

جامعة مولود معمري تيزي وزو
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الإنسانية
فرع علوم الإعلام و الإتصال



دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا
الاجتماعية دراسة وصفية لعينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة
مولود معمري تيزي وزو موقع التيك توك Tik Tok كنموذج.

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال
تخصص إتصال جماهيري والوسائط الجديدة

الأستاذة المشرفة:
د. بلحاجي زهرة

إعداد الطالبين:
منية سعدية
مسعودان علي

السنة الجامعية 2024/2023

الله أكبر

شكر وعرقان

نشكر الله عز وجل ونحمده بداية على منه وكرمه على توفيقنا لإتمام هذا العمل وإنجازه على هذا الوجه.

نتقدم بأرقى وأسمى العبارات الشكر والتقدير والاحترام والعرقان للدكتورة والأستاذة المشرفة بلحاجي زهرة، فكلنا فخر واعتزاز لقبولك الإشراف على هذا العمل، ومتابعة عن كثب بفائق العناية والتركيز والتمكن من كل تفاصيله فشكر جزيلاً على كل التوجيهات العلمية والمنهجية الدقيقة والقيمة التي أثرت الموضوع، وممتين جداً لفضلك الكبير في رسم ملامح هذه الدراسة.

والشكر الجزيل لكل من قدم لنا يد المساعدة في هذا العمل العائلة الكريمة والأصدقاء والزملاء وجميع أساتذة إعلام والاتصال، فكلنا فخر واعتزاز بأشرافكم على تدريسنا طيلة خمس سنوات، دون أن ننسى شكر لجنة المناقشة لقبولهم الإشراف على مناقشة هذا العمل المتواضع.

فالشكر والتقدير لكم

سعدية وعلي

الإهداء:

(قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون)

صدق الله العظيم

الصلاة و السلام على رسول الله

ما أجمل ان يوجد المرء بأعلى ما لديه والأجمل أن يهدي الغالي للأعلى
هي ذي ثمرة جهدي أجنبيها اليوم هي هدية أهديتها إلى نفسي الرائعة فان فخورة بي
وبالشخص الذي أصبحت عليه انى قد قطعت مسافة طويلة وتغلّبت على
العديد من التحديات في رحلتي حتى اليوم أحب ان اشكرني على صبري وإصراري وتباركي
الصعاب.

واهدي هذا العمل المتواضع أيضا إلى من كانوا سندا لي ووقفا جانبي طيلة مشواري الدراسي
وشجعاني ودعماني في كل خطوة قمت بها والداي.

والى إخوتي الأعمام

والى من تقاسم معي أعباء المشوار الجامعي إلى صديقي العزيز مسعودان علي.

والى صديقاتي الغاليات وأصدقائي الغاليين المخلصين.

والى الشموع التي أضاءت لي طريق العلم والمعرفة أساتذتي الكرام خاصة الأستاذة بلحاجي
مشرفتي الغالية.

إلى كل هؤلاء اهديهم هذا العمل المتواضع شكرا لكم جميعا

مع خالص تحياتي وتقديري.

الطالبة سعيدة

الإهداء

الحمد لله والشكر لله بفضلته تتم الصلاحيات الذي وفقنا في انجاز هذا العمل، ونسأله عز
وجل أن يجعله نافعا لنا ولغيرنا.

إلى عز الناس لقلبي

في هذه اللحظة التي احتفل فيها بتخرجي، أود أن اعبر عن خالص شكري وامتناني لكل من كان له دور في رحلتي التعليمية، إلى والدي العزيزين اللذين كان مصدر دعمي وصبري وشعلتي التي أنارت دربي، أشكركم من أعماق قلبي تفانيكم واحتضانكم، الدائم لي وبفضلكم تجاوز التحديات وحققت أهدافي

إلى جميع أفراد عائلتي الكريمة شكرا لكم على دعمكم المستمر، وتشجيعكم على لحظة صبر وبدلتموها من أجلّي، بفضل محبتكم وتعاونكم استطعت أنتجأوز الصعوبات والمضي قدما. إلى المعلمين الذين قادوا بي من فصول الابتدائية حتى قاعات الجامعة، شكرا لكم على إلهامكم وتعليمكم ولولاكم لما كنت هنا اليوم أنتم من جعلتم من التعليم رحلة مشوقة ومفيدة إلى جميع أصدقائي الأعرأء، الذين كانوا سندي ورفقا لدربي، شكرا لدعمكم اللامتناهي ولوجودكم بجانبني في كل اللحظات المفرحة والمحرزنة بفضل دعمكم وإيمانكم لي، أصبحت هذه اللحظة حقيقية، شكرا لكم جميع على كل ما قدمتموه لي.

مع خالص تقديري وامتناني.

الطالب علي

الملخص باللغة العربية:

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف دور تطبيق تيك توك في تشكيل الرأي العام حول القضايا الاجتماعية. تركز الدراسة على السؤال الرئيسي: كيف يساهم تيك توك في تشكيل الرأي العام بخصوص القضايا الاجتماعية؟ وقد أجريت الدراسة بشكل وصفي على طلاب قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري تيزي وزو، ونتج عن هذا السؤال الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية التي تم تحليلها.

ومن هذه التساؤلات أردنا الوصول لمجموعة من الأهداف تبرز في التعرف على عادات وأنماط استخدام الطلبة للتيك توك ومعرفة أهم القضايا الاجتماعية المتداولة على التيك توك وكيفية التفاعل معها والوصول إلى كيفية تشكيل رأي العام حول هذه القضايا وكيفية اعتماد الطلبة على الموقع في عملية تشكيل الرأي العام اتجاه القضايا الاجتماعية.

وقد تمثل مجتمع البحث في مجموعة من طلبة قسم العلوم الإعلام و الاتصال الذين يستخدمون التيك توك، وقد لجئنا للعينة العشوائية التي قدرت ب 100 مفردة بنسب مختلفة من كل تخصص في القسم ، في الأخير توصلنا لمجموعة من النتائج أهمها :

أن الطلبة يتصفحون موقع تيك توك بصفة دائمة ولديهم حسابات من سنة إلى ثلاث سنوات ويميلون لمتابعة مختلف المواضيع بالأخص الاجتماعية منها.

الكلمات المفتاحية: تيك توك، الرأي العام ، القضايا الاجتماعية ، الطلبة.

Résumé en français :

Cette étude vise à explorer le rôle de l'application Tik Tok dans la formation de l'opinion publique sur les questions sociales. L'étude se concentre sur la question principale : comment Tik Tok contribue-t-il à façonner l'opinion publique concernant les questions sociales ? L'étude a été réalisée de manière descriptive auprès des étudiants du département des Sciences de l'Information et de la Communication de l'Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou, et ce questionnaire principal a généré un ensemble de questions secondaires analysées.

À partir de ces questions, nous avons cherché à atteindre plusieurs objectifs, notamment : comprendre les habitudes et les modes d'utilisation des étudiants de Tik Tok, identifier les principales questions sociales discutées sur Tik Tok, comprendre comment les étudiants interagissent avec ces questions et comment Tik Tok influence la formation de l'opinion publique sur ces questions sociales.

La population de recherche était constituée d'un groupe d'étudiants du département des Sciences de l'Information et de la Communication utilisant Tik Tok. Nous avons utilisé un échantillon aléatoire de 100 individus, répartis en différentes spécialités du département. Nous avons obtenu plusieurs résultats clés, dont les suivants :

- Les étudiants consultent Tik Tok régulièrement, possèdent des comptes depuis un à trois ans et montrent une tendance à suivre divers sujets, en particulier les questions sociales.

Mots-clés : Tik Tok, opinion publique, questions sociales, étudiants

Summary in English:

This study aims to explore the role of the Tik Tok app in shaping public opinion on social issues. The study focuses on the main question: How does Tik Tok contribute to shaping public opinion regarding social issues? The research was conducted descriptively among students from the Department of Information and Communication Sciences at Mouloud Mammeri University of Tizi Ouzou. This main question led to a series of secondary questions that were analyzed.

From these questions, we aimed to achieve several objectives, including understanding students' habits and usage patterns of Tik Tok, identifying the main social issues discussed on Tik Tok, understanding how students interact with these issues, and how Tik Tok influences the formation of public opinion on social issues.

The research population consisted of a group of students from the Department of Information and Communication Sciences who use Tik Tok. We used a random sample of 100 individuals, with varying proportions from each specialization in the department. We reached several key findings, including:

- Students browse Tik Tok regularly, have accounts ranging from one to three years old, and tend to follow various topics, especially social issues.

Keywords: Tik Tok, public opinion, social issues, students.

الخطة

الإطار المنهجي للدراسة

1- الإشكالية و تساؤلات الدراسة .

2- أسباب اختيار موضوع الدراسة .

3- أهمية الدراسة .

4- أهداف الدراسة.

5- منهج الدراسة.

6- عينة الدراسة.

7- أدوات الدراسة.

8- تحديد مفاهيم الدراسة.

9- الدراسات السابقة.

الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول: شبكة التواصل الاجتماعي تيك توك Tik Tok

تمهيد:

* المبحث الأول: نشأة وتطور موقع « Tik Tok »

* المبحث الثاني: مكونات موقع التواصل الاجتماعي « Tik Tok »

* المبحث الثالث: خصائص و مميزات موقع التواصل الاجتماعي « Tik Tok »

* المبحث الرابع: إيجابيات و سلبيات موقع التواصل الاجتماعي « Tik Tok »

خلاصة

الفصل الثاني: ماهية الرأي العام.

