

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



الميدان : العلوم الإنسانية  
شعبة: علوم الإعلام والاتصال  
التخصص: إتصال جماهيري ووسائط جديدة

بعنوان :

## أشكال تفاعل الشباب الجزائري على موقع تيك توك (Tik tok)

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام و الإتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة  
بورقلة

مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر علوم الإعلام والاتصال

إشراف الاستاذة:

نواصرية حميدة

من إعداد الطالبين:

وذان أحمد أمين

العابد بالله معتز

اللجنة المناقشة

أستاذ محاضر (أ) جامعة قاصدي مرباح ورقلة مناقشا

أستاذ محاضر (أ) جامعة قاصدي مرباح ورقلة مشرفة

دكتور جامعة قاصدي مرباح ورقلة رئيسا

قندوز عبد القادر

نواصرية حميدة

بن غنيمة مسعود

السنة الجامعية : 2022/2021



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



الميدان : العلوم الإنسانية  
شعبة: علوم الإعلام والاتصال  
التخصص: إتصال جماهيري ووسائل جديدة

بعنوان :

## أشكال تفاعل الشباب الجزائري على موقع تيك توك (Tik tok)

دراسة ميدانية عينة من طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة

مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر علوم الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذة:

نواصيرية حميدة

من إعداد الطالبين:

وذان أحمد أمين

العابد بالله معتز

السنة الجامعية : 2022/2021

# شكر و عرفان

نحمد الله عز وجل ونشكره أولاً وقبل كل شيء، الذي أنعم علينا بنعمه ووفقنا  
في إنجاز هذا العمل المتواضع .

كما نتقدم بجزيل الشكر إلى الأستاذة المحترمة نواصرية حميدة التي نكن  
لها كل الإحترام و التقدير و التي علمتنا أن الوصول إلى النهاية هو تحقيق  
الهدف الذي لا يكون إلا بالصبر و التفاؤل و الاجتهاد في العمل  
كما أنه من دواعي الوفاء .

و نتوجه بالشكر الجزيل إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد في إنجاز هذه  
المذكرة

و إلى كل من إبتغى مرضاة الله في طلب العلم .





# الإهداء

الحمد لله على نعمة الإسلام وكفى بها نعمة و أعزنا بها ورفع من شأنها  
إلى أولئك الذين أذابوا شموعنا لينبروا لنا طريق العلم و المعرفة إلى تلك  
العيون التي سهرت لتربي و تعلم الأجيال من أجل مستقبل زاهر.  
أهدي ثمرة جهدنا إلى أعز و أغلى ما عندنا في الوجود  
و نبع الحنان الوالدين الكريمين و إخوتنا الأعزاء كل واحد باسمه  
و إلى الذين دعوا لنا بالتوفيق و قدموا  
لنا يد المساعدة في إنجاز هذه المذكرة و الأستاذة المشرفة  
نواصية حميدة .

متمنين من الله عز وجل التوفيق و السداد .

أحمد أمين ، معترف

## **Summary:**

This study, which relied on the theory of symbolic interaction, aims to reveal the forms of interaction of Algerian youth on the Tik Tok website, by studying a sample of users of this application, among students of Ouargla, Faculty of Media and Communication Sciences, second year, Master of Mass Communication and New Media. The study questions are as follows:

Main question:

- ✓ How do Algerian youth interact on Tik Tok?
- ✓ How do young people use Tik Tok?
- ✓ What are the communicative practices of young people in Tik Tok?
- ✓ What are the motives for young people to use Tik Tok?
- ✓ What are the implications of using Tik Tok on the moral principles and values of young people?

Since this study belongs to the descriptive survey studies, we relied on the questionnaire tool to collect information from the respondents, where the questionnaire was divided into four axes, the first axis was students' use of Tik Tok website, the second axis was the communication practices of young people on Tik Tok website, and the third axis was motivated Students' interaction with Tik Tok, and the fourth and final axis were the reflections of using Tik Tok on the moral principles (values) of young people.

A questionnaire was distributed to an intentional sample, estimated at 170 students from the University of Kasdi Merbah, Ouargla, Faculty of Media and Communication, second year, Master of Mass Communication and New Media for the 2022/2023 season.

Where the study concluded that the Tik Tok site works to satisfy the desires through short videos, interact with them, republish them and keep them, in addition to that the site gives them the comfort that they are looking for in social communication.

فہرس



## فهرس المحتويات

الصفحة	العناوين
I	شكر
II	الاهداء
III	ملخص الدراسة
V	الفهرس
VI	فهرس الجداول
VII	فهرس الاشكال
VII	الملاحق
أ	مقدمة
<b>الإطار المنهجي</b>	
2	1_الإشكالية
2	2-أهمية الدراسة
3	3-أسباب اختيار الموضوع
3	4-أهداف الدراسة
3	5-تحديد مصطلحات ومفاهيم الدراسة
9	6- حدود الدراسة
5	7-مجتمع البحث وعينة الدراسة
5	8-منهج الدراسة
7	9-أدوات جمع البيانات
10	10-مدخل النظري للدراسة
12	11- الدراسات السابقة
<b>الجانب التطبيقي</b>	
16	تمهيد
17	تحليل نتائج الاستبيان
41	نتائج الدراسة
46	الخاتمة
48	قائمة المراجع
51	الملاحق

## فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
17	توزيع العينة الدراسة وفق لمتغير الجنس	01
18	توزيع العينة الدراسة وفق لمتغير السن	02
20	توزيع العينة الدراسة وفق لمتغير المستوى المعيشي	03
21	هل تستخدم عادة موقع التيك توك؟	04
22	منذ متى وانت تستخدم التيك توك؟	05
23	ما هي الفترة المناسبة لك للاستخدام التيك توك؟	06
24	ما هو الجهاز الذي تتصفح به موقع التيك توك؟	07
25	كم تستغرق من الوقت عند استخدامك تيك توك؟	08
26	ما نوع صفحتك على التيك توك؟	09
27	ما اسمك على موقع التيك توك؟	10
28	هل تستخدم صورتك الشخصية على موقع التيك توك؟	11
29	ما طبيعة اللغة التي تنشر وتتفاعل بها؟	12
30	ما هي المواضيع التي تقوم بنشرها؟	13
31	هل تستخدم التيك توك من أجل؟	14
32	كيف تتفاعل مع المضامين التي تتصفحها؟	15
33	هل منشوراتك تحظى بمشاهدات عالية؟	16
34	عند تصفحك لموقع تيك توك ماهي المواضيع التي تدفعك للتفاعل؟	17
35	حسب رأيك ماذا يميز التيك توك عن المواقع التواصل الاجتماعي الأخرى؟	18
36	ما هي الاشباع التي حققها استخدامك لموقع التيك توك؟	19
37	هل تؤثر فيديوهات التيك توك على قيم الأخلاقية لديك؟	20
38	هل ترى بأن استخدام موقع التيك توك؟	21
39	ماهي أهم القيم الأخلاقية التي تعززت لديك من خلال فيديوهات التيك توك؟	22
40	كيف تقيم مضامين فيديوهات التيك توك؟	23

## فهرس الاشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
18	توزيع العينة الدراسة وفق لمتغير الجنس	01
19	توزيع العينة الدراسة وفق لمتغير السن	02
21	توزيع العينة الدراسة وفق لمتغير المستوى المعيشي	03

## فهرس الملحق

رقم الملحق	عنوان الملحق
01	استمار الاستبيان
02	مخرجات برنامج SPSS

مقدمة

## مقدمة:

يعيش عالمنا المعاصر مجموعة من التغيرات المتسارعة في مجال الإعلام الإتصال، وتقنية المعلومات، هذا ما يجعلنا نعيش في مجتمع معلوماتي، يعتمد على إنتشار وإبتكار التكنولوجيا الحديثة الجديدة، وتعد شبكة الإنترنت من أهم مظاهر تكنولوجيا الاتصال، التي أحدثت تحولات ضخمة وضجة في عالم الإتصال، حيث أنها ربطت كل أجزاء هذا العالم، وجعلت منه قريه كونية صغيرة، وفتحت مجموعة من الطرق للمجتمعات من أجل التقارب والتعاون وتبادل الآراء والخبرات، كما إستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها، كما أنها لم تتوقف فقط عند خدمات الجيل الأول، بل هناك العديد من الخدمات التي انتقلت إليها كالجيل الثاني، والثالث، والرابع والخامس، التي غيرت من معالم العملية الإتصالية، فبعد أن كان الجمهور فقط سلبي يستفيد ويستقبل من خدمات الانترنت دون تفاعل او مشاركته تحول إلى جمهور فعال ونشط، يساهم في العملية الإتصالية، وأصبح له دور كبير في نقل وإستقبال جميع المعلومات.

وتعد شبكات التواصل الإجتماعية أحد أهم ما أفرزته خدمات الجيل الثاني للإنترنت، والذي يعد نوعا جديدا من أنواع الإتصال الذي نشأ وتبلور في بيئة الإنترنت والتي عرفت إهتماما كبيرا من طرف المستخدمين، لأنها أعطيت لهم فرصة التواصل والتعبير وكذلك تقلص المسافات بين الأفراد، كما أنها أعطت لهم دور بارزا في تحصيل وتحليل الأخبار والمعلومات وتبادلها، بين المستخدمين وذلك من خلال تبادل الفيديوهات والصور والرسائل الصوتية، بين مشتركى شبكة الإنترنت، وخلقنا نوعا من التواصل بين مستخدميها وأصحابها، حيث تعددت شبكات التواصل الإجتماعي على غرار موقع الفيسبوك والتويتر واليوتيوب ... إلخ

ونخص بالذكر تطبيق التيك توك الذي إستطاع لإستقطاب إهتمام الكثير من الشباب وشغفهم وكذلك تربعه على عرش منصات التواصل الإجتماعي في ظرف قياسي منذ 2017، وقد عرف هذا التطبيق إنتشارا واسعا بين المستخدمين خاصة فئة الشباب، الذي يعتبر موجه إليهم بالدرجة الأولى، حيث يقوم مستخدم هذا الموقع بنشر لحظات مختلفة من حياته، عبرا مقاطع فيديو قصيرة تحتوي على موسيقى أو صور مع أصدقائه، ومشاركتهم تفاصيل مختلفة، وذلك للابداع وتفجير المواهب لتحقيق الشهرة وبالإضافة الى إشباع الرغبات الأخرى المتنوعة، وأصبح هذا التطبيق في فترة وجيزة يحل المراتب الأولى، بين التطبيقات الأكثر تحميلا في العالم لذا سنحاول من خلال دراستنا هذه التعرف على أشكال تفاعل الشباب الجزائري على موقع تيك توك وخاصة شباب ورقلة جامعة قاصدي مرباح كلية علوم الإعلام الإتصال قسم سنة ثانية ماستر إتصال جماهيري





ووسائل جديدة إنطلاقاً من تطبيق نظرية التفاعل الرمزي حيث قمنا بتقسيم الموضوع إلى عنصرين وهي كالاتي :

### **الفصل الأول :** جاء مخصصاً للإطار المنهجي للدراسة، حيث قمنا فيه بضبط الإشكالية، وصياغته

التساؤلات، ثم تطرقنا إلى أهميه الدراسة، وأسباب إختيار موضوع الدراسة، كذلك إلى أهداف الدراسة ثم إلى تحديد مصطلحات والمفاهيم، ثم إلى المنهج المستخدم لهذه الدراسة، وتطرقنا كذلك إلى مجتمع البحث، وعينة الدراسة، والى أدوات جمع البيانات وحدود الدراسة، ثم في الاخير تطرقنا إلى مدخل النظري للدراسة، وكذلك الدراسات السابقة.

### **الفصل الثاني :** هو الجانب الميداني للدراسة الذي يشمل الجداول الإحصائية التي تحصل عليها بعد

إستناداً إلى إستمارة الإستبيان التي تم توزيعها، وكذلك تحليل البيانات المتحصل عليها كيميا وكيفياً، ثم النتائج العامة للدراسة والتوصيات المقدمة في الدراسة، وفي الأخير تطرقنا إلى خاتمة كمحصلة نهائية للدراسة.

# الفصل الأول

## الجانب المنهجي

- الإشكالية
- أهمية الدراسة
- أسباب إختيار الموضوع
- أهداف الدراسة
- تحديد المصطلحات والمفاهيم
- منهج الدراسة
- مجتمع البحث عينة الدراسة
- حدود الدراسة
- أدوات جمع البيانات
- مدخل النظري للدراسة
- الدراسات السابقة

## 1. الإشكالية:

أصبحت شبكات التواصل الإجتماعي الحيز الذي يستخدمه فئة الشباب بإعتبارها وسيلة سريعة للتواصل بينهم فقد يسرت لهم إحتياجاتهم المختلفة من الأفكار والتواصل والمشاركات والتزويد بالأخبار كما أنها توفر لهم مساحة للترفيه عن النفس والتسلية ومن هذا المنطق ساعدت شبكات التواصل الإجتماعي لإعطاء قدر مناسب من المواقع والتطبيقات التي تدعم التواصل والمشاركة مع الأصدقاء حول العالم وكان من أبرز هذه التطبيقات والمواقع في الآونة الأخيرة والتي أحدثت ضجة بين الشباب وأصبح يستخدمها مختلف الأشخاص ألا وهو تطبيق تيك توك (tik tok) فهو الآن الحدث الذي يثير الشباب ومختلف فيه مستخدمي هذا التطبيق في الجزائر وباقي دول العالم فهو تطبيق لمشاركة الفيديوهات ومقاطع القصيرة من خلال الهواتف الذكية ويهدف تطبيق تيك توك (tik tok) إلى الإبداع وكذا وضع تفاصيل ومشاركة لحظات مختلفة من الفيديوهات وموسيقى ورقص وأصوات من خلال الهواتف وقد سعيينا الى كشف اشكال تفاعل الشباب و مختلف الممارسات الاتصالية لهم على موقع التيك توك (tik tok) ومن هنا نطرح الإشكال التالي :

- فيما تتمثل أشكال تفاعل الشباب على موقع التواصل الإجتماعي (tik tok) ؟

### التساؤلات الفرعية :

من أجل الإجابة على السؤال وتحديد أبرز العناصر الضرورية لبحثنا قمنا بطرح التساؤلات التالية:

- كيف يستخدم الشباب موقع تيك توك ؟
- ما هي الممارسات الاتصالية للشباب على موقع التيك توك ؟
- فيما تتمثل دوافع استخدام الشباب موقع التيك توك ؟
- ما هي انعكاسات استخدام موقع التيك توك على القيم الأخلاقية للشباب ؟

## 2. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة بأنها تنفرد بموضوع أشكال تفاعل الشباب الجزائري على موقع تيك توك (tik tok) ومحاوله مختلف الأشكال و الآثار التي تترتب عن إستخدام هذا الموقع وكذا التفاعل بالإضافة إلي أن هذه الدراسة تبحث في التفاعل بالنسبة لفئة الطلبة وخاصة عند إستخدام التطبيق في أواسط الطلبة وتزايد الإقبال عليه كما أن هذه الدراسة تطمح إلى تكوين قاعدة معلومات وبيانات علمية حول موضوع شبكات التواصل

الإجتماعي وخدماته عامة وموقع تيك توك بصفة خاصة على الطلبة وإشكاله في التفاعل وراء استخدام هذا التطبيق.

