطفال لتطبيق التيك توك ،و التعرف على طبيعة السلوكيات التي يكتسبها الطفل نتيجة إستخدامه لتطبيق التيك توك ،و أيضا التعرف على مدى تعلق الطفل و إعتماده على إستخدام تطبيق التيك توك ،و التعرف على مخاطره على الأطفال و كيفية حماية الأطفال من إستخدام هذا التطبيق ،و قد تمحورت إشكالية الدراسة في :كيفية التعرف على أثر تعرض الأطفال لوسائل التواصل الإجتماعي ،و تأثيراتها على قيمهم و سلوكياتهم و إتجاهاتهم ،و إنعكاسها في إنحراف سلوكيات و تفكير أطفالنا من خلال استخدام تطبيق (التيك توك) المتاح على مواقع التواصل الاجتماعي .

وانبثقت عن الإشكالية مجموعة من التساؤلات و هي :

- ما مدى إستخدام الطفل لتكنولوجيا الإتصالات الحديثة ؟
- هل تكنولوجيا الإتصال الحديثة إيجابي في التنشئة الإجتماعية للطفل ؟
- ما طبيعة السلوكيات التي يكتسبها الطفل نتيجة إستخدامه لتطبيق التيك توك ؟
- ما المخاطر الحقيقية لتطبيق التيك توك على الأطفال ؟
- ما الإقتراحات التي يمكن أن نتبناها للحد من إستخدام الأطفال لتطبيق التيك توك ؟

وتتبع أهمية الدراسة من أهمية التقنية الحديثة في جميع مناحي الحياة على كل نطاقاتها و صعوبة الإستغناء عنها و جعلها ركنا في حياة أطفالنا من خلال إستخدام تطبيق التيك توك ،و أيضا تعكس تأثير التقنية و خاصة تطبيق التيك توك في تكوين و تشكيل فكر أطفالنا و طباعهم و سلوكياتهم .

وإعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي ، تم تحديده بأسلوب العينة العمدية ،حيث يمثل مجتمع الدراسة أولياء أمور ومستخدمي تكنولوجيا الإتصال الحديثة من الأطفال في الفئة العمرية من 4 سنوات الى 15 سنة و تطبيق التيك توك ،و يعد مجتمع البحث الأصلي الذي تجرى عليه الدراسة الميدانية ،و إتجه الباحث الى إختيار 200 مفردة من أولياء أمور الأطفال المستخدمين لتطبيق التيك توك في المجتمع المصري .

توصلت الدراسة الى نتائج :

✓ أن الأطفال يستخدمون تكنولوجيا الإتصال الحديثة بصفة عامة دائمة و كان ذلك بنسبة %66 ،و أن أغلبهم يقضون من 4 الى 6 ساعات في إستخدام تكنولوجيا الإتصال الحديثة بنسبة %59.و ذلك حسب الوقت المتاح بنسبة %62.

✓ كما أطلعت نتائج الدراسة أيضا أن أغلبية المبحوثين يوافقون أن تكنولوجيا الإتصال الحديثة تؤدي الى تبني الطفل لقيم جديدة مغاير للعادات و القيم الإجتماعية بنسبة %68.

أوجه الإستفادة من الدراسة

- مكنتنا الدراسة من التعرف على أدوات جمع البيانات و كيفية تحليل النتائج.
- كما تمت الإستفادة من قائمة المراجع المذكورة في الدراسة.

✓ الدراسة الثالثة

دراسة محمد محمد عبده بكير، بعنوان: إدراك الشباب المصري لتأثيرات الواقع الافتراضي بفيديوهات التيك توك على الذات و الآخرين في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث، و هي عبارة عن مقالة علمية من مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر كلية الإعلام، أكتوبر 2021.

وقد هدفت هذه الدراسة الى رصد و تحليل و تفسير إدراك الشباب المصري لتأثيرات الواقع الافتراضي المتضمن بفيديوهات التيك توك على الذات و على الآخرين من خلال إختبار فروض نظرية تأثير الشخص الثالث، بشقيها الإدراكي و السلوكي، كما هدفت الى التعرف على عادات و أنماط تعرض الشباب المصري للواقع الافتراضي المتضمن بفيديوهات التيك توك، ومدى تأييدهم في فرض الرقابة عليها، بالإضافة الى الكشف عن تأثيرات تعرض الشباب المصري لفيديوهات التيك توك، و علاقتها بإدراكهم لتأثير الشخص الثالث، و قد تمحورت إشكالية الدراسة: حول الجدل الذي أحدثته التطبيقات و المنصات الإلكترونية من خلال تأثيراتها الإيجابية و السلبية دون رقابة على محتوياتها، و من بين التطبيقات تطبيق التيك توك، الذي يعد الأكثر إنتشارا، و قد وجه للتطبيق إنتقادات شديدة، لمحاولة جذب الأطفال و المراهقين و الشباب، و بهذا تم إختبار فروض نظرية تأثير الشخص الثالث بشقيها الإدراكي و السلوكي. و عليه طرح الباحث تساؤل رئيسي مفاده: كيف يدرك الشباب المصري تأثيرات الواقع

الإفتراضي المتضمن بفيديوهات التيك-توك ،على الذات و على الآخرين في ضوء نظرية الشخص الثالث؟

و إنبثق عنه مجموعة من التساؤلات الفرعية و هي :

- ما مستوى تعرض الشباب المصري لفيديوهات التيك-توك ؟
- ما نوعية المضامين التي يفضلها الشباب المصري بفيديوهات التيك-توك ؟
- ما مدى رضا الشباب المصري عن الواقع الإفتراضي المتضمن بفيديوهات التيك-توك ؟
- ما مدى تأييد الشباب المصري في فرض الرقابة على المنصات الرقمية في التيك-توك ؟
- ما أهم ملامح الواقع الافتراضي المتضمن بفيديوهات التيك-توك على الذات ، و على الآخرين ؟

و تتوقف أهمية الدراسة

في حداثة الموضوع ،و ندرة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع ،و أيضا أن هذا الموضوع يسلط الضوء على ظاهرة جديدة ،و هي تطبيقات الفيديو القصير في معظم دول العالم و أهمية تناول المصات الرقمية من خلال فيديوهات التيك توك ،و أهمية نظرية تأثير الشخص الثالث باعتبارها منظور جديدا لدراسة الرأي العام .

وإعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي، وتم الإعتماد على أسلوب المسح بالعينة، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة من الشباب المصري قوامها 300 مفردة من الجنسين ،و تشمل 100 مفردة من (جامعة المنصورة) حكومية، و 100 أخرى من جامعة (6أكتوبر)خاصة و 100 أخرى من كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، وصممت إستمارة إستبيان في ضوء مشكلة الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها.

و أسفرت الدراسة بنتائج

✓ أن أكثر المضامين التي يفضلها الشباب المصري بفيديوهات اليك-توك ،تتمثل في مقاطع المشاهير الشخصية ،بليه مقاطع الهوايات و المستخدمين كالرقص و الغناء.

✓ وخرجت الدراسة بوجود علاقة دالة بين كثافة بين تعرض الشباب المصري لفيدويوهات التيك-توك، ومستوى إدراكهم لتأثير الشخص الثالث، ودرجة تأييدهم لفرض الرقابة على المنصات الرقمية في التيك-توك .

✓ وخرجت الدراسة بوجود فروق دالة بين مستوى إدراك الشباب المصري لتأثيرهم بالواقع الافتراضي المتضمن بفيدويوهات التيك-توك، مقارنة بمستوى إدراكهم لتأثيرها على الآخرين، لصالح التأثير على الآخرين - وبذلك تبت صحة الفرض الإدراكي لنظرية تأثير الشخص الثالث.

أوجه الاستفادة من الدراسة

- تعتبر هذه الدراسة من الدراسات التي ساهمت بشكل إيجابي وكبير في توجيه مسار بحثنا إذ ساعدتنا في الجانب المنهجي و ذلك في تحديد أهمية الدراسة وأيضاً أهداف الدراسة.
- كما ساعدتنا أيضاً في إيجاد بعض الدراسات السابقة وذلك من خلالها عرضها لها في بحثنا.

سابعاً: الإطار النظري للدراسة

كل مشكلة بحثية تستلزم الإعتماد على نظرية أو مجموعة من النظريات والتي تعمل على طبيعة الموضوع محل الدراسة، وتعرف النظرية على أنها "نسق فكري استنباطي متسق حول ظاهرة أو مجموعة من الظواهر المتجانسة، و يحوي النسق إطاراً تصورياً ومفاهيمات وقضايا نظرية توضح العلاقات بين الوقائع وتنظمها بطريقة دالة وذات معنى. (عبد المعطي، 1998، ص10)

نظرية الاستخدامات و الاشباعات

1- نشأة نظرية الاستخدامات والاشباعات

يمكن الإشارة من المنظور التاريخي إلى أن التناول للاستخدامات والاشباعات في وسائل الإعلام تحت مسميات أخرى من بداية الأربعينيات وفي مجالات قليلة من علم الاجتماع التي تتعلق بالاتصال الجماهيري، و خلال ذلك العقد ركزت بحوث الاتصال الجماهيري التطبيقية على دراسة محتوى وسائل الإعلام بشكل أكثر من تركيزها على اختلافات إشباع الفرد.

وتتناول نظرية الاستخدامات والإشباعات توقعات الجمهور و تطلعاته و استخداماته، فهو نظرة مختلفة و جديدة للإعلام، و هو نظرة ديمقراطية تنظر إلى الإعلام من وجهة نظر المتلقي لا من وجهة نظر القائم بالاتصال أو السلطة. (الطيب، 2014، ص 147)

وتهتم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية، و التباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، و كان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل و مضمون مفضل من وسائل الإعلام. (مكاي، و السيد، 1991، ص 239)

2- مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات

يأخذ منظور الاستخدامات والإشباعات وجهة نظر المستخدم لوسائل الإعلام و يبحث في كيفية استخدام الناس لوسائل الإعلام والإشباعات التي يحققونها من استخدامهم لتلك الوسائل ،حيث تهتم النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة ،و تنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل و مضمون وسائل الإعلام خلافا للنظريات المبكرة مثل: نظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية التي ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية منفصلة، و تتصرف بناء على نسق واحد و بذلك يهتم مدخل الاستخدامات والإشباعات بالسمات الفردية، و علاقتها بالرضا و الإشباع و أنماط الدوافع و الحاجات الفردية و المدخل السلوكي الذي تعتمد عليه الدراسات لرصد عادات و كثافة التعرض و ذلك في إطار مدخل الاستخدامات والإشباعات، ووفقا لنظرية الاستخدامات والإشباعات فإن وسائل الإعلام تشكل موردا لتلبية احتياجات الجمهور المختلفة، وتحول السؤال من ما الذي تفعله وسائل الإعلام بالجمهور ؟ إلى ما الذي يفعله الجمهور بوسائل الإعلام. (يوسف ومصطفى، 2019، ص 41)

3- أهداف نظرية الاستخدامات و الإشباعات

- محاولة التعرف على استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، على اعتبار أن الجمهور نشيط و يستطيع أن يختار و يستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته و توقعاته.
- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام و أنماط التعرض، و الاشباعات.

- تحديد دوافع تعرض الأفراد لوسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري .
- معرفة دور العوامل الوسيطة و تأثيرها في الاستخدامات والإشباع. (الحاج، 2020، ص93)

4- فروض نظرية الاستخدامات والإشباع

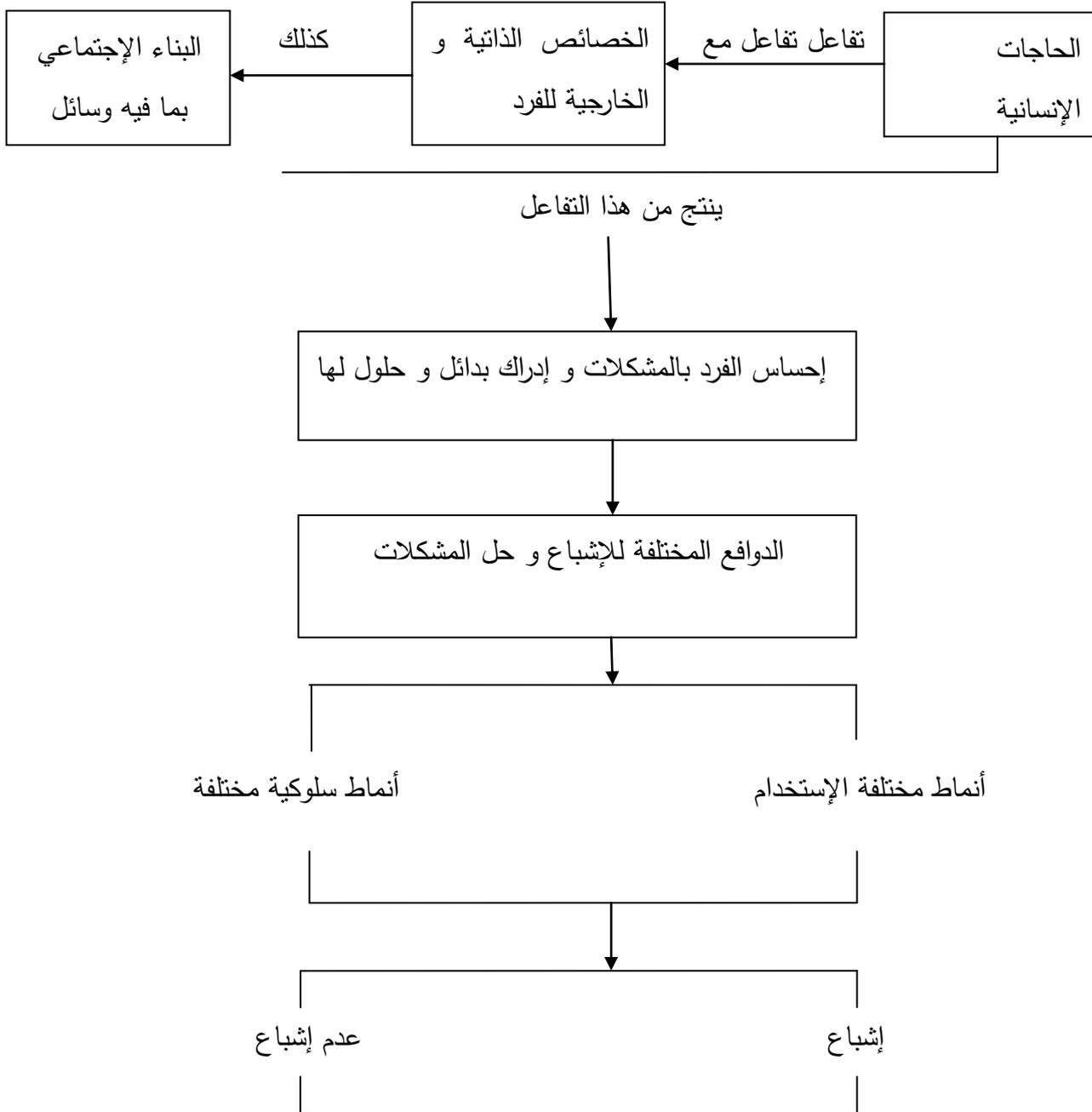
- أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، و تتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل و المضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد .
- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم و دوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات. (مكاوي والعبد، 2007، ص 376)

5- نموذج الإستخدامات و الإشباع لروزينجرين

- يحدد فيه أهمية الحاجات التي تقع في أعلى هرم ماسلو مثل الحاجة الى الصحة /الحب /القبول تحقيق الذات في إرتباطها أكثر بنموذج الإستخدامات و الإشباع مقارنة بالحاجات العضوية و الحاجات النفسية الأساسية مثل تحقيق الأمن .
- و يركز أيضا بجانب الحاجات على المشكلات التي تدفع الفرد الى سلوك معين و هذه المشكلات وهذه المشكلات لا تتعارض مع الحاجات و تحتاج من الفرد الى إدراك سبل حل هذه المشكلات و بالتالي تشكل قوة دافعة للتعرض من خلال إختبار أنماط حل المشكلات بجانب أنماط دوافع الإشباع و هي كلها سوف تؤدي إلى الفعل الذي يشتمل في إستخدام وسائل الإعلام أو أي سلوك آخر .
- و تختلف الحاجات و المشكلات و الدوافع بإختلاف الأفراد و الجماعات . و بالتالي فإننا نتوقع إختلافا في نماذج السلوك و إختبار المحتوى . و يترتب على ذلك أيضا إشباع أو عدم إشباع نتيجة عملية الإختبار و التعرض الى وسائل الاعلام و محتواها .

- و يمكن تلخيص العلاقات البنائية في نموذج روزنجرين في الآتي: (الشكل 1)
- تتمثل البداية في وجود الحاجات الفردية التي تتفاعل مع الخصائص الفردية العامة و النفسية و كذلك مع البناء الإجتماعي المحيط بالفرد بما فيه وسائل الإعلام .
 - يترتب على ذلك ظهور مشكلات للفرد ، و سواء كان شعوره بها قويا أو ضعيفا فإنه يبحث عن حل لها من بين البدائل المختلفة في محاولة للسلوك الذي يؤدي إلى الإشباع أو حل المشكلات .
 - ونتيجة لهذا السلوك تظهر أنماط مختلفة للإستخدام الحالي لوسائل الإعلام ، و كذلك أنماط سلوكية أخرى خلاف إستخدام وسائل الإعلام لتحقيق الإشباع أو حل المشكلات .
 - تؤدي الأنماط السلوكية المختلفة مع وسائل الإعلام أو غيرها إما إلى نماذج من الإشباع أو عدم الإشباع .
 - وهذا من الممكن أن يتأثر أيضا بالخصائص العامة و النفسية و العوامل البيئية و الإجتماعية المحيطة بالفرد .
- و يرى روزنجرين أن عملية الإستخدامات و الإشباعات ربما تؤثر على كل من المجتمع و وسائل الإعلام في المجتمع . (عبد الحميد، 2004، ص286-287)

نموذج لنظرية الإستخدامات و الإشباعات



شكل رقم 1: نموذج روزنجرين للإستخدامات و الإشباعات

6- عناصر نظرية الإستخدامات و الإشباعات

انطلقت نظرية الاستخدامات والإشباعات من العناصر التالية:

إفتراض الجمهور النشط: يزعم "هويت" أن النظريات القديمة كانت تنظر إلى الجمهور بإعتباره متلقيا سلبيًا أمام قوة الرسالة و تأثيرها الفعال، حتى ظهر مفهوم الجمهور "العنيد" الذي يبحث عما يريد أن يتعرض إليه، و يتحكم في إختيار الوسائل التي تقدم هذا المحتوى .

و يرى "بلومر" أن عنصر النشاط أو الفعالية لدى الجمهور يشير إلى الدافع الأساسي، و الإنتقائية، و الأدواق، و الإهتمامات التي يمكن أن تحدث في حالة التعرض لوسائل الإعلام .

الأصول النفسية و الإجتماعية لإستخدامات وسائل الإعلام : إنتهى "جون جونستون" في دراسته حول إستخدام المراهقين لوسائل الإعلام و الدمج الإجتماعي، إلى أن أعضاء الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الإتصال بإعتبارهم أفرادًا معزولين عن واقعهم الإجتماعي، و إنما بإعتبارهم أعضاء في جماعات منظمة، و شركاء في بيئة ثقافية واحدة .

وتتفق هذه الرؤية مع العديد من باحثي الإستخدامات و الإشباعات الذين يعارضون دوما مصطلح "الحشد" لتميز جمهور وسائل الإعلام، و طبقا لهذه الرؤية فإن العديد من الإحتياجات المرتبطة بإستخدام وسائل الإتصال ترتبط بوجود الفرد في بيئة إجتماعية، و تفاعله مع هذه البيئة. (مكاوي وحسين، 1998، ص243-244)

دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام: توجد وجهات نظر متباينة لدراسة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام و لكن بوجه عام فإن معظم دراسات الإتصال تقسم دوافع التعرض الى فئتين هما:

دوافع نفعية : و تستهدف التعرف على الذات، و إكتساب المعرفة و المعلومات و الخبرات و جميع أشكال التعلم بوجه عام و التي تعكسها برامج الأخبار و البرامج التعليمية و الثقافية .

دوافع طقوسية : و تستهدف تمضية الوقت و الإسترخاء و الصداقة و الألفة مع الوسيلة و الهروب من المشكلات و تنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل المسلسلات و الأفلام و المنوعات و غيرها .

التوقعات من وسائل الإعلام : يرى "كاتز" أن التوقعات هي الإشباعات التي يبحث عنها، و بذلك فالتوقعات تساهم في إختيار الوسائل و المضامين، و تختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام وفقا

للفروق الفردية و كذلك وفقا لإختلاف الثقافات، و يرى شرام في هذا الشأن أن الإنسان يختار إحدى وسائل الإعلام المتاحة التي يظن أنها سوف تحقق له الإشباع النفسي المطلوب.

التعرض لوسائل الإعلام : أشارت دراسات عديدة إلى وجود علاقات إرتباط بين البحث عن الإشباع و التعرض لوسائل الإعلام، و يعتبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الإعلام عن نشاط هذا الجمهور، و قدرته على إختيار المعلومات التي تلبى إحتياجاته .

إشباع وسائل الإعلام : تعد إشباع وسائل الإعلام بمثابة المحصلة التي تترتب على إستخدامات الجمهور لوسائل الإعلام و تتوقف الإشباع التي تحقق لدى الجمهور وفقا لنوع الوسيلة و نوع المضمون المقدمة و طبيعة الظرف الإجتماعي الذي تم فيه الإتصال .

إشباع المحتوى : و تشمل الإشباع الناتجة من التعرض لمضامين وسائل الإعلام .

إشباع علمية : وهي لا ترتبط بخصائص محتوى عملية الإتصال، بل تتعلق بطبيعة عملية الإتصال و إختيار نوعية الوسيط الذي يتم التعرض إليه.(نورمار، 2012، ص 35-36)

7- الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع

وجه الباحثون مجموعة من الانتقادات لنظرية الاستخدامات والإشباع من أبرزها :

- لا تصلح النظرية للتعميم لأن الاستخدامات والإشباع من وسائل الاتصال تختلف باختلاف الثقافات و باختلاف العوامل السكانية .
- لا تستطيع النظرية تفسير السلوك الاتصالي بدقة فالمحتوى الاتصالي يحقق وظائف لبعض الأفراد في حين يسبب اختلافا وظيفيا لأفراد آخرين .
- هناك مشكلة تتعلق ببحوث الإشباع التي تركز على المحتوى حيث أنها تقوم بالنسبة إليهم على افتراض أن مضمون يشبع حاجات معينة لدى الجمهور رغم أن هذه المواد قد لا تكون هامة أو لا تشبع إحتياجا معينة لدى الجمهور.
- وصف بعض النقاد نظرية الاستخدامات و الإشباع بأنها مدخل فردي مما يصعب ربطها بالبناءات الاجتماعية الأكبر.

- يعتقد بعض النقاد أن النظرية يشوبها غموض في بعض عناصرها و محدداتها، و يصفون النظرية أنها مجرد أسلوب لجمع البيانات.
- تعاملت النظرية مع فئات عامة من المضمون في حين يعد اختلاف نوع المحتوى مؤثرا إلى حد بعيد من النتائج.
- يمكن أن يكون لمصطلح الوظيفية التي تترجمه نظرية الاستخدامات والإشباعات أكثر من معنى فقد يعني هدفا أو نتيجة أو توقع أو متطلب، مما يؤدي إلى مزيد من الالتباس في مفاهيم النظرية ذاتها و في أهدافها.
- قد لا تصلح النظرية لتكنولوجيا الاتصال الحديثة و وسائلها. (الحاج، 2020، ص103)

8- إسقاط النظرية على الدراسة

تعتبر نظرية الاستخدامات والإشباعات هي الأنسب لدراستنا ذلك أن منظورها يتحدث عن تطور وسائل الإعلام و الأثر الذي تسببه في تغيير تكوين الأفراد و الشعوب وقيمهم وأخلاقهم، وهو ما ينطبق على الظاهر الذي درسناه من خلال أن تطبيق التيك توك لخص جميع الحواس الإنسانية في الخصائص التي تفرد بها عن غيره من تطبيقات التواصل الاجتماعي و التي شملت السمع و البصر، النطق والكتابة إلا أن التطبيق يستخدم على المنصة لم يتطرق لها سابقا دفعته لتوظيف جميع حواسه معا و في مدة زمنية محددة ، يرتقي الفرد من مجرد مستخدم عادي إلى حامل للرسالة و عنصرا فعالا في نشرها من خلال المضامين و التي تتعدد محاورها في إبداعات، غناء رقص.

ثامنا: تحديد المفاهيم

التأثير

لغة : ابقاء الأثر في الشيء، يقال أثر فيه تأثيرا اي ترك فيه أثرا. (البستاني، 1990، ص3)

اصطلاحا: هوالتغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد تلفت الرسالة انتباهه و يدركها، و قد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة ، و قد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل اتجاهاته القديمة و قد تجعله يتعرف بطريقة جديدة، أو يعدل سلوكه السابق فهناك مستويات عديدة للتأثير، ابتداء من الاهتمام بحدوث

تدعيم داخلي للاتجاهات إلى حدوث تغيير على تلك الإهتمامات ثم في النهاية اقدام الفرد على سلوك علني . (حجاب، 2003، ص533)

إجرائيا : هو مجموعة التغييرات التي تطرأ على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين ، وذلك من خلال تعرضهم للمضامين المختلفة من فيديوهات يتلقاها عبر تطبيق التيك توك .

تطبيق التيك توك

Tik tok هو تطبيق لمشاركة مقاطع الفيديو القصيرة المتكررة من خلال الهواتف الذكية ، و هو تطبيق يهدف الى تشجيع المستخدمين على الابداع و مشاركة لحظاتهم المختلفة مباشرة من خلال هاتفهم. (<https://techo.com/2018/11/tiktok-video-sharing-app-download-android-phone/> ، ماهو تطبيق التيك توك، تاريخ الدخول 2022/04/10، 16:30).

إجرائيا: هو تطبيق يسمح بمشاهدة و مشاركة الفيديوهات و يعتبر من التطبيقات الأكثر رواجاً،

بين الطلبة الجامعيين، نظرا لأنه أتاح لمستخدميه إمكانية التعبير عن مواهبهم و ميولاتهم في شتى مجالات الحياة ،و يمكن الطلبة من التعبير عن إحتياجاتهم و رغباتهم، و كذا إشباع ما يحتاجون إليه و ذلك من خلال التواصل مع الأهل و الأصدقاء من مختلف أنحاء العالم .

القيم

لغة: جمع لكلمة قيمة و هي مشتقة من الفعل الثلاثي قوم و هي يأتي على معان متعددة نذكر منها ما يتعلق بمرادنا في هذا البحث . (المحيا، 1414، ص23)

اصطلاحا: يعرفها طهطاوي: بأنها مجموعة المبادئ و القواعد و المثل العليا ، التي يؤمن بها الناس ، و يتفقون عليها فيما بينهم، ويتخذون منها ميزانا يزنون به أعمالهم ، و يحكمون بها على تصرفاتهم المادية و المعنوية. (طهطاوي، 1996، ص 42)

إجرائيا: و هي مجموعة المعايير و الضوابط التي تحدد سلوكيات الأفراد و أفعالهم داخل المجتمعات و تكون القيم متوازنة مع سلوكياتهم و ضوابطهم الإجتماعية و ذلك لتحقيق التوافق و التوازن في حياتهم .

الأخلاق

لغة: الخلق في اللغة هو العادة و السجية، و الطبع، و المروءة، و الدين.

إصطلاحاً : عبارة عن هيئة للنفس راسخة ، تصدر عنها الأفعال بسهولة ويسر من غير حاجة إلى فكر وروية، فإن كان الصادر عنها الأفعال الحسنة، كانت الهيئة خلقاً حسناً، و ان كان الصادر عنها الأفعال القبيحة، سميت الهيئة التي تصدر عنها هي مصدر ذلك خلقاً سيئاً.

(الخراز، 2009، ص21)

إجرائياً: هي مجموعة من المبادئ المكتسبة عند الإنسان من المحيط الذي يعيش فيه، و هي التي تحكم تصرفاته و أفعاله، و تعمل على توجيه رغباته و إتجاهاته و تحدد السلوك المرفوض و الصواب و الخطأ و الخير و الشر .

القيم الأخلاقية: هي فضائل تكتسب بالتعود و الممارسة، بل و بالإرادة و التعليم، و هذا يعني أن كل فرد مهياً لاكتسابها، فهي موجودة في طبعه أو استعداداته، و المقصود هو تلك القدرة الموجودة فيه بالقوة، و التي تصير فيما بعد موجودة بالفعل عن طريق العمل و التدريب عليها. (خدة معمر، 2010-2011، ص 21)

إجرائياً : تعتبر القيم الأخلاقية الموجه الأساسي و الرئيسي نحو الأفعال الصحيحة و النافعة، و هي معايير مستمدة من القرآن و السنة، التي أمر الإسلام بها، و تنظم علاقة المسلم مع ربه، و مع نفسه، و مع غيره .

الطالب الجامعي: هو طالب ينتمي إلى مؤسسة تعليمية و هي الجامعة ، له ثقافة مميزة عن باقي الفئات المماثلة له نظراً لما يشكله من طاقة فكرية و قدرات عقلية و عملية يكتسبها من ثقافة المجتمع السائدة و كذا الوسط الجامعي الذي يعيش فيه و بذلك يكون شخصيته التي تبرز في الاتجاهات نحو مختلف المواضيع .

