

استخدام الجمهور المصري لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتححرر الاجتماعي لديهم

دراسة ميدانية فى ضوء نظرية تأثير الشخص الثالث

د. هشام رشدى خيرالله*

ملخص البحث:

هدف البحث إلى التعرف على مدى استخدام الجمهور المصري لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتححرر الاجتماعي لديهم وذلك من خلال الكشف عن حجم استخدام الجمهور المصري لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على مستوى اتجاه الجمهور المصري نحو التححرر الاجتماعي، وتنتهى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفى إطارها استخدم الباحث منهج المسح، واستخدم فى ذلك الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٧٦٧) مفردة من الجمهور المصري، وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى التححرر الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستويات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما توصلت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى تأثيرات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستويات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما تبين اختلاف درجة توقع المبحوثين بقدرة تأثير استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين (الشخص الثالث) باختلاف درجة استخدام وسائل التفاعلية المتاحة عبر تطبيقات الفيديو.

الكلمات الدالة:

تطبيقات الفيديو القصيرة - مواقع التواصل الاجتماعي - نظرية تأثير الشخص الثالث

* أستاذ مساعد بقسم الإعلام التربوى بكلية التربية النوعية- جامعة المنوفية

The Egyptian public's use of short video applications through social networking sites and its relationship to their social liberation- A field study in the light of the third person influence theory

Abstract:

The aim of the research is to identify the extent to which the Egyptian public uses short video applications through social networking sites and its relationship to their social liberation, by revealing the extent of the Egyptian public's use of short video applications through social networking sites, and to identify the level of the Egyptian public's attitude towards social liberation. To descriptive studies, and within its framework, the researcher used the survey method, and in that questionnaire was used as a tool to collect the required data. The study was applied to a random sample of (767) individuals from the Egyptian public. It also found that there are statistically significant differences between the average scores of the respondents on a measure of the level of effects of using short video applications through social networking sites, according to the different levels of using short video applications through social networking sites. The degree of respondents' expectation of the ability to influence the use of short video applications through social networking sites on others (third person) was found to be different according to the degree of use of interactive means available through video applications.

Keywords:

Short video applications – social networking sites – third person influence theory

مقدمة الدراسة:

شهدت المجتمعات الحديثة تطوراً كبيراً وسريعاً في استخدام تقنيات الاتصال الإلكتروني، فقد ظهر جيل جديد لم يعد يتفاعل مع الإعلام التقليدي بقدر ما يتفاعل مع الإعلام الإلكتروني يسمى بالجيل الشبكي أو جيل الإنترنت التي تعد وسيلة اتصالية، استطاعت أن تُحدث انقلاباً في مفهوم التواصل الإنساني، سواء من حيث تنوع وسائله، أو من حيث اتساع نطاقه وسرعة إيقاعه، فمن خلال شبكة الإنترنت يمكن للفرد التواجد عن بعد أو ما يعرف بنقل الحضور (Transmission of Presence)، وذلك بفضل نظم التحكم الآلي. وظهر على هامش تطور الإنترنت مواقع للتواصل بين الأفراد سميت بمواقع التواصل الاجتماعي مثل التويتتر، وفيس بوك والانستجرام، والواتس أب، والتيك توك وغيرها تتسم بالفورية والتفاعلية وتعدد الوسائط الحديثة، التي أنشئت أساساً بهدف التواصل الاجتماعي بين الأفراد والمجموعات ذات الاهتمام المشترك، بهدف تبادل الرسائل الخاصة والتعرف على أخبار الأصدقاء والمقربين ولكنها أحدثت تغييرات كبيرة على الحياة اليومية والعامة والمتخصصة فالיום تشهد هذه المواقع الاجتماعية تطوراً غير مسبوق في ازدياد الاهتمام بها في ظل دورها المؤثر والفاعل في العملية الاتصالية باعتبارها أصبحت تمثله كوسيلة لتبادل المعلومات بفضل ما تمتلكه من خصائص جعلت منها الأكثر انتشاراً وشعبية عبر شبكة الإنترنت.

وقد لاقت تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت إقبالاً شديداً من قبل الجمهور بكل فئاته العمرية، فنجد الأطفال والمراهقين والشباب بل والكبار أيضاً يلجئون إلى صنع مقاطع الفيديو القصيرة المتاحة عبر تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي؛ نظراً لخروجها عن النمط التقليدي، وحبهم إلى الاستطلاع والتجربة إلى كل ما هو جديد، وهذا ما يجعل التطبيقات الإلكترونية عالماً مستهدفاً بشكل أكبر، حيث تتيح لهم أن يكون لكل شخص منهم موقعه الخاص الذي يتبادل في الصور، والرسائل النصية، ومقاطع الفيديو، وتسهيل لهم تبادل اهتماماتهم.

فالمحتوى المقدم في هذه المقاطع القصيرة رغم قصره يحتوى على معاني كبيرة جعلت من الموضوع أخطر من فكرة فيديو للرقص أو تقليد الأصوات أو الغناء، فالبعض وحسب الدراسة الاستطلاعية التي قمنا بها يبحث عن فسحة للإبداع والأخر يبحث عن الجديد في عادات الحياة الاجتماعية من اللباس والموسيقى وكذا حركات الرقص الجديدة، غير أن الملاحظ في مجتمعنا في الفترات الأخيرة أنه يعاني وبشكل كبير من اضطراب في نواحي الحياة الاجتماعية من سلوكيات غريبة وتزايد نسبة الانحراف وكذا الجريمة بكل أشكالها خاصة لدى فئة الشباب، فشبكة الإنترنت بمختلف إنتاجاتها كموقع التيك توك تهدد طبيعة القيم المجتمعية السائدة قبل أن تبني هذه الفئات لمواقع التواصل الاجتماعي كمسرح لتلبية حاجياتهم وكذا رمز جديد لتفاعلهم فيما بينهم الأمر الذي جعل من منظومة القيم الاجتماعية في حالة خطر.

فقد يلجأ الفنانون إلى استخدام تطبيقات الفيديو عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة التي لا تتعدى ٦٠ ثانية لعرض أجزاء من المسلسلات والأفلام لجلب المشاهدات ونشر الأفكار والاستحواذ على لقب الترنند، بل قد يستخدمه مقدمي البرامج أيضاً، وهذا ما يجعل من هذه المقاطع انتشاراً كبيراً عبر مواقع التواصل نظراً لقلة المساحة الزمنية لها، بل أن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح هذه المواقع للجمهور الذي استطاع من خلال نشر محتويات عديدة من خلالها،

وتنوعت المحتويات بين هادف ويلقى ترحيب من الجمهور، وأخرى غير هادفة وتلقى استياءً من الجمهور، بل قد تمتد في أحيان كثيرة إلى نشر مقاطع خادشة للحياء لا تراعى قيم المجتمع وعاداته وتقاليده.

ولا ينكر المتابعون لفاعلية وسائل الإعلام القديمة والجديدة الرقمية، الدور الكبير الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي، على مدار الأربع وعشرين ساعة، ولا يقاس هذا الدور فقط بمعدل انتشار هذه الوسائل وكثافة استخدامها، والساعات التي يستغرقها الجمهور معها، وإنما يمتد الأثر إلى المحتوى الذي تروج له، وبعضه جاد وهادف، وكثيرة منها يفتقد الدقة والموضوعية والتوازن والصدق، وأغلبه يروج لمقولات مغلوطة وسلوكيات مرفوضة ومعلومات كاذبة وشائعات تحركها بقصد ووعي أو بغير وعي مجموعات بشرية في الداخل أو الخارج، مستفيدة من خصائص ثراء الوسيلة كاملة؛ حيث السرعة والفورية والانتشار وسهولة الاستخدام والطابع الشخصي، واللغة التي باتت في متناول الجميع على اختلاف المستويات التعليمية والثقافية والاجتماعية، وإزاء هذه السهولة، باتت مواقع التواصل الاجتماعي أداة نشطة جداً في تداول الأنماط والسلوكيات السلبية التي تلقى رفض من المجتمع.

ولقد شهد المجتمع المصري في الوقت الحالي مجموعة من التغيرات من حيث عمقها واتجاهاتها ونتائجها التي أثرت بشكل مباشر على النسق القيمي لدى أفراد المجتمع. وتحول إلى عالم ينشغل بالمادة أكثر من انشغاله بالقيم والأخلاق، وتحل فيه العلاقات الفردية القائمة على المصلحة محل العلاقات القائمة على العواطف الإيجابية، كما تحل فيه الفوضى وعدم اليقين محل العلاقات المستقرة القائمة بين أفراد المجتمع على أساس من القيم الأصيلة كالثقة والتسامح واحترام الآخر والالتزام الأخلاقي. ولقد أفرزت التطورات التي يشهدها العالم المعاصر في مجال الإعلام والاتصال العديد من الإشكاليات الاجتماعية والتحديات أهمها تلك المخاطر والتهديدات التي تواجهها منظومة القيم، من خلال الانتشار السريع لتطبيقات التواصل الاجتماعي التي تحمل خصوصيات الأفراد داخل منازلهم إلى العامة، دون وعي بما تتركه هذه الخصوصيات من آثار سلبية مدمرة لقيم المجتمع.

وهذا يؤكد القول الشائع بأن الإعلام سلاح ذو حدين، فوسائل الإعلام التي تدرك مسؤوليتها تجاه مجتمعاتها تستطيع أن تكون أداة إصلاح، أما التي تتحرك بدوافع تجارية أو نفعية محضة فإنها تتحول إلى معول هدم وتخريب لأركان المجتمع، وأهمها الشباب الذي يعد لبنة المستقبل^(١).

حيث أصبح لهذه المواقع في الوقت الحالي مكانة وأهمية مؤثرة خاصة وان هذه المواقع تجذب الجماهير وتؤثر فيهم، ومع انتشار الإنترنت في الوطن العربي في السنوات الأخيرة تحولت هذه الظاهرة إلى ظاهرة اجتماعية مما دفع بالعديد من الباحثين إلى دراستها كظاهرة لها آثارها الاجتماعية والنفسية والثقافية، والسياسية تظهر هذه النتائج في أنماط تفكير وسلوك واتجاهات المتلقي وفي مقدمتهم المراهقين كفئة حساسة قابلة للاستغلال.

وعلماء الاتصال الجماهيري قد ناقشوا فكرة أن إدراك الفرد بأن الرسائل الإعلامية قد يكون لها تأثير على الأفراد الآخرين من الممكن أن يؤدي إلى تغييرات في اتجاهات وسلوكيات الفرد ذاته، وبذلك تكون تأثيرات الرسائل الإعلامية غير مباشرة أو بمعنى آخر غير ناتجة عن التعرض للرسالة الإعلامية فحسب وإنما تكون هذه التأثيرات كرد فعل ناتج عن إدراك تأثيرات الرسالة

الإعلامية على الأفراد الآخرين وفي هذه الحالة تكون ردود أفعال الجمهور جديرة بالاهتمام من جانب علماء الاتصال الجماهيري^(١). ولعل من أهم الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري التي اهتمت بالكشف عن التأثير غير المباشر للرسائل الإعلامية نظرية تأثير الشخص الثالث.

مشكلة الدراسة:

يمكن تحديد المشكلة البحثية بناءً على الملاحظة أولاً، حيث لاحظ الباحث من خلال مجارته للأحداث الجارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، انتشار تطبيقات حديثة باتت الأوسع انتشاراً خلال السنوات القليلة الماضية، والتي أصبحت في متناول جميع فئات الجمهور، ولا تختص بها فئة معينة دون غيرها، حيث أتاحت العديد من التطبيقات منها التيك توك Tik Tok، لايك Likee، الريلز Reels، فاين Vine، الكواي Kwai، لاسو Lasso، بالإضافة إلى الاستوري Stories المتاحة على جميع منصات التواصل الاجتماعي والتي تتراوح المدة الزمنية لها بين ١٥ ثانية إلى ٦٠ ثانية على حسب اختلاف المنصات، وعلى الرغم من هذا التطور الملحوظ في تطبيقات التواصل الاجتماعي، إلا أنه قد يسيء البعض استخدام هذه التطبيقات في نشر مضامين غير هادفة بل تكون في معظمها خادشة للحياء وأحياناً أخرى تحرض على الانحراف، كما يمكن تحديد المشكلة البحثية أيضاً من خلال الدراسات السابقة، حيث لاحظ الباحث أن هناك نقصاً واضحاً في الدراسات التي تتناول تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تفتقر المكتبات العربية إلى هذه النوعية من الدراسات على الرغم من خطورة هذه التطبيقات وما تشكله من أثار مدمرة على مسيرة المجتمع، وتزداد أهمية تناول هذه المشكلة البحثية في ضوء هامش الحرية المتزايد الذي تتمتع به مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تفتقر إلى الرقابة، مما أعطى الجمهور الجرأة والشجاعة في نشر العديد من المضامين عبر تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقد يدعم إحساس الباحث بمشكلة الدراسة أيضاً نتائج الدراسة الاستطلاعية التي أجراها على عينة قوامها ١٠٠ مفردة من الجمهور المصري لمعرفة حجم استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأكثر فئات الجمهور استخدامها، والتي أسفرت نتائجها عن استخدام تطبيقات الفيديو من قبل الجمهور بنسبة ١٠٠% ما بين مشاهد وصانع للمحتوى، وكانت أكثر الفئات استخداماً لهذه التطبيقات الشباب، ومن ثم يمكننا بلورة مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة على التساؤل التالي:

ما مدى استخدام الجمهور المصري لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتححرر الاجتماعي لديهم؟

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة الحالية من خلال:

- ١- تكتسب هذه الدراسة أهمية أنية من أهمية تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تعد جزء من العمل الإعلامي، والتي تمكّن المستخدمين من إنشاء مقاطع فيديو قصيرة ومشاركتها. بالإضافة إلى تمتعها بالقدرة على قص مقاطع الفيديو المتعددة وتحريرها ودمجها بالإضافة إلى إضافة الموسيقى والصوت والفلتر والملصقات.

- ٢- ضرورة معرفة رجع الصدى في مجال الإعلام، فمعرفة ردود الأفعال تجاه ما يقدم خلال تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مهم للمخططين وصانعي القرار لتعديل الرسائل أو جعلها تتوافق مع الجمهور المتلقي، أو تفعيل التشريعات التي تحدد نوع المحتوى المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
 - ٣- تسهم هذه الدراسة فيما تخرج به من نتائج قد تفيد المشرع المصري للوقوف على حجم المشكلة ومن ثم إمكانية وضع قوانين رادعة تحد من نشر المضامين السلبية التي قد تؤدي إلى الخروج عن قيم المجتمع وعاداته وتقاليده.
 - ٤- تتبع أهمية الدراسة من تناولها لوسيلة إعلامية هامة وهي مواقع التواصل الاجتماعي التي لها دورٌ واضح في التغيير السياسي والاجتماعي، كما أنها أتاحت للفرد العادي فرصة أن يصبح صحفيًا وكاتبًا ومنتجًا للمعلومات لا مستهلكًا لها فحسب، وتمكينه من إسماع صوته إلى الآخرين متجاوزًا كل قيود وعوائق استخدام وسائل الإعلام التقليدية.
 - ٥- تكتسب هذه الدراسة بعدا مجتمعيًا وذلك باعتبار تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تكتسب شعبية واسعة، ومع استمرار تطور الهواتف الذكية والتكنولوجيا للوصول إلى وسائط الفيديو عبر الإنترنت.
 - ٦- تكتسب الدراسة أهميتها من أهمية دراسة التحرر الاجتماعي حيث يعد من المفاهيم المعقدة التي تضم العديد من الجوانب والوجوه. يعني مفهوم التحرر الاجتماعي بصفة عامة غياب القيود الاجتماعية أو التداخل مع الأفعال الحقيقية والمحتملة. والقيود التي يتم التحرر منها في ضوء التحرر الاجتماعي إنما هي ضغوط طبيعية أو مادية أو بيولوجية أو نفسية أو اجتماعية.^(٣)
 - ٧- محاولة اختبار فروض نظرية تأثير الشخص الثالث.
- أهداف الدراسة:**

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على العلاقة بين استخدام الجمهور المصري لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحو التحرر الاجتماعي وذلك من خلال:

- ١- التعرف على حجم استخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ٢- التعرف على حجم استخدام الجمهور المصري لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٣- التعرف على دوافع استخدام الجمهور المصري لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٤- التعرف على تأثيرات استخدام الجمهور المصري لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٥- التعرف على أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل المبحوثين استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة خلالها.
- ٦- رصد أهم النماذج السلبية التي يتعرض لها الجمهور المصري عبر تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- ٧- الكشف عن أساليب التفاعلية التي يستخدمها الجمهور مع تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٨- موقف المبحوثين عند مشاهدة مقطع فيديو قصير وهو يتصفح مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٩- قياس مستوى اتجاه الجمهور المصري نحو التحرر الاجتماعي (التحرر من القيم الأخلاقية، التحرر من العادات والتقاليد، التحرر العاطفي، التحرر السلوكي، التحرر الفكري).
- ١٠- قياس مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية على استخدام المبحوثين لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ١١- قياس مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية على مستوى اتجاه المبحوثين نحو التحرر الاجتماعي.

مدخل مفاهيمي للدراسة:

- **تطبيقات الفيديو القصيرة:** هي طريقة تتيح لصنّاع المحتوى التواصل مع جماهير جديدة بالاستعانة فقط بهاتف ذكي وكاميرا Shorts في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، وبفضل أدوات إنشاء فيديوهات Shorts يمكن بسهولة إنشاء فيديوهات قصيرة لا تتجاوز مدتها ٦٠ ثانية باستخدام الكاميرا التي تضم مقاطع متعددة، ومن هذه التطبيقات التيك توك Tik Tok ، لايكى Likee ، الريلز Reels ، فاين Vine ، الكواي Kwai ، لاسو Lasso، بالإضافة إلى الاستوري Stories المتاحة على جميع منصات التواصل الاجتماعي والتي تتراوح المدة الزمنية لها بين ١٥ ثانية إلى ٦٠ ثانية على حسب اختلاف المنصات.
- **التحرر الاجتماعي:** يعتبر مفهوم التحرر الاجتماعي من المفاهيم المعقدة التي تضم العديد من الجوانب والوجوه. يعني مفهوم التحرر الاجتماعي بصفة عامة غياب القيود الاجتماعية أو التداخل مع الأفعال الحقيقية والمحتملة. والقيود التي يتم التحرر منها في ضوء التحرر الاجتماعي إنما هي ضغوط طبيعية أو مادية أو بيولوجية أو نفسية أو اجتماعية (Park, 2018: 53)^(٤)، والتحرر الاجتماعي هو الرغبة في التحرر من العادات والأدوار الاجتماعية المُقيدة للشباب والتي تفرض عليهم أعباء وقيود مجتمعية كبيرة. أيضاً، فإن التحرر الاجتماعي يعني الحصول على الحرية من التقاليد الاجتماعية (الطقوس) التي تحد من ممارستهم للحرية والسعي نحو مكانة اجتماعية أفضل في المجتمع. لقد تغيرت الأدوار الاجتماعية للشباب في المجتمع وتغير معها أدوارهم التقليدية نتيجة للثورة التكنولوجية وتعدد وسائل الإعلام وتطورها المستمر (Yu,2017)^(٥)، ويعرفه Oppenheim,2019^(٦) بأنه "تحقيق معاني الاستقلالية والخصوصية وحرية التعبير والتحرر من قيود المجتمع"، كما يعرفه Zhou,2019^(٧) بأنه "مفهوم فلسفي وأخلاقي يتضمن بُعدين أساسيين: حرية الإرادة أو القدرة على الاختيار ممن بين العديد من الخيارات المتاحة. ثانياً: سلوك الفرد خارج أي سيطرة خارجية من أفراد أو جماعات أو مؤسسات. بينما يعرفه Sharma,&Thakur,2017^(٨) بأنه "الميل نحو التخلص من قيود الثوابت المجتمعية والتقاليد والطقوس والأدوار النمطية". ويعرفه Ng,2018^(٩) بأنه "وعي أفراد المجتمع بحريرتهم في المشاركة في الحياة الاجتماعية وتحقيق التحرر من خلال توافر الظروف المجتمعية التي تؤدي إلى حياة قيمة". كما يعرفه Agbese,2017^(١٠) بأنه "الحصول على الاستقلالية والحرية من

التقاليد والطقوس المجتمعية والأفكار المقيدة للحرية". ويعرفه الباحث إجرائياً بأنه الدرجة التي يحصل عليها المبحوث على أبعاد مقياس التحرر الاجتماعي (التحرر من القيم الأخلاقية، التحرر من العادات والتقاليد، التحرر العاطفي، التحرر السلوكي، التحرر الديني أو العقائدي، التحرر الفكري)

خصائص التحرر الاجتماعي:

وقد حدده (Krueger, 2017) ^(١١) فيما يلي:

- التحرر الاجتماعي هو مجموع العمليات التي يؤديها الفرد للتأقلم مع النظام العالمي الحديث والتخلص من القيود المجتمعية التقليدية.
- التحرر الاجتماعي للشباب يخلصهم من العادات والتقاليد والقيود المجتمعية التي فرضها عليهم المجتمع وأسلافهم في وقت مضى.
- التحرر الاجتماعي يرتبط بالتحرر في طبيعة العلاقات الاجتماعية وآلية ارتباط الأشخاص ببعضهم البعض وبمجتمعهم.
- التحرر الاجتماعي يقوم على حرية السلوك والتصرف في النظم أو النظم الفرعية الاجتماعية من حيث البناء أو الوظيفية.
- التحرر الاجتماعي عملية نوعية أو كمية مخططة أو غير مخططة للتحرر من القيود والظواهر الاجتماعية السلبية.
- التحرر الاجتماعي وسيلة بالنسبة للشباب والمجتمعات نحو التقدم.

وحدها (Hamilton, & Wagner, 2017) ^(١٢) في:

- المعرفة: تعبر عن العلم بالحقائق كما تنقله الأفلام.
- المعتقدات: عملية إدراكية ونسبية وليس عاطفية.
- المواقف: عبارة عن معتقدات تأثيرية.
- السلوك: تشير إلى الأفعال والتصرفات.
- القيم: تعبر عن المعتقدات الأساسية التي تتفق مع تلك المعتقدات التي يحملها شخصيات الفيلم والتي تعبر في الغالب عن مجتمع معين.

ويحددها (Wang, 2017) ^(١٣) في:

- التحرر من القيود السلطوية الاجتماعية مثل الوالدين.
- التحرر من العادات والتقاليد الاجتماعية التي تفرض أدوار وقيود معينة على الشباب.
- التحرر المرتبط بالسلوك والقيم والمجتمعية.
- الحرية الاجتماعية والاقتصادية والمساواة.

ويحددها (Tripathi, & Raghuvanshi, 2018) ^(١٤) في:

- الارتباط بالهوية: يرتبط التحرر الاجتماعي بالهوية بين الشباب التي تحددها طبيعة المكان والمعتقدات الفكرية، وتاريخ الشعوب وذاتيتها، والتراث.
- الحدائة: يقوم التحرر الاجتماعي على مواكبة التطور والتقدم، وتوظيف القدرات العقلية لمعالجة المفاهيم والأفكار التحررية، والتفاعل معها.
- النسبية: يتسم التحرر الاجتماعي بالنسبية من مجتمع لآخر وليس مطلق، حيث يختلف من فرد لآخر ومن مجتمع لآخر.

- **مواقع التواصل الاجتماعي:** ويرى استيفين داونس (٢٠٠٥) بأن مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع اجتماعية تشتمل على مجموعة من الأفراد يرتبطون معًا بعلاقات متعددة مثل الصداقة والاهتمامات والأفكار المشتركة^(١٥)، ويتفق معه عباس مصطفى^(٢٠٠٨) حيث يرى أنها مواقع تجمع الأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة، ويتبادلون الأفكار والمعلومات ويتصلون مع بعضهم ويتبادلون الحديث وينشرون الأخبار التي تهتم مجتمعاتهم.^(١٦) أما محمود عبد الستار (٢٠١٠) فيرى أن مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن حلقات اجتماعية كما في الحياة اليومية، إنما الفرق في كونها عبر الإنترنت وهي تضم مواضيع خاصة وعامة من كتابات وصور وأفلام ومحادثات وتعارف.^(١٧) ويعرفها سعود صالح (٢٠١٢) بأنها مواقع على شبكة الإنترنت والتي ظهرت مع ما يُعرف بالجيل الثاني للويب (Web2)، حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم وفقاً لاهتماماتهم أو انتماءاتهم (جامعة- بلد- صحافة- شركة... إلخ، بحيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر، كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين، والتعرف على أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.^(١٨) ويعرفها الباحث إجرائياً بأنها تلك المواقع التي تتيح للأفراد إنشاء صفحات خاصة بهم على الإنترنت وتتيح لهم التواصل مع الآخرين دون قيود.

- **الاتجاه:** يعرف الاتجاه بأنه توجه ثابت أو تنظيم مستقر للعمليات المعرفية والانفعالية والسلوكية، وتتداخل مكونات هذا الاتجاه وتؤثر في بعضها البعض، وأي تغيير فيها يفضي إلي تغيير من المكونات الأخرى^(١٩)، وهو شعور الفرد العام الثابت نسبياً الذي يحدد استجاباته نحو موضوع معين أو قضية معينة من حيث القبول أو الرفض، التأييد أو المعارضة، المحاباة أو

المجافة، ويعرفه الباحث إجرائياً بأنه الدرجة التي يحصل عليها المبحوث على مقياس الاتجاه نحو التحرر الاجتماعي نتيجة استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- **الجمهور المصري:** يقصد به الجمهور العام من سن ١٥ سنة وما يزيد، ويشمل كافة فئات وشرائح المجتمع.

- **تأثير الشخص الثالث:** تأثير الشخص الثالث يمكن تعريفه على أنه تحيز إدراكي في الفكر المقارن لتأثير وسائل الإعلام على الذات والآخرين، والذي دائماً ما يظهر من خلال آلية تعزيز الذات المعتمدة على المواقف، ونلاحظ أن العديد من العوامل الموقفية تلعب دوراً مهماً في تأثير الشخص الثالث منها موضوع الرسالة ومدى مرغوبيتها وصفات المبحوثين، وخصائصهم الديموجرافية، ومدى تقديرهم لذاتهم هذا بالإضافة إلى مرجعيات المقارنة المرتكزة على النتيجة الطبيعية للمسافة الاجتماعية بين الذات والآخر المقارن Social distance corollary^(٢٠).

حدود الدراسة: وتتمثل حدود الدراسة في الحدود التالية:

- ١- **حدود موضوعية:** حدد الباحث موضوع دراسته في استخدام الجمهور المصري لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتحرر الاجتماعي لديهم.
- ٢- **حدود مكانية:** تتمثل حدود الدراسة المكانية في جمهور محافظات جمهورية مصر العربية.
- ٣- **حدود بشرية:** اقتصرت الدراسة على عينة من الجمهور العام الذين يتراوح عمرهم الزمني بين ١٥ سنة فأكثر، ويرجع اختيار الجمهور العام دون تحديد شريحة معينة وذلك لأن تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لا تتحدد بفئة عمرية معينة، فكل ما تحتاجه تليفون ذكي يدعم استخدام الإنترنت، بالإضافة إلى بحث أي فئات المجتمع أكثر تأثراً بمثل هذه التطبيقات.

٤- الدراسات السابقة :

تستهدف عملية مراجعة التراث العلمي بشكل أساسي استجلاء المفاهيم النظرية والمنهجية المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة والعلاقات القائمة فيما بينها، بما يسهم إيجاباً في البناء النظري والتصميم المنهجي للدراسة الحالية، وفي هذا الصدد هناك عدة دراسات تقترب من قريب أو بعيد من موضوع الدراسة الحالية تم تقسيمها إلى محورين: **المحور الأول:** دراسات تناولت تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، **المحور الثاني:** دراسات تناولت التحرر الاجتماعي، وفيما يلي عرض هذه الدراسات على أساس الترتيب الزمني لها من الأقدم إلي الأحدث.