تمهيد:

* المبحث الأول: تعريف الرأي العام.

* المبحث الثاني: أهمية الرأي العام واهم خصائصه.

* المبحث الثالث: أساليب تكوين الرأي العام واهم وظائفه.

* المبحث الرابع: أنواع الرأي العام.

* المبحث الخامس: العوامل المؤثرة في الرأي العام.

خلاصة

الفصل الثالث: القضايا الاجتماعية وعلاقتها بوسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية.

تمهيد:

المبحث الأول: مفهوم القضايا الاجتماعية.

المبحث الثاني: تصنيف القضايا الاجتماعية.

المبحث الثالث: الإعلام الجديد والقضايا الاجتماعية.

المبحث الرابع: دور وسائل الإعلام في معالجة القضايا الاجتماعية

الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد:

1- مجالات الدراسة.

2- التحليلات المنهجية.

3- الاستنتاجات العامة .

خلاصة

الخاتمة.

المقدمة:

عرف مجال الإعلام والاتصال تطوراً في الأساليب والوسائل التي سهلت عمليات التواصل بين البشر من أقدم العصور، وكان لها الفضل في التبادل الحضاري والتقدم البشري، فانتقلت تلك الوسائل من الصوتية والبصرية المباشرة لاستخدام طرق تكنولوجية تتيح التواصل عن بعد وبطرق أكثر إبداعاً، وقد فتحت هذه التطورات آفاقاً جديدة وأحدثت تغييرات عميقة وثورة حقيقية في مختلف جوانب الحياة الإنسانية، الثقافية، الفكرية والاجتماعية وأثر بشكل كبير على كافة أنماط الاتصال الإنساني.

لقد تعددت أشكال الوسائط الحديثة واختلفت معها مواقع التواصل الاجتماعي التي أحدثت ثورة في طريقة تفاعل الأفراد والمجتمعات على مستوى العالم حيث ازداد الإقبال عليها من قبل المستخدمين وأصبحت هذه المنصات مركزاً حيوياً للتواصل والتفاعل وجزء لا يتجزأ من الكثير من المستخدمين ومن بين هذه المواقع (الفيسبوك، الأنستغرام، اليوتيوب). ونخص بالذكر TIK-TOK الذي يعد من أبرز ما أنتجته التكنولوجيا الحديثة فتطبيق فعل ما لم تفعله مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، الذي استطاع أن يتربع على عرش هذه المنصات لفترة زمنية قياسية، وأصبح قبلة الملايين من المستخدمين نظراً لسهولة استخدامه وخوارزميته القوية في توصية المحتوى للمستخدم حيث يعرض له مقاطع التي تتوافق مع اهتماماته الأمر الذي حقق له انتشار واسع بين المستخدمين وخاصة في أوساط الطلبة الجامعيين الذين لديهم رغبات واهتمامات شخصية عديدة ومتنوعة يسعون إلى الوصول إليها

من خلال تصفحهم لهذا التطبيق والذي بدوره يرتب لهم المضامين والمحتويات حسب هذه الرغبات والاهتمامات بكل سهولة.

يعد المجتمع الجزائري ثري بالقضايا المختلفة في عدة مجالات كبقية المجتمعات الأخرى فكل مرة تطفو على سطحه قضايا وتشغل الرأي العام، وهذا ما يدفع وسائل الإعلام إلى عرضها والتطرق إليها نظرا لأنها تمس شريحة عريضة من الجمهور، ومن هذه القضايا نجد السياسية والاقتصادية والاجتماعية ولكن مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد وسائل الإعلام التقليدية المصادر المفضلة للجمهور، وهذا نظرا للميزات التي تتميز بها كالأنية والسرعة وإمكانية نشر وتداول ومشاركة صور وفيديوهات وإبداء تعليقات وآراء حول هذه القضايا فكل هذه الخيارات أصبحت متاحة للجميع، وهو ما يجعلهم يستخدمونها بكثرة . ولمعرفة الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي Tik Tok في تشكيل الرأي العام

حول القضايا الاجتماعية ثم تناول الموضوع على النحو التالي

يتضمن الإطار المنهجي للدراسة إشكالية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع، ثم أهمية وأهداف اختيار الدراسة، منهج الدراسة ثم عينة وأدوات الدراسة، تحديد المفاهيم واخيرا الدراسات السابقة.

أما الإطار النظري للدراسة يتضمن الفصل الأول شبكة التواصل الاجتماعي تيك توك Tik Tok من نشأة وتطور موقع التواصل الاجتماعي ومكوناته، ثم خصائص ومميزاته يليها إيجابيات وسلبيات موقع التواصل الاجتماعي Tik Tok. أما الفصل الثاني يمثل في ماهية

الرأي العام نشأة وأهمية الرأي العام وأهم خصائصه وأساليب تكوينه وأهم وظائفه ثم أنواع الرأي العام وأخيرا العوامل المؤثرة في الرأي العام.

ثم يليه الفصل الثالث الذي يمثل القضايا الاجتماعية وعلاقتها بوسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية يتضمن مفهوم القضايا الاجتماعية وتصنيفها ثم الإعلام الجديد والقضايا الاجتماعية وأخيرا دور وسائل الإعلام في معالجة القضايا الاجتماعية.

وأخيرا الإطار التطبيقي للدراسة يمثل في مجالات الدراسة والدراسات الميدانية والأساليب الإحصائية المستخدمة والتحليلات المنهجية والاستنتاجات العامة للدراسة.

الإطار المنهجي للدراسة

الإطار المنهجي للدراسة

1-الإشكالية و تساؤلات الدراسة.

2- أسباب اختيار موضوع الدراسة .

3- أهمية اختيار موضوع الدراسة.

4- أهداف اختيار موضوع الدراسة

5- منهج الدراسة.

6- عينة الدراسة.

7- أدوات الدراسة.

8- تحديد مفاهيم الدراسة.

9- الدراسات السابقة.

1- الإشكالية:

يشهد العالم تطورا كبيرا وذلك مع ظهور التكنولوجيا ما غير الواقع إلى قرية صغيرة واستطاع فيها العالم التواصل رغم البعد الزمني والجغرافي ومع ظهور وانتشار الشبكة الانترنت سمح بظهور مختلف المواقع ومنها ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي.

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به وكذا ربط نظام اجتماعي مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول والهويات وكذا سمح ان تلعب دور هام في تشكيل الرأي العام وذلك أصبح اليوم تعالج مختلف القضايا الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبالضبط موقع Tik Tok وذلك من خلال عرض غيرها مختلف الصور والفيديوهات لإيصال الرسالة المرغوبة للمجتمع والتعبير عنها بمختلف

الألوان والكتابات وذاك سمح للمستخدم التعليق والمشاركة تكوين رأي عام حول قضية عامة في العالم وتيسر مواقع مختلفة.

وبما أنها مواقع اتصال اجتماعي ذات بعد عالمي فان الجزائر بدورها بتبنيها للتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال منها الانترنت فإنها هي كذلك تبنت بذلك مواقع التواصل الاجتماعي وأصبح الأفراد في المجتمع يستعملونها ويستعينون بها سواء في حياتهم الشخصية الفردية أو في إطار عملهم وأهمها حاليا، والتي تعرف راجا كبيرا هو موقع Tik Tok، وهذا خاصة لدى فئة الشباب نظرا لخصوصيته فهو موقع يعرض مواضيع ذات أبعاد

الإطار المنهجي للدراسة

مختلفة في شكل فيديوهات قصيرة و هو ما يبحث عنه الشباب بصفة خاصة، نظرا لطبيعتهم للأفراد، كذلك لانتقالاتهم العديدة ولكن رغم هذه الخاصية لهذا الموقع إلى انه يعمل بذلك على عرض العديد من القضايا الاجتماعية لتقديم الحلول لها في الكثير من الحالات، ما يجعل هذا الموقع ان تكون له إمكانية المشاركة في تكوين الرأي العام الجزائري في مختلف المجالات منها القضايا الاجتماعية، وهذا الموضوع تعرفه حتى المناطق الداخلية منها منطقة تيزي وزو، المعروفة بمساهمتها بشكل فعال في الجزائر وتدخلها في مختلف المجالات خاصة الشباب الجامعي منهم نظرا لدرجة الوعي الكبيرة لديهم.

هذا ما أدت بنا إلى التبادل عن الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الإجتماعي tik tok في تشكيل الرأي العام حول القضايا الاجتماعية لدى طلبة جامعة مولود معمري بتيزي وزو وهذا على شكل نؤكد الإشكالية التالية:

- كيف ساهم موقع Tik Tok في تشكيل الرأي العام حول القضايا الاجتماعية لدى طلبة

جامعة مولود معمري بتيزي وزو؟

التساؤلات الفرعية:

واندرج عن التساؤل الرئيسي جملة من التساؤلات الفرعية كانت كالتالي:

1- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة لموقع Tik Tok في متابعة القضايا

الإجتماعية؟

2- ما هي أهم القضايا الاجتماعية التي يتابعها الطلبة عبر موقع Tik Tok والتي

تشكل رأي الطلبة حولها؟

3- كيف يعتمد الطلبة الجامعيين على موقع Tik Tok في تشكيل الرأي اتجاه القضايا

الاجتماعية؟

4- هل يساهم موقع Tik Tok في تشكيل الرأي العام لدى الطلبة حول القضايا.