2- الإجراءات المنهجية للدراسة

أولاً: منهج الدراسة

يقصد بالمنهج لغة الطريق الواضح، كقولك نهج فلان الطريق أي سلكه، وانهج الطريق، أي وضح و استبان، و صار نهجا واضحا بينا، و النهج هو الطريق المستقيم. وفي اللغات الأوروبية لا يختلف من حيث المفهوم اذ يقصد به أيضا السبيل إلى تحقيق الغاية، و مصطلحه بالفرنسية méthode و بالإنجليزية method و بالإيطالية metod. (فاضلي، 2017، ص9)

ويعد المنهج " فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن الحقيقة، حين نكون جاهلين، أو من أجل البرهنة عليها للآخرين حين نكون بها عارفين ". (بدوي، 1977، ص4)

كما تعرفه يمى الخولي بأنه: الطريق الواضح المستقيم، الذي يفضي بصحيح السير فيه إلى غاية مقصودة بسهولة و يسر، و يعني طريقا محددًا منظما، و هو مفهوم محوري و المرتكز في أية دراسات مقننة و مقدمة أولية للجهد المعرفي الرصين الجدير بالإعتبار. (الخولي، 2015، ص24)

ويعرفه المنجد الفرنسي le dictionnaire encyclopédique: بأنه مجموعة من القواعد و المبادئ و المراحل المنظمة التي تتيح للباحث بلوغ النتائج (الأهداف). (عظيمي، 2009، ص12)

ويعرفانه قصبي و الهاللي بأنه: طريق نصل عبره إلى نتيجة ما، حتى و ان لم يتم تحديد هذه الطريق مسبقا بكيفية إرادية و مفكر فيها. (قصبي والهاللي، 2015، ص10)

وبما أن دراستنا تتمحور حول دراسة التأثير الذي يحدثه التيك توك في القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين ، فقد اعتمدنا على المنهج الوصفي الذي يعتبر من انسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية الميدانية.

فالمنهج الوصفي هو عبارة عن دراسة عامة لظاهرة موجودة في جماعة معينة و في مكان معين ، و يعرفه أحمد مرسلي " بأنه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكونة لها و العلاقات السائدة داخلها ، كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها

الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات و البيانات المحققة لذلك ". (بن مرسل، 2007، ص40)

كما يرى حسين هاشم الفتلي بأن المنهج الوصفي هو: كل استقصاء ينصب على ظاهرة معينة كما هي قائمة في الوقت الحاضر، بقصد تشخيصها و كشف جوانبها، و تحديد العلاقات بين عناصرها، أو بينها و بين ظواهر أخرى. (الفتلي، 2014، ص143)

ثانياً: أدوات الدراسة

تعرف الأداة بأنها الوسيلة التي يجمع بها الباحث بياناته، وهي طريقة جمع البيانات من الأشخاص المرتبطين بموضوع البحث، لأخذ وجهة نظرهم أو معرفة آرائهم و سلوكياتهم و ميولهم، الأداة يجب أن تستخدم مع العينات، و يجب أن تجمع من خلالها المعلومات و يجب أن تحلل و تستخرج منها النتائج، تم يتم إختيار أداة البحث على حسب العينة و المجتمع و الأهداف. (البياتي، 2018، ص242)

وقد ارتأينا في بحثنا هذا أن نوظف كلا من "الاستمارة" و "المقابلة" كأداتين لجمع البيانات لأنهما الأنسب لموضوع الدراسة.

• الإستمارة

هي أحد أدوات البحث العلمي الواسعة الإنتشار و يختص باصطلاح الآراء و التعرف على المشاعر و الأفكار و المعتقدات الخاصة بالمبحوثين، و تعتمد العلوم الإنسانية و الإجتماعية على هذه الأداة، و كما تعرف بأنها أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة و الجمل الخبرية التي يطلب من المبحوث الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث. (سالم، و محمد صالح، 2015، ص182).

يعرفها أبو النيل: بأنها عبارة عن مجموعة من الأسئلة المهمة للتوصل من خلالها إلى حقائق يهدف إليها الباحث ، أداة لفظية بسيطة و مباشرة تهدف إلى التعرف على ملامح خبرات المفحوصين و اتجاهاتهم نحو موضوع معين من خلال توجيه أسئلة قريبة من التقنين قي الترتيب و الصياغة و ما شابه ذلك

وهي مجموعة من الأسئلة التي يتم الإجابة عليها من قبل المفحوص بدون مساعدة الباحث الشخصية أو من يقوم مقامه.

أو هي وسيلة للحصول على إجابات لعدد من الأسئلة المكتوبة في نموذج يعني لهذا الغرض و يقوم المفحوص يملئه بنفسه.

وهي عبارة عن أداة ميدانية تتضمن مثيرات حسية و لفظية و استجابتها الموصولة بواقع العمل و بمواقف نحو الذات أو نحو الغير .(الجرجاوي، 2010، ص16-17)

قائمة الأساتذة المحكمين

- الأستاذة المشرفة العجروود آسية أستاذ محاضر -أ-
- الأستاذ شيباني إيدير أستاذ مساعد -أ-
- الأستاذ شريال مصطفى أستاذ محاضر -أ-
- الأستاذ بوخدوني توفيق أستاذ محاضر -أ-

• المقابلة

هي لقاء يتم بين الباحث و المحييب و على أساس ذلك يحدد هدف واضح للبحث و يعد الباحث استمارة خاصة لجمع المعلومات من العينات و هذه الطريقة أو الأداة تصلح لكافة المستويات التعليمية والثقافية. و ان المقابلة تستخدم للتعرف على الحقائق و التأكد من المعلومات بشكل دقيق من قبل الباحث مباشرة، و تعطي للباحث الفرصة للتعرف على اللهجة و الطلاقة، و الإنفعالات التبريرية، والقابلة هي مهمة لكشف المواقف الاجتماعية و التوصل إلى الاتجاهات و القيم الإنسانية و المعلومات التي تعطي حلا للمشكلة والهدف من المقابلة اختبار الفروض و ترجمة البحث والكشف عن استجابات المجيبين و هذا نجده ان كان هناك تعاون بين الباحث و المجيبين . (المشهداني والبيدي، 2015، ص38)

والمقابلة بوجه عام أنسب الطرق للحصول على بيانات ذاتية في عالم القيم و الإتجاهات و المفاهيم الاجتماعية، كما انها وسيلة للتعرف على الحقائق و الآراء و المعتقدات التي قد تختلف من فرد لآخر،

وتستخدم للتأكد من بيانات و معلومات حصل عليها الباحث من مصادر أخرى مستقلة، كما يستطيع الباحث الحصول على أنواع معينة من البيانات والمعلومات ذات الطبيعة السرية التي يتردد المبحوث في الإدلاء بها كتابة، عندما يوفر عامل الثقة والطمأنينة بينه و بين المبحوث. (عوض صابر وخفاجة، 2002، ص 131-132)

وهي إستبيان شفوي يتم فيه التبادل اللفظي بين القائم بالمقابلة و بين فرد أو عدة أفراد للحصول على معلومات ترتبط بآراء أو إتجاهات أو مشاعر أو دوافع أو سلوك ، و تستخدم المقابلة مع معظم أنواع البحوث التربوية إلا أنها تختلف أهميتها حسب المنهج المتبع في الدراسة ، فعلى سبيل المثال تعتبر من أنسب الأدوات إستخداما في المنهج الوصفي ولا سيما فيما يتعلق ببحوث دراسة الحالة إلا أن أهميتها تقل في دراسات المنهج التاريخي و المنهج التجريبي . (البياتي، 2018، ص249)

وأیضا المقابلة هي : مجموعة من الأسئلة و الإستفسارات و الإيضاحات التي يطلب الإجابة عنها و التعقيب عليها وجها لوجه بين الباحث و الأشخاص المعنيين بالبحث أو عينة ممثلة لهم. (الشهداني، 2019، ص157)

وتعرف المقابلة أنها: محادثة أو حوار موجه بين الباحث من جهة، وشخص أو أشخاص آخرين من جهة أخرى، بغرض الوصول إلى معلومات تعكس حقائق أو مواقف محددة، يحتاج الباحث الوصول إليها، بضوء أهداف بحثه.

وهي أيضا محادثة بين الباحث او من ينيبه والأشخاص المستجيبين الذين يرغب في الحصول على معلومات منهم. (المحمودي، 2019، ص141)

وهي إحدى أهم وسائل جمع البيانات، وهي وسيلة يقوم بواسطتها الباحث أو مساعده بتوجيه عدد من الأسئلة لعضو العينة وتدوين إجاباته، فهي إذن "عملية إجتماعية صرفة تحدث بين شخصين، الباحث أو المقابل الذي يستلم المعلومات وجمعها ويصنفها، والمبحوث الذي يعطي المعلومات إلى الباحث بعد إجابته على الأسئلة الموجهة إليه من قبل المقابل". (عياد، 2006، ص128)

ثالثاً: مجتمع البحث و عينة الدراسة

1 مجتمع البحث

من المعروف أن البحوث التطبيقية تستند في تطبيقاتها مجتمع بحث تجري عليه تلك التطبيقات بغية الاستفادة من موضوع البحث من خلال النتائج. ويمكن أن يوصف بأنه جميع العناصر ذات العلاقة بمشكلة الدراسة التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها نتائج الدراسة، لذا فإن الباحث يسعى إلى إشراك جميع أفراد المجتمع كلما أمكن ذلك. (البياتي، 2018، ص267)

يمكن تعريفه من وجهة نظر إحصائية بأنه "جميع المفردات cases التي تمثل الظاهرة موضوع البحث، و تشترك في صفة أو صفات معينة من المطلوب جمع البيانات حولها". (الخضر و خليل، 2020، ص242)

ويعرف أيضاً بأنه: المجتمع الإحصائي الذي تجرى عليه الدراسة و يشمل كل أنواع المفردات مثل الأشخاص، السيارات، الشوارع، إلخ... (المحمودي، 2019، ص158)

ويشير معنى مجتمع البحث إلى مجموعة الأفراد والأشياء والبيانات التي تؤخذ منها العينة الإحصائية وهو عبارة عن مجموعة من المفردات التي تشترك في خاصية واحدة أو أكثر. (البرواري و السامري، 2010، ص254)

وبما أن دراستنا تهدف إلى البحث عن تأثير تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين بجامعة جيجل فإن مجتمع بحثنا هو طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل وهو النموذج الأحسن كونه يحتوي على فئة لا بأس بها من الطلبة الذين يتعرضون لتطبيق التيك توك .

2 عينة الدراسة

إن هدف كل باحث هو الوصول إلى استنتاجات سليمة من المجتمع الأصلي الذي تتبع منه المشكلة، هي طريقة من طرق البحث و جمع المعلومات، فتوجد عينة من مجتمع ما بالانتقال من الجزء إلى الكل أو التوصل إلى الحكم على المجتمع في ضوء بعض أفرادها. (حجاب، 2004، ص381)

ويمكن تعريف العينة بأنها عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة و إجراء الدراسة عليها و من ثم استخدام تلك النتائج و تعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.(حجاب، ص94)

وقد اعتمدنا في بحثنا هذا على العينة الطبقية وهي من أكثر أنواع العينات استعمالا في بحوث الإعلام و الاتصال.

ويتبع هذه الطريقة في حالة عدم تجانس المجتمع حيث يصبح من الضروري اختيار عينة طبقية يتمثل فيها فئات المجتمع الأصلي بنسب وجودها فيه، ففي هذه الطريقة يتم تقسيم أفراد المجتمع إلى مجموعات متجانسة وفقا لصفات متشابهة، فإذا أراد الباحث دراسة أحد الصفات البدنية لمجموعة من التلاميذ و أراد الحصول على عينة ممثلة للمجتمع ككل على أساس اعتبار الجنس كان من الضروري أن تمثل نسبة الذكور و الإناث في العينة بنسبة وجودها في المجتمع الأصلي.(عوض صاب و خفاجة، 2002، ص193)

وتعتبر العينة العشوائية الطبقية أدق العينات والأصح لتمثل المجتمع الأصلي تمثيلا جيدا، و ذلك لكون أنه في العينة العشوائية الطبقية يتعين علينا أن نأخذ من كل فئة بالقدر الذي تمثله الفئة في المجتمع الأصلي. (عياد، ص116)

أيضا يقوم الباحث في هذا النموذج من العينات بتصنيف مجتمع البحث إلى مجموعات وفقا للفئات التي يتضمنها متغير معين أو عدة متغيرات، ثم يختار وحدات عينة البحث إختيارا عشوائيا من كل مجموعة .

وتتميز العينة العشوائية الطبقية باختيار عينة متنوعة تسحب من كل مجموعة أو طبقة من مختلف المجموعات المصنفة .

في العينة العشوائية الطبقية يؤخذ بعين الإعتبار المتغيرات ذات الأهمية المحورية في الدراسة، كمتغير النوع ، السن، التعليم، الدخل، المهنة، الوطن الأصلي، الأقارب، أو الديانة.(زواتي، 2004، ص185)

بما أن مجتمع بحثنا المتمثل في طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل يتكون من 1059 طالب، فإنه يصعب مسحه مسحا شاملا لضيق الوقت المتاح لإجراء هذه الدراسة ويعود سبب إختيارنا له لقرب الموضوع من مجال تخصصهم الدراسي واهتمامهم لمثل هذا النوع من المواضيع. فلذلك قمنا باختيار نسبة 10 بالمئة من مجتمع الدراسة باستعمال طريقة الحصص المتناسبة:

✓ 1059 طالب بقسم الإعلام والاتصال :

10 بالمئة = 106 طالبا

- ليسانس سنة ثانية إعلام واتصال: يوجد 301 طالبا.

$301 \times 10 \div 100 = 30.1$ ومنه نأخذ 30 طالبا.

- ليسانس سنة ثالثة إعلام: يوجد 204

$204 \times 10 \div 100 = 20.4$ و منه نأخذ 20 طالبا.

- ماستر 1 الصحافة المكتوبة+ السمي البصري: يوجد 226 طالبا.

$226 \times 10 \div 100 = 22.6$ ومنه نأخذ 23 طالبا.

- ماستر 2 الصحافة المكتوبة+ السمي البصري: يوجد 248.

$248 \times 10 \div 100 = 24.8$ ومنه نأخذ 25 طالبا.

نقوم بجمع $30+23+28+25 = 106$

رابعاً: مجالات الدراسة

المجال الزمني

تقرر دراسة موضوع تأثير تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين على مدار السنة الدراسية 2022/2021، و قد كان الإطار الزمني محصورا بين شهري فيفري و جوان، بعدما تبلورت فكرة

إجراء الدراسة بعد موافقة الأستاذة المشرفة عليها بالإستشارة مع مجلس الأساتذة لقسم علوم الإعلام و الاتصال، و فيما يخص الإطار الزمني للجانب التطبيقي انحصر بين شهري ماي و جوان، أما الإخراج النهائي و مراجعة المذكرة فكان في شهر جوان 2022.

المجال البشري

يتمثل مجتمع البحث في طلبة قسم الإعلام و الإتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة جيجل المستخدمين لتطبيق التيك توك.

المجال المكاني

قمنا بهذه الدراسة الميدانية في جامعة محمد الصديق بن يحيى والتي تقع في الجزائر ولاية جيجل بلدية تاسوست.

خامسا: كيفية تحليل البيانات

التحليل الكمي

هو التحليل الذي يهدف إلى جمع بيانات حول ظاهرة معينة، باستخدام أدوات قياس كمية تطبق على عينة من المجتمع لكنها تمثله، وتتم معالجة البيانات التي يتم جمعها بطريقة إحصائية للوصول إلى نتائج علمية قابلة للتعميم على مجتمع البحث كاملا، كما ويبحث عن الأسباب والحقائق من منظور أوسع وأشمل. (القاسم، 2021، ص336)

وقد تم الإعتماد على التحليل الكمي من خلال أسلوب التكرارات والنسب المئوية والكشف عن صحة الفرضيات بناءا على اجابات طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل على الأسئلة الواردة في الإستمارة.

التحليل الكيفي

يعد التحليل الكيفي وصف وقراءة و تحليل البيانات المبحوثين من خلال توزيع استمارة البحث على عينة الدراسة، ومن ثم تحديد صحة الفرضيات بربطها مع النتائج المتوصل إليها مع الإستعانة بالجانب النظري لمعرفة صدق موضوع البحث.

خلاصة الفصل

في هذا الفصل تم التطرق إلى أهم الإجراءات المنهجية المتبعة لتحقيق أهداف الدراسة المناسبة، والغوص في موضوع الدراسة بشكل جيد وإختيار الإطار النظري المناسب، وإعتمدنا على النظرية المفسرة لموضوع دراستنا وهي نظرية الإستخدامات والإشباع، باعتبارها الأنسب لدراستنا.



الفصل الثاني:

تطبيق التيك توك والقيم الأخلاقية



الفصل الثاني: التيك توك والقيم الأخلاقية

تمهيد

1- تطبيق التيك توك

أولاً: نشأة تطبيق التيك توك.

ثانياً: تعريف تطبيق التيك توك وخصائصه.

ثالثاً: كيفية عمل تطبيق التيك توك واحصائياته.

رابعاً: إيجابيات وسلبيات تطبيق التيك توك.

2- القيم الأخلاقية

أولاً مفهوم القيم الأخلاقية و خصائصها.

ثانياً: أهمية القيم الأخلاقية.

ثالثاً: أنواع القيم الأخلاقية وتصنيفاتها.

رابعاً: مصادر القيم الأخلاقية.

خامساً: وظائف القيم الأخلاقية.

خلاصة الفصل

تمهيد

أفرزت تكنولوجيا الأنترنت منذ نشأتها وسائل عديدة في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي، التي تتيح إمكانية التواصل مع الآخرين في جميع أنحاء العالم، و من أبرز هذه المواقع نجد تطبيق التيك توك الذي ظهر مؤخرًا و إكتسح الساحة الإلكترونية، حيث لقي رواجًا من طرف مستخدميه وأضحى يغطي على جميع التطبيقات الأخرى من خلال فتح باب الإبداع و المساعدة على كشف المواهب، وتجدر الإشارة إلى أن التيك توك هو عبار عن عملة ذات وجهين إستولت على شباب اليوم، فمنهم من يستعمله لإبراز مواهبه لكن يوجد الصنف الآخر من فارغي العقول يستخدمونه لنشر الموهبة لكن يعتبره النقاد تشويها لسمعة المسلمين كذلك.

1- تطبيق التيك توك

أولاً: نشأة تطبيق التيك توك

تم إنشاء تطبيق التيك توك على يد كل من تشارلز هارلي، ستيف تشين ، و جاويد كريم في سان فرانسيسكو و جميعهم تتراوح أعمارهم ما بين 38-40 عام، حيث جاءتهم الفكرة عقب تصوير العديد من الفيديو معا و أدركوا حينها أنه لا توجد طريقة لمشاركة تلك الفيديوهات مع بعضهم البعض. بعد عدة سنوات، خرجت هذه الفكرة إلى النور و تم بيعها إلى شركة جوجل مقابل 1.6 مليار دولار، و ظهر تطبيق التيك توك فب بداياته عام 2016 تحت إسم ميوزكلي. و في عام 2017، تغير الإسم إلى المسمى الحالي "تيك توك" وأصبح أكثر رواجاً بين المستخدمين . و أيضاً تم تغيير شعار التيك توك في مارس عام 2019 ليعكس الهدف الحقيقي للتطبيق و هو الفيديوهات الموسيقية ،و يعتبر أكثر مستخدمي التطبيق من الإناث، كما أن معظمهم من الشباب .(فتحي، 2021، ص 388-389)

إختلف الباحثون حول تحديد موعد إطلاق تطبيق التيك توك للجمهور بصورة دقيقة؛ حيث يرى الباحثان "هيو زيو" و"تونجيو وانج" أنه تم إطلاق المنصة في عام 2017، وهو ما اتفق معه "لي زو" بينما يشير الباحث "شينجيان" و آخرون إلى أن إطلاقه تم في عام

وتكمن الأزمة في أن التيك التوك ظهر في البداية كتطبيق منفصل؛ حيث أطلق منفرداً في مايو 2017، قبل أن يتم دمجها مع تطبيق musical.ly في أغسطس 20 و كلاهما تابع لشركة byte dance إحدى شركات التكنولوجيا الصينية.(مجلة البحوث الإعلامية، 2020 ص1623)

و وفقاً للموقع الرسمي للشركة، هدفت عملية الدمج إلى جمع اثنين من أكبر وأسرع تطبيقات الفيديوهات القصيرة نمواً في العالم. بالإضافة إلى تقديم خبرة قوية و موحدة للمستخدمين، و بناءً على هذا الدمج، تم إدخال خصائص تفاعلية في التطبيق الجديد.

تم تحميل التطبيق أكثر من 45.8 مليون مرة في الربع الأول من العام الجاري، و تم تداوله في 150 دولة و منطقة في العالم ، و تصدر قائمة الأكثر تحميلاً على المتاجر الإلكترونية، أكثر من "فيسبوك" و "تويتر" و "انستجرام"، كما ذكرت شركة البحوث أنه تم استخدامه في الصين في 2018 فقط من قبل 150 مليون مستخدماً. و إتسعت دائرته ليصل إلى مناطق جديدة منها كامبوديا وإندونيسيا

واليابان وماليزيا و تايلاند وفيتنام، و بالطبع الشرق الأوسط، لينفذ صاحبي ميوزيكلي و تيك توك قرارهما باختفاء الأول لصالح الثاني، باتخاذ هذا القرار وصل عدد مستخدميه الى 500 مليون مستخدم.

ثانيا: مفهوم تطبيق تيك توك وخصائصه

1- مفهوم تطبيق التيك توك

هو أحد شبكات التواصل الإجتماعي، يعمل على أجهزة " أي أو إس " (ios) و " أندرويد android" يمكن استخدامه لإنشاء مقاطع فيديو قصيرة و مشاركتها، تم إطلاقه في البداية بإسم "دوين" (douyin) في سبتمبر 2016، في الصين في العام التالي (2017)، و تم إطلاق التطبيق في العام التالي بواسطة شركة " بايت دانس " (bytedance) للأسواق خارج الصين يستخدم كل من "تيك توك " (tik tok) و "دوين" (douyin) نفس البرنامج، لكنهما يحتفظان بشبكات منفصلة من أجل الإمتثال لقيود الرقابة الصينية. تطبيق " التيك توك " (tik tok) متاح في جميع أنحاء دول العالم عبر متجر التطبيقات "آب ستور " أو "جوجل بلاي" (<https://www.annajah.net/> -ما هو برنامج تيك-توك-tik-وما أهم إحصائياته وكيفية استخدامه، تاريخ الدخول 2022/04/21، 13:32)

وعرف تطبيق التيك توك أيضا بأنه : "تطبيق اجتماعي للفيديوهات القصيرة الإبداعية المصاحبة للموسيقى تستهدف الشباب من خلال تسجيل ونشر الفيديوهات القصيرة التي مدتها 15 ثانية، و تسمح للمستخدمين باختيار الفيديو الخاص بهم وواجهة الموسيقى المصاحبة له". (فتحي، 2021، ص388)

ويعرف بأنه "تطبيق للفيديوهات القصيرة، تم تطويره من قبل شركة " bayte dance " الصينية، يتيح للمستخدم دمج الصورة مع الصوت بالإضافة إلى النص، و ذلك عن طريق تقنيات بسيطة و سهلة الإستخدام، و هو ما يسهم في زيادة إنتشاره ". (فتحي، 2020، ص1621)

يعد تطبيق التيك توك من تطبيقات التواصل الإجتماعي، و هو منصة لتبادل الفيديوهات شديدة الصغر، و تسمح للمستخدمين بصناعة الفيديوهات الخاصة بهم، و التي تستمر لثوان معدودة إلى عدة دقائق، ثم يتم نشرها مع قطاع واسع من جمهور التيك توك . (حلمي، 2021، ص354)

هو تطبيق لمشاركة الفيديو القصيرة المتكررة من خلال الهواتف الذكية، وهو تطبيق يهدف إلى تشجيع المستخدمين على الإبداع و مشاركة لحظاتهم المختلفة مباشرة، وأيضا هو عبارة عن تطبيق إجتماعي

متخصص بنشر الفيديوهات بين رواده، حيث يقوم مستخدم المنصة فيديو أو مقطع قصير مع أصدقائه لمشاركة لحظات حياته بكل سهولة. (محمد، 2021، ص122-123)

هو تطبيق جديد اجتاح شبكات التواصل الإجتماعي منذ الربع الأول من عام 2018، إسم التطبيق هو tik tok، وأغلب مشتركيه من الفتيان و الفتيات تحت سن السادسة عشرة .
التطبيق متوفر بأربع و ثلاثين لغة، و في الأشهر الثلاثة الأولى من عام 2018 كان التطبيق المجاني الأكثر تحميلا على الأنترنت.

يتيح هذا التطبيق لمستخدميه مشاهدة مقاطع فيديو موسيقية قصيرة، و يتيح للمشاركين فيه عمل مقاطع فيديو لا يزيد طولها عن 60 ثانية، و إرفاقها بمؤثرات و خدع بصرية من مكتبة التطبيق المجانية. كما تحتوي قائمة الموسيقى المجانية المتاحة قطعا متنوعة من مختلف الأصناف الموسيقية. (<https://www.dw.com> تيك توك الرد الصيني المنزل على تطبيق ميوزكلي، تاريخ الدخول 2022/04/21، 17:20).

2- الخصائص المميزة لتطبيق التيك توك

تتنوع الخصائص المميزة لتطبيق التيك توك، و يرجع أحد عوامل نجاحه إلى بساطته، فالتطبيق يظهر العديد من المواهب ، مما يجذب المستخدمين، خصوصا أنه يمكن التصوير في العديد من الأماكن التي يتواجد بها المستخدم، كالمزمل، فلا يتطلب إمكانيات هائلة.
يتيح التطبيق مؤشرات عن كل فيديو، من حيث عدد الذين قاموا بعمل إعجاب على الفيديو، و عدد التعليقات، و عدد من قاموا بإعادة نشر الفيديو، و يكون ذلك عبر تطبيقات التواصل الإجتماعي الأخرى.
صفحة كل مستخدم تحتوي على فقط الفيديوهات التي قام برفعها بنفسه عبر حسابه الشخصي، و ليس الفيديوهات التي قام بمشاركتها من مستخدمين آخرين.

يضم الحساب الشخصي للمستخدم عدد المتابعين الذين يتابعهم following، و كذلك عدد المستخدمين الذين يتابعونه followers، بالإضافة إلى عدد الإعجابات على جميع الفيديوهات الخاصة بالمستخدم likes. (مجلة بحوث العلاقات العامة، ص22).

تنوع محتوى الفيديوهات يشير إلى محتوى الفيديوهات الخاص بالتيك توك، حيث يوفر التطبيق الكثير من أنواع المحتوى للمستخدمين، و التي يمكن تصنيفها إلى ثلاثة أنواع رئيسية هي :

المحتوى التعليمي: هو المحتوى المتعلق بتعليم المستخدمين مهارات جديدة مثل الرقص والطهي وغيرها من المهارات الحياتية.

المحتوى الترفيهي: هو المحتوى الخاص بالفيديوهات القصيرة المصحوبة بالموسيقى لأغراض الترفيه والترويح عن النفس.

تفرد التطبيق: يشير مفهوم تفرد تطبيق التيك توك إلى سماته المميزة التي لا يضاهاه فيها أي تطبيقات مشابهة للفيديوهات القصيرة. (فتحي، 2021، ص389)

ثالثاً: كيفية عمل تطبيق التيك توك وإحصائياته

1- كيفية عمل تطبيق التيك توك

يعمل تطبيق التيك توك بطريقة مشابهة جداً لتطبيق ميوزكلي و المنصة كلها قائمة على المحتوى الذي ينشئه المستخدمون و تسمح المنصة للمستخدمين مشاهدة المقاطع الموسيقية و و تصوير مقاطع الفيديو الخاصة بهم.

يمكن للمستخدمين تحرير و إضافة المؤثرات الخاصة إلى مقاطعهم.

يمكنهم نشر هذه الرسائل إلى متابعيهم و مشاركتها على منصات التواصل الاجتماعي مثل إنستجرام و تيك توك. (موقع كل ما تريد معرفته عن تطبيق التيك لصناعة المحتوى المرئي، <https://www.mena-tech.com>، تاريخ الدخول 2022/04/25، 14:50).

وتعتبر طريقة استخدامه سهلة جداً، إذ لا تتطلب سوى تصوير المستخدم لذاته لمدة 15 ثانية فقط، و يطغى على هذا الفيديو تأثيرات الرسوم المتحركة و الملصقات الجميلة، و يصبح للمستخدم أيضاً أمام قاعدة بيانات كاملة من المقاطع الصوتية و الأغاني و المؤثرات التي يمكن توظيفها في إضفاء تحسينات على الفيديو و تبدأ عملية التراسل بواسطة الفيديوهات و الرد بين شخصين على الشبكة بذلك، فتظهر على هامش ذلك شاشة منقسمة بشكل عمودي ليقدم كل منهما الفيديو الخاص به، ولا بد من الإشارة إلى أنه من الممكن الإستغناء عن المؤثرات الصوتية في التطبيق و الإعتماد على الصوت الحقيقي للمستخدم. (ماهو تيك توك <http://www.arageek.com> تاريخ الدخول 2022/04/25، 20:30).

2- إحصائيات تطبيق التيك توك

لدى تيك توك أكثر من 800 مليون مستخدم مسجل لعام 2020، مع أكثر من 150 مليون مستخدم نشط يوميا في الصين لوحدها.

تجاوز عدد تحميلات تطبيق تيك توك من متجر "جوجل بلاي" و"آب ستور" في شهر أبريل من عام 2020 حاجز المليون (2 مليون) تحميل بحسب موقع "سينسور تاور" (sensor tower).