أولاً: الدراسات التي تناولت تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

تهدف دراسة إيمان محمد الغريب (٢٠١٩)^(٢١) إلى رصد سياسات ومحددات وأخلاقيات نشر مقاطع الفيديو على بوابات الصحف الإلكترونية، ورصد سمات تعليقات الجمهور المصاحبة لهذه المقاطع، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي وأداة تحليل المضمون لمقاطع الفيديو والتعليقات المصاحبة لها لموقعي اليوم السابع وفيتو في الفترة من أول فبراير إلى منتصف مارس من العام نفسه. وأوضحت النتائج تصدر المضامين الاجتماعية في مقاطع فيديو الدراسة،

وجاءت الأخبار والتقارير كأكثر الفنون الصحفية توظيفاً، وعكست نتائج الدراسة وضوح المسؤولية الأخلاقية لمقاطع الفيديو في احترام حقوق الفرد واحترام الكرامة الإنسانية والارتقاء بالذوق العام، وتمثل انتهاك أخلاقيات النشر في اختراق الحق في الخصوصية بنسبة ٣.٣% ونشر مشاهد تحمل نماذج للعنف والازدراء بنسبة ٣%، والخروج عن الآداب العامة بنسبة ٢.٥%. بلغ إجمالي مقاطع الفيديو التي تم التعليق عليها ٩٣.٩%، وتبنت تعليقات الجمهور نماذج إيجابية بيبث الشعور بالمسؤولية بنسبة ٣٣.٨%، وإبراز نماذج إيجابية بنسبة ١٨.٤% في حين قامت بإبراز نماذج سلبية بنسبة ٢٦% واستعانت بألفاظ غير لائقة بنسبة ١٧.١%. ويرى كل من محمد فتحي يونس، محمد عبدالغفار عبدالغفار (٢٠٢٠) (٢٢) أن تطبيق Tik Tok من التطبيقات الحديثة نسبياً بالنسبة لوسائل التواصل الاجتماعي، إلا أنه حظي بشعبية متزايدة خلال السنوات الماضية، مما دفع وسائل الإعلام العربية والأجنبية إلى استغلال التطبيق في تقديم محتوى إعلامي، على عكس المحتوى الترفيهي الذي يشتهر به التطبيق، رغبة من القائمين بالاتصال في استهداف فئات جديدة من الجمهور. وهدفت الدراسة إلى التعرف على سمات المحتوى الإعلامي على تطبيق تيك توك، من خلال عينة ممثلة في منصتي (صدى البلد وواشنطن بوست)، باعتبارهما أكثر المناصب الإخبارية العربية والأجنبية نشاطاً عبر تطبيق Tik Tok، وتم تحليل كافة الفيديوهات المنشورة عبر المنصتين خلال شهر يناير ٢٠٢٠. وتوصلت الدراسة إلى أن منصة واشنطن بوست نجحت في استغلال المحتوى الإعلاني للترويج لنفسها دون أن يشعر المتلقي أنه أمام مادة إعلانية، على عكس منصة صدى البلد، كما توصلت الدراسة إلى أن محتوى منصة واشنطن بوست جاء متنوعاً ما بين استخدام النص والموسيقى والفيديو، بينما اتخذ محتوى منصة صدى البلد شكلاً واحداً وثابتاً في كافة الفيديوهات. في حين اهتمت دراسة شيماء عز الدين ذكي (٢٠٢٠) (٢٣) بالتركيز على إستراتيجية التسويق بالفيديو القصير، لاستكشاف طبيعة الفيديوهات التسويقية عبر تطبيق تيك توك، وذلك من خلال الاعتماد على تحليل المضمون الكيفي، والملاحظة البسيطة، وتطبيق (٢١) مقابلة شبه مقننة على الإنترنت، للمستخدمين من سن ١٥ - ٢٧ عاماً. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك عدداً من أنماط استخدام "تيك توك" من قبل الماركات في مصر؛ وذلك في إطار إطلاق إعلانات مختلفة تظهر بعدة أشكال للمستخدمين عبر التطبيق، إنشاء حساب باسمها عبر التطبيق نفسه، استغلال العديد من الماركات بعض الخصائص التي يتيحها التطبيق مثل: تحدي الهاشتاج، والتسويق بالمشاهير والمؤثرين. وعلى مستوى المبحوثين، تبين أنهم استخدموا التطبيق في الأونة الأخيرة، بغرض التسلية، وملء وقت الفراغ، بجانب متابعة العديد من الفيديوهات الخاصة بالمشاهير، وتصوير فيديوهات في بعض الأحيان، بالاعتماد على خاصية تحريك الشفاه (lip syncing) وقد تبين أنهم يرون التطبيق كوسيلة للترفيه أكثر منه وسيلة تسويقية. وهدفت دراسة أسماء مسعد عبدالمجيد أبو عبيطة (٢٠٢١) (٢٤) إلى تقصي أثر اعتماد المراهقين على منصة التيك توك في تشكيل الصورة الذهنية عن الفتاة المصرية. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وتمثلت أداة الدراسة في الاستبيان. وتم تطبيقها على عينة قوامها (٤١٥) مفردة. وجاءت نتائج الدراسة مؤكدة على أن استجابات المبحوثين للتعبير عن دوافعهم لاستخدام تيك توك أكدوا أنه من التطبيقات المسلية والممتعة والجذابة وهي تنتمي إلى دوافع حب المعرفة عموماً، يليها الدوافع الاجتماعية الخاصة بمشاركة الآخر في اهتماماته، وأخيراً دوافع المشاركة والتعامل مع الآخرين وفهمهم. كما اتضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض عينة الدراسة لتطبيق التيك توك، ورد الفعل السلوكي لديهم وفقاً للنوع، وأوصت الدراسة بتنمية الازدراء

الديني والتربية الصحيحة للأبناء بما يساعد على الحد من سلبيات الوسائل الحديثة وأخطارها. في الوقت ذاته استهدفت دراسة شيماء ذوالفقار حامد (٢٠٢١) (٢٥) إلى التعرف على استخدامات التيك توك ومعدلات القلق بين الشباب والمراهقين المصريين أثناء وباء كوفيد ١٩، وذلك بالاعتماد على استطلاع عبر الإنترنت ل ٢٣٢ مراهقا وشابا مصرياً من مستخدمي التيك توك خلال وباء كوفيد ١٩، تم رصد تأثير دوافعهم (الإشباع المطلوب) لاستخدام هذه المنصة، ومستوى حالة القلق، والمتغيرات الديموغرافية على مستوى استخدام التيك توك، وأنواع الاستخدامات، وقد أظهرت النتائج أن دوافع الهروب من الواقع والبحث عن الشهرة بالإضافة إلى المستوى الاقتصادي للمدرسة زادت من مستوى استخدام التيك توك، بينما كان هناك تأثير سلبي لسن المستخدمين، في حين لم يكن هناك تأثير لمستوى القلق على كل من استخدام التيك توك وأنواع استخداماته. في حين هدفت دراسة محمد عبد بكير (٢٠٢١) (٢٦) إلى رصد وتحليل وتفسير إدراك الشباب المصري لتأثيرات الواقع الافتراضي المتضمن بفيديوهات التيك-توك على الذات وعلى الآخرين، من خلال اختبار فروض نظرية تأثير الشخص الثالث، بشقيها الإدراكي والسلوكي، بالإضافة إلى الكشف عن تأثيرات تعرض الشباب المصري لفيديوهات التيك توك، وعلاقتها بإدراكهم لتأثير الشخص الثالث. وأسفرت نتائج الدراسة عن أن أكثر المضامين التي يفضلها الشباب المصري بفيديوهات التيك-توك، تتمثل في مقاطع المشاهير الشخصية، يليه مقاطع هوايات ومواهب المستخدمين كالرقص والغناء، وخرجت الدراسة بوجود علاقة دالة بين كثافة تعرض الشباب المصري لفيديوهات التيك-توك، ومستوى إدراكهم لتأثير الشخص الثالث، وأظهرت وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة بين مستوى إدراك الشباب المصري لتأثير الشخص الثالث، ودرجة تأييدهم لفرض الرقابة على المنصات الرقمية في التيك-توك، بالإضافة إلى وجود فروق دالة بين مستوى إدراك الشباب المصري لتأثيرهم بالواقع الافتراضي المتضمن بفيديوهات التيك-توك، مقارنة بمستوى إدراكهم لتأثيرها على الآخرين، لصالح التأثير على الآخرين- وبذلك ثبت صحة الفرض الإدراكي لنظرية تأثير الشخص الثالث". في الوقت الذي هدفت فيه دراسة مها محمد فتحى (٢٠٢١) (٢٧) إلى التعرف على تأثير تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، وتمثلت عينة البحث في عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من طلاب الجامعات المصرية، اعتمدت الدراسة على استمارة الاستقصاء، وتوصلت النتائج إلى أن أهم أسباب تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك Tik Tok المعروضة عبر الهواتف الذكية في الترتيب الأول "للتسلية والترفيه"، ثم "التعرف على سلبيات الواقع الذي نعيش فيه"، يليها "الجرأة في طرح الموضوعات"، ثم "تنشر أنماط مجتمعية جديدة"، - أشارت النتائج إلى أهم القيم التي أبرزتها فيديوهات Tik-Tok في الترتيب الأول من هذه القيم "الأخلاقية"، يليها "القيم الدينية"، ثم "القيم الثقافية"، يليها "القيم الاجتماعية" وأخيراً جاءت "قيم المواطنة"، كما تبين عدم وجود فرق دالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث ممن يتابعون فيديوهات التيك توك وتأثيرها على القيم الاجتماعية لديهم، بينما توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات الكليات النظرية ومتوسطات درجات الكليات العملية، كما تبين وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين دوافع تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك وبين إدراكهم للقيم الاجتماعية لديهم. وسعت دراسة أسماء مسعد عبدالمجيد أبو عبيطة (٢٠٢٢) (٢٨) من خلال (٥) مجموعات نقاشية إلى تحديد مدى متابعة الآباء لأطفالهم، ومدى استخدامهم لأدوات الرقابة الأبوية من خلال

التطبيقات الخاصة بذلك في مقابل الطرق الأخرى في التعامل مع أبنائهم، ومدى ملاحظتهم لتأثير أطفالهم بالألفاظ، أو الآراء، أو السلوكيات التي يتبعونها، والتعرف على مخاوفهم من متابعة أطفالهم لمحتوى الفيديو الترفيهي، وتوصلت الدراسة إلى اعتماد الآباء على الأسلوب التقليدي في متابعة ورقابة أبنائهم بشكل كبير في مقابل الأسلوب التكنولوجي واستخدام التطبيقات الحديثة، واعتماد الآباء على مبدأ الحوار والمناقشة مع أطفالهم كمبدأ في ظل انتشار مضامين غير مرغوب فيها عبر منصات الفيديو الترفيهية قد تضر بأولادهم. كما لاحظ الآباء التغيرات السلوكية على أطفالهم، وأحيانا استخدام بعض الألفاظ الخادشة للحياء التي يسمعونها من خال متابعتهم للمحتوى الصادر عبر منصات الفيديو الترفيهية، بالتالي يتضح وجود مخاوف واضحة لدى عينة الدراسة، من الآباء والأمهات، من طبيعة المحتوى الذي يتعرض له أطفالهم، وطبيعة ما يحمله من أفكار ثقافية واجتماعية تخالف عادات وتقاليد وثقافة المجتمع المصري، وتضرب في ثوابت أساسية دينية واجتماعية. في حين استهدفت دراسة أسماء العموري، سناء نحال (٢٠٢٢) (٢٩) إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت-التيك توك- وإشباعهم عبر هذا الموقع، وكذا التعرف على عادات وكثافة الاستخدام وتأثيره على القيم الاجتماعية من خلال الاعتماد على المنهج الوصفي، واستخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وطبقت الدراسة على عينة قصديه قوامها ١٥٠ مفردة، وبعد تطبيق تقنيات الملاحظة والمقابلة وكذا الاستبيان وتحليل النتائج تبين أن سلبيات التطبيق تغزو حياة المراهقين فمن التصفح الدائم إلى المشاركة اليومية وبكل ما هو مخالف لقيم المجتمع، وإنتاج لغات جديد رموز وعبارات قد لا تفهمها الأسرة ويعتمدها المراهقين على شكل رمز سري في التواصل يجعل الموضوع خطير للغاية. في الوقت ذاته هدفت دراسة أمجد محمد حسن (٢٠٢٢) (٣٠) إلى تحديد مخاطر الاستخدام المفرط للأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أولياء الأمور خاصة موقعي اليوتيوب والتك توك، حيث طبقت الدراسة على عينة عشوائية من أولياء أمور أطفال الموحلة الابتدائية بمدينة غرب غزة وعددهم (٢٣٢) ولي أمر، واستعان الباحث بأداة استبان للكشف عن نتائج الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك دوافع متنوعة ومتعددة تساهم في الاستخدام المفرط للأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي وبنسبة مرتفعة، كما أكدت الدراسة أن مستوى المخاطر الشخصية والسلوكية والاجتماعية والقيمية لاستخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي (مرتفعة)، وأثبتت الدراسة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الاستخدام المفرط تعري لمتغير الجنس، بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعري لمتغير العمر، والمدة الزمنية، ونوع المحتوى المشاهد. وفي السياق ذاته هدفت دراسة خديجة عبدالرحمن خيرالله (٢٠٢٢) (٣١) التعرف على تأثير تطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية في المجتمع الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، حيث تم تصميم استبانته مكونة من (٢٤) فقرة، وتوزيعها على أفراد العينة بطريقة عشوائية بعد التأكد من صدقها وثباتها، وبعد جمع البيانات وتحليلها أظهرت النتائج وجود درجة تأثير مرتفعة لتطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية في المجتمع الأردني، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠٥) ولصالح الإناث، ولصالح السنة الدراسية الرابعة، وفي ضوء تلك النتائج أوصت الدراسة بضرورة متابعة الأهل لأبنائهم الطلبة في التعامل مع التيك توك وتجنب السلبيات التي تؤثر على قيم المجتمع. في حين تستهدف دراسة مروى ياسين بسيوني (٢٠٢٢) (٣٢) رصد وتحليل الإشباع المتحققة

لاستخدام الشباب المصري لتطبيق التيك توك وعلاقتها بمستوى شعورهم بالجزلة الاجتماعية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، واستخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة ممثلة للشباب المصري بلغ عددها ٤٠٠ مفردة. وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإشباع المتحققة جراء متابعة الشباب للتيك توك ومستوى العزلة الاجتماعية لديهم فيما يتعلق بالثقة بالنفس والتواصل والاحتواء الأسري والتفاعل مع الأصدقاء والخواء العاطفي فقط، في حين لم يثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإشباع المتحققة جراء متابعة الشباب للتيك توك ومستوى العزلة الاجتماعية لديهم فيما يتعلق بالمهارات الانفعالية والاجتماعية والانسحاب، وتبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإشباع المتحققة من متابعة الشباب للتيك توك وبين العزلة الاجتماعية لديهم، إلى جانب وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية للشباب عينة الدراسة (النوع، مكان الإقامة، السن، المؤهل العلمي، الحالة الاجتماعية، المستوى الاقتصادي) وكثافة استخدامهم لتطبيق التيك توك، وتبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب المصري لتطبيق التيك توك واتجاهاتهم نحو فيديوهات التطبيق، بالإضافة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب المصري لتطبيق التيك توك والرضا عن المضامين المقدمة من خلاله. **وتسعى دراسة نهى عادل محمد هريدي (٢٠٢٢) (٣٣) إلى رصد مدى تحول استخدام التيك توك إلى ما يمكن تسميته بالاستخدام المفرط (كمرحلة أولى للتأثيرات تيك توك)، والهوس (كمرحلة ثانية للتأثيرات)، والإدمان (كمرحلة ثالثة للتأثيرات).** وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، واستخدم في ذلك الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة، ممن يستخدمون تطبيق تيك توك. وتوصلت النتائج إلى أن نصف المبحوثين يستخدمون تطبيق تيك توك بشكل كبير ومهوسون به إلى حد ما، ومن أهم دوافع هذا الاستخدام الهروب من الواقع، والتفاعل الاجتماعي، والحصول على المعلومات. أما عن حجم إدمان المبحوثين للتطبيق، فتوصلت النتائج إلى أن أكثر من نصف المبحوثين غير مدمنين للتطبيق. وأخيراً، توصلت الدراسة إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين إدمان الشباب الجامعي لتطبيق تيك توك وأدائهم الدراسي. **في الوقت ذاته هدفت دراسة وليد خالد صغير العزى (٢٠٢٢) (٣٤) إلى تحديد إلى أي مدى يمكن أن يساعد تصميم وإنشاء مقاطع فيديو تعليمية قصيرة للطلاب في كلية التربية بجامعة الكويت على تحسين أدائهم التعليمي.** كما استهدفت الدراسة فهم تأثير التعلم التعاوني النشط في مساعدة الطلاب على تحسين تعلمهم. واستخدمت الباحثة مسح مقطعي لجمع البيانات الكمية من الطلاب المسجلين في كلية التربية في جامعة الكويت من خلال استبيان يعتمد على مقياس ليكرت الخماسي. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن تصميم وإنشاء مقاطع فيديو تعليمية قصيرة ساعد الطلاب في كلية التربية بجامعة الكويت على تحسين أدائهم التعليمي بشكل كبير. كما ساعدت التفاعل مع الأقران/ أعضاء هيئة التدريس على تحسين أداء الطلاب التعليمي بشكل كبير، وكذلك فإن عنصر المشاركة قد ساهم بشكل كبير في تحسين الأداء التعليمي للطلاب. وإضافة إلى ما سبق ذكره، فقد ساعد التعلم التعاوني النشط الطلاب في كلية التربية بجامعة الكويت على تحسين أدائهم التعليمي بشكل كبير من خلال تصميم وإنشاء مقاطع فيديو تعليمية قصيرة. **واهتمت دراسة حسناء سعد منصور (٢٠٢٣) (٣٥) بدراسة تأثير تصفح تطبيق تيك توك على درجة الانتباه والتركيز لدى الشباب السعودي، وذلك بالتطبيق على عينة من طالبات كلية الاتصال والإعلام بجامعة الملك عبد العزيز**

باستخدام أداة الاستقصاء والمنهج التجريبي وقد توصلت الدراسة أنه كلما قل زمن الفيديو زاد تفضيل العينة له. وفيما يتعلق بشكل تفاعل العينة مع مقاطع تيك توك اتضح أن "الإعجاب" يأتي في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٧٢.٢٧، ثم حفظ المنشور بوزن نسبي ٦٢.٦٤%، وجاء النشر في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي ٥٤.٩١%، كما تبين أن العينة لا تمتنع عن تصفح تيك توك طوال اليوم، وبالنسبة لنتائج الدراسة التجريبية اتضح وجود فروق دالة إحصائية بين عينة الدراسة اللائي تصفح تيك توك قبل المحاضرة وبين اللائي لم يتصفح قبل المحاضرة في درجات استيعاب وفهم المحاضرة، كما تأكد وجود علاقة ارتباط متوسطة القوة بين تصفح العينة لموقع تيك توك وشعورهن بعدم القدرة على الاستغناء عن تيك توك، كما تأكد وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين إدراك العينة لتأثير التيك توك على ضعف التركيز والانتباه وشعورهن بذلك بعد تصفح تيك توك، كما تبين إدراك العينة لتأثير التيك توك على ضعف التركيز والانتباه وشعورهن بالقلق أو التوتر بعد التصفح. **في حين تناولت دراسة صبرى زامل حمد أبو مارية، عمر عيس قطاقطة (٢٠٢٣) (٣٦) مدى استخدام الصحافيين الفلسطينيين في محافظة الخليل لتطبيق "التيك توك" في تغطية الأخبار المحلية، وإدراك مدى تأثيره في مجال العمل الصحفي الميداني.** واعتمدت الدراسة منهج المسح الإعلامي في جمع البيانات والمعلومات من مصادرها الأولية والثانوية بواسطة استبانته من خمسة محاور، وتكونت عينة الدراسة من (١٥٠) صحفياً من العاملين في محافظة الخليل والمسجلين لدى نقابة الصحفيين الفلسطينيين، وكان أسلوب اختيار عينة الدراسة عن طريق العينة العمدية". وتوصلت الدراسة إلى أن تطبيق التيك توك قد تذيّل مواقع التواصل الاجتماعي من حيث اهتمام الصحفيين به كوسيلة لنقل ومتابعة الأحداث الميدانية، وعليه أوصى الباحثان المؤسسات الإعلامية والصحفيين بالاهتمام بهذه الوسيلة الحديثة لما تنتم به من قدرة وفعالية وسرعة في الوصول لشرائح مختلفة من الجماهير.

ثانياً: الدراسات التي تناولت التحرر الاجتماعي:

هدفت دراسة (Donahue, 2014) (٣٧) إلى استخدام المسلسل الدرامي التاريخي "داون تاون آبي" كدراسة حالة لفحص أثر مشاهدة تلك النوعية من المسلسلات على التحرر الاجتماعي بين الشباب، واستخدم البحث منهج دراسة الحالة وتصميم تحليل الاستقبال، واستخدم في ذلك الاستبيان وتحليل المضمون كأدوات لجمع البيانات المطلوبة، وتمثلت عينة الدراسة في ٦ حلقات من المسلسل الأمريكي الدرامي "داون تاون آبي"، أيضاً، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة عمدية قوامها ٢٢٤ شاب وفتاة من بين جمهور مشاهدي المسلسل الدرامي الشهير، وتوصلت الدراسة إلى ظهور حجم تأثير ما بين متوسط إلى مرتفع لتأثير المسلسلات الدرامية التاريخية على التحرر الاجتماعي للشباب، كما أظهر تحليل محتوى المسلسل الدرامي معالجة العديد من قضايا التحرر الاجتماعي على رأسها تحرير المرأة والانفتاح الثقافي واللغوي. **واستهدفت دراسة Garretson, (2015) (٣٨) إلى فحص العلاقة بين مشاهدة الشباب للدراما التلفزيونية وتوجهاتهم نحو التحرر الاجتماعي من خلال دراسة حالة لستة مسلسلات تلفزيونية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الاستبيان وتحليل المضمون ومقياس التحرر الاجتماعي كأدوات لجمع البيانات المطلوبة، وتكونت عينة الدراسة التحليلية من ٦ مسلسلات درامية تركية تم اختيارها كنموذج لتشجيع التحرر الاجتماعي، بالإضافة إلى عينة عشوائية من الشباب مشاهدي تلك الدراما قوامها ١٣٦ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى ظهور مستويات مختلفة**

من مشاهدة الدراما التلفزيونية بين الشباب تراوحت بين المشاهدة المكثفة أو إيمان المشاهدة إلى المشاهدة العرضية الموسمية، كما تبين مشاركة الشباب في الميول نحو التحرر الاجتماعي نتيجة للتعرض للدراما التلفزيونية، وأظهر تحليل المحتوى وضوح أنماط التوجه نحو التحرر الاجتماعي في الأعمال الدرامية، حيث تم صياغة أربعة أفكار تتعلق بالتحرر الاجتماعي تمثلت في اللغة والملابس والعلاقة الأسرية، وتحرر المرأة. **في حين حاولت دراسة Jamieson, (2015)** التعرف على مدى التأثير السلبي لمشاهدة المسلسلات الدرامية الأمريكية على ميول الشباب نحو التحرر الاجتماعي، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، واستخدم في ذلك الاستبيان كداه لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها ٩٩ مفردة من الشباب مشاهدي المسلسل الدرامي الأمريكي (جيكس أند توكس)، وتوصلت الدراسة إلى أنه من بين المشاركين، كانت الإناث في الفئة العمرية من - 22 27 عام هم الأكثر مشاهدة والتأثر بالمسلسلات الدرامية الأمريكية. - توصلت التحليلات إلى وجود علاقة موجبة بين الأفكار المشوهة للشباب نحو التحرر الاجتماعي ومشاهدة مسلسلات الدراما الأمريكية. **وهدفت دراسة Kang, Anderson, & Pfau, (2016)** إلى فحص العلاقة بين مشاهدة المسلسلات التلفزيونية ومفاهيم الشباب نحو قضايا التحرر الجنسي والأدوار الجنسية والعلومية الاجتماعية في جنوب ولاية داكوتا، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي القائم على استطلاع الرأي من خلال الاستبيان، وتكونت عينة الدراسة من (٤٥٨) من الشباب ينتمون إلى خمسة مقاطعات جنوب ولاية داكوتا الأمريكية. واستخدم الاستبيان كداه لجمع البيانات المطلوبة، وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين مشاهدة الشباب للمسلسلات التلفزيونية والمفاهيم نحو التحرر الاجتماعي خاصة تلك المرتبطة بالتحيز الجنسي والأدوار الجنسية والعلومية الاجتماعية، وساندت النتائج فرضية نظرية الغرس وأكدت على أن التعرض المكثف للمسلسلات التلفزيونية يؤدي إلى تكاملها وتأثيرها القوي في حياة الشباب. **في الوقت الذي حاولت فيه دراسة Johnson, 2016** إلى استكشاف تأثير مشاهدة الدراما التلفزيونية على توجهات الشباب الجامعي نحو التحرر الاجتماعي، واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي القائم على وجود اختبارين قبلي وبعدي، وشارك في الدراسة عينة ضمت (٨٦) من طلاب جامعة بلومزبيرج في بنسلفانيا تم توزيع المشاركين عشوائياً على مجموعتين، المجموعة التجريبية 66 طالب وطالبة شاهدوا العمل الدرامي التلفزيوني الذي يتمحور حول التحرر الاجتماعي، والمجموعة الضابطة ٢٠ طالب وطالبة شاهدوا فيلم أكشن Crash، ” البعيد تماماً عن فكرة التحرر الاجتماعي، وتم تطبيق الأدوات قبلية وبعدياً على أفراد العينة للتعرف على دلالة الفروق، وتمثلت أدوات جمع البيانات في مقياس التوجه نحو التحرر الاجتماعي، مقياس التفاعل مع المحتوى الدرامي، وتم التوصل من خلال التحليلات إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين درجات أفراد المجموعتين التجريبية والضابطة على مقياس التوجه نحو التحرر الاجتماعي لصالح أفراد المجموعة التجريبية، كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تجاوب أفراد المجموعتين الأولى والثانية مع المحتوى الدرامي من خلال الدرجات على مقياس التفاعل مع المحتوى الدرامي لصالح المجموعة التجريبية، كما تبين وجود فروق داخلية بين أفراد المجموعة التجريبية بين الذكور والإناث في التوجه نحو التحرر الاجتماعي لصالح الإناث. **بينما هدفت دراسة Gillis, W. (2017)** إلى التعرف على تأثير تعرض الشباب للأفلام السينمائية على تحررهم اجتماعياً من منظور تحليلي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي على أفراد عينة

عمديه من الشباب الجامعي طلاب جامعة إنديانا الأمريكية، واستخدمت في ذلك الاستبيان كاداه لجمع البيانات المطلوبة، وتمثلت عينة الدراسة في ١٩١ مفردة تم اختيارهم بأسلوب العينة العمدية باستخدام إجراء استطلاع رأي بين طلاب السنة النهائية بجامعة إنديانا، وتوصلت الدراسة إلى أن التعرض للأفلام السينمائية أدى لزيادة ميولهم نحو التحرر الاجتماعي والابتعاد عن التقاليد الاجتماعية والثقافية، وأن وسائل التحرر الاجتماعي في الأفلام السينمائية تضمن الغرس الاجتماعي والثقافي والحداثة ونقل الخبرات والثقافات الخارجية للمجتمع، وذكر أفراد العينة التعرض للأفلام السينمائية بصورة يومية ما بين ٣-٤ ساعات. **في الوقت ذاته استهدفت دراسة Kaleemullah, A. (2017)** ^(٤٣) فحص وتحليل تأثير مشاهدة الأفلام بالقنوات المتخصصة في السينما على مفاهيم الشباب المجتمعي نحو التحرر الاجتماعي في إسلام آباد، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وشارك في الدراسة عينة تكونت من ٢٠٠ فتاة في سن الشباب في إسلام آباد تم اختيارهن عمدياً من بين أكثر الفتيات تعرضاً لقنوات سكاي الفضائية السينمائية المتخصصة عبر استطلاع رأي قبلي، وتوصلت الدراسة إلى أن التعرض للأفلام السينمائية بالقنوات الخاصة يؤثر ليس فقط على النظام الاجتماعي والثقافي للشباب لكنه يؤدي أيضاً إلى تحررهم من القيود الاجتماعية المفروضة عليهم، بالإضافة إلى أن مظاهر التحرر الاجتماعي للشباب نتيجة للتعرض للأفلام السينمائية تمثل في اللغة والملابس والسلوك والقيم الاجتماعية. **في حين استهدفت دراسة Bin Saleem, Khan, & Others (2017)** ^(٤٤) التعرف على تأثير مشاهدة الدراما التركية على التحرر الاجتماعي بين الشباب الباكستاني، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي من خلال الاستبيان، وتكونت عينة الدراسة من (٣٠) مفردة يمثلون جامعة فورمان كريستيان كوليدج بباكستان، وتمثلت أدوات جمع البيانات في الاستبيان، وتم التوصل من خلال التحليلات إلى أن نسبة 76.6 من أفراد العينة كانوا يفضلون مشاهدة المسلسلات الدرامية التركية، كما تبين أن أكثر المسلسلات الدرامية التركية مشاهدة هي "العشق الممنوع"، "ميرا سلطان" و"فريجة"، وكانت انطباعاتهم إيجابية نحوها، وبالنسبة لدوافع مشاهدة الشباب للمسلسلات الدرامية التركية فقد تنوعت بين التعرف على أسلوب الحياة المريح والراقي في تلك المسلسلات، والفضول الثقافي إلى متابعة الأحداث، وأظهرت النتائج وجود حجم تأثير مرتفع لمشاهدة الدراما التلفزيونية التركية والطموح نحو التحرر الاجتماعي وتبني معايير تحررية تركية. **وحاولت دراسة Jiwani, M. (2018)** ^(٤٥) استكشاف تأثير التعرض للأفلام السينمائية ذات شخصية البطولة النسائية على التحرر الاجتماعي للشباب، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي للقائمين على صناعة الأفلام السينمائية والشباب المتعرضين لتلك الأفلام، واستخدم في ذلك الاستبيان كاداه لجمع البيانات المطلوبة، وتكونت العينة الأولى من مجموعة من صناع الأفلام السينمائية ذات شخصيات البطولة النسائية (العدد = ١٦)، بينما العينة الثانية فقد ضمت ٢١١ شابة بنجلاديش تم اختيارهن عمدياً من مشاهدي الأفلام السينمائية، وتوصلت الدراسة إلى ميل أفراد العينة من الإناث إلى مشاهدة الأفلام السينمائية ذات الشخصيات البطولية النسائية، وأظهرت التحليلات أن طريقة تصوير الشخصيات البطولية النسائية في الأفلام تمثل دافع قوي لتشجيع الإناث على التحرر الاجتماعي، بالإضافة إلى وجود ثلاث تأثيرات للأفلام السينمائية على التحرر الاجتماعي، وهي: تأثيرات سلوكية وتأثيرات قيمة وتأثيرات اجتماعية. **في حين استهدفت دراسة Islam, A. (2018)** ^(٤٦) فحص ملامح التحرر الاجتماعي بين الشباب نتيجة للتعرض للأفلام السينمائية بالقنوات الفضائية في ضوء