2-أسباب اختيار الموضوع:

ترتبط أسباب اختيار موضوع البحث بعدة الأسباب تتعدد بين ما هو ذاتي وما هو

موضوعي وهي ما دفعنا ودعانا إلى الولوج في موضوع دور الفيسبوك في تشكيل الرأي العام

فيما يتعلق بالقضايا الاجتماعية والتي نذكرها ما يلي:

1-أسباب ذاتية والمتمثلة في:

- رغبتنا في التعرف أهم القضايا الاجتماعية التي كان من الأخرى أن نراها في القنوات

التلفزيونية والإذاعية، وللأسف معنية تماما.

- الرغبة في دراسة مثل هذه المواضيع فموقع تيك توك أتاح صوت لمن لأصوت له

وأصبح هو للأعلام البديل للعديد من شرائح المجتمع.

- ميلنا الشخصي إلى هذا النوع من المواضيع.

- محاولة التعرف على تأثير موقع تيك توك في معالجة القضايا الاجتماعية.

2-أسباب موضوعية والمتمثلة في:

- نظرا لقلّة الدراسات وقلّة اهتمام الباحثين للتطرق لموضوع الدراسة وفي زيادة انتشار الكثير من القضايا الاجتماعية.
- المساهمة في إثراء موضوع الدراسة والسعي نحو إبراز مقوماته وجوانبه لإزاحة الغموض عنه.
- ثعر العدد المستخدمين لموقع تيك توك وتميزه بخصائص تمكنه من نقل مجريات الواقع في أسرع وقت.
- حوائه الموضوع وكون موقع فيسبوك يشهد استعمال واسعا في المجتمع منذ ظهور الهواتف الذكية.

3-أهمية الدراسة:

تمكن أهمية الدراسة في الآتي:

إن جدوى دراسة موضوع دور التيك توك في تشكيل الرأي اتجاه القضايا الاجتماعية يكسب أهمية خاصة، وتعرضه أسباب وجيهة، ذلك في ضوء ما تشهده مواقع التواصل الاجتماعي عموما في تكوين الرأي العام، كون أن تيك توك تطبيق العام، وأحد أدوات الإقناع الجديدة وتعتبر أحد مصادر المعلومات المهمة، والتي بني عليها الفرد مواقفه، وبفضل انتشاره الواسع وتأثيره على الشباب والمجتمعات. يوفر منصة للتعبير الحر والتواصل السريع، مما ينتج للمستخدمين نشر آرائهم ووجهات تطورههم بسهولة من خلال

الإطار المنهجي للدراسة

الفيديوهات القصيرة، ويتمكن المستخدمون من تقديم وجهات نظر متنوعة حول مجموعة واسعة من وتحفيز الحوارات يمكنه الوصول إلى عدد Tik Tok والنقاشات، كما ان القدرة على الانتشار السريع للمحتوى كبير من الأشخاص وتأثيرهم بشكل كبير، ومع ذلك يجب ان نراعي ان التأثير الكبير ليأتي مع لتبني ونشر المعلومات بشكل دقيق وموثوق به، و Tik Tok مسؤولية كبيرة للمستخدمين فيتأتى أهمية الدراسة من خلال محاولاتها الوصول إلى تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي تيك توك في الرأي العام والكشف عن مواطن القوة والعنف التي تعكسها هذه الشبكات حتى يمكن تلاقي تأثيراتها السلبية.

4- أهداف الدراسة:

نسعى من خلال دراستنا هذه إلى تحقيق الأهداف التالية:

- * الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة التيك توك Tik Tok في تشكيل الرأي العام حول القضايا الاجتماعية.
- * معرفة القضايا التي يتناولها طلبة الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري وأسباب استخدام موقع Tik Tok وطبقية الاستفادة المحققة منها.
- * يمكن ان تستهدف الدراسة فهو كيفية تفاعل المستخدمين مع المحتوى على موقع Tik Tok وكيفية انتشارات الأفكار والآراء على الشبكة لدى طلبة الإعلام والاتصال، جامعة مولود معمري.

* كيفية تأثير تيك توك على سلوك المستخدمين وعلى طبيعة التفاعل الاجتماعي بينهم

لدى طلبة الإعلام والاتصال، جامعة مولود معمري.

* فهم كيفية تفاعل المستخدمين مع المحتوى على موقع Tik Tok لدى طلبة الإعلام

والإتصال، جامعة مولود معمري.

* كيفية انتشار الأفكار والآراء على شبكة لدى طلبة الإعلام والاتصال، جامعة مولود

معمري.

5- نوع الدراسة:

أ- أنواع الدراسة:

يرتبط اختيار نوع الدراسة بناء على الإشكالية التي يتم تحديدها، وبما أننا في دراستنا نسعى إلى جميع المعلومات حول دور موقع Tik Tok في تشكيل الرأي العام حول القضايا الاجتماعية، فإن هذه الدراسة تندرج ضمن البحوث الوصفية التي تهتم بشرح وتوضيح حل القضايا الاجتماعية عن طريق موقع Tik Tok والأحداث والمواقف المختلفة المعبرة عن قضية أو مجموعة قضايا مهمة، ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور حوله لتلك الأحداث والوقائع وتفسير الأسباب الظاهرة لتلك الأحداث. وقد قمنا بدراسة وصفية في موضوعنا بقصد الوصول إلى استنتاجات منطقية مفيدة، تسهم في إزالة الغموض والإبهام حول موضوع الدراسة والوصول إلى حقائق تخدم البحث ونجاحه.

وبالتالي فإن الدراسة الوصفية تتناسب مع طبيعة البحث العلمي ومتطلباته.

6- منهج الدراسة وأدواتها:

أ- منهج الدراسة:

المنهج مصدر مسبق من الفعل (نهج) بمعنى: طرق أو سلك أو اتبع، والنهج والمنهج، والمنهاج تعني: الطريق الواضح،¹ طريقة يصل بها إنسان إلى حقيقة أو معرفة،² وهو بذلك ينتمي إلى علم الاستمولوجيا ويعني علم المعرفيات أو نظرية المعرفة.³ ويعرفه محمد البدوي المنهجية بأنه علم يعني بالبحث في أيسر الطرق، للوصول إلى المعلومة مع توفير الجهد والوقت وتفيد كذلك معنى ترتيب المادة المعرفية ويتم بيدها وفق أحكام مضبوطة.⁴

كما يعرف المنهج بأنه الطريق الواضح المستقيم، الذي يقضى بصحيح السرية إلى غاية مقصودة بسهولة⁵ وكما انه المنهج هو عبارة عن جملة الخطوات التي على الباحث إنبائها في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة وتعرفه محمد طلعت بأنه وسيلة يمكن عن طريقها الوصول إلى الحقيقة⁶ كما انه يعتبر طريقة لجمع البيانات من إعداد كبيرة من المبحوثين عن طريق الانتقال بمفردات مجتمع البحث سواء كان الاتصال مباشرا أو عبر الهاتف أو بريديا من خلال استمارات تحتوي أمثلة مقنعة.⁷ وبما أن موضوعنا يندرج ضمن المواضيع الذي يقوم على جمع المعلومات والساعات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها وجوانب قوتها، فإننا اعتمدنا

¹ أبو الفضل جمال الدين محمد مكرم بن منصور، لسان العرب، (ت71م)، ط1، دار صادر، بيروت،
² علي جواد الطاهر، منهج البحث الأدنى، ط3، مكتبة اللغة العربية، بغداد، شارع المبني، 1984، ص19.
³ عبد المنعم حذفي، المعجم الشامل لمصطلحات الفلسفة، ط3، الناشر مكتب مديولي، القاهرة، 2000، ص17.
⁴ محمد البدوي، في البحوث والدراسات الأدبية، دار المعارف للطباعة والنشر، سوسة تونس، 1998، ص9.
⁵ جميل صليب، المعجم الفلسفي، الجزء الأول، دار الكتاب اللبناني، بيروت، الطبعة الأولى، 1973
⁶ أحمد السيد مصطفى عمر، البحث العلمي ومناهجه، مكتبة افلاح، القاهرة، 2002، ص166
⁷ مصطفى محمد الغاني، خبر ميلاد أوبك، مناهج البحث العلمي وتطبيقاته في الإعلام، الإسكندرية، ص95.

الإطار المنهجي للدراسة

على المنهج المسحي نظرا لطبيعة موضوعنا، إذا يعتبر أداة مهمته الحصول على معلومات وبيانات عن ظاهرة ما أو حادثة ما أو شيء، أو واقع ما وذلك يقصد التعرف عن الظاهرة التي تدرسها وتحديد الوضع الحالي لما والتعرف على جوانب القوة والضعف فيها من اجل معرفة مدى صلاحية هذا الوضع أو مدى الحاجة لأحداث تغييرات جزئية أو أساسية فيه.¹ كما انه أداة مهمة للحصول على المعلومات الأولية اللازمة عن الظاهرة أو الحدث وذلك بعد فهم وتحليل سلوك المجتمع من اجل مساعدة الباحث في الحصول إلى نتائج عملية.² أو ثقافة أو اجتماعية كالمدارس والمؤسسات التعليمية الأخرى.³ إذا يعتبر المنهج المسحي من أكثر مناهج البحث العلمي استخداما الذي يستخدم لتجميع معلومات وبيانات بهدف تكوين فكر، واضحة وصورة متكاملة عن مشكلة ما، وهذا ما يناسب دراستنا هذه من اجل فهم دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا الاجتماعية موقع Tik Tok كنموذج.