### 3. أسباب إختيار الموضوع :

عندما يختار الباحث موضوع بحثه لا يكون عشوائيا، ولكن ينطلق من عدة أسباب تدفعه لاختيار ذلك الموضوع، هناك أسباب ذاتية وأسباب موضوعية

#### أ/ الأسباب الذاتية :

- الميل الشديد إلى البحث عن كل ما له علاقة بمواقع التواصل الإجتماعي .
- ملاحظة إنتشار هذا الموقع أو التطبيق بين الطلبة بشكل واسع.
- إشباع الفضول العلمي من خلال قياس أشكال تفاعل الطلبة لتطبيق تيك توك ومحاولة رصد مختلف تأثيراته.

#### ب/ الأسباب الموضوعية :

- إرتباط هذا الموضوع بالتخصص العلمي و الأكاديمي وهو الإعلام و الإتصال في دراسة أشكال تفاعل الشباب الجزائري لأحد مواقع التواصل الإجتماعي ألا وهو تيك توك tik tok.
- الرغبة في الحصول على نتائج هذه الدراسة وكيفية تفاعل الطلبة على هكذا موقع و الغرض منه.
- تيك توك من المواضيع التي لم تتم دراسته من قبيل

### 4. أهداف الدراسة :

إن أية دراسة هادفة وجادة إلا و ترسم لنفسها أهداف كبرى تسعى لتحقيقها قدر الإمكان ومن هنا حاولنا في

موضوعنا إبراز واقع الاتصال الخارجي في مؤسسة سيطرام وتحقيق جملة من الأهداف متمثلة في :

- تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على إستخدام وتفاعل الطلبة لموقع تيك توك tik tok.
- التعرف على الدوافع التي جعلت من الطلبة اللجوء إلى التفاعل مع موقع تيك توك.
- تحديد الأعراض الذي يحققها الطلبة من إستخدام لموقع تيك توك tik tok.
- معرفة الأثر الذي يتركه إستخدام هذا التطبيق لدى الطلبة.

### 5. تحديد المصطلحات و المفاهيم

تعد عملية تحديد المفاهيم من الخطوات الأساسية للبحث العلمي بحيث تعد المفاهيم بمثابة المتغيرات المنهجية المرتبطة بالدراسة حيث تسمح لنا بضبط موضوع بحثنا وتحديد به بقدر الإمكان بالتحكم فيه بشكل

يمكننا من الوصول الى نتائج أكثر دقة ومصداقية ومفسر للإشكالية المطروحة والإجابة على الأسئلة الفرعية كما تتيح لنا تحديد وتوضيح جوانب الموضوع وأبعاده المراد دراستها وكشف غموضها وتمحور هذه الدراسة الموسومة أشكال تفاعل الشباب الجزائري على موقع تيك توك دراسة ميدانية على عينة من طلبة الإعلام والإتصال جامعة قاصدي مرباح ورقلة قسم سنة ثانية ماستر إتصال جماهيري ووسائل جديدة حول عدة مفاهيم أساسية وهي كالآتي:

### تفاعل:

**لغة:** تفاعل، يتفاعل، تفاعلا، فهو متفاعل، أي أثر كل منهما في الآخر.<sup>1</sup>

**إصطلاحا:** تفاعل مع الحدث تأثر به آثاره الحدث فدفعه إلى تصرف ما.

**التعريف الإجرائي:** هي ردود أفعال جاءت بسبب تصرفات أدت إلى التأثير في الشخص .

### الشباب:

**لغة:** يمكننا القوم أن الشباب يقصد به الفتاة و الحداثة ،شب شبابا وشبيبة، وحديث تجوز شهادة الصبيان على الكبار ، يستشبون أي يستشهد منهم وكبر إذ بلغ والشباب جمع شباب وكذلك شبان<sup>2</sup>

**إصطلاحا:** بين horrelon أنها تعريف الحقيقي لفترة الشباب هي مرحلة خاصة لا يجوز وضع حدود ثابتة لعمر فيها، لأنها تختلف من مجتمع لآخر ومن ثقافة لأخرى، وهي فترة يتم فيها دمج في مؤسسات المجتمع وتكوين شخصيته وتحديد مكانته الإجتماعية داخله، فمتغير السن لا يمكنه تحديد بصور قطعية وهذا نظر لعدة عوامل على غرار الجانب النفسي، حيث يمكن أن يتأخر أو يتقدم في بعض الأحيان سن الشباب.<sup>3</sup>

### التعريف الإجرائي:

يقصد بالشباب الفئة العمرية من 17 سنة الى 25 أو 30 سن وهو ذروة القوة والنشاط و الحيوية .

### التيك توك :

هو تطبيق لمشاركه مقاطع الفيديو القصيرة المتكررة من خلال الهواتف الذكية وتقول الشركة المطولة لتطبيق وهي شركة بيتي دانس الصينية التي إستحوذت على التطبيق في شهر نوفمبر من العام الماضي و هو التطبيق الذي كان يوفر نفس الميزة، وإن الهدف من تيك توك يهدف الى التشجيع المستخدمين على الإبداع ومشاركة لحظاتهم المختلفه مباشرة من خلالها هواتفهم.<sup>4</sup>

### التعريف الإجرائي :

<sup>1</sup> <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/> تعريف و معنى تفاعل في معجم المعاني الجامع - معجم عربي عربي

<sup>2</sup> أبو الفضل الدين ابن منظور لسان العرب ٦م، دار صادر بيروت، ١٩٩٠ ص ٤٨

حنان مجاهد السلوك الانتخابي للشباب الجامعي من خلال صفحات الأحزاب على مواقع التواصل الاجتماعي، رساله ماجستير قسم العلوم السياسيه

<sup>3</sup> جامعه عبد الحميد بن باديس مستغانم، ٢٠١٤/٢٠١٥ ص ١٠

<sup>4</sup> تاريخ الدخول ٢٠١٩/١٢/٥ على الساعة ١٩:٠١ محمد السيد متاح على الرابط : content//com.sec.android.app.sbrozser



التيك توك هو عبارة عن تطبيق على الإنترنت يقوم الأشخاص بتصوير أنفسهم بفيديو قصير ويضيفون عليه عدد من المؤثرات الموسيقية .

## 6. منهج الدراسة :

أ. نوع الدراسة: نظرا لأهداف الدراسة المتمثلة في وصف أشكال تفاعل الشباب الجزائري على موقع تيك توك وكذلك تحديد نمطه وسلوكه فإن تحقيق هذه الأهداف يستلزم إستخدام منهج المسح الوصفي بالعينة - يستوجب إجراء أي بحث علمي تحديد الأسلوب أو المنهج الذي يتناسب مع الموضوع المعالج و الذي يساعد على جمع البيانات و المعلومات , و الجدير بنا أن التنوع الكبير لمعنى هذا المصطلح إلا أنه لا يمكننا الخوض في الكم المتنوع , بينما يمكن أن نورد بعضها فالمنهج هو الطريق أو الأسلوب الذي ينتهجه العالم في بحثه أو دراسة مشكلة و الوصول إلى بعض النتائج<sup>1</sup>.

و المنهج هو عبارة عن تلك الطريقة العلمية التي ينتهجها أي دارس أو باحث في دراسته و تحليله لظاهرة معينة , و كما يراه احمد ربيع : هو طريق الاقتراب من الظاهرة فهو المسلك الذي تتبعه في سبيل الوصول إلى ذلك الهدف الذي تحدد سابقا

ويعرف موريس أنجلوس المنهج بأنه طريقة تصور وتنظيم البحث الذي تعبر عن الخطوات الفكرية المنظمة والعقلانية الهادفة الى بلوغ نتيجة ما<sup>2</sup>.

وقد إعتمدنا على المنهج المسحي الوصفي بإعتباره المنهج الأنسب لمثل هذه الدراسات في علوم الإعلام و الإتصال ونظرا لتلائمه مع طبيعة هذه الدراسة ولكي نستطيع الإلتزام بالقدر الكافي من البيانات والمعلومات الكافية والشاملة.

لذلك إعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج المسحي كونه المنهج المناسب للدراسة، فالمنهج المسحي هو المنهج الذي يقوم على جميع المعلومات والبيانات عن الظاهره المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها، ويعرف الباحث محمد زيان عمر بأنه دراسة الظاهرة في وضعها الطبيعي دون أي تدخل من قبل الباحث أي دراسة الظاهره تحت الظروف الطبيعية غير إصطناعية كما هو الحال في المنهج التجريبي<sup>3</sup>.

## 7. مجتمع البحث وعينة الدراسة

<sup>1</sup>عبد الرحمان العساوي , مناهج البحث العلمي في الفكر الاسلامي و الفكر الحديث , دار الراتب الجامعية لبنان ص 13

<sup>2</sup>محمد شبلي , المنهجية في التحليل السياسي (المفاهيم , الاقتربات , الأدوات )، الجزائر 2000, ص12

<sup>3</sup>احمد بن مرسللي, مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال, ديوان المطبوعات الجامعيه الجزائر, 2003 الصفحه 286

أ/مجتمع البحث: لا بد لأي دراسة ميدانية في إطار البحث العلمي أن تتضمن جانب من البحث الميداني الذي تطبق عليه جميع المعارف النظرية ويطلق عليه مجتمع البحث ويعرف على أنه "هو مجموعة عناصر لها خاصية مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي. وهو جميع الأفراد أو الأشياء أو الأشخاص الذين يشكلون موضوع مشكلة البحث، وهو جميع العناصر ذات العلاقة بمشكلة الدراسة التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها نتائج الدراسة".<sup>1</sup>

وتمثل مجتمع البحث الذي أجرينا عليه دراساتنا الميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال سنة أثنائية ماستر اتصال جماهيري بجامعة قاصدي مرباح ورقلة بإعتبار أن لهم ارتباط بهذه المنصة. والمقدر عددهم ب 320 مبحوث

### ب/عينة الدراسة:

تعد عملية إختيار العينة من أهم المراحل في الدراسة، وبدون تحديد العينة لا يمكن التوصل إلى نتيجة، وتعتبر مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة، يتم إختيار العينة بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها، ومن ثم إستخدام تلك النتائج على كامل مجتمع الدراسة الأصلي وتعرف العينة "هي طريقة أكثر شيوعا في البحوث العلمية لأنها أيسر تطبيقا وأقل تكلفة من دراسة المجتمع الأصلي، إذ أنه ليس هناك من حاجة لدراسة المجتمع الأصلي إذا أمكن الحصول على عينة كبيرة نسبيا ومختارة بشكل يمثل المجتمع الأصلي المأخوذ منه فالنتائج المستخلصة من دراسة العينة ستطبق إلى حد كبير مع النتائج المستخلصة من دراسة المجتمع الأصلي، و بها يمكن دراسة الكل بدراسة الجزء بشرط أن تكون العينة ممثلة للمجتمع المأخوذة منه".<sup>2</sup>

فاختيار العينة بناء على نوع الدراسة وأهدافها وبالتالي فالأنسب لهذه الدراسة من بين أنواع العينات العينة القصدية فقد إعتدنا في هذه دراسة على العين القصدية على طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال سنة ثانية ماستر إتصال جماهيري ووسائل جديدة بجامعة قاصدي مرباح ورقلة.

**تعريف العينة القصدية:** بأنها عين التي يتعمد الباحث أن تكون من حالات معينة أو وحدات معينة لأنها تمثل المجتمع الأصلي

تعرف تحت أسماء متعددة مثل الغرضية العمودية أو النمطية يقوم فيها الباحث بإختيار مفردات بطريقة تحكيمية لا مجال للصدفة فيها وفق الإدراك المسبق والمعرفة الجيدة للمجتمع البحث والعناصر الهامة وبالتالي لا يوجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقه مباشرة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبية للنشر، الجزائر، 2006، ص 298

<sup>2</sup> ماجد محمد الخياط: أساليب البحث العلمي، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 184

<sup>3</sup> أحمد بن مرسل: مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، ديوان مطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر، 2009، ص 197

العينة القصدية هي التي يتم فيها اختيار عدد قليل من المفردات بطريقة يراعي فيها صفة التمثيل المطلوبة وعليه لا يلجأ الباحث إلى إستعمالها إلا إذا إضطر الظروف والبحث على اختيار عدد قليل جدا من المفردات<sup>1</sup>.  
**طريقة اختيار العينة:** حيث أنها تمت عن طريق اختيارنا لمجموعة من الأفراد تلائم الغرض من البحث كانت تكون هذه العينة عايشة الظاهرة المعينة وإعتمدنا في إختيارنا للعينة على أسلوب مورغان, بحيث تم توزيع الإستمارات الكترونيا على طلبة قسم علوم الإعلام و الإتصال سنة ثانية ماستر إتصال جماهيري ووسائل جديدة بجامعة قاصدي مرباح ورقلة عن قصد وذلك بما يخدم الدراسة وتم تقسيم العينة إلى إناث وذكور تتكون عينه من 170 فرد من المجتمع الأصلي للدراسة حسب جدول مورغان تم تقسيم هذه العينة و الحصول عليها .  
**الأساليب الاحصائية المعتمدة في الدراسة:**

وقد قمنا بالاستعانة بتفريغ البيانات بنظام SPSS الذي يسمح بتخزين البيانات ضمن ملف رقمي ويسمح بإجراءات التعديلات على البيانات المخزنة، كما يساعد على اجراء جميع اللازمة، بالإضافة إلى أن نتائج تحليل تخزين وتحفظ بملف خاص كما يمكن خزن أشكال والرسوم بشكل منفرد أو ضمن ملف نتائج التحليل وقد قمنا من خلاله بحساب التكرارات والنسب المئوية.<sup>2</sup>

## 8. أدوات جمع البيانات

تعتبر أدوات جمع البيانات من وسائل التي تمكن الباحث من الحصول على البيانات في المجتمع الدراسة وتصنيفها وجدولتها ويتوقف الاختيار أدوات اللازمة لجمع البيانات على عدة عوامل وبعض الأدوات البحث تصلح في بعض المواقف والبحوث بينما تكون مناسبة في غيرها من البحوث الأخرى كما يمكن أن يشمل البحث عدة أدوات تناسب وأدوات دراسة تتفق مع المنهج المستخدم وتم الإعتماد في هذه الدراسة على الإستبيان.