في الربع الأول من عام 2019، كان تطبيق التيك توك هو التطبيق الأكثر تحميلا من متجر تطبيقات "آب ستور"، بعدد 33 مليون تحميل في الربع الأول من عام 2019، متجاوزا بذلك في حينها أشهر التطبيقات العالمية مثل "فايسبوك" و"إنستغرام" و"واتساب" و"يوتيوب".

يبلغ متوسط أعمار 41 بالمئة من مستخدمي تطبيق التيك توك 19-24 عاما، و ذلك بحسب إحصائيات عام 2019.

إن 30 بالمئة من عدد تحميلات تيك توك هو في الهند بعدد 611 مليون تحميل، تليها الصين ب 196.6 مليون تحميل، ثم الولايات المتحدة الأمريكية بعدد 165 مليون تحميل، تليها الصين ب 196.6 مليون تحميل.

يقضي مستخدمي تطبيق التيك توك يوميا ما يقارب 52 دقيقة في استخدام التطبيق بشكل وسطي. برنامج تيك توك متوفر في 155 دولة حول العالم، كما أنه متوفر ب 75 لغة مختلفة حسب احصائية لموقع apptrace لعام 2019.

في أقل من 18 شهرا، ازداد عدد مستخدمي تيك توك البالغين في الولايات المتحدة الأمريكية 5.5 مرة. 9 من أصل 10 من مستخدمي تيك توك يستخدمونه لأكثر من مرة واحدة في اليوم .

<https://www.annajah.net/> ما هو برنامج تيك توك -tik tok- وما أهم إحصائياته وكيفية استخدامه، تاريخ

الدخول 2022/04/30، 13:45).

رابعا: إيجابيات و سلبيات تطبيق التيك توك

1- إيجابيات تطبيق التيك توك

- تتسم المشاركة عبر تطبيق التيك توك بالسهولة الشديدة لأنه من المقبول إجتماعيا إستخدام التطبيق كمشاهد أو مؤدي لعروض الفيديو أو كلاهما ، كما يستطيع المستخدم إختيار مدى رغبته في المشاركة مع المستخدمين الآخرين . و يستخدم تطبيق التيك توك مجموعة من الخصائص الإجتماعية التقنية

التي تسمح للشباب ببناء و الحفاظ على شبكة متماسكة من العلاقات الإجتماعية أيضا ، فإن قدرات الإتصال داخل تطبيق التيك توك تتسم بالتنوع و الإختلاف عن شبكات التواصل الإجتماعي الأخرى ، حيث أن الإتصال في تطبيق التيك توك يعتمد على الإهتمامات المشتركة بين المستخدمين من خلال نوعية الفيديوهات التي يركز عليها الشباب .

- يستخدم تطبيق التيك توك الذكاء الإصطناعي لتوزيع الفيديوهات حسب نوعها و إهتمامات المستخدمين تعتمد هذه اللوغاريتمات على الفيديوهات الأكثر مشاهدة أو إعجابا من جانب المستخدم ، و تعمل هذه القدرة على الربط على السماح للمستخدمين بتطبيق التيك توك بالحصول سريعا على المتابعين .(فتحي، 2021، ص392)

- مزامنة الشفاه للموسيقى والمقاطع الصوتية.

- الغناء و التمثيل بما يتيح حرية التعبير أمامه و جرأة التعبير أمامهم، موضحا أن الإنترنت أصبح ساحة مفتوحة للصغار و يظهر العديد من الآفات التي تخالف العادات الصحيحة.

(خبراء يكشفون سلبيات تطبيق التيك توك tiktok <https://ahlmassnews.com> تاريخ الدخول 2022/04/30، 15:30).

- التسلية: فهناك تدفق لا نهائي من المحتوى الترفيهي على تيك توك، ولا بد أن يثير اهتمام جميع أفراد الأسرة.

- مجاني: نظرا إلى عدم وجود تكاليف، بإمكان الوالدين استكشاف التطبيق قبل اتخاذ قرار بشأن ما اذا كان مناسباً لأطفالهم أم لا. (هل تطبيق التيك توك آمن للأطفال؟ الإيجابيات والسلبيات-هتس نت wikiwic.com <https://> تاريخ الدخول 2022/05/03، 10:00).

2- سلبيات تطبيق التيك توك

- يمكن أن يؤدي الإستخدام المكثف لتطبيق التيك توك بين الشباب إلى مشكلات نفسية مثل التشتت و ضعف القدرة على إدارة الوقت و إنخفاض وقت التعلم ، و هي من بين المؤشرات الدالة على الإدمان . و من جانب آخر ، تتمثل التأثيرات السلبية لإستخدام التيك توك بين الشباب في إنخفاض جودة الحياة و حدوث العديد من المشكلات الصحية و إنخفاض القدرة على الأداء في العمل و ضعف العلاقات الإجتماعية.

- يشبه التيك توك منصات الإعلام الإجتماعي و الأخرى في إحتمالية الترويج للمعلومات الخاطئة و الشائعات ، و يوجد إتجاه عام للعمل نحو تعديل ذلك الجانب السلبي من التطبيق و يتضمن تطبيق التيك توك تكنولوجيا تسمح بتبديل الوجوه و عمل فيديو هات بوجوه وهمية ، و هو ما يسمح بإمكانية الترويج لتلك الشائعات بدون التعرف على هوية مصدرها.(فتحي، 2021،ص393)
- لا يعمل بشكل سليم على الإنترنت الضعيف.
- يسبب الإدمان للبعض و خاصة المراهقين لاحتوائه على العديد من الفيديوهات الخطرة على السلوك العام.
- كثرة مقاطع العري التي يروج لها التطبيق بما يثير الغرائز و الفتنة. (خبراء يكشفون سليات تطبيق التيك توك <https://ahlmasnews.com>)
- يؤدي استخدام تطبيق التيك لفترات طويلة و بشكل مستمر إلى فقدان الشهية، الإصابة بأمراض الإكتئاب و الإضطراب النفسي.
- يسبب التيك توك كغيره من مواقع التواصل الإجتماعي هوس الشهرة حيث يعتبر إعلام موازي للتلفزيون و نجوم السينما، و هذا بدوره قد يؤدي إلى الرغبة في تنفيذ أعمال ضارة أو خطرة لجذب المتابعين والمشاهدين.
- في بعض الأحيان قد يتسبب هذا التطبيق في حدوث نهاية مأساوية لمستخدميه، مثل السجن بسبب قضايا السب والتمتر والفضف ونشر العري أو الترويج للمخدرات.
- لا ينصح استخدام تطبيق التيك توك ممن هم دون الثامنة عشر من العمر و لكن التيك توك يسمح لمن هم 13 سنة على الأقل بفتح حسابات.
- أصحاب حسابات في تيك توك من القصر تعرضوا للكثير من حالات التتمر أو الإساءة عبر التعليقات و الرسائل.
- يسبب تطبيق التيك توك العزلة الإجتماعية للمراهقين وهذا ما قد يؤثر على تكوين شخصياتهم في المستقبل. (<https://www.webprogpro.com>) أضرار برنامج التيك توك على الفرد و الأسرة و المجتمع، تاريخ الدخول 2022/05/05، 11:30).

2 القيم الأخلاقية

أولاً: مفهوم القيم الأخلاقية وخصائصها

1- مفهوم القيم الأخلاقية

وقبل التطرق إلى مفهوم القيم الأخلاقية يجدر الإشارة في مفهوم القيم و كذا مفهوم الأخلاق:

• مفهوم القيم

لغة: جمع لكلمة قيمة و هي مشتقة من الفعل الثلاثي قوم و هي يأتي على معان متعددة نذكر منها ما يتعلق بمرادنا في هذا البحث . (المحيا، 1414، ص23).

أصلها: (قوم): و القاف و الواو و الميم أصلان صحيحان : يدل أحدهما على جماعة ناس، و ربما استعير في غيره، و يدل الآخر على انتصاب أو عزم، فالأول : القوم، يقولون: جمع امرئ ولا يكون ذلك إلا للرجال. و أما فالآخر فقولهم : قام قياما، و القومة المرة الواحدة، اذا انتصب ، و يكون قام بمعنى العزيمة، كما يقال: قام بهذا الأمر، اذا أعتقه. (عبد الغني، 2020، ص6).

وأيضا يقصد بالقيم الوقوف و الثبات، يقال للماشي قف لي أي تحبس مكانك حتى آتيك، وكذلك قم لي بمعنى قف لي، و عليه فسروا قوله سبحانه و تعالى: "يَكَادُ الْبَرْقُ يَخْطَفُ أَبْصَارَهُمْ كُلَّمَا أَضَاءَ لَهُمْ مَشَوْا فِيهِ وَإِذَا أَظْلَمَ عَلَيْهِمْ قَامُوا" (البقرة:20)، قال أهل اللغة و التفسير قامو هنا بمعنى وقفو وثبتو في مكانهم غير متقدمين ولا متأخرين، ومنه التوقف في الأمر وهو الوقوف عنده من غير مجاوزة له، ومنه الحديث الشريف المؤمن وقاف متأن، ومنه قامت الدابة إذا وقفت عن السير، وقام عندهم الحق أي ثبت متحيرا لا يجد منفدا و إذا جمد أيضا، وقامت السوق إذا نفقت ونامت إذا كسدت، وسوق قائمة نافقة، وسوق نائمة كاسدة وقاومته قواماقت معه، والقومة ما بين الركعتين من القيام .(جبر سعيد، 2008، ص8)

يقصد بها أيضا الاعتدال ، لقوله تعالى : " إن الذين قالو ربنا الله ثم استقاموا " . (سورة فصلت، الآية 29).

والإستقامة لقوله تعالى : " فاستقيموا إليه و استغفروه " . (سورة فصلت، الآية 5).

اصطلاحا

التعريف الإصطلاحي يعبر عن العديد من التعريفات و هذا راجع إلى اختلاف الفكرين حسب توجهاتهم ، و هذا عرض لبعض التعريفات :

يعرفها اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي : انها هي أولى عناصر البناء الإجتماعي لأي مجتمع أو لأي جماعة كبيرة كانت أم صغيرة و تمثل الصفات و المثالية المرغوب للفعل الإجتماعي الذي يطمح الناس إليها و يتطلعون لها .

و يعرفها أيضا : أنها قدر الشيء و ما يساويه و ثمنه ماديا كان الشيء أو معنويا و تحدد قيمة الشيء على أساس ندرته و ما يحققه من نفع أو سعادة أو ما بذل فيه من عمل، و هي قد تكون المثل العلي او الأفكار التي لها وزن في المجتمع. (اسماعيل عبد الفتاح، 2005، ص 402-403)

و يعرفها ماجد زكي الجلاذ : انها قضية الإنسان الأولى، و منطلق تفكيره، و محط تأملاته، فجوهر الوجود الإنساني يقوم عليها، و يؤسس حولها، اذ لا معنى لحياة الإنسان بلا قيم تحكم تفاعله مع عوالم الأفكار و الأشياء من حوله، و عندما يتجرد الإنسان من قيمه الفاضلة فإنه يتجرد في واقع الأمر من حقيقة انسانيته و معناها و وجودها. (الجلاذ، د.س، ص20)

أما القيم عند حامد زهران فهي عبارة عن "تنظيمات لأحكام عقلية انفعالية معممة نحو الأشخاص و الأشياء و المعاني و أوجه النشاط. كما يرى أنها تعبير عن دوافع الإنسان و تمثل الأشياء التي توجه رغباته و اتجاهاته نحوها. كما أنها مفهوم مجرد ضمني غالبا ما يعبر عن الفضل أو الإمتياز أو أوجه الفضل التي ترتبط بالأشخاص أو الأشياء أو المعاني أو أوجه النشاط ". (زهران، 2000، ص15)

و المعنى الاصطلاحي للقيم لا يندى عن المعنى اللغوي ، فالقيمة هي: " محطات و مقاييس يحكم بها الأفكار و الأشخاص و الأشياء و الأعمال و الموضوعات و المواقف الفردية و الجماعية من حيث حسنها و قيمتها و الرغبة بها، أو من حيث سوءها و عدم قيمتها و كراهيتها، أو من منزلة معينة ما بين هذين الحدين ".(سوامية وصدراي،2010، ص 192).

• مفهوم الأخلاق

لغة: الخلق في اللغة : هو العادة و السجية و الطبع و المروءة و الدين . (الخراز، 2009، ص21)

الخلق بضم اللام و سكونها: " وهو الدين و الطبع و السجية، و حقيقته أنه لصورة الإنسان الباطنة، و هي نفسه و أوصافها و معانيها المختصة بها، بمنزلة الخلق لصورته الظاهرة و أوصافها و معانيها، و لهما أوصاف حسنة و قبيحة، و الثواب و العقاب يتعلقان بأوصاف الصورة الباطنة، أكثر مما يتعلقان بأوصاف الصورة الظاهرة. (عبد الغني و محمود، 2020، ص8).

إصطلاحاً: قال الله تعالى : " و إنك لعلى خلق عظيم " سورة القلم الآية4

قال الجرجاني: الخلق عبارة عن هيئة للنفس راسخة، تصدر عنها الأفعال بسهولة و يسر من غير حاجة إلى فكر و روية، فإن كان الصادر عنها الأفعال الحسنة، كانت الهيئة خلقاً حسناً، و ان كان الصادر عنها الأفعال القبيحة، سميت الهيئة التي تصدر عنها هي مصدر ذلك خلقاً سيئاً. (الخراز، ص21)

ويعرفه أحمد أمين على أنه: علم يوضح معنى الخير و الشر، و يبين ما ينبغي أن تكون عليه معاملة الناس لبعضهم بعضاً، و يشرح الغاية التي ينبغي أن يقصدها الناس في أعمالهم، و يبين السبيل لعمل ما ينبغي. (أحمد، 2012، ص9)

و عرفه ابن مسكويه بقوله: "الخلق: حال للنفس، و داعية لها إلى أفعالها من غير فكر ولا روية، و هذه الحال تنقسم إلى قسمين : منها ما يكون طبيعياً من أصل المزاج، و يهيج من أقل سبب، و كالإنسان الذي يجبن من أيسر شيء، أو كالذي يفرح من أدنى صوت يطرق سمعه، أو يرتاع من خبر يسمعه، و كالذي يضحك ضحكا مفرطاً من أدنى شيء يعجبه، و كالذي يغتم و يحزن من أيسر شيء يناله و منها ما يكون مستفاداً بالعادة و التدريب، و ربما كان مبدؤه بالرؤية و الفكر، ثم يستمر أولاً فأولاً، حتى يصير ملكة و خلقاً".

أما القيم الأخلاقية هي قيم اجتماعية انسانية، أي مجموعة من المبادئ تعمل على احترام الإنسان لنفسه و للآخرين، كقيمة يتميز بها الإنسان و تكون الوازع النفسي الذي يمكنه من الانحراف عن الصلاح، و ذلك بصياغة سلوكه و تصرفاته في اطار محدد يتفق و ينسجم مع المبادئ و القواعد التي يؤمن بها الأفراد و كذلك هي معايير و محددات سلوكية وثيقة من مصدر الشريعة الإسلامية، تنظم

علاقة المسلم مع ربه، و مع نفسه، و مع غيره عن قناعة و عن اختيار في أي مجال من مجالات الحياة. (الجزار، 2008، ص85)

و يعرفها **خدة معمر** أنها فضائل تكتسب بالتعود و الممارسة، بل و بالإرادة و التعليم، و هذا يعني أن كل فرد مهياً لاكتسابها، فهي موجودة في طبعه أو استعداداته، و المقصود هو تلك القدرة الموجودة فيه بالقوة، والتي تصير فيما بعد موجودة بالفعل عن طريق العمل و التدريب عليها. (خدة معمر، 2010-2011، ص 21)

تتصل بتصور للأخلاق يطبعه التضاد بين الخير و الشر، بين الصواب و الخطأ. (جرموني، د.س، ص212)

أما **الفرايبي فيري** أن القيم الأخلاقية أو كما يسميها الفضائل الأخلاقية: هي الأعمال التي تصدر عن الإنسان، و هذه الأعمال يجب أن تكون معقولة قبل صدورها عن الإنسان، أو ما يجب أن يسبقها النظر العقلي، فإذا عقل المرء البناء أو عرف البناء استطاع أن يبني و اذا جهل البناء لا يستطيع أن يبني. (أبي نصر، 1995، ص13)

وتعرفها **سلوت بأنها**: " مجموعة القيم التي تساهم في بناء المنظومة الأخلاقية لدى الفرد بحيث يعكس ذلك على مواقفه المعرفية و السلوكية والنفسية. (سلوت ، 2005، ص54)

ويعرفها **التهناوي**: بأنها: "كلمة تصدر بها عن النفس الأفعال بسهولة من غير تقدم فكر و روية و تكلف فغير الراسخ من صفات النفس كغضب الحالم لا يكون خلقاً و كذا الراسخ الذي يكون مبدأ للأفعال النفسية بعسر و تأمل كالبخيل إذا حاول الكرم، و الكريم إذا قصد بإعطائه الشهرة و كذا ماتكون بالفعل و الترك على السواء". (العباسي، 2021، ص34).

ومن بيان تعريف القيم والأخلاق، يتضح مفهوم القيم الأخلاقية بأنها القيم المتعلقة بتكوين السلوك الخلقى الفاضل لدى الفرد والجماعة، ليكون طبيعة و سجية يتعامل بها الإنسان مع مجتمعه لتسود روح الألفة والمحبة. (العباسي، 2021، ص34)

2- خصائص القيم الأخلاقية

تمتاز القيم الأخلاقية بخصائص كثيرة ومتعددة تميزها عن باقي القيم الأخرى، و لكن قبل أن نعددها يجب أن نتطرق إلى خصائص القيم وخصائص الأخلاق على حد سواء.

• خصائص القيم

- تصبغ القيم بالصبغة الإجتماعية: فهي تنطلق من إطار إجتماعي محدد، و على أساسها يتم الحكم على سلوك الأفراد، لأنها تتال قبولا في المجتمع.
- تتصف القيم بالذاتية : إذ يحس كل شخص منا بالقيم على نحو خاص به، والإنسان هو الذي يحمل القيمة ويخلعها على الأشياء.
- تتصف القيم بأنها نسبية : حيث الزمان و المكان فما يعتبر مقبولا في عصر من العصور، لا يعتبر كذلك في عصر آخر، وما يعتبر مناسبا في مكان ما، قد لا يكون كذلك في مكان آخر.
- تتسم القيم بالهرمية: إذ أنها ترتب عند كل شخص ترتيبا متدرجا في الأهمية، وبحسب الأهمية و التفضيل لكل فرد، وعلى هذا يمكننا القول أن لدى كل فرد نظاما للقيم يمثل جزءاً من تكوينه النفسي الموجه لسلوكه.(أبوجادو، 2013، ص208)
- أنها إنسانية: بمعنى أنها تختص بالبشر دون غيرهم، و هذا ما يميزها عن الحاجات التي تخص البشر و غيرهم .
- أنها مرتبطة بزمان معين: فالقيم إدراك يرتبط بالماضي و الحاضر و المستقبل و هي بهذا المعنى تبتعد عن معنى الرغبات أو الميول التي ترتبط بالحاضر فقط .
- أنها تمتلك صفة الضدية: فلكل قيمة ضدها، مما يجعل لها قطبا إيجابيا و قطبا سلبيا و القطب الإيجابي هو وحده الذي يشكل القيمة في حين يمثل القطب السالب ما يمكن أن نسميه "ضد القيمة" أو "عكس القيمة" .
- المعيارية : بمعنى أن القيم بمثابة معيار لإصدار الأحكام تقيس و تقيم و تفسر و تعلل من خلالها السلوك الإنساني .
- تتصف بالقابلية للتغيير : بالرغم من أن القيم تتصف بالثبات النسبي، إلا أنها قابلة للتغيير بتغير الظروف الإجتماعية لأنها إنعكاس لطبيعة العلاقات الإجتماعية و نتاج لها.
- القيمة ذات قطبين في الجملة إما هذا الوجود أو ذاك أنها حق أو باطل، خير أو شر .

- **الدينامية** : فالقيم تتغير بتغير محور الإهتمام لدى الفرد وفقا للتفاصيلات و الإهتمامات الإنسانية.

تساعد بعضها البعض فهي ليست وحدات منفصلة و أنها غالبا ما تتفاعل معا و تتداخل، على نحو يزيد قوة .

- **إمكانية قياسها و دراستها من خلال أساليب عامة للقياس**: تستخدم في قياس الميول و الإتجاهات (الملاحظة الميدانية و الموقفية و الإستبيانات المقننة). (صوكو سهام، 2008-2009، ص45)

• خصائص الأخلاق

أولاً: أن الخلق يعسر على الإنسان أن يظهر بغير خلقه أو أن يخفيه و يداريه، باختلاف الأخلاق فإن الرياء و النفاق فيها يكن، لأنها سلوك غير ثابت و مواقف و أعمال منفردة، يمكن للمرء أن يتصنع فيها و يخدع غيره .

ثانياً: يعطي الخلق صاحبه شخصية يتميز بها و يعرف بها، فهو من أهم مكوناتها لأنه يجعل الإنسان ذا صفات و طباع يعرف منها سلوكه و مظهره في كل موقف يعرض له و ذلك بجعل الناس يطمنون إليه و يتقون في التعامل معه.

ثالثاً: و يقترن حسن الخلق بالإيمان، لأنه يدل على شدة تعلق صاحبه بالدين و عمق إيمانه بمبادئه و قيمه، بينما يدل سوء الخلق على الفسق و الفجور لتمكن السوء من نفسه و تعوده عليه. (المليجي ، 1985، ص58)

أما بالنسبة لخصائص القيم الأخلاقية فنذكر:

- **مصدر القيم الأخلاقية الإسلام ذاته**: أي أنها تستمد من القرآن الكريم و السنة النبوية الشريفة، و يعتبران الأساسيان اللازمين للحديث و البحث عن القيم الإسلامية.

- **الشمول و التكامل**: أنها تراعي عالم الإنسان و مافيه، و المجتمع الذي يعيش فيه و أهداف حياة الإنسان طبقا للتصور الإسلامي، أي تحدد أهداف الحياة و غايتها و ما وراءها و من ثم تكون قيمة أي انجاز بشري في تقدير حسابه و جزائه في الدار الآخرة مع عدم اهمال الدنيا.

- **الثبات و المرونة**: فهناك قيم عليا ثابتة لا تقبل الإجتهد أو التغيير أو التبديل، كالقيم العقدية، و قيم العبادات و قيم الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، أما القيم الأخرى فهي نسبية، بمعنى أن القيم التي

تستند إلى نص قطعي الدلالة لا يجوز فيها التغيير أو التبدل، أما تلك التي تعتمد على ظني الدلالة، فإن مجال الإختيار فيها واسع، و هي مرنة مرونة كافية لمواجهة ما يتولد في حياة الناس من مواقف و حوادث، و ما تصير إليه الأمور في المجتمعات و هي مما تحتاج إلى نظر و تأمل و استنباط. (بن حميد وبن ملح، 1998، ص161-162)

- الواقعية: قال تعالى: "لا يكلف الله نفسا إلا وسعها" (البقرة 276)، فالقيم الإسلامية واقعية يمكن تطبيقها لا تكليف فيها بما لا يطاق فالعبادات واقعية و الأخلاق واقعية، و القيم كذلك واقعية راعت الطاقة المحدودة للناس فاعترفت بالضعف البشري و بالدافع البشري، و الحاجات المادية و بالحاجات النفسية.

- الإلزام: يقول الدكتور محمد عبد الله دراز: الإلزام هو العنصر الأساسي أو المحور الذي تدور حوله المشكلة الأخلاقية و زوال فكرة الإلزام يقضي على جوهر الحكمة العملية التي تهدف الأخلاق إلى تحقيقها، فإذا عدم الإلزام عدمت المسؤولية و اذا عدمت المسؤولية ضاع كل أمل في وضع الحق في نصابه و إقامة أسس العدالة.(الجندي، د.س، ص159)

ثانيا: أهمية القيم الأخلاقية

تعد القيم الأخلاقية الركيزة الأساسية التي تبنى عليها حياة الفرد والمجتمع لما لها من أهمية بالغة تكمن في:

- تهيئ للأفراد اختيارات معينة تحدد السلوك الصادر عنهم.
- تعطي الفرد إمكانية أداء ما هو مطلوب منه و تمنحه القدرة على التكيف و التوافق الايجابيين، و تحقيق الرضا.
- تدفع الفرد لتحسين إدراكه و معتقداته و فهم العالم من حوله.
- تعمل على اتزان الفرد و تمتعه بنفسية و صحة عالية.
- يلقي الفرد التمسك بقيم مكافئة دنيوية تتمثل في حب الناس له و يصبح شخصية محبوبة تلقى قبولا و استحسان و ثقة من أفراد المجتمع.
- تحفظ للمجتمع هويته و تميزه .
- تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه و تحفظ استمراريته. (المصري، 2010، ص 36-37).

- وجود القيم في كل أنحاء المجتمعات البسيطة و المعقدة، بحيث لا يخلو مجتمع مهما بلغ عدد أفراده من وجود مجموعة من التوجهات القيمة .
- تغلغل القيم في كافة جوانب الحياة الإجتماعية والإقتصادية والسياسية و إرتباطها بها أيضا .
- التأثير القوي للقيم على سلوك الأفراد وقد تشكل ضغوطا قوية على الأفراد توجههم نحو المرغوب فيه من أنماط السلوك و تتشكل هذه الضغوط إما في ضغوط عرفية يعرفها الناس ويحفظونها في عقولهم و قلوبهم ، و إما في شكل ضغوط قانونية رسمية .
- و القيم بالرغم من أهميتها وضرورتها في تحقيق التماسك و الإستقرار و التكامل و الأمن الإجتماعي هناك من يخرج عليها ولا يعبر لها أي إهتمام بل ويعتبرها معوقا أساسيا للتقدم و الإزدهار في الحياة .
(السيد وعباس، 2010، ص222)
- أنها خير وسيلة للقضاء على مشكلة ازدياد الجرائم و الانحرافات بجميع أشكالها و ألوانها، فوظيفة القيم الأخلاقية بناء فرد متصف بالخير و الصلاح لنفسه، و مجتمعه، و لأمتة و للبشرية جمعاء .
- تسمو القيم الأخلاقية بالإنسان و تلو به فوق الماديات الحسية من مستوى الحيوانية إلى مستوى الإنسانية الرفيعة بكل ما فيها من مثل و مبادئ و معايير و مشاركة وجدانية، و هي في الوقت نفسه تعتبر عاملا هاما و فعالا في ربط أفراد المجتمع بعضهم ببعض .
- تعمل القيم على زيادة الإنتاج و انجاز الأعمال حيث تهدف إلى النظام و النظافة و الأمانة والصدق و تحمل المسؤولية و كل هذه القيم تتوفر عندما تتوفر لدى أفراد المجتمع .
- أصبحت القيم الأخلاقية الإسلامية في هذا العصر بالذات ضرورة من الضروريات التي تضبط العلاقات الفردية و الإجتماعية و الدولية و التي تضبط العلاقات و السلوكيات داخل المجتمعات .
- تزود القيم الإنسان بالطاقات الفاعلة في الحياة و تبعده عن السلبي، فالقيم تحدد لك أهدافك في الحياة، و منطلقاتك و هي التي تشعرك بالنجاح و النجاز و التقدم و تبعث في نفسك السعادة الحقيقية الكامنة و تبعده عنك التعاسة و الفشل، و هي التي تعزز ثقتك بنفسك و تقديرك و احترامك لها .
- تحفظ القيم المجتمع من السلوكيات الاجتماعية و الأخلاقية الفاسدة، و تؤمن للمجتمع حصنا راسخا من السلوكيات و القيم و الأخلاق التي تحفظ له سلامته من المظاهر السلوكية الفاسدة، مما يجعله مجتمعا قويا بقيمه و مثله، تسوده قيم الحق و الإحسان و الفضيلة .
- تضبط السلوك و الرقابة و هي ضرورية للفرد و المجتمع فان فقدت حدث الخلل و الإنحراف في السلوك .

- القيم الأخلاقية في الإسلام هي شطر الدين، لذا تتضح أهميتها بدليل قول النبي (صلى الله عليه وسلم) "إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق" وقوله تعالى لنبيه (صلى الله عليه وسلم) (وأنتك لعلى خلق عظيم) (سورة القلم الآية 4) وتعتبر الأخلاق الكريمة دليل رقي الإنسان وفلاحه وهي عنوان إنسانية الإنسان، وتعتبر القوة الأخلاقية القوة الحقيقية المؤثرة في حياة الشعوب بإعتبارها مؤشرا على الإلتزام وعنوان الولاء للفكرة أو الشرعة أو الحاكم .

- القيم الأخلاقية أصولها ثابتة باقية لا تقبل النقض أو التعديل بإعتبارها مؤسسة على دواعي الفطرة و الكيان البشري، و الفطرة التي فطر الله تعالى الناس عليها غير قابلة للتبديل و التغيير قال تعالى (فطرة الله التي فطر الناس عليها لا تبديل لخلق الله).(مصلح، 2004، ص168-169)

ثالثا: أنواع القيم الأخلاقية وتصنيفاتها

1- أنواع القيم الأخلاقية

• القيم الأخلاقية الحسنة

- **الحلم و الصفح:** هو ضبط النفس عند ثورة الغضب حال وجود ما يدعو إليه، و تملك عنانها حذر الإسترسال في هياجها، فيحدث ما لا تحمد عقباه، فكم جر الغضب من الأضرار على أناس مالو ملكوا أنفسهم، و كبحوا جماعها لسلموا منه، و كانوا إلى السيادة التي حرصوا عليها بما فعلوا أقرب، إن مما يدعو إلى طول الأسف ما نراه عند شبابنا من الغضب في أدنى الأمور و أوهى الأسباب، و لو علموا أن الحلم سيد الأخلاق، و أنه يكمل صاحبه بجميل الخصال، و يحببه إلى الله تعالى، و يرفع قدره عند الناس لما عرفوا للغضب.