وقد قمنا بالمشح على مستوى جامعة مولود معمري قطب تامدة لمجهوداتها من طلبة تخصص الإعلام والاتصال.

7- أدوات الدراسة:

¹ذوقان عبيدات، واخرون، البحث العلمي مفهومه وادواته واساليبه، ط9، دار الفكر للنشر والتوزيع بجامعة عمان العربية، 2005، ص203.

²كمال ديتلي، منهج البحث العلمي، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، منشورات الجامعة حماد، 2018، ص62.

³عامر إبراهيم فتديلي، منهج البحث العلمي، ط1، دار البازوري العلمية، لنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص10.

تعرف أدوات جمع البيانات بأنها "الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع البيانات والمعلومات المستهدفة في البحث ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر".¹ ومن طبيعة إشكالية دراستنا وما ترمي إليه من أهداف استلزم الجانب الميداني من هذه الدراسة الاعتماد على أداة الاستمارة كأداة أساسية للوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية.

- استمارة الاستبيان:

إن طبيعة الموضوع المدروس يتطلب الاستجابة بأداة منهجية وهذا لا للاح بكل جوانب الموضوع ولهذا العرض اعتمدنا على الاستبيان كأداة أساسية في جمع المعلومات، فهم تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث هنا في تعبيره عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، حيث تقدم للبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة والتعرف بها من جوانبها المختلفة، ويعتبر الاستبيان من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية، وخاصة في علوم الإعلام والاتصال حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال البحوث لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها والإستبيان في تصميمه أقرب إلى الدليل المرشد المضمن سلسلة أسئلة تقدم إلى المبحوث وقف يتطور معين ومحدد للموضوعات قصد الحصول على معلومات خاصة حول البحث في تشكيل

¹ احمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط 2 ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص202.

الإطار المنهجي للدراسة

بيانات عمية تفيد الباحث في إجراء مقارنات رقمية للحصول على ما هو يعيد البحث عنه أو في شكل معلومات كثيفة تعبر عن مواقف وآراء المبحوثين في قضية معينة.¹

كما يقوم الباحث بالإضافة إلى الدراسة الإستطلاعية بعرض إستمارة الإستبيان على مجموعة من المحكمين والخبراء والذين يجب أن يكون لديهم صلة بالموضوع، ونفس مجال وتخصص الباحث، ليأخذ نسبة الإتفاق بين المحكمين فإذا كانت عالية فاستمارة الباحث صالحة.²

ويعتبر الاستمارة تقنية أساسية في جمع المعلومات التي قد يتطلبها البحث الميداني، فيعرف الاستبيان على انه أداة من أدوات البحث العلمي معد لجمع البيانات بهدف الحصول على إجابات عن طريق مجموعة من الأسئلة والإستفسارات المكتوبة في نموذج أعد لهذا الغرض، ويقوم المبحوثين يتمثل إجابات بأنفسهم.³

ويعتبر الاستبيان من أفضل الوسائل لجمع البيانات في البحوث التي تدرس الجمهور ودراسات القائم بالإتصال، لكن يتم إعداده بعناية وتطبيقية بكفاءة وحضر العينة حصرا دقيق.⁴

وقد مرت استمارة الإستبيان التي قمنا بتصميمها بعدة مراحل ونذكرها فيما يلي:

¹ احمد بن مرسل، منهاج البحث العلمي في علوم والإعلام والاتصال، مرجع سابق 2003، ص170 .

² محمود حسن إسماعيل، منهاج البحث في إعلام والاتصال، ط1، دار النشر للجامعات، القاهرة، 1996، ص142.

³ عبد الرحمن بن عبد الله الواصل، مرجع سبق ذكره، ص ص 48-49.

⁴ محمود حسن إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص 145.

الإطار المنهجي للدراسة

1) مرحلة تحديد نوع البيانات: لقد تم تحديد نوع البيانات وفق لتساؤلات الدراسة ومتغيرات ما وسيتم توضيح هذه البيانات المستخدمة في محاور استمارة الاستبيان.

2) مرحلة تصميم وإعداد الاستمارة الأولية: لقد تم الإعتماد على الدراسات السابقة والمثابفة من حيث المنهج والأدلة في تصميم الاستمارة مبدئياً وذلك لتغطية جميع تساؤلات الدراسة حيث ضمن ستة وعشرون سؤال بالإضافة إلى محور البيانات التحفظية.

3) مرحلة تحكيم الاستمارة ومراجعتها بعد الابتعاد من صياغة أسئلة الاستمارة قمنا بتوزيعها على أربعة أساتذة محكمين لتحكيمها، كما هو موضوع في أسفل الصفحة.

4) مرحلة الصيانة الثمانية بعد الأخذ بعين الإعتبار كل الملاحظات التي تم جمعها من الأساتذة المحكمين قمنا بإجراء التعديلات اللازمة من حذف وتعديل بعض الأسئلة، وكذلك تقديم وتأخير البعض منها لتستعر الاستمارة على الشكل النهائي الذي تم تحديده مع الأستاذة المشرفة.

ولقد تكونت استمارة الاستبيان من 26 ستة وعشرين سؤال موزع على محاور بالإضافة إلى محور البيانات الشخصية. (أنظر الملحق رقم 01)

المحور 1: البيانات الشخصية 3 أسئلة.

المحور 2: السمات التي تميز الطلاب الجامعين المتابع للقضايا الاجتماعية عبر

موقع Tik Tok 6 أسئلة.

المحور 3: القضايا الاجتماعية عبر موقع Tik Tok 6 أسئلة.

المحور 4: اعتماد الفلسفة على موقع Tik Tok في تشكيل آرائهم حول قضية

إجتماعية؟ 8 أسئلة.

المحور 5: يواقع متابعة الطلاب الجامعين القضايا الإجتماعية عبر موقع Tik Tok

في تشكيل آرائهم 3 أسئلة.

(5) المرحلة الاستطلاعية: تم توزيع أولية على عدد من المبحوثين قدر بباحث 100

لتقضي فهم المبحوثين لصياغة أسئلة الإستبيان، ويقضى درجة وضوحها من عدمه بالنسبة

لهم، وبعدها تم استرجاع هذه الاستثمارة بالموازاة لذلك، تم استرجاع الاستثمارة التي خصص

للتحكيم لنقول فيما بعد إلى المرحلة الموالية.

(6) مرحلة التوزيع: تقديم تم توزيع الاستثمارة التي بلغ عددها (100) مئة استثمارة استراد

في الفترات المسائية من الساعة الثانية عشر 12 إلى غاية الواحدة 13كون المبحوثين

يكونون في فترة فراغ في انتظار العودة إلى قاعات الدراسة أو كان التوزيع يوم إلى غاية

يوم

(7) مرحلة الاسترجاع بعد التوزيع الاستثمارة التي بلغ عددها 100 مئة استثمارة على

مجموعة من المبحوثين الذي كان بطبيعة عشوائية بسيطة في جامعة تامدة لولاية تيزي وزو

وقمنا باسترجاعها في نفس مكان التوزيع بحيث استرجعنا كلها.

(8) تقريغ البيانات ومعالجتها إحصائيا: بعد استرجاع الاستثمارات قمنا بتقريغ البيانات

المتحصل عليها لنقوم بمعالجتها إحصائيا.

مجتمع البحث وعينة الدراسة:

(1) تعريف مجتمع البحث: هو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء يكونون موضوع مشكلة البحث أو جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث¹ كما يقصد به كافة مفردات مجتمع البحث أو الدراسة التي يمثل جميع الأفراد والأشخاص موضوع البحث² بحيث يمثل مجتمع البحث في دراستنا هذه من كل لمجموعة من الطلاب الجامعيين بجامعة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي موقع Tik Tok تامة تيزي وزو.

بحيث إذا استطاع الباحث إجراء دراسة على جميع أفراد المجتمع فإن دراسة تكون ذات نتائج أقرب إلى الواقع وأكثر دقة ذلك مسحا، ولكن الباحث قد يجد صعوبة في التعامل مع كافة المجتمع لعدة أسباب لذلك فهم مضطرب جراء الدراسة على مجموع جزئية من ذلك المجتمع، بحيث سبق هذا الجزء من المجموعة بعينة الدراسة.³

ولقد اعتمدنا على العينة من الطلاب الجامعيين الإعلام والاتصال من جامعة تامة المستخدمين المواقع التواصل الاجتماعي موقع Tik Tok وذلك لمعرفة دوره في تشكيل الرأي

¹ علي سعيد آل محمد القحطاني، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية، بحيث مقدم استكمال لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص الإعلام، جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 2017، ص 93.

² سعدي الصول سعدي، مناهج البحث دبلوم خاص بالتربية، جميع الأقسام العينات وأنواعها، ص 03.
³ نادية سعيد عاشور وآخرون، منهجة البحث العلمي في العلوم الاجتماعية مؤسسة حسن راس الجيل للنشر والتوزيع، قسنطينة(الجزائر)، 2017، ص 226.