### ب. الإستبيان:

- الإستبيان كلمة مشتقة من الفعل إستبان الأمر ، بمعنى أوضحه وعرفه . و الإستبيان بذلك هو التوضيح والتعريف بالأمر<sup>3</sup>.

- تعتبر على أنها إحدى وسائل البحث العلمي التي تستعمل على نطاق واسع من اجل الحصول على بيانات أو معلومات تتعلق بأحوال الناس أو ميولهم أو إتجاهاتهم أو دوافعهم أو معتقداتهم

<sup>1</sup> أحمد زكي بدوي:معجم مصطلحات علوم الاجتماعية ,مكتبة لبنان,بيروت, ط1, 1978,ص 364  
<sup>2</sup>فضيل دليو، تقنيات تحليل البيانات في العلوم الاجتماعية والإعلامية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الاردن 2010، الصفحة 203.  
<sup>3</sup> الفيرزو بادى، القاموس المحيط، دار الكتب العلمية، الجزء الثاني، لبنان، 1990، الصفحة 204

في البحث العلمي ، فإن الاستبيان هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية ، لتقدم إلى المبحوث ، من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة ، لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة .

ويعرف الإستبيان في الأوساط البحثية العلمية تحت أسماء عديدة مثل : الإستفتاء ، الاستقصاء ، الاستبيان ... إلخ وكلها كلمات تفيد الترجمة الواحدة لكلمة questionnaire أو stonage في اللغة الفرنسية .

يعتبر الإستبيان من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية ، خاصة في علوم الإعلام و الإتصال ، حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث ، لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره على البوح بها .<sup>1</sup>

لقد استخدم الاستبيان كأداة لجمع البيانات وذلك للخصائص التي يتمتع بها المبحوثين وهم طلبة قسم علوم الإعلام و الإتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة لهذا تلائمت هذه الأعداد البحثية مع نوع الدراسة والعينة المختارة ولقد شملت الاستمارة على محاور فضلا عن بيانات الشخصية كما مرت بمراحل مختلفة وهي مراحل المتعارف عليها من الناحية المنهجية قبل ان تصبح جاهزة للتوزيع بعد اعداد أو صياغة النهائية للأسئلة وبعد ذلك تم عرضه على الأستاذ المشرف ليتم صياغته بشكل نهائي والتي اصبحت بعدها صالحة لتوزيع.

### الاستمارة الالكترونية

#### تعريفه.

وهو استفتاء يوجد على مواقع الإنترنت لسؤال ما، أو استبيان يحتوي على مجموعة من الأسئلة - المغلقة أو المفتوحة أو المغلقة المفتوحة- تكون على مواقع الشبكة العنكبوتية، فهي أحد الوسائل المستخدمة في معرفة تفكير ومعلومات الأشخاص حول موضوع معين، وغالباً تستخدم الاستبانة الإلكترونية لمعرفة آراء الناس حول منتج ما أو خدمة معينة تقدمها شركة ما، وتستهدف الاستبانة الإلكترونية أيضاً عينة محددة من الأشخاص.

### أنواع الاستبيان الإلكتروني Online Questionnaire

وهي نفس أنواع الاستبيان العادية وهي ما يلي:

- الاستبيان الإلكتروني ذات الأسئلة المفتوحة: لا يتقيد المشارك في إجابة معينة على السؤال.

<sup>1</sup> أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الساحة المركزية ، بن عكنون ، الجزائر ، ط1، ص 213.

- الاستبيان الإلكتروني ذات الأسئلة المغلقة: وتكون الإجابة محددة بنعم أو لا.
- الاستبيان الإلكتروني المصورة: وتحتوي على صور ورسومات.
- الاستبيان الإلكتروني ذات الأسئلة المغلقة: تحتوي على أسئلة متنوعة.

### مميزات الاستبيان الإلكتروني Online Questionnaire

- إعداد الاستبيان بسهولة.
- يحتاج المشارك وقت وجيز جداً في الإجابة عن الاستبيان.
- تعتبر الاستبانة الإلكترونية أقل تكلفة.
- نشر الاستبيان الإلكتروني بكل سهولة وفي أي وقت.
- تساهم في اختصار الوقت على المشارك والباحث.
- توفر الاستبانة الإلكترونية خاصية سرية.

### عيوب الاستبيان الإلكتروني Online Questionnaire

لا تناسب جميع العينات، فليس من الممكن أن تستهدف العينات من لا يمتلك إنترنت. قد لا يراها معظم الأفراد المستهدفين.<sup>1</sup>

## 9. حدود الدراسة

**المجال البشري** يتمثل مجال البشري للدراسة في طلبة قسم علوم الإعلام و الإتصال سنة ثانية ماستر إتصال جماهيري ووسائل جديدة بجامعة قاصدي مرباح ورقلة والبالغ عددهم 320 طالب المستهدف تم اعتماد أسلوب المعاينة وأخذ جزء منه حسب جدول مورغان ليكون مجتمع سهل المنال الذي ستجرى فيه الدراسة الميدانية حيث إشتمل على 170 طالب .

**المجال الزمني:** يقصد به الفترة التي إستغرقتها الدراسة بمختلف مراحلها وقد انطلقت الدراسة في مرحلتها الأولى من يوم تم الموافقة على موضوع الدراسة شهر مارس من خلال جمع المعطيات الأولية المعتمدة على الملاحظة وأطلع بما سمح لتكوين فكرة عامة حول الموضوع قادت لسياقة الإشكالية وكذلك المرحلة الثانية تم التطرق إلى جانب الميداني للدراسة من خلال تصميم الإستبيان ومثله من عمليات التعديل وتصحيح يوزع على أفراد العينة وبعدها يتم دخول مرحلة تفرغ البيانات وقيام بالعمليات الإحصائية والتحليل والتفسير والوصول الى نتائج النهائية.

1. [Order@manaraa.com](mailto:Order@manaraa.com) 17:35 على الساعة 2022/04/20.



## المجال المكاني:

يقصد به المكان الذي ستجرى عليه الدراسة الميدانية أي هو المجتمع الكلي المستهلك الذي سيتم أخذ العين في الدراسة مجال الدراسة الميداني من مارس إلى ماي تمثل في إختيار جامعة قاصدي مرباح ورقلة .

### 10. مدخل النظري للدراسة: يعتبر منظور الدراسة بمثابة البوصلة التي تحدد اتجاه البحث و توجهه وفق

إتجاه معين فيسير الباحث في إطاره حتى يتسنى له إستلهاهم بعض جوانب مشكلة البحث والمفاهيم المساعدة ، وفي دراستنا هذه سنتبنى المنظور أو المدخل الوظيفي للدراسة نظرا لطبيعة البحث ، حيث يحتوي المدخل الوظيفي على العديد من النظريات ، بينها نظرية التفاعلية الرمزية ، وبما أن موضوعنا يتناول أشكال تفاعل الشباب الجزائري على موقع تيك توك فإننا رأينا أنه من الأنسب أن نستند إلى هذه النظرية التفاعلية الرمزية أملاً في الوصول إلى نتائج أكثر شمولية و خدمة للموضوع .

**التعريف بنظرية التفاعلية الرمزية:** يشير هذا المصطلح إلى عملية التفاعل الاجتماعي التي يكون فيها الفرد على علاقة واتصال بعقول الآخرين وحاجاتهم ورغباتهم الكامنة في تحقيق أهدافهم واستخدام هذا المفهوم بتمييز النمط من العلاقات الاجتماعية ولتفسير بعض الملاحظات الخاصة بالإنسان وسلوكه وتفاعله مع غيره من أعضاء مجتمعه تلك التفاعلات التي تقوم على استخدام الرموز وتتخذ أشكال وصور مختلفة.<sup>1</sup>

**الجدور الفكرية التفاعلية الرمزية:** ترجع جذورها إلى مجموعة من العلماء الأمريكيين والأوروبيين لاسيما ما يعرف بمدرسة شيكاغو (نهاية القرن 19م) وتمثلت في تحليلات "ليون سمول" و "وليام توماس" وكانت مرتبط بالتحليلات السوسيو سيكولوجية وأيضاً تحليلات "روبلات بارك" وأيضاً ببعض من الإسهامات علماء النفس والتربية والفلسفة ثم حاءات إسهامات "جورج ميد" و "جون ديوي" لهذا التفاعلية الرمزية حاءات نتيجة تفاعل التحليلات السويولوجية والانثروبولوجية والبرغماتية والوظيفية.<sup>2</sup>

### أبرز رواد التفاعلية الرمزية هو: جورج هربرت ميد

هو من أشهر علماء الاجتماع الأمريكيان ومن اشهرالرواد المؤسسين في الاتجاه التفاعلي الرمزي ولد عام 1863 وتوفي في 1931 ولد في (مشاشوستس) ابن رجل بيوريتاني وتعلم في كليه ابرلن ثم جامعه هارفارد ثم جامعه ليبزج ثم جامعه برلين تاثر بأفكار ديوي وسمل ووليم جيمس وقدم بحوث عن أفكارهم.عمل مع ديوي في جامعه شيكاغو. وقد جمع له تلاميذه كتباً بعد وفاته.يحتوي على معظم أفكار التي كانوا يدونونها في محاضراته تحت عنوان mind self and society. ركز على فهم التفاعل المتبادل والذات ألاجتماعيه في داخل المجتمع. في داخل محتوى مجتمع يعايش اعلى مستويات التصنيع والتحضر ونزعات الإصلاح والنزعة العلمية والمثالية ومن ثم كان وعي الانسانيه بذاتها يتزايد تبعاً لذلك.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> <https://sic-mosta.own0.com/t11-topic> نادي طلبة الإعلام و الإتصال مجلة مختصة بكل مواضيع الإعلام و الإتصال

<sup>2</sup> نفس المرجع الأول

<sup>3</sup> أبيان كريبب: النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى هابر ماس،: محمد حسين غلوم، عالم المعرفة، -

## نشأة التفاعلية الرمزية :

نشأ منظور التفاعلية الرمزية بوصفه دليل عمل سوسيولوجي لفلسفة الذرائع (البراجماتية) التي اهتمت بالخبرة الإنسانية بوصفها منبعاً للمعرفة<sup>1</sup>

إضافة إلى النشأة منطلقة في صياغة أفكارها من الاهتمام بالخبرات السابقة أساساً لتنظيم الحاضر والمستقبل من خلال أيمانهم بمبدأ صحة المقدمات تقاس بصحة النتائج<sup>2</sup>.

### أهم الافتراضات حول محددات عملية التفاعل الرمزي

- المجتمع ينشأ ويتمتع باستمرار وجوده في توصيل الرموز الدالة إلى الأفراد

- إن الإنسان ينشئ الرموز الدالة التي يتعلمها في الاتصال باعتباره عاملاً هاماً في العملية الاتصالية

- إن الرموز تؤثر على الدوافع الاجتماعية عندما تتحدد الأشكال

- يتم التعبير عن النظام الاجتماعي من خلال نظام التسلسل الذي يصنف الأفراد إلى طبقات اجتماعية

- إن النظام الاجتماعي يمثل دائماً حل عملية القبول أو الشك أو رفض المبادئ التي يتعقد أنها تضمن النظام<sup>3</sup>

**مراحل منهج التفاعلية الرمزية :** - لقد طرحت الافتراضات وتصوراتها العلمية منهجاً محدداً موجهاً للبحث

الاجتماعي وهناك مرحلتين في منهج البحث وهما: 1- تتضمن الاستقصاء بحيث يعرض الباحثون مواقف

محسوسة و يقومون بملاحظتها وعندما تظهر انطباعات جديدة يقومون بمراجعة هذه الملاحظات 2- إن

الاستقصاء ينبغي ان يكون مدققاً نتيجة عملية الفحص والتأكد عند صياغة مفهومات علمية.

### بعض الانتقادات الموجهة للتفاعلية الرمزية:

- التساؤل عن جدوى الاستخدام الكلي لهذه الطريقة المنهجية في البحث عند صياغة نظرية اجتماعية.

- التفاعلية الرمزية كنظرية سوسيولوجية تخلت عن العديد من الأساليب العلمية التقليدية في فهم البناءات الاجتماعية.

- المناهج التي اقترحها "بلومر" لا يستطيع أن يفسر البناءات الاجتماعية الكبرى.

- رؤية التفاعلية الرمزية تجعل أحكامها اجتماعية وهذا يتناقض مع الحتمية<sup>4</sup>.

### تقييم التفاعلية الرمزية : إيجابياتها

أكدت التفاعلية الرمزية على التفاعل الرمزي وصححت المنظورات الأخرى كالوظيفة و الصراع

إن مفهومات نظرية التفاعلية الرمزية أكثر شمولاً من الأنماط المحددة للتفاعل التي تهتم بها منظورات الأخرى

التفاعلية الرمزية تجعل صياغة نظريات متباينة تدرس كل نمط من العلاقات الإنسانية أمراً لا ضرورة منه<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> معن خليل عمر، نقد الفكر الاجتماعي المعاصر، دار الأفاق الجديدة، ط2، بيروت، 1991، ص173

<sup>2</sup> رجب أبو دبوس، مشكلات فلسفية، ما الفلسفة، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع، ط1، ليبيا 1424م، ص184 -

<sup>3</sup> <https://sic-mosta.own0.com/t11-topic> نادي طلبة الإعلام و الإتصال مجلة مختصة بكل مواضيع الإعلام و الإتصال

<sup>4</sup> نفس المرجع السابق ص 11

<sup>5</sup> <https://sic-mosta.own0.com/t11-topic> نادي طلبة الإعلام و الإتصال مجلة مختصة بكل مواضيع الإعلام و الإتصال

**سليباتها :**

أكدت التفاعلية الرمزية على أن المجتمع تفاعل رمزي دون أن تشير إلى أنماط الظروف الغموض الذي اتسمت به أطروحات التفاعلية الرمزية وكيفية تشكيل التنظيم الاجتماعي وتغيره تقليل التفاعلية الرمزية للأبنية الاجتماعية. وعدم ربط الأبنية الاجتماعية بالعمليات الاجتماعية

**علاقة مدخل النظرية التفاعلية الرمزية بالدراسة**

**11. الدراسات السابقة :**

تكتسي الدراسات السابقة أهميه بالغة في إعداد البحوث العلمية لما توفره من سند معرفي ومنهجي للباحث يستأنس به في إعداد بحثه وتحقيق أفضل النتائج السابقة .

