

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير: أ.م.د / أحمد سالم - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د / محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د / فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د / محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ / جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الخامس والستون - الجزء الأول - رمضان ١٤٤٤هـ - أبريل ٢٠٢٣ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

محتويات العدد

- ٩ ■ فعالية الإعلام الرقمي في معالجة المشكلات البيئية - دراسة تحليلية على موقع اليوتيوب
أ.م.د/ علا عبد القوي عامر محمد
- ٤٩ ■ التماس المرأة المصرية للمعلومات الصحية عبر تطبيقات الهواتف الذكية وعلاقته بمستوى الوعي الصحي لديها- دراسة ميدانية
د/ منى إبراهيم عبد الحافظ عبد الرسول
- ١٣٣ ■ المعلومات والمفاهيم العلمية التي تقدمها قنوات الرسوم المتحركة التعليمية العربية والأجنبية على اليوتيوب وتفاعلية مستخدميها - دراسة تحليلية في إطار نظرية تمثيل المعلومات د/ نادية قطب إبراهيم
- ٢٥١ ■ فاعلية أسلوب السرد القصصي في إعلانات الفيديو لشركات التسويق العقاري (دراسة كيفية)
د/ إيمان سيد أحمد السيد
- ٣٢٣ ■ المعالجة الإعلامية لأخبار الشأن السياسي المصري بمواقع الصحف التركية الناطقة بالعربية
د/ مريم عادل وليم بسطا
- ٣٧٧ ■ الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة الرقمية في الجامعات السعودية الحكومية بالمدينة المنورة: (دراسة تطبيقية على جامعتي طيبة والإسلامية)
د/ حسن نهار محاسنه
- ٤٣٥ ■ أثر ممارسة المراهقين لأنشطة الإعلام التربوي الإلكتروني على مستوى التناظر المعرفي لديهم
د/ أميمة أحمد رمضان محمد

- مقاطع التيك توك وعلاقة مشاهدتها بالتأثيرات المختلفة على
الجمهور المصري
د/ مصطفى محمود زيدان
٤٩٩
-
- استخدام ممارسي العلاقات العامة في القطاع الحكومي لمواقع التواصل
الاجتماعي وعلاقته بدورهم المهني - الأحساء نموذجًا
ريهام ناجي أحمد الصبي
٥٦٧
-
- سيميولوجيا الأفلام الوثائقية وعلاقتها بمستوى فهم الصُّمِّ للمضمون
المقدّم
أمينة نبيل عبد الحميد حاييس
٦١٣
-

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
«وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ
إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

سورة التوبة - الآية (١٠٥)

بقلم: الأستاذ الدكتور

رضا عبد الواحد أمين

رئيس التحرير

الافتتاحية

مجلة البحوث الإعلامية .. ثلاثون عاما من الريادة والتميز

الحمد لله والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله .
وبعد

أعزاءنا القراء من الباحثين والمهتمين بعلوم الإعلام والاتصال بفروعه المختلفة، نعتز بأن نقدم لكم العدد الخامس والستين من مجلة البحوث الإعلامية الصادرة عن كلية الإعلام جامعة الأزهر ، والذي يصادف مرور ثلاثين عاما على إنشائها، حيث صدر العدد الأول منها عام ١٩٩٣م ، والتي نعتز فيها بإقامة جسور تواصل علمية مع نخبة من أكفأ الأساتذة الأفاضل في مجال التخصص لتحكيم وتنقيح البحوث العلمية والدراسات المجازة للنشر ، وصولا إلى الغاية المبتغاة ، وهي الارتقاء بالعملية البحثية ، وقيادة المجتمع العلمي للممارسات التي من شأنها الحفاظ على قوة ومكانة الدورية العلمية محليا وإقليميا وعالميا، مع التأكيد على أن عملية التحكيم تتم في جميع مراحلها عبر النظام الإلكتروني للمجلة، وأن البحث الواحد يحكم من قبل اثنين من الأساتذة في تخصص البحث بالنظام المعمى اتساقا مع المعايير العالمية في مراجعة البحوث والدراسات المعدة للنشر في الدوريات العلمية المرموقة.

وكم يسعدنا أن نتلقى ردود الفعل المثنية - من الباحثين - على الانضباط في كل عمليات التعامل مع البحث والباحث من المتابعة المستمرة ، وتجسير الهوة الزمنية بين تاريخ استقبال البحث وتاريخ نشره أو إجازته للنشر ، دون أن يؤثر ذلك على جودة كل المراحل التي يتم التعامل فيها مع البحث ، كما أن هناك نظام داخلي للتدقيق المستمر للتأكد من الشفافية والعدالة والموضوعية في كل بحث يتم الاتفاق على إجازته للنشر من قبل الأساتذة المحكمين.

وترجمة لهذه الثقة المطردة من قبل الباحثين والأساتذة فإننا يسرنا أن نعلن أن عدد قراءة الدراسات المنشورة في الموقع الإلكتروني للمجلة وهو : <https://jsb.journals.ekb.eg/> زاد عن ٨٥٠ ألف قراءة ، وأن عدد تحميل البحوث Download بلغت ٥٦٨ ألفا وفقا لإحصائيات الموقع الإلكتروني في نهاية ديسمبر ٢٠٢٢م، وذلك بخلاف الاطلاع على النسخ الورقية في مكتبة كلية الإعلام جامعة الأزهر أو المكتبة المركزية بالجامعة أو أي وسيلة أخرى.

وهذا الأمر يضاعف من المسؤوليات الملقاة على عاتق أسرة تحرير المجلة التي تعمل على المضي قدما في عمليات التحديث والتطوير ، في محاولة للإسهام الفاعل في البيئة العلمية والبحثية في تخصص مهم هو الإعلام والاتصال ، ونسأل الله أن يكون ذلك كله من باب العلم الذي ينتفع به ، و ندعوه سبحانه أن يجعل كل ما يتم من عمليات مستمرة في مجلة البحوث الإعلامية خدمة للباحثين والمهتمين في ميزان حسنات كل من له دور في ذلك ، وإنما التوفيق والعون من الله وحده ، فله - سبحانه - الحمد في الأولى والآخرة ، « وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ » (الآية رقم ٨٨ من سورة هود)

أ.د/ رضا عبد الواحد أمين

عميد كلية الإعلام جامعة الأزهر

ورئيس التحرير

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	نقاط المجلة يونيو 2022	ISSN-P	ISSN-O
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	7	2536- 9393	2735- 4008
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356- 914X	2682- 4663
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356- 9158	2682- 4620
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356- 9131	2682- 4671
5	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	1110- 5836	2682- 4647
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	7	2735- 3796	2735- 377X
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	7	1110- 5844	2682- 4655
8	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	7	2356- 9891	2682- 4639
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	7	1110- 9297	2682- 292X
10	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	7	2314- 8721	2314- 873X
11	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	7	2536- 9237	2735- 4326
12	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق	6.5	2357- 0407	2735- 4016

- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دوريا في شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد ساريا لسنه التالية للنشر في هذه المجلات.

مقاطع التيك توك وعلاقة مشاهدتها
بالتأثيرات المختلفة على الجمهور المصري

- **Tik Tok clips and the relationship
of watching them and the different effects
on the Egyptian public**

د/ مصطفى محمود زيدان ●

مدرس الإذاعة والتلفزيون بمعهد الإسكندرية العالي للإعلام

Email: dr.mostafa.zedan.ami@gmail.com

ملخص الدراسة

يهدف هذا البحث إلى إلقاء الضوء على أحد تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي «تيك توك»، وهو تطبيق اجتماعي متخصص لنشر الفيديوهات بين رواده، حيث ينشر مستخدموه فيديوهات ومقاطع قصيرة، أو يشاركون لحظات من حياتهم بكل سهولة، وقد أصبح من أهم التطبيقات التي تشجع على الإبداع وتفجير المواهب، كما استطاع أيضًا استقطاب اهتمام وشغف الشباب، وترجع على عرش منصات التواصل الاجتماعي في وقت قياسي منذ عام 2016؛ ليس هذا فحسب، بل أصبح هذا التطبيق في فترة وجيزة يحتل المراتب الأولى بين التطبيقات الأكثر تحميلًا. وقد حلل الباحث (797) من فيديوهات تيك توك في الفترة من 2021/11/15 حتى 2021/12/14، وتطبيق استبانة على (711) فردًا من الجمهور المصري بواسطة الاستبانة الإلكترونية في الفترة ما بين 2021/12/25 حتى 2022/1/5. وجاءت نتائج الدراسة كما يلي:

تفضل عينة الدراسة على تطبيق «تيك توك» مقاطع إنشاد إسلامي مصحوبة بصور، ومقاطع أغاني مصحوبة بصور، ومقاطع أدعية أو أقوال مأثورة مصحوبة بصور، ومقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بأصوات لشخصيات عامة، ومقاطع من أعمال درامية مصحوبة بصوت أشخاص؛ وهي في مجملها أشكال الفيديوهات التي وردت في تحليل تيك توك.

جاء تأثير الاعتماد على تطبيق تيك توك مصدرًا للمعلومات وبيان أهمية القيم المجتمعية، مثل: الأمانة والمساواة والتسامح بنسبة 66.9%، وجاء اكتساب المعلومات وإزالة الغموض عن كثير من القضايا الشائكة بنسبة 62.9%. كما جاءت نتائج التأثيرات السلوكية لاعتماد عينة الدراسة على تطبيق تيك توك مصدرًا للمعلومات كما يلي: الإسهام في التوجيه نحو السلوكيات الإيجابية، مثل المحافظة على النظافة ومساعدة المحتاجين بنسبة 71.2%، وأدى إلى ترك بعض السلوكيات السلبية مثل التدخين والمخدرات بنسبة 64.7%.

الكلمات المفتاحية: مقاطع تيك توك - علاقة - الجمهور المصري

Abstract

This research aims to shed light on one of the applications of social media sites "Tik Tok"; which was also able to attract the interest and passion of young people, and has been on the throne of social media platforms since 2016. In a short period, this application has become one of the most downloaded applications. The researcher analyzed (797) Tik Tok videos from 11/15/2021 to 12/14/2021, and applied a questionnaire to (711) members of the Egyptian public through the electronic questionnaire from 12/25/2021 to 5/1/2022.

The results of the study came as follows: the study sample prefers the Tik Tok application: clips of Islamic chants accompanied by pictures, clips of songs accompanied by pictures, clips of supplications or aphorisms accompanied by pictures, clips produced by people accompanied by voices of famous persons, excerpts from dramas accompanied by the voice of persons; They are all the forms of videos that were mentioned in the Tik Tok analysis. The effect of relying on the Tik Tok as a source of information and the importance of sociable values such as honesty, equality and tolerance came with a rate of (66.9%, and the acquisition of information and demystification of many issues came with a rate of (62.9%. The results of the behavioral effects of the study sample's reliance on the Tik Tok as a source of information were as follows: contributing to directing toward positive behaviors such as maintaining cleanliness and helping those in need by (71.2%), which led to leaving some negative behaviors such as smoking and drugs by (64.7%).

Key Words: Tik Tok clips- Relationship - Egyptian public

يشهد العالم المعاصر مجموعة من التغيرات المتسارعة في مجال الاتصال وتقنية المعلومات، حيث نعيش في مجتمع معلوماتي يعتمد على انتشار التكنولوجيا الحديثة، وتعد شبكة الإنترنت أحد مظاهر تكنولوجيا الاتصال التي أحدثت تحولاً مهماً في عالم الاتصال، وربطت أجزاء العالم وجعلته قرية كونية عالمية صغيرة⁽¹⁾. وقد انتشرت شبكة الإنترنت في أرجاء المعمورة، ودخلت كل بيت في المدن والقرى، وربطت أجزاء العالم المترامي الأطراف، ومهدت الطريق للمجتمعات كافة للتقارب والتعارف وتبادل الأفكار والآراء؛ بإتاحة هذه الشبكة لمستخدميها عديداً من الوسائط والتطبيقات⁽²⁾.

وتعد الشبكات الاجتماعية، أو ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي، أحد أهم ما أفرزته خدمات الجيل الثاني للإنترنت، الذي يعد نوعاً من أنواع الاتصال الذي نشأ وتبلور في بيئة الإنترنت، التي عرفت اهتماماً كبيراً من طرف المستخدمين، لأنها منحتهم فرصة للتواصل والتعبير والمشاركة، وقلّصت المسافات بين الأفراد⁽³⁾. ومن أبرز تلك المواقع موقع "تيك توك" الذي أنشأ في أغسطس 2014، حين قرر "أليكسزو" إطلاق تطبيق **Musically**، بعد فشل التطبيق الأول الذي طرحه هو وشريكه "لويس يانج" في الأسواق، وهو تطبيق اجتماعي متخصص لنشر الفيديوهات بين رواده، الذين ينشرون فيديوهات ومقاطع قصيرة أو يشاركون لحظات من حياتهم بكل سهولة، وقد أصبح من أهم التطبيقات التي تشجع على الإبداع وتفجير المواهب، كما استطاع أيضاً استقطاب اهتمام وشغف الشباب، وترجع على عرش منصات التواصل الاجتماعي في وقت قياسي منذ عام 2016، إذ أكدت إحصائيات شركة "سنسر تاوور" للبحوث أن التطبيق تم تحميله أكثر من 45.8 مليون مرة في الربع الأول من عام 2018، وتم تداوله في 150 دولة ومنطقة في العالم، واستخدمه في الصين فقط 150 مليون مستخدم، وتصدر قائمة الأكثر تحميلاً على المتاجر الإلكترونية،

ليس ذلك فحسب؛ بل احتل هذا التطبيق في فترة وجيزة المراتب الأولى بين التطبيقات الأكثر تحميلاً⁽⁴⁾.

وفي الدراسة الحالية يدرس الباحث مقاطع تيك توك وعلاقتها بمشاهدتها بالتأثيرات المختلفة في الجمهور المصري.

الدراسات السابقة:

أجرى الباحث مسحاً للبحوث العلمية التي تناولت تطبيق (TikTok)، للتعرف على جوانب الموضوع، والإلمام بالجوانب المعرفية الخاصة بموضوع الدراسة، والاستفادة لصالح الدراسة الحالية، ونظراً لأن تيك توك يعد من التطبيقات حديثة الاستخدام، لذلك لم يجد الباحث عدد من الدراسات في هذا المجال، وكانت الدراسات التي رصدها كما يلي:

المحور الأول: دراسات تناولت استخدامات تطبيق تيك توك

دراسة (Patricia Dias and Alexandre Duarte) (2022)⁽⁵⁾، بعنوان:

ممارسات TikTok بين المراهقين في البرتغال: منهج الاستخدامات والإشباع.

حددت الدراسة خريطة ممارسات المراهقين البرتغاليين (10 - 16) على TikTok، باستخدام منهج الاستخدامات والإشباع، وأجري استطلاع عبر الإنترنت على عينة غير احتمالية مكونة من 347 من مستخدمي TikTok. وأظهرت النتائج اختلافات ذات دلالة بين المراهقين الأصغر سناً (10-12) وكبار السن (13-16)؛ فالأصغر سناً أكثر حرصاً بشأن الخصوصية ويتمتعون بمزيد من التجارب كمنشئي محتوى، بينما يركز الأكبر سناً بشكل أكبر على بناء جمهور، كما تبين أن الترفيه والتعبير عن الذات هما الدافعان الأساسيان لاستخدام المنصة.

دراسة (Ahmad Khairul Nuzuli) (2022)⁽⁶⁾، بعنوان: دوافع استخدام Tik

Tok من وجهة نظر نظرية الإشباع والاستخدامات.

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد دوافع المجتمع من استخدام تطبيق Tik Tok، عن طريق أخذ عينة 100 من مستخدمي تطبيق Tik Tok في مدينة سيمارانج، وسط جاوة، وباستخدام نظرية الاستخدامات والإشباع توصلت الدراسة إلى أن الدافع المهيمن للمجتمع لاستخدام تطبيق Tik Tok هو التكامل والتفاعل الاجتماعي والترفيه.

دراسة ولهى كنزة (2020)⁽⁷⁾، بعنوان: استخدام الشباب لتطبيق التيك توك والإشباع المحققة منه - دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة المسيلة.

جاءت الدراسة للكشف عن استخدام الشباب لتطبيق تيك توك والإشباع المحققة منه، بناء على أنماط وعادات ودوافع وطرق استخدام الشباب له، وكذلك الإشباع المحققة للشباب، وبعد التطبيق على 80 شاباً خلصت الدراسة إلى أن تطبيق تيك توك عمل على إشباع الرغبات بواسطة مقاطع الفيديو القصيرة والتفاعل معها وإعادة نشرها والاحتفاظ بها، إضافة إلى متابعة المواهب الجديدة، كما منحهم التطبيق الراحة التي يبحثون عنها في مواقع التواصل الاجتماعي.

دراسة بن طيفور مصطفى، أيمن باجنيد (2019)⁽⁸⁾، بعنوان: رهن الهوية الثقافية في زمن العولمة: دراسة تحليلية للعلاقة بين الشباب والثقافة الإلكترونية في الفضاء السيبراني - تطبيق التيك توك نموذجاً.

سعت الدراسة إلى تشخيص واقع الهوية الثقافية في زمن العولمة في بداية الألفية الثالثة، وكانت أبرز نتائجها أن تيك توك يبده هوية المجتمع الجزائري المحافظ، التطبيق ويحطم الخصوصية، ويضع المراهقين في دائرة الخطر. دراسة محمد زكرياء خراب (2019)⁽⁹⁾، بعنوان: ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق "تيك توك": رؤية نقدية.

تقدم الدراسة رؤية نقدية لثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لـ "تيك توك"؛ وتركزت النتائج في انعكاسات نفسية: إدمان الإنترنت، والاغتراب الثقافى للشباب، وانعكاسات اجتماعية: العزلة، وضياع القيم الأسرية والتربوية، وانعكاسات ثقافية: التقليد الأعمى، وتزييف المعايير والقيم الثقافية المحلية، وتغييب الوعي النقدي.

المحور الثانى: دراسات تناولت تأثيرات تطبيق تيك توك

دراسة (Hongying Zhao, Christian Wagner)(2022)⁽¹⁰⁾، بعنوان: كيف يقود TikTok المستخدمين لتجربة التدفق؟ التحقيق في تأثيرات إمكانيات التكنولوجيا مع مستوى تجربة المستخدم وطول الفيديو كمشرفين.

تبنت الدراسة نظرية تحمل التكنولوجيا لتحديد الآليات الرئيسية التي تسهم في تجربة المستخدم في سياق النظام الأساسي للفيديو القصير، مع تضمين مستوى تجربة المستخدم وطول الفيديو كتأثيرات معتدلة، وجمعت 401 استبانة من

مستخدمي TikTok، ومن نتائجها: تسهم ثلاث مزايا تقنية (السهولة المتصورة، ودقة التوصية المتصورة، وصدفة التوصية المتصورة) في تجربة التدفق الأمثل لمستخدمي TikTok، كما أن الأفراد يتفاعلون بشكل مختلف مع المحفزات نفسها مع زيادة مستوى خبرتهم، كذلك يؤثر طول الفيديو بشكل حاسم في تأثير المزايا التقنية على الاستجابات المعرفية للمستخدمين.