الإطار المنهجي للدراسة

العام اتجاه القضايا الاجتماعية والتعرف العينة بأنها طريقة جمع البيانات والمعلومات عن طريق عناصر محددة تم إختيارها بأسلوب معين من جميع عناصر المفردات ومجتمع الدراسة بأسلوب مختلفة.¹

كما تعرف بأنها نموذجاً يشمل ويعكس جانباً أو جزءاً من وحدات المجتمع الأصل المعنى بالبحث، تكون ممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يعني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصلي، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل ذلك الوحدات في المجتمع المعنى بالبحث.² ونظراً لإقتصار العينة على الطلاب الجامعيين لمواقع التواصل الإجتماعي بجامعة تامة فقد تم اعتماد الدراسة على العينة العشوائية البسيطة، حيث أنها عينة تتكون من وحدات معينة اعتقاداً أنها تمثل المجتمع الأصلي خير تمثيل في هذه الحالة قد يختار الباحث مفردات محددة يتميز بخصائص ومزايا إحصائية تمثيلية للمجتمع الأصلي، وهذه تعطي نتائج أقرب ما تكون إلى النتائج التي يمكن أن تصل إليها الباحث بمسح المجتمع ككل³ حيث يتكون مجتمع البحث من مفردة نظراً للصعوبة دراسة كل هذا المجتمع إلى اختيار عينة من هذا المجتمع وهي عينة الدراسة والتي تتمثل في 100 مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الإجتماعي كنموذج Tik Tok من طلبة الإعلام والإتصال.

¹ علي سعد ال محمد القحطاني، مرجع سبق ذكره، ص 93.
² ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج البحث العلمي وأساليب البحث العلمي، النظرية التطبيقية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 137.
³ منال هلال مزاهرة نظريات الإتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص 17.

8- تحديد المصطلحات والمفاهيم:

1-الدور:

* لغة: الجمع أدوار مصدره كالرأي عودة الشيء إلى ما كان عليه والدور طلبه في الشيء المدار، بعضه على بعضه الآخر وفي الموسيقى يقال قطعة مركبة من الاثنتين وأكثر وعلم الأدوار هو العلم الموسيقى.¹

* اصطلاحيا: عرفه سينقر ودبانه تصور سلوك يرتبط بشخص معين وبصفة من صفاته الشخصية لأنه تعتبر عن حاجيات الشخص، وعرف الدور بأنه مجموعة القيم والمعايير التي تحدد سلوك المنتظر من شخص معين إسنادا إلى سماته الشخصية.² ويعرف أيضا بأنه محصلة ظروف نفسية واجتماعية أي اعتباره بدل على الأفعال التي يقوم بها الأفراد بشكل يتوافق مع البناء الإجتماعي وعرف على أنه سلوك الفرد في موقف معين تحده علاقات إجتماعية معينة.³

*التعريف الإجرائي: الدور هو السلوك المتوقع من شخص ما في موقف معين لذلك يعتبر في دراستنا انه الدور الذي يلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز آراء متعددة حول قضية اجتماعية معينة ثم نشرها عبر نوع من هذه المواقع.

¹حيران مسعود، الرائد معجم القباني في اللغة والإعلام، ط2، دار العلم، بيروت، 2005، ص 412.

²خليل عبد الرحمان المعاينة، علم النفس الاجتماعي، ط3، عمان، دار الفكر 2010، ص 188.

³ نفس المصدر، ص 188.

2- موقع Tik Tok: اصطلاحيا:

يمثل أحد أحدث المواقع التواصل الاجتماعي وأشهرها يعمل الهواتف الذكية، يمكن استخدامه لمشاركة مقاطع الفيديو القصيرة ومشاركتها، تم إطلاقه في البداية باسم "دوين 2016" في الصين، في العام التالي في 2017 تم إطلاق التطبيق بواسطة شركة بايت دانس للأسواق خارج الصين وهم لان متاح في أنحاء العالم عبر متجر التطبيقات أبل ستور وجوجل بلاي.

ويعرف أيضا: بأنه تطبيق لتسجيل مقاطع الفيديوهات التي لا تتعدى 15 ثانية، بحيث يمكن لأي شخص تسجيل هذه الفيديوهات، بكاميرا الهاتف الخاص به. ثم يقوم التطبيق بالترويج هذه الفيديوهات إلى المستخدمين الآخرين الذي يتابعون حسابه، أو باستخدام الخوارزميات الخاصة بالتطبيق. ما هو تطبيق التيك توك وما سر نجاحه ومعلومات وإسرار أخرى حوله الرابحون؟

3- الرأي:

لغة: هو الاعتقاد، العقل، التدبير جمع آراء، أن الرأي ليس بالظني، يضرب الحديث على النظر في عامة الأمور.¹

اصطلاحيا: هو حكم أو وجهة نظر للإنسان الفرد أو الجماعة كمنتج عقلي مبني على التجربة والملاحظة أو الخبرة والموروث الثقافي للفرد أو الجماعة، ويتم عملية التعبير عنه

¹ علي بن هادية واخرون، القاموس الجديد للغلاف، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط 7، الجزائر، 1991، ص 370.

بشكل ظاهر أو مستتر ويطرق مختلفة ووسائل متعددة في الكلمة أو الحركة أو الصورة أو النظرة المعبرة أو الإثارة وحتى بالصمت والسكوت.¹

وهم التعبير الذي بيده الفرد على استجابة لسؤال عام مطروح عليه في موقف معين أي ان الرأي يتضمن الإعلام عن وجهة نظر قد تعتبر تبعا للمواقف المختلفة وبهذا يمكن تعريف الرأي انه التعبير عن الاتجاه في كلمات.² وينقسم الرأي العام إلى الرأي الشخصي والرأي الخاص: فالرأي الشخصي هو ذلك الذي يكونه الفرد لنفسه في موضوع معين بعد التفكير في هذا الموضوع ويجاهر به دون أن يخشى شيئا، إنما الرأي الخاص. هو ذلك الضوء من الرأي الشخصي الذي لا يجاهر به الشخص أمام الناس، ولكنه بحث لنفسه خشية أن يعرض نفسه للخطر، وتظهر أهمية في الانتخابات والاقتراحات السرية. وعن علاقة الرأي بالاتجاه، فلقد أطلق العالم الأمر الأمريكي (ليوكومين) في كتابه "علم النفس الاجتماعي" مصطلح الاتجاهات الجماعية على الرأي العام، أي أن الاتجاه يطلق على الرأي وان الرأي علامة في الاتجاه".³

*التعريف الإجرائي للرأي:

هي تلك الفكرة التي تكون لدى شخص اتجاه قضية ثم نشرها في موقع Tik Tok فاقتتم بذلك موقفي ورأي الشخص.

4- العام(public):

¹سناء محمد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2010، ص6.
²محي الدين عبد الحليم، الرأي العام مفهومه وأنواعه، عوامل تشكيله ووظائف وقوانينه وطرف قياسه وأساليب تعبيره، مكتبة الانجلو معربة، ط1، القاهرة، 2009، ص 27، 26.
³سناء محمد الجبور، المرجع السابق ص 6.

الإطار المنهجي للدراسة

يقول بعض الباحثين ان المقصود بالعام هو الجماعة التي تشترك في الرأي والعام هو ليس بخاص أي انه لا يرتبط بالفردية على بالوحدة العامة الكلية، كان تقول المسؤولية العامة، القضايا العامة، والعام أيضا هو المشترك أي الصدفة العالية والخاصية المشتركة بين المجموعة، كالقول صفة الشهامة هي الصفة العالية على العرب، والعام هو المعنى والمعروف بين الناس.¹

* **الرأي العام:** يعرف الفيلسوف (بسمارك Besrark) حيث يرى أن الرأي العام يتكون من باطن حياة الشعب وتكون عناصره سياسية ودينية واجتماعية، والرأي العام هو التيار اليومي الذي يغلب صوته على الآخرين.²

وهو الرأي السائد الذي ينبع من الأفراد وغاية الجماعة (الجماهير) بعد السؤال والاستفهام والنقاش، تعبير عن الإرادة والوعي اتجاه أمر مان وفي وقت معين ويشترط موافقته للشريعة والليفي حدودها. من اجل تبطلهم العلاقة بين الحاكم والمحكوم وترتبط اتجاهاته بالولاء القومي والوظيفي والذين لأفراد الأمة.³

*التعريف الإجرائي للرأي العام:

¹عفيف عواشة محمد، الرأي العام بين الرعاية والإعلام، العربي للنشر والتوزيع، ط 1، القاهرة، 2007، ص 15.
²محمد الحوتي، الرأي العام بين الرعاية والإعلام، العربي للنشر والتوزيع، ط 1، القاهرة، 2007، ص 15.
³سوفي الفريد "الرأي العام"، دار دمشق للنشر والتوزيع، دمشق، 1990، ص 34.

ينص في دراستنا دور اتجاهات ومواقف أكثر تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي من طرف شخص أو جماعة يعتبر عن موقف معين اتجاه قضية اجتماعية تشغل عام الناس، فينشر بذلك رأي عام حول تلك القضية.