قال الله تعالى: " خذ العفو و امر بالعرف و أعرض عن الجاهلين " (الأعراف 199) ، فالرجل العظيم حقا، كلما حلق في آفاق الكمال اتسع صدره و امتد حلمه .

و قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: " إن الله يحب الحليم الحيي و يبغض الفاحش البذيء " (الدجوي، ص 31-33)

- **الأمانة:** إن الأمانة هي خلق ثابت في الفرد المسلم، تتعقد عليه ثقة الناس بما يضعون بين يديه من مال أو سلطان، و بما يمنحونه من وجهة و تقديم، و بما يكلون إليه من أمور عامة أو خاصة.

و نستطيع أن نبني على هذه المقدمة، أنه متى انهارت في الإنسان فضيلة الأمانة انقطعت ما بينه و بين مجتمعه رابطة من الروابط الإجتماعية، و غدا الناس لا يأمنوه على أي شيء ذي قيمة معتبرة لديهم، خاصا كان ذلك أو عاما، لأنهم يقدررون أنه سوف يسطو عليه لنفسه، بعد أن أمست رذيلة الخيانة هي الخلق الذي خيروه.

- العفة: إن العفة خلق ثابت في الفرد المسلم ، تنفد عليه ثقة الناس به في أعراضهم، و بهذه الثقة تأمنه الأسرة على عرضها ان غابت، و يأمنه الجار على عرضه اذا ترك منزله، و تأمنه الزوجة اذا خرج إلى عمله أن لا يختان نفسه.

ومتى انهارت في الإنسان فضيلة العفة لم يأمنه الناس على أعراضهم، و لم يأمنوه على بلادهم ومصالحهم العامة، لأنهم يقدررون أن أعدائهم سوف يسهل عليهم صيده من مغمز عفته المنهارة، ثم تسخيره في خدمة أعراضهم، و بذلك تنقطع ما بينه و بين مجتمعه رابطة من الروابط الإجتماعية. (حسن، 1999، ص 36)

- الصدق: هو أن يخبر الإنسان بما يعتقد أنع الحق، و ليس الاخبار مقصورا على القول، بل قد يكون بالفعل كالإشارة باليد أو هز الرأس و قد يكون بالسكون من غير قول أو فعل . و هو من أهم الأسس التي تبنى عليها المجتمعات، و لولاه ما بقي مجتمع، ذلك لأنه لا بد للمجتمع من أن يتفاهم أفراده بعضهم مع بعض. و يدلك على ضرورة الصدق أن أغلب المعلومات التي وصلت الينا بالسماع أو القراءة مبناها الصدق، و عليها يعتمد الإنسان في معاملاته و تصرفاته.

و من أجل هذا عد الصدق أساسا من أسس القيم أخلاقية و جعل عنوانا لركي الأمم .(أحمد، 1931، ص 142-143)

- الشجاعة: هي مواجهة الآلام أو الخطر عند الحاجة في ثبات، و ليست مرادفة لعدم الخوف كما يظن بعض الناس، فالذي يرى النتائج و يخاف من وقوعها ثم يواجهها في ثبات رجل شجاع، و مادام الإنسان يعمل في موقفه خير ما يعمل فهو شجاع، فالقائد الذي يقف في خطر النار يرتعش، و يخاف أن ينزل به الموت ثم يضبط نفسه و يؤدي عمله كما ينبغي قائد شجاع فليست الشجاعة تعتمد الأقدام و الإحجام، ولا على الخوف و عدمه، إنما تعتمد على ضبط النفس و عمل ما ينبغي فعله. (أحمد، ص151)

- التواضع: قال رسول الله صلى الله عليه و سلم : "ما زاد الله عبدا بعفو إلا عزا، و ما تواضع أحد لله إلا رفعه الله"

بر الوالدين: ليس هناك من مخلوق لا يشعر بما للوالدين من الولاء الجميل و الفضل الجزيل، فهما سبب في وجوده في هذه الحياة، و قد راعياه مراعاة الحنان و الإكرام منذ الصغر، و ربياه جهد طاقتهما، و اذا كان حالهما معه هكذا، فما اولاه أن يقابلهما بمثل إكرامهما له، و يبرهما في كبرهما مقابل عطفهما عليه في صغره، و يساعدهما في لوازم الحياة بكل ما أوتي من قوة، و ما وهب من عقل، و هو يعلم أنه ليس من الدين. (الدجوي، ص251)

قال تعالى: " و وصينا الإنسان بوالديه إحسانا" (الأحقاف 15)

• القيم الأخلاقية المذمومة

- الخصومة: وهي خلق مذموم، و هي وراء الجدل و المراء، فالمراء طعن في كلام الغير باظهار خلل فيه من غير أن يرتبط به غرض سوى تحقير الغير، و اظهار مزية الكياسة و الجدل عبارة عن أمر يتعلق بإظهار المذاهب و تقريرها . و الخصومة لجاج في الكلام ليستوفى به مال أو حق مقصود، و ذلك تارة يكون ابتداء و تارة يكون اعتراضا . و المراء لا يكون إلا بالإعتراض على كلام سبق.

قال صلى الله عليه و سلم: "يمكنكم من الجنة طيب الكلام و اطعام الطعام".

و قال تعالى: " و قولوا للناس حسنا "البقرة (الغزالي، 2005، ص1007)

- الفحش و السب و بذاءة اللسان: و هو مذموم و منهي عنه و مصدره الخبث و اللؤم، قال صلى الله عليه و سلم: "إياكم و الفحش فإن الله تعالى لا يحب الفحش ولا التفحش"

وهو التعبير عن الأمور المستقبحة بالعبارات الصريحة، و أكثر ذلك يجري في ألفاظ الوقاع و ما يتعلق به، فإن لأهل الفساد عبارات صريحة فاحشة يستعملونها فيه، و أهل الصلاح يتحاشون عنها بل يكونون عنها. (الغزالي، ص1010)

- البغضاء و الحسد: الحسد خلق ذميم، مع أضراره بالبدن و إفساده للدين، حتى لقد أمر الله بالإستعاذة من شره.

قال تعالى: "و من شر حاسد إذا حسد". و ناهيك بحال ذلك شرا، و روي عن النبي صلى الله عليه و سلم أنه قال: "دب إليكم داء الأمم قبلكم: البغضاء والحسد، هي الحالقة ، حالقة الدين ، لا حالقة الشعر ، و الذي نفس محمد بيده ، لا تؤمنوا حتى تحابوا، ألا أنبئكم بأمر إذا فعلتموه تحاببتم؟ أفشوا السلام بينكم " ، فأخبر صلى الله عليه و سلم بحال الحسد، و أن التحابب ينفيه، و أن السلام يبعث على التحابب، فصار السلام إذن نافيا للحسد، وقد جاء كتاب الله تعالى بما يوافق هذا القول .

وقال تعالى "ادفع بالتي هي أحسن، فإذا الذي بينك و بينه عداوة كأنه ولي حميم"

- **الكذب:** قال سبحانه و تعالى و هو أصدق القائلين: "ثم نبتهل فنجعل لعنة الله على الكاذبين". الآية 89.

و الكذب جماع كل شر، و أصل كل ذم لسوء عواقبه، و خبث نتائجه، لأنه ينتج النميمة و النميمة تنتج البغضاء و البغضاء تؤول إلى عداوة، و ليس مع العداوة أمن و لا راحة، لذلك قيل: من قل صدقه قل صديقه. و كما يكون الصدق و الكذب في الأقوال يكون في الأفعال، فقد يصدق الناس في تعبيراتهم الفعلية و قد يكذبون، فإذا كانت تعب راتهم الفعلية مطابقة في دلالاتها للحقيقة و الواقع، فإنها تكون أفعال صادقة و ان كانت غير مطابقة فإنها تكون أفعالا كاذبة. (الخطيب، 2009، ص 65-66)

2- تصنيفات القيم

تعددت التصنيفات المقترحة للقيم و جاءت معبرة عن فلسفة أصحابها و نظرتهم للقيم كمفهوم و نظرية و منظومة. و نعرض فيما يأتي أهم هذه التصنيفات التي تعتمد ستة معايير هي :

المعيار الأول : محتوى القيمة

و من أشهر التصنيفات التي إعتمدت معيار محتوى القيمة و مضمونها تصنيف عالم النفس الألماني سبرانجر (spranger) في كتابه " أنماط الرجال " (types of men) حيث قسم الناس إلى ستة أنماط بناء على القيم الأساسية التي يعتقدون بها .

أ . **القيم النظرية :** و تعني الإهتمام بالمعرفة و إكتشاف الحقيقة، و السعي إلى التعرف على القوانين و حقائق الأشياء، و تمثل نمط العالم و الفيلسوف .

ب . القيم الاقتصادية : و تتضمن الإهتمام بالمنفعة الإقتصادية و المادية، و السعي إلى المال و الثروة و زيادتها عن طريق الإنتاج و إستثمار الأموالو هي تمثل نمط رجال المال و الإقتصاد.

ج . القيم الجمالية : و تتضمن الإهتمام بالجمال و بالشكل و بالتناسق، و هي تسم الشخص ذا الإهتمامات الفنية و الجمالية .

د . القيم الإجتماعية : و تتضمن الإهتمام بالناس و محبتهم و مساعدتهم و خدمتهم، و النظر إليهم نظرة إيجابية كغايات لا وسائل لتحقيق أهداف شخصية، و تجسم نمط الفرد الإجتماعي .

هـ . القيم السياسية : تتضمن عناية الفرد بالقوة و السلطة و التحكم في الأشياء أو الأشخاص و السيطرة عليها .

و . القيم الدينية : و تتضمن الإهتمام بالمعتقدات و القضايا الروحية و الدينية و الغيبية و البحث عن حقائق الوجود و أسرار الكون .

المعيار الثاني : المقصد من القيمة

تنقسم القيم بإعتبار مقصدها إلى قسمين :

قيم وسائلية : و هي القيم التي تعد وسيلة لغايات أبعد، فهي ليست مقصودة لذاتها بل لتحقيق غاية عليا أبعد منها .

قيم غائية : و هي القيم التي تكون غاية في حد ذاتها .

المعيار الثالث : شدة القيمة

ترتبط شدة القيمة بأمرين أولهما : درجة الإلزام التي تفرضها على الفرد، و ثانيهما الجزاء أو العقوبة التي تقررها و توقعها على من يخالف القيمة، بمقدار درجة الإلزام و الجزاء تكون شدة القيمة أو ضعفها.

القيم الملزمة أو الأمرة الناهية: و هي تتعلق فيما ينبغي أن يكون، و يجب الإلتزام بها و يكون جزاء من يخالفها شديدا، و هي غالبا ما تتعلق بالمصلحة العامة ، و بما تعارف عليه المجتمع من قيم و فضائل تحقق أمنه و إستقراره و نموه .

القيم التفضيلية : و هي القيم التي يفضل أن تكون، حيث يشجع الفرد على تمثلها بصورة تفضيلية غير ملزمة، و لا يكون جزاء من يخالفها شديدا أو صارما .

القيم المثالية : و هي القيم التي يرجى أن تكون ، و التي يتطلع الناس إلى تمثلها في سلوكهم و لكنهم يشعرون بصعوبة تحقيقها بشكل دائم و بصورة كاملة ، و هذه القيم على درجة كبيرة من الأهمية لأن أثرها يعمل على توجيه سلوك الأفراد نحو المثل العليا و يعطي أنموذجا و قدوة حسنة للآخرين .(الجلاد،2013، ص50)

المعيار الرابع : حسب شيوعها و إنتشارها

و تنقسم إلى قسمين :

1 . **القيم العامة :** و هي القيم التي يعم إنتشارها بين الناس، و يقدر ما يكون في المجتمع من قيم عامة يكون تماسكه وحدته .

2 . **القيم الخاصة :** و هي القيم بمواقف أو مناسبات إجتماعية معينة، أو بمناطق محدودة أو بطبقة أو جماعة خاصة .

المعيار الخامس : حسب وضوحها

و تنقسم إلى نوعين هما:

1 . **القيم الظاهرة أو الصريحة :** و هي التي يصرح بها و يعبر عنها بالكلام و بالسلوك نفسه .

2 . **القيم الضمنية :** و هي التي تستخلص و يستدل على وجودها من ملاحظة الإختيارات و الإتجاهات التي تتكرر في سلوك الأفراد، و يعتقد بعضهم أن هذه القيم هي القيم الحقيقية، لأنها تعبر عن النوايا بغض النظر عن السلوك .

المعيار السادس : حسب ديمومتها

و تنقسم القيم حسب هذا البعد إلى نوعين هما:

1 . القيم العابرة : و هي التي تزول بسرعة، و تمتاز هذه القيم بعدم قديستها من قبل المجتمع ويعتقد بعضهم أن هذا النوع من القيم يرتبط بالقيم المادية.

2 . القيم الدائمة : و هي التي تدوم زمناً طويلاً ، وقد تمتد جذورها إلى أعماق التاريخ، و يعتقد بعضهم أن هذا النوع من القيم يرتبط بالقيم الروحية.(همشري،2003، ص314-315)

رابعاً: مصادر القيم الأخلاقية

يمكن أن نجمل مصادر القيم الأخلاقية في مصدرين رئيسيين، هما أعظم ما تستمد منه هذه الأخلاق، كتاب الله و سنة رسوله صلى الله عليه و سلم الصحيحة:

- القرآن الكريم: هو المصدر الأول للأخلاق، و الآيات التي تضمنت الدعوة إلى مكارم الأخلاق و النهي عن مساوئها كثيرة، منها قوله تعالى: " إن الله يأمر بالعدل و الإحسان و إيتاء ذي القربى و ينهى عن الفحشاء و المنكر و البغي يعظكم لعلكم تذكرون " النحل الآية90

وقوله تعالى: " قل إنما حرم ربي الفواحش ما ظهر منها و ما بطن و الإثم و البغي بغير الحق و أن تشركوا بالله ما لم ينزل به سلطانا و أن تقولوا على الله ما لا تعلمون " الأعراف 33 (تطبيق موسوعة الأخلاق)

- السنة النبوية : و قد جاءت السنة الشريفة تحمل كل ما يتعلق بجوانب الحياة الإنسانية بالنسبة للفرد و المجتمع و الأسرة و العلاقات التي يمكن أن تقوم بين الأفراد في داخل المجتمع و بين المجتمع الإسلامي و المجتمعات الأخرى غير الإسلامية و تشمل من بين ما تتضمنه قواعد الأخلاق و القيم الأخلاقية .

عن أنس رضي الله عنه قال: ما مسست ديباجا ولا حريرا ألين من كف رسول الله صلى الله عليه و سلم ، ولا شممت رائحة قط أطيب من رائحة رسول الله صلى الله عليه و سلم ، و لقد خدمت رسول الله صلى الله عليه و سلم عشر سنين فما قال قط : أف ، ولا قال لشيء فعلته لم فعلته ولا لشيء لم أفعله إلا فعلت كذا . ؟ (متفق عليه) (المليجي، ص 28-29)

خامسا: وظائف القيم الأخلاقية

للقيم وظائف عديدة في حياة الفرد و المجتمع، و يمكن إجمالها فيما يلي :

أولا : الوظائف الثقافية

فالقيم جزء أساسي من مكونات ثقافة المجتمع، و هي الوجه البارز لهذه الثقافة، و أي فكر مهما كان علميا و تقدما، لا يستطيع الإرتقاء بالأمة ما لم يكن مرتبطا بمنظومة قيم ، تتمتع بإيجابيتها و نفعيتها ، و بشكل يجعلها حافزة و ضابطة للسلوك الإجتماعي المنتظم و الفعال .

و يتجسد البعد الثقافي للقيم من خلال كونها "تعمل على ربط أجزاء الثقافة بعضها ببعض ، فتربط العناصر المتعددة و النظم ، حتى تبدو متناسقة ، كما أنها تعمل على إعطاء هذه أساسا عقليا ، يستقر في ذهن أعضاء المجتمع " .

و تساعد القيم المجتمع على مواجهة التغيرات الثقافية التي تحدث فيه ، بتحديد الإختيارات الصحيحة ، التي تسهل على الناس حياتهم .

ثانيا : الوظائف الإجتماعية

مما لا شك فيه أن القيم تشكل عنصرا حيويا في بناء المجتمع المتناسك و أن إنهيار هذه القيم هو مدخل إلى انحطاط المجتمع و تفكيكه ، من أجل ذلك حرص الإسلام على بناء مجتمع إسلامي تسوده القيم الفاضلة من إيمان و حب و تكافل و ذلك يتضح من خلال وصف القرآن الكريم لطبيعة العلاقة بين أفراد المجتمع المدني الذي أقامه الرسول صلى الله عليه و سلم حينما هاجر الى مكة المدينة "وَالَّذِينَ تَبَوَّؤُوا الدَّارَ وَالْإِيمَانَ مِن قَبْلِهِمْ يُحِبُّونَ مَنْ هَاجَرَ إِلَيْهِمْ وَلَا يَجِدُونَ فِي صُدُورِهِمْ حَاجَةً مِّمَّا أُوتُوا وَيُؤْثِرُونَ عَلَىٰ أَنفُسِهِمْ وَلَوْ كَانَ بِهِمْ خَصَاصَةٌ وَمَن يُوقِ شُحَّ نَفْسِهِ فَأَلْنَاكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ " {الحشر : 9} .

و للقيم وظائف إجتماعية يمكن تلخيصها على النحو الآتي :

تحفظ على المجتمع تماسكه ، حيث تحدد له أهداف حياته و مثله العليا و مبادئه الثابتة المستقرة ، التي توفر له التماسك و الثبات اللازمين لممارسة حياة إجتماعية سليمة .

و قد أبان الحديث الشريف أثر القيم الإيمانية في إحداث التماسك الإجتماعي "ترى المؤمنين في تراحمهم و توادهم و تعاطفهم كمثل الجسد ، إذا إشتكى منه عضواً تداعى له سائر الجسد بالسهر و الحمى " .

تقي المجتمع من الأثمانية المفرطة و النزعات و الشهوات الطائشة ، حيث إنها تحمل الأفراد على التفكير في أعمالهم ، على أنها محاولات للوصول إلى أهداف ، هي غايات في حد ذاتها ، بدلاً من النظر إليها على أنها مجرد أعمال لإشباع الرغبات و الشهوات ، و لذلك فإن القيم و المثل العليا في أي جماعة هي الهدف الذي يسعى جميع أعضاؤها للوصول إليه.

تدفع القيم الأفراد في المجتمع إلى العمل و توجه نشاطهم و تعمل على حفظ هذا النشاط موحداً و متناسقاً و تصونه من التناقض و الإضطراب .

وقاية المجتمع من الإنحرافات و الآفات ، ذلك أنها تعمل على إصلاح الفرد نفسياً و خلقياً و توجهه نحو الخير و الإحسان و الواجب ، كما تنمي قدرة الأفراد على ضبط شهواتهم و مطامعهم، لأنها تربط تصرفاتهم و سلوكهم بمعايير و أحكام يتصرفون في ضوءها و على هديها.

ثالثاً: الوظائف التربوية

إن كان " المؤشر الرئيس للقيم ، هو السلوك ، فإن القيم التي يتبناها الأفراد ، عوامل هامة لسلوكهم ، فعندما يؤدي أو يختار الفرد سلوكاً معيناً مفضلاً له على سلوك آخر ، فإنه يفعل هذا و في ذهنه أن السلوك الأول إنما يساعده على تحقيق بعض من قيمه ، أفضل من السلوك الآخر " و إذا كانت التربية في مجملها تدور حول عملية أساسية ، و هي تشكيل الشخصية السوية المتكاملة في جميع جوانبها روحياً و عقلياً و وجدانياً و خلقياً و إجتماعياً ، فإن ذلك لا يتم إلا من خلال إكسابها عدداً من القيم الأساسية الوظيفية التي تضي عليها كمالها الأخلاقي و على رأس هذه القيم ، إحترام الذات و حب التفوق و التدين و المستنير .

وتعتبر القيم من الموجهات الأساسية للعملية التربوية لك أن "التربية في تحليلها النهائي ذات وظيفة قيمية ، فهي تتناول الناشئة بالتشكيل و التوجيه و التقويم ، في إطار قيم المجتمع الذي تعيش فيه و ما يحتويه من تراث و واقع و تطلعات مستقبلية.(صلاح التوم، 2021، ص34-39)

خلاصة الفصل

نستنتج من خلال هذا الفصل أن تطبيق التيك توك أصبح أحد التطبيقات الأساسية للمستخدمين على مستوى كافة أنحاء العالم، حيث اكتسح المجتمعات العربية في وقت قصير منذ ظهوره، وخلق مجالات عديدة من أشكال حريات التعبير بحيث يمكن للأفراد المشاركة والتفاعل من خلال ابداء آرائهم و مقترحاتهم في شتى مجالات الحياة المختلفة من خلال الخصائص التي ميزته عن باقي التطبيقات الأخرى، ويجدر القول أيضا أنه ورغم ما يحققه من نجاح إلا أنه يحتوي على سلبيات و كذا ايجابيات تجعل استخدامه يحقق منفعة مضرّة، وأن القيم الأخلاقية ركيزة أساسية من ركائز المجتمع نظرا لأهميتها في توجيه الأخلاق والسلوكيات الإنسانية، ونخلص إلى أن الأخلاق السائدة في المجتمع المسلم تهدف بمجملها إلى نشر وتعميم خصال حميدة كالأمن والطمأنينة، كما أن التخلي عن القيم الأخلاقية سبب لإنحطاط الأمم وإنهيارها وتفكك المجتمعات لذلك يجب الحفاظ عليها.



الفصل الثالث:

تأثير تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية

لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيبجل



الفصل الثالث: تأثير تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والاتصال

بجامعة جيجل

تمهيد

المحور الأول: البيانات العامة

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام طلبة قسم الإعلام و الاتصال جامعة جيجل لتطبيق التيك توك

المحور الثالث: دوافع استخدام طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة جيجل لتطبيق التيك توك

المحور الرابع: طبيعة مضامين تطبيق التيك التوك التي يتابعها طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل

المحور الخامس: التأثيرات التي يحدثها تطبيق التيك التوك على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام و

الاتصال، جامعة جيجل

خلاصة الفصل

تمهيد

يعتبر الفصل التطبيقي للدراسة جزء مهم ولا يتجزأ عن باقي الدراسة، ولا يمكن الإستغناء عنه فهو دعامة أساسية للإطار النظري، وجزء مهم في البحث العلمي حيث يتناول هذا الفصل لدراستنا المتمثلة في تأثير تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين، وإعتمدنا فيه على إستمارة الإستبيان والتي ساعدتنا في جمع المعلومات المتعلقة بالموضوع، وتحليل البيانات المتحصل عليها ووضعها في جداول بسيطة تتضمن التكرار والنسبة المئوية، ثم التعليق عليها وتفسيرها، وأخيرا عرض النتائج المتوصل إليها ومناقشتها على ضوء الفرضيات والدراسات السابقة من أجل الوصول إلى نتائج عامة للدراسة.

المحور الأول: البيانات العامة

تمثل الجداول والأشكال المنجزة أدناه المعلومات المتحصل عليها من خلال تفرغ البيانات من الإستمارة المعتمد في دراستنا المتغيرات: الجنس، السن، المستوى الجامعي، التخصص، الحالة الإجتماعية ومكان الإقامة وتمثل هذه المؤشرات العناصر الأساسية للمحور الأول.

الجدول رقم (01): يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل وفقا لمتغير الجنس.

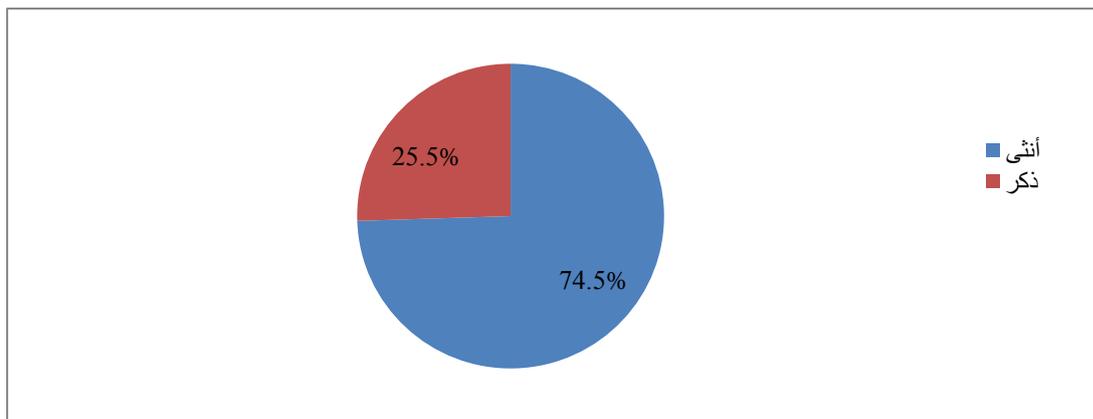
الجنس	التكرار	النسبة %
انثى	79	74.5%
ذكر	27	25.5%
المجموع	106	100%

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (01) الذي يمثل متغير الجنس لطلبة قسم الإعلام والاتصال، نلاحظ أن نسبة الإناث المقدرة بـ 74.5% فاقت نسبة الذكور المقدرة بـ 25.5%.

وهذا راجع إلى أن نسبة الإناث أكبر بقسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة جيجل مقارنة بالذكور، بالإضافة إلى زيادة نسبة المواليد الإناث مقارنة بنسبة الذكور، هذا ما جعل نسبة الإناث تفوق نسبة الذكور داخل المجتمع الجزائري عامة وفي الجامعات و الأوساط التربوية خاصة، بالإضافة إلى تجاوز العنصر الأنثوي معنا.

الشكل رقم (01) يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل وفقا لمتغير الجنس.



الجدول رقم (02): يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل وفقا لمتغير السن.

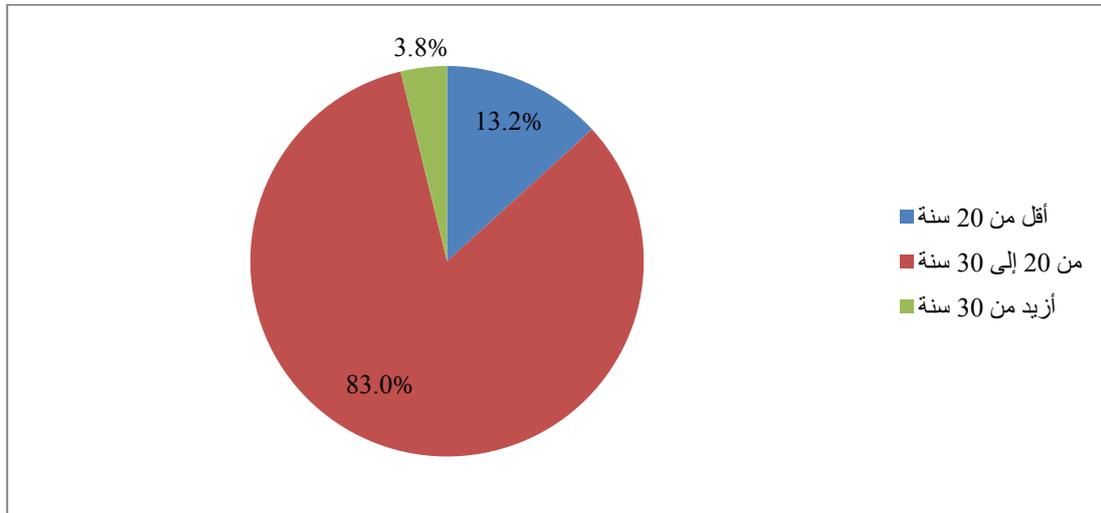
السن	التكرار	النسبة %
أقل من 20 سنة	14	13.2%
من 20 إلى 30 سنة	88	83.0%
أزيد من 30 سنة	4	3.8%
المجموع	106	100%

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (02) الذي يمثل متغير السن لطلبة قسم الإعلام والاتصال، نلاحظ أن الطلبة الذين تتراوح أعمارهم بين 20 و 30 سنة هي الغالبة إذ بلغت 83.0%، في حين تقدر نسبة الطلبة الذين تتجاوز أعمارهم 30 سنة بـ 3.8%، أما نسبة الطلبة الأقل من 20 سنة فهي 13.2%.

و يمكن تفسير تغلب الفئة العمرية التي تتراوح ما بين "20 و 30 سنة" كونها الفئة الشبابية التي تدرس في الجامعة والسن الطبيعي لأي طالب جامعي، كما أن هذه الفئة تعتبر الأكثر مواكبة للتطورات التكنولوجية والتطبيقات الحديثة، عكس الفئة الأزيد من 30 سنة فأفرادها معظمهم لديهم مسؤوليات كالعامل...

الشكل رقم (02): يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل وفقا لمتغير السن.



الجدول رقم (03): يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل وفقا لمتغير المستوى الجامعي.