دراسة (RONALD ERIC COYLE)(2022)⁽¹¹⁾، بعنوان: تأثير الوعي بالعلامة التجارية على نية الشراء بين المستهلكين الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي.

بحثت الدراسة كيفية تأثير الوعي بالعلامة التجارية بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في نية الشراء لدى المستهلكين، وجمعت البيانات من 335 مشاركاً (أكبر من 18 عاماً) بواسطة استبانة عبر الإنترنت؛ لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي (منها تيك توك)، وأظهرت النتائج الرئيسية أن الوعي بالعلامة التجارية يؤثر في نية الشراء بين المستهلكين عبر الإنترنت.

دراسة شيماء بخوش، أسماء رتيمي (2022)⁽¹²⁾، بعنوان: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إنتاج السلوك الانحراي لدى الشباب (تيك توك نموذجاً).

هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة تطبيق "تيك توك" في إنتاج السلوك الانحراي لدى الشباب، وطبقت استبانة إلكترونية على 67 مبحوثاً، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة دالة بين تيك توك وإنتاج السلوك الانحراي لدى الشباب، ووجود علاقة دالة بين غياب الرقابة الأسرية عن تيك توك وإنتاج السلوك الانحراي لدى الشباب، ووجود علاقة بين الرغبة في تحقيق الشهرة عبر تيك توك وإنتاج السلوك الانحراي لدى الشباب.

دراسة نهلة حلمي محمد (2021)⁽¹³⁾، بعنوان: أثر التعرض لبرنامج التيك توك على بعض الخصائص النفسية والسلوكية لدى الأطفال في المجتمع المصري.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى ارتباط الطفل بالتكنولوجيا الحديثة، والتعرف على معدل ساعات تواصل الطفل مع هذه التقنية، ومدى مراقبة أولياء الأمور لاستخدام الأطفال لتطبيق تيك توك، والتعرف على طبيعة السلوكيات التي يكتسبها الطفل نتيجة استخدامه تطبيق TIK TOK؛ وبالتطبيق علي 200 مفردة من أولياء أمور الأطفال توصلت الدراسة إلى أن الأطفال

يستخدمون تكنولوجيا الاتصال الحديثة بصفة دائمة بنسبة 66%؛ أغلبهم يقضون من 4 إلى 6 ساعات في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بنسبة 59%، وأغلبية الباحثين يوافقون أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة تؤدي إلى تبني الطفل قيما جديدة مغايرة للعادات والقيم الاجتماعية بنسبة 68%.

دراسة (Badriya Abdul Jaffar, Sadia Riaz, Arif Mushtaq) (2019)⁽¹⁴⁾، بعنوان: العيش في لحظة: تأثير Tik Tok على جيل الشباب أقل شهرة.

حللت الدراسة محتوى آراء الوالدين وتعليقاتهم في متجر تحميل هذا التطبيق، مع إجراء مقابلات جماعية مركزة مع عدد من صغار المشاهير، واقترحت الدراسة إطاراً مفاهيمياً كخريطة طريق لشهرة TikTok الصغيرة، يمكن لدراسات وباحثين آخرين استخدامها، وأثبتت الدراسة حقيقة نحو فهم مجالات البحث الإضافي في تصميم وتطوير التطبيق من منظور وظيفي، وكذلك من منظور المستخدمين. التعليق والاستفادة من الدراسات السابقة:

تتوعدت الدراسات التي تناولت تيك توك بوصفه ظاهرة حديثة؛ فحلل بعضها التطبيق بوصفه ظاهرة للاختراق الثقافي يكسب الشباب عديداً من السلبيات، وتناول بعضها الآخر الاستخدام والإشباع المتحقق منه، وفي العموم استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة كما يلي:

- 1- صياغة عنوان الدراسة: ساعدت الدراسات السابقة الباحث في اختيار عنوان الدراسة وصياغته (مقاطع التيك توك وعلاقة مشاهدتها بالتأثيرات المختلفة على الجمهور المصري).
- 2- صياغة تساؤلات الدراسة: بالاطلاع على الدراسات السابقة تمكن الباحث من صياغة تساؤلات الدراسة بشقيها التحليلي والميداني، وكذلك صياغة الفروض العلمية للدراسة.
- 3- تصميم أدوات الدراسة: فقد استعان الباحث بأدوات الدراسات السابقة لتصميم أداة تحليل المضمون والاستبانة الخاص بالدراسة الحالية.

مشكلة الدراسة:

أجرى الباحث دراسة استطلاعية على (40) طالباً وطالبة بجامعة الإسكندرية، بواسطة أربع مجموعات نقاش لمعرفة استخدامهم تطبيق تيك توك، ومضامين المقاطع التي يتابعونها، ووجود قنوات معينة يفضلون متابعتها، ولوحظ الآتي:

- يتابع الشباب مقاطع تيك توك يوميا .
- يتابع الشباب كل المضامين الموجودة على التطبيق: مقاطع كوميدية من إنتاج الأفراد، ومقاطع قراءة القرآن، ومقاطع ذات تركيب صوتي، وأجزاء من أعمال درامية.

وبعد الاطلاع على النتائج السابقة، وكذلك نتائج الدراسات السابقة، تبلورت مشكلة الدراسة الحالية في: دراسة مقاطع تيك توك، وأنواعها، ومدى التفاعل معها، وكذلك علاقتها ومشاهدتها بالتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية في الجمهور المصري.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما اللغة المستخدمة في مقاطع تيك توك TIK Tok؟
- 2- ما أنواع المضمون الوارد في مقاطع تيك توك TIK Tok؟
- 3- ما الأشكال التفاعلية في تيك توك TIK Tok؟
- 4- ما معدل استخدام عينة الدراسة لتطبيق تيك توك TIK Tok؟
- 5- ما المقاطع التي يفضلها المبحوثون في تطبيق تيك توك TIK Tok؟
- 6- ما دوافع مشاهدة عينة الدراسة لتطبيق تيك توك TIK Tok؟
- 7- ما الأشكال التفاعلية لعينة الدراسة مع مقاطع تيك توك TIK Tok؟
- 8- ما التأثيرات الناتجة عن مشاهدة عينة الدراسة لمقاطع تيك توك TIK Tok؟

فروض الدراسة:

- 1- يوجد فروق دالة إحصائية بين فيديوهات تيك توك على مقياس مستوى التفاعلية حسب متغير نوع الإنتاج.
- 2- توجد علاقة دالة إحصائية بين درجات عينة الدراسة على مقياس استخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات الناتجة عن ذلك.
- 3- توجد علاقة دالة إحصائية بين درجات عينة الدراسة على مقياس دوافع استخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات الناتجة عن ذلك.

4- توجد فروق دالة إحصائياً بين عينة الدراسة على مقياس التأثيرات الناتجة عن الاستخدام حسب المتغيرات "النوع - السن - المستوى التعليمي".

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى:

- 1- معرفة نوع المضمون الوارد والأشكال التفاعلية في مقاطع تيك توك TIK Tok.
- 2- معرفة معدل استخدام عينة الدراسة لتطبيق تيك توك TIK Tok، والمقاطع المفضلة لديهم.
- 3- رصد دوافع مشاهدة عينة الدراسة لتطبيق تيك توك TIK Tok، والتأثيرات الناتجة عنها.

أهمية الدراسة:

تنقسم أهمية الدراسة إلى:

أهمية نظرية: تتمثل في محاولة اكتشاف ما يتعلق بتطبيق تيك توك، وسد الفجوة المعرفية فيما يتعلق بذلك، ومساعدة الباحثين في بحوث الاستخدامات والتأثيرات.

أهمية تطبيقية: تتمثل في أنها قد تفيد صنّاع القرار في محاولة الاستفادة من تطبيق تيك توك، ومحاولة تجنب السلبيات، وتنفيذ المؤسسات التربوية في عمل برامج للتوعية بالاستخدام الأمثل لتيك توك وكيفية الاستفادة منه.

نوع الدراسة ومنهجها:

تدرج الدراسة تحت ما يسمى بالدراسات الوصفية، وقد اعتمد فيها الباحث على جمع المعلومات وتصنيفها وتحليلها عبرَ منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني.

مصطلحات الدراسة:

تيك توك:

يقصد به في الدراسة أحد التطبيقات المستخدمة على الهواتف الذكية، التي يستطيع الشباب بواسطتها التعبير عن مواهبهم وآرائهم واحتياجاتهم، وكذلك الحصول على كل ما يحتاجون إليه عبر التواصل والمشاركة والإشارة والنشر.

وقد استعانت الدراسة بنظريتي الاستخدامات والإشباع والاعتماد في النقاط الآتية:

1- تصنيف دوافع مشاهدة مقاطع تيك توك:

قسّم كل من "روبين" "Rubin" و"ونيدهل" "windahl" دوافع مشاهدة التلفزيون إلى نوعين، هما: دوافع نفعية "Instrumental"، ودوافع "طقوسية" "Ritualized". والمشاهدة النفعية: "Instrmental viewing" يقصد بها مشاهدة التلفزيون لأسباب معرفية، ويكون التعرض لمضمون محدد، ويرتبط ذلك بإدراك الواقع، ومستويات منخفضة من الألفة مع الوسيلة، ومستويات أعلى للمشاهدة، ودرجة من النشاط لأفراد الجمهور⁽¹⁵⁾. أما المشاهدة الطقوسية "Ritualized viewing" فيقصد بها مشاهدة التلفزيون كعادة، أو لاستهلاك الوقت أو التسلية أو الاسترخاء، وترتبط المشاهدة الطقوسية بمستويات أعلى للمشاهدة، وبدرجة مرتفعة من الألفة مع الوسيلة (التلفزيون)، ومستويات أقل من إدراك واقعية الأحداث⁽¹⁶⁾.

2- مجالات التأثير الناتجة عن الاستخدام⁽¹⁷⁾:

تحقق وسائل الإعلام ثلاثة تأثيرات، هي: التأثير المعرفي، والتأثير الوجداني، والتأثير السلوكي، وتشمل الآثار المعرفية خمسة جوانب، هي: إزالة الغموض الناتج عن قلّة المعلومات، وتكوين اتجاهات لاسيما في الأمور الخاصة بالمسائل والقضايا الجدلية والدعاية للرموز، وترتيب أولويات الجمهور، أيضاً تعمل على اتساع المعتقدات وتنظيمها وتقسيمها إلى فئات تنتمي إلى الأسرة أو الدين أو السياسة، كما توضح أهمية القيم المتفق عليها اجتماعياً، وقد تخلق قيماً تطبع عليها المجتمع. أما التأثيرات الوجدانية فتتعلق بالمشاعر والأحاسيس، مثل زيادة الخوف والتوتر والحساسية للعنف، وأيضاً التأثيرات المعنوية مثل الاغتراب عن المجتمع. في حين أن التأثيرات السلوكية هي نتاج التأثيرات المعرفية والوجدانية، وتظهر في النشاط؛ وتعني اتخاذ مواقف مؤيدة لقضية ما، مثل حقوق المرأة، وقد تظهر التأثيرات على شكل الخمول؛ ويعني ذلك تجنب القيام بعمل ما، مثل عدم المشاركة السياسية.

مجتمع الدراسة وعينتها:

حللت الدراسة (797) من فيديوهات تيك توك في الفترة من 2021/11/15 حتى 2021/12/14، وتطبيق استبانة على (711) فرداً من الجمهور المصري بواسطة استبانة إلكترونية في الفترة ما بين 2021/12/25 حتى 2022/1/5، وكان توصيف عينة الدراسة كما يلي:

1- توصف عينة الدراسة التحليلية:

جدول (1) توصيف عينة الدراسة حسب نوع الإنتاج والمضمون

توصيف عينة الدراسة حسب نوع الإنتاج والمضمون														مقاطع بلك توك المضمون
الإجمالي		مقاطع من إنتاج مؤسسات						مقاطع من إنتاج أشخاص						
		إعلانات		مقاطع من أعمال موجودة مصحوبة بصوت أشخاص		مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت أعمال موجودة		مقاطع من أعمال موجودة		مقطع من إنتاج مشاهير		مقطع من إنتاج أشخاص عاديين		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
38.6	308	-	-	-	-	54.8	92	43.2	144	20	4	20.4	68	فنى وترفيهى
4.5	36	81.8	36	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	اقتصادي
11	88	-	-	50	4	11.9	20	6	20	20	4	17.9	40	إنسانى
10.5	84	-	-	-	-	9.5	16	8.4	38	40	8	14.3	32	دينى
6.5	52	-	-	-	-	4.8	8	10.8	36	-	-	3.6	8	عسكري
6	48	-	-	-	-	7.1	12	2.4	8	-	-	12.5	28	اجتماعى
3	24	-	-	-	-	-	-	6	20	20	4	-	-	أمنى
3	24	-	-	-	-	2.4	4	4.8	16	-	-	1.8	4	ثقافى
2.1	17	-	-	-	-	-	-	5.1	17	-	-	-	-	قضايا فساد
2	16	-	-	-	-	-	-	2.4	8	-	-	3.6	8	صحي وطبى
2	16	-	-	50	4	-	-	1.2	4	-	-	3.6	8	سياسى
2	16	9.1	4	-	-	4.8	8	-	-	-	-	1.8	4	رياضى
2	16	-	-	-	-	-	-	3.6	12	-	-	-	-	إعلامى
2	16	-	-	-	-	-	-	4.8	16	-	-	-	-	حقوقى
2	16	-	-	-	-	4.8	8	-	-	-	-	3.6	8	أدبى
1	8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.6	8	بيئى
0.5	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.8	4	علمى
0.5	4	-	-	-	-	-	-	1.2	4	-	-	1.8	4	تعليمى
100	797	100	44	100	8	100	166	100	333	100	20	100	224	الإجمالي

توصيف عينة الدراسة - كما يشير الجدول السابق- هي: نسبة 38.6% للمضمون الفني والترفيهي، و4.5% للمضمون الاقتصادي، و11% للمضمون الإنساني، و10.5% للمضمون الديني، و6.5% للمضمون العسكري، و6% للمضمون الاجتماعي، و3% لكل من المضمون الأمني والمضمون الثقافي، و2.5% لقضايا الفساد، وتساوت المضامين: السياسية، والرياضية، والإعلامية، والحقوقية، والأدبية بنسبة 2% لكل منها على حدة، ونسبة 1% للمضمون البيئي، ونسبة 0.5% كل من المضمون العلمي والمضمون التعليمي.

2- توصيف عينة الدراسة الميدانية:

أ- توصيف عينة الدراسة حسب النوع والسن:

جدول (2) توصيف عينة الدراسة حسب النوع والسن

توصيف عينة الدراسة حسب النوع والسن						
الإجمالي		إناث		ذكور		النوع السن
%	ك	%	ك	%	ك	
39.1	278	53.4	190	24.8	88	من 15 إلى أقل من 20 سنة
40.8	290	42.1	150	39.4	140	من 20 إلى أقل من 30 سنة
7.2	51	3.4	12	11	39	من 30 إلى أقل من 40 سنة
9.8	70	0.6	2	19.2	68	من 40 إلى أقل من 50 سنة
1.5	11	0.3	1	2.8	10	من 50 إلى أقل من 60 سنة
1.5	11	0.3	1	2.8	10	60 سنة فأكثر
100	711	100	356	100	355	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى توزيع عينة الدراسة حسب النوع والسن، وقد اتضح أن بنسبة 24.8% من الذكور تتراوح أعمارهم ما بين 15 إلى أقل من 20 سنة، مقابل 53.4% من الإناث، و39.4% من الذكور تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى أقل من 30 سنة مقابل 42.1% من الإناث، و11% من الذكور تتراوح أعمارهم ما بين 30 إلى أقل من 40 سنة مقابل 3.4% من الإناث، و19.2% من الذكور تتراوح أعمارهم ما بين 40 إلى أقل من 50 سنة مقابل 0.6% من الإناث، و2.8% من الذكور تتراوح أعمارهم ما بين 50 إلى أقل من 60 سنة مقابل 0.3% من الإناث، و2.8% من الذكور تتراوح أعمارهم ما بين 60 سنة فأكثر مقابل 0.3% من الإناث.

من الذكور تتراوح أعمارهم ما بين 50 إلى أقل من 60 سنة مقابل 0.3% من الإناث، و2.8% من الذكور أعمارهم 60 سنة فأكثر مقابل 0.3% من الإناث.

ب- توصيف عينة الدراسة حسب النوع والمستوى التعليمي:

جدول (3) توصيف عينة الدراسة حسب النوع والمستوى التعليمي

توصيف عينة الدراسة حسب النوع والمستوى التعليمي						
الإجمالي		إناث		ذكور		النوع المستوى التعليمي
%	ك	%	ك	%	ك	
4.9	35	1.4	5	8.5	30	يقراً ويكتب
0.6	43	1.7	6	10.4	37	مؤهل متوسط
3.9	28	2.2	8	5.6	20	مؤهل فوق متوسط
67.8	482	90.7	323	44.8	159	مؤهل جامعي
5.9	42	0.8	3	11	39	مؤهل فوق جامعي
3.4	24	1.1	4	5.6	20	ماجستير
8	57	2	7	14.1	50	دكتوراة
100	711	100	356	100	355	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى توزيع عينة الدراسة حسب النوع والمستوى التعليمي، وقد جاءت بنسبة 8.5% من الذكور (يقراً ويكتب) مقابل 1.4% من الإناث، و10.4% من الذكور (مؤهل متوسط) مقابل 1.7% من الإناث، و5.6% من الذكور (مؤهل فوق متوسط) مقابل 2.2% من الإناث، و44.8% من الذكور (مؤهل جامعي) مقابل 90.7% من الإناث، و11% من الذكور (مؤهل فوق جامعي) مقابل 0.8% من الإناث، و5.6% من الذكور (ماجستير) مقابل 1.1% من الإناث، و14.1% من الذكور (دكتوراة) مقابل 2% من الإناث.

أدوات جمع البيانات:

جمعت بيانات الدراسة الحالية عن طريق أداتي:

- صحيفة تحليل مضمون؛ للتعرف على مقاطع تيك توك ونوع مضمونها والتفاعل معها.
- الاستبانة؛ للتعرف على دوافع مشاهدة الجمهور المصري والتأثيرات الناتجة عن ذلك.

1- إعداد صحيفة تحليل المضمون:

أعدَّ الباحث الاستمارة في صورتها الأولية بعد مراجعة أهداف الدراسة وتساؤلاتها وفروضها، ثم عُرِضَتْ على مجموعة من علماء الإعلام والاتصال⁽¹⁸⁾؛ لقياس صدق المحكمين، وتم تحليل مجموعة عشوائية من الفيديوهات للتعرف على أهم المضامين والتفاعل، ثم تحليل فيديوهات عينة الدراسة، وأُعيد تحليل 10% من جملة التحليل فوصلت نسبة الثبات 90.4%.