المشكلة:

اصطلاحا:

ظاهرة في حالة اضطراب وغموض وإبهام تستدعي الدراسة والبحث من أجل كشف الأسباب التي تقف وراء حدوثها من أجل فهمها وتصوير حل لها.¹

المشكلات الاجتماعية:

اصطلاحيا: رفها بول هورتن إنها تتاح ظروف مؤثرة على عدد كبير من الأفراد تجعلهم يعدون النتائج عن الظروف المؤثرة عليهم غير مرغوب فيها ويصعب علاجها بشكل فردي إنما يتيسر علاجها من خلال الفعل الاجتماعي الجمعي.²

هي المواقف أو الظروف التي ينظر إليها أعضاء المجتمع باعتمادها لقيمهم، كما تعرف أيضا على أنها ظرف يؤثر في عدد كبير من الناس بطريقة غير مرغوبة.³

***التعريف الإجرائي:**

¹جلال عمل البناء، البحث العلوم وكتابه، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، ط2015، ص108
²معن خليل العمر، المشكلات الاجتماعية، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 2008، ص19
³سناء الخولي، أزمة السكن ومشاكل الشباب، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، إسكندرية، 2010، ص 149-

المشكلات الاجتماعية: تعتبر مجموعة الأحداث والمشكلات التي تتم نشرها عبر موقع

تيك توك Tik Tok على طلبة من ظاهرة معينة بالضبط في دراستنا الذي نتحدث حول تأثير

موقع الإعلام والاتصال لجامعة مولود معمري.

9- الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة الركيزة الأساسية لبداية كل دراسة فمنها يمكننا فكرة عن كيفية

بناء دراستنا الحالية التي بعنوان " دور شبكات التواصل الاجتماعي في الرأي العام " اتجاه

القضايا الاجتماعية وكان دراسة اعتمدت تستمر.

الدراسة الحالية على جملة من الدراسات السابقة نذكر منها:

* الدراسات العربية:

الدراسة الأولى:

1- عنوان الدراسة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة

الجامعات الأردنية.

2- نوع الدراسة: مذكرة لنيل شهادة الماجستير سنة 2013.

3- اسم ولقب الباحثين: عبد الكريم على الديسي وزهير ياسين الطاهات.

4- سنة الدراسة: 2013.

5- إشكالية الدراسة: ما مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي

العام بين فئات الشباب الأردني، لاسيما طلبة الجامعات.

6- أدوات البحث: استمارة الاستبيان.

7- المنهج المنتج: المنهج الوصفي.

8- مصطلحات الدراسة: الدور، شبكات التواصل الاجتماعي، الرأي العام.

9- أهداف الدراسة:

- التعرف على مدى انتشار شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية بين طلبة الجامعات الأردنية، ومعدلات استخدامها.

- معرفة مدى الحرية المتاحة للطلبة في استخدام هذه الشبكات كأدوات للتعبير عن الرأي.

- الكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية.

10- النتيجة:

قد توصل الباحثان إلى أن 99 بالمئة من الطلبة الأردنيين يستخدمون الانترنت واحتل موقع الفيسبوك الصدارة وهو ما يؤكد شبكات التواصل الاجتماعي التي ساهمت في تشكيل آراء واتجاهات طلبة الجامعات الأردنية وذلك من خلال نشر أخبار ومعلومات تأثر في تشكيل الرأي العام.

وقد استعنا بهذه المذكرة في دراستنا الحالية على المستوى النظري وذلك من خلال إزالة بعض الغموض حول بعض المصطلحات الرئيسية في موضوعنا وشكلت لنا مثال عليها

الإطار المنهجي للدراسة

يمكننا الاقتياد به وتوظيف بعض عناصرها في دراستنا حسب ما تقتضيه حاجيتنا كمفهوم والرأي العام.

الدراسة الثانية:

1- عنوان الدراسة: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين: دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية العربية نموذجاً.

2- نوع الدراسة: رسالة ما تيسر في الإعلام والاتصال مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية (الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك).

3 -اسم ولقب الباحث: محمد المنصور

4 -سنة الدراسة: 2012

5 -إشكالية الدراسة: كيف تؤثر شبكات التواصل على جمهور المتلقين

6 -أدوات البحث: المقابلة

7 -المنهج المتبع: المنهج الوصفي

8 -مصطلحات الدراسة: شبكات التواصل الاجتماعي، المواقع الالكترونية المقارنة.

9 -أهداف الدراسة:

- الكشف عن شكل المواقع الاجتماعية الفيسبوك نموذجاً الخاص بقناة العربية.

- الكشف عن مضمون المواقع الالكترونية العربية نت نموذجاً الخاص بقناة العربية.

- المقارنة بين شكل الموقع الاجتماعي "الفيسبوك" وبين شكل الموقع الإلكتروني العربية
نت "لقناة العربية.

10 - النتيجة:

1 - يقدم موقع العربية الإلكتروني والاجتماعي مادة إخبارية متنوعة (سياسية -اقتصادية
-اجتماعية -ثقافية -رياضية) وغيرها، تجعلها من المواقع التي تحضي بالقبول والرضا من
شرائح متعددة في مجتمعاتنا العربية.

2 - تميز موقع العربية الإلكتروني عن المواقع الإلكترونية الأخرى بتخصص

زاوية (التغيير) التي تضمنت خاصية تعني بأخر الأخبار وتطورات إحداث الربيع العربي.

3 -بالإضافة إلى توفير الوقت والجهد الزائرين بتقديم كل ماهو جديد، وكل ما يرغبون
في الاطلاع عليه من أخبار ومعلومات وترقية.

ولقد استفدنا من هذه الدراسة في الجانب النظري من خلال معرفة والاستطلاع على

المعلومات المطروحة ومعرفة النقائص الموجودة.

الدراسات الجزائرية:

1- عنوان الدراسة: الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر.

2- نوع الدراسة: مذكرة مكملة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال.

3- اسم ولقب الباحثة: بضيف سهيلة.

4- سنة الدراسة: 2017.

5- إشكالية الدراسة: تمثلت إشكالية الدراسة في أن الإعلام الاجتماعي أصبح قوة

رئيسية لا يستهان بها القرن الحادي والعشرين ففي بداية الأمر استخدمت وسائل التواصل للدرشة وسرعان ما تحولت إلى فضاء حر مخصص لتبادل الآراء ومن هنا تمكن أهمية طرح الموضوع من منظور التمثيل والاستخدام الاجتماعي لمعرفة واقع العلاقة بين شبكة الفايسبوك وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري بعيدا عن العلاقة الصرفة بين المستخدم والتقنية، إذا تنطلق الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي.

- ما هي العلاقة بين شبكة الفايسبوك وتشكيل الرأي العام لدى الثبات الجزائري؟

6- أدوات البحث: استمارة الاستبيان.

7- المنهج المتبع: المنهج الوصفي.

8- مصطلحات الدراسة: وقد توصلت الدراسة إلى نتائج كان منها موقع الفيسبوك هو

أكثر المواقع الاجتماعية استخداما وان شبكة كبيرة من المبحوثين يتقنون فيها ينشر على صفحات التواصل الاجتماعي أكثرهما تبنه وسائل الإعلام.

أما فيما يخص النظري كتحديد مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي والرأي العام وكذلك

الطريقة المنهجية المعتمدة في دراستنا الحالية.

الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول: شبكة التواصل الاجتماعي موقع «Tik Tok»

تمهيد

* المبحث الأول: نشأة وتطور موقع « Tik Tok »

* المبحث الثاني: مكونات موقع التواصل الاجتماعي « Tik Tok »

* المبحث الثالث: خصائص ومميزات موقع التواصل الاجتماعي « Tik Tok »

* المبحث الرابع: إيجابيات وسلبيات موقع التواصل الاجتماعي « Tik Tok »

خلاصة

تمهيد:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أحد مظاهر التفاعل في إطار ثورة التكنولوجيا الحديثة، نظرا لأهميتها الكبيرة، فقد أصبحت شهرتها واسعة، وكثر تفاعلها بين الناس، إذا أصبحت وسيلة اجتماعية للتواصل والتعارف وتبادل المعرفة والمعلومات والأخبار.

ولقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي على (الأنترنت) انتشارا واسعا خلال السنوات الأخيرة وتتنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات وتطبيقات وتحقيق مختلف الإشباعات لمستخدميها، وبالتالي في مقدمتها موقع تيك توك Tik Tok كأحد المواقع الحديثة في شبكات التواصل الاجتماعي، يعمل على أجهزة أي أو اس (IOS) واندرويد Android يمكن استخدامه لإنشاء مقاطع فيديو قصيرة ومشاركتها وتطبيق Tik Tok متاح في جميع أنحاء العالم عبر متجر التطبيقات "اب ستور" أو "جوجل بلاي". هذا العدد سنعرض في هذا الفصل، ما المقصود بمواقع التواصل الاجتماعي؟ نشأتها؟ مميزات وخصائصها؟ الإيجابيات والسلبيات؟ وأهم التأثيرات التي تحدثها المواقع؟

المبحث الأول: نشأة وتغزو الشبكات التواصل الاجتماعي موقع «Tik Tok»

يعد التواصل ظاهرة إجتماعية حديثة تقوم على علاقات تفاعلية متزامنة أو غير متزامنة، وذلك بواسطة وسائل الإتصال الرقمي التفاعلي، يتم من خلالها إرسال واستقبال المعلومات بين طرف أو عدة أطراف، كما تعلق على الشبكات الاجتماعية الرقمية عدة تسميات منها: "الويب"، 2.0 الشبكات الرقمية الإجتماعية، وسائل الإعلام الإجتماعية.....إلخ

فالشبكة هي بنية إجتماعية ديناميكية مشكلة من قمم وأطراف، فالقسم تشير إلى أشخاص أو منظمات، وهي مرتبطة ببعضها من خلال تفاعلات إجتماعية، وبعد تشكل الجماعة الإلكترونية عبر الأنترنت، تأخذ بالبحث عن بعضها البعض عبر فضاءات مستقلة خاصة بهم (ألعاب تسلية، مجال مهني، فضاءات أخرى)، حيث يحس الفرد بأنه مركز اهتمام الجماعة، وهذا ما يسمى بالفردانية الرقمية في الشبكة التي تولد شعورا بالألفة أو الألفة الإجتماعية.¹

ويرجع ظهور مفهوم الشبكات الإجتماعية إلى عالم الاجتماع جون باتر John Barnes في عام 1945، فالشبكات الإجتماعية في شكلها التقليدي تتمثل في نوادي المراسلة العالمية التي كانت تستخدم في ربط العلاقات بين الأفراد من مختلف الدول ، باستخدام الرسائل الإعتيادية المكتوبة، وساهمت ظهور شبكة

¹مرسي مستري، شبكات التواصل الاجتماعية الرقمية: ثغرة في الوظائف، (مجلة المستقل العربي، المجلة 34، عدد 39)، لبنان، 2012، ص 185.