نظريات الحداثة والاعتماد على وسائل الإعلام، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي لفحص تأثير التعرض للأفلام السينمائية بالقنوات الفضائية على التحرر الاجتماعي، واستخدمت في ذلك الاستبيان وتحليل المضمون كأدوات لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة قوامها ٤٣٣ شاب وفتاة بالهند تم اختيارهم عمدياً باستخدام استطلاع رأي إلكتروني، وتوصلت الدراسة إلى أن ملامح التحرر الاجتماعي للشباب نتيجة للتعرض للأفلام السينمائية تتمثل في التأثير الثقافي والتأثر بالمظهر وأسلوب الحياة والسلوك، وأظهر تحليل الأدبيات السابقة إلى حدوث تأثير موجب وذو دلالة إحصائية للأفلام السينمائية بالفضائيات على التحرر الاجتماعي للشباب. **بينما هدفت دراسة (Zhou,2019) (٤٧)** إلى فحص التعرض للأفلام السينمائية الأمريكية بين الطلاب الصينيين وتأثيره على تحررهم الاجتماعي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي من خلال الاستبانة الإلكترونية، وتم تجميع البيانات من ٢٧٩ طالب جامعي صيني تم اختيارهم بطريقة عمديه من المعرضين لمشاهدة الأفلام السينمائية الأمريكية ويجيدون التحدث باللغة الإنجليزية، وتمثلت أدوات الدراسة في استبانته، وتم التوصل إلى أن نسبة ٨٦.٣% من المشاركين عن التعرض المكثف للأفلام السينمائية الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى تأثير موجب للتعرض للأفلام السينمائية على العادات الاجتماعية والتحرر الاجتماعي للشباب في الصين، كما تبين ارتباط تأثير مشاهدة الأفلام السينمائية على التحرر الاجتماعية بالتعرض طويل الأجل وهو ما يبرهن على أن طول فترة التعرض تمثل أحد المؤشرات الهامة على تأثيرات الغرس. **في الوقت الذي تصدت فيه دراسة محمود محمد عبدالحليم (٢٠١٩) (٤٨)** للبحث في معرفة العلاقة بين أتعرض المراهقين لمشاهد الاغتراب عن النسق القيمي وكل من التحرر الاجتماعي من القيم الأخلاقية والاجتماعية والاتجاه نحو العلاقات العاطفية والاتجاه نحو الانحرافات السلوكية. وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب الجامعة، واستخدم الاستبيان وتحليل المضمون كأدوات لجمع البيانات المطلوبة، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائياً بين تعرض المراهقين لمشاهد الاغتراب عن النسق القيمي وإدراكهم لواقعية المضمون المعروض بالدراما التلفزيونية. كما تبين وجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائياً بين تعرض المراهقين للمضامين السلبية بالدراما التلفزيونية وتقدير المحوئين لتأثيرها السلبى على قيمهم الأخلاقية وسلوكياتهم الاجتماعية. بالإضافة إلى وجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائياً بين دوافع مشاهدة المراهقين للدراما التلفزيونية ومدى تأييدهم لفرض رقابة عليها. بينما لم يثبت تأثير على السلوك الشخصي. مما يؤكد تأثير تعرض المراهقين لمشاهد الاغتراب عن النسق القيمي واتجاههم نحو التحرر الاجتماعي. **بينما استهدفت دراسة مها محمد فتحى (٢٠٢٠) (٤٩)** إلى محاولة التعرف على العلاقة بين تعرض الشباب للأفلام المعروضة بالقنوات الفضائية وزيادة التحرر الاجتماعي لديهم، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامي، وتمثلت عينة الدراسة في عينة عشوائية قوامها (٣٥٠) مفردة من الشباب الجامعي، واعتمدت الدراسة على استمارة الاستقصاء، مقياس التحرر الاجتماعي كأدوات لجمع البيانات، وتوصلت النتائج إلى أن الأفلام السينمائية المعروضة بالقنوات الفضائية تقدم التحرر الاجتماعي بدرجة كبيرة، أما من يرون أنها تقدم أشكال التحرر الاجتماعي بدرجة ضعيفة فجاءت بنسبة صغيرة جداً، وجاءت اتجاهات الشباب الجامعي نحو الصورة التي تقدمها الأفلام السينمائية المعروضة بالقنوات الفضائية للتحرر الاجتماعي صورة إيجابية "يلبها" الصورة التي تقدمها الأفلام عن التحرر الاجتماعي تجمع بين الملامح الإيجابية والسلبية على السواء، كما أثبتت

النتائج وجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بين مستويات تعرض الشباب الجامعي للأفلام السينمائية وبين اتجاهاتهم نحو التحرر الاجتماعي. وحاولت دراسة مها نبيل حسان عيسى، حنان محمد إسماعيل يوسف، عمرو محمد عبدالله (٢٠٢٢) (٥٠) التعرف على صورة المراهقات في الدراما المصرية وعلاقتها بالتحرر الاجتماعي لديهن. وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، واستخدمت منهج المسح. وتمثلت عينة الدراسة في ٤٠٠ مفردة من الإناث بالفرقة الأولى بالمرحلة الجامعية، وتمثلت أدوات الدراسة في صحيفة تحليل المضمون وصحيفة استبيان، وتوصلت النتائج إلى أنه جاء في الترتيب الأول أن "الفتاة التي تمثل التحرر الاجتماعي بتأثر في شخصيتي عقليا وعاطفيا" بنسبة بلغت ٩٠.٢% من إجمالي عينة المراهقات، يليها في الترتيب الثاني "أضع نفسي مكان الفتاة التي تسعى إلى تحررها الاجتماعي سواء في دفاعها أو أسبابها وراء تحررها" حيث جاءت بنسبة بلغت ٨٥.٩%، وجاء في الترتيب الثالث أبدا التفكير في كيفية تحويل أحداث الفيلم إلى حقيقة على أرض الواقع بنسبة ٨٠.٩%. وبالترتيب الرابع "القضايا والأحداث التي يناقشها الفيلم تمس حياتي الحقيقية" بنسبة بلغت ٦٣.٣%، كما تبين وجود علاقة ارتباطيه إيجابية بين أسباب مشاهدة المراهقات للدراما المصرية واتجاهاتهم نحو التحرر الاجتماعي، وتبين وجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بين مستويات تعرض المراهقات للدراما المصرية وبين اتجاهاتهم نحو التحرر الاجتماعي.

تعليق عام علي الدراسات السابقة:

من خلال العرض السابق لأبرز الدراسات السابقة وثيقة الصلة بموضوع الدراسة، يمكن أن نستخلص مجموعة من الملاحظات على النحو التالي:

- فيما يتعلق بهدف الدراسة والمتعلق بتطبيقات الفيديو القصيرة انقسمت الدراسات السابقة في هذا الصدد إلي مجموعتين الأولى تنظر إلى تطبيقات الفيديو القصيرة باعتبارها وسيلة سهلة لنشر المحتويات والمضامين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أما الثانية تتعامل مع تطبيقات الفيديو القصيرة كمتغير مستقل يؤثر في طريقة تعامل الأفراد مع المحتوى الإعلامي، والدراسة الحالية تتفق مع المجموعة الثانية حيث تنظر إلى تطبيقات الفيديو القصيرة كمتغير مستقل له تأثير سلبي على الجمهور المستخدم.
- من حيث المنهج المستخدم تباينت الدراسات في استخدام منهج الدراسة حيث تنوعت بين الدراسات الوصفية والتجريبية، إلا أن الدراسات الوصفية هي الغالبة، وهي تتفق مع الدراسة الحالية في انتمائها إلى الدراسات الوصفية، وتستخدم في إطاره منهج المسح.
- لم تبحث غالبية الدراسات السابقة في فروض النظريات الإعلامية، إلا القليل منها قد استخدم نظرية الغرس الثقافي، وقد تختلف الدراسة الحالية حيث تختبر فروض نظرية تأثير الشخص الثالث.
- جاءت غالبية الدراسات التي تناولت تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتبحث حجم تعرض الجمهور لهذه التطبيقات، بالإضافة إلى بحث التأثيرات المصاحبة لها، وتحاول هذه الدراسة إلى بحث هذه الجوانب من خلال الكشف عن مدى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة وعلاقتها بالتحرر الاجتماعي لدى الجمهور.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

- استفاد الباحث من خلال الإطلاع على الدراسات السابقة في عدة أوجه تمثلت في الآتي:
- تعد بعض نتائج الدراسات السابقة في حد ذاتها حافزاً لإجراء هذه الدراسة وذلك من خلال الوقوف على أحدث النتائج التي توصل إليها الباحثون السابقون.
- تحديد وبلورة مشكلة البحث ووضع تساؤلات وفروض الدراسة الحالية.
- الوقوف على الإطار النظري الملائم لموضوع الدراسة.
- كما استفادت الدراسة الحالية من تلك الدراسات في تعريف مفاهيم الدراسة واختيار بعض أدوات جمع البيانات ومقارنة النتائج.
- الوصول إلى المراجع العربية والأجنبية التي يمكن الاستعانة بها في كتابة الدراسة الحالية.
- التعرف على أهم طرق المعالجة الإحصائية لقياس العلاقة بين متغيرات الدراسة.
- اختيار المنهج المناسب لتناول موضوع الدراسة، كما ساهمت الدراسات السابقة في مساعدة الباحث فيما يتعلق بتحديد الشروط اللازمة لاختيار عينة الدراسة الميدانية.
- بناء أدوات الدراسة: استبيان استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومقياس التحرر الاجتماعي.

الإطار النظري للدراسة:

يقوم الباحث بتوظيف نظرية تأثير الشخص الثالث في الدراسة الحالية:

تعود جذور نظرية تأثير الشخص الثالث إلى عالم الاجتماع الألماني فيليب دافسون (Philip Davison) عام ١٩٨٣^(٥١)، ويرى مؤسس هذه النظرية أن التأثير الأكبر لوسائل الإعلام لا يكون على الشخص نفسه، بل على الآخرين "الشخص الثالث"، حيث يميل مستخدمي وسائل الإعلام إلى المبالغة في تقدير وسائل الإعلام على مواقف وسلوكيات الآخرين^(٥٢). وتقوم نظرية الشخص الثالث على أساس أن تأثير الشخص الثالث يحدث عندما يدرك الفرد أن محتوى الرسائل الإعلامية له تأثير أقوى على الأفراد الآخرين أكثر من تأثيره على الذات وهو ما يؤدي إلى سلوك لاحق مبني على التصور أو التوقع، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن أفراد الجمهور يدركون أن التأثير الأكبر للرسائل الإعلامية لا يقع عليهم أنفسهم (الشخص الأول: First Person)، ولا على أقرانهم الذين يشبهونهم (الشخص الثاني: Second Person)، بل يقع هذا التأثير على (الشخص الثالث: Third Person) الذي يقع في منزله أخرى أو مختلفة، حيث أنه يختلف معهم^(٥٣). وعرف دافيسون تأثير الشخص الثالث بأنه ما يحدث عندما يدرك الفرد أن محتوى الرسائل الإعلامية له تأثير قوي على الأفراد الآخرين بدرجة أكبر من تأثيرها على الذات وبالتالي فإن هذا يؤدي إلى سلوك لاحق مبني على هذا التصور^(٥٤)، حيث يفترض دافيسون أن أفراد الجمهور يدركون أن التأثير الأعظم للرسائل الإعلامية لا يقع عليهم أنفسهم "الشخص الأول" First Person و لا على أقرانهم الذين يشبهونهم "الشخص الثاني" Second Person و إنما يقع على الآخرين الأبعد من حيث المسافة الاجتماعية أو الذين يختلفون عنهم "الشخص

الثالث "Third Person".^(٥٥)، وقد أقترح برلوف Perloff تفسير إدراكي للمبالغة في تقدير التأثيرات الإعلامية على الآخرين مؤكداً على أن الأفراد لديهم هيكل معرفية تتضمن عدداً من المعتقدات عن وسائل الإعلام و عن المشاهدين و التي من الممكن أن تشتمل على الاعتقاد بأن الرسائل الإعلامية غالباً ما تكون مقنعة و مغرية و أن وسائل الإعلام مناورة و أن المشاهدين بصفة عامة مخدوعين و عرضة للتلاعب بأفكارهم.^(٥٦)

كما أن تأثير الشخص الثالث يتنبأ بأن الأفراد الذين يتعرضون إلى اتصال مقنع يتوقعون أن تأثير الرسالة الإعلامية يكون أكبر على الآخرين مما هو على أنفسهم ، ولا يرجع التأثير الذي يحققه الاتصال إلى التأثير المقنع و المباشر للرسالة الإعلامية نفسها فقط و لكن أيضاً إلى سلوك هؤلاء الأفراد الذين يتوقعون أو يعتقدون أنهم يدركون بعض ردود الأفعال على جانب الآخرين و بناء عليه يسلكون بطريقة مختلفة. و التقليل من قيمة تأثيرات الرسائل الإعلامية على الذات ينبعث من عدة أصول ، أحد هذه الأصول تم افتراضه بواسطة برلوف Perloff و هو إدراكي في طبيعته حيث أنه من الممكن أن يدفع الفرد إدراكه و تفكيره إلى أن يدعي أنه لم يتأثر بالمحتوى الإعلامي حتى و لو كان قد تأثر في الواقع ، و هناك تفسير آخر تم افتراضه بواسطة عدد من الباحثين و هو تحفيزي حيث أن الفرد قد يقوم بإصدار أحكام تخدم الذات من أجل الاحتفاظ بقيمته الذاتية و تقديره لذاته و لتعزيز صورته الإيجابية عن الذات من خلال رؤية ذاته على أنه أكثر ذكاءً و أفضل من الآخرين، وبالتالي فإن الأفراد يعتبرون أنفسهم أقل عرضة للتأثيرات غير المرغوبة المتضمنة في الرسائل الإعلامية. وقد أقترح برلوف Perloff تفسير إدراكي للمبالغة في تقدير التأثيرات الإعلامية على الآخرين مؤكداً على أن الأفراد لديهم هيكل معرفية تتضمن عدداً من المعتقدات عن وسائل الإعلام و عن المشاهدين و التي من الممكن أن تشتمل على الاعتقاد بأن الرسائل الإعلامية غالباً ما تكون مقنعة و مغرية و أن وسائل الإعلام مناورة و أن المشاهدين بصفة عامة مخدوعين و عرضة للتلاعب بأفكارهم.^(٥٧)

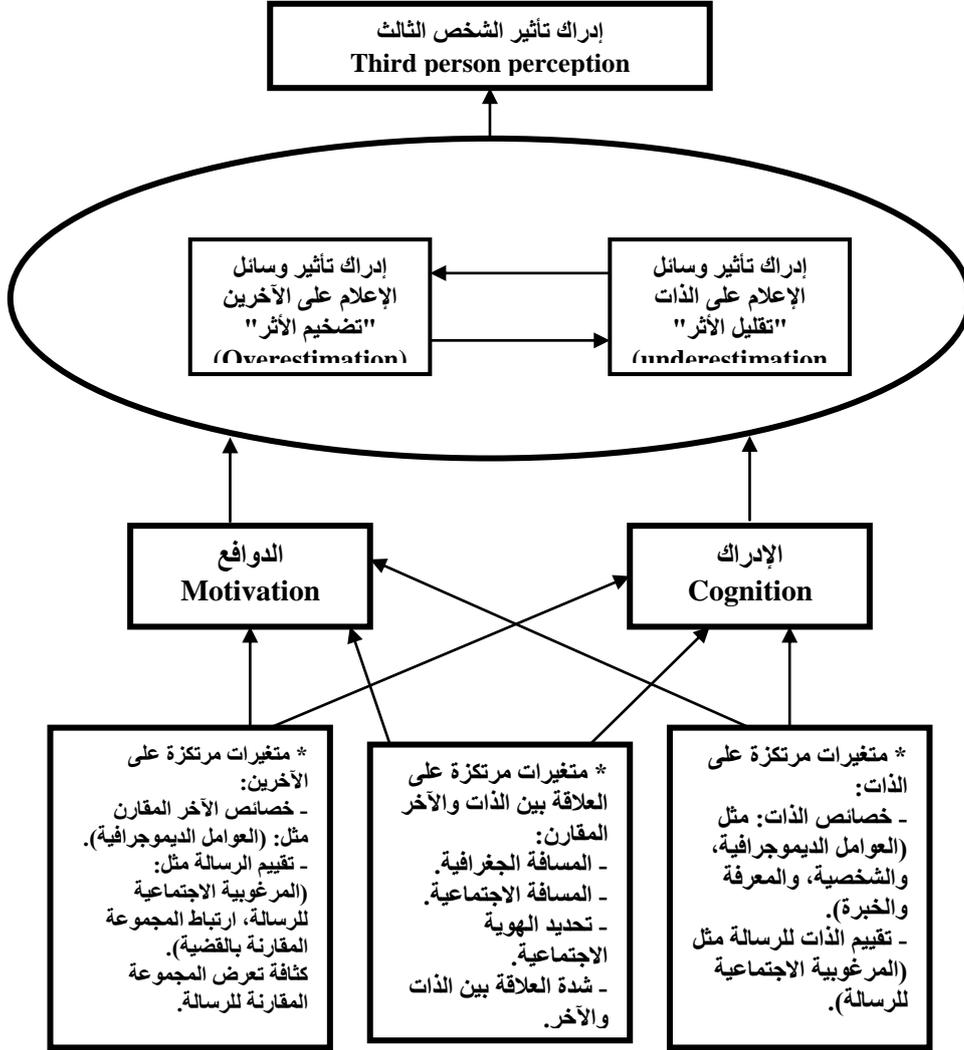
فروض النظرية: تقوم النظرية على فرضيتين رئيسيتين هما^(٥٨):

- **الفرض الإدراكي (Perceptual Hypothesis):** يقوم هذا الفرض على أساس أن أفراد الجمهور يتوقعون أن الاتصال سيكون له تأثير أكبر في الآخرين مقارنةً بأنفسهم، أي أن التأثير الأكبر لوسائل الإعلام لن يكون في Me أو فيك You ولكن فيهم Them، والمقصود بهم الشخص الثالث، وبهذا فإن التباين في التفسير المدرك للرسالة الإعلامية على الذات وعلى الآخرين يتوقف على العامل الأول الذي يتمثل في التقليل من قيمة تأثيرات وسائل الإعلام في الذات، والعامل الثاني وهو المبالغة في تقدير تأثير تلك الرسائل في الآخرين. حيث يفترض أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى إدراك أفراد الجمهور لتأثيرات وسائل الإعلام علي أنفسهم من ناحية و علي الآخرين من ناحية أخرى بحيث ينسب الأفراد تأثير أعظم لوسائل الإعلام علي الآخرين مقارنة بتأثيرها علي أنفسهم.^(٥٩)، وقد أكد برلوف علي أن خمسة عشر دراسة علي الأقل من ستة عشرة من الدراسات التي أجريت علي نظرية تأثير الشخص الثالث قد دعمت الفرض الإدراكي و أن غالبية هذه الدراسات قد أجريت علي تصورات الأفراد للتأثيرات الضارة للمحتوي الإعلامي مثل المواد الإباحية و العنف في وسائل الإعلام و التي تعتبر مضامين غير مرغوبة اجتماعياً.^(٦٠)

- **الفرض السلوكي (Behavioral Hypothesis):** يقوم هذا الفرض على أساس أن الفرد يفكر بأن الآخرين أكثر تأثراً منه (أي من الذات) بالرسائل الإعلامية، وذلك بدوره قد يدفع الأفراد لاتخاذ سلوك أو فعل معين نتيجة لتوقع هذا التأثير، حيث إن رؤية الآخرين على أنهم أكثر تأثراً بوسائل الإعلام سوف يقود إلى دعم الأفراد لوضع قيود عبر الرسائل الإعلامية التي يدركون أن لها تأثيراً سلبياً في الآخرين، حيث يُفترض أن يتخذ الشخص إجراءً وقائياً لحماية الآخرين من الرسائل والمضامين السلبية الناجمة من التعرض للوسائل الإعلامية، وهو ما يتفق مع فكرة فرض رقابة على وسائل الإعلام. ويرى أن التفكير في الآخرين على أنهم أكثر تأثراً بالرسائل الإعلامية و أنهم يتأثرون بدرجة أكبر من الذات سوف يؤثر على سلوك هؤلاء الذين يتوقعون حدوث رد فعل من قبل الآخرين، ويتنبأ بأن التفكير في الآخرين على أنهم أكثر عرضة للخطر يدعم الرأي القائل بفرض رقابة وقيود على وسائل الإعلام^(٦١)، فقد أشار دافيسون إلي أن إدراك تأثير الشخص الثالث يلعب دوراً في اتخاذ الأفراد قرارات بمراقبة و تنظيم التعرض للمحتوي الإعلامي علي افتراض أن الآخرين أكثر عرضة للتأثيرات الضارة من أنفسهم، وقد وُجدت دراسات عديدة أيدت وجهة النظر هذه مثل دراسة جنثر عام ١٩٩٥ والتي وجدت أن الأفراد يميلون إلي فرض قيود ورقابة علي المواد الإباحية استناداً إلي الفجوة الإدراكية بين التأثير المدرك علي الذات والتأثير المدرك علي الآخرين، ودراسات أخرى أكدت علي وجود علاقة بين إدراك تأثير الشخص الثالث والميل لفرض رقابة علي المحتوى الاباحي والعنف التليفزيوني والحملات الدعائية^(٦٢).

العوامل المؤثرة على إدراك الشخص الثالث:

تأثير الشخص الثالث يحدث عندما يبالغ الأفراد في تقديرهم حجم تأثير الرسائل الإعلامية على الآخرين في حين يقللوا من تأثير هذه الرسائل على أنفسهم و ذلك استناداً إلى مجموعة من الدوافع و التصورات التي تؤدي إلى اختلاف تقييم الأفراد لتأثير الرسائل الإعلامية على الذات وعلى الآخرين، وترتكز هذه الدوافع والتصورات على مجموعة من المتغيرات مرتبطة بالذات، ومجموعة أخرى مرتبطة بالآخرين، ومجموعة ثالثة مرتبطة بالعلاقات بين الذات والآخرين الشكل التالي يوضح تفاعل العوامل المؤثرة في إدراك تأثير الشخص الثالث^(٦٣).



١- **العوامل الديموجرافية للجمهور: Demographic Correlates:** بعض المتغيرات الديموجرافية للجمهور كالعمر و المستوى التعليمي تمثل انعكاساً مباشراً لبعض العوامل الإدراكية التي تمارس بالفعل تأثيراتها علي التصورات التي يكونها الأفراد بشأن تأثيرات وسائل الإعلام علي الآخرين و علي أنفسهم ، و قد توصل تايدج وزملاؤه في عام ١٩٩١ إلى وجود تأثيرات دالة لوسائل الإعلام علي الشخص الثالث بين الفئة الأكبر سناً و ذوي المستويات التعليمية المرتفعة من المبحوثين ، و فيما يتعلق بالمبحوثين الأعلى في مستوياتهم التعليمية برزت لديهم تأثيرات ووسائل الإعلام علي الشخص الثالث نتيجة لإدراكهم وجود تأثيرات قوية لوسائل الإعلام علي الآخرين أكثر من كونها نتاجاً للاعتقاد بقلّة تأثيرات وسائل الإعلام علي ذاتهم ، أما بالنسبة للأكبر سناً فعلي العكس من ذلك برزت لديهم تأثيرات الشخص الثالث كنتيجة لتصوراتهم بقلّة تأثيرات وسائل الإعلام عليهم بشكل نسبي^(٦٤).

٢- **المرغوبية الاجتماعية للرسالة: Social Desirability:** المرغوبية الاجتماعية للرسالة هي أحد العوامل التي يعتمد عليها تأثير الشخص الثالث و هي تُظهر الناس على أنهم أكثر استعداداً للاعتراف بالتأثير بالرسائل المرغوبة اجتماعياً بدرجة أكبر من الرسائل غير المرغوبة اجتماعياً^(٦٥).

٣- **النتيجة الطبيعية للمسافة الاجتماعية Social Distance Corollary:** المسافة الاجتماعية تشير إلى التشابه أو الاختلاف المدرك بين الذات و الآخر المقارن فكلما زاد الاختلاف المدرك بين الذات و الآخر المقارن بعدت المسافة الاجتماعية و بالتالي زاد التأثير المدرك للرسالة الإعلامية علي الآخرين حيث أنهم سيكونون في هذه الحالة أقل تشابهاً مع الذات^(٦٦). فكما يشير الباحثين في تأثير الشخص الثالث فإن هناك ميل عام لدي الفرد للتحيز الإدراكي بما يخدم الأفراد الذين ينتمون إلي نفس الجماعة التي ينتمي إليها الفرد أو بما يخدم الأفراد الذين يتشابهون معه في سماتهم و ذلك لإظهار أفراد الجماعة التي ينتمي إليها الفرد في صورة أفضل من الأفراد الذين لا ينتمون إليها^(٦٧).

٤- **كثافة التعرض Exposure:** الأفراد يفترضوا أن التعرض يساوي التأثير، و بالتالي فالأفراد الذين يتم إدراكهم على أنهم أكثر تعرضاً للرسائل الإعلامية هم الذين يُدركون على أنهم يتأثرون بدرجة أكبر. وقد وجد ماكلود و زملاؤه أن التفضيل أو التعرض لمحتوى تليفزيوني يتوسط تأثير الشخص الثالث فالأفراد الذين يحبون العنف هم الأكثر ميلاً للاعتقاد بأنه أثر فيهم و في الآخرين، والأفراد الذين يشاهدون العنف بدرجة قليلة يميلون لرؤية أن الآخرين أكثر تأثراً منهم وهذه النتائج تتسق مع نظرية التنافر الإدراكي لفسيبتنجر Festinger عام ١٩٥٧ والتي تتناول العلاقات بين العناصر الإدراكية بما في ذلك المواقف و المعتقدات والسلوكيات فعندما يكون اثنين من هذه العناصر الإدراكية متناقضين مثل القول بأنني أكره العنف و لكن أحب المعارك، هنا يحدث تنافر و بالتالي إذا كان الأفراد يحبون العنف و لكنهم يدركون أنه يؤثر في الآخرين بدرجة أكبر من تأثيره عليهم فهنا يحدث تنافر، و من أجل تجنب التنافر فإن الأفراد الذين يتعرضون لكميات هائلة من العنف سوف يدركون أن العنف ليس له تأثير عليهم أو له تأثير قليل علي الآخرين بدرجة أكبر من الذين لا يتعرضون لكميات هائلة من العنف^(٦٨).