2- إعداد استمارة الاستبيان:

أعدَّ الباحث الاستمارة في صورتها الأولية بعد مراجعة أهداف الدراسة وتساؤلاتها وفروضها، ثم عُرِضَتْ على مجموعة من علماء الإعلام والاتصال⁽¹⁹⁾؛ لقياس صدق المحكمين، ثم طُبِّقَتْ على عدد 20 مفردة من عينة الدراسة لقياس صلاحية مستوى اللغة لدى أفراد العينة، وقد بلغت قيمة معامل ألفا كرونباخ 0.956، وهي قيمة تدل على صدق الاستمارة، ثم صِيغَتْ الاستمارة في شكلها النهائي استعداداً للتطبيق.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

أجرى الباحث التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة باستخدام برنامج SPSS for windows، المعروف اختصاراً بحزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for social science:(SPSS)

واستُخدمت الاختبارات الإحصائية الآتية:

1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

3- اختبار كاي² لجداول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين.

4- تحليل التباين ذو البعد الواحد One Way Analysis of Variance

ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات على

أحد متغيرات الدراسة.

5- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation Coefficient لدراسة شدة

واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين.

6- معامل ارتباط سبيرمان Spearman Correlation Coefficient لدراسة

شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين.

7- اختبار "ت" T.Test للمجموعات المستقلة لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين

متوسطين حسابيين لمجموعتين من الباحثين في أحد متغيرات الدراسة من نوع المسافة أو النسبة.

نتائج الدراسة:

أ- نتائج تحليل مضمون مقاطع تيك توك

1- اللغة المستخدمة في مقاطع تيك توك حسب نوع الإنتاج:

جدول (4) اللغة المستخدمة في مقاطع تيك توك حسب نوع الإنتاج

اللغة المستخدمة في مقاطع تيك توك حسب نوع الإنتاج														
الإجمالي	مقاطع من إنتاج مؤسسات								مقاطع من إنتاج أشخاص				مقاطع تيك توك اللغة المستخدمة	
	إعلانات		مقاطع من أعمال موجودة مصحوبة بصوت أشخاص		مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة		مقاطع من أعمال موجودة		مقطع من إنتاج مشاهير		مقطع من إنتاج أشخاص عاديين			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
5	40	-	-	-	-	14.3	24	1.2	4	-	-	5.4	12	لغات أجنبية
12.5	100	18.2	8	50	4	7.1	12	3.6	12	-	-	28.6	64	دون صوت
5.5	44	18.2	8	-	-	4.8	8	6	20	-	-	3.6	8	فرانكو عربي
27.2	217	9.1	4	-	-	52.4	88	23.1	77	40	8	17.9	40	عامية العوام
26.1	208	54.5	24	-	-	4.8	8	40.8	136	-	-	17.9	40	عامية المثقفين
7	56	-	-	-	-	2.4	4	10.8	36	20	4	5.4	12	الفصحى المبسطة
3	24	-	-	-	-	-	-	1.2	4	-	-	8.9	20	فصحى المثقفين
13.6	108	-	-	50	4	14.3	24	13.2	44	40	8	12.5	28	فصحى التراث
100	797	100	44	100	8	100	168	100	333	100	20	100	224	الإجمالي

كما $(107.627)^2$ درجة حرية (7) مستوى المعنوية (0.000) دالة عند 0.01

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن قيمة $(107.627)^2$ وهي دالة عند

(0.01)، مما يعني وجود فروق بين المقاطع المنتجة بواسطة أشخاص والمقاطع المنتجة

بواسطة مؤسسات على مقياس مستوى اللغة المستخدمة، وقد احتلت اللغات الأجنبية

نسبة 5.4% مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين، و1.2% مقاطع من أعمال موجودة، و14.3% مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة. وجاءت مقاطع بلا صوت بشري واكتفت بالموسيقى أو المؤثرات الصوتية وكان ذلك في 28.6% مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين، و3.6% مقاطع من أعمال موجودة، و7.1% مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة، و50% مقاطع من أعمال موجودة مصحوبة بصوت أشخاص، و18.2% من الإعلانات.

وكانت نسب فرانكو عربي: 3.6% مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين، و6% مقاطع من أعمال موجودة، و4.8% مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة، و18.2% من الإعلانات. وجاءت نسب عامية العوام في مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين بنسبة 17.9%، ومقاطع من إنتاج مشاهير بنسبة 40%، ومقاطع من أعمال موجودة بنسبة 23.1%، ومقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة بنسبة 52.4%، والإعلانات بنسبة 9.1%، وتوزعت عامية المثقفين بين مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين بنسبة 17.9%، ومقاطع من أعمال موجودة بنسبة 40.8%، ومقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة بنسبة 4.8%، و54.5% من الإعلانات. ووردت الفصحى المبسطة في 5.4% مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين، و20% مقاطع من إنتاج مشاهير، و10.8% مقاطع من أعمال موجودة، و2.4% مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة، وتركزت فصحى المثقفين في مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين بنسبة 8.9%، وفي مقاطع من أعمال موجودة بنسبة 1.2%. وتوزعت فصحى التراث بنسب: 12.5% مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين، و40% مقاطع من إنتاج مشاهير، و13.2% مقاطع من أعمال موجودة، و14.3% مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة، و50% مقاطع من أعمال موجودة مصحوبة بصوت أشخاص.

وتختلف هذه النتائج ضمناً مع دراسة (بن طيفور مصطفى، أيمن باجنيد)، التي وصفت تيك توك بأنه إحدى صور الغزو الثقافي الموجهة للعالم الإسلامي⁽²⁰⁾.

2- مضمون مقاطع تيك توك حسب نوع الإنتاج:
جدول (5) مضمون مقاطع تيك توك حسب نوع الإنتاج

مضمون مقاطع تيك توك حسب نوع الإنتاج														
الإجمالي	مقاطع من إنتاج مؤسسات									مقاطع من إنتاج أشخاص				مقاطع تيك توك المضمون
	إعلانات		مقاطع من أعمال موجودة مصحوبة بصوت أشخاص		مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة		مقاطع من أعمال موجودة		مقطع من إنتاج مشاهير		مقطع من إنتاج أشخاص عاديين			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
2	16	-	-	50	4	-	-	1.2	4	-	-	3.6	8	سياسي
4.5	36	81.8	36	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	اقتصادي
6.5	52	-	-	-	-	4.8	8	10.8	36	-	-	3.6	8	عسكري
3	24	-	-	-	-	-	-	6	20	20	4	-	-	أمني
0.5	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.8	4	علمي
0.5	4	-	-	-	-	-	-	1.2	4	-	-	1.8	4	تعليمي
2	16	-	-	-	-	-	-	2.4	8	-	-	3.6	8	صحي وطبي
6	48	-	-	-	-	7.1	12	2.4	8	-	-	12.5	28	اجتماعي
3	24	-	-	-	-	2.4	4	4.8	16	-	-	1.8	4	ثقافي
11	88	-	-	50	4	11.9	20	6	20	20	4	17.9	40	إنساني
10.5	84	-	-	-	-	9.5	16	8.4	38	40	8	14.3	32	ديني
2	16	9.1	4	-	-	4.8	8	-	-	-	-	1.8	4	رياضي
38.6	308	-	-	-	-	54.8	92	43.2	144	20	4	20.4	68	فني وترفيهي
2	16	-	-	-	-	-	-	3.6	12	-	-	-	-	إعلامي
2	16	-	-	-	-	-	-	4.8	16	-	-	-	-	حقوق
2	16	-	-	-	-	4.8	8	-	-	-	-	3.6	8	أدبي
1	8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.6	8	بيئي
2.1	17	-	-	-	-	-	-	5.1	17	-	-	-	-	قضايا فساد
100	797	100	44	100	8	100	166	100	333	100	20	100	224	الإجمالي

كما $2(136.879)$ درجة حرية (17) مستوى المعنوية (0.000) دالة عند 0.01 تشير بيانات الجدول السابق إلى أن قيمة $2(136.879)$ ، وهي دالة عند (0.01)، مما يعني وجود فروق بين المقاطع المنتجة بواسطة أشخاص عن المقاطع المنتجة بواسطة مؤسسات على مقياس نوع المضمون: 2% للمضمون السياسي، 3.6% من المقاطع من إنتاج أشخاص عاديين، و1.2% من المقاطع من أعمال موجودة، و50% مقاطع من أعمال موجودة مصحوبة بصوت شخص. وتركز المضمون

الاقتصادي في الإعلانات بنسبة 81.8%، وتوزع المضمون العسكري 3.6% لمقاطع من إنتاج مشاهير، و10.8% لمقاطع من أعمال موجودة، و4.8% لمقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة. وورد المضمون الأمني بنسبة 20% مقاطع من إنتاج مشاهير، و6% من المقاطع من أعمال موجودة. وتركز المضمون العلمي في مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين بنسبة 1.8%، وتكرر المضمون التعليمي بنسبة 1.8% في مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين، و1.2% مقاطع من أعمال موجودة، وورد المضمون الصحي والطبي بنسبة 3.6% مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين، و2.4% لمقاطع من أعمال موجودة. كما تكرر المضمون الاجتماعي بنسب: 12.5% لمقاطع من إنتاج أشخاص عاديين، و2.4% لمقاطع من أعمال موجودة، و7.2% لمقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة، وكذا المضمون الثقافي بنسب: 1.8% لمقاطع من إنتاج أشخاص عاديين، و4.8% لمقاطع من أعمال موجودة، و2.4% لمقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة، وكانت تكرارات المضمون الإنساني 17.9% مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين، و20% مقاطع من إنتاج مشاهير، و6% مقاطع من أعمال موجودة، و11.9% مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة، و50% مقاطع من أعمال موجودة مصحوبة بصوت أشخاص. وكان تكرار المضمون الديني: 14.3% مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين، و40% مقاطع من إنتاج مشاهير، و8.4% مقاطع من أعمال موجودة، و9.5% مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة. وتوزع المضمون الرياضي ما بين مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين بنسبة 1.8%، ومقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة بنسبة 4.8%، والإعلانات بنسبة 9.1%. وكانت نسب المضمون الفني والترفيهي 20.4% مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين، و20% مقاطع من إنتاج مشاهير، و43.2% مقاطع من أعمال موجودة، و54.8% مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة. وتركز المضمونان الإعلامي والحقوقى في مقاطع من أعمال موجودة بنسبة 3.6% للأول و4.8% للثاني، وورد المضمون الأدبي بنسبة 3.6% في مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين، و4.8% في مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة، وتركز المضمون البيئي في مقطع من إنتاج أشخاص عاديين بنسبة 3.6%، وكذا مضمون قضايا الفساد بنسبة 5.1% مقاطع من أعمال موجودة.

وتوضح السطور السابقة تنوع المضمون واحتواءه على النافع وليس الضار فقط، كما توصلت دراسة (شيماء بخوش، أسماء رتيمي)، التي تحدثت ضمناً عن دور تيك توك في إنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب⁽²¹⁾.

3- مقاطع تيك توك للأعمال الموجودة حسب اللغة:

جدول (6) مقاطع تيك توك للأعمال الموجودة حسب اللغة

مقاطع تيك توك للأعمال الموجودة حسب اللغة																		
اللغات المقاطع	لغات أجنبية		دون صوت		فرانكو عربي		عامية العوام		عامية المثقفين		الفصحى المبسطة		فصحى المثقفين		فصحى التراث		الإجمالي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
مقاطع من مسلسلات أ وأفلام	100	4	-	-	60	12	79.2	61	58.8	80	44.4	16	100	4	63.6	28	61.6	205
مقاطع من مسرحيات	-	-	-	-	20	4	15.6	12	23.5	32	11.1	4	-	-	-	-	15.6	52
مقاطع من برامج	-	-	-	-	20	4	-	-	8.8	12	22.2	8	-	-	27.3	12	10.8	36
كارتون	-	-	66.7	8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.4	8
عروض عسكرية	-	-	33.3	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.2	4
أغنية	-	-	-	-	-	-	5.2	4	8.8	12	22.2	8	-	-	9.1	4	8.4	28
الإجمالي	100	4	100	12	100	20	100	77	100	136	100	36	100	4	100	44	100	333

كما²(392.731) درجة حرية (35) مستوى المعنوية (0.000) دالة عند 0.01

تشير بيانات كا²(392.731) إلى وجود علاقة دالة عند (0.01)؛ مما يعني وجود اختلاف بين المقاطع المستخدمة على مقياس المستويات اللغوية، وتبرز البيانات الآتي: توزعت مقاطع من مسلسلات أو أفلام بين لغات أجنبية بنسبة 100%، وفرانكو عربي بنسبة 60%، وعامية العوام بنسبة 79.2%، وعامية المثقفين بنسبة 58.8%، والفصحى المبسطة بنسبة 44.4%، وفصحى المثقفين

بنسبة 100%، وفصحى التراث بنسبة 63.6%. وتكررت مقاطع من مسرحيات في فرانكو عربي بنسبة 20%، وعامية العوام بنسبة 15.6%، وعامية المثقفين بنسبة 23.5%، والفصحى المبسطة بنسبة 11.1%. وتتوعد المستويات اللغوية أيضاً في مقاطع من برامج في فرانكو عربي بنسبة 20%، وعامية المثقفين بنسبة 8.8%، والفصحى المبسطة بنسبة 22.2%، وفصحى التراث بنسبة 27.3%. أما الكارتون فقد تركز بنسبة 66.7% من المستوى دون صوت، وكذلك العروض العسكرية بنسبة 33.3% من المستوى السابق نفسه، أما الأغنية فقد وردت في عامية العوام بنسبة 5.2%، وعامية المثقفين بنسبة 8.8%، والفصحى المبسطة بنسبة 22.2%، وفصحى التراث بنسبة 9.1%.

وكما تبين من نتائج الجدول السابق، فإن اللغة الأكثر انتشاراً في فيديوهات تيك توك جاءت عامية العوام في الترتيب الأول، يليها فصحى التراث، ثم اللغة العربية الفصحى المبسطة.

4- أنواع المضمون الذي أنتجه ناشطو تيك توك حسب اللغة:
جدول (7) أنواع المضمون الذي أنتجه ناشطو تيك توك حسب اللغة

أنواع المضمون الذي أنتجه ناشطو تيك توك حسب اللغة																		
اللغات	لغات أجنبية		دون صوت		فرانكو عربي		عامية العوام		عامية المثقفين		الفصحى المبسطة		فصحى المثقفين		فصحى التراث		الإجمالي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
مقاطع قرآن كريم لأشخاص عاديين	-	-	2.5	8	-	-	-	-	-	-	-	-	20	4	1.1	4	6.6	16
مقاطع نصائح وتوجيهات	-	-	6.3	4	-	-	8.3	4	8	8	20	-	20	4	-	-	8.2	20
مقاطع أغان لأشخاص عاديين	-	-	-	-	-	-	-	-	4	10	-	-	-	-	1.1	4	3.3	8
مقاطع أغان لمشاهير	-	-	-	-	-	-	8.3	4	-	-	-	-	-	-	-	-	1.6	4
مقاطع إنشاد إسلامي لأشخاص عاديين	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.1	4	1.6	4
مقاطع رقص لأشخاص عاديين	-	-	6.3	4	-	-	6.7	8	-	-	-	-	-	-	-	-	4.9	12
مقاطع تمثيلية	-	-	6.3	4	-	-	6.7	8	-	-	75	12	-	-	-	-	9.8	24
حركات أدائية	8	6.7	2	8.8	-	-	8.3	4	4	10	-	-	-	-	-	-	11.5	28
قالب برنامج	-	-	-	-	-	-	-	2	25	12	30	-	-	4	20	8	14.8	36
برنامج ديني	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8	40	6	9.8	24
أعمال حياتية	4	3.3	8	3.8	8	3.8	8	8	6.7	8	8	20	-	-	-	-	23	56
مقاطع مسيحية	-	-	-	-	-	-	-	-	4	10	4	10	4	25	-	-	3.3	8
مواقف لكائنات حية	-	-	6.3	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.6	4
الإجمالي	2	00	4	00	8	00	8	00	8	00	40	00	16	00	100	00	100	44

كما $(443.897)^2$ درجة حرية (84) مستوى المعنوية (0.000) دالة عند 0.01 تشير بيانات الجدول السابق إلى أن قيمة $(443.897)^2$ ، وهى دالة عند (0.01)، مما يعني وجود فروق بين المقاطع التي أنتجها الناشطون على مقياس

المستويات اللغوية، وضحت في الآتي: وردت مقاطع قرآن كريم لأشخاص عاديين بنسبة 12.5% دون صوت، و20% فصحي المثقفين، و11.1% فصحي التراث. ومقاطع نصائح وتوجيهات بنسبة 6.3% دون صوت، و8.3% عامية العوام، و20% عامية المثقفين، ومثلها فصحي المثقفين. أما مقاطع أغان لأشخاص عاديين فقد وردت بعامة المثقفين بنسبة 10%، وفصحي التراث بنسبة 11.1%. وتركز كل من مقاطع أغان لمشاهير في عامية العوام بنسبة 8.3%، ومقاطع إنشاد إسلامي لأشخاص عاديين في فصحي التراث بنسبة 11.1% ومواقف لكائنات حية بنسبة 6.3% دون صوت. ووردت مقاطع رقص لأشخاص عاديين بنسبة 6.3% دون صوت، و16.7% بعامة العوام. ووردت مقاطع تمثيلية بنسبة 6.3% دون صوت، و16.7% من عامية العوام، و75% من الفصحى المبسطة. وجاءت الحركات الأدائية بالموسيقى بنسبة 66.7% من اللغات الأجنبية، و18.8% دون صوت، و8.3% في عامية العوام، و10% في عامية المثقفين. واحتل قالب برنامج نسبة 25% من عامية العوام، و30% عامية المثقفين، و20% من فصحي المثقفين، و22.2% من فصحي التراث. وورد برنامج ديني بنسبة 40% من فصحي المثقفين، و44.4% من فصحي التراث. كما وردت أعمال حياتية بنسب 33.3% من اللغات الأجنبية، و43.8% دون صوت، و100% من فرانكو عربي، و16.7% من عامية العوام، و20% من عامية المثقفين. وجاءت مقاطع مسيحية بنسب 10% من عامية المثقفين، و25% من الفصحى المبسطة.