**الدراسة الأولى :**

دراسه "محمد زكريا خراب"، "2019" بعنوان ثقافة إستخدام وإستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق تيك توك، "رؤيه نقدية" منشورة بالمجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد ٢، العدد ٢، إنطلقت من الإشكالية التالية: كيف يستخدم ويتفاعل الشباب الجزائري مع خدمات تيك توك ؟

وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مفهوم ثقافة الإستهلاك وخصائصها، وطبيعة إستهلاك السلع الإتصالية، بالإضافة إلى تعريف على مفهوم وخصائص تطبيق تيك توك وظروف نشأته، مع الإشارة الى إحصائيات راهنت برهن عن فرص نفسه في السوق الجماهيري كذلك الوقوف على رؤيه نقدية لمحتوى ثقافة إستهلاك الشباب الجزائري لخدمات "تيك توك" توضح لنا جملة من انعكاسات النفسية والإجتماعية والثقافية نتيجة إستخدامه .

وخلصت الدراسة إلى:

أن تطبيق تيك توك وضع خصيصا لخدمة مصالح مبتكريه وتحقيق أكبر عدد من العائدات الربحية والتي لا تكون بتعزيز النزعة إستهلاك الخدمات الترفيهية لهذا التطبيق في رحله لإثبات الذات وتحقيق الشهرة كهدف سهل ولا يتطلب جهد كبير مقرب بما يستخدمه من تضحيات في الحياة الواقعية.

من خلال تحليل نمط إستهلاك وإستخدام الشباب لتطبيق تيك توك الذي أصبح يشكل خطرا يهدد القيم والمبادئ الرشيدة الموجهة للمستهلك نحو ثقافة إستهلاكية أكثر عقلانية قائمة على الوعي نقدي يمكن للعقل بدل العاطفة خصوصا أن الشباب الجزائري لا يملك عمليا المقومات الكافية لكسب هذا الوعي في الإستهلاك تصدر الإشاره الى أن هناك نسبة قليلة جدا من الشباب يميل كل الميل للثقافة الشعبية المحلية، حيث يستغل تطبيق تيك توك لإحياء أغاني تقليدية من التراث الجزائري العريق، وبألبسة يعود أصلها إلى عشرات السنين،

وهناك من يستغله لتقديم نصائح توعوية في الدين والمعاملات، وهذا الأسلوب والإستخدام يستمر على ثقافة راقية في الإستهلاك تحافظ على القيم مهما تنوعت وتعددت تقنيات التواصل المعاصرة.

### الدراسة الثانية :

دراسة بن طيفور مصطفى ايمن بجنيد (٢٠١٩) بعنوان "راهن الهوية الثقافية في زمن العولمة دراسة تحليلية للعلاقة بين الشباب والثقافة الإلكترونية الجديدة في الفضاء السيبراني" تطبيق تيك توك نموذجا "منشورة بمجلة الدراسات والبحوث الإنسانية المجلد ٤ العدد ٢٠٢٠.

حيث إنطلقت من الإشكالية التالية:

ما هو رهن الهوية الثقافية للشباب العربي في زمن العولمة ؟

وسعت هذه الدراسة إلى تشخيص هويتنا الثقافية والزمن العولمة خاصة في بداية الألفية الثانية والتي اصبح يمر فيها الشباب على عتاب مرحلة جديدة من التحولات المجتمعية، إعتبرت فيه العولمة أبرز سماتها الأساسية من خلال ما تشغله حاليا من تجليات سياسية وإقتصادية وإجتماعية وثقافية.

والتي أدت بدورها إلى تأثيرات متعددة في مجالات مختلفه لا مثل لها، في ظل خطاب عالمي مهيمن بطرح صيغة جديدة للمجتمع العالمي ، بما يطلق عليه حاليا "المجتمع الشبكي" ، والذي يستمد مسلماته الثقافيه من عالم إفتراضي ضمن نسق إعلامي يستمر بنفاده إلى قيم وعادات وأساليب الحياة العادية للعديد من الأفراد الذين ينتمون الى ثقافة جد متنوعة.

وخلصت الدراسة:

إلى أن الحفاظ على الهوية الثقافية في زمن العولمة ممكن لكنه يحتاج الى جهدا وقبله الى إرادة صادقة الإستغلال الرفض التبعية بكل أشكالها خاصه الثقافية منها .عدم تجاهل حجم التأثيرات تلك الثقافية الرهنة التي تدعو إليها وسائل الإتصال وفي المقابل فإن الوقوف موقفا سلبيا إتجاه هذه الوسائل لن يلغيها .الحفاظ على الذاتيه الثقافية عملية تمكن المجتمع الجزائري أن يتغير تطور دون أن ينسلخ عن هويته الحقيقية ويواكب ويتقبل التغيير دون أن يتغير.

### الدراسة الثالثة :

هي دراسة أشرف العوايدية، خالد عوني، القيم المتضمنة في تطبيق التيك توك tik tok في ظل نظرية الحتمية التكنولوجية، مذكرة ماستر جامعه الحاج لخضر باتنة 2018 2019.

القيم المتضمنه في تطبيق تيك توك في ظل نظرية الحتمية التكنولوجية لمستخدمين واعتمدت على الإشكالية التالية:

ما هي القيم المتضمنه في تطبيق تيك توك في ظل النظرية الحتمية التكنولوجية في مقاطع الفيديو للمستخدمين الجزائريين لتطبيق تيك توك ؟

التساؤلات الفرعية :

ما هي القيم المتضمنة في فيديوهات التي يشاركها المستخدمين الجزائريين في تطبيق تيك توك ؟

ما هي طبيعة المواضيع والمحاوور التي تضمنها التي تداولها المستخدمون الجزائري ونفي تطبيق تيك توك ؟

ما هي الأسس التي بني عليها محتوى تطبيق تيك توك ؟

- وهدف الدراسة كان التعرف على القيم المتضمنة في استخدام الجزائريين لتطبيق تيك توك.

- معرفه طبيعة المواضيع والمحاوور التي تداولها المستخدمين الجزائريون في تطبيق تيك توك.

- معرفه الأسس التي بني عليها محتوى تطبيق تيك توك.

- ومن اهداف الدراسه هو التعرف على القيم الاجتماعيه والدينيه والعلميه والثقافيه والسياسيه في مضامين تطبيق تيك توك من طرف المستخدمين الجزائريين.

- وإعتمدت هذه الدراسه على المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليل وقد تم جمع البيانات من خلال

استماره التحليل المحتوى حيث شملت مبحوث 10 مفردات من المستخدمين الجزائريين الأوائل الذين

يملكون أكبر عدد من الجمهور في تطبيق تيك توك بالترتيب تنازلي، تم تحديد 30 فيديو من

حساب كل فرض من العينة في فترة زمنية محددة، بإعتبارهم موجهين و فاعلين أساسيين في إستخدام

الجزائريين للتطبيق تيك توك

- ومن النتائج التي لخصت في هذه الدراسه هي ان المواضيع الترفيهيه الاجتماعيه والثقافيه ومحاوور الغناء

والفكاهه والرقص الاكثر تداول بين الافراد عين الدراسه ، والتي لا تتوافق مع الخلفيه الدينيه للمجتمع

الجزائر، ولا الاسس الثقافيه، بل إنها إشباع رغبة الجمهور كان هو غايه أفراد عينة البحث والإعتماد

على طريقة تفاعلهم مع المضامين.

- القيم الاجتماعيه والثقافيه هي الاكثر تضمنا من خلال استخدام عينات بحث لتطبيق التيك توك وغلب

عليها الجانب السلبي أكثر المناقض للخصائص الاجتماعيه والثقافيه الجزائريه وذلك بفعل ان الرغبه في

التكيف والانغماس فيما يتم نشره على مستوى تطبيق في احداث وتغير تنظيم الإجماعى والإعتماد

على حواس معينة بحكم أن هذه الوسائل التكنولوجية كما قال مارشال ماكلوهان هي التي تكون المجتمعات تمتد من حواس إلى طريقة تفكيره وسلوكه

# الفصل الثاني

## الجانب التطبيقي

**تمهيد :**

في هذا الفصل التطبيقي سنحاول القيام بدراسة الميدانية ، وهذا بعد تحكيم استمارة استبيان من طرف مجموعة من الأساتذة محكمين ، قمنا بتفريغ هذه البيانات وتحليلها إحصائية وتفسيرها من خلال العرض البيانات عن طريق حساب تكرارات والنسب المئوية ، ويعتبر تحليل البيانات وتفسيرها مرحلة هامة في أي بحث علمي .



عرض البيانات وتحليل النتائج:<sup>2</sup>

بعد ترميز البيانات الأولية، وإجراء عمليات التحليل الإحصائي، تمكّن الباحث من إيراد أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ويتم إيجازها في الصفحات القادمة.

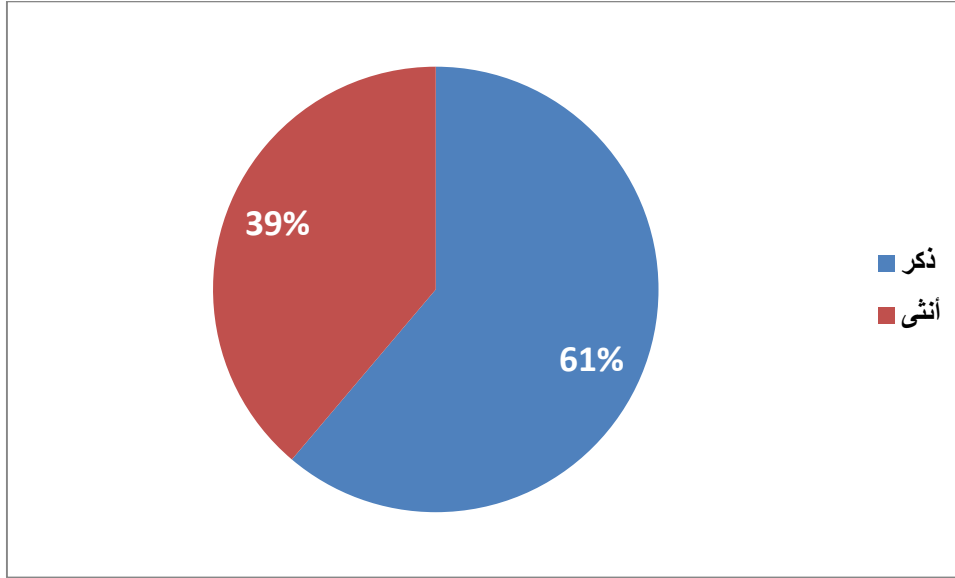
جدول رقم (01) : توزيع العينة الدراسة وفق لمتغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
61,2	104	ذكر
38,8	66	أنثى
<b>100</b>	<b>170</b>	<b>المجموع</b>

من خلال الجدول رقم (01) نلاحظ أن حجم العينة الدراسة البالغ عددها (170) طالبا من طلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، نجد أن (104) فردا يمثلون حجم الذكور بنسبة مئوية بلغت 61%، أما عدد الاناث فقد بلغ (66) طالبة قدرت نسبة مئوية 39%، كما يوضح الشكل رقم (01) ذلك.

وهذا راجع إلى طبيعة محتويات هذا تطبيق تيك توك الذي يلي رغبات الذكور أكثر مما تلي رغبات الإناث، ونظرا للتوزيع الاستثمارات كانت موجه للطلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة.

شكل رقم (01) : توزيع العينة الدراسة وفق لمتغير الجنس



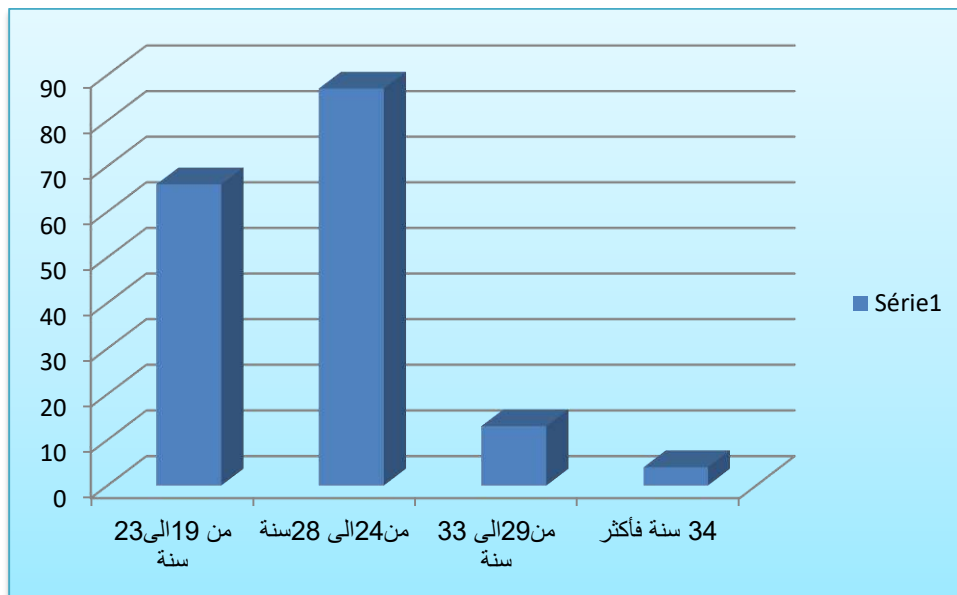
جدول رقم (02) : توزيع العينة الدراسة وفق لمتغير السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
38,8	66	من 19 الى 23 سنة
51,2	87	من 24 الى 28 سنة
7,6	13	من 29 الى 33 سنة
2,4	4	34 سنة فأكثر
<b>100</b>	<b>170</b>	<b>المجموع</b>

من خلال الجدول رقم (02) نلاحظ أن حجم العينة الدراسة البالغ عددها (170) طالبا من طلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، حيث كانت الفئة العمرية (من 24-28 سنة) أكثر عددا (87) فردا بنسبة مئوية بلغت 51% ن ثم تليها الفئة العمرية (من 19-23 سنة) بنسبة مئوية قاربت 39%، ونسبة مئوية 10% تمثل الفئة العمرية (من 29 سنة فأكثر) وهذا ما يوضحه الشكل رقم (02).

وهذا ما يفسر أن الفئة العمرية من 19 إلى 28 سنة هي الفئة العمرية الافتراضية لأفراد عينة الدراسة طلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة.