٥- **الاندماج أو الاستغراق Ego Involvement**: تحديد الهوية الشخصية من خلال الانتماء إلى جماعة اجتماعية معينة يظهر أيضاً ليعزز من تأثير الشخص الثالث فبرلوف Perloff عام ١٩٨٩ وفالون Vallone عام ١٩٨٥ كلاهما وجدوا أن المؤيدين لإسرائيل و المؤيدين للفلسطينيين كلاهما قد اعتقدوا أن نفس البرنامج الإخباري سوف يؤثر على المشاهدين المحايدين و يجعلهم أقل تفضيلاً لاتجاههم الخاص و بالمثل وجد بريس Price أن الطلاب اليهود لديهم تأثير أقوى للشخص الثالث فيما يتعلق بإعلانات إنكار المحرقة اليهودية ، و Hogg و Terry في عام ١٩٩٥ وجدوا أن الأفراد الذين لديهم درجة عالية من الانتماء الحزبي يدركون تأثير أقل للرسائل الإعلامية على الذات وعلى أعضاء الحزب الذي ينتمون إليه كما وجدوا أن الأفراد الذين لديهم درجة عالية من الانتماء الحزبي يدركون فرق كبير بين مستوى تأثير الرسائل الإعلامية على أعضاء حزبهم و أعضاء الحزب المعادي لهم بدرجة أكبر من الأفراد الذين لديهم درجة منخفضة من الانتماء الحزبي^(٦٩).

٦- **مستوى المعرفة (مستوى الخبرة) Expertise**: أشارت بعض الدراسات إلى أن الفجوة الإدراكية بين تأثير الرسائل الإعلامية على الذات و الآخرين تزداد عندما يعتقد المبحوثين أنهم على علم و دراية بالقضية موضوع البحث ، فقد وجد تيدج وآخرون في عام ١٩٩١ أن الفجوة الإدراكية تزداد وتتسع لدى الأكثر تعليماً، فالأكثر تعليماً قد يعتبرون أنفسهم جماعة الصفة Elite group بسبب تعليمهم، و من ثم فإنهم يعتقدون أنهم أقل تأثراً بوسائل الإعلام مقارنة بالآخرين.

٨- **إدراك الجمهور لتحيز المصدر perceived source bias**: يُظهر الأفراد تناقضاً كبيراً بين مدركاتهم لتأثيرات الرسالة الإعلامية على الآخرين و تأثيراتها عليهم حينما يتصوروا أن هناك تحيز سلبي لمصدر الرسالة أو حينما ينسب الجمهور أغراض إقناعية إلى القائم بالاتصال ففي دراسة كوهين و آخرون تعرض المبحوثين لقراءة قصة خبرية تشهيرية ضد شخصية عامة بحيث قُسم المبحوثين إلى ثلاثة مجموعات الأولى تعرضت لقراءة القصة مع نسبة مصدرها إلى كاتب معروف بتحيزه السلبي ضد هذه الشخصية و الثانية تعرضت لقراءة نفس القصة مع نسبة مصدرها إلى كاتب معروف بتأييده للشخصية بينما تعرضت المجموعة الضابطة لقراءة القصة دون تحديد اسم مصدرها لتسفر الدراسة عن تزايد وجود تأثيرات الشخص الثالث بطريقة دالة لدي المجموعة التي تعرضت لقراءة القصة ذات التحيز السلبي لمصدرها عن المجموعتين الأخريين^(٧٠).

٩- تساؤلات الدراسة:

تحاول الدراسة الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: ما العلاقة بين استخدام الجمهور المصري لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحو التحرر الاجتماعي؟

ويندرج منه التساؤلات التالية:

١- ما حجم استخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي؟.

- ٢- ما حجم استخدام الجمهور المصرى لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى؟.
 - ٣- ما دوافع استخدام الجمهور المصرى لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى؟.
 - ٤- ما تأثيرات استخدام الجمهور المصرى لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى؟.
 - ٥- ما أهم مواقع التواصل الاجتماعى التى يفضل المبحوثين استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة خلالها؟.
 - ٦- ما أكثر النماذج السلبية التى يتعرض لها الجمهور المصرى عبر تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى؟.
 - ٧- أى أساليب التفاعلية التى يستخدمها الجمهور مع تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى؟.
 - ٨- ما موقف المبحوثين عند مشاهدة مقطع فيديو قصير وهو يتصفح مواقع التواصل الاجتماعى؟.
 - ٩- ما درجة اتجاه الجمهور المصرى نحو التحرر الاجتماعى (التحرر من القيم الأخلاقية، التحرر من العادات والتقاليد، التحرر العاطفى، التحرر السلوكى، التحرر الفكرى)؟.
 - ١٠- إلى أى مدى تؤثر المتغيرات الديموجرافية على استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى؟.
 - ١٢- إلى أى مدى تؤثر المتغيرات الديموجرافية على مستوى اتجاه المبحوثين نحو التحرر الاجتماعى؟.
- فروض الدراسة:**

- ١- توجد علاقة ارتباطيه ودالة إحصائياً بين مستويات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى ومستويات التعرض لمقاطع الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى.
- ٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى التحرر الاجتماعى تبعاً لاختلاف مستويات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى.
- ٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى تأثيرات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى تبعاً لاختلاف مستويات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى.
- ٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستويات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى تبعاً لاختلاف مستويات دوافع استخدام تلك التطبيقات.
- ٥- توجد علاقة ارتباطيه موجبة وذات دلالة إحصائية بين مستويات تعرض المبحوثين للسلوكيات السلبية عبر مقاطع الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعى ودرجة المخاطر والتهديدات المجتمعية التى يتعرض لها نتيجة التعرض لهذه المقاطع.

- ٦- تختلف درجة توقع المبحوثين بقدرة تأثير استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين (الشخص الثالث) باختلاف درجة استخدام وسائل التفاعلية المتاحة عبر تطبيقات الفيديو.
- ٧- كلما زاد انتشار السلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي تزداد درجة توقع المبحوثين بقدرة تأثير تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين (الشخص الثالث).
- ٨- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى التحرر الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستويات التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي.
- ٩- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع - الإقامة - السن - مستوى التعليم - المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

الإجراءات المنهجية للدراسة:

- نوع ومنهج الدراسة:

تندرج الدراسة الحالية ضمن **البحوث الوصفية الكمية** التي تهتم برصد واقع الظاهرة المعنية بشكل يتسم بالموضوعية والانتظام؛ بغية توصيفها بدقة، وفهمها بشكل متعمق، وتفسيرها، فضلاً عن إمكانية التنبؤ بها في المستقبل^(٧٦)، ويُتيح هذا النوع من الدراسات استخدام الأساليب الرياضية والإحصائية في الإجابة على تساؤلات الدراسة، واختبار فروضها العلمية نحو مزيد من الموضوعية والدقة في النتائج، كما أنها تتيح للباحث المجال لسرد التفسيرات العلمية لها-أي النتائج- بأسلوبٍ كفي. ولكونها تهتم أساساً برصد واقع الوعي الإعلامي لدي الرأي العام بشأن الممارسات غير المسؤولة لوسائل الإعلام في المجتمع المعين خلال فترة أو فتراتٍ زمنية بعينها. وتوظف الدراسة الحالية **منهج المسح**، وذلك بهدف تحقيق مستوياتٍ عالية من الدقة والانتظام في توصيف وتحليل العلاقات القائمة بين المتغيرات محل الدراسة؛ فضلاً عن استخلاص نتائج ذات دلالة تُضاف إلى التراكم العلمي بدرجات ثقة عالية.

- تحديد مجتمع الدراسة واختيار العينة:

تحدد مجتمع الدراسة الميدانية في الجمهور العام بكل طوائفه وشرائحه، ولجأ الباحث إلى استخدام العينة العشوائية، وتم تطبيق استبيان يتكون من ١٦ سؤالاً، عبارة عن عدة مقاييس موضحة في التالي، بالإضافة إلى البيانات الشخصية ومتغيرات الدراسة المتمثلة في النوع (ذكور- إناث)، الإقامة (ريف - حضر)، السن (أقل من ٣٠ سنة - من ٣٠ إلى أقل من ٤٥ - من ٤٥ فأعلى)، المستوى التعليمي (أقل من جامعي - جامعي - أعلى من جامعي)، المستوى الاجتماعي الاقتصادي (مرتفع - متوسط - منخفض). وتم تجميع بيانات الدراسة من خلال تطبيق الاستبيان إلكترونياً من خلال تصميم استمارة الاستبيان على موقع جوجل درايف، وتم تطبيق الاستبيان من خلال النشر على مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك والتساب للوصول إلى عينة الدراسة، حيث تم إطلاق الاستمارة لمدة زمنية قدرها أربعة أسابيع، والتي أسفرت عن وصول عدد مفردات العينة إلى ٧٦٧ مفردة من الجمهور المصري بجميع محافظات جمهورية

مصر العربية، وقد قام الباحث بغلق جميع أسئلة الاستبيان عند تصميمها على جوجل درايف بحيث لا يسمح للمبحوث إرسال الرد بدون الإجابة على كافة أسئلة الاستبيان، ومن ثم كانت جميع ردود المبحوثين على استمارة الاستبيان صحيحة ولا يوجد بها نسبة خطأ، وبالتالي كان حجم العينة النهائي (٧٦٧) مفردة من الجمهور المصري، وتم مراعاة المتغيرات الديموجرافية أثناء تصميم استمارة الاستبيان. وجاءت خصائص العينة على النحو التالي:

جدول رقم (١)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع، الإقامة، السن، المستوى التعليمي، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي.

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	٤٠٩	٥٣.٣٢
	إناث	٣٥٨	٤٦.٦٨
الإقامة	ريف	٣١٠	٤٠.٤٢
	حضر	٤٥٧	٥٩.٥٨
السن	أقل من ٣٠ سنة	٢٤٣	٣١.٦٨
	من ٣٠ إلى أقل من ٤٥	٣٠٤	٣٩.٦٣
	من ٤٥ سنة فأكثر	٢٢٠	٢٨.٦٨
المستوى التعليمي	أقل من جامعي	٢١١	٢٧.٥١
	جامعي	٣٧٣	٤٨.٦٣
	أعلى من جامعي	١٨٣	٢٣.٨٦
المستوى الاجتماعي الاقتصادي	مرتفع	١٣٤	١٧.٤٧
	متوسط	٣١٠	٤٠.٤٢
	منخفض	٣٢٣	٤٢.١١
المجموع		٧٦٧	١٠٠

أدوات الدراسة:

تم استخدام صحيفة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة الميدانية، وتم تصميم صحيفة الاستبيان مكونة من عدة مقاييس فرعية (مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي - مقياس استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي - مقياس دوافع استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي - مقياس مخاطر استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي - مقياس التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي - مقياس التعرض للقيم الإيجابية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي - مقياس التحرر الاجتماعي) بالإضافة إلى البيانات الشخصية والمتغيرات الديموجرافية، حيث انتهى عدد أسئلة الاستبيان إلى ١٦ سؤالاً.

خطوات تقنين أدوات الدراسة:

أولاً: صدق الاستبيان:

يقصد بصدق الاستبيان صحته في قياس ما يدعى أنه يقيسه، والاختبار الصادق يقيس ما وضع لقياسه^(٧١). وللتحقق من صدق أدوات الدراسة تم الاعتماد علي ثلاث طرق مختلفة وهي: الصدق المنطقي، الصدق الظاهري أو صدق المحكمين، صدق الاتساق الداخلي.

أ- الصدق المنطقي (صدق المحتوى):

اعتمد الباحث في بناء هذه الأدوات واختيار العبارات المكونة لأبعادها علي الدراسات السابقة التي اتخذت من تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي موضوعاً لها، وكذلك اشتقت بعض عبارات الأدوات من بعض الأدوات الخاصة بالدراسات السابقة التي اتخذت من التحرر الاجتماعي موضوعاً لها، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، واستكمل باقي عبارات الأدوات من الدراسات التي تناولت أحد جوانب أو أبعاد الدراسة، ويشير هذا الاعتماد علي المصادر السابقة إلي تمتع الأدوات بقدر مقبول ومعقول من الصدق المنطقي وأن الأدوات صالحة للتطبيق.

ب- الصدق الظاهري أو صدق المحكمين:

تم عرض استمارة الاستبيان علي مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام في الجامعات المصرية وبلغ عددهم ١٠، وذلك بغرض دراسة مفردات كل مجال في ضوء التعريف الإجرائي له، وكذلك الهدف من الأدوات، وقد أقر المحكمون صلاحية الأدوات بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات التي اقترحها المحكمون، وقد تم الإبقاء علي المفردات التي جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها ٩٠٪ فأكثر، وتم حذف بعض العبارات وتعديل بعضها في ضوء الملاحظات التي أبداها المحكمون؛ حيث انتهى عدد تساؤلات الاستبيان إلى ١٦ سؤال.

ج- صدق الاتساق الداخلي للاستبيان:

تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل بعد من أبعاد الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان، وذلك لمعرفة مدى ارتباط كل بعد بالدرجة الكلية للاستبيان، ولهدف التحقق من مدى صدق الاستبيان، ويتضح ذلك من خلال جدول التالي.

جدول (٢)

معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل مقياس فرعى والدرجة الكلية للاستبيان

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان
دالة عند ٠.٠١	٠.٥٢٤	مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
دالة عند ٠.٠١	٠.٦٥٣	مقياس استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
دالة عند ٠.٠١	٠.٤٧٨	مقياس دوافع استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
دالة عند ٠.٠١	٠.٥١٢	مقياس تأثيرات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
دالة عند ٠.٠١	٠.٦٠٢	مقياس مخاطر استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
دالة عند ٠.٠١	٠.٤٤٧	مقياس التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي
دالة عند ٠.٠١	٠.٤٩٢	مقياس التعرض للقيم الإيجابية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي
دالة عند ٠.٠١	٠.٤٨٧	مقياس التحرر الاجتماعي

يتبين من الجدول السابق أن أبعاد الاستبيان تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من ٠.٠١، وقد تراوحت معاملات الارتباط لمجالات الاستبيان بين (٠.٤٤٧، ٠.٦٥٣) وهذا دليل كافٍ على أن الاستبيان يتمتع بمعامل صدق عالي.

ثانياً: ثبات الأدوات:

يقصد بثبات الأدوات عادة أن تكون علي درجة عالية من الدقة والإتقان والاتساق فيما تزودنا به من بيانات عن سلوك المبحوث^(٧٢)، والاختبار الثابت هو الذي يعطي نفس النتائج (تقريباً) إذا طبق علي نفس الأشخاص في فرصتين مختلفتين^(٧٣)، وقد تم حساب معامل ثبات الاستبيان (أداة الدراسة) علي عينة قوامها (١٠٠) مفردة، وذلك باستخدام عدة طرق وهي: طريقة إعادة التطبيق لحساب ثبات المقاييس، طريقة التجزئة النصفية (S.H)، حساب ثبات الاستبيان بطريقة ألفا كرونباخ .

أ- طريقة إعادة التطبيق

تم تطبيق الاستبيان علي عينة مكونة من ١٠٠ مفردة من الجمهور العام ثم أعيد تطبيقه مرة أخرى علي المجموعة نفسها بعد فاصل زمني قدره ثلاثة أسابيع، ثم قام الباحث بحساب معامل الثبات بين درجات المبحوثين في التطبيقين الأول والثاني، وقد أشارت معاملات الارتباط إلي الاتفاق بين الإجابات علي كل بعد من أبعاد الاستبيان بين التطبيق الأول والثاني بنسبة بلغت ٠.٦٩٨. ويتضح ذلك من الجدول التالي:

جدول رقم (٣)

معامل ثبات الاستبيان والمقاييس الفرعية

مستوى الدلالة	معامل الثبات	المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان
دالة عند ٠.٠١	٠.٥٥٧	مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
دالة عند ٠.٠١	٠.٦٣٥	مقياس استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
دالة عند ٠.٠١	٠.٤١٢	مقياس دوافع استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
دالة عند ٠.٠١	٠.٥٧٩	مقياس تأثيرات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
دالة عند ٠.٠١	٠.٦٣٤	مقياس مخاطر استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
دالة عند ٠.٠١	٠.٤٩٨	مقياس التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي
دالة عند ٠.٠١	٠.٦٤٢	مقياس التعرض للقيم الإيجابية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي
دالة عند ٠.٠١	٠.٦٦٤	مقياس التحرر الاجتماعي
دالة عند ٠.٠١	٠.٦٩٨	الدرجة الكلية للاستبيان

يتضح من الجدول السابق مدى تقارب نسبة الثبات بين الأبعاد المختلفة، كما يتضح أن معاملات ثبات الأبعاد المختلفة قد تراوحت ما بين (٠.٤١٢ – ٠.٦٦٤) وجميعها معاملات ثبات دالة عند مستوى ٠.٠١ ، كما يبين أن معامل ثبات الدرجة الكلية للاستبيان قد بلغ ٠.٦٩٨ وهي نسبة توحى بالثقة في صلاحية الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة.

ب- طريقة التجزئة النصفية (S.H):

كما قام الباحث بحساب معامل ثبات كل مقياس فرعى من المقاييس المكونة للاستبيان، وحساب معامل ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع بعضها وكذلك حساب معامل ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية للاستبيان وفقا لطريقة التجزئة النصفية لجتمان ومعامل سبيرمان وبراون.

جدول رقم (٤)

معامل ثبات الاستبيان وأبعاده وفقا (التجزئة النصفية لجتمان – سبيرمان وبراون).

معامل ارتباط سبيرمان – براون	معامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان	المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان
٠.٤٨٢	٠.٤٣٥	مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
٠.٥٤٩	٠.٥٦٧	مقياس استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
٠.٦٣٢	٠.٦١٢	مقياس دوافع استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
٠.٥٨٧	٠.٥٥٨	مقياس تأثيرات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
٠.٥١٤	٠.٤٩٨	مقياس مخاطر استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
٠.٥٩٨	٠.٥٧١	مقياس التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي
٠.٦٥٤	٠.٦٤٢	مقياس التعرض للقيم الإيجابية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي
٠.٥٧٤	٠.٥٢٧	مقياس التحرر الاجتماعي
٠.٦٦٧	٠.٦٣٤	* معامل ارتباط الأبعاد مع بعضها
٠.٦٩٨	٠.٧٤٢	* ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية

يتضح من الجدول السابق أن المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان حققت معاملات ثبات علي درجة معقولة ومقبولة علمياً، حيث تراوحت معاملات ثبات المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان وفقاً لمعامل التجزئة النصفية لجتمان ما بين ٠.٤٣٥ – ٠.٦٤٢، بينما تراوح معامل ثبات المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان وفقاً لمعامل ارتباط سبيرمان وبراون ما بين ٠.٤٨٢ - ٠.٦٥٤، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع بعضها فقد كانت ٠.٦٣٤ وفقاً لمعامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، بينما كانت وفقاً لمعامل سبيرمان - براون ٠.٦٦٧، وهي معاملات ثبات عالية وتدل على ثبات الأبعاد، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع الدرجة الكلية للاستبيان فقد كانت ٠.٧٤٢ وفقاً لمعاملات ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، وبلغت ٠.٦٩٨ وفقاً لمعامل سبيرمان وبراون وهي معاملات ثبات عالية وتشير إلى ثبات المقياس الفرعية المكونة للاستبيان وصلاحيتها للاستخدام.

جـ حساب ثبات الاستبيان بطريقة ألفا كرونباخ:

تعتمد معادلة ألفا كرونباخ على تباينات بنود المقياس، وتشتترط أن تقيس بنود الاختبار سمة واحدة فقط، ولذلك قام الباحث بحساب معامل الثبات لكل بعد على إنفراد، ثم قام بحساب معامل ثبات الاستبيان ككل، وقد استخدم الباحث البرنامج الإحصائي SPSS لحساب معاملات الثبات، حيث تبين أن قيمة ألفا كرونباخ للمقياس ككل ٠.٨٣٢ وهذا دليل كاف على ثبات استمارة الاستبيان وصلاحيتها للتطبيق.

جدول (٥)

معامل ثبات ألفا كرونباخ لأبعاد الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان

المجال	قيمة ألفا
مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	٠.٤٤٧
مقياس استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	٠.٥٧٨
مقياس دوافع استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	٠.٤٣٩
مقياس مخاطر استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	٠.٥٤٧
مقياس مخاطر استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	٠.٥٧٤
مقياس التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي	٠.٤٩٨
مقياس التعرض للقيم الإيجابية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي	٠.٥٥٩
مقياس التحرر الاجتماعي	٠.٥١٢
الدرجة الكلية للاستبيان	٠.٨٣٢

تشير البيانات في الجدول السابق إلى قيم معامل الثبات لإجابات المبحوثين، وتراوحت قيمة معامل ألفا ما بين (٠.٤٣٩ – ٠.٥٧٨) وهي توحى بثبات الاستبيان، كما تشير قيمة معامل الثبات ألفا على إجمالي الاستبيان إلى ثبات الاستبيان وقدرته على قياس ما وضع لقياسه حيث بلغت قيمته ٠.٨٣٢.

منهجية قياس متغيرات الدراسة:

أ- مقياس معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي: ولقياس معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي استخدم الباحث مقياس مكون من ٣ أسئلة باستمارة

الاستبيان عن مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، وكم مرة يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في الأسبوع، والمدة الزمنية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم، وتم جمع الدرجات لكل مبحوث فنتج لدينا مقياس تراوحت درجته بين ٣ : ١١ درجة، تم توزيعه إلى ثلاث مستويات من ٣ إلى ٥ درجات منخفض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، من ٦ على ٨ درجات متوسط الاستخدام، ومن ٩ إلى ١١ درجة مرتفع الاستخدام.

ب- مقياس كثافة استخدام المبحوثين لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر لمواقع التواصل الاجتماعي: ولقياس كثافة استخدام المبحوثين لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر لمواقع التواصل الاجتماعي استخدم الباحث مقياس مكون من ٣ أسئلة باستمارة الاستبيان عن مدى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر لمواقع التواصل الاجتماعي ، وكم مرة يستخدمها خلال الأسبوع، والوقت الذي يقضيه خلال اليوم لاستخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر لمواقع التواصل الاجتماعي، وتم جمع الدرجات لكل مبحوث فنتج لدينا مقياس تراوحت درجته بين ٣ : ١١ درجة، تم توزيعه إلى ثلاث مستويات من ٣ إلى ٥ درجات منخفض استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر لمواقع التواصل الاجتماعي، من ٦ على ٨ درجات متوسط الاستخدام، ومن ٩ إلى ١١ درجة مرتفع استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر لمواقع التواصل الاجتماعي.

ج- مقياس دوافع استخدام المبحوثين لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر لمواقع التواصل الاجتماعي: ولقياس مستوى دوافع استخدام المبحوثين لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر لمواقع التواصل الاجتماعي تم تكوين مقياس تجميعي مكون من (١٠) عبارات، وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ١٠ إلى ٣٠ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض من الدوافع ويحصل على الدرجة ١٠ إلى ١٦، والثاني مستوى متوسط من الدوافع ويحصل على الدرجة من ١٧ إلى ٢٣، والثالث مستوى مرتفع من الدوافع ويحصل على الدرجة من ٢٤ إلى ٣٠.

د- مقياس تأثيرات استخدام المبحوثين لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر لمواقع التواصل الاجتماعي: ولقياس تأثيرات استخدام المبحوثين لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر لمواقع التواصل الاجتماعي تم تكوين مقياس تجميعي مكون من (٩) عبارات، وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ٩ إلى ٢٧ درجة، وتم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول منخفضى مستوى التأثير ويحصلون على الدرجة ٩ إلى ١٤ ، والثاني متوسطى مستوى التأثير ويحصلون على الدرجة من ١٥ إلى ٢١، والثالث مرتفعى مستوى التأثير ويحصلون على الدرجة من ٢٢ إلى ٢٧، كما تم تقسيم المقياس إلى ثلاثة تأثيرات (معرفية- وجدانية- سلوكية)، بواقع ثلاثة عبارات لكل منهما، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس الفرعى الأول (التأثيرات المعرفية) لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ٣ إلى ٩ درجات، وتم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول منخفضى مستوى التأثير ويحصلون على الدرجة ٣ إلى ٤، والثاني متوسطى مستوى التأثير ويحصلون

على الدرجة من ٥ إلى ٧، والثالث مرتفعى مستوى التأثير ويحصلون على الدرجة من ٨ إلى ٩، وتم تطبيق نفس المعادلة الحسابية على المقياس الفرعى الثانى والثالث (التأثيرات الوجدانية- التأثيرات السلوكية).

هـ- مقياس مستوى مخاطر استخدام المبحوثين لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر لمواقع التواصل الاجتماعى: ولقياس مستوى مخاطر استخدام المبحوثين لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر لمواقع التواصل الاجتماعى تم تكوين مقياس تجميعى مكون من (٨) عبارات، وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ٨ إلى ٢٤ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض من المخاطر ويحصل على الدرجة ٨ إلى ١٣، والثانى مستوى متوسط من المخاطر ويحصل على الدرجة من ١٤ إلى ١٩، والثالث مستوى مرتفع من المخاطر ويحصل على الدرجة من ٢٠ إلى ٢٤.

و- مقياس مستوى التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعى: ولقياس مستوى التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعى تم تكوين مقياس تجميعى مكون من (٨) عبارات، وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ٨ إلى ٢٤ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض من التعرض للسلوكيات السلبية ويحصل على الدرجة ٨ إلى ١٣، والثانى مستوى متوسط من التعرض للسلوكيات السلبية ويحصل على الدرجة من ١٤ إلى ١٩، والثالث مستوى مرتفع من التعرض للسلوكيات السلبية ويحصل على الدرجة من ٢٠ إلى ٢٤.

ز- مقياس مستوى التعرض للقيم الايجابية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعى: ولقياس مستوى التعرض للقيم الايجابية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعى تم تكوين مقياس تجميعى مكون من (٨) عبارات، وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ٨ إلى ٢٤ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض من التعرض للقيم الايجابية ويحصل على الدرجة ٨ إلى ١٣، والثانى مستوى متوسط من التعرض للقيم الايجابية ويحصل على الدرجة من ١٤ إلى ١٩، والثالث مستوى مرتفع من التعرض للقيم الايجابية ويحصل على الدرجة من ٢٠ إلى ٢٤.

ح- مقياس التحرر الاجتماعى لدى المبحوثين نتيجة استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر لمواقع التواصل الاجتماعى: ولقياس مستوى التحرر الاجتماعى وأبعاده المختلفة لدى المبحوثين تم تكوين مقياس تجميعى مكون من (٤٨) عبارة، وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ٤٨ إلى ١٤٤ درجة، وتم

تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول منخفضى مستوى التحرر الاجتماعى ويحصلون على الدرجة ٤٨ إلى ٧٩، والثانى متوسطى مستوى التحرر الاجتماعى ويحصلون على الدرجة من ٨٠ إلى ١١١، والثالث مرتفعى مستوى التحرر الاجتماعى ويحصلون على الدرجة من ١١٢ إلى ١٤٤، وبما أن المقياس يشمل ٦ أبعاد، وكل بعد يشمل ٨ عبارات، فقد تم حساب الدرجة الكلية على المقياس الفرعى لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ٨ إلى ٢٤ درجة، وتم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول منخفضى مستوى التحرر الاجتماعى ويحصلون على الدرجة ٨ إلى ١٣، والثانى متوسطى مستوى التحرر الاجتماعى ويحصلون على الدرجة من ١٤ إلى ١٩، والثالث مرتفعى مستوى التحرر الاجتماعى ويحصلون على الدرجة من ٢٠ إلى ٢٤، وتم تطبيق نفس المعادلة الحسابية على المقاييس الفرعية الأخرى.

الأساليب الإحصائية المستخدمة لمعالجة البيانات :

لاستخراج نتائج الدراسة قام الباحث باستخدام البرنامج الإحصائي (spss) حيث استخدم بعض الأساليب الإحصائية التى تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة مثل:

- ١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية .
- ٢- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية .
- ٣- تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way Analysis of Variance ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد متغيرات الدراسة.
- ٤- الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوي Least Significance Difference والمعروف بـ L.S.D لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل التباين علي وجود فرق بينها.
- ٥- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة .
- ٦- اختبار "ت" T.Test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين علي أحد متغيرات الدراسة .
- ٧- اختبار كاي ٢ لجدول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الأسمى.
- ٨- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من ٢×٢ .
- ٩- معامل ارتباط ألفا كرونباخ للتحقق من صدق أداة الدراسة.