5- أنواع مقاطع النصائح والتوجيهات حسب اللغة:

جدول (8) أنواع مقاطع النصائح والتوجيهات حسب اللغة

أنواع مقاطع النصائح والتوجيهات حسب اللغة										
الإجمالي		فصحي المثقفين		عامية المثقفين		عامية العوام		لغات أجنبية		اللغات المقاطع الأنواع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
20	4	-	-	-	-	-	-	100	4	مقاطع نصائح وتوجيهات طبية لأشخاص عاديين
80	16	100	4	100	8	100	4	-	-	تعليم شيء ما
100	20	100	4	100	8	100	4	100	4	الإجمالي

ك²(20) درجة حرية (3) مستوى المعنوية (0.000) دالة عند 0.01

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن قيمة $(20)^2$ ، وهي دالة عند (0.01)، مما يعني وجود فروق بين مقاطع النصائح والتوجيهات التي أنتجها الناشطون على مقياس المستويات اللغوية، وضحت في الآتي: وردت مقاطع نصائح وتوجيهات طبية لأشخاص عاديين بنسبة 100% من اللغات الأجنبية، وتعليم شيء ما بنسبة 100% في كل من عامية العوام، وعامية المثقفين، وفصحى المثقفين.

6- أنواع المضمون الذي أنتجته المؤسسات وتدخل به ناشطو تيك توك حسب اللغة:

جدول (9) أنواع المضمون الذي أنتجته المؤسسات وتدخل به ناشطو تيك توك حسب اللغة

أنواع المضمون الذي أنتجته المؤسسات وتدخل به ناشطو تيك توك حسب اللغة																
اللغات	لغات أجنبية		دون صوت		فرانكو عربي		عامية العوام		عامية المثقفين		الفصحى المبسطة		فصحى التراث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ما أنتجه الناشطون																
مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال درامية	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12	6.8
مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بأصوات لشخصيات عامة	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	4	2.3
مقاطع قرآن كريم مصحوبة بصور	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	8	100	12	6.8
مقاطع أدعية أو أقوال مأثورة مصحوبة بصور	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	2.3
مقاطع أغان مصحوبة بصور	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40	22.7
مقاطع إنشاد إسلامي مصحوبة بصور	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	2.3
حركات أدائية مع موسيقى	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	52	29.5
تقرير	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8	4.5
رقص	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16	9.1
مواقف حياتية	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12	6.8

أنواع المضمون الذي أنتجته المؤسسات وتدخل به ناشطو تيك توك حسب اللغة																
الإجمالي		فصحى التراث		الفصحى المبسطة		عامية المثقفين		عامية العوام		فرانكو عربي		دون صوت		لغات أجنبية		اللغات ما أنتجه الناشطون
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
4.5	8	28.6	8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	برنامج ديني
2.3	4	-	-	-	-	-	-	-	-	50	4	-	-	-	-	قالب برنامج
100	176	100	28	100	4	100	8	100	88	100	8	100	16	100	24	الإجمالي

كما $(354.357)^2$ درجة حرية (66) مستوى المعنوية (0.000) دالة عند 0.01 تشير بيانات الجدول السابق إلى أن قيمة $(354.357)^2$ ، وهي دالة عند (0.01)، مما يعني وجود فروق بين أنواع المضمون الذي أنتجته المؤسسات وتدخل به ناشطو تيك توك على مقياس المستويات اللغوية، الذي كان كما يلي: تركزت كل المقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال درامية بنسبة 13.6% من عامية العوام، ومقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بأصوات لشخصيات عامة بنسبة 14.3% من فصحى التراث، ومقاطع أدعية أو أقوال مأثورة مصحوبة بصور بنسبة 4.5% من عامية العوام، ومقاطع إنشاد إسلامي مصحوبة بصور بنسبة 14.3% من فصحى التراث، وقالب برنامج بنسبة 50% من فرانكو عربي، وبرنامج ديني بنسبة 28.6% من فصحى التراث. ووردت مقاطع قرآن كريم مصحوبة بصور بنسبة 28.6%، و100% من الفصحى المبسطة وكان لمعاني القرآن. وتكررت مقاطع أغاني مصحوبة بصور بنسب 16.7% من لغات أجنبية، و50% من فرانكو عربي، ومثلها عامية المثقفين، و31.8% من عامية العوام. أما الحركات الأدائية مع الموسيقى فكانت في اللغات الأجنبية بنسبة 50%، و25% دون صوت، و36.4% في عامية العوام، و50% في عامية المثقفين. وجاء التقرير بنسبة 25% دون صوت، و14.3% في فصحى التراث. وجاء الرقص مصحوباً بلغات أجنبية بنسبة 16.7%، و9.1% بلغات عامية العوام، ودون صوت بنسبة 25%. وتتنوع المواقف الحياتية بنسبة 16.7% جاءت بلغات أجنبية، و4.5% بعامية العوام، و25% في دون صوت.

ومن الجدول يتبين أن أكثر المقاطع انتشاراً على تطبيق تيك توك هي الأغاني المصورة، والحركات الأدائية مع الموسيقى، وهو ما يتفق مع الهدف الذي أنشئ من أجله هذا التطبيق كما ذكر في مقدمة الدراسة.

7- الأشكال التفاعلية المستخدمة في TIK Tok : جدول (10) الأشكال التفاعلية المستخدمة في TIK Tok

الأشكال التفاعلية المستخدمة في TIK Tok ن= (797)				
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	الأشكال التفاعلية
0.35	0.86	86.1	686	إعادة النشر
0.36	0.85	48.9	677	إضافة إلى المفضلة
0.1	0.99	99	789	إعجاب
0.26	0.92	92.5	737	تعليقات

تنوعت أشكال تفاعلية المستخدمين أو مشاهدي مقاطع تيك توك، وكان في مقدمتها الإعجاب بنسبة 99%، والتعليقات بنسبة 92.5%، وإعادة النشر بنسبة 86.1%، والإضافة إلى المفضلة بنسبة 48.9%، وتختلف هذه النتيجة مع (Patrícia Dias and Alexandre Duarte)، التي أشارت إلى أن عينة الدراسة تشغل بالترفيه والتسلية دون التواصل⁽²²⁾.

8- مستوى التفاعلية (إعادة النشر) في مقاطع تيك توك حسب نوع الإنتاج:

اختبار "ت" "t-test" لنوع الإنتاج على مقياس إعادة النشر:

جدول (11) اختبار "ت" لنوع الإنتاج على مقياس إعادة النشر

مستوى الدلالة SIG	درجة الحرية	قيمة t	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المجموعات	إعادة النشر
دالة عند 0.01	684	-37.028	0.596	2.8	212	مقاطع من إنتاج أشخاص	نوع الإنتاج
			0.618	2.78	473	مقاطع من إنتاج مؤسسات	

تشير نتائج تطبيق "t-test" حسب البيانات الموجودة في الجدول السابق إلى صحة الفرض، ويتضح ذلك بوجود فروق دالة إحصائية بين مقاطع تيك توك التي أنتجها الأشخاص والمقاطع التي أنتجتها المؤسسات على مقياس التفاعلية (إعادة النشر)، حيث كانت قيمة "t" (37.028)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) لصالح المقاطع التي أنتجتها المؤسسات؛ ويوضح الجدول الآتي التفاصيل.

جدول (12) مستوى التفاعلية (إعادة النشر) في مقاطع تيك توك حسب الإنتاج

مستوى التفاعلية (إعادة النشر) في مقاطع تيك توك حسب نوع الإنتاج												
الإجمالي	مقاطع من إنتاج مؤسسات						مقاطع من إنتاج أشخاص				مقاطع تيك توك إعادة النشر	
	إعلانات		مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة		مقاطع من أعمال موجودة		مقاطع من إنتاج مشاهير		مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
10.1	69	11.1	4	6.1	8	12.1	37	-	-	10.2	20	منخفضة (10) فأقل
1.8	12	-	-	-	-	2.6	8	-	-	2	4	متوسطة (10 إلى أقل من 20)
88.2	604	88.9	32	93.3	124	85.2	260	100	16	87.8	172	كبيرة (20) فأكثر
100	685	100	36	100	132	100	305	100	16	100	196	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن (10.2% مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين، و12.1% مقاطع من أعمال موجودة، و6.1% مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة، و11.1% من الإعلانات) تم التفاعل معها بواسطة إعادة النشر بدرجة منخفضة، و2.6% مقاطع من أعمال موجودة تم التفاعل معها بدرجة متوسطة، وتم التفاعل بدرجة كبيرة في 87.8% مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين، و100% مقاطع من إنتاج مشاهير، و85.2% مقاطع من أعمال موجودة، و93.3% مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة، و88.9% من الإعلانات.

9- مستوى التفاعلية (إضافة إلى المفضلة) في مقاطع تيك توك حسب نوع الإنتاج:

اختبار "t-test" لنوع الإنتاج على مقياس الإضافة إلى المفضلة:
جدول (13) اختبار "ت" لمجال نوع الإنتاج على مقياس الإضافة إلى المفضلة

مستوى الدلالة SIG		درجة الحرية	قيمة t	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المجموعات	إضافة إلى المفضلة
دالة عند 0.01	0.000	676	43.558-	0.459	2.89	216	مقاطع من إنتاج أشخاص	نوع الإنتاج
				0.5	2.82	461	مقاطع من إنتاج مؤسسات	

تشير نتائج تطبيق "t-test" حسب البيانات الموجودة في الجدول السابق إلى صحة الفرض، ويتضح ذلك بوجود فروق دالة إحصائية بين مقاطع تيك توك التي أنتجها الأشخاص والمقاطع التي أنتجتها المؤسسات على مقياس التفاعلية (إضافة إلى المفضلة)، حيث كانت قيمة "ت" (43.558)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.01) لصالح المقاطع التي أنتجها الأشخاص.

جدول (14) مستوى التفاعلية (إضافة إلى المفضلة) في مقاطع تيك توك حسب نوع الإنتاج

مستوى التفاعلية (إضافة إلى المفضلة) في مقاطع تيك توك حسب نوع الإنتاج													
الإجمالي	مقاطع من إنتاج مؤسسات						مقاطع من إنتاج أشخاص						مقاطع تيك توك إضافة إلى المفضلة
	إعلانات		مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة		مقاطع من أعمال موجودة		مقاطع من إنتاج مشاهير		مقاطع من إنتاج عاديين				
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
5.3	36	-	-	6.7	8	4.9	16	-	-	5	12	منخفضة (10) فأقل	
7.9	33	-	-	3.3	4	8.8	29	-	-	-	-	متوسطة (10) إلى أقل من (20)	
89.8	608	100	12	90	108	96.3	284	100	16	94	188	كبيرة (20) فأكثر	
100	677	100	12	100	120	100	329	100	16	100	200	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن (5% من المقاطع من إنتاج أشخاص عاديين، و16% مقاطع من أعمال موجودة، و6.7% مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة) تم التفاعل معها ب (إضافة إلى المفضلة) بدرجة منخفضة، و(8.8% مقاطع من أعمال موجودة، و3.3% مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة) تم التفاعل معها بدرجة متوسطة، وتم التفاعل بدرجة كبيرة بنسب 94% مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين، و100% مقاطع من إنتاج مشاهير، و96.3% مقاطع من أعمال موجودة، و90% مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة، و100% من الإعلانات.

10- مستوى التفاعلية (الإعجاب) في مقاطع تيك توك حسب نوع الإنتاج:

اختبار "ت" "t-test" لنوع الإنتاج على مقياس الإعجاب:

جدول (15) اختبار "ت" لمجال لنوع الإنتاج على مقياس (الإعجاب)

الإعجاب	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة t	درجة الحرية	مستوى الدلالة SIG
نوع الإنتاج	مقاطع من إنتاج أشخاص	240	2.850	0.478	-48.597	788	0.000
	مقاطع من إنتاج مؤسسات	549	2.854	0.491			

تشير نتائج تطبيق "ت" "t-test" في الجدول السابق إلى صحة الفرض، ويتضح ذلك بوجود فروق دالة إحصائية بين مقاطع تيك توك التي أنتجها الأشخاص والمقاطع التي أنتجتها المؤسسات على مقياس التفاعلية (الإعجاب)، حيث كانت قيمة "ت" (48.597)، وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.001) لصالح المقاطع التي أنتجتها المؤسسات.

جدول (16) مستوى التفاعلية (الإعجاب) في مقاطع تيك توك حسب الإنتاج

مستوى التفاعلية (الإعجاب) في مقاطع تيك توك حسب نوع الإنتاج														
الإجمالي	مقاطع من إنتاج مؤسسات								مقاطع من إنتاج أشخاص				مقاطع تيك توك الإعجاب	
	إعلانات		مقاطع من أعمال موجودة مصحوبة بصوت أشخاص		مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة		مقاطع من أعمال موجودة		مقطع من إنتاج مشاهير		مقطع من إنتاج أشخاص عاديين			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
5.6	44	-	-	100	8	9.8	16	2.4	8	20	4	3.6	8	منخفضة (20) فأقل
3.5	28	-	-	-	-	4.9	8	2.4	8	-	-	5.5	12	متوسطة (20) إلى أقل من (50)
90	717	100	14	-	-	85.4	140	95.2	317	80	16	90.9	200	كبيرة (50) فأكثر
00	789	100	14	100	8	100	164	100	333	100	20	100	220	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن (3.6%) من المقاطع من إنتاج أشخاص عاديين، و(2.4%) مقاطع من إنتاج مشاهير، و(9.8%) مقاطع من أعمال موجودة، و(100%) مقاطع من أعمال موجودة مصحوبة بصوت أشخاص (تفاعل المستخدمون معها بالإعجاب بدرجة متوسطة، و(5.5%) مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين، و(2.4%) مقاطع من أعمال موجودة، و(4.9%) مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة) تفاعلوا معها بدرجة متوسطة، وتفاعلوا بدرجة كبيرة في (90.5%) مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين، و(80%) مقاطع من إنتاج مشاهير، و(95.2%) مقاطع من أعمال موجودة، و(85.4%) مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة، و(100%) من الإعلانات.

11- مستوى التفاعلية (تعليقات) في مقاطع تيك توك حسب نوع الإنتاج:

اختبار "t-test" لنوع الإنتاج على مقياس التعليقات:

جدول (17) اختبار "ت" لمجال نوع الإنتاج على مقياس التعليقات

مستوى الدلالة SIG		درجة الحرية	قيمة t	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المجموعات	التعليقات
دالة عند 0.01	0.000	736	- 26.895	0.628	2.75	236	مقاطع من إنتاج أشخاص	نوع الإنتاج
				0.798	2.54	501	مقاطع من إنتاج مؤسسات	

تشير نتائج تطبيق "t-test" حسب البيانات الموجودة في الجدول السابق إلى صحة الفرض، ويتضح ذلك بوجود فروق دالة إحصائياً بين مقاطع تيك توك التي أنتجها الأشخاص والمقاطع التي أنتجتها المؤسسات على مقياس التفاعلية (التعليقات)، وكانت قيمة "ت" (26.895)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.001) لصالح المقاطع التي أنتجها الأشخاص.

جدول (18) مستوى التفاعلية (تعليقات) في مقاطع تيك توك حسب نوع الإنتاج

مستوى التفاعلية (الإعجاب) في مقاطع تيك توك حسب نوع الإنتاج												مقاطع تيك توك	تعليقات
مقاطع من إنتاج مؤسسات						مقاطع من إنتاج أشخاص							
إعلانات		مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة		مقاطع من أعمال موجودة		مقطع من إنتاج مشاهير		مقطع من إنتاج عاديين					
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
16.4	121	25	8	12.5	20	22.3	69	20	4	9.3	20		منخفضة (10) فأقل
6.5	48	-	-	-	-	11.7	36	-	-	5.6	12		متوسطة (10 إلى أقل من 20)
77.1	568	75	24	87.5	140	66	204	80	16	85.2	184		عالية (20) فأكثر
100	737	100	32	100	160	100	309	100	20	100	216		الإجمالي

تشير بيانات الجدول إلى أن (9.3% مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين، و20% مقاطع من إنتاج مشاهير، و22.3% مقاطع من أعمال موجودة، و12.5% مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة، و25% من الإعلانات) تفاعل معها المستخدمون بالتعليقات بدرجة منخفضة، وتفاعلوها بدرجة متوسطة بنسبة (5.6% مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين، و11.7% مقاطع من أعمال موجودة، كما تفاعلوها بدرجة كبيرة بنسب (85.2% مقاطع من إنتاج أشخاص عاديين، و80% مقاطع من إنتاج مشاهير، و66% مقاطع من أعمال موجودة، و87.5% مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال موجودة، و75% من الإعلانات).

ب- نتائج الجانب الميداني للدراسة (الإجابة عن التساؤلات):

1- درجة متابعة عينة الدراسة لتطبيق تيك توك حسب النوع:

جدول (19) درجة متابعة عينة الدراسة لتطبيق تيك توك حسب النوع

درجة متابعة عينة الدراسة لتطبيق تيك توك حسب النوع						
الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
21.2	151	11.8	42	30.7	109	دائماً
35.6	253	26.7	95	44.5	158	أحياناً
43.2	307	61.5	219	24.8	88	نادراً
100	711	100	356	100	355	الإجمالي

كا²(101.314) درجة حرية (2) مستوى المعنوية (0.000) دالة عند 0.01

تشير قيمة (كا²) في الجدول السابق إلى وجود علاقة بين متغيري الجدول (درجة المتابعة والنوع) عند مستوى (0.01)، مما يعني وجود فروق واضحة بين الذكور والإناث في درجة المتابعة على النحو: نسبة 30.7% من الذكور يتابعون تطبيق تيك توك دائماً، و44.5% يتابعون أحياناً، و24.8% يتابعون نادراً. ونسبة 11.8% من الإناث يتابعن تطبيق تيك توك دائماً، و26.7% يتابعن أحياناً، و61.5% يتابعن نادراً.

2- عدد الساعات التي تشاهد فيها عينة الدراسة تطبيق تيك توك حسب النوع: جدول (20) عدد الساعات التي تشاهد فيها عينة الدراسة تيك توك حسب النوع

عدد الساعات التي تشاهد فيها عينة الدراسة تطبيق تيك توك حسب النوع						
الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
84	597	87.1	310	80.8	287	أقل من ثلاث ساعات
10.3	73	9.6	34	11	39	من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات
5.8	41	3.4	12	8.2	29	خمس ساعات فأكثر
100	711	100	356	100	355	الإجمالي

كا²(8.276) درجة حرية (2) مستوى المعنوية (0.016) دالة عند 0.05

تشير قيمة (كا²) في الجدول السابق إلى وجود علاقة بين متغيري الجدول (عدد ساعات المتابعة والنوع) عند مستوى (0.05)، مما يعني وجود فروق واضحة بين الذكور والإناث على درجات المقياس على النحو: نسبة 80.8% من الذكور يتابعون تطبيق تيك توك أقل من ثلاث ساعات يومياً، و11% يتابعون تطبيق تيك توك من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات يومياً، و24.8% يتابعون تطبيق تيك توك في اليوم خمس ساعات فأكثر. ونسبة 87.1% من الإناث يتابعن تطبيق تيك توك أقل من ثلاث ساعات يومياً، و9.6% يتابعن تطبيق تيك توك من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات يومياً، و3.4% يتابعن تطبيق تيك توك في اليوم خمس ساعات فأكثر؛ وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (ولهي كنزة) في أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة تتابع تيك توك أقل من (3) ساعات يومياً⁽²³⁾.