شكل رقم (02): توزيع العينة الدراسة وفق لمتغير السن



## جدول رقم (03): توزيع العينة الدراسة وفق لمتغير المستوى المعيشي

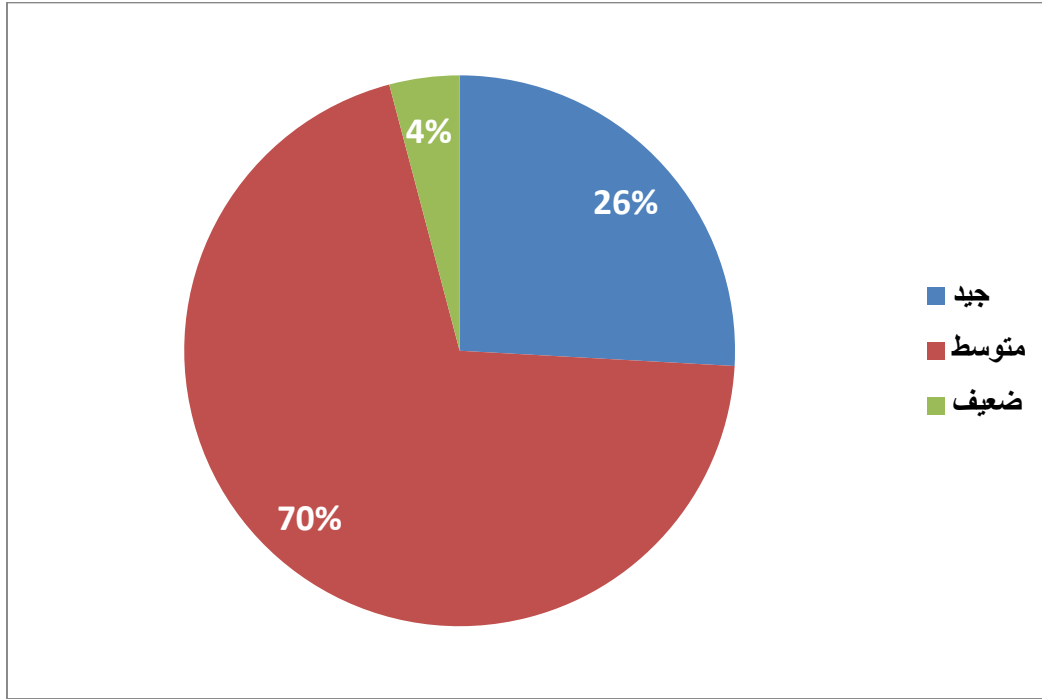
النسبة المئوية	التكرار	المستوى المعيشي
25,9	44	جيد
70,0	119	متوسط
4,1	7	ضعيف
<b>100</b>	<b>170</b>	<b>المجموع</b>

من خلال الجدول رقم (3) نلاحظ أن حجم العينة الدراسة البالغ عددها (170) طالبا من طلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، حيث كانت نسبة المستوى المعيشي (المتوسط) أكثر عددا ب(119) فردا بنسبة مئوية بلغت 70.0% ن ثم تليها المستوى المعيشي (جيد) بنسبة مئوية قاربت 25.9%، ونسبة مئوية 4.1% تمثل الفئة المستوى المعيشي (ضعيف) وهذا ما يوضحه الشكل رقم(03).

وهذا ما يفسر أن الفئة المستوى المعيشي للدخل المتوسط هي الفئة الأكثر تمثيلا للمستوى المعيشي

لأفراد عينة الدراسة طلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة.

شكل رقم (03): توزيع العينة الدراسة وفق لمتغير المستوى المعيشي



المحور الاول:

جدول رقم (04): هل تستخدم عادة موقع التيك توك؟

إناث		ذكور		السؤال 04
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
23,5%	40	44,7%	76	أحيانا
10,6%	18	11,8%	20	دائما
4,7%	8	4,7%	8	نادرا

من خلال الجدول رقم (04) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها (170) طالبا من طلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، حيث اختلفت إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في خيار على إجابة (أحيانا) حيث قاربت نسبة مئوية 45% للذكور وكانت نسبة 23.5% عند إناث، وبالنسبة إجابة على الخيار (دائما) متقارب جيدا بنسبة مئوية 11.8% للذكور و10.6% للإناث، أما خيار إجابة (نادرا) كان متساويا بين الذكور وإناث بنسبة مئوية بلغت 4.7%.

وهذا ما يفسر ان استخدام تطبيق التيك توك سواء للذكور او الاناث من الناحية الزمنية في وقت فراغ الطلبة كانت إجابة المبحوثين (احيانا) هي النسبة الغالبة.

#### جدول رقم (05): منذ متى وانت تستخدم التيك توك؟

إناث		ذكور		الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	السؤال 05
26,5%	45	30,0%	51	أقل من سنة
6,5%	11	19,4%	33	من سنة إلى سنتين
5,9%	10	11,8%	20	أكثر من سنتين

من خلال الجدول رقم (05) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها (170) طالبا من طلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، حيث اختلفت إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور

والإناث في خيار على إجابة (من سنة إلى سنتين) حيث قاربت نسبة مئوية 19.4% للذكور وكانت نسبة 6.5% عند إناث، وكذلك إختلاف إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في خيار على إجابة (أكثر من سنتين) بنسبة مئوية 11.8% للذكور وكانت نسبة 5.9% عند إناث، وبالنسبة للإجابة على الخيار (أقل من سنة) متقاربة بنسبة مئوية 30% للذكور و 26.5% للإناث.

وهذا ما يفسر ان جل طلبة الثانية ماستر تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة حديثي الاستخدام بالنسبة للتطبيق تيك توك.

جدول رقم (06): ما هي الفترة المناسبة لك للاستخدام التيك توك؟

إناث		ذكور		الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	السؤال 06
4,7%	8	1,8%	3	صباحا
4,7%	8	8,8%	15	ظهرا
29,4%	50	50,6%	86	مساء

من خلال الجدول رقم (06) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها (170) طالبا من طلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، حيث اختلفت إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في خيار على إجابة (مساء) حيث بلغت نسبة مئوية 50.6% للذكور وكانت نسبة 29.4% عند إناث، وكذلك إختلاف بسيط في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في خيار على إجابة

(صباحاً) بنسبة مئوية 1.8% للذكور وكانت نسبة 4.7% عند إناث، وبالنسبة للإجابة على الخيار (ظهراً) كذلك باختلاف بسيط بنسبة مئوية 8.8% للذكور و 4.7% للإناث.

ويفسر ذلك أن الوقت المفضل لدى طلبة ثانية ماستر لاستخدام هذا التطبيق (التيك توك) يكون من المساء إلى آخر الليل؛ وذلك لكونهم ينهون العمل والدراسة في هذا الوقت بالإضافة إلى أنه وقت الفراغ؛ بينما يقل استخدام هذا التطبيق في وقت الصباح والظهيرة وذلك للانشغال بالدراسة والعمل والتواجد خارج المنزل والعمل؛ بينما ينعدم بها الاتصال صباحاً.

جدول رقم (07): ما هو الجهاز الذي تتصفح به موقع التيك توك؟

إناث		ذكور		الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	السؤال 07
36,5%	62	58,8%	100	هاتف ذكي
2,4%	4	1,8%	3	لوحة الكترونية
0,0%	0	0,6%	1	جهاز الحاسوب

من خلال الجدول رقم (07) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها (170) طالبا من طلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، حيث اختلفت إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في خيار على إجابة (هاتف ذكي) حيث بلغت نسبة مئوية 58.8% للذكور وكانت نسبة 36.5% عند إناث، بينما هناك تقارب في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في خيار على إجابة (لوحة



الالكترونية) بنسبة مئوية 1.8% للذكور وكانت نسبة 2.4% عند إناث، وبالنسبة للإجابة على الخيار (جهاز الحاسوب) كانت شبه منعدمة بنسبة مئوية 0.6% للذكور و 0% للإناث.

وهذا راجع كون جهاز هاتف ذكي سهل وأكثر استخداما ودائما موجود بين يدين الطلاب، عكس جهاز الحاسوب غير متوفر دائما عند أفراد عينة الدراسة.

### جدول رقم (08): كم تستغرق من الوقت عند استخدامك تيك توك؟

الجنس		ذكور		إناث	
السؤال 08	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار
أقل من ساعة	77	45,3%	40	23,5%	
من ساعة الى ساعتين	20	11,8%	17	10,0%	
أكثر من ساعتين	7	4,1%	9	5,3%	

من خلال الجدول رقم (08) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها (170) طالبا من طلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، حيث اختلفت في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (أقل من ساعة) حيث بلغت نسبة مئوية 45.3% للذكور وكانت نسبة 23.5% عند إناث، بينما كانت متقاربة جدا في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (من ساعة إلى ساعتين) بنسبة مئوية 11.8% للذكور وكانت نسبة 10% عند إناث، وبالنسبة للإجابة على الخيار (أكثر من ساعتين) كذلك تقارب في إجابات بنسبة مئوية 4.1% للذكور و 5.3% للإناث.

ويفسر ذلك إلى إشباع الرغبة بسرعة عند أفراد العينة نظرا لمحتوى التطبيق والذي هو عبارة عن مجموعة من الفيديوهات القصيرة أحيانا مدتها 15 ثانية وهو ما يعني أن ساعة واحدة تكفي لمشاهدة عدة فيديوهات.

جدول رقم (09): ما نوع صفحتك على التيك توك؟

إناث		ذكور		الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	السؤال 09
23,5%	40	25,3%	43	خاصة
8,2%	14	7,6%	13	متاحة للأصدقاء
7,1%	12	28,2%	48	متاحة للجميع

من خلال الجدول رقم (09) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها (170) طالبا من طلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، حيث اختلفت في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (متاح للجميع) حيث بلغت نسبة مئوية 28.2% للذكور وكانت نسبة 7.1% عند إناث، بينما كانت متقاربة جدا في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (خاصة) بنسبة مئوية 25.3% للذكور وكانت نسبة 23.5% عند إناث، وبالنسبة للإجابة على الخيار (متاحة للأصدقاء) كذلك تقارب في إجابات بنسبة مئوية 7.6% للذكور و 8.2% للإناث.

ويفسر هذا اختلاف في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (متاح للجميع) أن محتوى صفحات وفيديوهات التي تنشر من طرف الطلاب لا تشكل لهم إخراج عكس طالبات يبحثون عن الخصوصية والحرية في استخدام هذا التطبيق، ويهربون من الأصدقاء والعائلة لتعبير بحرية مطلقة دون رقابة من العائلة والأصدقاء.

## المحور الثاني

### جدول رقم (10): ما اسمك على موقع التيك توك؟

إناث		ذكور		الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	السؤال 10
13,5%	23	31,2%	53	حقيقي
25,3%	43	30,0%	51	مستعار

من خلال الجدول رقم (10) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها (170) طالبا من طلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، حيث اختلفت في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (حقيقي) حيث بلغت نسبة مئوية 31.2% للذكور وكانت نسبة 13.5% عند إناث، بينما كانت متقاربة نوع ما في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (مستعار) بنسبة مئوية 30% للذكور وكانت نسبة 25.3% عند إناث.

وقد يرجع ذلك أن استعمال اسم مستعار عند إناث إلى البحث عن الخصوصية والحرية في استخدام هذا

التطبيق، عكس الذكور يستعملون اسم حقيقي أو مستعار على حد سوا.

## جدول رقم (11): هل تستخدم صورتك الشخصية على موقع التيك توك؟

إناث		ذكور		الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	السؤال 11
7,6%	13	33,5%	57	نعم
31,2%	53	27,6%	47	لا

من خلال الجدول رقم (11) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها (170) طالبا من طلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، حيث اختلفت في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (نعم) حيث بلغت نسبة مئوية 33.5% للذكور وكانت نسبة 7.6% عند إناث، بينما كانت متقاربة نوع ما في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (لا) بنسبة مئوية 27.6% للذكور وكانت نسبة 31.2% عند إناث.

وقد يرجع ذلك أن استخدام صورة مستعارة عند إناث إلى البحث عن الخصوصية والحرية في استخدام

هذا التطبيق، عكس الذكور يستعملون صورة حقيقية أو مستعار على حد سوا.

## جدول رقم (12): ما طبيعة اللغة التي تنشر وتتفاعل بها؟

إناث		ذكور		الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	السؤال 12
24,7%	42	47,6%	81	عربية
7,1%	12	5,9%	10	أجنبية
4,1%	7	3,5%	6	عامية
2,9%	5	4,1%	7	ورموز تعبيرية

من خلال الجدول رقم (12) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها (170) طالبا من طلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، حيث اختلفت في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (عربية) حيث بلغت نسبة مئوية 47.6% للذكور وكانت نسبة 24.7% عند إناث، بينما كانت متقاربة جدا في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (أجنبية) بنسبة مئوية 5.9% للذكور وكانت نسبة 7.1% عند إناث، وكانت أيضا متقاربة جدا في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (عامية) بنسبة مئوية 3.5% للذكور وكانت نسبة 4.1% عند إناث، وبالنسبة للإجابة على الخيار (رموز تعبيرية) كذلك تقارب في إجابات بنسبة مئوية 4.1% للذكور و 2.9% للإناث

وهذا مايفسر ان جل طلبة الثانية ماستر اتصال جماهيري والوسائط الجديدة يستخدمون اللغة العربية وهذا راجع الى تكوينهم ورصيدهم المعرفي.

جدول رقم (13): ما هي المواضيع التي تقوم بنشرها؟

إناث		ذكور		الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	السؤال 13
10,0%	17	4,1%	7	تعليمية
0,0%	0	0,6%	1	سياسية
12,4%	21	9,4%	16	اجتماعية
1,2%	2	22,4%	38	رياضية
15,3%	26	24,7%	42	أخرى

من خلال الجدول رقم (13) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها (170) طالبا من طلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، حيث اختلفت في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (رياضية) حيث بلغت نسبة مئوية 22.4% للذكور وكانت نسبة 1.2% عند إناث، بينما كانت اختلاف بسيط في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (تعليمية) بنسبة مئوية 4.1% للذكور وكانت نسبة 10% عند إناث، وبالنسبة للإجابة على

الخيار (إجتماعية) كذلك تقارب في إجابات بنسبة مئوية 9.4% للذكور و 12.4% للإناث، وبالنسبة للإجابة على الخيار (سياسية) كانت شبه منعدمة بنسبة مئوية 0.6% للذكور و 0% للإناث.

وهذا مايعني ان طلبة الثانية ماستر اتصال جماهيري والوسائط الجديدة يفضلون المواضيع الترفيهية وغيرها من المواضيع كالرياضة....

#### جدول رقم (14): هل تستخدم التيك توك من أجل؟

إناث		ذكور		الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	السؤال 14
5,3%	9	11,8%	20	صناعة ونشر محتوى
27,6%	47	42,4%	72	لتصفح فقط
5,3%	9	5,9%	10	مشاركة الفيديوهات
0,6%	1	1,2%	2	أخرى

من خلال الجدول رقم (14) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها (170) طالبا من طلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، حيث اختلفت في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (صناعة ونشر محتوى) حيث بلغت نسبة مئوية 11.8% للذكور وكانت نسبة 5.3% عند إناث، بينما كانت متقاربة جدا في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (لتصفح فقط) بنسبة مئوية 42.4% للذكور وكانت نسبة 27.6% عند إناث،

وبالنسبة للإجابة على الخيار (مشاركة الفيديوهات) كذلك تقارب في إجابات بنسبة مئوية 5.9% للذكور و 5.3% للإناث.