نتائج الدراسة:
 أولاً: نتائج تساؤلات الدراسة:
 - حجم استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي:
 جدول (٦)

حجم استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
٥٣.٣٢	٤٠٩	٥٣.٦٣	١٩٢	٥٣.٠٦	٢١٧	مرتفع
٣٥.٨٥	٢٧٥	٣٧.٩٩	١٣٦	٣٣.٩٩	١٣٩	متوسط
١٠.٨٢	٨٣	٨.٣٨	٣٠	١٢.٩٦	٥٣	منخفض
١٠٠	٧٦٧	١٠٠	٣٥٨	١٠٠	٤٠٩	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ٤.٥٩٣ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٠٧٧ مستوى الدلالة = غير دالة

بحسب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٤.٥٩٣ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٠٧٧ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) وحجم استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي (مرتفع- متوسط- منخفض). وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن الباحثين مرتفعي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بلغت نسبتهم ٥٣.٣٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٥٣.٠٦% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٣.٦٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة الباحثين متوسطي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ٣٥.٨٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٣٣.٩٩% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٧.٩٩% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة الباحثين منخفضي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ١٠.٨٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٢.٩٦% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٨.٣٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

- مستوى استخدام الجمهور لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (٧)

مستوى استخدام الجمهور لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
٥٦.١٩	٤٣١	٥٠.٢٨	١٨٠	٦١.٣٧	٢٥١	مرتفع
٢٩.٨٦	٢٢٩	٣١.٢٨	١١٢	٢٨.٦١	١١٧	متوسط
١٣.٩٥	١٠٧	١٨.٤٤	٦٦	١٠.٠٢	٤١	منخفض
١٠٠	٧٦٧	١٠٠	٣٥٨	١٠٠	٤٠٩	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ١٤.٣١٩ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.١٣٥ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠١

بحساب قيمة كا ٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ١٤.٣١٩ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠١، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٣٥ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) وحجم استخدام الجمهور لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (مرتفع- متوسط- منخفض). وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن المبحوثين مرتفعي استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بلغت نسبتهم ٥٦.١٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٦١.٣٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٠.٢٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطي استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ٢٩.٨٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٢٨.٦١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣١.٢٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضي استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ١٣.٩٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٠.٠٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٨.٤٤% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

٧- موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة دوافع استخدام الجمهور لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٨)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة دوافع استخدام الجمهور لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (ن=٦٨٥)

درجة الدوافع	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	منخفض		متوسط		مرتفع		الاستجابة العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	٧	٠.٦٤	٢.٥٥	٧.٩٥	٦١	٢٨.٦٨	٢٢٠	٦٣.٣٦	٤٨٦	للتسلية والترفيه
مرتفع	٥	٠.٦٥	٢.٥٨	٩.٠٠	٦٩	٢٣.٨٦	١٨٣	٦٧.١٤	٥١٥	التعرف على سلبيات الواقع الذي نعيش فيه
مرتفع	١	٠.٥١	٢.٧٦	٣.٩١	٣٠	١٥.٩١	١٢٢	٨٠.١٨	٦١٥	يلبها "الجراءة" في طرح الموضوعات
مرتفع	٦	٠.٦٧	٢.٥٧	١٠.٠٤	٧٧	٢٣.٠٨	١٧٧	٦٦.٨٨	٥١٣	تنتشر أنماط مجتمعية جديدة
مرتفع	٣	٠.٥٩	٢.٧١	٦.٩١	٥٣	١٥.١٢	١١٦	٧٧.٩٧	٥٩٨	إتاحة الفرصة لتنوع الآراء والأفكار من خلال نشرها وعرضها

مرتفع	١٠	٠.٧٢	٢.٣٨	١٤.٤٧	١١١	٣٣.٥١	٢٥٧	٥٢.٠٢	٣٩٩	تنقل واقع حقيقي غير مفتعل
مرتفع	٩	٠.٦٨	٢.٥٠	١٠.٨٢	٨٣	٢٨.١٦	٢١٦	٦١.٠٢	٤٦٨	تسمح بمشاركة الجمهور وإبداء الرأي
مرتفع	٨	٠.٦٧	٢.٥٤	١٠.٣٠	٧٩	٢٥.٤٢	١٩٥	٦٤.٢٨	٤٩٣	"تقدم أشكال حياة شبابية معاصرة
مرتفع	٤	٠.٦٥	٢.٥٩	٩.١٣	٧٠	٢٢.٤٣	١٧٢	٦٨.٤٥	٥٢٥	تؤدي إلى كشف الانحرافات في المجتمع
مرتفع	٢	٠.٥٧	٢.٧٢	٥.٨٧	٤٥	١٦.٥٦	١٢٧	٧٧.٥٧	٥٩٥	الإمام بخلفية الأحداث الجارية
مرتفع	-	٠.٦٤	٢.٥٩	ن = ٧٦٧					جملة من سنلوا	

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة دوافع استخدام الجمهور لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٥٩، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات يليها "الجراءة في طرح الموضوعات، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٧٦، وجاءت الإمام بخلفية الأحداث الجارية في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٧٢، وجاءت إتاحة الفرصة لتنوع الآراء والأفكار من خلال نشرها وعرضها في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٧١، وجاءت تؤدي إلى كشف الانحرافات في المجتمع في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٩، وجاءت التعرف على سلبيات الواقع الذي نعيش فيه في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٨، وجاءت تنشر أنماط مجتمعية جديدة في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٧، وجاءت للتسلية والترفيه في الترتيب السابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٦، وجاءت تقدم أشكال حياة شبابية معاصرة في الترتيب الثامن حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٤، وجاءت تسمح بمشاركة الجمهور وإبداء الرأي في الترتيب التاسع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٠، وجاءت تنقل واقع حقيقي غير مفتعل في الترتيب العاشر حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٣٨.

- مستوى دوافع استخدام الجمهور لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (٩)

مستوى دوافع استخدام الجمهور لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
٦٣.٣٦	٤٨٦	٦٤.٥٣	٢٣١	٦٢.٣٥	٢٥٥	مرتفع
٢٨.٦٨	٢٢٠	٢٦.٥٤	٩٥	٣٠.٥٦	١٢٥	متوسط
٧.٩٥	٦١	٨.٩٤	٣٢	٧.٠٩	٢٩	منخفض
١٠٠	٧٦٧	١٠٠	٣٥٨	١٠٠	٤٠٩	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ٢.٠٤٢ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٠٥٢ مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٢.٠٤٢ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٠٥٢ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومستوى دوافع استخدام الجمهور لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (مرتفع- متوسط- منخفض). وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن المبحوثين مرتفعي مستوى دوافع استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بلغت نسبتهم ٦٣.٣٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٢.٣٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٤.٥٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطي مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة ٢٨.٦٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٣٠.٥٦% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٦.٥٤% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضي مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة ٧.٩٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٧.٠٩% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٨.٩٤% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

٨- موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة تأثيرات استخدام الجمهور لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي :

جدول (١٠)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة تأثيرات استخدام الجمهور لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (ن=٦٨٥)

درجة التأثير	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	منخفض		متوسط		مرتفع		درجة التأثير	العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٤	٠.٦٦	٢.٤٧	٩.٠٠	٦٩	٣٥.٤٦	٢٧٢	٥٥.٥٤	٤٢٦	أعرف من خلالها المعلومات الموضوعات الجديدة التي تهمني بواقعية ومصداقية	أعرف من خلالها المعلومات الموضوعات الجديدة التي تهمني بواقعية ومصداقية
مرتفع	٥	٠.٧٢	٢.٤٣	١٣.٦٩	١٠٥	٢٩.٢٠	٢٢٤	٥٧.١١	٤٣٨	تزدونى بالمعارف المتجددة التي تصقل مهاراتي فى مجال تخصصي	تزدونى بالمعارف المتجددة التي تصقل مهاراتي فى مجال تخصصي
مرتفع	٣	٠.٦٥	٢.٥٦	٩.١٣	٧٠	٢٥.٢٩	١٩٤	٦٥.٥٨	٥٠٣	تطلعنى عن التغيرات التي تحدث فى السلوك العام وطرق التعبير الجديدة خارج اطر التقيد المجتمى	تطلعنى عن التغيرات التي تحدث فى السلوك العام وطرق التعبير الجديدة خارج اطر التقيد المجتمى
مرتفع	٢	٠.٦٣	٢.٦٥	٨.٠٨	٦٢	١٩.٣٠	١٤٨	٧٢.٦٢	٥٥٧	تخلق لدى حالة من الانفعال الوجدانى نتيجة للطريقة الدراماتيكية لعرض الأحداث بطرق ذات طابع إنسانى	تخلق لدى حالة من الانفعال الوجدانى نتيجة للطريقة الدراماتيكية لعرض الأحداث بطرق ذات طابع إنسانى
مرتفع	١	٠.٥٧	٢.٧١	٦.٠٠	٤٦	١٧.٢١	١٣٢	٧٦.٧٩	٥٨٩	تصبنى بحالة من الصدمة لما تحويه من مضامين غير متوقعة وخارجة عن المألوف	تصبنى بحالة من الصدمة لما تحويه من مضامين غير متوقعة وخارجة عن المألوف
مرتفع	٢	٠.٦٤	٢.٦٥	٩.١٣	٧٠	١٦.٥٦	١٢٧	٧٤.٣٢	٥٧٠	تؤثر سلبا أو إيجابا على الطاقة النفسية لدى وفقا للموضوعات المثارة غيرها	تؤثر سلبا أو إيجابا على الطاقة النفسية لدى وفقا للموضوعات المثارة غيرها
مرتفع	٣	٠.٧١	٢.٥٦	١٢.٥٢	٩٦	١٩.٤٣	١٤٩	٦٨.٠٦	٥٢٢	تشجنى أحيانا على اتخاذ بعض القرارات فيما يخص أمور حياتي الشخصية	تشجنى أحيانا على اتخاذ بعض القرارات فيما يخص أمور حياتي الشخصية
مرتفع	٦	٠.٧٥	٢.٣٤	١٧.٠٨	١٣١	٣١.٩٤	٢٤٥	٥٠.٩٨	٣٩١	تدفعنى للسلوكيات المفيدة لجودة الحياة والصحة العامة والعلاقة مع نفسى والآخرين	تدفعنى للسلوكيات المفيدة لجودة الحياة والصحة العامة والعلاقة مع نفسى والآخرين
مرتفع	٥	٠.٧٢	٢.٤٣	١٣.٣٠	١٠٢	٣٠.٦٤	٢٣٥	٥٦.٠٦	٤٣٠	تحثنى على التفاعل المجتمعى بالمشاركة فى عمل مبادرات خيرية	تحثنى على التفاعل المجتمعى بالمشاركة فى عمل مبادرات خيرية
مرتفع	-	٠.٦٧	٢.٥٣	ن = ٧٦٧						جملة من سنلوا	جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة تأثيرات استخدام الجمهور لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابى ٢.٥٣، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على

العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات تصنيفي بحالة من الصدمة لما تحتويه من مضامين غير متوقعة وخارجة عن المؤلف، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٧١، وجاءت تؤثر سلباً أو إيجاباً على الطاقة النفسية لدى وفقاً للموضوعات المثارة عبرها في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٥، وجاءت تشجعي أحياناً على اتخاذ بعض القرارات فيما يخص أمور حياتي الشخصية، تطلعي عن التغييرات التي تحدث في السلوك العام وطرق التعبير الجديدة خارج اطر التقيد المجتمعي في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٦، وجاءت أعرف من خلالها المعلومات عن الموضوعات الجديدة التي تهمني بواقعية ومصداقية في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٧، وجاءت تزودني بالمعارف المتجددة التي تصقل مهاراتي في مجال تخصصي في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٣، وجاءت تدفعني للسلوكيات المفيدة لجودة الحياة والصحة العامة والعلاقة مع الآخرين في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٣٤.

٩- أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضل استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة خلالها.

جدول رقم (١١)

أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضل استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة خلالها وفقاً للنوع.

الترتيب	الدالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	غير دالة	٠.١٠٢	٧٨.١٠	٥٩٩	٧٧.٩٣	٢٧٩	٧٨.٢٤	٣٢٠	الفيديوك
٢	غير دالة	١.٥٥٦	٧٦.٧٩	٥٨٩	٧٩.٣٣	٢٨٤	٧٤.٥٧	٣٠٥	الانستجرام
٣	غير دالة	٠.٢٩٤	٤٩.١٥	٣٧٧	٤٩.٧٢	١٧٨	٤٨.٦٦	١٩٩	التيوتوب
٤	غير دالة	٠.٥٤٦	٣٣.١٢	٢٥٤	٣٢.١٢	١١٥	٣٣.٩٩	١٢٩	تويتر
٥	غير دالة	٠.٧٩٤	٣١.٨١	٢٤٤	٣٣.٢٤	١١٩	٣٠.٥٦	١٢٥	الواتساب
٦	غير دالة	١.٠٥٤	١٣.٦٩	١٠٥	١٢.٢٩	٤٤	١٤.٩١	٦١	التليجرام
٧	غير دالة	١.٨٤٥	٥.٢٢	٤٠	٣.٦٣	١٣	٦.٦٠	٢٧	سناپ شات
			٧٦٧		٣٥٨		٤٠٩		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضل استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة خلالها وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول الفيديوك، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧٨.١٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٨.٢٤% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٧.٩٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.١٠٢ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥. وجاء في الترتيب الثاني الانستجرام، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧٦.٧٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٤.٥٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٩.٣٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٥٥٦ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥. وجاء في الترتيب الثالث التيوتوب، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٩.١٥% من إجمالي

مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٨.٦٦% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٩.٧٢% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٢٩٤. وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥، وجاء في الترتيب الرابع تويتر، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٣.١٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٣.٩٩% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٢.١٢% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٥٤٦. وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥.

١٠- أهم تطبيقات الفيديو القصيرة التي يفضل المبحوثين استخدامها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (١٢)

أهم تطبيقات الفيديو القصيرة التي يفضل المبحوثين استخدامها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع.

الترتيب	الدالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	غير دالة	٠.٣٤١	٧٢.١٠	٥٥٣	٧١.٥١	٢٥٦	٧٢.٦٢	٢٩٧	مقاطع الريلز
٢	غير دالة	١.١٦١	٧٠.٠١	٥٣٧	٧٢.٠٧	٢٥٨	٦٨.٢٢	٢٧٩	التيك توك
٤	غير دالة	٠.٥٥٦	٤٠.٢٩	٣٠٩	٤١.٣٤	١٤٨	٣٩.٣٦	١٦١	الكواي
٥	غير دالة	٠.٣١١	٢٥.٩٥	١٩٩	٢٥.٤٢	٩١	٢٦.٤١	١٠٨	لايكي
٦	غير دالة	٠.٤٦٣	٢١.١٢	١٦٢	٢٠.٣٩	٧٣	٢١.٧٦	٨٩	فاين
٧	غير دالة	٠.٥٦٥	١١.٨٦	٩١	١٢.٥٧	٤٥	١١.٢٥	٤٦	لاسو
٣	غير دالة	٠.٢٩٤	٤٩.١٥	٣٧٧	٤٩.٧٢	١٧٨	٤٨.٦٦	١٩٩	لستوري
			٧٦٧		٣٥٨		٤٠٩		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم تطبيقات الفيديو القصيرة التي يفضل المبحوثين استخدامها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول مقاطع الريلز، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧٢.١٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٢.٦٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧١.٥١% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٣٤١. وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥. وجاء في الترتيب الثاني التيك توك، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧٠.٠١% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٨.٢٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٢.٠٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.١٦١. وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥. وجاء في الترتيب الثالث الاستوري، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٠.٢٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٨.٦٦% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٩.٧٢% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٢٩٤. وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥. وجاء في الترتيب الرابع الكواي، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٠.٢٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٩.٣٦% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤١.٣٤% من إجمالي مفردات عينة الإناث،

وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٥٥٦. وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥.

١١- موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة مخاطر استخدام الجمهور لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين.

جدول (١٣)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة مخاطر استخدام الجمهور لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين (ن=٧٦٧)

درجة المخاطر	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	منخفض		متوسط		مرتفع		درجة المخاطر العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	٨	٠.٦٩	٢.٣٧	١٢.٢٦	٩٤	٣٨.٢٠	٢٩٣	٤٩.٥٤	٣٨٠	تتضمن بعض الفيديوهات مشاهد وأفلاظ غير لائقة وخادشة للحياء والأداب العامة
مرتفع	٤	٠.٦٨	٢.٥٠	١٠.٦٩	٨٢	٢٨.٩٤	٢٢٢	٦٠.٣٧	٤٦٣	الفيديوهات تنتشر موضوعات غير هادفة وتركز على الفضائح وانتهاك الخصوصية
مرتفع	٥	٠.٧٣	٢.٤٦	١٣.٩٥	١٠٧	٢٥.٨١	١٩٨	٦٠.٢٣	٤٦٢	التناول الساخر والمهين والتقليل من شأن الرموز السياسية والاجتماعية
مرتفع	١	٠.٦٧	٢.٥٦	١٠.٠٤	٧٧	٢٤.١٢	١٨٥	٦٥.٨٤	٥٠٥	تتضمن فيديوهات تحريضية لها أهداف تأمرية تزييف الوعي وتبث روح الكراهية والتعصب ونشر والشائعات
مرتفع	٦	٠.٦٧	٢.٤٤	١٠.١٧	٧٨	٣٥.٣٣	٢٧١	٥٤.٥٠	٤١٨	تحتوى بعضها على مشاهد عن أنماط مشوهة للعلاقات غير المشروعة والمحرمة والمرفوضة دينياً ومجتمعياً
مرتفع	٣	٠.٦٧	٢.٥٢	٩.٦٥	٧٤	٢٨.٤٢	٢١٨	٦١.٩٣	٤٧٥	التلاعب الغرائزي بجسد المرأة والزج به فى سياق مضامين قد تبدو خدمية نسائية لتحقيق المشاهدات
مرتفع	٧	٠.٧٥	٢.٣٩	١٦.٠٤	١٢٣	٢٨.٩٤	٢٢٢	٥٥.٠٢	٤٢٢	التصوير غير الواعي وإساءة الصورة الذهنية للوطن من خلال التركيز على السلبيات وتضخيمها
مرتفع	٢	٠.٦٩	٢.٥٣	١١.٠٨	٨٥	٢٥.١٦	١٩٣	٦٣.٧٥	٤٨٩	بعضها مضلل بهدف تسويقى لمنتجات قد تكون غير آمنة وضارة وغير صحية
مرتفع	-	٠.٦٩	٢.٤٧							جملة من سنلوا
ن = ٧٦٧										

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف الباحثين حول العبارات التي تحدد درجة مخاطر استخدام الجمهور لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الباحثين ، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٤٧، بينما تراوحت تقدير استجابات الباحثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات تتضمن فيديوهات تحريضية لها أهداف تأمرية تزييف الوعي وتبث روح الكراهية والتعصب ونشر والشائعات، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٦، وجاءت بعضها مضلل بهدف تسويقى لمنتجات قد تكون غير آمنه وضارة وغير صحية في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٣، وجاءت التلاعب الغرائزى بجسد المرأة والزج به في سياق مضامين قد تبدو خدمية نسائية لتحقيق المشاهدات في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٢، وجاءت الفيديوهات تنشر موضوعات غير هادفة وتركز على الفضائح وانتهاك الخصوصية في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٠، وجاءت التناول الساخر والمهين والتقليل من شأن الرموز السياسية و المجتمعية في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٦، وجاءت تحتوى بعضها على مشاهد عن أنماط مشوهة للعلاقات غير المشروعة والمحرمة والمرفوضة دينيا ومجتمعيا في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٤.

- مستوى مخاطر استخدام الجمهور لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الباحثين.

جدول (١٤)

مستوى مخاطر استخدام الجمهور لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الباحثين وفقا للنوع

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
٤٩.٥٤	٣٨٠	٤١.٦٢	١٤٩	٥٦.٤٨	٢٣١	مرتفع
٣٨.٢٠	٢٩٣	٤٤.١٣	١٥٨	٣٣.٠١	١٣٥	متوسط
١٢.٢٦	٩٤	١٤.٢٥	٥١	١٠.٥١	٤٣	منخفض
١٠٠	٧٦٧	١٠٠	٣٥٨	١٠٠	٤٠٩	الإجمالي

قيمة كا = ١٦.٨٦٤ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.١٤٧ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠٠١

بحساب قيمة كا من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ١٦.٨٦٤ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٤٧ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومستوى مخاطر استخدام الجمهور لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الباحثين، وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن الباحثين الذين يرون أن مستوى مخاطر استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

مرتفعة بلغت نسبتهم ٤٩.٥٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٦.٤٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤١.٦٢% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين يرون أن مستوى مخاطر استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة متوسطة ٣٨.٢٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٣٣.٠١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٤.١٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة المبحوثين الذين يرون أن مستوى مخاطر استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة منخفضة ١٢.٢٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٠.٥١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٤.٢٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

١٢- موقف المبحوثين عند رؤية أحد تطبيقات الفيديو القصيرة أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (١٥)

موقف المبحوثين عند رؤية أحد تطبيقات الفيديو القصيرة أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
موقف المبحوثين	ك	%	ك	%	ك	%	
أشاهد الفيديو كاملاً وأقوم بعمل إعجاب والتعليق والمشاركة وأحتفظ به	١١٢	٢٧.٣٨	١٠٦	٢٩.٦١	٢١٨	٢٨.٤٢	
أشاهد الفيديو كاملاً وأقوم بعمل إعجاب والتعليق والمشاركة ولا أحتفظ به	٧٥	١٨.٣٤	٧٢	٢٠.١١	١٤٧	١٩.١٧	
أشاهد الفيديو كاملاً وأقوم بعمل إعجاب والتعليق	٦٤	١٥.٦٥	٤٠	١١.١٧	١٠٤	١٣.٥٦	
أشاهد الفيديو كاملاً وأقوم بعمل إعجاب دون تعليق	٤٣	١٠.٥١	٦٣	١٧.٦٠	١٠٦	١٣.٨٢	
أشاهد الفيديو كاملاً فقط	٧٠	١٧.١١	٤٩	١٣.٦٩	١١٩	١٥.٥١	
لا أشاهده	٤٥	١١.٠٠	٢٨	٧.٨٢	٧٣	٩.٥٢	
الإجمالي	٤٠٩	١٠٠	٣٥٨	١٠٠	٧٦٧	١٠٠	

قيمة كا^٢ = ١٣.٨٧٣ درجة الحرية = ٥ معامل التوافق = ٠.١٣٣ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠٥

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٥، وجد أنها = ١٣.٨٧٣ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٣٣ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) وموقف المبحوثين عند رؤية أحد تطبيقات الفيديو القصيرة أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن نسبة من يشاهدون الفيديو كاملاً ويقومون بعمل إعجاب والتعليق والمشاركة ويحتفظون به بلغت ٢٨.٤٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٧.٣٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٩.٦١% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يشاهدون الفيديو كاملاً ويقومون بعمل إعجاب والتعليق والمشاركة ولا يحتفظون به ١٩.١٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٨.٣٤% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٠.١١% من إجمالي مفردات عينة

الإناث، وجاءت نسبة من يشاهدون الفيديو كاملاً ويقومون بعمل إعجاب والتعليق ١٣.٥٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٥.٦٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١١.١٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة من يشاهدون الفيديو كاملاً ويقومون بعمل إعجاب دون تعليق ١٣.٨٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٠.٥١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٧.٦٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة من يشاهدون الفيديو كاملاً فقط ١٥.٥١% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٧.١١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٣.٦٩% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

١٣- أهم المضامين التي يتعرض لها المبحوثين عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (١٦)

أهم المضامين التي يتعرض لها المبحوثين عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع.

الترتيب	الدالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	غير دالة	٠.٣٢١	٦٧.٠١	٥١٤	٦٧.٦٠	٢٤٢	٦٦.٥٠	٢٧ ٢	المضامين الاجتماعية
٢	غير دالة	٠.١٨٠	٦٥.٩٧	٥٠٦	٦٥.٦٤	٢٣٥	٦٦.٢٦	٢٧ ١	المضامين العاطفية
٤	غير دالة	٠.٤٧٤	٥٧.٨٩	٤٤٤	٥٦.٩٨	٢٠٤	٥٨.٦٨	٢٤ ٠	المضامين السياسية
٣	غير دالة	٠.٥٨٠	٦١.١٥	٤٦٩	٦٠.٠٦	٢١٥	٦٢.١٠	٢٥ ٤	الانحلال الأخلاقي
٨	غير دالة	٠.٤٠٤	٣٢.٨٦	٢٥٢	٣٢.١٢	١١٥	٣٣.٥٠	١٣ ٧	العلاقات الأسرية
٥	غير دالة	٠.٥٣٨	٣٨.٧٢	٢٩٧	٣٧.٧١	١٣٥	٣٩.٦١	١٦ ٢	مشاكل الشباب
٧	غير دالة	٠.٦٦٥	٣٤.٨١	٢٦٧	٣٦.٠٣	١٢٩	٣٣.٧٤	١٣ ٨	المضامين الدينية
٦	غير دالة	٠.٧٧٢	٣٤.٩٤	٢٦٨	٣٣.٥٢	١٢٠	٣٦.١٩	١٤ ٨	العلاقات الغير مشروعة
٧	غير دالة	١.١٥٧	٣٤.٨١	٢٦٧	٣٢.٦٨	١١٧	٣٦.٦٧	١٥ ٠	موضوعات الخيانة
٩	غير دالة	٠.٤٣٦	٢٦.٠٨	٢٠٠	٢٦.٨٢	٩٦	٢٥.٤٣	١٠ ٤	موضوعات العنف
١٠	غير دالة	٠.٢٣٨	٢٣.٠٨	١٧٧	٢٣.٤٦	٨٤	٢٢.٧٤	٩٣	موضوعات تاريخية
			٧٦٧		٣٥٨		٤٠٩		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم المضامين التي يتعرض لها المبحوثين عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول المضامين

الاجتماعية ، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٧.٠١% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٦.٥٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٧.٦٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٣٢١. وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥. وجاء فى الترتيب الثانى المضامين العاطفية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٥.٩٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٦.٢٦% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٦٥.٦٤% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.١٨٠. وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥. وجاء فى الترتيب الثالث الانحلال الأخلاقي، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦١.١٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٢.١٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٦٠.٠٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٥٨٠. وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥.

١٤- موقف المبحوثين حول العبارات التى تحدد درجة التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الإجتماعى.

جدول (١٧)

موقف المبحوثين حول العبارات التى تحدد درجة التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الإجتماعى (ن=٧٦٧)

درجة المخاطر	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	منخفض		متوسط		مرتفع		درجة التعرض	العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٦	٠.٧٤	٢.٣٨	١٥.٢٥	١١٧	٣١.٩٤	٢٤٥	٢٦.٧٣	٢٠٥	المقاطع التى ترسخ للخرافة كقراءة التاروت والفنجان وكشف الطالع والأبراج	
مرتفع	٥	٠.٧٥	٢.٤٠	١٦.٣٠	١٢٥	٢٧.٣٨	٢١٠	٣٠.٢٥	٢٣٢	المقاطع التى تحتوى على التتمر والسخرية على العلاقة الزوجية والمتزوجين	
مرتفع	٥	٠.٧٣	٢.٤٠	١٤.٨٦	١١٤	٣٠.٥١	٢٣٤	٥٤.٦٣	٤١٩	فيديوهات التراشق اللفظي بين منافسين التريند والسخرية والتتمر بينهم	
مرتفع	١	٠.٧١	٢.٤٨	١٣.٠٤	١٠٠	٢٦.٠٨	٢٠٠	٦٠.٨٩	٤٦٧	الفيديوهات التى تعرض مشاهد العرى الجسدي واللفظي وعرض موضات غريبة فى السلوكيات	
مرتفع	٣	٠.٧١	٢.٤٤	١٢.٥٢	٩٦	٣١.٠٣	٢٣٨	٥٦.٤٥	٤٣٣	مقاطع تصوير الأشخاص لحياتهم الشخصية اليومية بكل تفاصيلها	

متوسط	٧	٠.٧٣	٢.٣١	١٥.٧٨	١٢١	٣٧.١٦	٢٨٥	٤٧.٠٧	٣٦١	مقاطع التي تحتوي على سلوكيات غريبة ومنفتحة والتي يشترك فيها الزوجين
مرتفع	٢	٠.٧٣	٢.٤٥	١٣.٩٥	١٠٧	٢٦.٩٩	٢٠٧	٥٩.٠٦	٤٥٣	مقاطع الاستعراض المادي لرفاهيات الحياة في مختلف الثقافات والأعمار
مرتفع	٤	٠.٧٢	٢.٤٢	١٣.٩٥	١٠٧	٢٩.٩٩	٢٣٠	٥٦.٠٦	٤٣٠	فيديوهات المراهقين والشباب بما تحتويه من تصرفات غير سوية
مرتفع	-	٠.٧٣	٢.٤١	ن = ٧٦٧						جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف الباحثين حول العبارات التي تحدد درجة التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الإجتماعي، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٤١، بينما تراوحت تقدير استجابات الباحثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات الفيديوهات التي تعرض مشاهد العري الجسدي واللفظي وعرض موضات غريبة في السلوكيات، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٨، وجاءت مقاطع الاستعراض المادي لرفاهيات الحياة في مختلف الثقافات والأعمار في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٥، وجاءت مقاطع تصوير الأشخاص لحياتهم الشخصية اليومية بكل تفاصيلها في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٤، وجاءت فيديوهات المراهقين والشباب بما تحتويه من تصرفات غير سوية في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٢، وجاءت المقاطع التي تحتوي على التمر والسخرية على العلاقة الزوجية والمتزوجين، فيديوهات التراسق اللفظي بين منافسين التريند والسخرية والتندر بينهم في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٠، وجاءت المقاطع التي ترسخ للخرافة كقراءة التاروت والفرجان وكشف الطالع والأبراج في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٣٨.