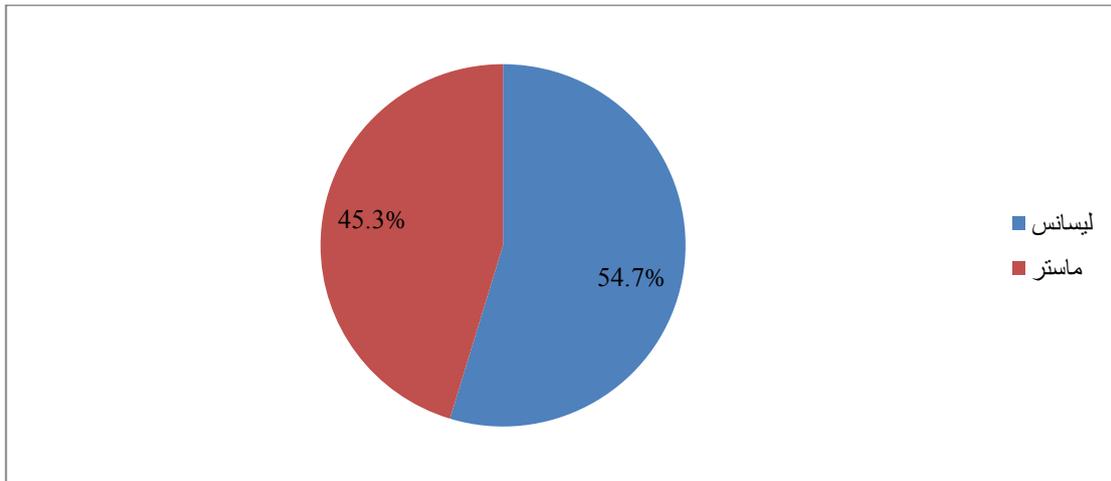
المستوى الجامعي	التكرار	النسبة %
ليسانس	58	54.7%
ماستر	48	45.3%
المجموع	106	100%

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (03) الذي يمثل متغير المستوى الجامعي لطلبة قسم الإعلام والاتصال، نلاحظ أن أكبر نسبة كانت لطلبة الليسانس حيث قدرت ب 54.7% ، تليها طلبة الماستر ب 45.3%.

نستنتج مما سبق أن الفئة الغالبة كانت لطلبة الليسانس، كونهم أكثر الطلبة المسجلين في قسم علوم الاعلام والاتصال، أما عن طلبة الماستر فيعود سبب قلتهم إلى أن الطلبة غالبا ما يكتفون بشهادة الليسانس من أجل التوجه إلى الحياة العملية، أما بخصوص الإناث فمعظمهم يتوجهون إلى الحياة الزوجية، بالإضافة إلى أن هناك نسبة من الطلبة لم يكن لهم الحظ الأوفر في القبول لإكمال مستوى الماستر كون معدلهم لا يسمح لهم بالمواصلة لأن مقاعد الماستر تكون على أساس الترتيب الانتقائي للمعدلات.

الشكل رقم(03): يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل وفقا لمتغير المستوى الجامعي.



الجدول رقم (04): يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل وفقاً لمتغير التخصص.

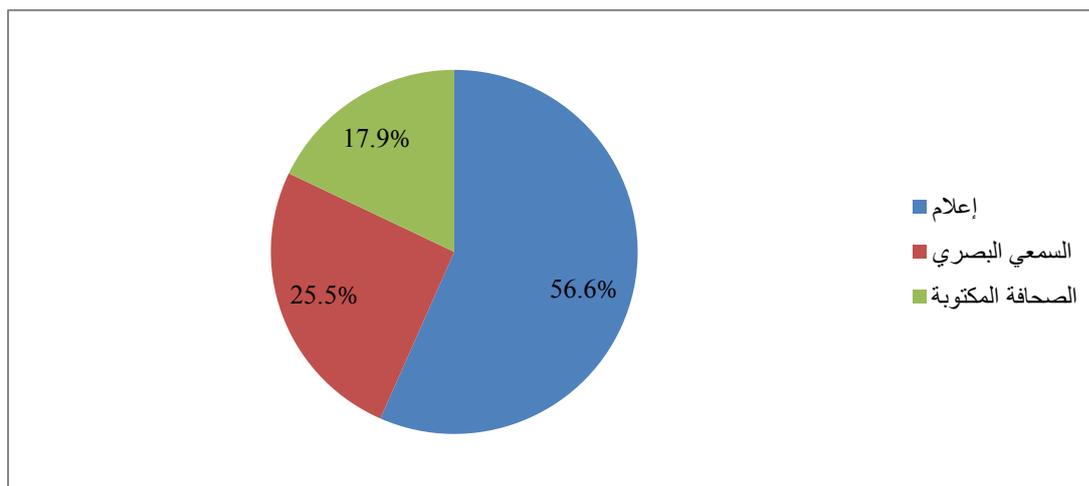
التخصص	التكرار	النسبة %
إعلام	60	56.6%
السمعي بصري	27	25.5%
الصحافة المكتوبة	19	17.9%
المجموع	106	100%

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (04) الذي يمثل متغير التخصص لطلبة قسم الإعلام والاتصال، نلاحظ أن الفئة الغالبة هم طلبة اعلام والمقدر عددهم ب 60 فردا والتي بلغت نسبتهم 56.6%، في حين أن الطلبة الذين يدرسون السمعي بصري والمقدر عددهم 27 طالبا بلغت نسبتهم 25.5%، أما النسبة الأخيرة وهم الطلبة الذين يدرسون الصحافة المكتوبة عددهم 19 طالب بلغت نسبتهم 17.9%.

وهذا راجع إلى توزيع الإستثمارات دون إستثناء على طلبة الإعلام وهذا على حسب الإحصائيات التي إعتدناها في حساب العينة العشوائية البسيطة.

الشكل رقم (04): يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل وفقاً لمتغير التخصص.



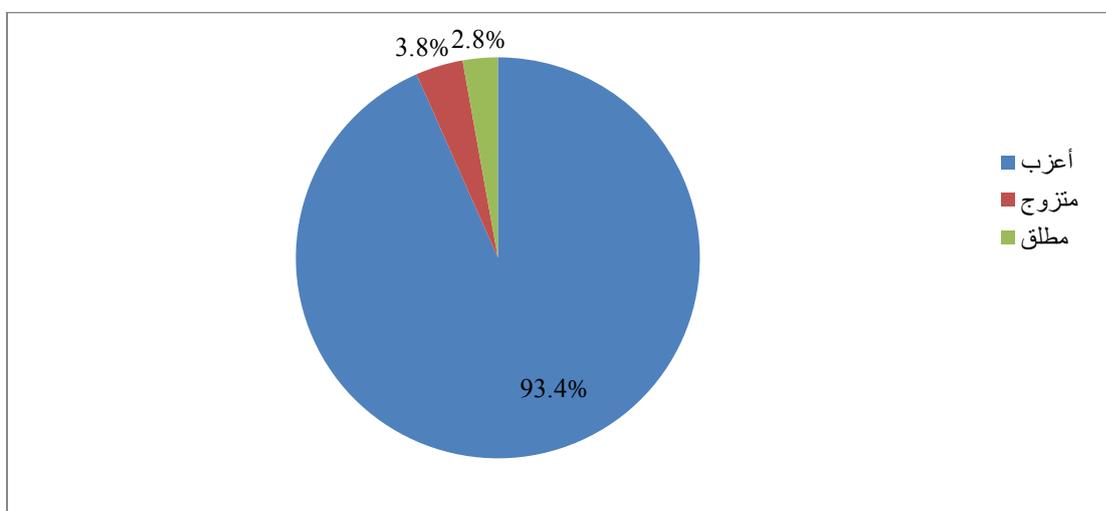
الجدول رقم(05): يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل وفقا لمتغير الحالة الإجتماعية.

الحالة الإجتماعية	التكرار	النسبة %
أعزب	99	93.4%
متزوج	4	3.8%
مطلق	3	2.8%
المجموع	106	100%

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (05) الذي يمثل متغير الحالة الإجتماعية لطلبة قسم الإعلام والاتصال، نلاحظ أن أغلبية الطلبة غير متزوجون وهم يمثلون 99 طالبا و بلغت نسبتهم 93.4%، في حين بلغ عدد الطلبة المتزوجون 4 المقدر بنسبة 3.8%، أما بالنسبة للمطلقين فقد كانوا 3 طلبة أي نسبة 2.8%. نستنتج من خلال الجدول أن أكبر نسبة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل عزاب ويمكن تفسير هذا أنهم أكثر تعاملًا مع شبكات التواصل الإجتماعي وخاصة تطبيق التيك توك.

الشكل رقم(05): يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل وفقا لمتغير الحالة الإجتماعية.



الجدول رقم(06): يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل وفقا لمتغير مكان الإقامة .

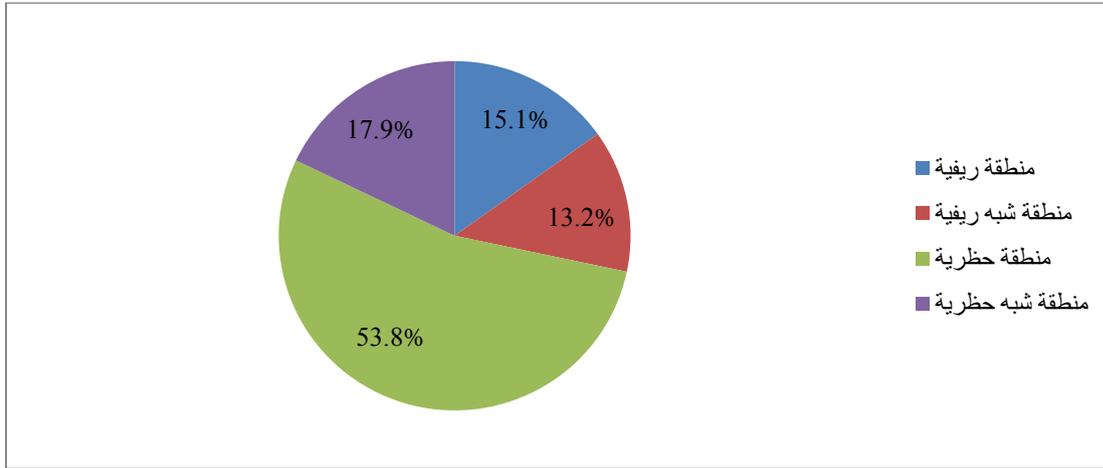
مكان الإقامة	التكرار	النسبة%
منطقة ريفية	16	15.1%
منطقة شبه ريفية	14	13.2%
منطقة حضرية	57	53.8%
منطقة شبه حضرية	19	17.9%
المجموع	106	100%

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (06) الذي يمثل متغير مكان الإقامة لطلبة قسم الإعلام والاتصال، نلاحظ أن 16 طالبا من طلبة قسم الإعلام والاتصال يقيمون في مناطق ريفية وهم يمثلون بذلك نسبة 15.1%، أما 14 طالبا يقيمون في مناطق شبه ريفية و هم يمثلون نسبة 13.2 %، في حين بلغ عدد المقيمين في مناطق حضرية 57 طالبا وهي أعلى نسبة وهم يمثلون نسبة 53.8%، كما اننا سجلنا 19 طالبا يقيمون في مناطق شبه حضرية والذين بلغت نسبتهم 17.9%.

وهذا يعود إلى المجال المكاني الذي أجريت فيه الدراسة الحالية وهو الجامعة والذي يقع في منطقة حضرية وبالتالي أغلب الطلبة يقطنون في المدينة بالإضافة إلى كونه سكن يتوفر على ضروريات الحياة الأساسية، كذلك يسهل عليهم التنقل لمكان الدراسة لوفرة وسائل النقل.

الشكل رقم(06): يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل وفقا لمتغير مكان الإقامة .



المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لتطبيق التيك توك.

الجدول رقم (07): يمثل درجة استخدام تطبيق التيك توك من طرف طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل

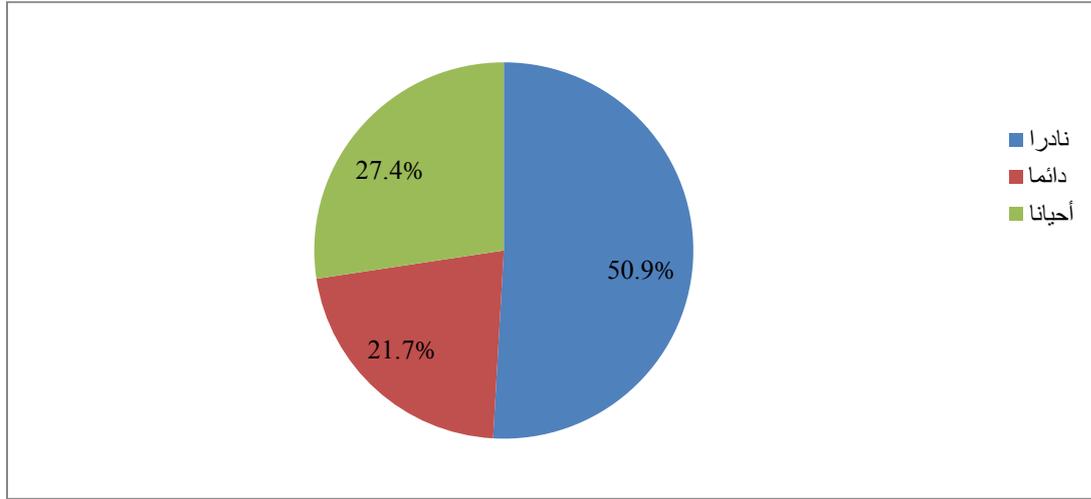
درجة الاستخدام	التكرار	النسبة %
نادرا	54	50.9%
دائما	23	21.7%
أحيانا	29	27.4%
المجموع	106	100%

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (07) الذي يمثل درجة استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال لتطبيق التيك توك، نلاحظ أن أغلبية الطلبة نادرا ما يستخدمون تطبيق التيك توك وذلك بنسبة 50.9% بواقع تكرار 54 طالبا، يليهم 27.4% ممن يستخدمونه أحيانا و بواقع تكرار 29 طالبا، أما أقلية الطلبة و التي تعتبر استخدام تطبيق التيك أحد نشاطاتها اليومية قدرت بـ 21.7% و بواقع تكرار 23 طالبا. وهذا يدل على عدم اهتمام الطلبة بهذا التطبيق نظرا لحدثته. و كذا انشغال الطلبة بالدراسة و البحوث وقد يكون اعتبارهم أن تصفح التطبيق مضيعة للوقت.

الشكل رقم (07): يمثل درجة استخدام تطبيق التيك توك من طرف طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة

جيجل.



الجدول رقم (08): يمثل مدة استخدام تطبيق التيك توك من طرف طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة

جيجل.

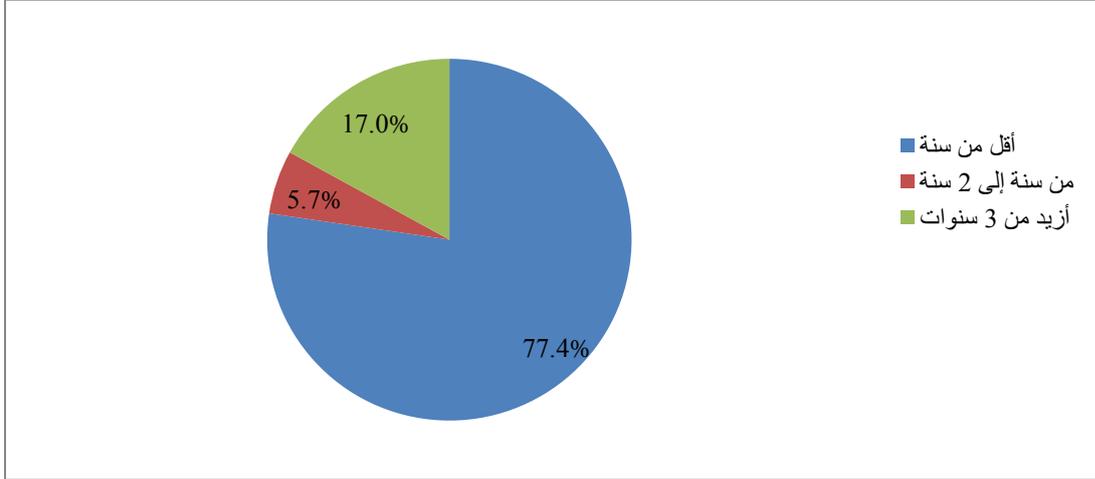
مدة استخدام الطلبة للتطبيق	التكرار	النسبة %
أقل من سنة	82	77.4%
من سنة إلى 2 سنة	6	5.7%
أزيد من 3 سنوات	18	17.0%
المجموع	106	100%

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (08) الذي يمثل مدة استخدام تطبيق التيك توك من طرف طلبة قسم الإعلام والاتصال نلاحظ أن غالبية الطلبة يستخدمونه منذ أقل من سنة وذلك بنسبة 77.4%، يليهم الطلبة الذين يستخدمونه منذ أزيد من 3 سنوات بنسبة 17.0%، في حين يستخدمه 5.7% من طلبة قسم الإعلام والاتصال من سنة إلى 2 سنة.

و يرجع ذلك إلى حداثة التطبيق الذي يعتبر حديث النشأة في عالم التطبيقات الجديدة، بالإضافة إلى طبيعة المحتويات التي لم تكن تلقى اهتمام الفئة الشبابية إلا في الفترة الأخيرة خاصة في الجزائر وهذا ما يفسر النتائج المتوصل إليها.

الشكل رقم(08): يمثل مدة إستخدام تطبيق التيك توك من طرف طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل.



الجدول رقم(09): يمثل الإسم الذي يستعمله طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل عند استخدامهم لتطبيق التيك توك.

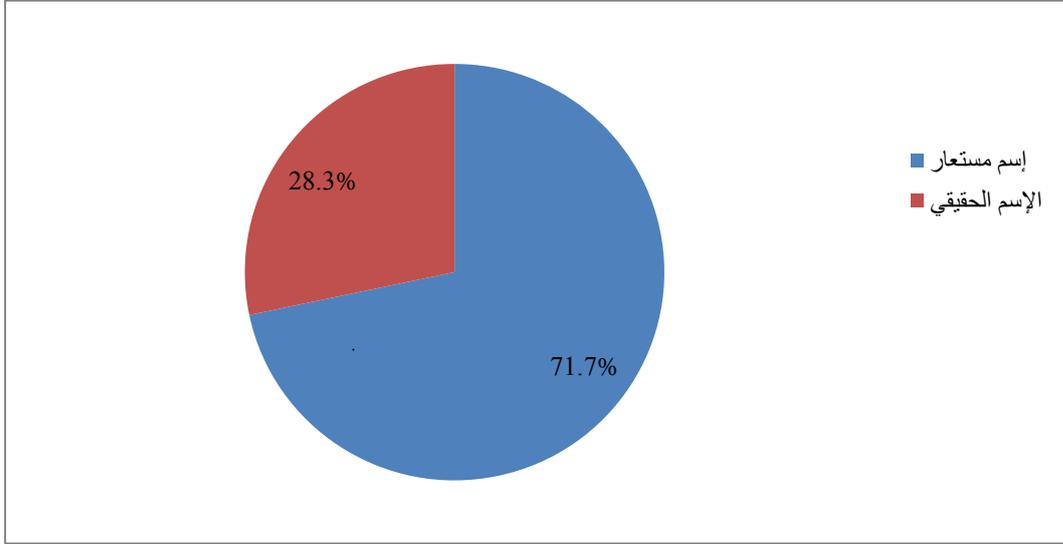
الإسم	التكرار	النسبة %
الإسم الحقيقي	30	28.3%
إسم مستعار	76	71.7%
المجموع	106	100%

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (09) الذي يمثل الإسم الذي يستعمله طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل عند استخدامهم لتطبيق التيك توك نلاحظ أن أغلبية الطلبة يستخدمون الإسم المستعار وذلك بنسبة 71.7% وهي أعلى نسبة، في حين يستعمل 30 طالبا الإسم الحقيقي ممثلين نسبة 28.3%.

ويمكن تفسير ذلك لعدم الثقة فيه وفي طبيعة الموقع في حد ذاته، هذا من جهة أما من جهة أخرى فالإسم المستعار يحقق الخصوصية في الإستخدام والراحة وعدم الإزعاج والتحفظ على هويتهم الشخصية.

الشكل رقم(09): يمثل الإسم الذي يستعمله طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل عند استخدامهم لتطبيق التيك توك.



الجدول رقم(10): يمثل الوسائل التي يستخدمها طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل لتصفح تطبيق التيك توك.

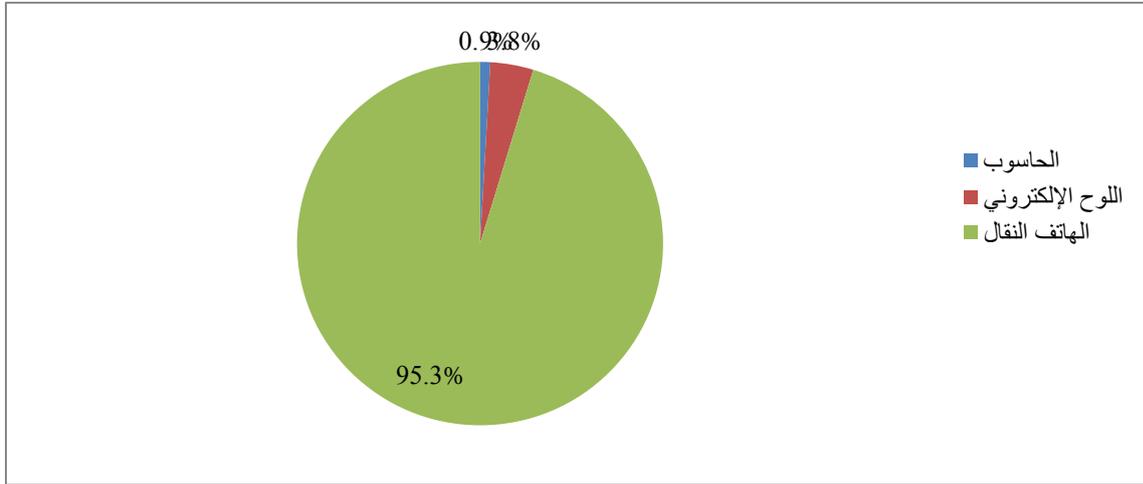
الوسائل	التكرار	النسبة %
الحاسوب	1	0.9%
اللوحة الإلكترونية	4	3.8%
الهاتف النقال	101	95.3%
المجموع	106	100%

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (10) الذي يمثل الوسائل التي يستخدمها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لتصفح تطبيق التيك توك نلاحظ أن الوسيلة الأكثر إستخداما هي الهاتف النقال، حيث بلغت نسبة الطلبة الذين يستخدمونه 95,3%، ثم يليها اللوحة الإلكترونية بنسبة 3,8% ، وأخيرا الحاسوب بنسبة 0,3%.

نستنتج أن أغلبية الطلبة يتصفحون تطبيق التيك توك من خلال الهاتف النقال، وذلك لما يحمله من مزايا وخصائص عديدة، منها سهولة حمله وحجمه العملي، وأيضا أنه الوسيلة الأكثر إنتشارا وتداولاً، وقدرته على الإتصال بتقنية الجيل الرابع، التي تسهل الإتصال من أي مكان و أي وقت.

الشكل رقم (10): يمثل الوسائل التي يستخدمها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لتصفح تطبيق التيك توك.



الجدول رقم (11): يمثل المدة الزمنية التي يقضيها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل في استخدام تطبيق التيك توك.

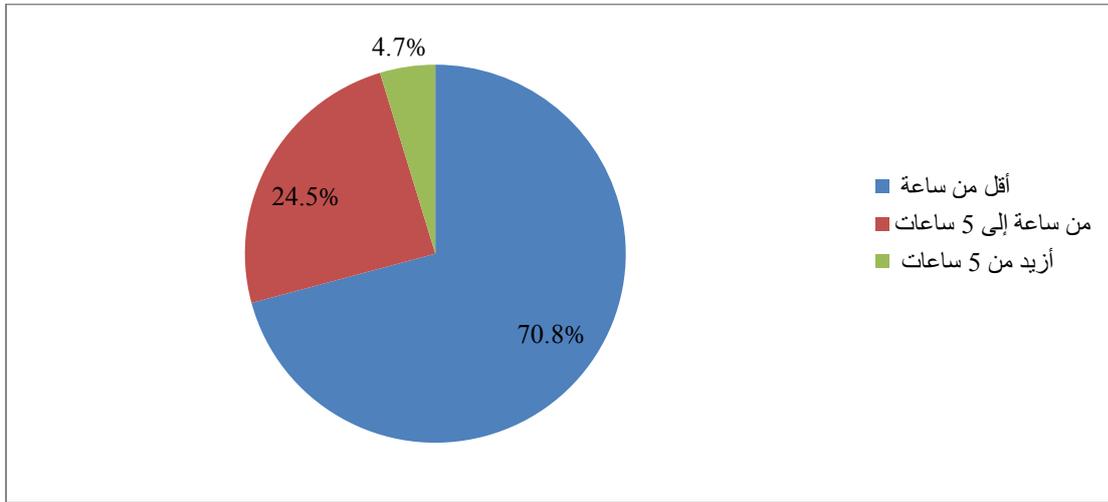
المدة الزمنية	التكرار	النسبة %
أقل من ساعة	75	70.8%
من ساعة إلى 5 ساعات	26	24.5%
أزيد من 5 ساعات	5	4.7%
المجموع	106	100%

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (11) الذي يمثل المدة الزمنية التي يستخدمها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل في استخدام تطبيق التيك توك نلاحظ أن المدة "أقل من ساعة" تمثل أعلى نسبة و قد بلغت 70.8 %، وتتوسطها المدة "من ساعة إلى 5 ساعات" بنسبة 24,5، أما المدة "أزيد من 5 ساعات" هي أقل نسبة وبلغت 4.7%.

ويفسر ذلك أن محتويات التطبيق والتي هي مجموعة قصيرة من الفيديوهات التي تكون مدتها 15 ثانية هذا ما يفسر إشباع الرغبة بسرعة حيث يمكن للمستخدم مشاهدة الكثير من الفيديوهات في وقت قصير جدا، و يمكن أن المستخدمين الجدد يقضون من ساعة إلى ساعتين فأكثر على اعتبار أن التطبيق جديد بالنسبة لهم ويعتبر محل للإكتشاف وإشباع الفضول.

الشكل رقم (11): يمثل المدة الزمنية التي يقضيها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل في استخدام تطبيق التيك توك.



الجدول رقم(12): يمثل الوقت الذي يستخدم فيه طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل تطبيق التيك توك.

الوقت	التكرار	النسبة %
صباحا	1	%0.9
مساء	20	%18.9
ليلا	70	%66.0
كل الأوقات	15	%14.2
المجموع	106	%100

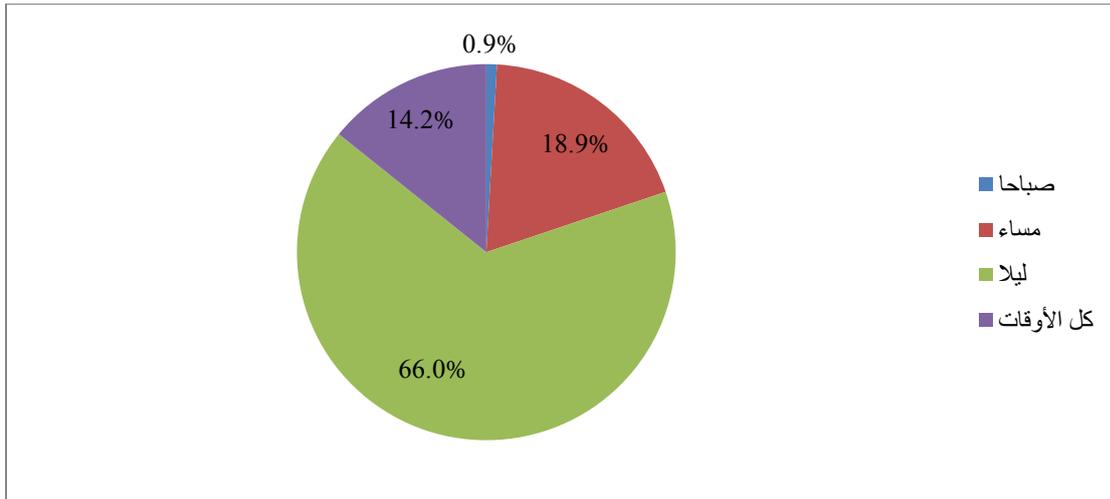
المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (12) الذي يمثل الوقت المفضل لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل عند استخدام تطبيق التيك توك نلاحظ أن الطلبة يفضلون استخدام تطبيق التيك توك ليلا وذلك بنسبة

66.0% ، ثم تليها الفترة المسائية بنسبة 18.9% ، ثم تأتي بعدها نسبة 14.2% إلى كل الأوقات، وأخيرا الفترة الصباحية بنسبة 0.9% وهي النسبة المنخفضة.

ويمكن تفسير ذلك بأن أغلبية الطلبة يستخدمون تطبيق التيك توك ليلا لكونه وقت فراغهم وعدم تقيدهم بأعمال أخرى، أما الفترة الصباحية فأغلبية الطلبة يزاولون دراستهم و كذلك انشغالاتهم بالبحوث الجامعية.

الشكل رقم (12): يمثل الوقت الذي يستخدم فيه طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل تطبيق التيك توك.



الجدول (13): يمثل المكان الذي يفضله طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل عند استخدام تطبيق التيك توك.