الانترنت في انتشار ظاهرة التواصل الإجتماعي وتطوير الممارسات المرتبطة بشبكاتنا التي تسمى وسائل الإعلام الإجتماعية عبر الانترنت المبنية على التطبيقات Applications، التي تركز على بناء شبكات إجتماعية أو علاقات إجتماعية بين البشر من ذوي الاهتمامات المشتركة.¹

وتعتمد مواقع التواصل الإجتماعي الرقمية أساسا على التمثيل بحيث يكون لكل مستخدم ملف شخصي Profil، وكذلك خدمات متعددة أخرى تسمح للمستخدمين بتبادل الأفكار والقيم والنشاطات والأحداث، والإهتمامات في إطار شبكاتهم الشخصية.

كان أول مواقع التواصل الإجتماعي التي ظهرت في الو.م.أ على شبكة الانترنت في شكل تجمعات هو موقع theglobe.com عام 1994، تلاه موقع Goéties في العام نفسه، وجاء بعدهما موقع Tripod بعام بعد ذلك، حيث ركزت هذه التجمعات على ربط علاقات بين ال أفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة، وتشارك المعلومات والأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر الصفحات وهو الأساس الذي قامت عليه المدونات، في حين قامت بعض التجمعات بربط الأفراد من خلال عناوين بريدهم الإلكتروني و أهمها موقع Classates.com عام 1995، وبعدها جاء موقع degfees.comSix عام 1997، الذي يركز على الروابط الغير مباشرة، الملفات الشخصية للمستخدمين والرسائل المتبادلة المدمجة ضمن قائمة الأصدقاء.

¹ عبد الكريم علي، زهير ياسين، دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدي الطلبة في الجامعات الأردنية، (مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلة 40، عدد 1)، الأردن، 2013، ص69

وخلال الفترة بين 2002-2004، بلغت شخصية شبكات التواصل الإجتماعي الرقمية عبر العالم ذروتها، و ذلك من خلال ظهور ثلاث مواقع إجتماعية تواصلية، فكان أولهما موقع Friends Tor عام 2003، ثم تلاهما موقع Mg space و موقع Bebo عام 2005، حيث كان موقع Mg space أي كثر شخصية من بينها، عما برز موقع Facebook الذي أنشأه مارك زوكربيرج حيث أعطي مفهوما جديدا لشبكات التواصل الاجتماعي كما جذب موقع فيس بوك ملايين المستخدمين منذ إنشائه إلى حد الساعة والذي يستخدمه الكثير منهم بشكل يومي، ويعود سبب تسمية هذه المواقع بالإجتماعية وهو أنها جاءت بمفهوم "بناء المجتمعات"، ولعل هذا سر جاذبيتها للأجيال المعاصرة.¹ وخاصة جيل الشباب فهي في واقعها تحاكي أشكال التجمعات التي تجمع الأفراد على أرض الواقع كما أنها باتت تمثل السلطة الخامسة، لأنها لا تخضع لسيطرة الحكومات ولسيطرة المؤسسات.²

أ-نشأة وتطور التيك توك Tik Tok

تم إنشاء تطبيق التيك توك على يد كل من نشاد هاري، ستيف تشين وجاويد كريم في سان فرانسيسكو وجميعهم أعمارهما بين 38-40 عام، حيث جاءتهم الفكرة عقب تصوير العديد من الفيديوهات معا وأدركوا حينها انه لا توجد طريقة لمشاركة تلك الفيديوهات مع

¹ عبد الكريم علي، زهير ياسين، المرجع السابق، ص 69-70
² نفس المرجع، ص 70.

بعضهم البعض، بعد عدة سنوات، خرجت هذه الفكرة إلى النور و تم بيعها إلى شركة جوجل مقابل 1.6 مليار دولار.¹

وظهر تطبيق التيك توك في بدايته عام 2016 تحت مسمى ميوزكلي، وفي عام 2017، تغير بإسم إلى المسمى الحالي "تيك توك" وأصبح أكثر رواجاً بين المستخدمين، أيضاً تم تقييم شعار التيك توك Tik Tok في مارس عام 2019 ليعكس الهدف الحقيقي للتطبيق وهو الفيديوهات الموسيقية، وتعتبر أكثر مستخدمي التطبيق من الإناث كما أن معظمهم من الشباب.²

يوضح (Ma 2020) ان التيك توك هي منصة فيديو قصيرة شهيرة نشأة في الصين، وشهدت منذ نشأتها في عام 2016 تقدماً ملحوظاً حيث بلغ عدد المستخدمين للتطبيق قرابة نصف مليار مستخدم من جميع أنحاء العالم (إنشاء فيديو ثنائي مع مستخدم آخر) و «Read» (التعليق بمقطع فيديو) لتشجيع الخيرات التعاونية بين المستخدمين للتطبيق.³

المبحث الثاني: مكونات شبكات التواصل الاجتماعي موقع Tik Tok

تتكون شبكات التواصل الاجتماعي من عدة تطبيقات ومواقع نذكر منها:

¹Strange love; M. (2019) - **Watching TikTok: Extraordinary videos by ordinary reapel.** Toronto: University of Toronto press, p291.

²Gaojie; T. (2018). **Study on short video of music scromthe perspective of interactive mitral chain-takingthe”TikTok”appasan example,** Wow media research, vol, 4, p36.

³Ma,C.M.(2020) . **TikTok and social valnes in glina: Haw TikTok App in financed re social valnes of youbli according to some indicators,** journal of adnenced research in social sciences; b(2); p381.

1) مواقع التواصل الإلكتروني: وهي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة

بالأشخاص والتواصل بأصدقائهم ومعارفهم، مثل "ماي سبايس"، "فيسبوك".....الخ.

2) المدونات الإلكترونية **blogs**: وهي مواقع إلكترونية تمثل مذكرات شخصية تسرد

من خلالها الأفكار الشخصية للأفراد أو الجماعات وهي مفتوحة أمام الجميع.

3) الوكي **Wikis**: وهي الصفحات التي ينشأها العامة عبر مواقع موسوعة مفتوحة

محترمة على جهاز خادم عام (سيرفر تجاري متوفر للجميع مجاناً) أشهرها موقع ويكيبيديا،

وهي تسمح للأشخاص العاديين بإضافة أو تدقيق أو تعديل صفحات عن معلومة أو تعريف

معين على هذه الموسوعة الإلكترونية ذات المصدر المفتوح.¹

4) البودكاستس **Podcasts** أو موقع البث الإلكتروني: وهي المواقع التي توفر خدمة

تحميل أو تنزيل الأغاني والأفلام للمشاركين في هذا الموقع أو برنامج التنزيل، مثل موقع

"أبل أي نوتر"

5) المنتديات الإلكترونية: ألا وهي مواقع توفر مناطق وفسحات إلكترونية للتعبير عن

الرأي وكتابة المواضيع العامة، وهي عادة ما تدور حول موضوع معين أي لكل منتدى

تخصص معين مثل منتدى للموسيقى، وهي من أكثر مواقع التواصل الإجتماعي انتشاراً،

لأنها سهلة الإشتراك.²

¹مرم ناريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة مقدمة استكمال المتطلبات الحصول على درجة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصيص إعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة بقسم العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر 2012، ص67.

²مرم ناريمان نومار، المرجع السابق، ص 67.

المبحث الثالث: خصائص ومميزات شبكات التواصل الاجتماعي موقع Tik Tok

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بعدة خصائص نذكر منها:

1-العالمية: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود الدولية،

حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، ببساطة وسهولة.

2-المشاركة: فهي تشجع على المساهمة وردود الفعل والمشاركة التعليقات من أي مهتم

و تلقي الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والمتلقي.

4-الإنفتاح: فمعظمها عبارة عن خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة وتبادل

المعلومات والتعليقات ونادرا ما توجد حواجز للوصول أعلى محتوى وأي استفادة منه.

4-المحادثة: تعتمد شبكات التواصل الاجتماعي على المحادثة باتجاهين بعكس وسائل

الإعلام التقليدي التي تعتمد مبدأ بث المعلومات ونشرها باتجاه واحد لجميع المتلقين.