3- درجة ثقة عينة الدراسة في المعلومات التي يحصلون عليها من تطبيق تيك توك حسب النوع:

جدول (21) درجة ثقة المبحوثين في المعلومات التي يحصلون عليها من تيك توك حسب النوع

درجة ثقة عينة الدراسة بالمعلومات التي حصلوا عليها من تطبيق تيك توك حسب النوع:						
الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
7.6	54	1.1	4	14.1	50	أثق بدرجة كبيرة
31.8	226	22.2	79	41.4	147	أثق بدرجة متوسطة
60.6	431	76.7	273	44.5	158	أثق بدرجة ضعيفة
100	711	100	356	100	355	الإجمالي

كا²(90.329) درجة حرية (2) مستوى المعنوية (0.000) دالة عند 0.01

تشير قيمة (كا²) في الجدول السابق إلى وجود علاقة بين متغيري الجدول (درجة الثقة في معلومات تطبيق التيك توك والنوع) عند مستوى (0.01)، مما يعني وجود فروق واضحة بين الذكور والإناث على درجات المقياس على النحو: نسبة 14.1% من الذكور يثقون في المعلومات المعروضة في تطبيق تيك توك بدرجة كبيرة، و41.4% يثقون بدرجة متوسطة، و44.5% يثقون بدرجة ضعيفة. ونسبة 1.1% من الإناث يثقن في المعلومات المعروضة في تطبيق تيك توك بدرجة كبيرة، و22.2% يثقن بدرجة متوسطة، و76.7% يثقن بدرجة ضعيفة.

4- مناقشة عينة الدراسة للمعلومات التي حصلوا عليها من تطبيق تيك توك حسب النوع:

جدول (22) مناقشة عينة الدراسة لمعلومات حصلوا عليها من تطبيق تيك توك حسب النوع

مناقشة عينة الدراسة للمعلومات التي حصلوا عليها من تطبيق تيك توك حسب النوع						
الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
8.6	61	3.1	11	14.1	50	دائماً
41.4	294	32.9	117	49.9	177	أحياناً
50.1	356	64	228	36.1	128	نادراً
100	711	100	356	100	355	الإجمالي

كا²(65.268) درجة حرية (2) مستوى المعنوية (0.000) دالة عند 0.01

تشير قيمة (χ^2) في الجدول إلى وجود علاقة بين متغيري الجدول (مناقشة عينة الدراسة للمعلومات التي يحصلون عليها من تطبيق تيك توك والنوع) عند مستوى (0.01)، مما يعني وجود فروق واضحة بين الذكور والإناث على درجات المقياس على النحو: نسبة 14.1% من الذكور يناقشون المعلومات التي يحصلون عليها من تطبيق تيك توك دائماً، و49.9% يناقشونها أحياناً، و36.1% يناقشونها نادراً. ونسبة 3.1% من الإناث يناقشن دائماً، و32.9% يناقشن أحياناً، و64% يناقشن نادراً. والنتائج السابقة تدق ناقوس الخطر، فقد أشارت عينة الدراسة إلى أنه نادراً ما تتناقش في المعلومات التي تحصل عليها عن طريق تيك توك، لذلك يجب أن تقدم المعلومات في هذا التطبيق تحت إشراف ومراجعة وتدقيق سليم للحفاظ على المستخدمين من أي معلومات مغلوطة قد تضر بحياتهم.

5- الأفراد الذين تتناقش معهم عينة الدراسة حول المعلومات الواردة في التطبيق حسب النوع:

جدول (23) الأفراد الذين تتناقش معهم عينة الدراسة حول المعلومات الواردة في تيك توك حسب النوع

الأفراد الذين تتناقش معهم عينة الدراسة حول المعلومات الواردة في تطبيق تيك توك حسب النوع										
Chi-Square			الإجمالي		أنثى		ذكر		النوع	
مستوى الدلالة	درجة الحرية	القيمة	%	ك	%	ك	%	ك		
دالة عند 0.01	0.000	1	26.106	42.9	305	33.4	119	52.4	186	أفراد الأسرة
غير دالة	0.106	1	2.611	52.2	371	49.2	175	55.2	196	الأصدقاء
دالة عند 0.01	0.000	1	56.367	28.4	202	15.7	56	41.1	146	الأقارب والجيران
دالة عند 0.01	0.000	1	29.711	24.2	172	15.4	55	33	117	الخبراء والمتخصصين
دالة عند 0.01	0.000	1	83.248	21.7	154	7.6	27	35.8	127	أساتذة الجامعة
				711		356		355		إجمالي من سئلوا

تفيد بيانات الجدول السابق بأن 52.4% من أفراد العينة الذكور يناقشون المعلومات المكتسبة من مشاهدة فيديوهات تيك توك مع أفراد الأسرة، مقابل 33.4%

فقط من الإناث، ويؤكد ذلك مؤشرات (كا2) البالغة (26.106) التي حققت دلالة عند مستوى 0.01.

وتفيد بيانات الجدول أيضاً بعدم وجود دلالة إحصائية بين الذكور والإناث عينة الدراسة على مقياس النقاش حول المعلومات مع الأصدقاء، حيث بلغت قيمة كا2 (2.611)، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى 0.05؛ أكدتها نسب المبحوثين، فقد كانت نسبة الذكور 55.2%، والإناث 49.2% وهي نسب متقاربة. وتشير بيانات (كا2) أيضاً إلى وجود علاقة دالة بين متغير النوع والنقاش مع الأقارب والجيران؛ فقد بلغت قيمتها (56.367) وهي دالة إحصائياً عند مستوى 0.01؛ أكدتها نسب المبحوثين فقد كانت نسبة الذكور 41.1%، والإناث 15.7%، وهي نسب متباعدة.

أما النقاش مع الخبراء والمتخصصين فقد بلغت (كا2) الخاصة بها (29.711)، وهي قيمة دالة عند مستوى 0.01؛ أكدها تباعد النسب بين الذكور والإناث، فقد كانت نسبة الذكور 33% ونسبة الإناث 15.4%. ومثل السابق النقاش مع أساتذة الجامعة، فقد بلغت (كا2) الخاصة بها (83.248)، وهي دالة عند مستوى 0.01؛ أكدها تباعد النسب بين الذكور والإناث، فقد كانت نسبة الذكور 35.8% ونسبة الإناث 7.6%.

6- المقاطع التي تفضلها عينة الدراسة في تطبيق تيك توك حسب النوع:

جدول (24) المقاطع التي تفضلها عينة الدراسة في تيك توك حسب النوع

المقاطع التي تفضلها عينة الدراسة في تطبيق تيك توك حسب النوع										
Chi-Square				النوع						
				الإجمالي		أنثى		ذكر		
مستوى الدلالة	الحرية	القيمة	%	ك	%	ك	%	ك	المقاطع	
دالة عند 0.05	0.025	1	5.048	70.6	502	74.4	265	66.8	237	إنشاد إسلامي مصحوبة بصور
دالة عند 0.01	0.000	1	71.78	45.3	322	29.5	105	61.1	217	أغانٍ مصحوبة بصور
غير دالة 0.05	0.688	1	0.161	81.2	577	81.7	291	80.6	286	أقوال مأثورة مصحوبة بصور
دالة عند 0.01	0.002	1	9.779	84.5	601	88.8	316	80.3	285	قرآن كريم مصحوبة بصور
دالة عند 0.01	0.001	1	10.16	49.2	350	43.3	154	55.2	196	مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بأصوات لشخصيات عامة
دالة عند 0.01	0.000	1	20.591	49.5	352	41	146	58	206	مقاطع من أعمال درامية مصحوبة بصوت أشخاص
دالة عند 0.01	0.000	1	20.14	44.3	315	36	128	52.7	187	مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال درامية
				711		356		355		إجمالي من سئلوا

تفيد بيانات الجدول السابق بأن 66.8% من أفراد العينة الذكور يفضلون مقاطع إنشاد إسلامي مصحوبة بصور، مقابل 74.4% فقط من الإناث، ويؤكد ذلك مؤشرات (كا) البالغة (5.048)، التي حققت دلالة عند مستوى 0.05.

وأفادت البيانات أن 61.1% من أفراد العينة الذكور يفضلون مقاطع أغانٍ مصحوبة بصور، مقابل 29.5% فقط من الإناث، ويؤكد ذلك مؤشرات (كا) البالغة (71.78)، التي حققت دلالة عند مستوى 0.01.

وتؤكد مؤشرات (كا) البالغة (0.688) عدم وجود دلالة عند مستوى 0.05 بين الذكور والإناث في تفضيل مقاطع أدعية أو أقوال مأثورة مصحوبة بصور؛ ف

80.6% من أفراد العينة الذكور يفضلون مقاطع أغانٍ مصحوبة بصور، مقابل 81.7% فقط من الإناث.

كما أكدت مؤشرات (كا2) وجود دلالة عند مستوى 0.01 بين الذكور والإناث في تفضيل مقاطع قرآن كريم مصحوبة بصور، ومقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بأصوات لشخصيات عامة، ومقاطع من أعمال درامية مصحوبة بصوت أشخاص، ومقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال درامية، وكانت تفاصيل ذلك على النحو: 80.3% من أفراد العينة الذكور يفضلون مقاطع قرآن كريم مصحوبة بصور، مقابل 88.8% فقط من الإناث، و55.5% من أفراد العينة الذكور يفضلون مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بأصوات لشخصيات عامة، مقابل 43.3% فقط من الإناث، و58% من أفراد العينة الذكور يفضلون مقاطع من أعمال درامية مصحوبة بصوت أشخاص، مقابل 41% فقط من الإناث، و52.7% من أفراد العينة الذكور يفضلون مقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال درامية، مقابل 36% فقط من الإناث.

7- دوافع مشاهدة عينة الدراسة لتطبيق تيك توك: أ- الدوافع النفسية:

جدول (25) الدوافع النفسية لمشاهدة عينة الدراسة لتطبيق تيك توك

الدوافع النفسية لمشاهدة عينة الدراسة لتطبيق تيك توك ن= (711)									
الدوافع	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المنوي
	%	ك	%	ك	%	ك			
الاستفادة من تجارب الآخرين وخبراتهم الحياتية	44.2	314	30.7	218	25.2	179	2.19	0.81	73
لأنها تزودني بالمعلومات والمعارف العامة	37.7	268	30.9	220	31.4	223	2.06	0.83	68.8
لمتابعة الأخبار والأحداث الجارية في مصر والعالم	32.2	229	31.9	227	35.9	225	1.96	0.82	64
لأنها تمدني بأخبار غير موجودة في الوسائل الإعلامية الأخرى	25.3	180	37.3	265	37.4	266	1.79	0.78	62.6
لأنها تساعدني في تكوين آراء حول القضايا السياسية المحلية والعربية والدولية	24.6	175	34.2	243	41.2	293	1.83	0.79	61.1

تشير بيانات الجدول السابق إلى الدوافع النفسية لمشاهدة عينة الدراسة لفيدويوهات تيك توك، وجاءت كما يلي: الاستفادة من تجارب الآخرين وخبراتهم

الحياتية بمتوسط 2.19 ونسبة 73%، ولأنها تزودني بالمعلومات والمعارف العامة بمتوسط 2.06 ونسبة 68.8%، ولمتابعة الأخبار والأحداث الجارية في مصر والعالم بمتوسط 1.96 ونسبة 64%، ولأنها تمدني بأخبار غير موجودة في الوسائل الإعلامية الأخرى بمتوسط 1.79 ونسبة 62.6%، ولأنها تساعدني في تكوين آراء حول القضايا السياسية المحلية والعربية والدولية بمتوسط 1.83 ونسبة 61.1%.

ب-الدوافع الطقوسية:

جدول (26) الدوافع الطقوسية لمشاهدة عينة الدراسة تطبيق تيك توك

الدوافع الطقوسية لمشاهدة عينة الدراسة تطبيق تيك توك ن= (711)									
الوزن الثقوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الدوافع
			%	ك	%	ك	%	ك	
77.6	0.74	2.33	16.6	118	34	242	49.4	351	تساعد على شغل وقت الفراغ
72.1	0.84	2.16	28.4	202	26.9	191	44.7	318	لمشاهدة شخصيات محببة لي
68.9	0.81	2.07	30	213	33.3	237	36.7	261	لمجرد أنني متعود على مشاهدتها
65	0.82	1.95	36	256	32.9	234	31.1	221	تساعد في التنفيس عن الغضب
63.6	0.81	1.91	37.6	267	34	242	28.4	202	لأنها تتفق مع اهتماماتي وميولي
63	0.84	1.89	41.4	294	28.3	201	30.4	216	تساعدني للهروب من المشكلات

تشير بيانات الجدول السابق إلى الدوافع الطقوسية لمشاهدة عينة الدراسة تطبيق تيك توك، وكانت كما يلي:

تساعد على شغل وقت الفراغ بمتوسط 2.33 ونسبة 77.6%، ولمشاهدة شخصيات محببة لي بمتوسط 2.16 ونسبة 72.1%، وللمجرد أنني متعود علي مشاهدتها بمتوسط 2.07 ونسبة 68.9%، وتساعد في التنفيس عن الغضب بمتوسط 1.95 ونسبة 65%، ولأنها تتفق مع اهتماماتي وميولي بمتوسط 1.91 ونسبة 63.6%، وتساعدني للهروب من المشكلات بمتوسط 1.89 ونسبة 63%، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (ولهي كنزة)، التي توصلت إلى أن نسبة 52.9% يتابعون تيك توك للترفيه والتسلية وشغل وقت الفراغ؛ مما يعني غلبة الدوافع الطقوسية⁽²⁴⁾، وكذلك دراسة (Ahmad Khairul Nuzuli)، التي توصلت إلى أن الدافع الرئيسي من متابعة تيك توك هو الترفيه والتسلية⁽²⁵⁾.

8- الأشكال التفاعلية لعينة الدراسة مع مقاطع تيك توك:
جدول (27) الأشكال التفاعلية لعينة الدراسة مع مقاطع تيك توك

الأشكال التفاعلية لعينة الدراسة مع مقاطع تيك توك ن= (711)									
الوزن المنوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادرا		أحيانا		دائما		الأشكال التفاعلية
			%	ك	%	ك	%	ك	
57.7	0.76	1.73	46	327	34.9	248	19.1	136	إعجاب
55.9	0.74	1.68	48.9	348	34.3	244	16.7	119	إضافة إلى المفضلة
51.4	0.71	1.54	58.4	415	29.1	207	12.5	89	إعادة إرسال
44.2	0.65	1.32	77.9	554	11.7	83	10.4	74	تعليق

بناء على بيانات الجدول السابق: تقدم تسجيل الإعجاب الأشكال التفاعلية لعينة الدراسة تجاه مقاطع الفيديو في تيك توك بمتوسط 1.73 ونسبة 57.7%، يليه الإضافة إلى المفضلة بمتوسط 1.68 ونسبة 55.9%، ثم إعادة الإرسال بمتوسط 1.54 ونسبة 51.4%، وأخيرا التعليق بمتوسط 1.32 ونسبة 44.2%، وتختلف هذه النتيجة مع بيانات الدراسة التحليلية، وتتفق مع دراسة (Patricia Dias and Alexandre Duarte)، التي أشارت إلى أن عينة الدراسة تشغل بالترفيه والتسلية وليس التواصل⁽²⁶⁾.

9- أشكال تعليق عينة الدراسة على فيديوهات تيك توك حسب النوع:
جدول (28) أشكال التعليق على فيديوهات تيك توك حسب النوع

أشكال تعليق عينة الدراسة على فيديوهات تيك توك حسب النوع						
النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	%	ك	%	ك	%	ك
يرتبط التعليق بالتعليقات السابقة	11.3	40	5.1	18	8.2	58
يرتبط تعليقي بأخر تعليق يسبقه فقط	8.2	29	1.7	6	4.9	35
تتدفق التعليقات من المشتركين	8.5	30	4.5	16	6.5	46
غالباً لا أعلق وأكتفي بالمشاهدة	72.1	256	88.8	316	80.5	572
الإجمالي	100	355	100	356	100	711

كما $(34.012)^2$ درجة حرية (3) مستوى المعنوية (0.000) دالة عند 0.01

تشير قيمة (كا²) في الجدول السابق إلى وجود علاقة بين متغيري الجدول (أشكال تعليق عينة الدراسة على فيديوهات تطبيق تيك توك والنوع) عند مستوى (0.01)، مما يعني وجود فروق واضحة بين الذكور والإناث على درجات المقياس على النحو: نسبة 11.3% من الذكور ترتبط تعليقاتهم بالتعليقات السابقة، و8.2% ترتبط تعليقاتهم بآخر تعليق يسبقها فقط، و8.5% يعلقون دون وجود رابط فكري بين التعليقات و72.1% لا يعلقون - في الغالب- ويكتفون بالمشاهدة. ونسبة 5.1% من الإناث ترتبط تعليقاتهن بالتعليقات السابقة، و1.7% ترتبط تعليقاتهن بآخر تعليق يسبقها فقط، و4.5% يعلقن دون وجود رابط فكري بين التعليقات، و88.8% لا يعلقن - في الغالب- ويكتفين بالمشاهدة؛ وتعكس هذه النتيجة ثقافة الاستهلاك التي تحدث عنها "محمد زكرياء"، فلا ينحصر الأمر في مجرد استخدام تيك توك، بل يشمل أو يضم الصنع والإنتاج، إلى جانب المتابعة والمشاهدة والتعليق والإعجاب في الوقت نفسه⁽²⁷⁾.

10- تأثيرات الاعتماد على تطبيق تيك توك مصدرا للمعلومات:

أ- التأثيرات المعرفية

جدول (29) التأثيرات المعرفية للاعتماد على تطبيق تيك توك مصدرا للمعلومات

التأثيرات المعرفية للاعتماد على تطبيق تيك توك مصدرا للمعلومات ن=(711)									
التأثيرات المعرفية	موافق		معارض		محايد		الانحراف المعياري		الوزن المثوي
	%	ك	%	ك	%	ك	المتوسط الحسابي		
أسهم في بيان أهمية القيم المجتمعية	33.1	235	32.2	229	34.7	247	2.01	0.81	66.9
اكتساب المعلومات وإزالة الغموض عن كثير من القضايا	25.5	181	36.7	261	37.8	269	1.89	0.78	62.9
عمل على ترتيب أولويات التعامل مع مشكلاتي الحياتية	25.5	181	40.6	289	33.9	241	1.85	0.8	61.6
أسهم في تكوين وجهة نظر ورأى تجاه القضايا الراهنة	22.4	159	42.2	300	35.4	252	1.8	0.78	60.1
أسهم في تكوين بعض المعتقدات حول الوطن والوطنية	21.1	150	43.9	312	35	249	1.77	0.77	59.1

تشير بيانات الجدول السابق إلى التأثيرات المعرفية لاعتماد عينة الدراسة على

تطبيق تيك توك مصدرًا للمعلومات، وكانت كما يلي:

أسهم في بيان أهمية القيم المجتمعية، مثل الأمانة والمساواة والتسامح، بمتوسط 2.01 ونسبة 66.9%، واكتساب المعلومات وإزالة الغموض عن كثير من القضايا الشائكة لدي بمتوسط 1.89 ونسبة 62.9%، وعمل على ترتيب أولويات التعامل مع مشكلاتي الحياتية بمتوسط 1.85 ونسبة 61.6%، وأسهم في تكوين وجهة نظر ورأي تجاه القضايا الراهنة بمتوسط 1.8 ونسبة 60.1%، وأسهم في تكوين بعض المعتقدات حول الوطن والوطنية بمتوسط 1.77 ونسبة 59.1%.