مكان الإستخدام	التكرار	النسبة (%)
المنزل	88	83.0%
مقهى الأنترنيت	5	4.7%
الجامعة	8	7.5%
أماكن عمومية	4	3.8%
أخرى تذكر	1	0.9%
المجموع	106	100%

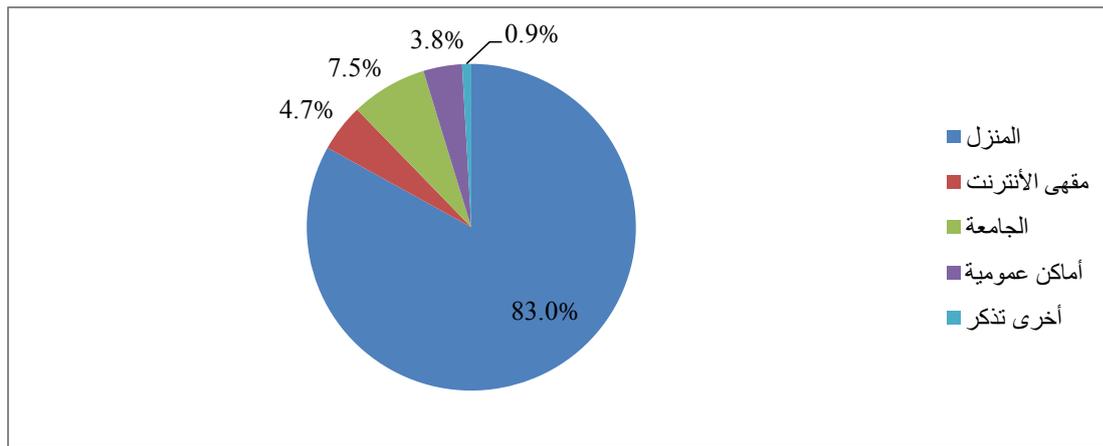
المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (13) الذي يمثل المكان الذي يفضله طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل عند استخدام تطبيق التيك توك نلاحظ أن نسبة الطلبة الذين يستخدمون تطبيق التيك توك في

المنزل قد احتلت أعلى نسبة قدرت بـ 83.0%، وتليها نسبة 7,5% من الطلبة الذين يستخدمون التطبيق في الجامعة، ثم في مقهى الأنترنترنت بنسبة 4.7%، أما الأماكن العمومية فكانت بنسبة 3,8%، أما أخرى تذكر نجد نسبتها ضئيلة جدا وهي 0.9% بواقع 1 تكرار من الطلبة.

ومن هنا نستنتج أن المنزل يعد أكثر الأماكن المناسبة لطلبة قسم الإعلام والاتصال لاستخدام تطبيق التيك توك لتوفر عناصر الراحة التي لا تتوفر في مقهى الأنترنترنت والجامعة وأماكن أخرى. بالإضافة إلى كون التدفق سريع للأنترنترنت في المنازل عكس الجامعة.

الشكل رقم (13): يمثل المكان الذي يفضله طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل عند استخدام تطبيق التيك توك.



الجدول رقم (14): يمثل مع من يفضل طلبة قسم الإعلام والاتصال استخدام تطبيق التيك توك.

النسبة %	التكرار	من مع يفضل الطلبة استخدام التطبيق
60.4%	64	بمفردك
25.5%	27	مع الأصدقاء
2.8%	3	مع العائلة
11.3%	12	بدون تحديد
100%	106	المجموع

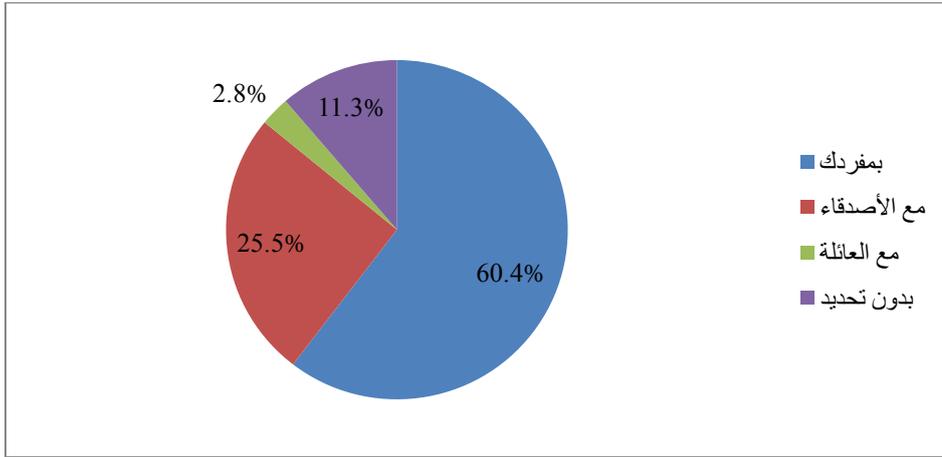
المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (14) الذي مع من يفضل طلبة قسم الإعلام والاتصال استخدام تطبيق التيك توك نلاحظ أن أغلبية الطلبة يفضلون استخدام تطبيق التيك توك بمفردهم حيث بلغت نسبتهم 60.4%، تليها

نسبة الطلبة الذين يفضلون استخدامه مع الأصدقاء بنسبة 25.5 %، أما مع أفراد العائلة بعدد 3 تكرارات ونسبة 2.8 %، وفي حين يفضل بعض الطلبة عدم تحديد مع من يفضلون استخدام تطبيق التيك توك حيث بلغت التكرارات 12 بنسبة 11.3 %.

نستنتج من خلال نتائج الجدول أن طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل تتجه ميولاتهم إلى استخدام تطبيق التيك توك بصفة فردية، وهذا راجع إلى أذواقهم وحبهم للخصوصية في استخدام تطبيق التيك توك وأن تكنولوجيا الإتصال الحديثة توفر لهم هذه الخصوصية في الاستخدام و التصفح دون تعرضهم للإزعاج من الغير.

الشكل رقم (14): يمثل مع من يفضل طلبة قسم الإعلام والاتصال استخدام تطبيق التيك توك.



المحور الثالث: دوافع استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لتطبيق التيك توك.

الجدول رقم (15): يمثل دوافع استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لتطبيق التيك توك.

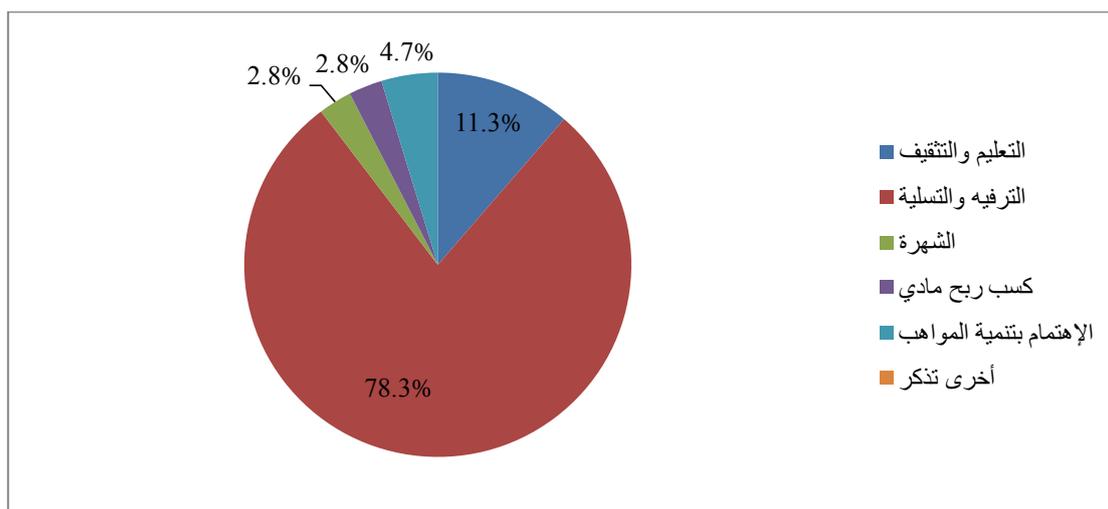
دوافع الاستخدام	التكرار	النسبة%
التعليم والتثقيف	12	11.3%
الترفيه والتسلية	83	78.3%
الشهرة	3	2.8%
كسب ربح مادي	3	2.8%
الإهتمام بتتمية المواهب	5	4.7%
أخرى تذكر	-	-
المجموع	106	100%

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (14) الذي يمثل دوافع استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لتطبيق التيك توك نلاحظ أن أغلبية طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل يستخدمون تطبيق التيك توك بدافع الترفيه والتسلية وذلك بنسبة 78.3% وبواقع تكرار 83 طالب، يليها استخدامهم له بدافع التعليم والتثقيف بنسبة 11.3%، ثم تليها نسبة 4.7% للإهتمام بتتمية المواهب، أما النسب الضئيلة المقدر بـ 2.8% تمثلت في دافع الشهرة وكسب ربح مادي في تطبيق التيك توك.

نستنتج أن أغلبية طلبة قسم الإعلام والاتصال يستخدمون تطبيق التيك توك بدافع الترفيه والتسلية كونها تعرض فيديوهات وأفكار متنوعة تجعل الفرد يرفه عن نفسه ويجد كل ما يبحث عنه.

الشكل رقم (15): يمثل دوافع استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لتطبيق التيك توك.



الجدول رقم (16): يمثل الخدمات التي يفضلها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل على تطبيق التيك توك.

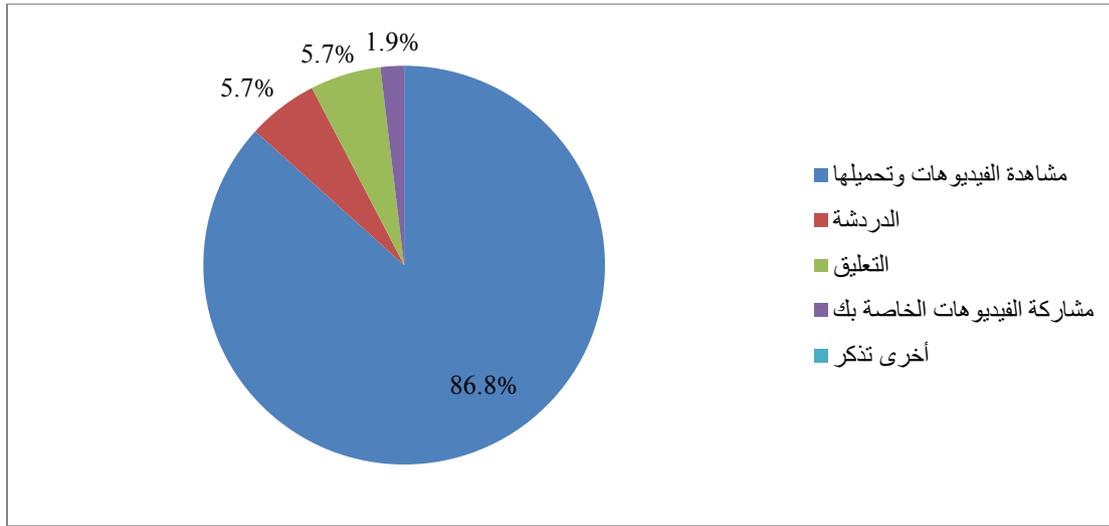
الخدمات	التكرار	النسبة %
مشاهدة الفيديوهات وتحميلها	92	86.8%
الردشة	6	5.7%
التعليق	6	5.7%
مشاركة الفيديوهات الخاصة بك	2	1.9%
أخرى تذكر	-	-
المجموع	106	100%

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (16) الذي يمثل الخدمات التي يفضلها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل على تطبيق التيك توك نلاحظ أن الخدمات التي يفضلها الطلبة هي مشاهدة الفيديوهات وقد بلغت نسبة كبيرة قدرت بـ 86.8%، تليها خدمة الدردشة والتعليق بنسبة 5.7%، أما خدمة مشاركة الفيديوهات الخاصة بك فقد حازت على أدنى نسبة بلغت 1.9%.

وقد يرجع سبب ذلك أن استخدام الطلبة للتطبيق من أجل مشاهدة الفيديوهات وتحميلها لصغر الفيديوهات فهي لا تتعدى الـ 15 ثانية بالإضافة إلى سهولة تحميلها من خلال التطبيق فهي لا تستدعي تسجيل حساب مثل باقي الخصائص التي تتطلب الاستفادة منها أن يملك المستخدم حساباً شخصياً على التطبيق.

الشكل رقم (16): يمثل الخدمات التي يفضلها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل على تطبيق التيك توك.



الجدول رقم (17): يمثل إذا كان تطبيق التيك توك يلبي إحتياجات ورغبات طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل.

الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	31	29.2%
لا	75	70.8%
المجموع	106	100%

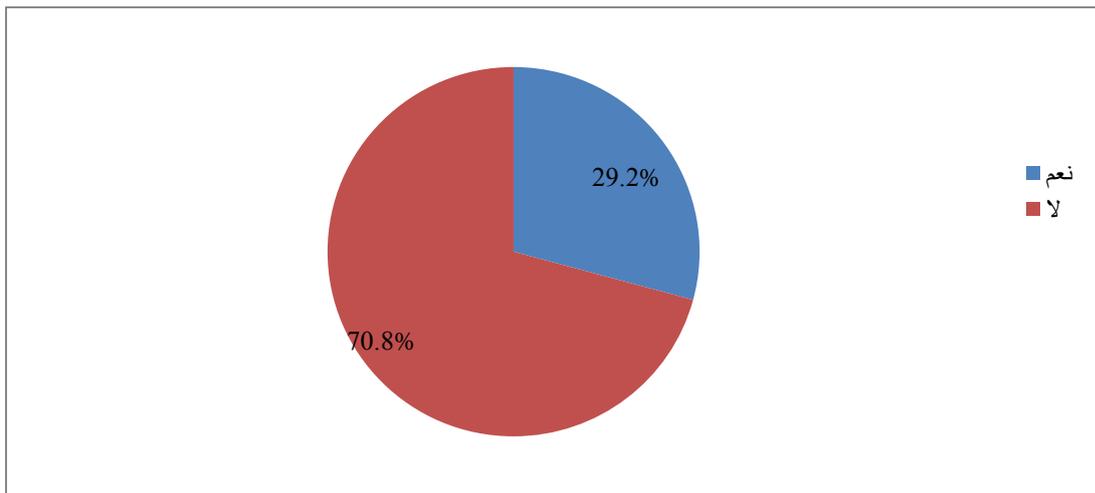
المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (17) الذي يمثل نسبة الإحتياجات والرغبات التي يلبيها تطبيق التيك توك لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل نلاحظ أن نسبة الطلبة الذين يلبي لهم تطبيق التيك توك إحتياجاتهم

ورغباتهم هي 29.2%، أما نسبة الطلبة الذين لا يلبي تطبيق التيك توك رغباتهم واحتياجاتهم تمثلت في 70.8%.

ويمكن تفسير هذا بأن التطبيق لا يلبي إحتياجات ورغبات طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، ويمكن إرجاع ذلك إلى إختلاف حاجاتهم ورغباتهم وأنها لا تتوافق مع مضامين تطبيق التيك توك وتتعارض معها.

الشكل رقم (17): يمثل إذا كان تطبيق التيك توك يلبي إحتياجات ورغبات طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل.



الجدول رقم(18): يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والاتصال والغرض إذا كانت اجابتهم بنعم في أن تطبيق التيك يلبي احتياجاتهم ورغباتهم.

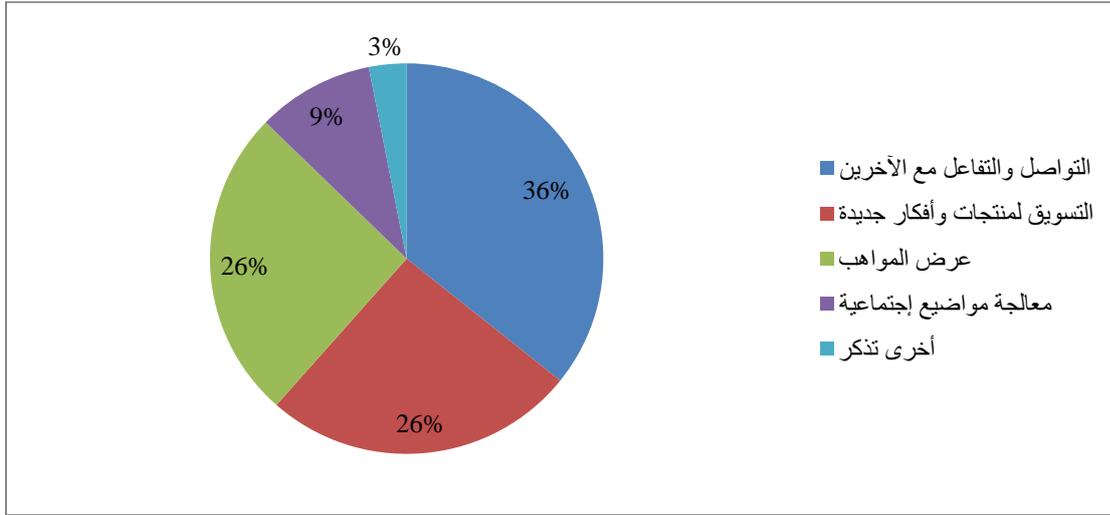
النسبة %	التكرار	الغرض من الإجابة بنعم
10.4%	11	التواصل والتفاعل مع الآخرين
7.5%	8	التسويق لمنتجات وأفكار جديدة
7.5%	8	عرض المواهب
2.8%	3	معالجة مواضيع إجتماعية
0.9%	1	أخرى تذكر
29.2%	31	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (18) الذي يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والاتصال والغرض إذا كانت اجابتهم بنعم في أن تطبيق التيك يلبي احتياجاتهم ورغباتهم نلاحظ أن تطبيق التيك توك يلبي احتياج التواصل والتفاعل مع الآخرين ب10.4%، يليها التسويق لمنتجات وأفكار جديدة بالاضافة إلى عرض المواهب بنفس النسبة مقدرة ب7.5%، في حين أن معالجة مواضيع إجتماعية حصلت على أقل نسبة كانت ب2,8 أما أخرى تذكر فأجاب عنها طالب واحد قدرت النسبة ب0.9%.

و يعود سبب هذا الأمر إلى طبيعة هذه التطبيقات عامة وتطبيق التيك توك بشكل خاص والذي كان الهدف الأول من انشاءه لأول مرة خلق جو من القرية بين الأشخاص في شتى أنحاء العالم و خلق جو من التفاعل والتواصل بين المستخدمين.

الشكل رقم(18): يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والاتصال والغرض إذا كانت اجابتهم بنعم في أن تطبيق التيك يلبي احتياجاتهم ورغباتهم



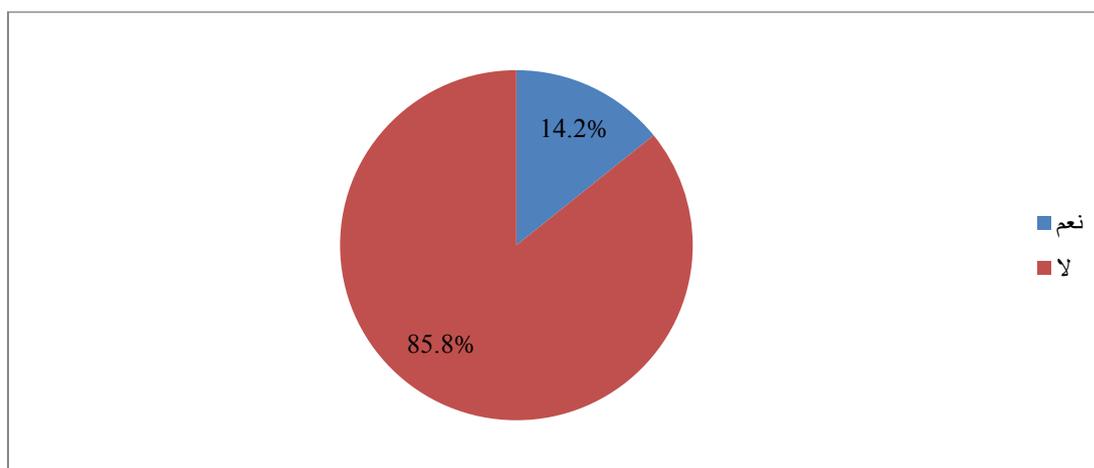
الجدول رقم(19): يمثل إذا كان طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل يثقون في تطبيق التيك توك.

الثقة طلبة قسم الإعلام والاتصال في تطبيق التيك توك	التكرار	النسبة%
نعم	15	14.2%
لا	91	85.8%
المجموع	106	100%

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (19) الذي يمثل مدى ثقة طلبة قسم الإعلام والاتصال في تطبيق التيك توك نلاحظ أن نسبة 85.8% من الطلبة لا يثقون في تطبيق التيك توك، ويمكن تفسير هذا بأن التطبيق قد يكون بالنسبة لهم غير ومحتوياته قد تكون كاذبة ومجرد فيديوهات تمثيلية ليست لها فائدة ، تليها نسبة 14.2% من الطلبة الذين يثقون في تطبيق التيك توك، ويمكن تفسير هذا بأن طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل يستفيدون من محتويات التطبيق ويرون بأنها حقيقية وتبين لهم صورة الواقع المعاش.

الشكل رقم (19): يمثل إذا كان طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل يثقون في تطبيق التيك توك.



المحور الرابع: طبيعة المضامين التي يتابعها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل على تطبيق التيك توك.

الجدول رقم (20): يمثل طبيعة المضامين التي يتابعها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل على تطبيق التيك توك.

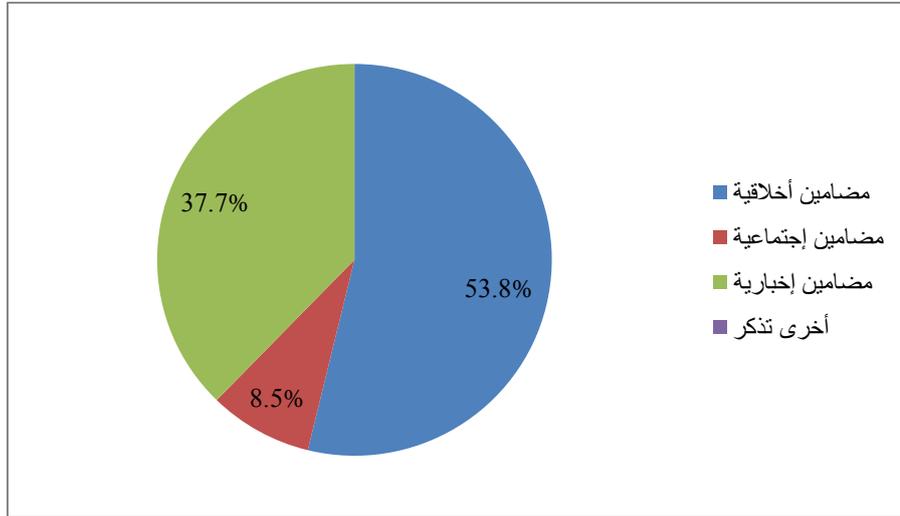
طبيعة المضامين	التكرار	النسبة %
مضامين أخلاقية	57	53.8%
مضامين إجتماعية	9	8.5%
مضامين إخبارية	40	37.7%
أخرى تذكر	-	-
المجموع	106	100%

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (20) الذي يمثل طبيعة المضامين التي يتابعها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل على تطبيق التيك توك نلاحظ أنها تمثلت في النسب التالية حيث حازت "مضامين أخلاقية" على النسبة الأكبر و التي قدرت ب 53.8 %، ثم تلتها "مضامين إخبارية" بنسبة 37.7 %، وأخيرا "مضامين إجتماعية" بنسبة 8.5%.

ويمكن تفسير هذا أن طلبة قسم الإعلام والاتصال يجدون تجاوبا مع ما ينشر من مضامين متعلقة بقيمنا الأخلاقية عبر تطبيق التيك توك، بالإضافة إلى المضامين الإخبارية وهذا راجع لحاجاتهم إلى التزود بالأخبار والمعلومات التي هم بحاجة لها في حياتهم اليومية.

الشكل رقم(20): يمثل طبيعة المضامين التي يتابعها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل على تطبيق التيك توك.



الجدول رقم(21): يمثل اذا كان طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل يتابعون صفحات معينة على تطبيق التيك توك.

النسبة %	التكرار	متابعة طلبة قسم الإعلام والاتصال لصفحات معينة عبر تطبيق التيك توك
59.4%	63	نعم
40.6%	43	لا
100%	106	المجموع

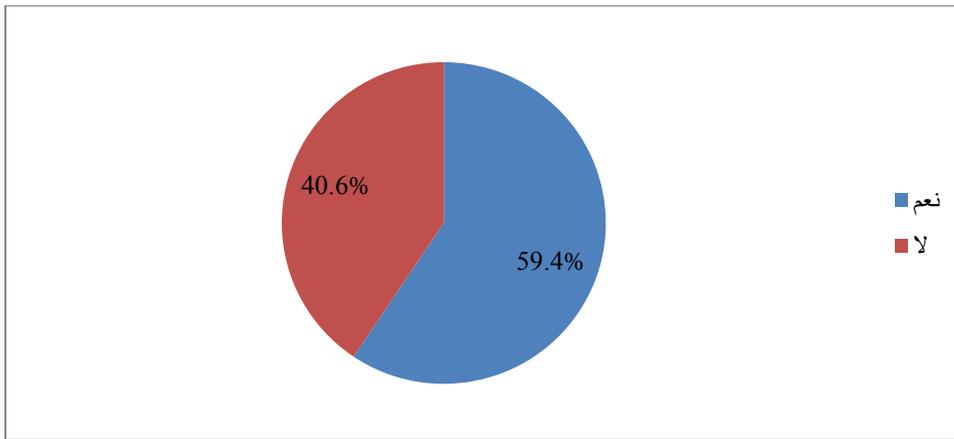
المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (21) الذي يمثل إذا كان طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل يتابعون صفحات معينة عبر تطبيق التيك توك نلاحظ أن عدد الطلبة الذين أجابو بنعم هو 63 طالبا ونسبة

مئوية قدرها 59.4%، أما الطلبة الذين كانت اجابتهم لا فقدر عددهم ب43 فردا و بنسبة مئوية قدرها 40.6%.

نستنتج مما سبق أن أغلب مستخدمي التيك توك يتابعون صفحات معينة عبر التطبيق وهذا راجع إلى كونهم يفضلون اختيار الصفحات وفق رغباتهم و اهتماماتهم و ليس التطبيق من يفرض عليهم صفحات معينة.

الشكل رقم(21): يمثل اذا كان طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل يتابعون صفحات معينة على تطبيق التيك توك.



الجدول رقم(22):يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل والسبب اذا كانت اجابتهم بنعم في أنهم يتابعون صفحات معينة عبر تطبيق التيك توك.

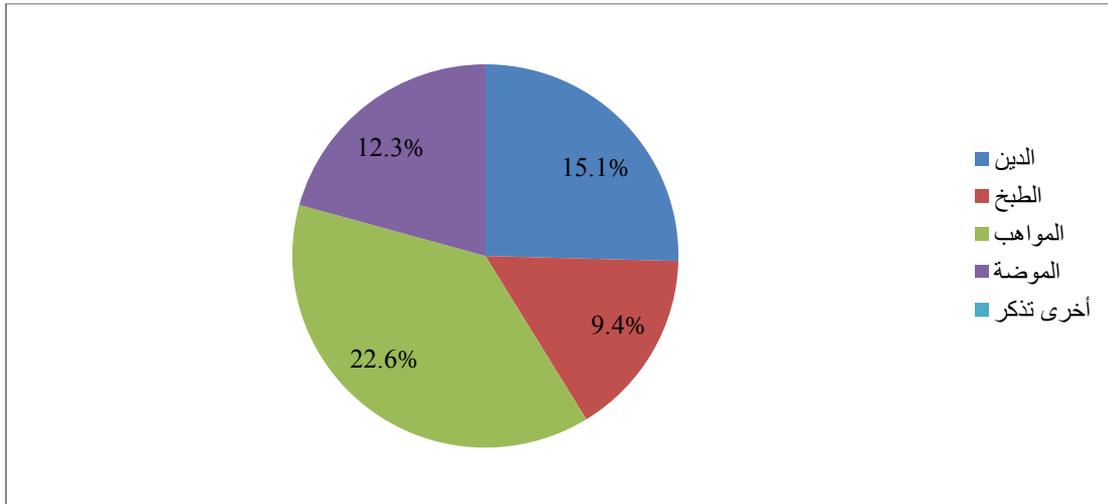
أسباب الإجابة بنعم	التكرار	النسبة %
الدين	16	15.1%
الطبخ	10	9.4%
المواهب	24	22.6%
الموضة	13	12.3%
أخرى تذكر	-	-
المجموع	63	59.4%

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (22) الذي يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل والسبب اذا كانت اجابتهم بنعم في أنهم يتابعون صفحات معينة عبر تطبيق التيك توك. نلاحظ أن اجابات الطلبة انقسمت إلى 4 مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الطلبة الذين تمحورت اجابتهم حول "الدين" و قد بلغ عددهم 16 طالبا بنسبة مئوية قدرت ب 15.1%، أما المجموعة الثانية فتمثل الطلبة الذين كانت اجابتهم "الطبخ" و بلغ عددهم 10 طالبا بنسبة مئوية قدرها 9.4% وهي أدنى نسبة، ثم المجموعة الثالثة التي تمثل الطلبة الذين كانت اجابتهم "المواهب" و قد بلغ عددهم 24 طالبا بنسبة مئوية قدرها 22.6% وهي أعلى نسبة، في حين أن المجموعة الرابعة والأخيرة فتمثل الطلبة الذين كانت اجابتهم "الموضة" و قد بلغ عدد 13 طالبا بنسبة مئوية قدرها 12.3%.

نستنتج مما سبق أن الإجابات كانت متقاربة وأن اهتمامات طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل مختلفة ومتنوعة بحيث لا يتابعون نفس المضامين وهذا راجع إلى اختلاف ميولاتهم و رغباتهم و اختلاف تفكيرهم.

الشكل رقم(22):يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل والسبب اذا كانت اجابتهم بنعم في أنهم يتابعون صفحات معينة عبر تطبيق التيك توك.



الجدول رقم (23): يمثل المؤثرين الذين يتابعهم طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل على تطبيق التيك توك.