وهذا ما يعني ان جل طلبة الثانية ماستر اتصال جماهيري والوسائط الجديدة يستخدمون تطبيق التيك توك للتصفح فقط ومعرفة الفيديوهات الجديدة لا أكثر.

#### جدول رقم (15): كيف تتفاعل مع المضامين التي تتصفحها؟

إناث		ذكور		الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	السؤال 15
4,7%	8	10,0%	17	تعليق عليها
28,2%	48	46,5%	79	إعجاب
5,9%	10	4,7%	8	مشاركة

من خلال الجدول رقم (15) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها (170) طالبا من طلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، حيث اختلفت في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (إعجاب) حيث بلغت نسبة مئوية 46.5% للذكور وكانت نسبة 28.2% عند إناث، وكذلك اختلف في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (تعليق عليها) بنسبة مئوية 10% للذكور وكانت نسبة 4.7% عند إناث، وبالنسبة للإجابة على الخيار (مشاركة) كان هناك تقارب في إجابات بنسبة مئوية 4.7% للذكور و 5.9% للإناث



وهذا ما يعني ان جل طلبة الثانية ماستر اتصال جماهيري والوسائط الجديدة يتفاعلون مع تطبيق التيك

توك للابداء اعجابهم بالمضامين المنشورة.

جدول رقم (16): هل منشوراتك تحظى بمشاهدات عالية؟

إناث		ذكور		الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	السؤال 16
10,0%	17	11,8%	20	نعم
28,8%	49	49,4%	84	لا

من خلال الجدول رقم (16) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها (170) طالبا من طلبة ثانية

ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، حيث اختلفت في إجابات أفراد عينة الدراسة بين

الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (لا) حيث بلغت نسبة مئوية 49.4% للذكور وكانت نسبة 28.8%

عند إناث، بينما كانت متقاربة جدا في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة

(نعم) بنسبة مئوية 11.8% للذكور وكانت نسبة 10% عند إناث.

وهذا ما يعني ان جل طلبة الثانية ماستر اتصال جماهيري والوسائط الجديدة لا تحظى منشوراتهم في تطبيق

التيك توك بالمشاهدة العالية.

## المحور الثالث

جدول رقم (17): عند تصفحك لموقع تيك توك ماهي المواضيع التي تدفعك للتفاعل؟

إناث		ذكور		الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	السؤال 17
2,4%	4	1,8%	3	سياسية
3,5%	6	27,1%	46	رياضية
7,6%	13	9,4%	16	دينية
25,3%	43	22,9%	39	ترفيهية

من خلال الجدول رقم (17) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها (170) طالبا من طلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، حيث اختلفت في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (رياضية) حيث بلغت نسبة مئوية 27.1% للذكور وكانت نسبة 3.5% عند إناث، بينما كانت اختلاف بسيط في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (دينية) بنسبة مئوية 9.4% للذكور وكانت نسبة 7.6% عند إناث، وبالنسبة للإجابة على

الخيار (ترفيهية) كذلك تقارب في إجابات بنسبة مئوية 22.9% للذكور و 25.3% للإناث، وبالنسبة للإجابة على الخيار (سياسية) كانت ضعيفة بنسبة مئوية 1.8% للذكور و 2.4% للإناث.

وهذا ما يعني ان طلبة الثانية ماستر اتصال جماهيري والوسائط الجديدة يتفاعلون مع تطبيق التيك توك للابداء اعجابهم بالمضامين المنشورة من الناحية المواضيع الرياضية والترفيهية.

جدول رقم (18): حسب رأيك ماذا يميز التيك توك عن المواقع التواصل الاجتماعي الأخرى؟

إناث		ذكور		الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	السؤال 18
14,7%	25	24,7%	42	ثراء وتنوع المحتوى
11,8%	20	20,0%	34	النمط التفاعلي للتطبيق
3,5%	6	2,4%	4	الاستفادة من قنوات الاتصال اون لاین
8,8%	15	14,1%	24	أخرى

من خلال الجدول رقم (18) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها (170) طالبا من طلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، هناك اختلاف ملحوظ في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (ثراء وتنوع المحتوى) حيث بلغت نسبة مئوية 24.7% للذكور

وكانت نسبة 14.7% عند إناث، وكذلك اختلاف ملحوظ في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (النمط التفاعلي للتطبيق) بنسبة مئوية 20% للذكور وكانت نسبة 11.8% عند إناث، وبالنسبة للإجابة على الخيار (الاستفادة من قنوات الاتصال أون لاين) كذلك تقارب في إجابات بنسبة مئوية 2.4% للذكور و 3.5% للإناث .

وهذا ما يفسر ان غالبية طلبة الثانية ماستر اتصال جماهيري والوسائط الجديدة يفضلون تطبيق التيك توك عن باقي مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى من اجل تنوع وثراء المحتوى المنشور والنمط التفاعلي الذي يختص به التطبيق.

#### جدول رقم (19): ما هي الاشاعات التي حققها استخدامك لموقع التيك توك؟

إناث		ذكور		الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	السؤال 19
2,4%	4	6,5%	11	تحقيق مداخيل وأرباح
11,8%	20	19,4%	33	اكتساب شعبية والشهرة
5,3%	9	8,8%	15	ممارسة نشاط تجاري
19,4%	33	26,5%	45	أخرى

من خلال الجدول رقم (19) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها (170) طالبا من طلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، هناك اختلاف في إجابات أفراد عينة الدراسة بين

الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (اكتساب شعبية والشهرة) حيث بلغت نسبة مئوية 19.4% للذكور وكانت نسبة 11.8% عند إناث، بينما كانت اختلاف في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (تحقيق مداخل وأرباح) بنسبة مئوية 6.5% للذكور وكانت نسبة 2.4% عند إناث، وبالنسبة للإجابة على الخيار (ممارسة نشاط تجاري) كذلك اختلاف بسيط في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث بنسبة مئوية 8.8% للذكور و 5.3% للإناث.

وهذا ما يعني ان تطبيق التيك توك يحقق لطلبة الثانية ماستر اتصال جماهيري والوسائط الجديدة الاشباع من اجل اكتساب شهرة وشعبية وتحقيق رغبات أخرى رياضية والترفيهية...

### المحور الثالث

جدول رقم (20): هل تؤثر فيديوهات التيك توك على قيم الأخلاقية لديك؟

إناث		ذكور		الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	السؤال 20
3,5%	6	12,9%	22	تؤثر دائما
14,1%	24	26,5%	45	تؤثر حيانا
21,2%	36	21,8%	37	لا يؤثر

من خلال الجدول رقم (20) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها (170) طالبا من طلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، حيث اختلفت في إجابات أفراد عينة الدراسة بين

الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (تؤثر دائما) حيث بلغت نسبة معوية 12.9% للذكور وكانت نسبة 3.5% عند إناث، بينما كانت متقاربة جدا في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (لا يؤثر) بنسبة معوية 21.8% للذكور وكانت نسبة 21.2% عند إناث، وبالنسبة للإجابة على الخيار (تؤثر أحيانا) ، كان هناك اختلاف ملحوظ في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث بنسبة معوية 26.5% للذكور و 14.1% للإناث.

وهذا ما يفسر ان غالبية طلبة الثانية ماستر اتصال جماهيري والوسائط الجديدة من الذكورتاثر اخلاقهم

بالفيديوهات التيك توك عكس البنات.

جدول رقم (21): هل ترى بأن استخدام موقع التيك توك؟

إناث		ذكور		الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	السؤال 21
8,8%	15	12,9%	22	عزز بعض المبادئ والقيم الأخلاقية الإيجابية
25,3%	43	42,4%	72	غير من بعض المبادئ الأخلاقية وأدت إلى طمسها وتحريفها
4,7%	8	5,9%	10	أضاف قيم أخرى

من خلال الجدول رقم (21) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها (170) طالبا من طلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، حيث اختلفت في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (غير من بعض المبادئ الأخلاقية وأدت إلى طمسها وتحريفه) حيث بلغت نسبة مئوية 42.4% للذكور وكانت نسبة 25.3% عند إناث، بينما كانت اختلاف في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (عزز بعض المبادئ والقيم الأخلاقية الإيجابية) بنسبة مئوية 12.9% للذكور وكانت نسبة 8.8% عند إناث، وبالنسبة للإجابة على الخيار (قيم أخرى) كذلك تقارب في إجابات بنسبة مئوية 5.9% للذكور و 4.7% للإناث.

وهذا ما يفسر ان غالبية طلبة الثانية ماستر اتصال جماهيري والوسائط الجديدة يرون بان تطبيق تيك توك

غير من بعض المبادئ الأخلاقية وأدى إلى طمسها وتحريفها.

جدول رقم (22): ماهي أهم القيم الأخلاقية التي تعززت لديك من خلال فيديوهات التيك توك؟

إناث		ذكور		الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	السؤال 22
5,9%	10	12,4%	21	الأمانة
9,4%	16	12,4%	21	الصدق
9,4%	16	15,3%	26	الإخلاص والوفاء
14,1%	24	21,2%	36	أخرى

من خلال الجدول رقم (22) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها (170) طالبا من طلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، حيث اختلفت في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (الإخلاص والوفاء) حيث بلغت نسبة مئوية 15.3% للذكور وكانت نسبة 9.4% عند إناث، بينما كانت اختلاف بسيط في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (الصدق) بنسبة مئوية 12.4% للذكور وكانت نسبة 9.4% عند إناث، وبالنسبة للإجابة على الخيار (أكثر من ساعتين)، وكذلك اختلاف في إجابات بنسبة مئوية 12.4% للذكور و 5.9% للإناث.

وهذا ما يفسر ان طلبة الثانية ماستر اتصال جماهيري والوسائط الجديدة يرون بان تطبيق تيك توك لم يعزز

قيم الأمانة والإخلاص والصدق والوفاء.

### جدول رقم (23): كيف تقيم مضامين فيديو هات التيك توك؟

إناث		ذكور		الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	السؤال 23
13,5%	23	20,0%	34	مضمون سلبي لا يتسم بالاحترام ومراعاة الآداب العامة
11,8%	20	23,5%	40	مضمون قد يضر بالصالح العام
5,9%	10	10,0%	17	مضمون إيجابي يتسم بالأهمية
7,6%	13	7,6%	13	أخرى



من خلال الجدول رقم (23) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها (170) طالبا من طلبة ثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، حيث اختلفت في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (مضمون قد يضر بالصالح العام) حيث بلغت نسبة مئوية 23.5% للذكور وكانت نسبة 11.8% عند إناث، وكان هناك اختلاف في إجابات أفراد عينة الدراسة بين الذكور والإناث في الخيار على الإجابة (مضمون سلبي لا يتسم بالاحترام ومراعاة الآداب العامة) بنسبة مئوية 20% للذكور وكانت نسبة 13.5% عند إناث، وبالنسبة للإجابة على الخيار (مضمون إيجابي يتسم بالأهمية) كذلك تقارب في إجابات بنسبة مئوية 10% للذكور و 5.9% للإناث.

وهذا ما يفسر ان غالبية طلبة الثانية ماستر اتصال جماهيري والوسائط الجديدة يرون تقييم مضامين

فيديوهات تطبيق تيك توك بانها مضمون قد يضر بالصالح العام وسلبي لا يتسم بالاحترام ومراعاة الآداب العامة.

### نتائج الدراسة:

انطلقت الدراسة من مدخل الاستخدامات والإشباع في التعرف على استخدام الشباب لتطبيق التيك توك

والإشباع التي يحققونها من خلال ذلك الاستخدام، حيث سنستعرض أهم النتائج المتعلقة بخصائص عينة

البحث ثم عرض أهم النتائج المتعلقة بأهداف وتساؤلات الدراسة:

#### أولا: خصائص العينة

• كشفت الدراسة أن أعلى نسبة من المبحوثين كانت من فئة الذكور بنسبة 61.2% مقابل 38.8%

للإناث وبالنسبة للسن كانت الفئة العمرية (من 19 إلى 23 سنة) بنسبة (38.8%)، أما الفئة العمرية

(من 24 إلى 28 سنة) الأعلى نسبة (51.2%)، وكانت أقل فئة عمرية هي (34 سنة فأكثر) بنسبة مئوية 2.4%.

- بينت الدراسة أن أغلب المبحوثين من ذوي المستوى المعيشي متوسط حيث بلغت نسبتهم (70%) يليهم ذوي المستوى الجيد بنسبة (25.9%) ثم ذوي مستوى ضعيف بنسبة (4.1%).

#### ثانيا: استخدام الطلبة لموقع تيك توك

- كشفت الدراسة أن نسبة 22% من أفراد عينة الدراسة يستخدمون موقع تيك توك بشكل دائم، ونسبة 68% من أفراد عينة الدراسة فهم أحيانا ما يستخدمون موقع تيك توك، أما نسبة 10% من أفراد عينة الدراسة فهم نادرا ما يستخدمون موقع تيك توك.
- كشفت الدراسة أن نسبة 56% من أفراد عينة الدراسة أول مرة يستخدمون موقع تيك توك منذ فترة قصيرة أقل من سنة، بينما نسبة أقل من 18% من أفراد عينة الدراسة يستخدمون موقع تيك توك منذ فترة طويلة أكثر من سنتين.
- كشفت الدراسة أن نسبة 70% من أفراد عينة الدراسة يفضلون الفترة المسائية والمناسبة لاستخدام موقع تيك توك، بينما نسبة أقل من 7% من أفراد عينة الدراسة يفضلون الفترة الصباحية لاستخدام موقع تيك توك.
- كشفت الدراسة أن نسبة أكثر من 95% من أفراد عينة الدراسة يفضلون جهاز الهواتف الذكية للتصفح موقع تيك توك، عكس أجهزة أخرى متمثل في لوحة الكترونية والحاسوب بنسبة أقل من 5%، وهذا طبعا لأن الهاتف دائما يكون مع الطلاب في أي وقت وفي أي مكان.

- كشفت الدراسة أن نسبة 68% من أفراد عينة الدراسة يستغرق معهم الوقت في التصفح واستخدام موقع تيك توك فترة لا تتعدى ساعة واحدة، بينما نسبة أقل من 10% من أفراد عينة الدراسة يقضون فترة طويلة في تصفح واستخدام موقع تيك توك تفوق ساعتين من الزمن.