ب- التأثيرات الوجدانية

جدول (30) التأثيرات الوجدانية للاعتماد على تطبيق تيك توك مصدرًا للمعلومات

التأثيرات الوجدانية للاعتماد على تطبيق تيك توك مصدرًا للمعلومات ن= (711)									
الوزن المثوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		التأثيرات الوجدانية
			%	ك	%	ك	%	ك	
69.8	0.78	2.09	26.4	188	37.8	269	35.7	254	أثار تعاطفي تجاه المشكلات المثارة في المجتمع
64	0.8	1.92	36.6	260	34.7	247	28.7	204	زاد من الشعور بالعزلة والغربة وبعدي عن الناس
61	0.82	1.83	43.7	311	29.5	210	26.7	190	زاد من شعوري أن المستقبل أفضل
60.8	0.8	1.82	41.9	298	33.8	240	24.3	173	أثار غضبي وزاد من شعوري بالإحباط
60.8	0.77	1.82	39.8	283	38	270	22.2	158	زاد من اطمئناني تجاه بعض القضايا المثارة

تشير بيانات الجدول السابق إلى التأثيرات الوجدانية لاعتماد عينة الدراسة

على تطبيق تيك توك مصدرًا للمعلومات، وكانت كما يلي:

أثار تعاطفي تجاه المشكلات المثارة في المجتمع بمتوسط 2.09 ونسبة 69.8%، وزاد من الشعور بالعزلة والغربة وبعدي عن الناس بمتوسط 1.92 ونسبة 64%، وزاد من شعوري أن المستقبل أفضل بمتوسط 1.83 ونسبة 61%، وأثار غضبي وزاد من شعوري بالإحباط، وزاد من اطمئناني تجاه بعض القضايا المثارة وإمكانية الأطراف لحلها بمتوسط 1.82 ونسبة 60.8% لكل منها.

ج- التأثيرات السلوكية

جدول (31) التأثيرات السلوكية للاعتماد على تطبيق تيك توك مصدرا للمعلومات

التأثيرات السلوكية للاعتماد على تطبيق تيك توك مصدرا للمعلومات = (711)									
التأثيرات السلوكية	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المنوي
	%	ك	%	ك	%	ك			
أسهم في توجيهي نحو السلوكيات الإيجابية	36	256	41.5	295	22.5	160	2.14	0.75	71.2
أدى إلى ترك بعض السلوكيات السلبية	33.3	237	27.3	194	39.4	280	1.94	0.85	64.7
أقوم بحل المشكلات لزملائي	26	185	41.4	294	32.6	232	1.93	0.76	64.5
أشارك في الجمعيات والمؤسسات	27.1	193	33.5	238	39.4	280	1.88	0.81	62.6

تشير بيانات الجدول السابق إلى التأثيرات السلوكية لاعتماد عينة الدراسة على

تطبيق تيك توك مصدراً للمعلومات، وكانت كما يلي:

أسهم في توجيهي نحو السلوكيات الإيجابية، مثل المحافظة على النظافة ومساعدة المحتاجين، بمتوسط 2.14 ونسبة 71.2%، وأدى إلى ترك بعض السلوكيات السلبية، مثل التدخين والمخدرات، بمتوسط 1.94 ونسبة 64.7%، وأقوم بحل المشكلات لزملائي بمتوسط 1.93 ونسبة 64.5%، وأشارك في الجمعيات والمؤسسات التي تسهم في حل قضايا المجتمع بمتوسط 1.88 ونسبة 62.6%.

ج- نتائج الشق الميداني للدراسة (مناقشة صحة الفروض):

الفرض الأول: "توجد علاقة دالة إحصائية بين درجات عينة الدراسة على مقياس استخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات الناتجة عن ذلك".

أ- التأثيرات المعرفية:

جدول (32) معامل ارتباط بيرسون بين درجات عينة الدراسة على مقياس استخدام فيديوهات تيك

توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات المعرفية

مقياس الاستخدام				
التأثيرات	العدد	معامل	نوع الارتباط	مستوى الدلالة
	711	0.367	طردى ضعيف	0.000
				دالة عند 0.01

باستخدام معامل ارتباط بيرسون بين درجات عينة الدراسة على مقياس استخدام فيديو هات تيك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات المعرفية، تبين صحة الفرض؛ حيث إن معامل بيرسون يساوي (0.367)، وهو ارتباط طردي ضعيف حقق مستوى دلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01).
جدول (33) معامل ارتباط سبيرمان لدرجات عينة الدراسة على مقياس استخدام فيديو هات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات المعرفية

مقياس الاستخدام					
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل	العدد	
دالة عند 0.01	0.000	طردي ضعيف	0.375	711	التأثيرات

باستخدام معامل ارتباط سبيرمان بين درجات عينة الدراسة على مقياس استخدام فيديو هات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات المعرفية، تبين صحة الفرض؛ حيث إن معامل سبيرمان يساوي (0.375)، وهو ارتباط طردي ضعيف حقق مستوى دلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01).
ب- التأثيرات الوجدانية:

جدول (34) معامل ارتباط بيرسون بين درجات عينة الدراسة على مقياس استخدام فيديو هات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات الوجدانية

مقياس الاستخدام					
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل	العدد	
دالة عند 0.01	0.000	طردي ضعيف	0.213	711	التأثيرات

باستخدام معامل ارتباط بيرسون بين درجات عينة الدراسة على مقياس استخدام فيديو هات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات الوجدانية، تبين صحة الفرض؛ حيث إن معامل بيرسون يساوي (0.213)، وهو ارتباط طردي ضعيف حقق مستوى دلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01).
جدول (35) معامل ارتباط سبيرمان بين درجات عينة الدراسة على مقياس استخدام فيديو هات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات الوجدانية

مقياس الاستخدام					
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل	العدد	
دالة عند 0.01	0.000	طردي ضعيف	0.214	711	التأثيرات

باستخدام معامل ارتباط سبيرمان بين درجات عينة الدراسة على مقياس استخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات الوجدانية، تبين صحة الفرض؛ حيث إن معامل سبيرمان يساوي (0.214)، وهو ارتباط طردي ضعيف حقق مستوى دلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01).

ج- التأثيرات السلوكية:

جدول (36) معامل ارتباط بيرسون بين درجات عينة الدراسة على مقياس استخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات السلوكية

مقياس الاستخدام					
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل	العدد	
دالة عند 0.01	0.000	طردي ضعيف	0.259	711	التأثيرات

باستخدام معامل ارتباط بيرسون بين درجات عينة الدراسة على مقياس استخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات السلوكية، تبين صحة الفرض؛ حيث إن معامل بيرسون يساوي (0.259)، وهو ارتباط طردي ضعيف حقق مستوى دلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01).

جدول (37) معامل ارتباط سبيرمان بين درجات عينة الدراسة على مقياس استخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات السلوكية

مقياس الاستخدام					
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل	العدد	
دالة عند 0.01	0.000	طردي ضعيف	0.241	711	التأثيرات

باستخدام معامل ارتباط سبيرمان بين درجات عينة الدراسة على مقياس استخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات السلوكية، تبين صحة الفرض؛ حيث إن معامل سبيرمان يساوي (0.241)، وهو ارتباط طردي ضعيف حقق مستوى دلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01).

الفرض الثاني: "توجد علاقة دالة إحصائياً بين درجات عينة الدراسة على مقياس دوافع استخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات الناتجة عن ذلك".

أولاً: الدوافع النفسية والتأثيرات:

أ- التأثيرات المعرفية:

جدول (38) معامل ارتباط بيرسون بين درجات عينة الدراسة على مقياس الدوافع النفسية لاستخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات المعرفية

الدوافع النفسية					
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل	العدد	
دالة عند 0.01	0.000	طردي قوي	0.745	711	التأثيرات

باستخدام معامل ارتباط بيرسون بين درجات عينة الدراسة على مقياس الدوافع النفسية لاستخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات المعرفية، تبين صحة الفرض؛ حيث إن معامل بيرسون يساوي (0.745)، وهو ارتباط طردي قوي حقق مستوى دلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01).

جدول (39) معامل ارتباط سبيرمان بين درجات عينة الدراسة على مقياس الدوافع النفسية لاستخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات المعرفية

الدوافع النفسية					
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل	العدد	
دالة عند 0.01	0.000	طردي قوي	0.751	711	التأثيرات

باستخدام معامل ارتباط سبيرمان بين درجات عينة الدراسة على مقياس الدوافع النفسية لاستخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات المعرفية، تبين صحة الفرض؛ حيث إن معامل سبيرمان يساوي (0.751)، وهو ارتباط طردي قوي حقق مستوى دلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01).

ب- التأثيرات الوجدانية:

جدول (40) معامل ارتباط بيرسون بين درجات عينة الدراسة على مقياس الدوافع النفسية لاستخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات الوجدانية

الدوافع النفسية					
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل	العدد	
دالة عند 0.01	0.000	طردي متوسط	0.648	711	التأثيرات

باستخدام معامل ارتباط بيرسون بين درجات عينة الدراسة على مقياس الدوافع النفسية لاستخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات الوجدانية، تبين صحة الفرض؛ حيث إن معامل بيرسون يساوي (0.642)، وهو ارتباط طردي متوسط حقق مستوى دلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01).

جدول (41) معامل ارتباط سبيرمان بين درجات عينة الدراسة على مقياس الدوافع النفسية لاستخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات الوجدانية

الدوافع النفسية					التأثيرات
العدد	معامل	نوع الارتباط	مستوى الدلالة		
711	0.648	طردي متوسط	0.000	دالة عند 0.01	

باستخدام معامل ارتباط سبيرمان بين درجات عينة الدراسة على مقياس الدوافع النفسية لاستخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات الوجدانية، تبين صحة الفرض؛ حيث إن معامل سبيرمان يساوي (0.648)، وهو ارتباط طردي متوسط حقق مستوى دلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01).

ج- التأثيرات السلوكية:

جدول (42) معامل ارتباط بيرسون بين درجات عينة الدراسة على مقياس الدوافع النفسية لاستخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات السلوكية

الدوافع النفسية					التأثيرات
العدد	معامل	نوع الارتباط	مستوى الدلالة		
711	0.522	طردي متوسط	0.000	دالة عند 0.01	

باستخدام معامل ارتباط بيرسون بين درجات عينة الدراسة على مقياس الدوافع النفسية لاستخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات السلوكية، تبين صحة الفرض؛ حيث إن معامل بيرسون يساوي (0.522)، وهو ارتباط طردي متوسط حقق مستوى دلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01).

جدول (43) معامل ارتباط سبيرمان بين درجات عينة الدراسة على مقياس الدوافع النفعية لاستخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات السلوكية

الدوافع النفعية					
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل	العدد	
دالة عند 0.01	0.000	طردي متوسط	0.521	711	التأثيرات

باستخدام معامل ارتباط سبيرمان بين درجات عينة الدراسة على مقياس الدوافع النفعية لاستخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات السلوكية، تبين صحة الفرض؛ حيث إن معامل سبيرمان يساوي (0.521)، وهو ارتباط طردي متوسط حقق مستوى دلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01).

ثانياً: الدوافع الطقوسية والتأثيرات:

أ- التأثيرات المعرفية:

جدول (44) معامل ارتباط بيرسون بين درجات عينة الدراسة على مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات المعرفية

الدوافع الطقوسية					
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل	العدد	
دالة عند 0.01	0.000	طردي متوسط	0.529	711	التأثيرات

باستخدام معامل ارتباط بيرسون بين درجات عينة الدراسة على مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات المعرفية، تبين صحة الفرض؛ حيث إن معامل بيرسون يساوي (0.529)، وهو ارتباط طردي متوسط حقق مستوى دلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01).

جدول (45) معامل ارتباط سبيرمان بين درجات عينة الدراسة على مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات المعرفية

الدوافع الطقوسية					
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل	العدد	
دالة عند 0.01	0.000	طردي متوسط	0.534	711	التأثيرات

باستخدام معامل ارتباط سبيرمان بين درجات عينة الدراسة على مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات

المعرفية، تبين صحة الفرض؛ حيث إن معامل سبيرمان يساوي (0.534)، وهو ارتباط طردي متوسط حقق مستوى دلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01).

ب- التأثيرات الوجدانية:

جدول (46) معامل ارتباط بيرسون بين درجات عينة الدراسة على مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات الوجدانية

الدوافع الطقوسية					التأثيرات
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل	العدد	
دالة عند 0.01	0.000	طردي متوسط	0.446	711	

باستخدام معامل ارتباط بيرسون بين درجات عينة الدراسة على مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات الوجدانية، تبين صحة الفرض؛ حيث إن معامل بيرسون يساوي (0.446)، وهو ارتباط طردي متوسط حقق مستوى دلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01).

جدول (47) معامل ارتباط سبيرمان بين درجات عينة الدراسة على مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات الوجدانية

الدوافع الطقوسية					التأثيرات
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل	العدد	
دالة عند 0.01	0.000	طردي متوسط	0.442	711	

باستخدام معامل ارتباط سبيرمان بين درجات عينة الدراسة على مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات الوجدانية، تبين صحة الفرض؛ حيث إن معامل سبيرمان يساوي (0.442)، وهو ارتباط طردي متوسط حقق مستوى دلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01).

ج- التأثيرات السلوكية:

جدول (48) معامل ارتباط بيرسون بين درجات عينة الدراسة على مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات السلوكية

الدوافع الطقوسية					التأثيرات
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل	العدد	
دالة عند 0.01	0.000	طردي ضعيف	0.384	711	

باستخدام معامل ارتباط بيرسون بين درجات عينة الدراسة على مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات السلوكية، تبين صحة الفرض؛ حيث إن معامل بيرسون يساوي (0.384)، وهو ارتباط طردي ضعيف حقق مستوى دلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01).

جدول (49) معامل ارتباط سبيرمان درجات عينة الدراسة على مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات السلوكية

الدوافع الطقوسية					التأثيرات
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل	العدد	
دالة عند 0.01	0.000	طردي ضعيف	0.383	711	

باستخدام معامل ارتباط سبيرمان بين درجات عينة الدراسة على مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات السلوكية، تبين صحة الفرض؛ حيث إن معامل سبيرمان يساوي (0.383)، وهو ارتباط طردي ضعيف حقق مستوى دلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01).

الفرض الثالث: "توجد فروق دالة إحصائياً بين عينة الدراسة على مقياس التأثيرات الناتجة عن الاستخدام حسب متغيرات (النوع - السن - المستوى التعليمي)".

أولاً: اختبار "ت" "t-test" للنوع على مقياس التأثيرات الناتجة عن استخدام فيديوهات تيك توك:

جدول (50) اختبار "t-test" للنوع على مقياس التأثيرات الناتجة عن استخدام فيديوهات تيك توك

مستوى الدلالة SIG		درجة الحرية	قيمة t	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المجموعات	التأثيرات
دالة عند 0.01	0.000	710	10.036-	0.7245	2.0789	355	ذكر	المعرفية
				0.6648	1.6685	356	أنثى	
دالة عند 0.01	0.000	710	15.386-	0.6323	2.1352	355	ذكر	الوجدانية
				0.6029	1.882	356	أنثى	
دالة عند 0.01	0.000	710	13.25-	0.6169	2.11	355	ذكر	السلوكية
				0.637	1.795	356	أنثى	

تشير نتائج تطبيق "t-test" حسب البيانات الموجودة في الجدول السابق إلى صحة الفرض؛ بوجود فروق دالة إحصائية بين عينة الدراسة على مقياس التأثيرات الناتجة عن استخدام فيديوهات تيك توك حسب النوع، وفقاً لما يلي: وجود فروق بين عينة الدراسة على مقياس التأثيرات المعرفية، حيث كانت قيمة "ت" (-10.036)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) لصالح الذكور.

وجود فروق بين عينة الدراسة على مقياس التأثيرات الوجدانية، حيث كانت قيمة "ت" (-15.386)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) لصالح الذكور.

وجود فروق بين عينة الدراسة على مقياس التأثيرات السلوكية، حيث كانت قيمة "ت" (-10.036)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) لصالح الذكور.

ثانياً: اختبار "ANOVA" للسن على مقياس التأثيرات الناتجة عن استخدام فيديوهات تيك توك:

جدول (51) اختبار "ف" للسن على مقياس التأثيرات الناتجة عن استخدام فيديوهات تيك توك

مستوى الدلالة SIG		درجة الحرية	قيمة f	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المجموعات	السن
دالة عند 0.01	0.000	710	9.006	0.7397	1.091	278	من 15 سنة إلى أقل من 20	التأثيرات المعرفية
				0.681	1.766	290	من 20 إلى أقل من 30	
				0.7551	1.902	51	من 30 إلى أقل من 40	
				0.705	2.286	70	من 40 إلى أقل من 50	
				0.3016	1.091	11	من 50 إلى أقل من 60	
				0.3015	1.909	11	60 سنة فأكثر	
دالة عند 0.01	0.000	710	16.943	0.626	2.072	278	من 15 سنة إلى أقل من 20	التأثيرات الوجداني
				0.5955	1.87	290	من 20 إلى أقل من 30	
				0.72	1.961	51	من 30 إلى أقل من 40	
				0.4479	2.271	70	من 40 إلى أقل من 50	
				0.3015	1.091	11	من 50 إلى أقل من 60	
				صفر	3	11	60 سنة فأكثر	
دالة عند 0.01	0.000	710	13.055	0.63	2.014	278	من 15 سنة إلى أقل من 20	التأثيرات السلوكية
				0.642	1.797	290	من 20 إلى أقل من 30	
				0.7217	1.863	51	من 30 إلى أقل من 40	
				0.472	2.257	70	من 40 إلى أقل من 50	
				صفر	2	11	من 50 إلى أقل من 60	
				0.3015	2.909	11	60 سنة فأكثر	

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق بين عينة الدراسة على مقياس التأثيرات الناتجة عن استخدام فيديوهات تيك توك حسب متغير السن.