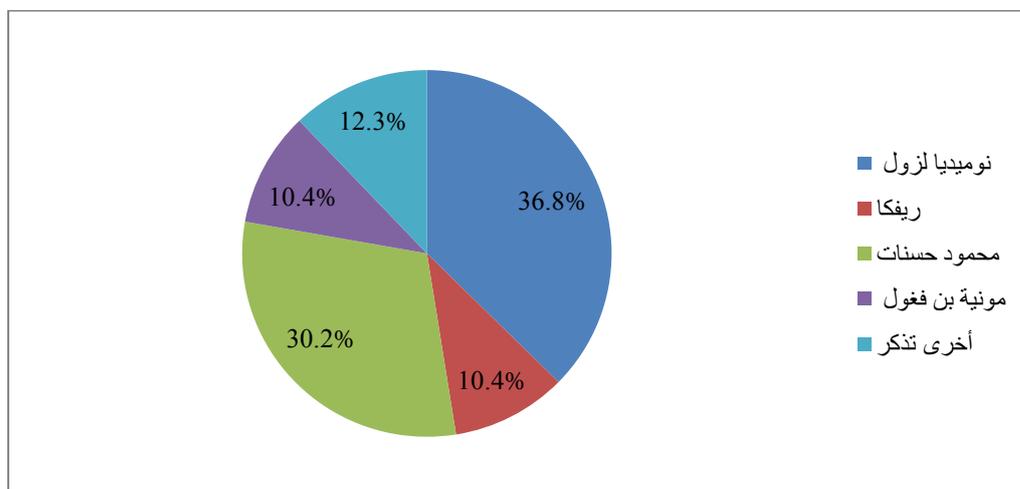
المؤثرين	التكرار	النسبة%
نوميديا لزول	39	36.8%
ريفكا	11	10.4%
محمود حسنات	32	30.2%
مونية بن فغول	11	10.4%
أخرى تذكر	13	12.3%
المجموع	106	100%

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (23) يمثل المؤثرين الذين يتابعهم طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل على تطبيق التيك توك نلاحظ أن مجموع الطلبة الذين يتابعون "نوميديا لزول" هو 39 طالبا بنسبة مئوية بلغت 36.8% وهي أعلى نسبة، أما الذين يتابعون ريفكا و مونية هم 11 طالبا بنسب مئوية قدرها 10.4%، في حين أن الطلبة الذين يتابعون محمود حسنات بلغ عددهم 32 طالبا بنسبة مئوية قدرها 30.2%، بالإضافة إلى إجابات أخرى و قد بلغ عدد الطلبة الذين اجابو عليها 13 طالبا بنسبة مئوية قدرها 12.3%.

نستنتج من خلال الجدول أن نوميديا لزول حصلت على أعلى نسبة ويرجع سبب ذلك إلى أن محتواها المتنوع في وقت مضي كان يجذب الجماهير من أغاني، تقديم برامج ومشاركاتها لمقاطع مضحكة على مستوى تطبيق التيك توك، بالإضافة إلى مشاركتها في الحملات التضامنية التي حبيت الناس فيها وجعلتهم يتأثرون بها، كما حدد 13 طالب آخر مجموعة من المؤثرين نذكر منهم ياسمين بالقاسم، محمد تالك .

الشكل رقم(23): يمثل المؤثرين الذين يتابعهم طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل على تطبيق التيك توك.



الجدول رقم(24): يمثل مدى تفاعل طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل مع محتوى المؤثرين الذي ينشر عبر تطبيق التيك توك.

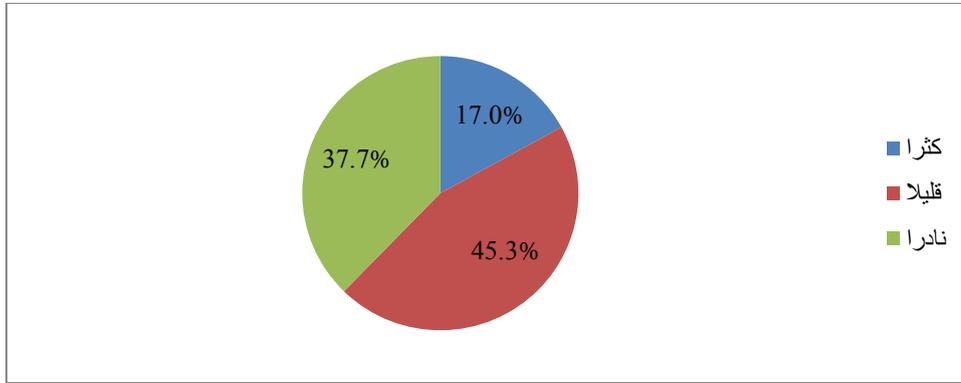
النسبة %	التكرار	مدى تفاعل طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل مع محتوى المؤثرين الذي ينشر عبر التطبيق
17.0%	18	كثيرا
45.3%	48	قليلًا
37.7%	40	نادرا
100%	106	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم(24) الذي يمثل مدى تفاعل طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل مع محتوى المؤثرين الذي ينشر عبر تطبيق التيك توك نلاحظ أن عدد الطلبة الذين يتفاعلون كثيرا هو 18 طالبا وبلغت نسبتهم 17.0%، أما الذين يتفاعلون بشكل قليل فبلغت نسبتهم 45.3% وبواقع تكرار 48 طالبا، في حين أن الفئة الأخيرة وهي الطلبة الذين نادرا ما يتفاعلون مع محتوى المؤثرين فقدروا بنسبة 37.7% وبواقع تكرار 40 طالبا.

نستنتج من خلال هذا أن أغلب طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة جيجل نادرا ما يتفاعلون مع محتوى المؤثرين الذي ينشر عبر تطبيق التيك توك بحيث يستخدمونه من أجل اشباع الفضول وأن التطبيق لا يمددهم بأي زيادة في حياتهم من خلال تتبعهم للمشاهير إلا في بعض الأحيان.

الشكل رقم(24): يمثل مدى تفاعل طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل مع محتوى المؤثرين الذي ينشر عبر تطبيق التيك توك.



الجدول رقم(25): يمثل اذا كان يتفاعل طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل مع المضامين الأخلاقية التي تنشر على تطبيق التيك توك.

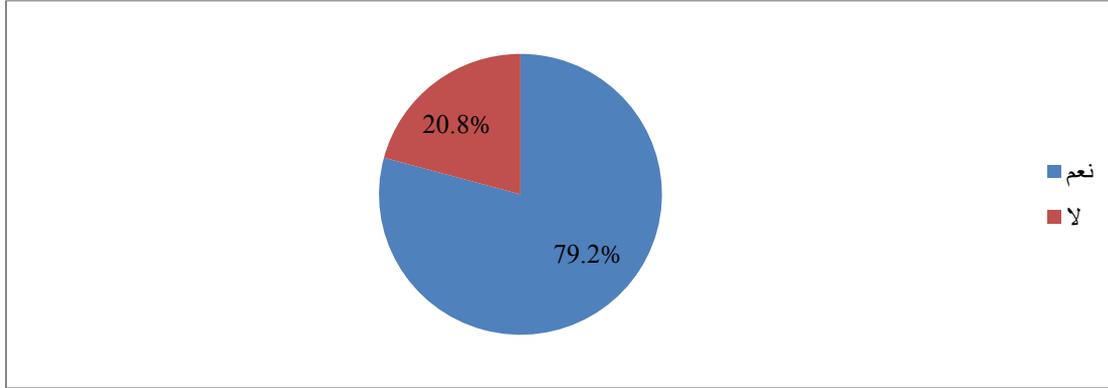
الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	84	79.2%
لا	22	20.8%
المجموع	106	100%

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم(25) الذي يمثل ما اذا كان يتفاعل طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل مع المضامين الأخلاقية التي تنشر على تطبيق التيك توك نلاحظ أن عدد الطلبة الذين كانت اجابتهم نعم هو 84 طالب بنسبة بلغت 79.2%، أما عدد الطلبة الذين كانت اجابتهم لا هم 22 طالب بنسبة مئوية قدرها 20.8%.

نستنتج مما سبق أن طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة جيجل يتفاعلون مع المضامين الأخلاقية التي تنشر عبر تطبيق التيك توك يمكن بدافع الثقة في المضامين الأخلاقية التي أصلها الدين الاسلامي.

الشكل رقم(25): يمثل اذا كان يتفاعل طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل مع المضامين الأخلاقية التي تنشر على تطبيق التيك توك.



الجدول رقم(26): يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والاتصال والغرض اذا كانت اجابتهم بنعم في أنهم يتفاعلون مع المضامين الأخلاقية التي تنشر على تطبيق التيك توك.

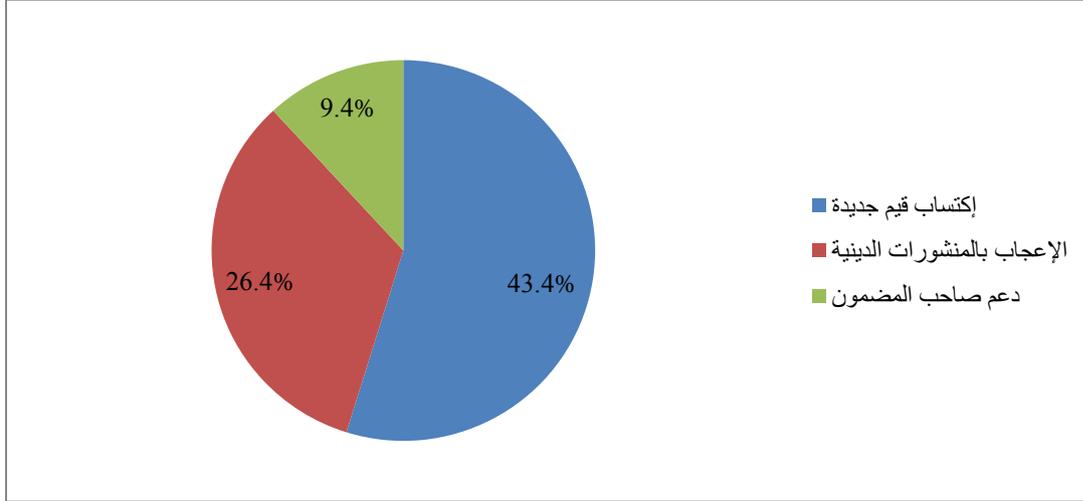
أسباب الاجابة بنعم	التكرار	النسبة %
اكتساب قيم جديدة	46	43.4%
الإعجاب بالمنشورات الدينية	28	26.4%
دعم صاحب المضمون	10	9.4%
المجموع	84	79.2%

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم(26) الذي يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والاتصال والغرض اذا كانت اجابتهم بنعم في أنهم يتفاعلون مع المضامين الأخلاقية التي تنشر عبر تطبيق التيك توك نلاحظ أن اجابات الطلبة انقسمت إلى 3 مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الطلبة الذين تمحورت اجابتهم حول "اكتساب قيم جديدة" و قد بلغ عددهم 46 طالبا بنسبة مئوية قدرت ب 43.4%، أما المجموعة الثانية فتمثل الطلبة الذين كانت اجابتهم "الإعجاب بالمنشورات الدينية" و بلغ عددهم 28 طالبا بنسبة مئوية قدرها 26.4%، ثم المجموعة الثالثة التي تمثل الطلبة التي كانت اجابتهم "دعم صاحب المضمون" و قد بلغ عددهم 10 طلاب بنسبة مئوية قدرها 9.4%.

وهذا راجع إلى الاهتمام الكبير الذي يولونه طلبة قسم الاعلام والاتصال لمثل هكذا منشورات تتضمن قيم أخلاقية يتفاعلون معها بغرض اكتساب قيمة معينة يبحثون عنها كالتعاون على فعل الخير والإندماج في جمعيات خيرية مثلاً.

الشكل رقم: (26) يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والاتصال والغرض اذا كانت اجابتهم بنعم في أنهم يتفاعلون مع المضامين الأخلاقية التي تنشر على تطبيق التيك توك.



المحور الخامس: التأثيرات التي يحدثها تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جبجل .

الجدول رقم (27) يمثل القيم الأخلاقية التي يكتسبها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جبجل عبر تطبيق التيك توك.

يمكن توضيح نتائج السؤال 27 في الجدول التالي:

الرقم	هل يساهم تطبيق التيك توك في اكساب الطلبة هذه القيم	المتوسط الحسابي
1	الصدق	2,75
2	الأمانة	2,84
3	التعاون	3,63
4	الرحمة	3,33
5	الاخلاص	3,07

2,68	النفاق	6
2,57	الحسد	7
2,48	الكذب	8
2,63	الغدر	9
2,58	الخصومة	10
3,36	الشجاعة	11

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من الجدول السابق يتضح مايلي:

- العبارة رقم 1 بمتوسط حسابي 2.75 يدل على أن تطبيق التيك توك يساهم في اكساب الطلبة قيمة الصدق.
- العبارة رقم 2 بمتوسط حسابي 2.84 يدل على أن تطبيق التيك توك يساهم في اكساب الطلبة قيمة الامانة.
- العبارة رقم 3 بمتوسط حسابي 3.63 يدل على أن تطبيق التيك توك يساهم في اكساب الطلبة قيمة التعاون.
- العبارة رقم 4 بمتوسط حسابي 3.33 يدل على أن تطبيق التيك توك يساهم في اكساب الطلبة قيمة الرحمة.
- العبارة رقم 5 بمتوسط حسابي 3.07 يدل على أن تطبيق التيك توك يساهم في اكساب الطلبة قيمة الاخلاص.
- العبارة رقم 6 بمتوسط حسابي 2.68 يدل على أن تطبيق التيك توك يساهم في اكساب الطلبة قيمة النفاق.
- العبارة رقم 7 بمتوسط حسابي 2.57 يدل على أن تطبيق التيك توك يساهم في اكساب الطلبة قيمة الحسد.
- العبارة رقم 8 بمتوسط حسابي 2.48 يدل على أن تطبيق التيك توك يساهم في اكساب الطلبة قيمة الحسد.

- العبارة رقم 9 بمتوسط حسابي 2.63 يدل على أن تطبيق التيك توك يساهم في اكساب الطلبة قيمة الغدر.
- العبارة رقم 10 بمتوسط حسابي 2.58 يدل على أن تطبيق التيك توك يساهم في اكساب الطلبة قيمة الخصومة.
- العبارة رقم 11 بمتوسط حسابي 3.36 يدل على أن تطبيق التيك توك يساهم في اكساب الطلبة قيمة الشجاعة.

من خلال التحليل السابق يتضح أن تطبيق التيك توك يساهم في اكساب الطلبة هذه القيم الايجابية مثل التعاون والاخلاص والشجاعة، وتقل مساهمته في زرع القيم السلبية كالحسد والغدر والنفاق.

الجدول رقم(28): يمثل اذا كان تطبيق التيك توك يؤثر بشكل سلبي على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل.

الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	25	23.6 %
لا	81	76.4 %
المجموع	106	100 %

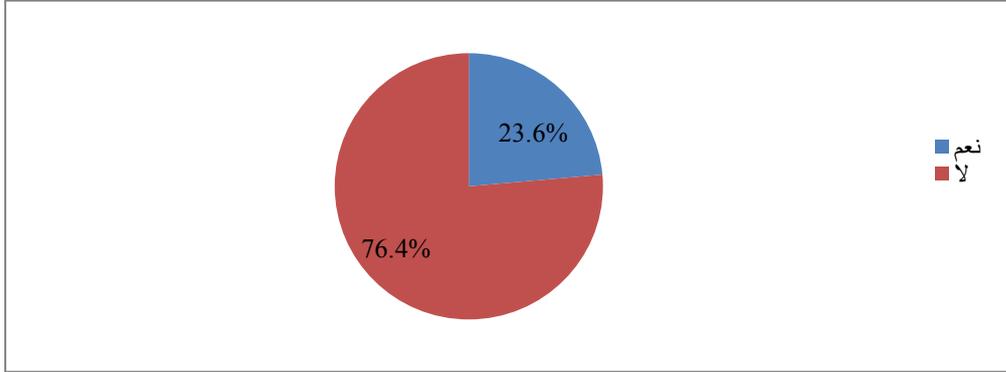
المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم(28) الذي يمثل ما اذا كان تطبيق التيك توك يؤثر بشكل سلبي على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل نلاحظ أن نسبة الطلبة الذين لا يثر تطبيق التيك توك على قيمهم الأخلاقية بشكل سلبي كبيرة قدرت ب76.4%، فيما قدرت نسبة الذين أجابو بنعم تأثر على قيمهم الأخلاقية بشكل سلبي كانت ب23.6%.

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن تطبيق التيك توك لا يؤثر بشكل سلبي على القيم الأخلاقية للطلبة، باعتبارهم الفئة المثقفة والواعية في المجتمع الذين ينتقون ما يجب التعرض له حسب رغباتهم ويحاولون التمسك بأخلاقهم ومحافظتهم عليها، وكذا عدم اهتمامهم بالمضامين غير الأخلاقية أو البحث في

محتوياتها وإدراكهم للضرر والإنحطاط الأخلاقي الذي قد يصيبهم من وراء متابعتهم لها، رغم الإجراءات المتنوعة التي قد تحاول هذه التطبيقات فرضها على هذه الفئة بالذات.

الشكل رقم(27): يمثل اذا كان تطبيق التيك توك يؤثر بشكل سلبي على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل.



الجدول رقم(29): يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والاتصال والسبب إذا كانت اجابتهم بلا في أن تطبيق التيك توك لا يؤثر بشكل سلبي على قيمهم الأخلاقية.

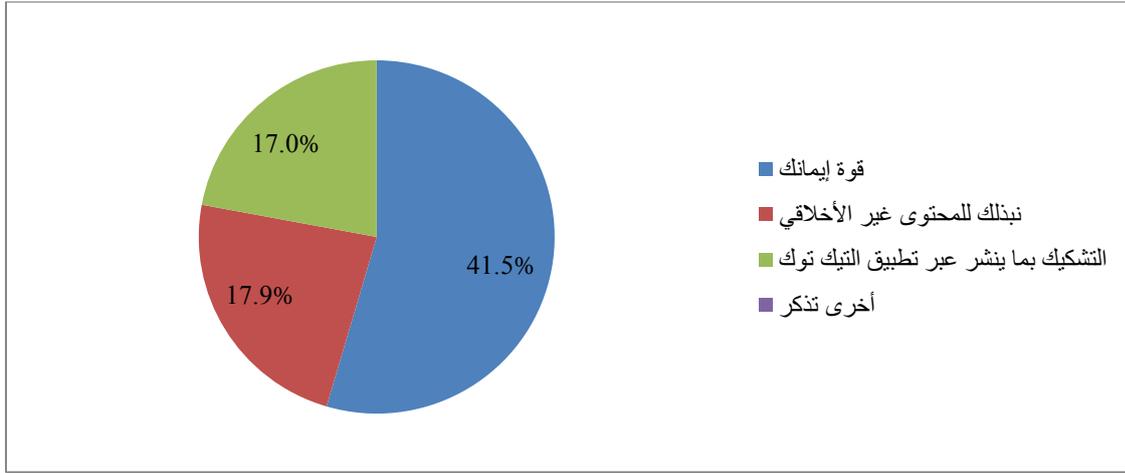
أسباب الاجابة ب لا	التكرار	النسبة %
قوة إيمانك	44	41.5%
نبتك للمحتوى غير الأخلاقي	19	17.9%
التشكيك بما ينشر عبر تطبيق التيك توك	18	17.0%
أخرى تذكر	-	-
المجموع	81	76.4%

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (29) الذي يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والاتصال والسبب إذا كانت اجابتهم بلا في أن تطبيق التيك توك لا يؤثر بشكل سلبي على قيمهم الأخلاقية نلاحظ أن أكبر نسبة

كانت لقوة الإيمان بـ 41.5%، ثم تليها نبذك للمستوى غير الأخلاقي بنسبة 17.9% ثم وأخيرا التشكيك بما ينشر عبر تطبيق التيك توك بنسبة 17.0% .

ويمكن تفسير هذا أنه رغم التأثيرات السلبية التي يحملها تطبيق التيك توك، إلا أن معظم الطلبة لديهم ايمان قوي بالله عز وجل من خلال الالتزام بأوامره واجتناب نواهيه، يتمسكون بأخلاقهم ويحافظون عليها. الشكل رقم(28): يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والاتصال والسبب إذا كانت اجابتهم بلا في أن تطبيق التيك توك لا يؤثر بشكل سلبي على قيمهم الأخلاقية .



الجدول رقم(30): يمثل اذا كان تطبيق التيك توك يؤثر بشكل ايجابي على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل.

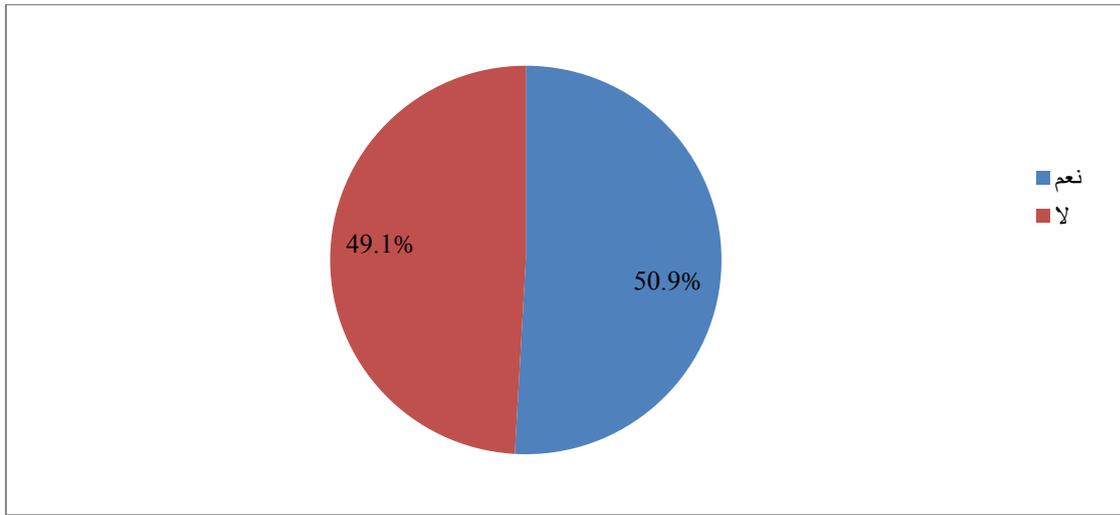
الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	54	50.9%
لا	52	49.1%
المجموع	106	100%

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (30) الذي يمثل اذا كان تطبيق التيك توك يؤثر بشكل ايجابي على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل نلاحظ أن نسبة 50.9 % ، أجابو بنعم ، في حين أن نسبة الذين أجابو ب لا بلغت 49.1%.

وهذا راجع إلى لتفطن الطلبة والوعي الكبير الذين يتميزون به أثناء تعرضهم لمضامين تطبيق التيك التوك، وكذا انجذابهم للمحتوى الأخلاقي من خلال متابعة الصفحات التي تقوم بالنصح والإرشاد من أجل محاولة اكساب المتلقين بعض القيم الحسنة.

الشكل رقم(29): يمثل اذا كان تطبيق التيك توك يؤثر بشكل ايجابي على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل.



الجدول رقم(31): يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والاتصال والسبب إذا كانت إجابتهم بنعم في أن تطبيق التيك توك يؤثر بشكل ايجابي على قيمهم الأخلاقية.

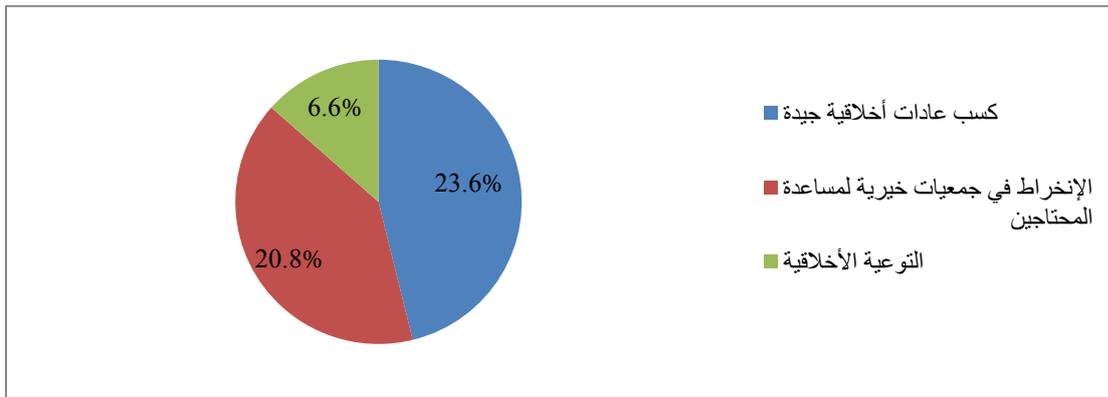
أسباب الإجابة بنعم	التكرار	النسبة %
كسب عادات أخلاقية جيدة	25	23.6%
الإنخراط في جمعيات خيرية لمساعدة المحتاجين	22	20.8%
التوعية الأخلاقية	7	6.6%
المجموع	54	50.9%

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم(31) الذي يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والاتصال والسبب إذا كانت اجابتهم بنعم في أن تطبيق التيك توك يؤثر بشكل ايجابي على قيمهم الأخلاقية نلاحظ أنه بلغت نسبة الذين أجابو بكسب عادات جيدة 23.6%، يليها الإنخراط في جمعيات خيرية لمساعدة المحتاجين ب 20.8%، ثم التوعية الأخلاقية بنسبة 6.6% .

ويمكن تفسير هذا أن تطبيق التيك توك يحتوي على مضامين أخلاقية، لها أن تدعم أخلاق الطلبة وتعززها وتحث على التمسك بها أكثر.

الشكل رقم(30): يمثل توزيع طلبة قسم الإعلام والاتصال والسبب إذا كانت اجابتهم بنعم في أن تطبيق التيك توك يؤثر بشكل ايجابي على قيمهم الأخلاقية.



الجدول رقم(32): يمثل مساهمة تطبيق التيك توك في تحفيز طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل على القيام بالأعمال الخيرية والتطوعية.

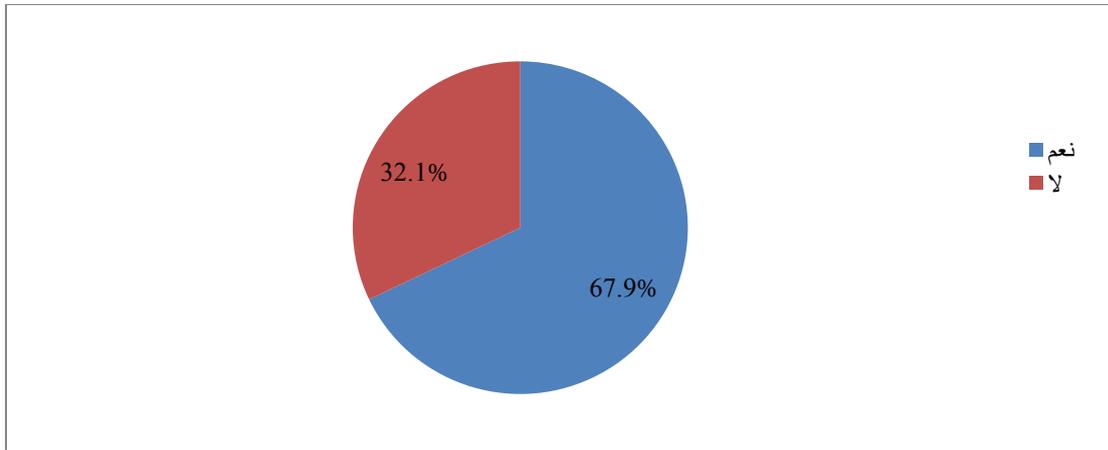
الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	72	67.9%
لا	34	32.1%
المجموع	106	100%

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (32) الذي يمثل مدى مساهمة تطبيق التيك توك في تحفيز طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل على القيام بالأعمال الخيرية والتطوعية نلاحظ أن 67.9% من الطلبة أجابوا بنعم، في حين قدرت نسبة الذين أجابوا ب لا 32.1%.

ويمكن تفسير هذا بأن تطبيق التيك توك يحمل في مضامينه رسائل تحفيزية تدفع بالطلبة للقيام بأعمال خيرية للنهوض بالمجتمع وكذا تدعيم قيم المجتمع الأخلاقية.

الشكل رقم(31): يمثل مساهمة تطبيق التيك توك في تحفيز طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل على القيام بالأعمال الخيرية والتطوعية.



الجدول رقم(33): يمثل مساهمة تطبيق التيك توك في زرع القيم الغربية المناهضة لديننا الإسلامي على طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل.

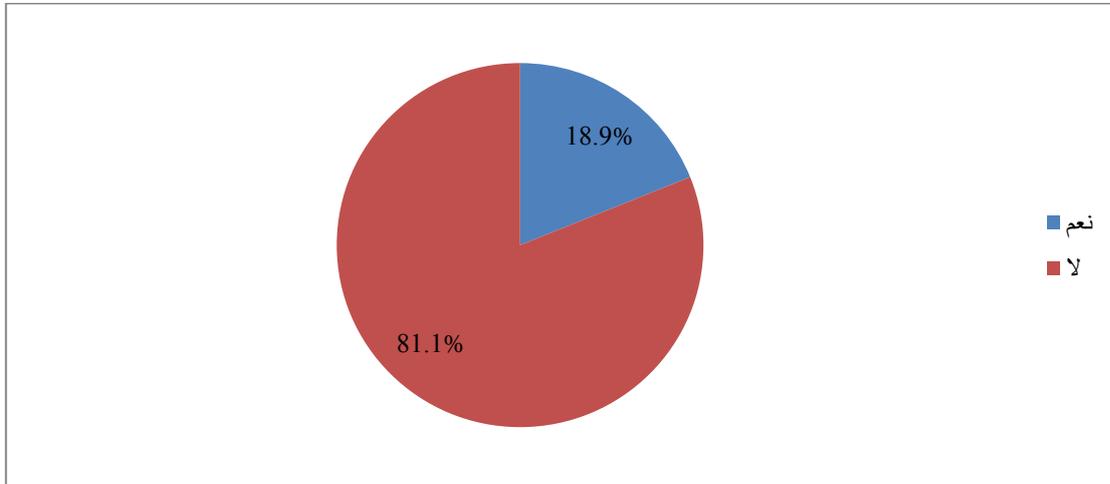
الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	20	18.9%
لا	86	81.1%
المجموع	106	100%

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم(33) الذي يمثل مساهمة تطبيق التيك توك في زرع القيم الغربية المنافية لديننا الإسلامي على طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، حيث أن 81.1% كانت إجابتهم ب لا يساهم تطبيق التيك في زرع قيم غربية منافية لديننا الإسلامي ، فيما كانت الإجابة ب نعم بنسبة 18.9%.