١٥- موقف الباحثين حول العبارات التي تحدد درجة التعرض للقيم الإيجابية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الإجتماعي.

جدول (١٨)

موقف الباحثين حول العبارات التي تحدد درجة التعرض للقيم الإيجابية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الإجتماعي (ن=٧٦٧)

درجة المخاطر	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	منخفض		متوسط		مرتفع		درجة التعرض العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	٤	٠.٧٥	٢.٣٨	١٦.٦٩	١٢٨	٢٨.٩٤	٢٢٢	٥٤.٣٧	٤١٧	مقاطع ترسخ القيم الدينية كالصدق وتجنب النفاق والاتساق بين القول والفعل
مرتفع	٧	٠.٧٤	٢.٣٥	١٥.٧٨	١٢١	٣٢.٩٩	٢٥٣	٥١.٢٤	٣٩٣	مقاطع تؤكد قيم التعاون والعمل الجماعي والمشاركة الوجدانية للغير
مرتفع	٤	٠.٧٣	٢.٣٨	١٤.٩٩	١١٥	٣٢.٢٠	٢٤٧	٥٢.٨٠	٤٠٥	المقاطع تتناول قيم التعايش السلمي ونبذ التمييز والعنصرية
مرتفع	١	٠.٦٨	٢.٥٣	١٠.٨٢	٨٢	٢٥.٨١	١٩٨	٦٣.٣٦	٤٨٦	مقاطع تشجع على نشر قيمة الرفق بالضعفاء وذوى الاحتياج
مرتفع	٣	٠.٦٨	٢.٤٤	١١.٠٨	٨٥	٣٤.٠٣	٢٦١	٥٤.٨٩	٤٢١	المقاطع التي تناقش قيمة إدارة الوقت وتنظيم شكل الحياة
مرتفع	٦	٠.٧٥	٢.٣٦	١٦.٣٠	١٢٥	٣١.٥٥	٢٤٢	٥٢.١٥	٤٠٠	المقاطع التي تنمي قيمة العدل ونبذ الظلم بأشكاله المختلفة
مرتفع	٢	٠.٧٣	٢.٤٧	١٣.٨٢	١٠٦	٢٥.٢٩	١٩٤	٦٠.٨٩	٤٦٧	مقاطع تناقش مناقشة قيمة النزاهة والأمانة فى المعاملات الحياتية
مرتفع	٥	٠.٧٥	٢.٣٧	١٦.١٧	١٢٤	٣٠.٢٥	٢٣٢	٥٣.٥٩	٤١١	مقاطع تدعم قيمة المساواة والعدالة الاجتماعية والتلاحم بين فئات المجتمع
مرتفع	-	٠.٧٣	٢.٤١	ن = ٧٦٧						جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف الباحثين حول العبارات التي تحدد درجة التعرض للقيم الإيجابية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الإجتماعي، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٤١، بينما تراوحت تقدير استجابات الباحثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء فى مقدمة هذه العبارات مقاطع تشجع على نشر قيمة الرفق بالضعفاء وذوى الاحتياج ، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٣،

وجاءت مقاطع تتناول مناقشة قيمة النزاهة والأمانة في المعاملات الحياتية في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٧، وجاءت المقاطع التي تناقش قيمة إدارة الوقت وتنظيم شكل الحياة في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٤، وجاءت المقاطع تتناول قيم التعايش السلمي ونبذ التمييز والعنصرية، مقاطع ترسخ القيم الدينية كالصدق وتجنب النفاق والاتساق بين القول والفعل في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٣٨، وجاءت مقاطع تدعم قيمة المساواة والعدالة الاجتماعية والتلاحم بين فئات المجتمع في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٣٧، وجاءت المقاطع التي تنمى قيمة العدل ونبذ الظلم بأشكاله المختلفة في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٣٦، وجاءت مقاطع تؤكد قيم التعاون والعمل الجماعي والمشاركة الوجدانية للغير في الترتيب السابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٣٦.

١٦-١- موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد مستوى التحرر من القيم الأخلاقية نتيجة استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الإجتماعي.

جدول (١٩)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد مستوى التحرر من القيم الأخلاقية نتيجة استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الإجتماعي (ن=٧٦٧)

درجة المخاطر	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	منخفض		متوسط		مرتفع		درجة التحرر	العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٣	٠.٧٠	٢.٤٤	١٢.٣٩	٩٥	٣٠.٧٧	٢٣٦	٥٦.٨٤	٤٣٦	أصبحت القيم القديمة لا تصلح مع مجتمع التقدم التكنولوجي	
مرتفع	٥	٠.٧٣	٢.٣٧	١٥.١٢	١١٦	٣٢.٧٢	٢٥١	٥٢.١٥	٤٠٠	أشاهد مقاطع قد تحتوي على عرى وانفلات أخلاقي كنوع من الفضول لما يدور حولنا من تحولات أخلاقية	
مرتفع	١	٠.٧٠	٢.٤٦	١١.٩٩	٩٢	٢٩.٩٩	٢٣٠	٥٨.٠٢	٤٤٥	أشعر بأن القيم التي تربيته عليها غير موجودة بالمجتمع التكنولوجي الجديد	
مرتفع	٦	٠.٧٤	٢.٣٤	١٦.١٧	١٢٤	٣٣.٩٠	٢٦٠	٤٩.٩٣	٣٨٣	أوجدت لدى قدامى التساوية فالمجتمع الافتراضي عالم بلا قيود وبلا رادع قانوني	
مرتفع	٤	٠.٧١	٢.٤٢	١٣.٠٤	١٠٠	٣١.٨١	٢٤٤	٥٥.١٥	٤٢٣	التحرر من الالتزام بمنظومة القيم الدينية والأخلاقية وأصبحت غير مهتم بها	
مرتفع	٢	٠.٦٩	٢.٤٥	١١.٠٨	٨٥	٣٣.١٢	٢٥٤	٥٥.٨٠	٤٢٨	نقص الوعي بخطورة التصدي لنقل عدوى انعدام الأخلاق فالهزيمة الأخلاقية انهيار شامل لأي مجتمع	

متوسط	٧	٠.٧٨	٢.٣٢	١٩.٣٠	١٤٨	٢٩.٠٧	٢٢٣	٥١.٦٣	٣٩٦	ساهمت في طمس أصل القيم الأخلاقية من منيعها الأديان السماوية
مرتفع	٤	٠.٧٣	٢.٤٢	١٤.٢١	١٠٩	٢٩.٩٩	٢٣٠	٥٥.٨٠	٤٢٨	أشعر بحالة من التفكك الأسرى وغياب القيم والأخلاق داخلها
مرتفع	-	٠.٧٢	٢.٤٠	٧٦٧ = ن					جملة من سنلوا	

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف الباحثين حول العبارات التي تحدد مستوى التحرر من القيم الأخلاقية نتيجة استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الإجتماعي، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٤٠، بينما تراوحت تقدير استجابات الباحثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات أشعر بأن القيم التي تربيت عليها غير موجودة بالمجتمع التكنولوجي الجديد، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٦، وجاءت نقص الوعي بخطورة التصدي لنقل عدوى انعدام الأخلاق فالحزيمة الأخلاقية انهيار شامل لأي مجتمع في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٥، وجاءت أصبحت القيم القديمة لا تصلح مع مجتمع التقدم التكنولوجي في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٤، وجاءت التحرر من الالتزام بمنظومة القيم الدينية والأخلاقية وأصبحت غير مهتم بها في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٢، وجاءت أشاهد مقاطع قد تحتوي على عرى وانفلات أخلاقي كنوع من الفضول لما يدور حولنا من تحولات أخلاقية في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٣٧، وجاءت أوجدت لدى قدر من التسلية فالمجتمع الافتراضي عالم بلا قيود وبلا رادع قانوني في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٣٤.

٢-١٦- موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد مستوى التحرر من العادات والتقاليد نتيجة استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الإجتماعي.

جدول (٢٠)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد مستوى التحرر من العادات والتقاليد نتيجة استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الإجتماعي (ن=٧٦٧)

درجة المخاطر	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	منخفض		متوسط		مرتفع		درجة التحرر العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	٤	٠.٧٣	٢.٣٧	١٥.١٢	١١٦	٣٢.٥٩	٢٥٠	٥٢.٢٨	٤٠١	لا أجد مانع من قبول فكرة عرض المرأة على الرجل الزواج فهي لديها الحق والحرية في الاختيار
مرتفع	٥	٠.٧٤	٢.٣٥	١٦.٠٤	١٢٣	٣٢.٧٢	٢٥١	٥١.٢٤	٣٩٣	تخلصت من النظرة الدونية للمرأة المطلقة أو الأرملة وفرض العادات والتقاليد عليها بعدم الزواج مرة أخرى
مرتفع	١	٠.٦٩	٢.٤٧	١١.٠٨	٨٥	٣٠.٩٠	٢٣٧	٥٨.٠٢	٤٤٥	قبول الأزباء العصرية غير التقليدية وقصات وألوان الشعر المبتكرة للنساء والرجال
مرتفع	٤	٠.٧٣	٢.٣٧	١٥.٢٥	١١٧	٣٢.٩٩	٢٥٣	٥١.٧٦	٣٩٧	أرى أن المهن التقليدية أو الألعاب الرياضية ليست قاصرة على الرجال كقيادة التاكسي وكمال الأجسام
مرتفع	٣	٠.٧٠	٢.٤٢	١٢.١٣	٩٣	٣٣.٦٤	٢٥٨	٥٤.٢٤	٤١٦	تغيرت نظرتي التقليدية عن السن الملائم أو تأخر سن الزواج ومفهوم العنوسة لدى الفتيات أو الرجال

مرتفع	٣	٠.٧٠	٢.٤٢	١١.٩٩	٩٢	٣٣.٦٤	٢٥٨	٥٤.٣٧	٤١٧	اختلفت نظرتى للعبادات والتقاليد القاسية فى عدم الاختلاط بين النوعين
مرتفع	٢	٠.٧٣	٢.٤٤	١٤.٦٠	١١٢	٢٦.٧٣	٢٠٥	٥٨.٦٧	٤٥٠	تدخين المرأة كتدخين الرجل ورفض قصر عاداتنا على السلوكيات التى يفرضها المجتمع
مرتفع	٦	٠.٧٨	٢.٢٦	٢٠.٣٤	١٥٦	٣٣.١٢	٢٥٤	٤٦.٥٤	٣٥٧	التخلي عن قيود العادات المتوارثة حول شروط ومراسم الزواج التقليدية
مرتفع	-	٠.٧٢	٢.٣٩	٧٦٧ = ن						جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التى تحدد مستوى التحرر من العادات والتقاليد نتيجة استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الإجتماعى، التى جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابى ٢.٣٩، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء فى مقدمة هذه العبارات قبول الأزياء العصرية غير التقليدية وقصات وألوان الشعر المبتكرة للنساء والرجال، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٤٧، وجاءت تدخين المرأة كتدخين الرجل ورفض قصر عاداتنا على السلوكيات التى يفرضها المجتمع فى الترتيب الثانى حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٤٤، وجاءت تغيرت نظرتى التقليدية عن السن الملائم أو تأخر سن الزواج ومفهوم العنوسة لدى الفتيات أو الرجال، اختلفت نظرتى للعبادات والتقاليد القاسية فى عدم الاختلاط بين النوعين فى الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٤٢، وجاءت لا أجد مانع من قبول فكرة عرض المرأة على الرجل الزواج فهى لديها الحق والحرية فى الاختيار، أرى أن المهن التقليدية أو الألعاب الرياضية ليست قاصرة على الرجال كقيادة التاكسى وكمال الأجسام فى الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٣٧، وجاءت تخلصت من النظرة الدونية للمرأة المطلقة أو الأرملة وفرض العادات والتقاليد عليها بعدم الزواج مرة أخرى فى الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٣٥، وجاءت التخلي عن قيود العادات المتوارثة حول شروط ومراسم الزواج التقليدية فى الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابى ٢.٣٤.

٣-١٦- موقف الباحثين حول العبارات التي تحدد مستوى التحرر العاطفي نتيجة استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الإجتماعي.
 جدول (٢١)
 موقف الباحثين حول العبارات التي تحدد مستوى التحرر العاطفي نتيجة استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الإجتماعي (ن=٧٦٧)

درجة المخاطر	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	منخفض		متوسط		مرتفع		درجة التحرر العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	١	٠.٦١	٢.٦٤	٦.٧٨	٥٢	٢٢.٦٩	١٧٤	٧٠.٥٣	٥٤١	أشجع حرية التعبير العاطفي والتعبير عن مشاعري أمام الآخرين وعلى مواقع التواصل الإجتماعي
مرتفع	٢	٠.٦٢	٢.٦٠	٧.٣٠	٥٦	٢٥.٥٥	١٩٦	٦٧.١٤	٥١٥	اقبل بالارتباط العاطفي بين الرجل والمرأة قبل الارتباط الرسمي المتعارف عليه مجتمعيا
مرتفع	٣	٠.٦٤	٢.٥٣	٨.٠٨	٦٢	٣٠.٧٧	٢٣٦	٦١.١٥	٤٦٩	أرفض الأطر المتعارف عليها التي تقيد الارتباط بشروط فروق السن في الارتباط العاطفي
مرتفع	٥	٠.٦٦	٢.٤٦	٩.٢٦	٧١	٣٥.٠٧	٢٦٩	٥٥.٦٧	٤٢٧	لا مانع من التعددية العاطفية ومن حق أى إنسان أن يختار مع التقيد بما يعاقب عليه الدين والقانون
مرتفع	٦	٠.٧٢	٢.٤٢	١٣.٨٢	١٠٦	٣٠.٦٤	٢٣٥	٥٥.٥٤	٤٢٦	لا أرفض التعارف عبر السوشيل ميديا فالمجتمع الافتراضي جزء من المجتمع الواقعي

مرتفع	٨	٠.٧٦	٢.٣١	١٧.٨٦	١٣٧	٣٢.٩٩	٢٥٣	٤٩.١٥	٣٧٧	أوافق على الارتباط العاطفي قبل الزواج وذلك ما تناولته العديد من مقاطع الفيديو حول الزواج المدني للمختلفين فى الديانة
مرتفع	٤	٠.٧٠	٢.٤٨	١١.٨٦	٩١	٢٨.٤٢	٢١٨	٥٩.٧١	٤٥٨	تجذبني طرق عروض الزواج والارتباط على مواقع التواصل الإجتماعى
مرتفع	٧	٠.٧٣	٢.٣٥	١٥.١٢	١١٦	٣٤.٤٢	٢٦٤	٥٠.٤٦	٣٨٧	لم اعد أتقيد أو أخاف من نشر مقاطع فيديو للتعبير عن مشاعري نحو الأشخاص أو الأشياء
مرتفع	-	٠.٦٨	٢.٤٧	٧٦٧ = ن						جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف الباحثين حول العبارات التي تحدد مستوى التحرر العاطفي نتيجة استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الإجتماعى، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابى ٢.٤٧، بينما تراوحت تقدير استجابات الباحثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء فى مقدمة هذه العبارات أشجع حرية التعبير العاطفي والتعبير عن مشاعري أمام الآخرين وعلى مواقع التواصل الإجتماعى، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٦٤، وجاءت اقبل بالارتباط العاطفي بين الرجل والمرأة قبل الارتباط الرسمي المتعارف عليه مجتمعيًا فى الترتيب الثانى حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٦٠، وجاءت أرفض الأطر المتعارف عليها التي تقيد الارتباط بشروط فروق السن فى الارتباط العاطفي فى الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٥٣، وجاءت تجذبني طرق عروض الزواج والارتباط على مواقع التواصل الإجتماعى فى الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٤٨، وجاءت لا مانع من التعددية العاطفية ومن حق أى إنسان أن يختار مع التقيد بما يعاقب عليه الدين والقانون فى الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٤٦، وجاءت لا أرفض التعارف عبر السوشيال ميديا فالمجتمع الافتراضى جزء من المجتمع الواقعي فى الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابى ٢.٤٢.

١٦-٤- موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد مستوى التحرر السلوكي نتيجة استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الإجتماعي.
 جدول (٢٢)
 موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد مستوى التحرر السلوكي نتيجة استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الإجتماعي (ن=٧٦٧)

درجة المخاطر	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	منخفض		متوسط		مرتفع		درجة التحرر العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	٧	٠.٧١	٢.٤٠	١٣.١٧	١٠١	٣٣.٧٧	٢٥٩	٥٣.٠٦	٤٠٧	اكتسبت قدرا من الحرية والسلاسة والمرونة في التعامل مع أمور الحياة
مرتفع	٨	٠.٧٤	٢.٣٨	١٥.٢٥	١١٧	٣١.١٦	٢٣٩	٥٣.٥٩	٤١١	لا أتمسك بالقيود التي تحرمني من نشر والتعليق على الموضوعات الجريئة
مرتفع	٣	٠.٧٢	٢.٤٨	١٣.٣٠	١٠٢	٢٥.٨١	١٩٨	٦٠.٨٩	٤٦٧	أصبح لدى الجراء في مناقشة كل ما أتابعه من مع الآخرين دون خجل
مرتفع	٦	٠.٧٠	٢.٤٣	١٢.٣٩	٩٥	٣١.٨١	٢٤٤	٥٥.٨٠	٤٢٨	لا أرفض التحرر السلوكي وأشجعه بحدود مقبولة دينيا ومجتمعا
مرتفع	٢	٠.٧٠	٢.٤٩	١١.٧٣	٩٠	٢٧.٩٠	٢١٤	٦٠.٣٧	٤٦٣	أندمج أكثر مع الآخرين في مناقشة الموضوعات الجريئة عبر مواقع التواصل
مرتفع	١	٠.٦٦	٢.٥٤	٩.٢٦	٧١	٢٦.٩٩	٢٠٧	٦٣.٧٥	٤٨٩	شجعتني مقاطع الفيديو على الظهور في مقاطع فيديو خاصة بي للتعبير عما أريد
مرتفع	٤	٠.٧٠	٢.٤٦	١١.٨٦	٩١	٣٠.٥١	٢٣٤	٥٧.٦٣	٤٤٢	أشاهد التحررية السلوكية الشفهية والجسدية التي تعرض في مقاطع الفيديو
مرتفع	٥	٠.٧٢	٢.٤٤	١٣.٣٠	١٠٢	٢٩.٢٠	٢٢٤	٥٧.٥٠	٤٤١	أويد ظهور الآخرين بمقاطع الفيديو الخاصة به فكل حر إن لم يضر
مرتفع	-	٠.٧٠	٢.٤٥	ن = ٧٦٧						جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد مستوى التحرر السلوكي نتيجة استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الإجتماعي، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٤٥، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات شجعتني مقاطع الفيديو على الظهور في مقاطع فيديو خاصة بي للتعبير عما أريد، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٤، وجاءت أندمج أكثر مع الآخرين في مناقشة الموضوعات الجريئة عبر مواقع التواصل في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٩، وجاءت أصبح لدى الجراء في مناقشة كل ما أتابعه من مع الآخرين دون خجل في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط

حسابي ٢.٤٨، وجاءت أشاهد التحررية السلوكية الشفهية والجسدية التي تعرض في مقاطع الفيديو في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٦، وجاءت أزيد ظهور الآخرين بمقاطع الفيديو الخاصة به فكل حر إن لم يضر في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٤، وجاءت لا ارفض التحرر السلوكي وأشجعه بحدود مقبولة دينيا ومجتمعيا في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٤٢، وجاءت اكتسبت قدرا من الحرية والسلاسة والمرونة في التعامل مع أمور الحياة في الترتيب السابع حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٤٠.

٦-١٦- موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد مستوى التحرر الفكري نتيجة استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الإجتماعي.

جدول (٢٣)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد مستوى التحرر الفكري نتيجة استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الإجتماعي (ن=٧٦٧)

درجة المخاطر	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	منخفض		متوسط		مرتفع		درجة التحرر	العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	١	٠.٦٠	٢.٦٨	٦.٧٨	٥٢	١٨.٧٧	١٤٤	٧٤.٤٥	٥٧١	أستطيع التعبير عن افكاري بحرية أكثر عن الموضوعات الجريئة عبر مواقع التواصل	
مرتفع	٧	٠.٧٤	٢.٤١	١٥.١٢	١١٦	٢٨.٢٩	٢١٧	٥٦.٥٨	٤٣٤	استمتع للمفوضين فكريا ولا ارفضهم بمبدأ القطيع وأقرر بنفسي هل رفضهم أم لا	
مرتفع	٤	٠.٦٩	٢.٥٢	١١.٢١	٨٦	٢٥.٤٢	١٩٥	٦٣.٣٦	٤٨٦	تستهينى الأفكار الغربية وغير المالوفة في مختلف نواحي الحياة	
مرتفع	٢	٠.٦٣	٢.٦٢	٨.٠٨	٦٢	٢٢.١٦	١٧٠	٦٩.٧٥	٥٣٥	التحرر الفكري ليس انحلالا سلوكيا بل هو الانتقال من حالة جهل إلى حالة وعى.	
مرتفع	٣	٠.٦١	٢.٦١	٦.٩١	٥٣	٢٥.١٦	١٩٣	٦٧.٩٣	٥٢١	بعض الأفكار التحررية تحصلنا من الجمود التعسفي الذي يعقد شكل الحياة	
مرتفع	٨	٠.٦٩	٢.٣٧	١١.٩٩	٩٢	٣٨.٥٩	٢٩٦	٤٩.٤١	٣٧٩	لا أتعصب لأفكاري وامنحها الفرصة للتلاقي مع أفكار غيري ولا أخشى تغيير افكاري	
مرتفع	٦	٠.٧٣	٢.٤٢	١٤.٢١	١٠٩	٢٩.٣٤	٢٢٥	٥٦.٤٥	٤٣٣	أحرص على تجديد افكاري باستمرار بما يواكب تغيرات الحياة العصرية	
مرتفع	٥	٠.٧٠	٢.٥٠	١٢.١٣	٩٣	٢٥.٢٩	١٩٤	٦٢.٥٨	٤٨٠	نمت مقاطع الفيديو قدرتي على النقاش الفكري مع الآخرين بجرأة وثقة وحرية	
مرتفع	-	٠.٦٧	٢.٥٤							جملة من سنلوا	٧٦٧ = ن

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد مستوى التحرر الفكري نتيجة استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الإجتماعي، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٥٤، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات أستطيع التعبير عن افكاري بحرية أكثر عن الموضوعات الجريئة عبر مواقع التواصل، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٨، وجاءت التحرر الفكري ليس انحلالاً سلوكياً بل هو الانتقال من حالة جهل إلى حالة وعي في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٢، وجاءت بعض الأفكار التحررية تخلصنا من الجمود التعسفي الذي يعقد شكل الحياة في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦١، وجاءت تستهويني الأفكار الغريبة وغير المألوفة في مختلف نواحي الحياة في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٢، وجاءت نمت مقاطع الفيديو قدرتي على النقاش الفكري مع الآخرين بجرأة وثقة وحرية في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٠، وجاءت أحرص على تجديد أفكارى باستمرار بما يواكب تغيرات الحياة العصرية في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٤٢، وجاءت استمع للمفوضين فكرياً ولا ارفضهم بمبدأ القطيع وأقرر بنفسى هل رفضهم أم لا فى الترتيب السابع حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٤١.

ثانياً: نتائج التحقق من صحة الفروض:

يحتوي هذا الجزء على خلاصة ما توصلت إليه الدراسة الراهنة من نتائج تطبيق الاستبيان، وسوف يتناول الباحث في هذا الجزء نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة والإجابة عن بعض تساؤلاتها البحثية، ثم يقدم ملخصاً عن هذه النتائج، والتي في ضوئها يمكن طرح عدد من المقترحات والتوصيات. وفي ضوء أهداف الدراسة وفروضها سوف يتم عرض نتائج التحقق من صحة الفروض فيما يلي:-

ثالثاً: نتائج التحقق من صحة الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطيه ودالة إحصائياً بين مستويات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي ومستويات التعرض لمقاطع الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٢٤)

توجد علاقة ارتباطيه ودالة إحصائياً بين مستويات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي ومستويات التعرض لمقاطع الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الإجمالي		منخفض		متوسط		مرتفع		مستوى التعرض لمواقع التواصل
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٥٦.١٩	٤٣١	٧١.٠٨	٥٩	٧٠.٥٥	١٩٤	٤٣.٥٢	١٧٨	التعرض لمقاطع الفيديو
٢٩.٨٦	٢٢٩	٢٨.٩٢	٢٤	٢٤.٠٠	٦٦	٣٣.٩٩	١٣٩	مرتفع
١٣.٩٥	١٠٧	٠.٠٠	٠	٥.٤٥	١٥	٢٢.٤٩	٩٢	متوسط
١٠٠	٧٦٧	١٠٠	٨٣	١٠٠	٢٧٥	١٠٠	٤٠٩	منخفض
								الإجمالي

قيمة كآ = ٧٧.٧٧٠ درجة الحرية = ٤ معامل التوافق = ٠.٣٠٣ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠٠١.

بحساب قيمة كآ = ٧٧.٧٧٠ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤ ، وجد أنها = ٧٧.٧٧٠ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١ ، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٣٠٣ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين مستوى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي (مرتفع- متوسط- منخفض) ومستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (مرتفع- متوسط- منخفض). وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن المبحوثين مرتفعي مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بلغت نسبتهم ٥٦.١٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤٣.٥٢% للمبحوثين مرتفعي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فى مقابل ٧٠.٥٥% للمبحوثين متوسطي مستوى الاستخدام، ٧١.٠٨% للمبحوثين منخفضي مستوى الاستخدام، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطي مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ٢٩.٨٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٣٣.٩٩% للمبحوثين مرتفعي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فى مقابل ٢٤.٠٠% للمبحوثين متوسطي مستوى الاستخدام، ٢٨.٩٢% للمبحوثين منخفضي مستوى الاستخدام، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضي مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ١٣.٩٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٢٢.٤٩% للمبحوثين مرتفعي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فى مقابل ٥.٤٥% للمبحوثين متوسطي مستوى الاستخدام، ٠.٠٠% للمبحوثين منخفضي مستوى الاستخدام. وباستعراض النتائج السابقة يتبين لنا أنه توجد علاقة دالة إحصائياً بين مستويات التعرض المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي وبين مستويات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أى أنه كلما زاد استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي تزداد درجة استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر تلك المواقع، وبالتالي فقد ثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه ودالة إحصائياً بين مستويات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي ومستويات التعرض لمقاطع الفيديو

القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وتتفق هذه النتيجة مع ما جاءت به نظرية تأثير الشخص الثالث، حيث أن الأفراد يفترضوا أن التعرض يساوي التأثير، و بالتالي فالأفراد الذين يتم إدراكهم على أنهم أكثر تعرضاً للرسائل الإعلامية هم الذين يُدركون على أنهم يتأثرون بدرجة أكبر. وقد وجد ماكلود وزملاؤه أن التفضيل أو التعرض لمحتوى تليفزيوني يتوسط تأثير الشخص الثالث فالأفراد الذين يحبون العنف هم الأكثر ميلاً للاعتقاد بأنه أثر فيهم وفي الآخرين، والأفراد الذين يشاهدون العنف بدرجة قليلة يميلون لرؤية أن الآخرين أكثر تأثراً منهم وهذه النتائج تتسق مع نظرية التنافر الإدراكي لفستينجر Festinger عام ١٩٥٧ والتي تتناول العلاقات بين العناصر الإدراكية بما في ذلك المواقف والمعتقدات والسلوكيات فعندما يكون اثنين من هذه العناصر الإدراكية متناقضين مثل القول بأنني أكره العنف ولكن أحب المصارف، هنا يحدث تنافر وبالتالي إذا كان الأفراد يحبون العنف ولكنهم يدركون أنه يؤثر في الآخرين بدرجة أكبر من تأثيره عليهم فهنا يحدث تنافر، ومن أجل تجنب التنافر فإن الأفراد الذين يتعرضون لكميات هائلة من العنف سوف يدركون أن العنف ليس له تأثير عليهم أو له تأثير قليل على الآخرين بدرجة أكبر من الذين لا يتعرضون لكميات هائلة من العنف^(٧٤).