### ثالثا: الممارسات الاتصالية للشباب على موقع تيك توك.

- كشفت الدراسة أن نسبة أكثر من 55% من أفراد عينة الدراسة يستخدمون أسماء مستعارة على موقع تيك توك، بينما نسبة أقل من 45% من أفراد عينة الدراسة يستخدمون أسمائهم الحقيقية على موقع تيك توك.
- أظهرت الدراسة أن نسبة أكثر من 58% من أفراد عينة الدراسة لا يستخدمون صورتهم الشخصية على موقع تيك توك، بينما نسبة أقل من 42% من أفراد عينة الدراسة يستخدمون صورتهم الشخصية على موقع تيك توك.
- كشفت الدراسة أن نسبة أكثر من 72% من أفراد عينة الدراسة يستخدمون اللغة العربية للنشر وتفاعل بها على موقع تيك توك، بينما نسبة 13% من أفراد عينة الدراسة يستخدمون اللغة الأجنبية للنشر وتفاعل بها على موقع تيك توك.
- أظهرت الدراسة أن نسبة 70% من أفراد عينة الدراسة يستخدمون موقع تيك توك من أجل التصفح فقط ولا يوجد اهتمام واضح، بينما نسبة أقل من 17% من أفراد عينة الدراسة يستخدمون موقع تيك توك من أجل صناعة ونشر محتوى.

- أظهرت الدراسة أن نسبة أكثر من 74% من أفراد عينة الدراسة تتفاعل مع مواضيع التي تتصفحها على موقع تيك توك بإعجاب، بينما نسبة أقل من 11% من أفراد عينة الدراسة تتفاعل مع مواضيع التي تتصفحها على موقع تيك توك بمشاركة

#### رابعاً: دوافع تفاعل الطلبة مع موقع تيك توك

- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة أكثر من 58% من أفراد عينة الدراسة تتفاعل مع مواضيع ترفيهية أكثر على موقع تيك توك، بينما نسبة أقل من 5% من أفراد عينة الدراسة تتفاعل مع مواضيع سياسية على موقع تيك توك

- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة أكثر من 38% من أفراد عينة الدراسة أن موقع التيك توك يتميز عن باقي مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى من ناحية ثراء وتنوع المحتوى، بينما نسبة أقل من 22% من أفراد عينة الدراسة أن موقع التيك توك يتميز عن باقي مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى من ناحية النمط التفاعلي للموقع.

- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة أكثر من 31% من أفراد عينة الدراسة أن أهم اشباكات التي حققها موقع تيك توك هي اكتساب شعبية والشهرة، بينما نسبة أقل من 9% من أفراد عينة الدراسة أن أهم اشباكات التي حققها موقع تيك توك هي تحقيق مداخيل وأرباح.

#### خامساً: انعكاسات استخدام موقع تيك توك على المبادئ الأخلاقية للشباب

- أظهرت الدراسة أن نسبة أكثر من 43% من أفراد عينة الدراسة لا تؤثر فيهم فيديوهات تيك توك على القيم الأخلاقية لديهم، بينما نسبة أقل من 16% من أفراد عينة الدراسة تؤثر فيهم فيديوهات تيك توك على القيم الأخلاقية لديهم.
- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة أكثر من 67% من أفراد عينة الدراسة الذين يستخدمون موقع تيك توك غير من بعض المبادئ الأخلاقية وأدت إلى طمسها وتحريفها، بينما نسبة أقل من 21% من أفراد عينة الدراسة يرون عكس ذلك بأنها تعزز بعض المبادئ والقيم الأخلاقية الإيجابية.
- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة أكثر من 33% من أفراد عينة الدراسة كان تقييمهم لمضامين فيديوهات موقع تيك توك هو مضمون سلبي لا يتسم بالاحترام ومراعاة الآداب العامة، وكذلك نسبة أكثر من

35% من أفراد عينة الدراسة كان تقييمهم لمضامين فيديوهات موقع تيك توك هو مضمون قد يضر بالصالح العام، بينما نسبة أقل من 16% من أفراد عينة الدراسة يرون قيم غير ذلك.

#### اقتراحات وتوصيات:

١. أن الموضوع الذي تطرقت إليه في هذه الدراسة يعد من أهم وأبرز المواضيع التي يمكن التطرق إليها والاهتمام بها من طرف الباحثين في مشوارهم العلمي والأكاديمي

"أقترح هنا ضرورة إعادة النظر في استخدام هذا النوع من التطبيقات ومحاولة الإلمام بكل جوانبها؛ لتجنب السلبيات التي لا تعد ولا تحصى؛ حتى وإن وجدت إيجابيات فهي قليلة جدا

"وفي ظل انتشار مثل هذه التطبيقات في مجتمعنا توجد ضرورة حتمية لتكثيف إجراء بحوث علمية أكاديمية في مجال التكنولوجيات الجديدة والتطبيقات الخاصة.

الخاتمة العامة

## الخاتمة

رغم تطور وتكنولوجيا الحاصل في العالم تعدد ظهور أشكال الوسائط الجديدة ومختلفة من مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها، وفي نفس الوقت زاد عليها اقبال واسع من قبل المستخدمين، حيث عرف موقع التيك توك استخدام واسع من مستخدمي وسائل تواصل الاجتماعي، وهو الذي كان محور هذه الدراسة.

وجاءت هذه الدراسة للكشف عن أشكال تفاعل الشباب الجزائري على موقع التيك توك، انطلاقاً من الممارسات الاتصالية للشباب على موقع تيك توك ودوافع تفاعل الطلبة مع موقع تيك توك وإبراز انعكاسات استخدام موقع تيك توك على المبادئ الأخلاقية للشباب، حيث خلصت الدراسة أن موقع التيك توك يعمل على إشباع الرغبات من خلال مقاطع الفيديو القصيرة والتفاعل معها وإعادة نشرها والاحتفاظ بها وبالإضافة إلى أن موقع يمنحهم الراحة التي يبحثون عنها في التواصل الاجتماعي.

# قائمة المراجع



## قائمة المراجع

### المراجع باللغة العربية

01. أحمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية، بن عكنون، الجزائر، ط1.
02. تعريف ومعنى تفاعل في معجم المعاني الجامع -معجم عربي عربي  
[/https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar](https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar)
03. أبو الفضل الدين ابن منظور لسان العرب م٦، دار صادر بيروت، ١٩٩٠، ٤٨
04. حنان مجاهد السلوك الانتخابي للشباب الجامعي من خلال صفحات الاحزاب على مواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير قسم العلوم السياسيةه جامعه عبد الحميد بن باديس مستغانم، ٢٠١٥/٢٠١٤
05. عبد الرحمان العساوي، مناهج البحث العلمي في الفكر الاسلامي والفكر الحديث، دار الراتب الجامعية لبنان،
06. محمد شبلي، المنهجية في التحليل السياسي (المفاهيم، الاقتربات، الأدوات)، الجزائر 2000
07. محمد السيد متاح تاريخ الدخول 2022/١٢/٥ على ال ساعة 17:00 على الرابط  
[،content//com.sec.android.app.sbrozser](content//com.sec.android.app.sbrozser)
08. موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصة للنشر، الجزائر، ط2، 2006
09. ماجد محمد الخياط: أساليب البحث العلمي، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، ط2
10. أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات علوم الاجتماعيه، مكتبة لبنان، بيروت، ط1، 1978.
11. فضيل دليو، تقنيات تحليل البيانات في العلوم الاجتماعية والإعلامية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة ١، الاردن ٢٠١٠
12. الفيرزو بادي، القاموس المحيط، دار الكتب العلمية، الجزء الثاني، لبنان ١٩٩٠،
13. نادي طلبة الإعلام والاتصال مجلة مختصة بكل مواضيع الإعلام والاتصال -[https://sic-](https://sic-mosta.own0.com/t11-topic)  
[mosta.own0.com/t11-topic](https://sic-mosta.own0.com/t11-topic)
14. [Order@manaraa.com](https://www.manaraa.com/Order@manaraa.com)، 2022/04/20 على الساعة 17:35

- 15.مقالة أيان كريب: النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى هابر ماس، محمد حسين غلوم، عالم المعرفة،  
16.معن خليل عمر، نقد الفكر الاجتماعي المعاصر، دار الآفاق الجديدة، ط2، بيروت،1991  
17.موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصة للنشر، الجزائر، ط2،2006.  
18.رجب أبو دبوس، مشكلات فلسفية، ما الفلسفة، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع، ط1، ليبيا 1424م  
19.نادي طلبة الإعلام والاتصال مجلة مختصة بكل مواضيع الإعلام والاتصال -  
<https://sic-mosta.own0.com/t11-topic>

### المراجع باللغة الأجنبية

20. John v .petrof : compotem entdu consommateur et marketing ,5e edition,  
presses de l'universite le val canad 1993.  
21.Claude dumeur, marketing, edition Dalloz, 4eme edition.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

استمارة استبيان حول:

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

اشكال تفاعل الشباب على موقع التيك توك  
دراسة ميدانية على طلبة علوم الاعلام والاتصال جامعة قاصدي  
مرباح بورقلة

هذه الاستمارة خاصة ببحث علمي في إطار تحضير مذكرة تخرج ماستر في علم الاعلام والاتصال لهذا

نرجو منكم المساعدة في ملاءمة الاستمارة بعد قراءة متأنية والإجابة عنها بكل دقة وموضوعية.

من اعداد الطالب:

. العابد معتز بالله

. وذان محمد امين

اشراف الأستاذة

نواصريه حميدة

ملاحظة:

- نعدكم بان البيانات هذه لن تستخدم الا لأغراض البحث العلمي.
- الرجاء وضع علامة (X) في الخانة المناسبة.
- مع جزيل الشكر-

السنة الجامعية 2021 / 2022

سؤال الإشكالية: كيف يتفاعل الشباب الجزائري على موقع التيك توك؟

### التساؤلات الفرعية:

[1] كيف يستخدم الشباب موقع التيك توك؟

[2] ما هي الممارسات الاتصالية للشباب على موقع التيك توك؟

[3] فيما تتمثل دوافع استخدام الشباب موقع التيك توك؟

[4] ما هي انعكاسات استخدام موقع التيك توك على المبادئ والقيم الأخلاقية للشباب؟

### البيانات الشخصية

1/ الجنس:

ذكر  - أنثى

2/ السن:

من 19 إلى 23 سنة  - من 24 إلى 28 سنة

من 29 إلى 33 سنة  - 34 سنة فأكثر

3- المستوى المعيشي: جيد  متوسط  ضعيف

المحور الاول: استخدام الطلبة موقع تيك توك

4/ هل تستخدم عادة موقع التيك توك

نادرا

دائما

أحيانا

5/ منذ متى وانت تستخدم التيك توك؟

-أكثر من سنتين

من سنة الى سنتين

-اقل من سنة

6/ ما هي الفترة المناسبة لك للاستخدام التيك توك؟

-مساء

-ظهرا

-صباحا

7- ما هو الجهاز الذي تتصفح به موقع التيك توك؟

- هاتف ذكي

- لوحة الكترونية

- جهاز حاسوب

9- كم تستغرق من الوقت عند استخدامك تيك توك؟

-اقل من ساعة

من ساعة الى ساعتين

أكثر من ساعتين

10- ما نوع صفحتك على التيك توك؟

متاحة للجميع

-متاحة للأصدقاء

-خاصة

المحور الثاني: الممارسات الاتصالية للشباب على موقع التيك توك:

11- ما اسمك على موقع التيك توك؟

مستعار

حقيقي

12- هل تستخدم صورتك الشخصية على موقع التيك توك.

لا

نعم

13- إذا كان لا لماذا؟

.....

...

14- ما طبيعة اللغة التي تنشر وتتفاعل بها:

عربية -

أجنبية -

عامية -

ورموز تعبيرية,,,,, -

15- ما هي المواضيع التي تقوم بنشرها:

تعليمية -

سياسية -

اجتماعية -

- رياضية

..... أخرى -

16- هل تستخدم التيك توك من أجل:

- صناعة ونشر محتوى

- التصفح فقط

- مشاركة الفيديوهات

..... أخرى -

17- كيف تتفاعل مع المضامين التي تتصفحها:

- تعليق عليها

- إعجاب

- مشاركة

18- هل منشوراتك تحظى بمشاهدات عالية

لا

نعم

المحور الثالث: دوافع تفاعل الطلبة مع موقع التيك توك

19/ عند تصفحك لموقع تيك توك ماهي المواضيع التي تدفعك للتفاعل؟

- سياسية



- رياضية
- دينية
- ترفيهية

20/ حسب رأيك ماذا يميز التيك توك عن المواقع التواصل الاجتماعي الأخرى؟

- ثراء وتنوع المحتوى

- النمط التفاعلي للتطبيق

- الاستفادة من قنوات الاتصال اون لاين

- عوامل أخرى أذكرها.....

21/ ما هي الاشباكات التي حققها استخدامك لموقع التيك توك؟

- تحقيق مداخيل وأرباح

- اكتساب شعبية والشهرة

- ممارسة نشاط تجاري

أخرى أذكرها.....

المحور الثالث: انعكاسات استخدام موقع التيك توك على المبادئ (القيم) الأخلاقية للشباب

22/ هل تؤثر فيديوهات التيك توك على قيم الأخلاقية لديك؟

-تؤثر دائما  -تؤثرا حيانا  -لا تؤثر

23/هل ترى بأن استخدام موقع التيك توك؟

-عزز بعض المبادئ والقيم الأخلاقية الإيجابية

-غير من بعض المبادئ الاخلاقية وأدت إلى طمسها وتحريفها

-أضاف قيم اخرى

25/ ماهي أهم القيم الأخلاقية التي تعززت لديك من خلال فيديوهات التيك توك؟

- الأمانة

- الصدق

- الإخلاص والوفاء

- قيم اخرى اذكرها.....

26/ كيف تقيم مضامين فيديوهات التيك توك؟

-مضمون سلبي لا يتسم بالاحترام ومراعاة الآداب العامة

-مضمون قد يضر بالصالح العام

-مضمون إيجابي يتسم بالأهمية

تقييم شخصي أذكره.....