ويمكن تفسير هذا أن الطلبة لا يكتسبون قيم غربية من تطبيق التيك توك، فقيمهم الإسلامية قوية، أما بالنسبة للأقلية الذي أجابت بنعم فيمكن تفسير هذا بأن التطبيق أسهم في إكتساب الطلبة لقيم غربية منافية لديننا الإسلامي لإحتواء فيديوهات على مضامين منافية لديننا الإسلامي ويرجع لعدم قوة شخصيتهم

الشكل رقم(32): يمثل مساهمة تطبيق التيك توك في زرع القيم الغربية المنافية لديننا الإسلامي على طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل.



خلاصة الفصل

نستنتج من خلال التحليل الذي قمنا به والبيانات المعروضة في الجداول والأشكال البيانية أن تطبيق التيك توك لا يؤثر بشكل سلبي على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين من وجهة نظر طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، مع عدم استخدامهم للتطبيق بشكل يومي نظرا لحدائته.

النتائج العامة للدراسة

من خلال دراستنا لموضوع "تأثير تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين" توصلنا إلى مجموعة من النتائج و هي:

- كشفت الدراسة أن نسبة الاناث من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل فاقت نسبة الذكور.
- أكدت الدراسة أن الفئة العمرية الغالبة والأكثر تكرارا هي من 20 إلى 30 سنة.
- نجد أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل هم من مستوى ليسانس تخصص إعلام.
- كشفت الدراسة أن أكبر نسبة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل عزاب.
- كشفت الدراسة أن نسبة طلبة قسم الإعلام والاتصال الذين يقيمون في منطقة حضرية هي أعلى نسبة.
- نادرا ما يستخدم طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل تطبيق التيك التوك.
- يستخدم طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل تطبيق التيك توك منذ أقل من سنة وأن أغلبهم يسجلون بأسماء مستعارة.
- كشفت الدراسة أن أبرز الوسائل التي يستخدمها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل عند تصفح تطبيق التيك توك هي الهاتف النقال بالدرجة الأولى ثم يأتي اللوح الإلكتروني، كما تكمن مدة استخدامهم له في أقل من ساعة خاصة في فترة الليل.
- يفضل طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل استخدام تطبيق التيك توك في المنزل بمفردهم.
- يكمن الدافع الأساسي لاستخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل في الترفيه والتسلية ويتحقق ذلك من خلال مشاهدة الفيديوهات وتحميلها.
- كشفت الدراسة أن نسبة طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل الذين يلبي لهم تطبيق التيك توك مجموعة من الرغبات والاحتياجات هي أكبر نسبة.
- كشفت الدراسة أن "التواصل والتفاعل مع الآخرين" هي من أبرز الخدمات التي يقدمها تطبيق التيك توك لطلبة قسم الإعلام والاتصال، تليها "التسويق لمنتجات وأفكار جديدة" و "عرض المواهب" بنفس النسبة.
- أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال لا يتقنون في تطبيق التيك توك
- بينت الدراسة أن أكبر نسبة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل يتابعون مضامين أخلاقية كأول اختيار، تليها المضامين الإخبارية ثم الاجتماعية.

- يتابع طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل صفحات معينة عبر تطبيق التيك توك.
- معظم الصفحات التي يتابعها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل عبر تطبيق التيك توك هي صفحات تهتم بالمواهب، تليها الصفحات التي تهتم بالدين ثم الموضة.
- بينت الدراسة أن المؤثرة "توميديا لزول" حصلت على أكبر نسبة من بين المؤثرين الذين يتابعهم طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل عبر تطبيق التيك توك، لكنهم قليلا ما يتفاعلون مع محتوى هؤلاء المؤثرين.
- يتفاعل طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل مع المضامين الأخلاقية التي تنشر عبر تطبيق التيك توك، كما يكمن الغرض من تفاعلهم مع هذه المضامين في "اكتساب قيم جديدة".
- لا يؤثر تطبيق التيك توك بشكل سلبي على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، إنما يؤثر بشكل ايجابي ويرجع سبب ذلك إلى قوة إيمانهم.
- يساهم تطبيق التيك توك في إكساب طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل قيم التعاون، الإخلاص والشجاعة، ونقل مساهمته في زرع القيم السلبية كالحسد والغدر والنفاق.
- يساهم تطبيق التيك توك في تحفيز طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل على القيام بالأعمال الخيرية والتطوعية.

النتائج في ضوء الفرضيات

عرض نتائج الفرضية الأولى

- يستخدم طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل تطبيق التيك توك بشكل يومي.

من أجل التأكد من صحة هذه الفرضية من عدمها نحاول استعراض نتائج الإستمارة إذ أن أغلب الطلبة يستخدمونه نادرا و بلغت نسبتهم 50.9%.

نستنتج من خلال النتائج السابقة أن الفرضية الأولى لم تتحقق لأن أغلب أفراد العينة لا يستخدمون تطبيق التيك توك بشكل يومي ودائم.

عرض نتائج الفرضية الثانية

- يتعرض طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة جيجل لتطبيق التيك توك من أجل التسلية وامضاء الوقت .

من أجل التأكد من صحة هذه الفرضية من عدمها نحاول استعراض نتائج الإستمارة حيث بلغت أكبر نسبة 78.3% وبالتالي نستنتج من خلال النتائج المتوصل إليها أن الفرضية الثانية تحققت بحيث أن أغلبهم يستخدمونه من أجل التسلية وامضاء الوقت.

عرض نتائج الفرضية الثالثة

يتابع طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة جيجل المضامين المنشورة عبر تطبيق التيك توك ذات الطابع الأخلاقي.

من أجل التأكد من صحة هذه الفرضية من عدمها نحاول استعراض نتائج الإستمارة حيث بلغت أكبر نسبة 79.2%.

نستنتج من خلال النتائج المتوصل إليها أن الفرضية الثالثة قد تحققت حيث أن أغلب الطلبة أكدوا عبر اجاباتهم أنهم يتابعون المضامين ذات الطابع الأخلاقي.

عرض نتائج الفرضية الرابعة

يحدث تطبيق التيك توك تأثيرا سلبيا على مستوى القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل .

من أجل التأكد من صحة هذه الفرضية من عدمها نحاول إستعراض نتائج الإستمارة وبلغت نسبتهم 76.4% ، بينما الذين يتأثرون بالتطبيق بلغت نسبتهم 23.6% فقط، ونستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن الفرضية الرابعة لم تتحقق.

النتائج في ضوء الدراسات السابقة

نناقش في هذا العنصر النتائج المتوصل إليها في دراستنا "تأثير تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين"، ونتائج الدراسات السابقة التي تم إعتادها على مستوى الفصل المنهجي للدراسة، فهناك من يتوافق مع دراستنا وهناك من لا يتوافق مع دراستنا، حيث كشفت دراستنا أن الدافع الذي يجعل الطالب يستخدم تطبيق التيك توك هو التسلية والترفيه، وهذا ما أكدته دراسة "مها محمد فتحي" المعنونة ب"تأثير تعرض الشباب لفيدويوات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الإجماعية في المجتمع"، ومن أسباب تعرض الشباب لفيدويوات التيك توك هو التسلية والترفيه، كما أن دراسة الباحثة "تهلة حلمي محمد عبد الكريم" المعنونة ب"أثر كثافة التعرض لبرامج التيك توك على بعض الخصائص النفسية و السلوكية لدى الأطفال في المجتمع المصري" ودراسنا توافقت معها في المتغير المستقل التيك توك وأداة جمع البيانات.



خاتمة



من خلال دراستنا لهذا الموضوع توصلنا إلى أن تطبيق التيك توك قدم شكلا جديدا في أسلوب نقل و عرض المحتوى في الإعلام الجديد، ولقي رواج كبير في الجزائر خاصة الآونة الأخيرة وجذب كثير من المتابعين ونخص بالذكر فئة الشباب، فلقد أصبح وسيلة قوية في التأثير على سلوكياتهم وقيمهم الأخلاقية، حيث أن هذا التطبيق أصبح يمثل الحيز المكاني للتعرف والتثقيف والتسلية وكذلك حرية التعبير والإبداع الفكري، كما تمكن هذا التطبيق من التأثير على القيم الأخلاقية للطالب الجامعي وكان هذا التأثير إيجابيا على العموم لأن هذه الفئة من المجتمع تعيي جيدا كيفية الاستفادة من المحتويات المعروضة على تطبيق التيك توك .

وللدراسة جملة من التوصيات:

- يجب العمل على وضع ضوابط لاستخدام تطبيق التيك توك بما لا يتنافى مع القيم الأخلاقية التي حث عليها ديننا الإسلامي.
- الحث على التربية الحصينة منذ الصغر حتى يكون المستخدم خلفية مشبعة بالقيم الأخلاقية.
- الاستفادة من نتائج هذه الدراسة ومحاولة تطبيقها في تكوين قيم الطلبة الجامعيين.
- اقتراح عناوين تخص تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة وتطبيقاتها على الفرد والمجتمع.



قائمة المصادر والمراجع



المصادر

- 1- القرآن الكريم.
- 2- السنة النبوية الشريفة.

المراجع

1. الكتب

- 1- أحمد، أمين. (1941). كتاب الأخلاق. ط3. دار الكتب العربية. القاهرة.
- 2- أحمد، أمين. (2012). كتاب الأخلاق. (د.ط.). مؤسسة هنداوي للنشر و التوزيع. القاهرة.
- 3- بدوي، عبد الرحمان. (1977). مناهج البحث العلمي. ط3. وكالة المطبوعات. الكويت.
- 4- البرواري، نزار عبد المجيد. والسامري، عدنان هاشم. (2010). البحث العلمي مفاهيم أساليب تطبيقات. ط1. دار الوراق. الأردن.
- 5- بن مرسل، أحمد. (2007). مناهج البحث في علوم الإعلام و الإتصال. (د.ط.). ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر.
- 6- البياتي، فارس رشيد. (2018). الحاوي في مناهج البحث العلمي. ط1. دار السواقي العلمية. الأردن.
- 7- جبر سعيد، سعاد. 2008. القيم العالمية وأثرها في السلوك الإنساني. الطبعة الأولى . عالم الكتب الحديث. الأردن.
- 8- الجرجاوي، زياد بن لي بن محمود. (2010). القواعد المنهجية التربوية لبناء الإستبيان. (د.ط.). مطبعة أبناء الجراح. فلسطين.
- 9- الجلاّد، ماجد زكي. (د.س.). تعلم القيم وتعليمها تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم. (د.ط.). دار المسيرة. الأردن.
- 10- الجندي، أنور. (د.س.). التفسير الإسلامي للفكر البشري الإيديولوجيات والفلسفات المعاصرة في ضوء الإسلام. (د.ط.). دار الإعتصام. (د.ب.).
- 11- الحاج، كمال. (2020). نظريات الإعلام و الاتصال. (د.ط.). (د.د.ن.). القاهرة.

- 12- حامد، زهران. (2000). علم النفس الإجتماعي. ط6. عالم الكتب. القاهرة.
- 13- حسن، عبد الرحمان. (1999). الأخلاق الإسلامية وأسسها. ط5. دار القلم. دمشق.
- 14- الخراز، خالد بن جمعة بن عثمان. (2009). موسوعة الأخلاق. ط1. مكتبة أهل الأثر. الكويت.
- 15- الخضر، محمود. والخليل، عبد الحميد. (2020). مناهج البحث العلمي. (د.ط.). الجامعة الافتراضية السورية. سوريا.
- 16- الدجوي، أحمد سعيد. (د.س.). العذب الرقراق من فتح الخلاق في مكارم الأخلاق. (د.ط.). شبكة الألوكة. (د.ب).
- 17- زرواتي، رشيد. (2004). منهجية البحث العلمي في العلوم الإجتماعية (أسس علمية و تدريبات). (د.ط.). دار الكتاب الحديث.
- 18- سالم سالم، سماح. ومحمد صالح، نجلاء. (2015). طرق البحث في الخدمة الإجتماعية. ط1. دار المسيرة للنشر والتوزيع. عمان.
- 19- السيد عبد القادر، سلوى، وعباس إبراهيم، محمد. 2010. الأنثروبولوجيا و القيم. الطبعة 1. دار المعرفة الجامعية. مصر.
- 20- الشهداني، سعد سليمان. (2019). منهجية البحث العلمي. ط1. دار أسامة. عمان.
- 21- صالح بن عبد الله بن حميد. عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملح. (1998). موسوعة نظرة النعيم في مكارم أخلاق الرسول الكريم صلى الله عليه و سلم. ط1. دار الوسيلة للنشر و التوزيع. السعودية.
- 22- الطيب، عبد النبي عبد الله. (2014). فلسفة و نظريات الإعلام. ط1. الدار العالمية للنشر والتوزيع. الهرم.
- 23- عبد الحميد، محمد. (2004). نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير. (د.ط.). عالم الكتب. القاهرة.
- 24- عبد الغني، عثمان. و محمود، سليمان. (2020). القيم الأخلاقية في الغزوات الإسلامية و أثرها في الدعوة إلى الله تعالى. ط1. عالم الكتب. القاهرة.
- 25- عوض صابر، فاطمة. وعلي خفاجة، ميرفت. (2002). أسس و مبادئ البحث العلمي. ط1. مكتبة الإشعاع الفنية. مصر.

- 26- عياد، أحمد. 2006. مدخل لمنهجية البحث الإجتماعي. الطبعة الثانية. ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر.
- 27- الغزالي، أبي حامد محمد بن محمد. (2005). إحياء علوم الدين. ط1. دار ابن حزم. بيروت.
- 28- فاضلي، إدريس. (2017). الوجيز في المنهجية و البحث العلمي. ط3. ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر.
- 29- الفتلي، حين هاشم. (2014). أسس البحث العلمي في العلوم التربوية و النفسية مفاهيمه، عناصره، مناهجه. ط1. دار صفاء للنشر والتوزيع. عمان.
- 30- الفرايبي، أبي نصر. (1995). تحصيل السعادة. ط1. دار و كتبة الهلال للطباعة و النشر. بيروت.
- 31- قسبي، حنان. ومحمد، الهلالي. (2015). في المنهج. دار توبقال للنشر. (د.س).
- 32- محمد أبو جادو، صالح. 2013. سيكولوجية التنشئة الإجتماعية. الطبعة التاسعة. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة. عمان.
- 33- المحمودي، محمود سرحان علي. (2019). مناهج البحث العلمي. ط3. دار الكتب. اليمن.
- 34- المحيا، مساعد بن عبد الله. (1414). القيم في المسلسلات التلفازية. (د.ط). دار العاصمة للنشر والتوزيع. الرياض.
- 35- المشهداني، خالد أحمد فرحان. و العبيدي، رائد عبد الخالق عبد الله. (2015). (د.ط). دار الأيام للنشر و التوزيع. عمان.
- 36- مصلح، الصالح. 2004. الضبط الإجتماعي. الطبعة الأولى . الوراق للنشر و التوزيع. الأردن.
- 37- مكاوي، حسن عماد. والسيد، ليلي حسين. (1991). الإتصال و نظرياته المعاصرة. (د.ط). عربية للطباعة و النشر. القاهرة.
- 38- مكاوي، حسن عماد. والعبد، عاطف عدلى. (2007). نظريات الإعلام. (د.د.ن). القاهرة
- 39- مكاوي، عماد حسن، وحسين السيد ليلي. 1998. الإتصال ونظرياته المعاصرة. الطبعة الأولى .
الدار المصرية اللبنانية. القاهرة

40- المليجي، يعقوب.(1985). الأخلاق في الإسلام مع المقارنة بالديانات السماوية و الأخلاق الوضعية.(د.ط). مؤسسة الثقافة الجامعية. الإسكندرية.

41- همشري، عمر أحمد. 2003. التنشئة الإجتماعية للطفل. الطبعة الأولى. دار الصفاء للنشر والتوزيع. عمان.

42- عبد الباسط، عبد المعطي.(1998). اتجاهات نظرية في علم الإجتماع . عالم المعرفة. الكويت.

II. الرسائل الجامعية

43- جمال المصري، دينا. (2010). اثر استخدام لعب الأدوار في اكتساب القيم الإجتماعية المتضمنة في محتوى كتاب لغتنا الجميلة لطلبة الصف الرابع الأساسي في محافظة غزة. رسالة ماجستير. كلية التربية. الجامعة الإسلامية. فلسطين

44- الحسني، عوض بن حمد بن زاهر. (2007). تنمية القيم الأخلاقية في المرحلة الثانوية من خلال الأنشطة غير الصفية. رسالة ماجستير. كلية التربية الإسلامية والمقارنة. جامعة أم القرى. السعودية.

45- خدة، معمر

46- جلول.(2011). الدراسات الفلسفية الأخلاقية في الفكر المغاربي المعاصر. رسالة ماجستير. كلية العلوم الإجتماعية. جامعة وهران. الجزائر.

47- خروف، حميد. وآخرون. (2009). واقع القيم لدى المراهقين في المؤسسة. رسالة ماجستير. كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية. جامعة قسنطينة. الجزائر.

48- رحالي، صليحة. (2008). القيم الدينية والسلوك المنضبط (الكشافة الإسلامية الجزائرية -أمودجا) . رسالة ماجستير. كلية العلوم الإجتماعية والإسلامية. جامعة الحاج لخضر. الجزائر.

49- صلاح التوم، إبراهيم.(2021). القيم الأخلاقية في الشعر السوداني، رسالة دكتوراه. كلية التربية، جامعة كسلا. السودان.

50- صوكو، سهام. (2009). واقع القيم لدى المراهقين في المؤسسة، رسالة ماجستير، جامعة قسنطينة.

51- العتيبي، جابر مبارك. (2016). القيم الأخلاقية المتضمنة في كتب السراج المنير للمرحلة الابتدائية في دولة الكويت. رسالة ماجستير. كلية العلوم التربوية. جامعة آل البيت. الأردن.

52- نورمار، مريم نريمان.(2012). إستخدام مواقع الشبكات الإجتماعية و تأثيره في العلاقات الإجتماعية، رسالة ماجستير، جامعة باتنة.

III. موسوعات

53- البستاني عبد الله. معجم الوسيط للغة العربية. 1990. د.ط. مكتبة لبنان.

54- حجاب منير. 2003. الموسوعة الإعلامية. المجلد 2. دار الفجر.

55- حجاب، محمد منير. (2004). المعجم الإعلامي. ط1. دار الفجر للنشر. مصر.

56- عبد الكافي، اسماعيل عبد الفتاح. (2005). الموسوعة الإقتصادية والإجتماعية (عربي- انجليزي).

IV. المجلات

57- الخطيب، محمد ابراهيم.(2009). القيم الأخلاقية المحمودة والقيم الأخلاقية المذمومة في سورة يوسف عليه السلام. مجلة البحوث النفسية والتربوية. كلية العلوم التربوية. جامعة الإسراء الخاصة. عمان.

58- فتحي، مها محمد. 2021. "تأثير تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الإجتماعية في المجتمع". المجلة المصرية لبحوث الرأي العام: المجلد العشرين، العدد الثالث. الصفحات 443.

59- المحرصاوي، محمد. (2020). مجلة البحوث الإعلامية. مجلة علمية محكمة تصدرها كلية الإعلام بجامعة الأزهر. مصر. ج3.

60- محمد فتحي، يونس. 2020. "سمات المحتوى الإعلامي لتطبيق التيك توك". مجلة البحوث الإعلامية: العدد الرابع والخمسون. الصفحات 1644.

61- محمد محمد، عبده بكير. 2021. "إدراك الشباب المصري لتأثيرات الواقع الافتراضي بفيدوهات التيك توك على الذات و الآخرين في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث: مجلة البحوث الإعلامية. العدد التاسع والخمسون . الصفحات 170.

62- نهلة حلمي، محمد عبد الكريم. 2021. "أثر كثافة التعرض لبرامج التيك توك على بعض

الخصائص النفسية والسلوكية لدى الأطفال في المجتمع المصري". مجلة البحوث الإعلامية: العدد السابع والخمسون. الصفحات 388.

63- يوسف، حنان. ومصطفى، علي سيد عبد النبي.(2019).المجلة المصرية للدراسات المتخصصة. مجلة كلية التربية النوعية. جامعة عين شمس. م7. ع23.

ا. المواقع الإلكترونية

- 64- <http://www.annajah.net/> (ما هو برنامج التيك توك) 20-03-2022
- 65- <https://www.dw.com> (تيك توك الرد الصيني المنزل على تطبيق ميوزكلي) 21-03-2022
- 66- <https://www.mena-tech.com> (كل ما تريد معرفته عن تطبيق التيك لصناعة المحتوى) 28-03-2022. (المرئي
- 67- [www.arageek.com:http](http://www.arageek.com) (ما هو تيك توك) 03-04-2022.
- 68- [//ahlmasrnews.com :https](https://ahlmasrnews.com) (tiktok) خبراء يكشفون سلبيات تطبيق التيك توك (03-04-2022.
- 69- [wikiwic.com ://https](https://wikiwic.com) (هل تطبيق التيك توك آمن للأطفال؟ الإيجابيات والسلبيات-هتس) 03-04-2022 (نت
- 70- [//www.webprogpro.com:https](https://www.webprogpro.com) (أضرار برنامج التيك توك على الفرد و الأسرة و) 04-05-2022. (المجتمع



الملاحق



الملحق رقم 01

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

استمارة استبيان حول موضوع:

"تأثير تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين"
دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال
بجامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

في علوم الإعلام والاتصال تخصص السمعى البصري

أرجو منكم مساعدتنا و ذلك بالإجابة على أسئلة هذا الاستبيان بكل دقة و موضوعية و
نحيطكم علما أن هذه المعلومات التي تدلون بها لا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي و
لكم مني فائق التقدير و الاحترام.

إشراف الأستاذة:

إعداد الطالبات:

آسية العجروود

خولة سبتي

شهيناز بوالدين

فاطمة بوعزيز

السنة الجامعية: 2022/2021

البيانات العامة

1- الجنس:

أنثى ذكر

1- السن :

أقل من 20 سنة من 20 إلى 30 سنة أزيد من 30 سنة

2- المستوى الجامعي :

ليسانس

ماستر

4- التخصص :

إعلام السمعي البصري الصحافة المكتوبة

5- الحالة الاجتماعية: أعزب متزوج مطلق أرمل

6- مكان الإقامة: منطقة ريفية منطقة شبه ريفية منطقة حضرية

منطقة شبه حضرية

المحور الأول: عادات و أنماط استخدام طلبة قسم الإعلام و الاتصال جامعة جيجل
"تاسوست" لتطبيق التيك توك.

7- هل تستخدم تطبيق التيك توك؟

دائماً أحياناً نادراً

8- منذ متى و أنت تستخدم تطبيق التيك توك؟

أقل من سنة من سنة إلى 2 سنوات أزيد من 3 سنوات

9- عند استخدامك لتطبيق التيك توك ماذا تستخدم؟

الإسم الحقيقي إسم مستعار

10- ما هي الوسائل التي تستخدمها لتصفح تطبيق التيك توك؟

الهاتف النقال اللوح الإلكتروني الحاسوب

11- ما هي المدة الزمنية التي تقضيها في استخدام تطبيق التيك توك؟

أقل من ساعة من ساعة إلى 5 ساعات أزيد من 5 ساعات

12- ما هو الوقت المفضل لديك لتصفح تطبيق التيك توك؟

صباحا مساء ليلا كل الأوقات

13- ما هو المكان المفضل لك عند استخدام تطبيق التيك توك ؟

المنزل مقهى الأنترنت الجامعة أماكن عمومية

أخرى تذكر

14- مع من تفضل استخدام تطبيق التيك توك ؟

بمفردك مع الأصدقاء مع العائلة

بدون تحديد

المحور الثاني : دوافع استخدام طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة جيجل لتطبيق التيك توك .

15- ما الذي يدفعك لاستخدام تطبيق التيك توك؟

التعليم و التثقيف الترفيه و التسلية الشهرة

كسب ربح مادي الإهتمام بتنمية المواهب

أخرى تذكر.....

16- ما هي خدمات تطبيق التيك توك المفضلة لديك؟

مشاهدة الفيديوهات وتحميلها الدردشة التعليق

مشاركة الفيديوهات الخاصة بك

أخرى تذكر.....

17- هل ترى أن تطبيق التيك توك يلبي إحتياجاتك و رغباتك ؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة ب " نعم " فما هي الحاجات التي يلبيها تطبيق التيك توك ؟

التواصل و التفاعل مع الآخرين التسويق لمنتجات وأفكار جديدة

عرض المواهب معالجة مواضيع إجتماعية

أخرى تذكر.....

18- هل تثق في تطبيق التيك توك ؟

نعم لا

المحور الثالث : طبيعة مضامين تطبيق التيك التوك التي يتابعها طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل .

19- ما هي طبيعة المضامين التي تتابعها على تطبيق التيك التوك؟

مضامين أخلاقية مضامين اجتماعية
مضامين إخبارية أخرى تذكر

20- هل تتابع صفحات معينة على تطبيق التيك توك ؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة نعم، هذه الصفحات تهتم ب:

الدين الطبخ المواهب الموضة
أخرى تذكر:

21- هل تتابع ايا من هؤلاء المؤثرين على تطبيق التيك توك؟

نوميديا لزول ريفكا محمود حسنات مونية بن فغول
أخرى تذكر:

22- هل تتفاعل مع محتوى المؤثرين الذي ينشر عبر تطبيق التيك توك؟

كثيرا قليلا نادرا

23- هل تتفاعل مع المضامين الأخلاقية التي تنشر عبر تطبيق التيك توك؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم، الغرض من تفاعلك مع تلك المضامين:

اكتساب قيم جديدة الإعجاب بالمنشورات الدينية

دعم صاحب المضمون

أخرى تذكر

المحور الرابع : التأثيرات التي يحدثها تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام و الاتصال، جامعة جيجل .

24- هل يساهم تطبيق التيك توك في اكتساب الطلبة هذه القيم الآتية :

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتغير الأخلاق
					الصدق
					الأمانة
					التعاون
					الرحمة
					الإخلاص
					النفاق
					الحسد
					الكذب
					الغدر
					الخصومة
					الشجاعة

25- هل يؤثر تطبيق التيك توك على قيمك الأخلاقية بشكل سلبي ؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة ب لا، يعود سبب ذلك إلى:

قوة إيمانك نبذك للمحتوى الغير أخلاقي المنشور

التشكيك بما ينشر عبر تطبيق التيك توك أخرى تذكر:.....

26- هل يؤثر تطبيق التيك توك على قيمك الأخلاقية بشكل إيجابي ؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة ب نعم، يعود سبب ذلك إلى:

كشف عادات أخلاقية جيدة الإنخراط في جمعيات خيرية لمساعدة المحتاجين

التوعية الأخلاقية

أخرى تذكر:.....

27- هل ساهم تطبيق التيك توك في تحفيزك للقيام بالأعمال الخيرية و التطوعية؟

نعم لا

28- هل زرع تطبيق التيك توك في نفسك القيم الغربية المنافية لديننا الإسلامي ؟

نعم لا

وشكرا

الملحق رقم 02

1- دليل المقابلة

- ما رأيك في التطور التكنولوجي الحاصل في عالم التطبيقات الحديثة؟
- في رأيك هل الطلبة الجامعيين يستخدمون تطبيق التيك توك بشكل مكثف؟
- ما هي التأثيرات الحاصلة على الطلبة الجامعيين من خلال استخدامهم لهذا التطبيق؟
- كيف يمكن لتطبيق التيك توك التأثير على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين وخاصة طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل؟
- هل يلبي تطبيق التيك توك حاجات و رغبات الطلبة و خاصة طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة جيجل؟

الملحق رقم 03



صورة لتطبيق التيك توك

الملحق رقم 04

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نوابة العادة المكلفة بالدراسات
والمسائل المرتبطة بالظنبة
مصلحة الإحصائيات والإعلام والتوجيه
الرقم: 196/ع.ك.ع.ا.م.ا.ا.ت/2021

2021-12-06

تعداد الطلبة المسجلين بكلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية السنة الجامعية 2022/2021

قسم الإعلام والاتصال:

المجموع	إناث	ذكور	السنة	التخصص	القسم
301	241	60	الثانية	علوم الإعلام والاتصال	الليسانس
284	233	51	الثالثة	إعلام	
126	99	27	الأولى	الصحافة المطبوعة	الماستر
100	80	20	الثانية	والإلكترونية	
135	116	19	الأولى	السمعي البصري	
113	98	15	الثانية		
1059	867	192	المجموع		قسم الإعلام والاتصال

صورة لتعداد الطلبة المسجلين في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية للسنة الجامعية
2022/2021 قسم الإعلام والاتصال .