جدول (52) اختبار (LSD) للسن على مقياس التأثيرات المعرفية

مستوى الدلالة SIG		الفرق بين المتوسطين	المقارنة بين المجموعتين	المجموعات	التأثيرات المعرفية
دالة عند 0.05	0.017	0.141	من 20 إلى أقل من 30	من 15 سنة إلى أقل من 20	السن
غير دالة	0.966	0.0045	من 30 إلى أقل من 40		
دالة عند 0.01	0.000	0.37924-	من 40 إلى أقل من 50		
دالة عند 0.01	0.000	0.81557	من 50 إلى أقل من 60		
غير دالة	0.990	0.00262-	60 سنة فأكثر	من 20 إلى أقل من 30	
غير دالة	0.203	0.13644-	من 30 إلى أقل من 40		
دالة عند 0.01	0.000	0.5202-	من 40 إلى أقل من 50		
دالة عند 0.01	0.002	0.67461	من 50 إلى أقل من 60		
غير دالة	0.507	0.14357-	60 سنة فأكثر	من 30 إلى أقل من 40	
دالة عند 0.01	0.003	0.38375-	من 40 إلى أقل من 50		
دالة عند 0.01	0.001	0.81105	من 50 إلى أقل من 60		
غير دالة	0.976	0.00713	60 سنة فأكثر	من 40 إلى أقل من 50	
دالة عند 0.01	0.000	1.19481	من 50 إلى أقل من 60		
غير دالة	0.099	0.3766	60 سنة فأكثر	من 50 إلى أقل من 60	
دالة عند 0.01	0.007	0.81818-	60 سنة فأكثر		

تؤكد نتائج تطبيق "F" ANOVA واختبار "Post Hoc Tests(LSD)" حسب البيانات الموجودة في الجدولين السابقين صحة الفرض؛ بوجود فروق دالة إحصائية بين عينة الدراسة على مقياس التأثيرات المعرفية الناتجة عن التعرض لفيدوهات تيك توك حسب السن؛ حيث كانت قيمة "F" (9.006)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01)، كما يتضح فيما يلي:

وجود فروق بين الفئة العمرية (من 15 سنة إلى أقل من 20) والفئة العمرية (من 20 إلى أقل من 30) لصالح (من 15 سنة إلى أقل من 20)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 15 سنة إلى أقل من 20)، والفئة العمرية (من 40 إلى أقل من 50) لصالح (من 40 إلى أقل من 50)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 15 سنة إلى أقل من 20) والفئة العمرية (من 50 إلى أقل من 60) لصالح (من 15 إلى أقل من 20)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 20 سنة إلى أقل من 30) والفئة العمرية (من 40 إلى أقل من 50) لصالح (من 40 إلى أقل من 50)، ووجود فروق بين الفئة

العمرية (من 20 سنة إلى أقل من 30) والفئة العمرية (من 50 إلى أقل من 60) لصالح (من 20 إلى أقل من 20)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 30 إلى أقل من 40) والفئة العمرية (من 40 إلى أقل من 50)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 30 إلى أقل من 40) والفئة العمرية (من 50 إلى أقل من 60) لصالح (من 30 إلى أقل من 40)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 40 إلى أقل من 50) والفئة العمرية (من 50 إلى أقل من 60) لصالح (من 40 إلى أقل من 50)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 40 إلى أقل من 50) والفئة العمرية (من 50 إلى أقل من 60) لصالح (من 40 إلى أقل من 50)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 40 إلى أقل من 50) والفئة العمرية (من 50 إلى أقل من 60) لصالح (من 40 إلى أقل من 50).

جدول (53) اختبار (LSD) للسن على مقياس التأثيرات الوجدانية

مستوى الدلالة SIG		الفرق بين المتوسطين	المقارنة بين المجموعتين	المجموعات	التأثيرات الوجدانية
0.01 دالة عند	0.000	0.18229	من 20 إلى أقل من 30	من 15 سنة إلى أقل من 20	السن
غير دالة	0.222	0.11116	من 30 إلى أقل من 40		
0.05 دالة عند	0.013	0.19949-	من 40 إلى أقل من 50		
0.01 دالة عند	0.000	0.98103	من 50 إلى أقل من 60		
0.01 دالة عند	0.000	0.92806-	60 سنة فأكثر	من 20 إلى أقل من 30	
غير دالة	0.433	0.07113-	من 30 إلى أقل من 40		
0.01 دالة عند	0.000	0.38177-	من 40 إلى أقل من 50		
0.01 دالة عند	0.000	0.79875	من 50 إلى أقل من 60		
0.01 دالة عند	0.000	1.11034-	60 سنة فأكثر	من 30 إلى أقل من 40	
0.01 دالة عند	0.005	0.31064-	من 40 إلى أقل من 50		
0.01 دالة عند	0.000	0.86988	من 50 إلى أقل من 60		
0.01 دالة عند	0.000	1.03922-	60 سنة فأكثر	من 40 إلى أقل من 50	
0.01 دالة عند	0.000	1.18052	من 50 إلى أقل من 60		
0.01 دالة عند	0.000	0.72857-	60 سنة فأكثر	من 50 إلى أقل من 60	
0.01 دالة عند	0.000	1.90909-	60 سنة فأكثر		

تؤكد نتائج تطبيق "F" ANOVA واختبار "Post Hoc Tests (LSD)" حسب البيانات الموجودة في الجدولين السابقين صحة الفرض؛ بوجود فروق دالة إحصائية بين

عينة الدراسة على مقياس التأثيرات الوجدانية الناتجة عن التعرض لفيدويوهات تيك توك حسب السن؛ حيث كانت قيمة "F" (16.943)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01)، كما يلي:

وجود فروق بين الفئة العمرية (من 15 سنة إلى أقل من 20) والفئة العمرية (من 20 إلى أقل من 30) لصالح (من 15 سنة إلى أقل من 20)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 15 سنة إلى أقل من 20) والفئة العمرية (من 40 إلى أقل من 50) لصالح (من 40 إلى أقل من 50)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 15 سنة إلى أقل من 20) والفئة العمرية (60 سنة فأكثر) لصالح (60 سنة فأكثر)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 20 سنة إلى أقل من 30) والفئة العمرية (من 40 إلى أقل من 50) لصالح (من 40 إلى أقل من 50)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 20 سنة إلى أقل من 30) والفئة العمرية (من 50 إلى أقل من 60) لصالح (من 50 إلى أقل من 60)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 20 سنة إلى أقل من 30) والفئة العمرية (من 30 إلى أقل من 40) لصالح (من 30 إلى أقل من 40)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 20 سنة إلى أقل من 30) والفئة العمرية (من 40 إلى أقل من 50) لصالح (من 40 إلى أقل من 50)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 30 إلى أقل من 40) والفئة العمرية (من 40 إلى أقل من 50) لصالح (من 40 إلى أقل من 50)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 30 إلى أقل من 40) والفئة العمرية (من 50 إلى أقل من 60) لصالح (من 50 إلى أقل من 60)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 30 إلى أقل من 40) والفئة العمرية (من 60 سنة فأكثر) لصالح (من 60 سنة فأكثر)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 40 إلى أقل من 50) والفئة العمرية (من 50 إلى أقل من 60) لصالح (من 50 إلى أقل من 60)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 40 إلى أقل من 50) والفئة العمرية (من 60 سنة فأكثر) لصالح (من 60 سنة فأكثر)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 40 إلى أقل من 50) والفئة العمرية (من 60 سنة فأكثر) لصالح (من 60 سنة فأكثر).

جدول (54) اختبار (LSD) للسن على مقياس التأثيرات السلوكية

مستوى الدلالة SIG		الفرق بين المتوسطين	المقارنة بين المجموعتين	المجموعات	التأثيرات السلوكية
دالة عند 0.01	0.000	0.21784	من 20 إلى أقل من 30	من 15 سنة إلى أقل من 20	السن
غير دالة	0.109	0.15164	من 30 إلى أقل من 40		
دالة عند 0.01	0.004	0.24275-	من 40 إلى أقل من 50		
غير دالة	0.94	0.01439	من 50 إلى أقل من 60		
دالة عند 0.01	0.000	0.8947-	60 سنة فأكثر	من 20 إلى أقل من 30	
غير دالة	0.482	0.06619-	من 30 إلى أقل من 40		
دالة عند 0.01	0.000	0.46059-	من 40 إلى أقل من 50		
غير دالة	0.286	0.20345-	من 50 إلى أقل من 60	من 30 إلى أقل من 40	
دالة عند 0.01	0.000	1.11254-	60 سنة فأكثر		
دالة عند 0.01	0.001	0.3944-	من 40 إلى أقل من 50		
غير دالة	0.506	0.13725-	من 50 إلى أقل من 60	من 40 إلى أقل من 50	
دالة عند 0.01	0.000	1.04635-	60 سنة فأكثر		
غير دالة	0.202	0.25714	من 50 إلى أقل من 60		
دالة عند 0.01	0.001	0.65195-	60 سنة فأكثر	من 50 إلى أقل من 60	
دالة عند 0.01	0.001	0.90909-	60 سنة فأكثر		

تؤكد نتائج تطبيق "F" ANOVA واختبار "Post Hoc Tests(LSD)"

حسب البيانات الموجودة في الجدولين السابقين صحة الفرض؛ بوجود فروق دالة إحصائية بين عينة الدراسة على مقياس التأثيرات السلوكية الناتجة عن التعرض لفيدوهات تيك توك حسب السن؛ حيث كانت قيمة "F" (13.055)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01)، كما يلي:

وجود فروق بين الفئة العمرية (من 15 سنة إلى أقل من 20) والفئة العمرية (من 20 إلى أقل من 30) لصالح (من 15 سنة إلى أقل من 20)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 15 سنة إلى أقل من 20) والفئة العمرية (من 40 إلى أقل من 50) لصالح (من 40 إلى أقل من 50)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 15 سنة إلى أقل من 20) والفئة العمرية (من 60 سنة فأكثر)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 20 سنة إلى أقل من 30) والفئة العمرية (من 40 إلى أقل من 50) لصالح (من 40 إلى أقل من 50)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 20 سنة إلى أقل من 50) لصالح (من 40 إلى أقل من 50).

إلى أقل من 30) والفئة العمرية (60 سنة فأكثر) لصالح (60 سنة فأكثر)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 30 إلى أقل من 40) والفئة العمرية (من 40 إلى أقل من 50) لصالح (من 40 إلى أقل من 50)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 30 إلى أقل من 40) والفئة العمرية (60 سنة فأكثر) لصالح (60 سنة فأكثر)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 40 إلى أقل من 50) والفئة العمرية (60 سنة فأكثر) لصالح (60 سنة فأكثر)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 40 إلى أقل من 50) والفئة العمرية (60 سنة فأكثر)، ووجود فروق بين الفئة العمرية (من 40 إلى أقل من 50) والفئة العمرية (60 سنة فأكثر).

ثالثاً: اختبار " ف " للمستوى التعليمي على مقياس التأثيرات الناتجة عن استخدام فيديوهات تيك توك:

جدول (55) اختبار " ف " للمستوى التعليمي على مقياس التأثيرات الناتجة عن استخدام تيك توك

مستوى الدلالة SIG		درجة الحرية	قيمة f	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المجموعات	السن
دالة عند 0.01	0.000	710	38.613	0.56061	2.4529	35	يقرأ ويكتب	التأثيرات المعرفية
				0.51445	2.2093	43	مؤهل متوسط	
				0.46576	1.9286	28	مؤهل فوق متوسط	
				0.63488	1.6618	482	مؤهل جامعي	
				0.4679	2.6905	42	مؤهل فوق جامعي	
				0.6469	1.625	24	ماجستير	
				0.84738	2.4737	57	دكتوراة	
دالة عند 0.01	0.000	710	21.989	0.35504	2.8571	35	يقرأ ويكتب	التأثيرات الوجداني
				0.50028	2.186	43	مؤهل متوسط	
				0.3849	2	28	مؤهل فوق متوسط	
				0.59932	1.8693	482	مؤهل جامعي	
				0.4153	2.2143	42	مؤهل فوق جامعي	
				0.28233	2.0833	24	ماجستير	
				0.81265	2.3509	57	دكتوراة	
دالة عند 0.01	0.000	710	28.362	0.35504	2.8571	35	يقرأ ويكتب	التأثيرات السلوكية
				0.1525	1.9767	43	مؤهل متوسط	
				0.42879	1.9643	28	مؤهل فوق متوسط	

مستوى الدلالة SIG	درجة الحرية	قيمة f	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المجموعات	السن
			0.61186	1.7967	482	مؤهل جامعي	
			0.50376	2.4524	42	مؤهل فوق جامعي	
			0.50361	2.4167	24	ماجستير	
			0.75758	2.1228	57	دكتوراة	

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق بين عينة الدراسة على مقياس التأثيرات الناتجة عن استخدام فيديوها تيك توك حسب متغير المستوى التعليمي.

جدول (56) اختبار (LSD) للمستوى التعليمي على مقياس التأثيرات المعرفية

مستوى الدلالة SIG		الفرق بين المتوسطين	المقارنة بين المجموعتين	المجموعات	التأثيرات المعرفية
دالة عند 0.05	0.021	0.33355	مؤهل متوسط	يقرأ ويكتب	المستوى التعليمي
دالة عند 0.01	0.000	0.61429	مؤهل فوق متوسط		
دالة عند 0.01	0.000	0.88103	مؤهل جامعي		
غير دالة	0.307	-0.14762	مؤهل فوق جامعي		
دالة عند 0.01	0.000	0.91786	ماجستير		
غير دالة	0.61	0.06917	دكتوراة		
غير دالة	0.067	0.28073	مؤهل فوق متوسط	مؤهل متوسط	
دالة عند 0.01	0.000	0.54748	مؤهل جامعي		
دالة عند 0.01	0.000	-0.48117	مؤهل فوق جامعي		
دالة عند 0.01	0.000	0.5843	ماجستير		
دالة عند 0.05	0.038	-0.26438	دكتوراة	مؤهل فوق متوسط	
دالة عند 0.05	0.03	0.26675	مؤهل جامعي		
دالة عند 0.01	0.000	-0.7619	مؤهل فوق جامعي		
غير دالة	0.084	0.30357	ماجستير		
دالة عند 0.01	0.000	-0.54511	دكتوراة	مؤهل جامعي	
دالة عند 0.01	0.000	-1.02865	مؤهل فوق جامعي		
غير دالة	0.78	.03683	ماجستير		
دالة عند 0.01	0.000	-0.81186	دكتوراة		
دالة عند 0.01	0.000	-1.06548	ماجستير	مؤهل فوق جامعي	
غير دالة	0.092	0.21679	دكتوراة		
دالة عند 0.01	0.000	-0.84868	دكتوراة		

تؤكد نتائج تطبيق "F" ANOVA واختبار "Post Hoc Tests(LSD)" حسب البيانات الموجودة في الجدولين السابقين صحة الفرض؛ بوجود فروق دالة إحصائية بين عينة الدراسة على مقياس التأثيرات المعرفية الناتجة عن التعرض لفيدويوهات تيك توك حسب السن؛ حيث كانت قيمة "F" (38.613)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01)، كما يلي:

وجود فروق بين فئة (يقرأ ويكتب) وفئة (مؤهل متوسط) لصالح (يقرأ ويكتب)، ووجود فروق بين فئة (يقرأ ويكتب) وفئة (مؤهل فوق متوسط) لصالح (يقرأ ويكتب)، ووجود فروق بين فئة (يقرأ ويكتب) وفئة (مؤهل جامعي) لصالح (يقرأ ويكتب)، ووجود فروق بين فئة (يقرأ ويكتب) وفئة (ماجستير) لصالح (يقرأ ويكتب)، ووجود فروق بين فئة (مؤهل متوسط) وفئة (مؤهل جامعي) لصالح (مؤهل متوسط)، ووجود فروق بين فئة (مؤهل متوسط) وفئة (مؤهل فوق جامعي) لصالح (مؤهل فوق جامعي)، ووجود فروق بين فئة (مؤهل متوسط) وفئة (ماجستير) لصالح (مؤهل متوسط)، ووجود فروق بين فئة (مؤهل متوسط) وفئة (دكتورة) لصالح (دكتورة)، ووجود فروق بين فئة (مؤهل فوق متوسط) وفئة (مؤهل جامعي) لصالح (مؤهل فوق متوسط)، ووجود فروق بين فئة (مؤهل فوق متوسط) وفئة (مؤهل فوق جامعي) لصالح (مؤهل فوق جامعي)، ووجود فروق بين فئة (مؤهل فوق متوسط) وفئة (دكتورة) لصالح (دكتورة)، ووجود فروق بين فئة (مؤهل جامعي) وفئة (مؤهل فوق جامعي) لصالح (مؤهل فوق جامعي)، ووجود فروق بين فئة (مؤهل جامعي) وفئة (ماجستير) لصالح (ماجستير)، ووجود فروق بين فئة (ماجستير) وفئة (دكتورة) لصالح (دكتورة).

جدول (57) اختبار (LSD) للمستوى التعليمي على مقياس التأثيرات الوجدانية

مستوى الدلالة SIG		الفرق بين المتوسطين	المقارنة بين المجموعتين	المجموعات	التأثيرات الوجدانية
دالة عند 0.01	0.000	0.6711	مؤهل متوسط	يقرأ ويكتب	المستوى التعليمي
دالة عند 0.01	0.000	0.85714	مؤهل فوق متوسط		
دالة عند 0.01	0.000	0.98785	مؤهل جامعي		
دالة عند 0.01	0.000	0.64286	مؤهل فوق جامعي		
دالة عند 0.01	0.000	0.77381	ماجستير		
دالة عند 0.01	0.000	0.50627	دكتوراة		
غير دالة	0.188	0.18605	مؤهل فوق متوسط	مؤهل متوسط	
دالة عند 0.01	0.001	0.31675	مؤهل جامعي		
غير دالة	0.823	0.02824-	مؤهل فوق جامعي		
غير دالة	0.488	0.10271	ماجستير		
غير دالة	0.16	0.16483-	دكتوراة	مؤهل فوق متوسط	
غير دالة	0.247	0.13071	مؤهل جامعي		
غير دالة	0.131	0.21429-	مؤهل فوق جامعي		
غير دالة	0.606	0.08333-	ماجستير	مؤهل جامعي	
دالة عند 0.01	0.009	0.35088-	دكتوراة		
دالة عند 0.01	0.000	0.34499-	مؤهل فوق جامعي	مؤهل جامعي	
غير دالة	0.078	0.21404-	ماجستير		
دالة عند 0.01	0.000	0.48158-	دكتوراة	مؤهل فوق جامعي	
غير دالة	0.379	0.13095	ماجستير		
غير دالة	0.248	0.13659-	دكتوراة	ماجستير	
غير دالة	0.059	0.26754-	دكتوراة		

تؤكد نتائج تطبيق "ANOVA F" واختبار "Post Hoc Tests(LSD)" حسب البيانات الموجودة في الجدولين السابقين صحة الفرض؛ بوجود فروق دالة إحصائية بين عينة الدراسة على مقياس التأثيرات الوجدانية الناتجة عن التعرض لفيدويوهات تيك توك حسب السن؛ حيث كانت قيمة "F" (21.989)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01)، كما يلي:

وجود فروق بين فئة (يقرأ ويكتب) وفئة (مؤهل متوسط) لصالح (يقرأ ويكتب)، ووجود فروق بين فئة (يقرأ ويكتب) وفئة (مؤهل فوق متوسط) لصالح (يقرأ ويكتب)، ووجود فروق بين فئة (يقرأ ويكتب) وفئة (مؤهل جامعي) لصالح (يقرأ ويكتب)، ووجود

فروق بين فئة (يقرأ ويكتب) وفئة (ماجستير) لصالح (يقرأ ويكتب)، ووجود فروق بين فئة (يقرأ ويكتب) وفئة (دكتورة) لصالح (يقرأ ويكتب)، ووجود فروق بين فئة (مؤهل متوسط) وفئة (مؤهل جامعي) لصالح (مؤهل متوسط)، ووجود فروق بين فئة (مؤهل فوق متوسط) وفئة (دكتورة) لصالح (دكتورة)، ووجود فروق بين فئة (مؤهل جامعي) وفئة (مؤهل فوق جامعي) لصالح (مؤهل فوق جامعي)، ووجود فروق بين فئة (مؤهل جامعي) وفئة (دكتورة) لصالح (دكتورة).