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على أبعاد مقياس مستوى التحرر الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستويات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٢٥)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على أبعاد مقياس مستوى التحرر الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستويات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين	مستويات المصدقية
دالة*	٤.٠٣٦	١.٩٨	٢	٣.٩٧	بين المجموعات	التحرر من القيم الأخلاقية
		٠.٤٩	٧٦٤	٣٧٥.٤٣	داخل المجموعات	
			٧٦٦	٣٧٩.٤٠	المجموع	
دالة***	١٣.٥٣٩	٧.٠٤	٢	١٤.٠٧	بين المجموعات	التحرر من العادات والتقاليد
		٠.٥٢	٧٦٤	٣٩٧.٠٣	داخل المجموعات	
			٧٦٦	٤١١.١٠	المجموع	
دالة***	١٠.٧٣٦	٤.٣١	٢	٨.٦١	بين المجموعات	التحرر العاطفي
		٠.٤٠	٧٦٤	٣٠٦.٤٢	داخل المجموعات	
			٧٦٦	٣١٥.٠٣	المجموع	
دالة*	٣.٣٠٩	١.٧٨	٢	٣.٥٧	بين المجموعات	التحرر السلوكي
		٠.٥٤	٧٦٤	٤١١.٧٤	داخل المجموعات	
			٧٦٦	٤١٥.٣١	المجموع	
دالة***	٣١.٦٧٤	١٠.٤١	٢	٢٠.٨١	بين المجموعات	التحرر الفكري
		٠.٣٣	٧٦٤	٢٥١.٠٠	داخل المجموعات	
			٧٦٦	٢٧١.٨١	المجموع	

فيما يتعلق بالتححرر من القيم الأخلاقية: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٧٧٩. لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين متوسطى مستوى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٢٣٧. لصالح المبحوثين متوسطى مستوى الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٥٤٢، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥.

فيما يتعلق بالتححرر من العادات والتقاليد: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٣٠٧٨. لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين متوسطى مستوى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٥٣٦. لصالح المبحوثين متوسطى مستوى الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٥٤٢، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥.

فيما يتعلق بالتححرر العاطفى: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٢٢٣. لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٠٩٣. لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين منخفضى مستوى الاستخدام، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠١٣٠، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥.

فيما يتعلق بالتححرر السلوكى: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٨٦٢. لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٠٩٧٩، وهو فرق

غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، كما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين منخفضى مستوى الاستخدام، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٨٨٣، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥.

فيما يتعلق بالتححرر الفكرى: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٣٣٧٧ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين منخفضى مستوى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٤٢٢٥ لصالح المبحوثين متوسطى مستوى الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٨٤٨، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى تأثيرات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى تبعاً لاختلاف مستويات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى.

جدول رقم (٢٧)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى تأثيرات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى تبعاً لاختلاف مستويات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى

مستويات التأثير	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
تأثيرات معرفية	بين المجموعات	٨.٧٤	٢	٤.٣٧	١٠.٤٣٤	دالة***
	داخل المجموعات	٣٢٠.٠٩	٧٦٤	٠.٤٢		
	المجموع	٣٢٨.٨٣	٧٦٦			
تأثيرات وجدانية	بين المجموعات	٢.٣٥	٢	١.١٧	٣.٠١٩	دالة*
	داخل المجموعات	٢٩٧.١٩	٧٦٤	٠.٣٩		
	المجموع	٢٩٩.٥٤	٧٦٦			
تأثيرات سلوكية	بين المجموعات	٣.٣٧	٢	١.٦٨	٣.٤٠٥	دالة*
	داخل المجموعات	٣٧٨.٠٣	٧٦٤	٠.٤٩		
	المجموع	٣٨١.٤٠	٧٦٦			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الاستخدام المختلفة لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى، وذلك علي مقياس تأثيرات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى (تأثيرات معرفية، تأثيرات وجدانية، تأثيرات سلوكية)، حيث بلغت قيمة ف ١٠.٤٣٤

٣.٠١٩ ، ٣.٤٠٥ على الترتيب وهذه القيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥ ، ٠.٠٠١ ، ٠.٠٥ ، ٠.٠٥ على الترتيب، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى تأثيرات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستويات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أن مستوى تأثيرات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يزداد كلما زادت مستويات استخدام المبحوثين لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وتتفق هذه النتيجة مع ما جاءت به نظرية تأثير الشخص الثالث، حيث يُظهر الأفراد تناقضاً كبيراً بين مدركاتهم لتأثيرات الرسالة الإعلامية على الآخرين وتأثيراتها عليهم حينما يتصوروا أن هناك تحيز سلبي لمصدر الرسالة أو حينما ينسب الجمهور أغراض إقناعية إلى القائم بالاتصال ففي دراسة كوهين وآخرون تعرض المبحوثين لقراءة قصة خبرية تشهيرية ضد شخصية عامة بحيث قُسم المبحوثين إلى ثلاثة مجموعات الأولى تعرضت لقراءة القصة مع نسبة مصدرها إلى كاتب معروف بتحيزه السلبي ضد هذه الشخصية و الثانية تعرضت لقراءة نفس القصة مع نسبة مصدرها إلى كاتب معروف بتأييده للشخصية بينما تعرضت المجموعة الضابطة لقراءة القصة دون تحديد اسم مصدرها لتسفر الدراسة عن تزايد وجود تأثيرات الشخص الثالث بطريقة دالة لدى المجموعة التي تعرضت لقراءة القصة ذات التحيز السلبي لمصدرها عن المجموعتين الأخرين^(٧٦).

جدول (٢٨)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس مستوى تأثيرات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستويات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

مستويات التأثير	المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
تأثيرات معرفية	مرتفع	-			٢.٥٩
	متوسط	٠.٠٦٩١	-		٢.٥١
	منخفض	***٠.٢١٤٠	***٠.٢٨٣١	-	٢.٣٠
تأثيرات وجدانية	مرتفع	-			٢.٧٧
	متوسط	*٠.١٧٧٤	-		٢.٦٤
	منخفض	*٠.١٣٧٦	٠.٠٣٩٨	-	٢.٥٩
تأثيرات سلوكية	مرتفع	-			٢.٦١
	متوسط	٠.٠٩٨٥	-		٢.٥١
	منخفض	*٠.١٤٥٣	٠.٠٤٦٨	-	٢.٤٦

فيما يتعلق بالتأثيرات المعرفية: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضي مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمبحوثين مرتفعي مستوى الاستخدام بفروق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢١٤٠ لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضي مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

والمبحوثين متوسطى مستوى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٨٣١ لصالح المبحوثين متوسطى مستوى الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٦٩١، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥.

فيما يتعلق بالتأثيرات الوجدانية: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٣٧٦ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين متوسطى مستوى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٧٧٤ لصالح المبحوثين متوسطى مستوى الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين منخفضى مستوى الاستخدام، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٣٩٨، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥.

فيما يتعلق بالتأثيرات السلوكية: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٤٥٣ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين متوسطى مستوى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٠٩٨٥، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، كما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين منخفضى مستوى الاستخدام، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٤٦٨، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستويات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستويات دوافع استخدام تلك التطبيقات.

جدول رقم (٢٩)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستويات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستويات دوافع استخدام تلك التطبيقات

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دالة عند ٠,٠٠١	١٥,٦٦٨	٧,٩٠	٢	١٥,٨٠	بين المجموعات
		٠,٥٠	٧٦٤	٣٨٥,٣٣	داخل المجموعات
			٧٦٦	٤٠١,١٣	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الدوافع المختلفة لاستخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك على مقياس مستويات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف ١٥,٦٦٨ وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستويات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستويات دوافع استخدام تلك التطبيقات. ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أن مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يزداد كلما زادت مستويات دوافع المبحوثين لاستخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وهذا يتفق مع نظرية تأثير الشخص الثالث، حيث أشارت إلى أنه عندما يحدث الإسناد الخارجي فإن الفرد ينسب سلوكه إلى عوامل موقفيه حيث تقع المسؤولية عن سلوك الفرد في هذه الحالة على ظروف البيئة المحيطة به^(٧٧). وتقييم السلوك على أنه ناجم عن مجموعة من العوامل الداخلية غير الموقفية مثل الدوافع والمعرفة والاتجاهات والأمزجة والرغبات والآراء هذا فيما يتعلق بالآخرين أما بالنسبة لسلوك الشخص ذاته فيدرك على أنه ناجم عن عوامل خارجية موقفيه مثل الظروف، على سبيل المثال عندما يفشل الفرد في إنجاز عمل ما مُطالب بأدائه فإنه يرجع ذلك إلى صعوبة المهمة أو إلى الحظ، حيث أن الناس يتصورون أن الآخرين لديهم خصائص مماثلة على النحو نفسه لخصائصهم^(٧٨).

جدول (٣٠)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس مستويات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستويات دوافع استخدام تلك التطبيقات

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢.٧٧
متوسط	***٠.٢٢٦٦	-		٢.٤٦
منخفض	***٠.٣٠٧٥	***٠.٥٣٤١	-	٢.٢٣

أتضح من خلال الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضي مستوى دوافع استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمبحوثين مرتفعي مستوى دوافع الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٣٠٧٥ لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى دوافع الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي مستوى دوافع استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمبحوثين مرتفعي مستوى دوافع الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٢٦٦ لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى دوافع الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي مستوى دوافع استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمبحوثين منخفضي مستوى دوافع الاستخدام، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٥٣٤١، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية موجبة وذات دلالة إحصائية بين مستويات تعرض المبحوثين للسلوكيات السلبية عبر مقاطع الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة المخاطر والتهديدات المجتمعية التي يتعرض لها نتيجة التعرض لهذه المقاطع.

جدول رقم (٣١)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس مستويات تعرض المبحوثين للسلوكيات السلبية عبر مقاطع الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة المخاطر التي يتعرض لها نتيجة التعرض لهذه المقاطع

المتغير	المتغير	درجة المخاطر والتهديدات التي يتعرض لها المبحوثين عبر مقاطع الفيديو القصيرة	
		العدد	قيمة بيرسون
درجة التعرض للسلوكيات السلبية عبر مقاطع الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي	٧٦٧	٠.٦٧٩	٠.٠٠١

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين مستويات التعرض للسلوكيات السلبية عبر مقاطع الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة المخاطر والتهديدات التي يتعرض لها المبحوثين عبر مقاطع الفيديو القصيرة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٦٧٩ وهي قيمة دالة إحصائياً عند

مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة وذات دلالة إحصائية بين مستويات تعرض المبحوثين للسلوكيات السلبية عبر مقاطع الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة المخاطر والتهديدات المجتمعية التي يتعرض لها نتيجة التعرض لهذه المقاطع، أي أنه كلما زادت درجة التعرض للسلوكيات السلبية عبر مقاطع الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي تزداد بالتالي درجة المخاطر والتهديدات التي يتعرض لها المبحوثين عبر مقاطع الفيديو القصيرة. وهذا ما يتفق مع ما جاء به بعض الباحثين يطلق عليه التحيز غير المبني على أساس واقعي *Unrealistic optimism* والبعض الآخر يطلق عليه مسمى "التفوق الوهمي" *Illusory superiority* وهو يعني بصفة عامة أن الأفراد يعتقدون أنهم أقل تأثراً بالرسائل السلبية من الآخرين في حين تكون فرصتهم للتأثر بالرسائل الإيجابية مرتفعة، فعمامة الناس يعتقدون أنهم يمتلكون خصائص إيجابية أعلى من الآخرين وخصائص سلبية أقل من الآخرين^(٧٩)، كما أن خطأ الإسناد يرتبط بالتحيز الإيجابي للذات فعندما تكون الرسالة سلبية يكون الاقتناع بمحتوى الرسالة دليلاً على عدم الذكاء وبالتالي فإن الفرد يدرك أن الرسالة تؤثر بدرجة أكبر في الآخرين وذلك لدعم مفهومه عن الحصانة الشخصية والتحكم في الذات، أما في حالة كون الرسالة إيجابية فإن الأفراد ينسبون تأثيراً أكبر على الذات لأنهم يعتقدون أنهم أذكاء بدرجة كافية تجعلهم يدركون قيمة الرسالة^(٨٠).

الفرض السادس: تختلف درجة توقع المبحوثين بقدرة تأثير استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين (الشخص الثالث) باختلاف درجة استخدام وسائل التفاعلية المتاحة عبر تطبيقات الفيديو.

جدول رقم (٣٢)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس قدرة تأثير استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين (الشخص الثالث) باختلاف درجة استخدام وسائل التفاعلية المتاحة عبر تطبيقات الفيديو

مستوى استخدام وسائل التفاعلية المتاحة عبر تطبيقات الفيديو			المتغير
الدلالة	قيمة بيرسون	العدد	
٠.٠٠١	٠.٦٥٧	٧٦٧	قدرة تأثير استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين (الشخص الثالث)

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين مستويات استخدام وسائل التفاعلية المتاحة عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل ومستوى توقع المبحوثين بأن تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لها قدرة تأثير على الآخرين (الشخص الثالث)، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٦٥٧ وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وبالتالي فقد تحقق صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه تختلف درجة توقع المبحوثين بقدرة تأثير استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين (الشخص الثالث) باختلاف درجة استخدام وسائل التفاعلية المتاحة عبر تطبيقات الفيديو، أي أنه كلما زادت درجة استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية المتاحة عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل تزداد

بالتالي درجة توقع المبحوثين بأن مواقع التواصل الاجتماعي لها قدرة تأثير على الآخرين (الشخص الثالث). وتتفق هذه النتيجة مع ما جاءت به نظرية تأثير الشخص الثالث، حيث تذكر مثلاً للتأثير السلوكي لإدراك تأثير الشخص الثالث ما يفعله أعضاء لجان الرقابة على العنف و المواد الإباحية المتضمنة في الأفلام ، حيث أنهم لا يعترفون بأي تأثير سلبي لهذه المواد على قيمهم الخاصة و في نفس الوقت فإنهم يقررون أن هذه المواد لها تأثير سلبي على عامة الناس ، و بالتالي فهم يطالبون بفرض قيود على وصول هذا المحتوى إليهم و لكن إلى أي مدى يكون هذا التخوف من وصول مثل هذه الرسائل الضارة إلى الجمهور ؟ ، هذا يعزى إلى تأثير الشخص الثالث^(٨١). وفي هذا الصدد أشار جنثر Gunther في عام ١٩٩١ إلى أن تأثير الشخص الثالث يحدث لأن الناس يميلون إلى أن ينسبوا سلوكيات الآخرين إلى عوامل داخلية استناداً إلى "الفاعل" في حين ينسبون سلوكهم الخاص إلى عوامل خارجية استناداً إلى "الموقف" ، في حين أنه في حالة الاستجابة للرسائل الإعلامية فإن الآخرين لا يضعون في اعتبارهم السمات الموقفية ذات الصلة بالتأثير مثل طبيعة التحيز المحتمل للرسالة الإعلامية و على العكس من ذلك فإن الأفراد يدركون أنفسهم على أنهم منتبهون و يقظون فيما يتعلق بالرسائل الجديدة بالثقفة و بالتالي فهم قادرين على تكييف استجاباتهم للرسائل التي تستحق أو لا تستحق أن تحقق تأثيراً في اتجاهاتهم و سلوكياتهم^(٨٢).

الفرض السابع: كلما زاد انتشار السلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي تزداد درجة توقع المبحوثين بقدرة تأثير تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين (الشخص الثالث).

جدول رقم (٣٣)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس انتشار السلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي تزداد درجة توقع المبحوثين بقدرة تأثير تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين (الشخص الثالث).

المتغير		المتغير	
العدد	قيمة بيرسون	الدالة	مستوى توقع المبحوثين بقدرة تأثير تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين (الشخص الثالث).
٧٦٧	٠.٥٨٦	٠.٠٠١	درجة انتشار السلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستويات انتشار السلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى توقع المبحوثين بقدرة تأثير تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين (الشخص الثالث)، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٥٨٦ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض والذي ينص على أنه كلما زاد انتشار السلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي تزداد درجة توقع المبحوثين بقدرة تأثير تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين (الشخص الثالث)، أي أنه كلما زادت درجة انتشار السلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي تزداد فرصة التأثير على

الأخرين (الشخص الثالث). وتتفق النتيجة مع ما جاءت به نظرية تأثير الشخص الثالث فقد أوضح العديد من الباحثين أن تعزيز الذات Self enhancement هو الدافع الأساسي وراء كلاً من تأثير الشخص الثالث و تأثير الشخص الأول فمن خلال هذا الدافع يدرك الفرد أنه أقل عرضة لتأثيرات الرسائل غير المرغوبة من الآخرين Third person و في المقابل أنه أكثر قابلية للتأثر بالرسائل المرغوبة من الآخرين first person ، و ذلك بهدف خدمة الذات فالأفراد يرون أنفسهم بمنظور إيجابي مضئ من خلال مفهوم الشخص الثالث و مفهوم الشخص الأول اعتماداً على المرغوبة الاجتماعية للرسالة^(٨٣)، حيث أن العديد من العوامل الموقفية تلعب دوراً مهماً في تأثير الشخص الثالث منها موضوع الرسالة و مدى مرغوبيتها و صفات المبحوثين ، و خصائصهم الديموجرافية ، و مدى تقديرهم لذاتهم هذا بالإضافة إلى مرجعيات المقارنة المرتكزة على النتيجة الطبيعية للمسافة الاجتماعية بين الذات و الآخر المقارن Social distance corollary^(٨٤).

الفرض الثامن: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى التحرر الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستويات التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٣٤)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى التحرر الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستويات التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي

أبعاد التحرر الاجتماعي	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
التحرر من القيم الأخلاقية	بين المجموعات	٨٩.٣٥	٢	٤٤.٦٧	١١٧.٦٧٠	دالة***
	داخل المجموعات	٢٩٠.٠٥	٧٦٤	٠.٣٨		
	المجموع	٣٧٩.٤٠	٧٦٦			
التحرر من العادات والتقاليد	بين المجموعات	١٠٥.٤٧	٢	٥٢.٧٣	١٣١.٨١٩	دالة***
	داخل المجموعات	٣٠٥.٦٣	٧٦٤	٠.٤٠		
	المجموع	٤١١.١٠	٧٦٦			
التحرر العاطفي	بين المجموعات	٢.٨٦	٢	١.٤٣	٣.٩٢٢	دالة*
	داخل المجموعات	٢٧٨.٣٨	٧٦٤	٠.٣٦		
	المجموع	٢٨١.٢٤	٧٦٦			
التحرر السلوكي	بين المجموعات	٣.٧٩	٢	١.٩٠	٣.٩٤١	دالة*
	داخل المجموعات	٣٦٧.٨١	٧٦٤	٠.٤٨		
	المجموع	٣٧١.٦١	٧٦٦			
التحرر الفكري	بين المجموعات	٢.٩٣	٢	١.٤٦	٤.١٥٩	دالة*
	داخل المجموعات	٢٦٨.٨٨	٧٦٤	٠.٣٥		
	المجموع	٢٧١.٨١	٧٦٦			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات التعرض المختلفة للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك على مقياس أبعاد التحرر الاجتماعي (التحرر من القيم الأخلاقية،

التحرر من العادات والتقاليد، التحرر العاطفي، التحرر السلوكي، التحرر الفكري)، حيث بلغت قيمة ف ١١٧.٦٧٠، ١٣١.٨١٩، ٣.٩٢٢، ٣.٩٤١، ٤.١٥٩ على الترتيب وهذه القيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، ٠.٠٠١، ٠.٠٠٥، ٠.٠٠٥، ٠.٠٠٥ على الترتيب، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى التحرر الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستويات التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي. ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أن مستوى التحرر الاجتماعي يزداد كلما زادت مستويات تعرض المبحوثين للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي. فقد أوضحت نظرية تأثير الشخص الثالث أنه في حالة تأثير الشخص الأول يكون الفرد أكثر رغبة في الاعتراف بتأثير الرسالة عليه، و الآخرين من الممكن وفقاً لمفهوم الشخص الأول أن يُدركوا على أنهم يتأثرون بدرجة قليلة بالرسائل الإيجابية في حين أنه إذا كان للرسالة المرغوبة بعض الجوانب السلبية فإن الفرد يعتقد أنه يتأثر سلبياً بدرجة أقل من الآخرين أو لا يتأثر على الإطلاق^(٨٥).

جدول (٣٥)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس مستوى التحرر الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستويات التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي

أبعاد التحرر الاجتماعي	المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
التحرر من القيم الأخلاقية	مرتفع	-			٢.٧٢
	متوسط	***٠.٤٢٨٠	-		٢.٢٩
	منخفض	***٠.٩٤٨١	***٠.٥٢٠٢	-	١.٧٨
التحرر من العادات والتقاليد	مرتفع	-			٢.٦٥
	متوسط	***٠.٣٨٧٤	-		٢.٢٦
	منخفض	***١.٠٥٨٥	***٠.٦٧١١	-	١.٥٩
التحرر العاطفي	مرتفع	-			٢.٦٨
	متوسط	٠.٠٨٠٧	-		٢.٦٠
	منخفض	**٠.١٦٧٥	٠.٠٨٦٨	-	٢.٥٢
التحرر السلوكي	مرتفع	-			٢.٥٤
	متوسط	٠.٠٠٥١	-		٢.٥٣
	منخفض	**٠.١٤٦٧	*٠.١٥٤٨	-	٢.٣٨
التحرر الفكري	مرتفع	-			٢.٨١
	متوسط	**٠.١٩١٦	-		٢.٦٧
	منخفض	*٠.١٤٠٤	٠.٠٥١٢	-	٢.٦٢

فيما يتعلق بالتحرر من القيم الأخلاقية: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضي مستوى التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي والمبحوثين مرتفعي مستوى التعرض بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٩٤٨١ لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى التعرض، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما

ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين متوسطى مستوى التعرض بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٥٢٠٢ لصالح المبحوثين متوسطى مستوى التعرض، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين مرتفعى مستوى التعرض بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٤٢٨٠ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى التعرض، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١.

فيما يتعلق بالتححرر من العادات والتقاليد: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين مرتفعى مستوى التعرض بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١.٠٥٨٥ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى التعرض، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين متوسطى مستوى التعرض بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٦٧١١ لصالح المبحوثين متوسطى مستوى التعرض، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين مرتفعى مستوى التعرض بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٣٨٧٤ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى التعرض، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١.

فيما يتعلق بالتححرر العاطفى: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين مرتفعى مستوى التعرض بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٦٧٥ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى التعرض، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين متوسطى مستوى التعرض بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٠٨٦٨، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، كما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين مرتفعى مستوى الاستخدام، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٨٠٧، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥.

فيما يتعلق بالتححرر السلوكى: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين مرتفعى مستوى التعرض بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٤٦٧ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى التعرض، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعى والمبحوثين متوسطى مستوى التعرض بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٥٤٨، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر

مواقع التواصل الاجتماعي والمبوهين مرتفعى مستوى الالاسخدام، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٠٥١، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥.

فيما يتعلق بالتححرر الفكرى: اتضح أن هناك اختلافاً بين المبوهين منخفضى مستوى التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي والمبوهين مرتفعى مستوى التعرض بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٤٠٤ لصالح المبوهين مرتفعى مستوى التعرض، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبوهين مرتفعى مستوى التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي والمبوهين متوسطى مستوى التعرض بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٩١٦، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبوهين متوسطى مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمبوهين منخفضى مستوى الالاسخدام، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٥١٢، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥.

الفرض التاسع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبوهين على مقياس استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع – الإقامة – السن – مستوى التعليم – المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

ويندرج من هذا الفرض خمسة فروض فرعية:

أ- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (٣٦)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبوهين في مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	٤٠٩	٢.٥١٣	٠.٦٧٢	٣.٧٥٥	٧٦٥	دالة***
إناث	٣٥٨	٢.٣١٨	٠.٧٦٦			

تشير نتائج اختبار "ت" فى الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لصالح الذكور، حيث بلغت قيمة "ت" ٣.٧٥٥ وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، وبالتالي فقد يثبت صحة هذا الفرض. والذى ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبوهين على مقياس مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف النوع.

ب- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مكان الإقامة

جدول رقم (٣٧)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمكان الإقامة

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ريف	٣١٠	٢.٥٦١	٠.٦٣٤	٤.٤٣٠	٧٦٥	دالة***
حضر	٤٥٧	٢.٣٢٨	٠.٧٦٤			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثي الريف ومتوسطات درجات مبحوثي الحضر على مقياس مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة "ت" ٤.٤٣٠ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، وبالتالي فقد يثبت صحة هذا الفرض. والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مكان الإقامة. ويمكن تفسير ذلك في ضوء التطور التكنولوجي المتسارع الذي تخطى الحدود والحوجز، وأصبحت القرية والمدينة على حد سواء في استخدام التكنولوجيا الحديثة، فلم يعد استخدام الإنترنت مقصوراً على ساكني المدن كما كان في بداية ظهوره، بل الأمر أصبح متاحاً للجميع.

ج- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف السن.

جدول رقم (٣٨)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف السن

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	١٥.٥٠٣	٢	٧.٧٥١	١٥.٣٥٧	دالة***
داخل المجموعات	٣٨٥.٦٣٢	٧٦٤	٠.٥٠٥		
المجموع	٤٠١.١٣٤	٧٦٦			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون الفئات العمرية المختلفة، وذلك على مقياس استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف ١٥.٣٥٧ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف السن. وتتفق هذه النتيجة مع ما جاءت به نظرية تأثير الشخص الثالث، حيث يرى أصحاب النظرية أن بعض المتغيرات الديموجرافية للجمهور كالعمر تمثل

انعكاساً مباشراً لبعض العوامل الإدراكية التي تمارس بالفعل تأثيراتها على التصورات التي يكونها الأفراد بشأن تأثيرات وسائل الإعلام على الآخرين وعلى أنفسهم، وقد توصل تايدج وزملاؤه في عام ١٩٩١ إلى وجود تأثيرات دالة لوسائل الإعلام على الشخص الثالث بين الفئة الأكبر سناً وذوي المستويات التعليمية المرتفعة من المبحوثين^(٨٦)

جدول (٣٩)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف السن

المجموعات	من ١٨ إلى ٣٠	من ٣٠ إلى ٤٥	من ٤٥ فأكثر	المتوسط
من ١٨ إلى ٣٠	-			٢.٥٩
من ٣٠ إلى ٤٥	*.١٣٧٠	-		٢.٤٥
من ٤٥ فأكثر	***.٣٦٠٥	***.٢٢٣٥	-	٢.٢٣

اتضح من الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوى الفئة العمرية من ١٨ إلى أقل من ٣٠ سنة والمبحوثين ذوى الفئة العمرية من ٤٥ سنة فأكثر بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٣٦٠٥ لصالح المبحوثين ذوى الفئة العمرية من ١٨ إلى أقل من ٣٠ سنة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوى الفئة العمرية من ٣٠ إلى أقل من ٤٥ سنة والمبحوثين ذوى الفئة العمرية من ٤٥ سنة فأكثر بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٢٣٥ لصالح المبحوثين ذوى الفئة العمرية من ٣٠ إلى أقل من ٤٥ سنة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوى الفئة العمرية من ١٨ إلى أقل من ٣٠ سنة والمبحوثين ذوى الفئة العمرية من ٣٠ إلى أقل من ٤٥ سنة، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٣٧٠، لصالح المبحوثين ذوى الفئة العمرية من ٣٠ إلى أقل من ٤٥ سنة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥.

د- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستوى التعليم.