الملحق 02

الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ذكر	104	61,2	61,2	61,2
Valid أنثى	66	38,8	38,8	100,0
Total	170	100,0	100,0	

السن

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
من 19 الى 23 سنة	66	38,8	38,8	38,8
من 24 الى 28 سنة	87	51,2	51,2	90,0
Valid من 29 الى 33 سنة	13	7,6	7,6	97,6
34 سنة فأكثر	4	2,4	2,4	100,0
Total	170	100,0	100,0	

المعيشي المستوى

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
جيد	44	25,9	25,9	25,9
Valid متوسط	119	70,0	70,0	95,9
ضعيف	7	4,1	4,1	100,0
Total	170	100,0	100,0	

	الجنس			
	ذكر		أنثى	
	Count	Table N %	Count	Table N %
أحيانا	76	44,7%	40	23,5%
دائما	20	11,8%	18	10,6%
نادرا	8	4,7%	8	4,7%

	الجنس			
	ذكر		أنثى	
	Count	Table N %	Count	Table N %
أقل من سنة	51	30,0%	45	26,5%
من سنة الى سنتين منذ متى وانت تستخدم التيك توك؟	33	19,4%	11	6,5%
أكثر من سنتين	20	11,8%	10	5,9%

	الجنس			
	ذكر		أنثى	
	Count	Table N %	Count	Table N %
صباحا	3	1,8%	8	4,7%
ما هي الفترة المناسبة لك للاستخدام التيك توك؟	15	8,8%	8	4,7%
ظهرا	86	50,6%	50	29,4%
مساء				

	الجنس			
	ذكر		أنثى	
	Count	Table N %	Count	Table N %
هاتف ذكي	100	58,8%	62	36,5%
ما هو الجهاز الذي تتصفح به موقع التيك توك	3	1,8%	4	2,4%
لوحة الكترونية	1	0,6%	0	0,0%
جهاز الحاسوب				

	الجنس			
	ذكر		أنثى	
	Count	Table N %	Count	Table N %
أقل من ساعة	77	45,3%	40	23,5%
كم تستغرق من الوقت عند استخدامك تيك توك	20	11,8%	17	10,0%
من ساعة الى ساعتين	7	4,1%	9	5,3%
أكثر من ساعتين				

	الجنس			
	ذكر		أنثى	
	Count	Table N %	Count	Table N %
خاصة	43	25,3%	40	23,5%
متاحة للاصدقاء ما نوع صفحتك على التيك توك	13	7,6%	14	8,2%
متاحة للجميع	48	28,2%	12	7,1%

	الجنس			
	ذكر		أنثى	
	Count	Table N %	Count	Table N %
حقيقي	53	31,2%	23	13,5%
ما اسمك على موقع التيك توك مستعار	51	30,0%	43	25,3%

	الجنس			
	ذكر		أنثى	
	Count	Table N %	Count	Table N %
هل تستخدم صورتك الشخصية على	57	33,5%	13	7,6%
موقع التيك توك نعم لا	47	27,6%	53	31,2%

	الجنس			
	ذكر		أنثى	
	Count	Table N %	Count	Table N %
عربية	81	47,6%	42	24,7%
أجنبية	10	5,9%	12	7,1%
عامية	6	3,5%	7	4,1%
ورموز تعبيرية	7	4,1%	5	2,9%

	الجنس			
	ذكر		أنثى	
	Count	Table N %	Count	Table N %
تعليمية	7	4,1%	17	10,0%
سياسية	1	0,6%	0	0,0%
اجتماعية ما هي المواضيع التي تقوم بنشرها	16	9,4%	21	12,4%
رياضية	38	22,4%	2	1,2%
أخرى	42	24,7%	26	15,3%

	الجنس			
	ذكر		أنثى	
	Count	Table N %	Count	Table N %
صناعة ونشر محتوى	20	11,8%	9	5,3%
هل تستخدم التيك توك من أجل التصفح فقط	72	42,4%	47	27,6%
مشاركة الفيديوهات	10	5,9%	9	5,3%
أخرى	2	1,2%	1	0,6%

	الجنس			
	ذكر		أنثى	
	Count	Table N %	Count	Table N %
تعليق عليها	17	10,0%	8	4,7%
كيف تتفاعل مع المضامين التي تتصفحها	79	46,5%	48	28,2%
مشاركة	8	4,7%	10	5,9%

	الجنس			
	ذكر		أنثى	
	Count	Table N %	Count	Table N %
هل منشوراتك تحظى بمشاهدات عالية	20	11,8%	17	10,0%
لا	84	49,4%	49	28,8%

	الجنس			
	ذكر		أنثى	
	Count	Table N %	Count	Table N %
سياسية	3	1,8%	4	2,4%
رياضية	46	27,1%	6	3,5%
دينية	16	9,4%	13	7,6%
ترفيهية	39	22,9%	43	25,3%

	الجنس			
	ذكر		أنثى	
	Count	Table N %	Count	Table N %
ثراء وتنوع المحتوى	42	24,7%	25	14,7%
النمط التفاعلي للتطبيق	34	20,0%	20	11,8%
الاستفادة من قنوات الاتصال اون لاين	4	2,4%	6	3,5%
أخرى	24	14,1%	15	8,8%

	الجنس			
	ذكر		أنثى	
	Count	Table N %	Count	Table N %
تحقيق مداخل وأرباح	11	6,5%	4	2,4%
اكتساب شعبية والشهرة	33	19,4%	20	11,8%
ممارسة نشاط تجاري	15	8,8%	9	5,3%
أخرى	45	26,5%	33	19,4%

	الجنس			
	ذكر		أنثى	
	Count	Table N %	Count	Table N %
تؤثر دائما	22	12,9%	6	3,5%
تؤثر حيانا	45	26,5%	24	14,1%
لا تؤثر	37	21,8%	36	21,2%

	الجنس			
	ذكر		أنثى	
	Count	Table N %	Count	Table N %
عزز بعض المبادئ والقيم الأخلاقية الإيجابية	22	12,9%	15	8,8%
هل ترى بأن استخدام موقع التيك توك غير من بعض المبادئ الاخلاقية وأدت إلى طمسها وتحريفها	72	42,4%	43	25,3%
أخرى	10	5,9%	8	4,7%

	الجنس			
	ذكر		أنثى	
	Count	Table N %	Count	Table N %
الامانة	21	12,4%	10	5,9%
ماهي أهم القيم الأخلاقية التي تعززت الصدق	21	12,4%	16	9,4%
لديك من خلال فيديوهات التيك توك الاخلاص والوفاء	26	15,3%	16	9,4%
أخرى	36	21,2%	24	14,1%

	الجنس			
	ذكر		أنثى	
	Count	Table N %	Count	Table N %
مضمون سلبي لا يتسم بالاحترام ومراعاة الآداب العامة	34	20,0%	23	13,5%
كيف تقيم مضامين فيديوهات التيك توك مضمون قد يضر بالصالح العام	40	23,5%	20	11,8%
مضمون إيجابي يتسم بالأهمية	17	10,0%	10	5,9%
أخرى	13	7,6%	13	7,6%



### تعدد حجم العينة

العينة	حجم المجتمع	العينة	حجم المجتمع	العينة	حجم المجتمع
١١١	١٢٠٠	١١٠	١٢٠	١٠	١٠
١١٢	١٢٠٠	١١١	١٢٠	١١	١٥
١١٣	١٢٠٠	١١٢	١٢٠	١٢	٢٠
١١٤	١٢٠٠	١١٣	١٢٠	١٣	٢٥
١١٥	١٢٠٠	١١٤	١٢٠	١٤	٣٠
١١٦	١٢٠٠	١١٥	١٢٠	١٥	٣٥
١١٧	١٢٠٠	١١٦	١٢٠	١٦	٤٠
١١٨	١٢٠٠	١١٧	١٢٠	١٧	٤٥
١١٩	١٢٠٠	١١٨	١٢٠	١٨	٥٠
١٢٠	١٢٠٠	١١٩	١٢٠	١٩	٥٥
١٢١	١٢٠٠	١٢٠	١٢٠	٢٠	٦٠
١٢٢	١٢٠٠	١٢١	١٢٠	٢١	٦٥
١٢٣	١٢٠٠	١٢٢	١٢٠	٢٢	٧٠
١٢٤	١٢٠٠	١٢٣	١٢٠	٢٣	٧٥
١٢٥	١٢٠٠	١٢٤	١٢٠	٢٤	٨٠
١٢٦	١٢٠٠	١٢٥	١٢٠	٢٥	٨٥
١٢٧	١٢٠٠	١٢٦	١٢٠	٢٦	٩٠
١٢٨	١٢٠٠	١٢٧	١٢٠	٢٧	٩٥
١٢٩	١٢٠٠	١٢٨	١٢٠	٢٨	١٠٠
١٣٠	١٢٠٠	١٢٩	١٢٠	٢٩	١٠٥
١٣١	١٢٠٠	١٣٠	١٢٠	٣٠	١١٠
١٣٢	١٢٠٠	١٣١	١٢٠	٣١	١١٥
١٣٣	١٢٠٠	١٣٢	١٢٠	٣٢	١٢٠
١٣٤	١٢٠٠	١٣٣	١٢٠	٣٣	١٢٥
١٣٥	١٢٠٠	١٣٤	١٢٠	٣٤	١٣٠
١٣٦	١٢٠٠	١٣٥	١٢٠	٣٥	١٣٥
١٣٧	١٢٠٠	١٣٦	١٢٠	٣٦	١٤٠
١٣٨	١٢٠٠	١٣٧	١٢٠	٣٧	١٤٥
١٣٩	١٢٠٠	١٣٨	١٢٠	٣٨	١٥٠
١٤٠	١٢٠٠	١٣٩	١٢٠	٣٩	١٥٥
١٤١	١٢٠٠	١٤٠	١٢٠	٤٠	١٦٠
١٤٢	١٢٠٠	١٤١	١٢٠	٤١	١٦٥
١٤٣	١٢٠٠	١٤٢	١٢٠	٤٢	١٧٠
١٤٤	١٢٠٠	١٤٣	١٢٠	٤٣	١٧٥
١٤٥	١٢٠٠	١٤٤	١٢٠	٤٤	١٨٠
١٤٦	١٢٠٠	١٤٥	١٢٠	٤٥	١٨٥
١٤٧	١٢٠٠	١٤٦	١٢٠	٤٦	١٩٠
١٤٨	١٢٠٠	١٤٧	١٢٠	٤٧	١٩٥
١٤٩	١٢٠٠	١٤٨	١٢٠	٤٨	٢٠٠
١٥٠	١٢٠٠	١٤٩	١٢٠	٤٩	٢٠٥
١٥١	١٢٠٠	١٥٠	١٢٠	٥٠	٢١٠
١٥٢	١٢٠٠	١٥١	١٢٠	٥١	٢١٥
١٥٣	١٢٠٠	١٥٢	١٢٠	٥٢	٢٢٠
١٥٤	١٢٠٠	١٥٣	١٢٠	٥٣	٢٢٥
١٥٥	١٢٠٠	١٥٤	١٢٠	٥٤	٢٣٠
١٥٦	١٢٠٠	١٥٥	١٢٠	٥٥	٢٣٥
١٥٧	١٢٠٠	١٥٦	١٢٠	٥٦	٢٤٠
١٥٨	١٢٠٠	١٥٧	١٢٠	٥٧	٢٤٥
١٥٩	١٢٠٠	١٥٨	١٢٠	٥٨	٢٥٠
١٦٠	١٢٠٠	١٥٩	١٢٠	٥٩	٢٥٥
١٦١	١٢٠٠	١٦٠	١٢٠	٦٠	٢٦٠
١٦٢	١٢٠٠	١٦١	١٢٠	٦١	٢٦٥
١٦٣	١٢٠٠	١٦٢	١٢٠	٦٢	٢٧٠
١٦٤	١٢٠٠	١٦٣	١٢٠	٦٣	٢٧٥
١٦٥	١٢٠٠	١٦٤	١٢٠	٦٤	٢٨٠
١٦٦	١٢٠٠	١٦٥	١٢٠	٦٥	٢٨٥
١٦٧	١٢٠٠	١٦٦	١٢٠	٦٦	٢٩٠
١٦٨	١٢٠٠	١٦٧	١٢٠	٦٧	٢٩٥
١٦٩	١٢٠٠	١٦٨	١٢٠	٦٨	٣٠٠
١٧٠	١٢٠٠	١٦٩	١٢٠	٦٩	٣٠٥
١٧١	١٢٠٠	١٧٠	١٢٠	٧٠	٣١٠
١٧٢	١٢٠٠	١٧١	١٢٠	٧١	٣١٥
١٧٣	١٢٠٠	١٧٢	١٢٠	٧٢	٣٢٠
١٧٤	١٢٠٠	١٧٣	١٢٠	٧٣	٣٢٥
١٧٥	١٢٠٠	١٧٤	١٢٠	٧٤	٣٣٠
١٧٦	١٢٠٠	١٧٥	١٢٠	٧٥	٣٣٥
١٧٧	١٢٠٠	١٧٦	١٢٠	٧٦	٣٤٠
١٧٨	١٢٠٠	١٧٧	١٢٠	٧٧	٣٤٥
١٧٩	١٢٠٠	١٧٨	١٢٠	٧٨	٣٥٠
١٨٠	١٢٠٠	١٧٩	١٢٠	٧٩	٣٥٥
١٨١	١٢٠٠	١٨٠	١٢٠	٨٠	٣٦٠
١٨٢	١٢٠٠	١٨١	١٢٠	٨١	٣٦٥
١٨٣	١٢٠٠	١٨٢	١٢٠	٨٢	٣٧٠
١٨٤	١٢٠٠	١٨٣	١٢٠	٨٣	٣٧٥
١٨٥	١٢٠٠	١٨٤	١٢٠	٨٤	٣٨٠
١٨٦	١٢٠٠	١٨٥	١٢٠	٨٥	٣٨٥
١٨٧	١٢٠٠	١٨٦	١٢٠	٨٦	٣٩٠
١٨٨	١٢٠٠	١٨٧	١٢٠	٨٧	٣٩٥
١٨٩	١٢٠٠	١٨٨	١٢٠	٨٨	٤٠٠
١٩٠	١٢٠٠	١٨٩	١٢٠	٨٩	٤٠٥
١٩١	١٢٠٠	١٩٠	١٢٠	٩٠	٤١٠
١٩٢	١٢٠٠	١٩١	١٢٠	٩١	٤١٥
١٩٣	١٢٠٠	١٩٢	١٢٠	٩٢	٤٢٠
١٩٤	١٢٠٠	١٩٣	١٢٠	٩٣	٤٢٥
١٩٥	١٢٠٠	١٩٤	١٢٠	٩٤	٤٣٠
١٩٦	١٢٠٠	١٩٥	١٢٠	٩٥	٤٣٥
١٩٧	١٢٠٠	١٩٦	١٢٠	٩٦	٤٤٠
١٩٨	١٢٠٠	١٩٧	١٢٠	٩٧	٤٤٥
١٩٩	١٢٠٠	١٩٨	١٢٠	٩٨	٤٥٠
٢٠٠	١٢٠٠	٢٠٠	١٢٠	٩٩	٤٥٥

٥٣

Krejcie , R & Morgan, D.(1970). Determining sample size for research activities . *Educational and Psychological Measurement* 30 , 607-610.

ملحق رقم 02