جدول (58) اختبار (LSD) للمستوى التعليمي على مقياس التأثيرات السلوكية

مستوى الدلالة SIG		الفرق بين المتوسطين	المقارنة بين المجموعتين	المجموعات	التأثيرات السلوكية
0.01	دالة عند 0.000	0.8804	مؤهل متوسط	يقرأ ويكتب	المستوى التعليمي
0.01	دالة عند 0.000	0.89286	مؤهل فوق متوسط		
0.01	دالة عند 0.000	1.06046	مؤهل جامعي		
0.01	دالة عند 0.002	0.40476	مؤهل فوق جامعي		
0.01	دالة عند 0.004	0.44048	ماجستير		
0.01	دالة عند 0.000	0.73434	دكتورة		
	غير دالة 0.93	0.01246	مؤهل فوق متوسط	مؤهل متوسط	
	غير دالة 0.052	0.18006	مؤهل جامعي		
0.01	دالة عند 0.000	0.47564-	مؤهل فوق جامعي		
0.01	دالة عند 0.003	0.43992-	ماجستير		
	غير دالة 0.215	0.14606-	دكتورة	مؤهل فوق متوسط	
0.01	دالة عند 0.139	0.16761	مؤهل جامعي		
0.01	دالة عند 0.001	0.4881-	مؤهل فوق جامعي		
0.01	دالة عند 0.005	0.45238-	ماجستير		
	غير دالة 0.239	0.15852-	دكتورة	مؤهل جامعي	
0.01	دالة عند 0.000	0.6557-	مؤهل فوق جامعي		
0.01	دالة عند 0.000	0.61999-	ماجستير		
0.01	دالة عند 0.000	0.32613-	دكتورة	مؤهل فوق جامعي	
	غير دالة 0.811	0.03571	ماجستير		
0.01	دالة عند 0.006	0.32957	دكتورة	ماجستير	
0.05	دالة عند 0.038	0.29386	دكتورة		

تؤكد نتائج تطبيق "F" ANOVA واختبار "Post Hoc Tests(LSD)" حسب البيانات الموجودة في الجدولين السابقين صحة الفرض؛ بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة على مقياس التأثيرات السلوكية الناتجة عن التعرض لفيدويوهات تيك توك حسب السن؛ حيث كانت قيمة "F" (28.362)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01)، كما يلي:

وجود فروق بين فئة (يقرأ ويكتب) وفئة (مؤهل متوسط) لصالح (يقرأ ويكتب)، ووجود فروق بين فئة (يقرأ ويكتب) وفئة (مؤهل فوق متوسط) لصالح (يقرأ ويكتب)، ووجود فروق بين فئة (يقرأ ويكتب) وفئة (مؤهل جامعي) لصالح (يقرأ ويكتب)، ووجود فروق بين فئة (يقرأ ويكتب) وفئة (ماجستير) لصالح (يقرأ ويكتب)، ووجود فروق بين فئة (يقرأ ويكتب) وفئة (دكتورة) لصالح (دكتورة)، ووجود فروق بين فئة (مؤهل متوسط) وفئة (مؤهل فوق جامعي) لصالح (مؤهل فوق جامعي)، ووجود فروق بين فئة (مؤهل متوسط) وفئة (ماجستير) لصالح (ماجستير)، ووجود فروق بين فئة (مؤهل فوق متوسط) وفئة (مؤهل فوق جامعي) لصالح (مؤهل فوق جامعي)، ووجود فروق بين فئة (مؤهل فوق متوسط) وفئة (ماجستير) لصالح (ماجستير)، ووجود فروق بين فئة (مؤهل جامعي) وفئة (مؤهل فوق جامعي) لصالح (مؤهل فوق جامعي)، ووجود فروق بين فئة (مؤهل جامعي) وفئة (ماجستير) لصالح (ماجستير)، ووجود فروق بين فئة (مؤهل جامعي) وفئة (دكتورة) لصالح (دكتورة)، ووجود فروق بين فئة (ماجستير) وفئة (دكتورة) لصالح (دكتورة).

خاتمة الدراسة (موجز النتائج والتوصيات)

موجز النتائج:

1. يتابع تطبيق تيك توك من الذكور دائماً 30.7% ونسبة 11.8% من الإناث، وأحياناً 44.5% من الذكور، و26.7% من الإناث، ونادراً 24.8% من الذكور، و61.5% من الإناث.

2. تفضل عينة الدراسة على تطبيق التيك توك: مقاطع إنشاد إسلامي مصحوبة بصور، ومقاطع أغانٍ مصحوبة بصور، ومقاطع أوعية أو أقوال مأثورة مصحوبة بصور، ومقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بأصوات لشخصيات

- عامة، ومقاطع من أعمال درامية مصحوبة بأصوات أشخاص، ومقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال درامية، ومقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بأصوات لشخصيات عامة، ومقاطع من أعمال درامية مصحوبة بصوت أشخاص، ومقاطع من إنتاج أشخاص مصحوبة بصوت من أعمال درامية؛ وهي في مجملها أشكال الفيديوهات التي وردت في تحليل تيك توك.
3. توجد علاقة دالة إحصائياً بين درجات عينة الدراسة على مقياس استخدام فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية.
4. توجد أيضاً علاقة دالة إحصائياً بين درجات عينة الدراسة على مقياس دوافع استخدام (نفعية - طقوسية) فيديوهات تيك توك ودرجاتهم على مقياس التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، وتوجد فروق دالة إحصائياً بين عينة الدراسة على مقياس التأثيرات الناتجة عن الاستخدام حسب متغيرات "النوع - السن - المستوى التعليمي".
5. جاء تأثير الاعتماد على تطبيق تيك توك مصدراً للمعلومات وبيان أهمية القيم المجتمعية مثل الأمانة والمساواة والتسامح بنسبة 66.9%، وجاء اكتساب المعلومات وإزالة الغموض عن كثير من القضايا الشائكة بنسبة 62.9%، كما جاء العمل على ترتيب أولويات التعامل مع مشكلاتي الحياتية بنسبة 61.6%، والإسهام في تكوين وجهة نظر ورأي تجاه القضايا الراهنة بنسبة 60.1%، والإسهام في تكوين بعض المعتقدات حول الوطن والوطنية بنسبة 59.1%.
6. كما جاءت نتائج التأثيرات السلوكية لاعتماد عينة الدراسة على تطبيق تيك توك مصدراً للمعلومات على النحو: الإسهام في التوجيه نحو السلوكيات الإيجابية، مثل المحافظة على النظافة ومساعدة المحتاجين، بنسبة 71.2%، أدى إلى ترك بعض السلوكيات السلبية مثل التدخين والمخدرات بنسبة 64.7%.

توصيات الدراسة:

بعد التوصل إلى النتائج السابق عرضها، توصى الدراسة بما يلي:

1- للمسؤولين عن الإعلام:

- يجب الاستفادة من تطبيق تيك توك في الترويج لإنجازات الدولة المصرية بواسطة هذا التطبيق.
- توعية الشباب بالتطبيق وأهمية العمل من أجل تنمية الدولة المصرية.
- الاستفادة من التطبيق في حملات محاربة الظواهر السلبية.
- محاولة الاستفادة من تطبيق تيك توك كمنصة تعليمية ودمجه ضمن الوسائل التعليمية المهمة.

2- للمسؤولين عن التربية:

- توعية الشباب بأهمية الاستخدام النافع لهذا التطبيق.
- محاولة الاستفادة منه في نشر القيم الشرقية والتفاخر بها.
- الاستفادة منه في نشر الثقافة المصرية والمعلومات عن حضارتنا العريقة.
- ضرورة فرض رقابة إلكترونية على المحتوى المقدم عبر تطبيق تيك توك.

مراجع الدراسة:

- (1) كنزة، ولهي (2020). استخدام الشباب لتطبيق التيك توك والإشباع المحققة منه – دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة المسيلة، ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، ص1.
- (2) دنيا، جريو؛ مريم، أعيقة (2020). اتجاهات الشباب نحو استخدام التيك توك وعلاقته بالقيم الاجتماعية، ماجستير غير منشورة، قسم علم النفس وعلوم التربية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، ص4.
- (3) كنزة، ولهي (2020). استخدام الشباب لتطبيق التيك توك والإشباع المحققة منه – دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة المسيلة، مرجع سابق.
- (4) دنيا، جريو؛ مريم، أعيقة (2020). اتجاهات الشباب نحو استخدام التيك توك وعلاقته بالقيم الاجتماعية، مرجع سابق، ص 8-9.
- (5) Dias, Patrícia & Duarte, Alexandre (2022). Tik Tok Practices among Teenagers in Portugal: A Uses & Gratifications Approach, **Journalism and Media**, MDPI, 3, 615–632. <https://doi.org/10.3390/journalmedia3040041>.
- (6) Nuzuli, Ahmad Khairul (2022). Motives for Using Tik Tok in Uses and Gratification Theory Perspective, **Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi**, Vol. 16, No. 1, April 2022, 15-26. DOI: 10.24090.komunika.v16i1.4787.
- (7) كنزة، ولهي (2020). استخدام الشباب لتطبيق التيك توك والإشباع المحققة منه – دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة المسيلة، مرجع سابق.
- (8) مصطفى، بن طيفور؛ باجنيد، أيمن (2019). رهن الهوية الثقافية في زمن العولمة: دراسة تحليلية للعلاقة بين الشباب والثقافة الإلكترونية في الفضاء السيبراني – تطبيق التيك توك نموذجًا، **مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية**، العدد 2، المجلد 4، جوان 2019، ص ص 164 – 177.
- (9) خراب، محمد زكرياء (2019). ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق "تيك توك": رؤية نقدية، **المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام**، العدد 2، المجلد 2، ديسمبر 2019، ص ص 444 – 458.
- (10) Zhao, Hongying & Wagner, Christian (2022). How TikTok leads users to flow experience: investigating the effects of technology affordances with user experience level and video length as moderators, **The effects of technology affordances**, Accepted 16 June 2022 ,The current issue and full text archive of this journal is available on Emerald Insight at: <https://www.emerald.com/insight/1066-2243.htm>.
- (11) COYLE, RONALD ERIC (2022). The Impact of Brand Awareness on Purchase Intention Among Consumers Using Social Media, **Degree of Doctor of Philosophy**, (Arizona :the Faculty of the Glenn R. Jones College of Business of Trident University International, a Member of the American Intercontinental University System.

- (12) بخوش، شيماء؛ رتيمي، أسماء (2022). مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب (التيك توك نموذجًا)، *مجلة آفاق لعلم الاجتماع*، عدد 1، مجلد 12، جوان 2022، ص ص 202 : 220.
- (13) محمد، نهلة حلمي (2021). أثر التعرض لبرنامج التيك توك على بعض الخصائص النفسية والسلوكية لدى الأطفال في المجتمع المصري، *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد السابع والخمسون – الجزء الأول- أبريل 2021، ص ص 235 – 388.
- (14) Jaffar, Badriya Abdul; Riaz, Sadia & Mushtaq, Arif (2019). Living in a Moment: Impact of TikTok on Influencing Younger Generation into Micro-Fame, *Journal of Content, Community & Communication* , Amity School of Communication Vol. 10 Year 5, December- 2019, pp. 187-194. DOI: 10.31620/JCCC.12.19/19.
- (15) Alan, M. Rubin, (1983). "Television uses and gratifications: the interaction of viewing patterns and motivation " , *Journal of Briadcasting* , vol.1, No. 27, winter, 1983, p. 38.
- (16) Elizabeth, M. perse & Alan, M. Rubin(1988). "Audience Activity and satisfaction with favorite television soapopera", *Journalism quarterly*, summer 1988, pp. 175:192.
- (17) إسماعيل، محمود حسن (2003). *مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير*، الدار العالمية للنشر، القاهرة، ص ص 279-281.
- (18) أسماء السادة محكمو الاستبانة:
 - أ.د. محمود حسن إسماعيل- أستاذ الإعلام وثقافة الطفل- جامعة عين شمس.
 - أ.م.د. أحمد عادل- أستاذ الإعلام التربوي المساعد- جامعة المنصورة.
 - أ.م.د. محمد السيد طاحون- أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد، معهد الإسكندرية العالي للإعلام.
 - أ.م.د. محمد عثمان- أستاذ الصحافة المساعد، ووكيل معهد الإسكندرية العالي للإعلام.
- (20) مصطفى، بن طيفور؛ باجنيد، أيمن (2019). رهن الهوية الثقافية في زمن العولمة: دراسة تحليلية للعلاقة بين الشباب والثقافة الإلكترونية في الفضاء السيبراني – تطبيق التيك توك نموذجًا، *مرجع سابق*، ص ص 164 – 177.
- (21) بخوش، شيماء؛ رتيمي، أسماء (2022). مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب (التيك توك نموذجًا)، *مرجع سابق*، ص 202.
- (22) Dias, Patrícia & Duarte, Alexandre (2022). TikTok Practices among Teenagers in Portugal: A Uses & Gratifications Approach, *Op. cit*, 623. <https://doi.org/10.3390/journalmedia3040041>.
- (23) كنزة، ولهي (2020). استخدام الشباب لتطبيق التيك توك والإشباع المحققة منه – دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة المسيلة، *مرجع سابق*، ص 52.
- (24) *المرجع السابق*، ص 56.
- (25) Nuzuli, Ahmad Khairul (2022). Motives for Using Tik Tok in Uses and Gratification Theory Perspective, *Op. cit*, p23.

(26) Dias, Patrícia & Duarte, Alexandre (2022).TikTok Practices among Teenagers in Portugal: A Uses & Gratifications Approach, **Op. cit** ,623. <https://doi.org/10.3390/journalmedia3040041>.

(27) خراب، محمد زكرياء (2019). ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق "تيك توك": رؤية نقدية، مرجع سابق، ص449.

References

- Kanza, W. (2020). astikhdam alshabab litatbiq altiik tuk wal'iishbaeat almuhaqqat minh - dirasat maydaniat ealaa eayinat min shabab madinat almasilati, majistir ghayr manshurtin, kuliyat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, jamieat Muhammad Boudiaf, Almasila.
- .Dunya, Jirou; Mariam, Aika (2020). atijahat alshabab nahw astikhdam altiik tuk waealaqatih bialqiam aliajtimaeiati, majistir ghayr manshurtin, qasm ealam alnafs waeulum altarbiati, kuliyat aleulum alansaniat walajtimaeiati, jamieat Muhammad Al-Siddiq Bin Yahya.
- Dias, Patrícia & Duarte, Alexandre (2022). TikTok Practices among Teenagers in Portugal: A Uses & Gratifications Approach, **Journalism and Media**, MDPI, 3, 615–632. <https://doi.org/10.3390/journalmedia3040041>.
- Nuzuli, Ahmad Khairul (2022). Motives for Using Tik Tok in Uses and Gratification Theory Perspective, **Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi**, Vol. 16, No. 1, April 2022, 15-26. DOI: 10.24090.komunika.v16i1.4787.
- -Mustafa, Bin Tayfur (2019). rahin alhuiat althaqafiat fi zaman aleawlamati: dirasat tahliliat lilealaqat bayn alshabab walthaqafat al'iiliktruniat fi alfada' alsiybiranii - tatbiq altiik tuk nmwdhjan, majalat alrisalat lildirasat walbuhuth al'iinsaniati, 2(4), 164 - 177.
- -Kharab, M. (2019). thaqafat aistikhdam waistihlak alshabab aljazayirii litatbiq "tik tuku": ruyat naqdiat, almajalat aljazayiriati libuhuth al'ielam walraay aleami, 2(4), 444 - 458.
- (10) Zhao, Hongying & Wagner, Christian (2022). How TikTok leads users to flow experience: investigating the effects of technology affordances with user experience level and video length as moderators, **The effects of technology affordances**, Accepted 16 June 2022 ,The current issue and full text archive of this journal is available on Emerald Insight at: <https://www.emerald.com/insight/1066-2243.htm>.
- (11) COYLE, RONALD ERIC (2022). The Impact of Brand Awareness on Purchase Intention Among Consumers Using Social Media, **Degree of Doctor of Philosophy**, (Arizona :the Faculty of the Glenn R. Jones College of Business of Trident University International, a Member of the American Intercontinental University System.
- -Bikhawsh, S. (2022). mawaqie altawasul aliajtimaeii wadawriha fi 'iintaj alsuluk alanhirafii ladaa alshabab (altik tuk nmwdhjan), majalat afaq lieilm alaijtimaei, 1(3). 202: 220.
- -Muhammad, N. (2021). 'athar altaearud libarnamaj altiik tawk ealaa baed alkhasayis alnafsiaat walsulukiati ladaa al'atfal fi almujtamae almisrii, majalat albuuhuth al'ielamiati, 57(3), 235 - 388.
- (14) Jaffar, Badriya Abdul; Riaz, Sadia & Mushtaq, Arif (2019). Living in a Moment: Impact of TicTok on Influencing Younger Generation into

Micro-Fame, **Journal of Content, Community & Communication** , Amity School of Communication Vol. 10 Year 5, December- 2019, pp. 187-194. DOI: 10.31620/JCCC.12.19/19.

- (15) Alan, M. Rubin, (1983). "Television uses and gratifications: the interaction of viewing patterns and motivation " , **Journal of Briadcasting** , vol.1, No. 27, winter, 1983, p. 38.
- (16) Elizabeth, M. perse & Alan, M. Rubin(1988). "Audience Activity and satisfaction with favorite television soapopera", **Journalism quarterly, summer** 1988, pp. 175:192.
- -Ismail, M. (2003). mabadi eilm aliatisal wanazariaat altaathiri, aldaar alealamiat lilnashri, Alqahira.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Deputy Editor-in-chief: Dr. Ahmed Salem

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

● Issue 65 April 2023 - part 1

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.