جدول رقم (٤٠)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستوى التعليم

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٥.١٣٢	٢	٢.٥٦٦	٤.٩٥١	دالة**
داخل المجموعات	٣٩٦.٠٠٢	٧٦٤	٠.٥١٨		
المجموع	٤٠١.١٣٤	٧٦٦			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات التعليمية المختلفة، وذلك على مقياس استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف ٤.٩٥١ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة

٠.٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف المستوى التعليمي. وتتفق هذه النتيجة مع ما جاءت به نظرية تأثير الشخص الثالث، حيث يرى أصحاب النظرية أن بعض المتغيرات الديموجرافية للجماهير كالمستوى التعليمي تمثل انعكاساً مباشراً لبعض العوامل الإدراكية التي تمارس بالفعل تأثيراتها على التصورات التي يكونها الأفراد بشأن تأثيرات وسائل الإعلام علي الآخرين وعلي أنفسهم، وفيما يتعلق بالمبحوثين الأعلى في مستوياتهم التعليمية برزت لديهم تأثيرات وسائل الإعلام علي الشخص الثالث نتيجة لإدراكهم وجود تأثيرات قوية لوسائل الإعلام علي الآخرين أكثر من كونها نتاجاً للاعتقاد بقلة تأثيرات وسائل الإعلام علي ذاتهم، أما بالنسبة للأكبر سناً فعلى العكس من ذلك برزت لديهم تأثيرات الشخص الثالث كنتيجة لتصوراتهم بقلة تأثيرات وسائل الإعلام عليهم بشكل نسبي^(٨٧).

جدول (٤١)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف السن

المجموعات	أقل من جامعي	جامعي	أعلى من جامعي	المتوسط
أقل من جامعي	-			٢.٣١
جامعي	٠.١٠٣٩	-		٢.٤٣
أعلى من جامعي	**٠.٢٢٧٥	*٠.١٢٣٦	-	٢.٥٣

اتضح من الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي مستوى التعليم أقل من جامعي والمبحوثين ذوي مستوى التعليم أعلى من جامعي بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٢٧٥ لصالح المبحوثين ذوي مستوى التعليم أعلى من جامعي، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي مستوى التعليم أعلى من جامعي والمبحوثين ذوي مستوى التعليم جامعي بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٢٣٦ لصالح المبحوثين ذوي مستوى التعليم أعلى من جامعي، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي مستوى التعليم أقل من جامعي والمبحوثين ذوي مستوى التعليم جامعي، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٠٣٩، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥.

هـ- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

جدول رقم (٤٢)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٠.٩٥٢	٢	٠.٤٧٦	٠.٩٠٨	غير دالة
داخل المجموعات	٤٠٠.١٨٣	٧٦٤	٠.٥٢٤		
المجموع	٤٠١.١٣٤	٧٦٦			

تشير بيانات الجدول السابق إلي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات الاقتصادية الاجتماعية المختلفة، وذلك علي مقياس استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف ٠.٩٠٨. وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٥، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي. ويمكن تفسير ذلك في ضوء قلة التكاليف التي تتطلبها استخدام التكنولوجيا الحديثة، سواء ارتبط ذلك بتوفير جهاز كمبيوتر أو تليفون محمول أو توفير الإنترنت ذاته، فأصبح متاحاً للجميع ولا يتطلب ذلك مستوى اقتصادي مرتفع كما كان في العقود السابقة. ثالثاً النتائج العامة للدراسة:

١- نتائج الدراسة الميدانية:

- تشير النتائج أن المبحوثين مرتفعي استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بلغت نسبتهم ٥٦.١٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطي الاستخدام ٢٩.٨٦%، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضي الاستخدام ١٣.٩٥%.
- تشير النتائج إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة تأثيرات استخدام الجمهور لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت بمستوى مرتفع.
- وعن أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل المبحوثين استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة خلالها جاء في الترتيب الأول الفيسبوك، يليه في الترتيب الثاني الانستجرام، ثم في الترتيب الثالث التويتوب. وكانت أهم تطبيقات الفيديو القصيرة التي يفضل المبحوثين استخدامها عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاء في الترتيب الأول مقاطع الريلز، وجاء في الترتيب الثاني التيك توك، وجاء في الترتيب الثالث الاستوري، وجاء في الترتيب الرابع الكواي.

- تشير النتائج إلى أن موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة مخاطر استخدام الجمهور لتطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٤٧.
- تشير النتائج إلى موقف المبحوثين عند رؤية أحد تطبيقات الفيديو القصيرة أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء نسبة من يشاهدون الفيديو كاملا ويقومون بعمل إعجاب والتعليق والمشاركة ويحتفظون به ٢٨.٤٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، بينما بلغت نسبة من يشاهدون الفيديو كاملا ويقومون بعمل إعجاب والتعليق والمشاركة ولا يحتفظون به ١٩.١٧%.
- تشير النتائج إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي والتي جاءت بمستوى مرتفع بمتوسط حسابي ٢.٤١.
- تشير النتائج إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة التعرض للقيم الإيجابية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي والتي جاءت بمستوى مرتفع بمتوسط حسابي ٢.٤١.
- تشير النتائج إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد مستوى التحرر من القيم الأخلاقية نتيجة استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٤٠، وجاء مستوى التحرر من العادات والتقاليد بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٣٩، وجاء مستوى التحرر العاطفي بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٤٧، وجاء مستوى التحرر السلوكي بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٤٥، وجاء مستوى التحرر الفكري بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٥٤.
- أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية ودالة إحصائية بين مستويات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي ومستويات التعرض لمقاطع الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على أبعاد مقياس مستوى التحرر الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستويات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- كما أسفرت النتائج عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى تأثيرات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستويات استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- كما تبين وجود علاقة ارتباطية موجبة وذات دلالة إحصائية بين مستويات تعرض المبحوثين للسلوكيات السلبية عبر مقاطع الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة المخاطر والتهديدات المجتمعية التي يتعرض لها نتيجة التعرض لهذه المقاطع.
- تختلف درجة توقع المبحوثين بقدرة تأثير استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين (الشخص الثالث) باختلاف درجة استخدام وسائل التفاعلية المتاحة عبر تطبيقات الفيديو.

- كما تبين أنه كلما زاد انتشار السلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي تزداد درجة توقع المبحوثين بقدرة تأثير تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين (الشخص الثالث).
 - كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى التحرر الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستويات التعرض للسلوكيات السلبية عبر تطبيقات الفيديو القصيرة بمواقع التواصل الاجتماعي.
 - أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع – الإقامة – السن – مستوى التعليم) بينما لا توجد فروق وفقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي.
- ٢- توصيات الدراسة:**
- توصى الدراسة بتنمية الوازع الديني والتربية الصحيحة للأبناء بما يساعد على الحد من سلبيات الوسائل الحديثة وأخطارها.
 - توصى الدراسة المؤسسات الإعلامية بإنشاء منصات خاصة بها عبر تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، نظراً للزيادة المستمرة في عدد المستخدمين.
 - إعادة النظر في توجيه ولفت نظر الأباء في مراقبة الأبناء عبر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بما يضمن عدم التعرض للمضامين السلبية التي تقدمها تطبيقات الفيديو القصيرة.
 - فرض قيود وعقوبات وتشريعات تحد من النشر أو أى أساليب التفاعل مع تطبيقات الفيديو القصيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة المضامين السلبية التي تهدد قيم المجتمع وعاداته وتقاليده.
 - حرص الدولة على تقنين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة وتطبيقات الفيديو القصيرة سهلة الانتشار، من خلال وضع تشريعات جديدة تحد من إنشاء الصفحات الوهمية أو الصفحات المزيفة والتي يسهل من خلالها نشر الشائعات والمضامين السلبية التي تهدد مسيرة المجتمع.
 - محاولة إعادة هيكلة المفاهيم المتعلقة بالقيم الأخلاقية والعادات والتقاليد التي أصبحت في طريقها إلى الانحدار بعد الانتشار الهائل لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بالتوعية من خلال المؤسسات التعليمية ودور العبادة وقصور الثقافة.
 - فتح المجال أمام الباحثين والدارسين في مجال الإعلام والعلوم الاجتماعية لعمل بحوث مشتركة يمكن من خلالها دراسة سلوك المجتمع وتأثيرات وسائل الإعلام.
- ٣- مقترحات الدراسة:**
- يقترح الباحث عقد دورات تدريبية يقدم فيها كل ما هو جديد في مجال التكنولوجيا الحديثة وكيفية استخدامها وآليات الرقابة والتشريعات والقوانين المفروضة على الخارجين عن السيطرة.
 - تخصيص حملات إعلامية عبر وسائل الإعلام التقليدية المرئية والمسموعة ومواقع التواصل الاجتماعي، للتوعية بأضرار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والعقوبات التي تلحق بمن يقوم بنشر مضامين كاذبة أو خادشة للحياة.

- عمل منتديات متخصصة لتصحيح مفاهيم التحرر الاجتماعى لدى الجمهور، ومحاولة ترسيخ القيم والمبادئ والعادات والتقاليد التى تبنى على أساس دينى عقائدى.
- إصدار قرار من المجلس الأعلى للجامعات بعمل بروتوكول تعاون بين أقسام الإعلام وأقسام علم الاجتماع بالجامعات المصرية يفيد بعمل بحوث مشتركة بين الجانبين، ويكون بعدل بحثين على الأقل لكل باحث يتقدم للترقية لدرجة أستاذ مساعد أو أستاذ، بحيث يشمل البحث قضايا المجتمع المصرى كأحد اهتمامات مجال علم الاجتماع، ودراسات الإعلام التى يهتم بها الباحثين فى مجال الإعلام.

■ مراجع الدراسة:

- (١) زكريا بن يحيى لال: **العنف فى عالم متغير** ، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، ٢٠٠٧، ص ٢٩٣.
- (2) Jeong , Irkwon. (2005). "An Other Based Approach for Examining The Third Person Effect Hypothesis", **PH.D** , The Ohio State University, p.1
- (3) Park, S. H. (2018). Establishing a national identity from above: Film production and wholesome movies in south Korea, 1966–1979. *Journal of Japanese and Korean Cinema*, 4(1), 53–67
- (4) Park, S. H. (2018). Establishing a national identity from above: Film production and wholesome movies in south Korea, 1966–1979. *Journal of Japanese and Korean Cinema*, 4(1), 53–67.
- (5) Yu, V. G. (2017). ‘Collecting and Sharing Movies’ in the Digital Era: Audiences’ Practices and the Sociocultural Implications in the Case of Taiwan, *Journal of Consumer Culture*, 11(1).
- (6) Oppenheim, F. E. (2019). Social Freedom and its Parameters. *Journal of Theoretical Politics*, 7(4), 403–420
- (7) Zhou, X. (2019). The Impact Of Chinese College Students Exposure To The American Cinema In Their Social Liberation, MA Thesis, North Carolina University: USA,p.5.
- (8) Sharma, S., & Thakur, R. K. (2017). Social Freedom of Women Teacher Educators and its Ramification on Teaching, *Remarking An Analisation*; 2 (3). P.2.
- (9) Ng, K. (2018). Social freedom as ideology. *Philosophy & Social Criticism*; 1 (24).p.16.
- (10) Agbese, A. (2017). Setting The Agenda For Youth Social Liberation And Empowerment In Nigeria Through Movies: An Analysis Of Youth Cot And Youth In Power, *Smc Journal Of Cultural And Media Studies*; 2 (1).p.74.
- (11) Krueger, O. (2017). ”It’s all about loving your parents” The Reflection of Tradition, Modernity and Rituals in Popular Indian Movies, *Marburg Journal of Religion*; 9 (1), p.74.
- (12) Hamilton, K., & Wagner, B. (2017). An exploration of spectacular consumption at the movies: Mamma Mia!. *Journal of Customer Behaviour*, 10(4), 375–390..
- (13) WANG, X. (2017). Different Concepts of Values in Chinese and Western Movies, Paper Submitted at International Conference on Applied Social Science Research (ICASSR 2017)...
- (14) Tripathi, D., & Raghuvanshi, V. (2018). Portraying the “Other” in Textbooks and Movies: The Mental Borders and Their Implications for India–Pakistan Relations. *Journal of Borderlands Studies*, 1–16.

- (15) Stephen Downes. "Semantic Networks and social Networks" In: The learning Organization. Vol .12, No.5, 2005. p. 411
- (١٦) عباس مصطفى: **الإعلام الجديد " المفاهيم والوسائل والتطبيقات "**، ط١، عمان، دار الشروق، ٢٠٠٨، ص ١٠٠.
- (١٧) محمود عبد الستار خليفة: **فهارس المكتبات في بيئة الويب ٢** " cybrarians journal العدد ٢٢ (يونيو ٢٠١٠)
- **it is available at:** [http://journal.cybrarians.info/index.php?option=com_content & view = article&id=46:-20-&catid=34:2010-06-27-05-53-26\(9/3/2023](http://journal.cybrarians.info/index.php?option=com_content&view=article&id=46:-20-&catid=34:2010-06-27-05-53-26(9/3/2023)
- (١٨) سعود صالح كاتب: **الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التحديات والفرص، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، السعودية، جدة، ٢٠١٢، ص ٩.**
- (١٩) أمل السيد أحمد متولى: **اتجاهات النخبة نحو أنماط المعالجة الصحفية للأزمات الاقتصادية في الصفحات المتخصصة بالصحف اليومية بالتطبيق على أزمة الدولار في مصر عام ٢٠١٦، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٦٤، مايو ٢٠١٨، ص ١: ٣٧.**
- (20) Park, Hyun Soon.(2002) "Atest of The Third Person Effect in Public Relations: Application of Social Comparison Theory", **PH.D** , Michigan State University , p.13
- (٢١) إيمان محمد الغريب: **محددات وسياسات نشر مقاطع الفيديو على بوابات الصحف الإلكترونية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة في أخلاقيات النشر وخطاب تعليقات الجمهور، مجلة بحوث الإعلام وعلوم الاتصال، معهد الجزيرة العالی للإعلام وعلوم الاتصال، المجلد ١، العدد ١، يناير ٢٠١٩، ص ١: ٢٤.**
- (٢٢) محمد فتحى يونس، محمد عبدالغفار عبدالغفار: **سمات المحتوى الإعلامي لتطبيق "التيك توك": دراسة مقارنة بين المنصات العربية والأجنبية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المجلد ٣، العدد ٥٤، يوليو ٢٠٢٠، ص ١٦١٣: ١٦٤٤.**
- (٢٣) شيماء عز الدين ذكى: **أساليب التسويق بالفيديو القصير: دراسة استكشافية على تطبيق تيك توك في مصر، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد ٢٧، يونيو ٢٠٢٠، ص ٢٦٣: ٢٩٧.**
- (٢٤) أسماء مسعد عبدالمجيد أبو عبيطة: **أثر اعتماد المراهقين على منصة التيك توك في تشكيل الصورة الذهنية عن الفتاة المصرية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، العدد ٣٥، ديسمبر ٢٠٢١، ص ٦١٨: ٥٧٠.**

- (٢٥) شيماء ذوالفقار حامد: استخدامات التيك توك ومعدلات القلق بين الشباب والمرافقين المصريين أثناء وباء كوفيد ١٩، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المجلد ٢، العدد ٥٩، أكتوبر ٢٠٢١، ص ص ١٠٦٧:١٠٩٨.
- (٢٦) محمد محمد عبده بكير: إدراك الشباب المصري لتأثيرات الواقع الافتراضي بفيديوهات التيك-توك على الذات والآخرين في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث: دراسة مسحية، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٥٦، المجلد ١، أكتوبر ٢٠٢١، ص ص ١١٥:١٧٠.
- (٢٧) مها محمد فتحى: تأثير تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع ، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، العدد ٣، المجلد ٢٠، سبتمبر ٢٠٢١، ص ص ٣٧٣:٤٤٣.
- (٢٨) أسماء مسعد عبدالمجيد أبوعبيطة: دور الآباء في مراقبة أطفالهم أثناء التعرض لمضامين تطبيقات الفيديو الترفيهية: دراسة كيفية لمنصتي تيك توك ويوتيوب، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر ، المجلد ٣، العدد ٦٣، أكتوبر ٢٠٢٢، ص ص ١٥٤١:١٥٨٢.
- (٢٩) أسماء العمورى، سناء نحال: تأثير وسائط التواصل الرقمية على القيم الاجتماعية لدى المراهق الجزائري: التيك توك أنموذجا، *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي* ، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية ، المجلد ٩، العدد ٢، ٢٠٢٢، ص ص ١٥:٣٠.
- (٣٠) أمجد محمد حسن: مخاطر الاستخدام المفرط للأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أولياء الأمور: اليوتيوب والتيك توك أنموذجا، *مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية* ، شئون البحث العلمي والدراسات العليا، الجامعة الإسلامية بغزة، العدد ٣، المجلد ٣٠، يوليو ٢٠٢٢، ص ص ١:٢٩.
- (٣١) خديجة عبدالرحمن خيرالله: تأثير تطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية في المجتمع الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعة، *مجلة كلية التربية في العلوم التربوية*، كلية التربية، جامعة عين شمس، المجلد ٤٦، العدد ٣، أكتوبر ٢٠٢٢، ص ص ١٨٥:٢١٤.
- (٣٢) مروى ياسين بسيونى: الإشباع المتحققة لاستخدام الشباب المصري لتطبيق التيك توك وعلاقتها بمستوى العزلة الاجتماعية، *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية* ، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشرق، العدد ١٩، ٢٠٢٢، ص ص ٣١١:٤١٣.

- (٣٣) نهى عادل محمد هريدي: هوس وإدمان الشباب الجامعي لتطبيق تيك توك: نموذج مقترح لدراسة الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٨٠، مايو ٢٠٢٢، ص ص ١٣٨٥:١٤١٩.
- (٣٤) وليد خالد صغير العنزي: تطوير مقاطع فيديو قصيرة كمهارة تعليمية بكلية التربية بجامعة الكويت وعلاقتها بتحسين الأداء التعليمي من منظور هيئة التدريس والطلاب، *مجلة كلية التربية*، كلية التربية، جامعة الإسكندرية، المجلد ٣٢، العدد ٢، ٢٠٢٢، ص ص ٤٨٧:٥١١.
- (٣٥) حسناء سعد منصور: تأثير تصفح تطبيق تيك توك على درجة الانتباه والتركيز لدى الشباب السعودي: دراسة شبة تجريبية على طالبات كلية الاتصال والإعلام، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ١، المجلد ٢٢، مارس ٢٠٢٣، ص ص ٣٤٥:٣٨١.
- (٣٦) صبرى زامل حمد أبومارية، عمر عيس قطاقطة: استخدام الصحافيين الفلسطينيين الفلسطينيين لتطبيق "التيك توك" في تغطية الأخبار المحلية: دراسة ميدانية، *مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية*، الجامعة الإسلامية بغزة - شؤون البحث العلمي والدراسات العليا، العدد ١، المجلد ٣١، يناير ٢٠٢٣، ص ص ١٨١:٢٠٢.
- (37) Donahue, K. A. (2014). Fact Through Fiction: A Case Study of Televised Historical Drama's Influence on Youth Perceptions of Social Liberalism, **MA Thesis**, Boston College University.
- (38) Garretson, J. J. (2015). Changing Media, Changing Minds: Television Social Liberalism Orientations Of Youth, **PhD Thesis**, University of Tennessee, Nashville..
- (39) Jamieson, K. H. (2015). Does the US Drama Have a socially Liberal Bias for Youth? **Perspective on Politics**, 10 (3), 783-785..
- (40) Kang, J. G.; Anderson, S. S., & Pfau, M. (2016). Television Series Viewing and Perception of Social Liberalism among Native American Adolescents and Youth; **Intercultural Communication Studies**; 6 (21)..
- (41) Johnson, B. C. (2016). TV Drama Effects on Social Liberalism Orientation of Undergraduate Students, **PhD Thesis**, Indiana University of Pennsylvania: USA..
- (42) Gillis, W. (2017). **When Youth Exposed to Cinema Movies: A Critical Overview of Viewership Impact on Social Liberation**, *PhD Thesis, Indiana University*..
- (43) Kaleemullah, A. (2017). **Impact of Private Television Channel Movies Viewership on Youth Perception of Social Liberation: a Study Conducted on Females Students of Islamabad**, *International Journal for Social Studies*; 2 (10). .

- (44) Bin Saleem, A.; Khan, N.; Yousaf, U.; Mumtaz, A.; Iqra, H., & Tariq, S. (2017). Impact of Turkish Dubbed Dramas on Social Liberty of Pakistani Youth, **Pakistani Media Studies**; 6 (2). .
- (45) Jiwani, M. (2018). **Social Liberation Among Youth As A Result of Exposure to Cinematic Movies with Female Characters**, MA Thesis, Indus Valley University.
- (46) Islam, A. (2018). **Social Liberation of Youth Exposed to Cinematic Movies on Satellite TV: Paradigm of Modernization vs. Dependency Theory**, *New Media and Mass Communication*; 18 (13).
- (47) Zhou, X. (2019). The Impact Of Chinese College Students Exposure To The American Cinema In Their Social Liberation, MA Thesis, North Carolina University: USA .

(٤٨) محمود محمد عبدالحليم: الاعتراض عن النسق القيمي بالدراما التلفزيونية وعلاقته بالتححر الاجتماعي لدى المراهقين: دراسة في إطار نظريتي الحتمية القيمية وتأثير الشخص الثالث، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٦٩، ص ٤٤١:٤٤٣..

(٤٩) مها محمد فتحى: تعرض الشباب الجامعي للأفلام السينمائية المعروضة بالفضائيات العربية وعلاقته بالتححر الاجتماعي لديهم ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ١، المجلد ١٩، ٢٠٢٠، ص ٣١٧:٣٧٣.

(٥٠) مها نبيل حسان عيسى، حنان محمد إسماعيل يوسف، عمرو محمد عبدالله: صورة المراهقات في الدراما المصرية وعلاقتها بالتححر الاجتماعي لديهن، **مجلة دراسات الطفولة**، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، المجلد ٢٥، العدد ٩٥، أبريل ٢٠٢٢، ص ١٢٥:١٣٠.

(51) Davison, Philip: "Third Person Effect in Communication", **Public Opinion Quarterly**, Vol(47), No(1), 1993, PP 1-16.

(52) Price, V & Tewksbury, D: Measuring the Third-Person Effects of News: The Impact of Question order contrast and Knowledge, *International Journal of Public Opinion Research*, vol 8, No 2, 1996.

(٥٣) راللا أحمد محمد عبد الوهاب: تعرض الشباب الجامعي للصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بظاهرة التتمر الإلكتروني - دراسة ميدانية في إطار نظرية الشخص الثالث، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، العدد ٢٨، مارس، ٢٠٢٠، ص ٣٠٦-٣٠٧.

- (54) Duck, Julie.M & Mullin, Barabara Ann.(1995). "The Perceived Impact of Mass Media: Reconsidering The Third Person Effect ", **European Journal of Social Psychology** ,Vol (25) ,p 77.
- (55) Chapin, John R.(2008). "Third Person Perception and Racism", **International Journal of Communication**, Vol.(2), p.100.
- (56) Price, Vincent & Others.(1997). "Third Person Effects of News Coverage: Orientations Toward Media" , **Journalism and Mass Communication Quarterly**, Vol.97, No.3, p.521.
- (57) Price, Vincent & Others.(1997). "Third Person Effects of News Coverage: Orientations Toward Media" , , **Op.Cit**, p.521.

(٥٨) أنظر في:

- Salwen, M & Dupagne, M: The Third Person Effect Perceptions of the Medias Influence and Immoral Consequences, **Communication Research**, Vol 26, No 5, October, 1999, pp 523-525.

- ميرال مصطفى: علاقة برامج الرأي التلفزيونية بالاستقطاب السياسي لدى الجمهور في إطار نظرية فرضية الشخص الثالث، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد ٥٠، الجزء الثاني، أكتوبر ٢٠١٨، ص ٨٦٩.

- (59) Davison ,Philip.(1983). "Third Person Effect in Communication", **Public Opinion Quarterly**, Vol(47),No(1), PP1-16.
- (60) Evelad, William p. & Mcleod, Douglas M.(1999). " The Effect of Social Desirability on Perceived Media Impact : Implication for Third Person Perceptions " , **International Journal of Public Opinion Research** ,Vol (11),No(1) ,p.316.
- (61) Dupagne, Michel and Others.(1999). "Impact of Question Order on The Third Person Effect" , **International Journal of Public Opinion Research** ,Vol(11),No(4), p334.
- (62) Hoffner, Cynthia & Others.(1999). " Support for Censorship of Television Violence :The Role of The Third Person Effect and News Exposure", **journal of Communication Research**, Vol (26) , No(6), p728.
- (63) Jeong , Irkwon. (2005). "An Other Based Approach for Examining The Third Person Effect Hypothesis", **Op.Cit**, p.17.

(٦٤) محمد فضل الحديدي. "نظريات الإعلام : اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام" (دمياط : مطبعة نانسي، ٢٠٠٩) ص ٢٦٥.

- (65) Banning, Stephen A.(2006). "Third person effects on political participation", **Journalism and Mass Communication Quarterly** , Vol.(83), No.(4), p.787.
- (66) White, Allen.(1997). " Considering Interactive Factors in The Third Person Effects : Argument Strength and Social Distance ", **Journalism and Mass Communication Quarterly** ,Vol (74) ,No (3) ,p559.
- (67) Eveland , William P. & others .(1999). " Rethinking The Social Distance Corollary Perceived Likelihood of Exposure and Third Person Perception" ,**Communication Research** ,Vol(26), No(3), p277.
- (68) Gilkins, Jennifer B.(2007). "A question Order Effects and The Third Person Effect: Distinguishing Impact of Question Order on The Third Person Effect in the Context of Violent Video Games", **MA** , University of Delaware, p.1..
- (69) Meirick, Patrick Carl.(2002). "Self Enhancement, Self Affirmation and Threats to Self-Worth: Three Tests of A motivational Explanation for First and Third Person Effects", **PH.D** ,The University of Minnesota, p.9.
- (٧٠) محمد فضل الحديدي. "نظريات الإعلام : اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام، مرجع سابق ، ص ٢٦٢.
- (٧١) السيد محمد خيرى : الإحصاء النفسي والتربوي ، الرياض ، مطبعة جامعة الرياض ، ١٩٧٥ ، ص ٤٣ .
- (٧٢) فؤاد أبو حطب ، سيد عثمان : التقويم النفسي ، القاهرة ، دار الأنجلو المصرية ، ١٩٧٣ ، ص ٧٧٠ .
- (٧٣) السيد محمد خيرى : الإحصاء النفسي والتربوي ، مرجع سابق ، ص ٤١.
- (74) Gilkins, Jennifer B.(2007). "A question Order Effects and The Third Person Effect: Distinguishing Impact of Question Order on The Third Person Effect in the Context of Violent Video Games", **Op.Cit**, p.16.
- (75) Price, Vincent & Others.(1997). "Third Person Effects of News Coverage: Orientations Toward Media" , **Journalism and Mass Communication Quarterly**, Vol.97, No.3, p.521.
- (٧٦) محمد فضل الحديدي: نظريات الإعلام : اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام، مرجع سابق، ص ٢٦٢.

- (77) <http://www.buzzle.com/articles/attribution-theory-social-psychology.html/10-6-2009>, 11:00.p.m.
- (78) Gilkins, Jennifer B.(2007). "A question Order Effects and The Third Person Effect: Distinguishing Impact of Question Order on The Third Person Effect in the Context of Violent Video Games", MA , University of Delaware, p.1.
- (79) Hoorens, Evra & Ruiter, Suzanne.(1996). "The Optimal Impact Phenomenon: Beyond The Third Person Effect", **European Journal of Social Psychology** , Vol.(26),p.601.
- (80) Youn, Seounmi & others.(2000)." Restricting Gambling advertising and the third person effect ", **Psychology and marketing** , vol (17), no (7), pp. 633 – 649.
- (81) Price, Vincent & others.(1998)."Third person effects on publication of Holocaust Denial advertisement", **Journal of Communication** , Vol (48), No(2), p.5.
- (82) Hoorens, Evra & Ruiter, Suzanne.(1996). "The Optimal Impact Phenomenon: Beyond The Third Person Effect", **European Journal of Social Psychology** , Vol.(26),p.601.
- (83) Peiser, Wolfarm & Peter, Jochen.(2000). "third person perception of television viewing behavior ", **Journal of communication** , vol (50), no(1),pp 25 – 43.
- (84) Park, Hyun Soon.(2002) "Atest of The Third Person Effect in Public Relations: Application of Social Comparison Theory", **PH.D** , Michigan State University , p.13.
- (85) Andsager, Julie L. & White, Allen. "Self Versus Others: Media Messages and The Third Person Effect", p.4, at <http://books.google.com/1-7-2009>, 6:00 p.m.
- (٨٦) محمد فضل الحديدي: نظريات الإعلام : اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام، مرجع سابق، ص٢٦٥.
- (٨٧) محمد فضل الحديدي. "المرجع السابق، ص٢٦٥.