5-التجمع: ينتج شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية التجمع بسرعة والتواصل بشكل

فعال حد من تجمعات تربطها إهتمامات مشتركة، وبالإضافة إلى هذه الخصائص يرى

الباحثون أن هناك مجموعة من الميزات الإضافية لشبكات التواصل الاجتماعي التي تزيد من

إقبال المستخدمين عليها وهي:

6-سهولة الاستخدام: فقد تطورت شبكات التواصل بحيث تكون سهلة الإستخدام فهي

تحتاج إلى القليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا.¹

7-التواصل والتعبير عن الذات: أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي قنوات إتصال

جاذبة لا تعتمد على نشر محتوى معين، حيث أن الفرد يشاهد المحتوى الذي يريده ويليق به

في أي وقت يريده.²

8-تشكيل مجتمع بطرق جديدة: وفرت شبكات التواصل الإجتماعي: سبلا جديدة

كالإتصال حيث ينظم المستخدم مجتمعات يختارها هو ويفضلها إذا اختصر الشبكات منطق

العولمة المتنامي الذي تتدخل فيه المجالات المحلية والعالمية والمجالات الذاتية والعمومية.

9-التفاعلية: لقد سعت مواقع الشبكات الاجتماعية منذ ظهورها إلى تحسن التفاعلية

بين أفرادها لضمان الإستمرارية والتطور.

10-التوفير والاقتصادية: إقتصادية في الجهد والوقت والمال، في ظل مجانية الإشتراك

والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع إمتلاك خير على الشبكة للتواصل الإجتماعي، وليست

حكرا على أصحاب الأموال، أو حكرا على جماعة دون أخرى.

11-المجتمع: المواقع الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة

بسرعة والتواصل بشكل فعال ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح

¹وائل مبارك حفتر فضل الله، ابن الفيسبوك على المجتمع، دار لتمس النهضة السودان، 2010، ص 07-08.
²المرجع نفسه، ص 67.

أو اهتمامات مشتركة، مثل حب التصوير الفيديوغرافي، أو قضية سياسية أو للتعلم، أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا.

12- الترابط: تتميز مواقع التواصل الإجتماعي بأنها عبارة عن شبكة إجتماعية مترابطة

ببعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الإجتماعي أيضا، مثل خبر ما على مدونة يعطيك فترسله إلى معارفك على الفيسبوك وهكذا مما يسهل ويسرع من عملية إنتقال المعلومات.¹

* خصائص تطبيق الفيديو Tik Tok :

* تطبيق تيك توك هو منصة لمشاركة الفيديوهات القصيرة يتميز بعدة خصائص جعلته

شائعا بين المستخدمين حول العالم، من أهم هذه الخصائص:

* **الفيديوهات القصيرة:** يتمحور موقع Tik Tok حول الفيديوهات القصيرة التي تتراوح

مدتها بين 15 ثانية و3 دقائق، هذا يسهل على المستخدمين استهلاك المحتوى بسرعة، ويشجع على الإبداع في وقت محدود.

* **أدوات التحرير المقدمة:** يحتوي تيك توك على أدوات تحرير فيديو قوية مثل القص،

والتسريع، والإبطاء، والفلاتر التجميلية، والإضافات البصرية المختلفة، هذه الأدوات تتيح

للمستخدمين إضافة لمسات إبداعية إلى فيديوهاتهم دون الحاجة إلى برامج خارجية.

¹خالد عنمان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار التقايس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 26-27.

* **الموسيقية والمؤثرات الصوتية:** يتيح تيك توك للمستخدمين الوصول إلى مكتبة

بنفسه من الأغاني والمؤثرات الصوتية التي يمكن دمجها بسهولة في الفيديوهات، هذا يجعل الفيديوهات أكثر جاذبية وملائمة للترفيه.

* **الهاشتاغات والتحديات:** يمكن للمستخدمين استخدام الهاشتاغات لتطبيق فيديوهاتهم،

مما يسهل العثور عليها من قبل المستخدمين الآخرين. التحديات (challenges) هي جزء غير من ثقافة تيك توك بحيث يشترك المستخدمون في تحديات معينة مثل الرقصات أو التحديات الكوميدية.

* **الخوارزمية المقصصة:** يعتمد تيك توك على خوارزمية قوية تحلل سلوك المستخدم

وتعرض له الفيديوهات التي قد تثير اهتمامه بناء على تفاعلاته السابقة هذا يعني أن كل مستخدم يحصل على تجربة مخصصة وفريدة من نوعها.

* **البث المباشر:** يمكن للمستخدمين بث فيديو مباشر إلى متابعيهم، مما يتيح لهم

التفاعل الفوري مع جمهورهم من خلال التعليقات والهدايا الافتراضية.

* **التفاعل الاجتماعي:** يشجع تيك توك على التفاعل الاجتماعي من خلال ميزات مثل

الإعجاب بالفيديوهات، التعليقات، المشاركة، والمتابعة، هذا بخلق مجتمعا نشط ومتربعا من المستخدمين.¹

¹خالد عنمان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص 35-40.

* **الثنائيات (Duets):** تتيح ميزة الثنائيات للمستخدمين إنشاء فيديوهات بالتعاون مع

فيديوهات مستخدمين آخرين، يمكنهم الرد أو التفاعل مع فيديو موجود عن طريق تسجيل فيديو جديد يظهر بجانب الفيديو الأصلي.

* **السلامة والخصوصية:** يحتوي تيك توك على إعدادات متعددة للتحكم في

الخصوصية، مثل جعل الحساب خاصا بحيث يمكن فقط للأصدقاء المعتمدين مشاهدة

الفيديوهات، بالإضافة إلى ذلك يمكن للمستخدمين الإبلاغ عن المحتوى غير اللائق أو

المسيء، ويوفر Tik Tok أدوات للمساعدة في حماية المستخدمين من التمر والمضايقات.

كل هذه الميزات تجعل من تيك توك منصة قوية للتعبير الإبداعي والتواصل

الإجتماعي وتجذب مجموعة واسعة من المستخدمين حول العالم.

أشار¹ (ling,2020) إلى أن تطبيق تيك توك Tik Tok يحمل خصائص أخرى وهي

كالتالي:

تنوع محتوى الفيديوهات: يشير إلى محتوى الفيديوهات الخاص بالتيك توك، حيث يوفر

التطبيق الكثير من أنواع، المحتوى للمستخدمين والتي يمكن تصنيفها إلى 3 أنواع رئيسية

هي:

1-المحتوى التعليمي: هو المحتوى المتعلق بتعليم المستخدمين مهارات جديدة مثل

الرقص والطهي وغيرها من المهارات الحياتية.

¹Ling,c, (2020)), **Study aithe communication dependence of the Tik Tok**, The clines news spaper press, 18(02),p45

2-المحتوى الترفيهي: هو المحتوى الخاص بالفيديوهات القصيرة المصحوبة بالموسيقى

لأغراض الترفيه والترويج عن النفس.

3-المحتوى الترويجي: هو المحتوى الخاص بالتسويق أو الترويج لبعض المنتجات مثل

أدوات التجميل.

* **تفرد تطبيق التيك توك:** يشير مفهوم تفرد تطبيق Tik Tok إلى سماته المميزة التي لا

يضامه فيها أي تطبيقات مشابهة للفيديوهات القصيرة.

المبحث الرابع: إيجابيات وسلبيات موقع Tik Tok شبكات التواصل الاجتماعي:

1-إيجابيات شبكة التواصل الاجتماعي: لشبكات التواصل الكثير من لإيجابيات نذكر منها:

أ-تحفز على التفكير الإبداعي بأنماط وطرق مختلفة وقد يكون التواصل مع أشخاص

متقنين.

ب-تعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين.

ج-تساعد على قبول القضايا الأخلاقية.¹

د-يساعد على التعليم وذلك تبادل المعلومات مع الآخرين.

م-تساعد على تنشيط المهارات لدى المستخدم.

و- تفتح شبكات التواصل الاجتماعي أبوابا تمكن من إطلاق الإبداعات والمشاريع

والأهداف.

¹ عزيز رشيد هندي، وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الفرد والمجتمع، بحث تفسير في الخصومة بين القدماء والمجدتين، ص 10 <https://www.ocedemina.edu/296/613>

ي-تعد شبكات التواصل الإجتماعي أداة لتبادل الآراء والأفكار ومعرفة ثقافات الشعوب وتقريب المسافات بينها.¹

* سهولة انشاء محتوى احترافي: أكثر ما جذب المستخدمين لاستخدام تيك توك هي

الأدوات البسيطة التي تقدمها منصة لصناعة أفضل فيديو ترفيهي على

الإطلاق بنقرات بسيطة فهو يسهل الإبداع وإظهار المواهب، وأكبر دليل على ذلك انه حتى

الصغار في العمر قادرين على تسجيل مقاطع فيديو احترافية على Tik Tok.

* التعرف على ثقافات جديدة: نتيجة انضمام المستخدمين إلى Tik Tok من جميع

أنحاء العالم أصبح من السهل التعرف عليهم وعلى ثقافتهم أي في ذلك لغتهم ومناطقهم

ونمط حياتهم وأنواع عاداتهم وأكثر من ذلك لان التطبيق يستخدم من كل الناس عاديين

وبطلب لتسليط العدو على عادات وأماكن لم تعرفها من قبل.

* سرعة تحقيق الشهرة: في الواقع يسيطر تيك توك على الانترنت بسبب توجيهه إلى

عامة الناس والهواة، فهو عبارة عن نظام أساسي متعدد الإمكانيات حيث سنجد فيه مقاطع

فيديو مختلفة بأي شيء قد يخطر في بالك انه مساحة مفتوحة للجميع ولكل أنواع

الاهتمامات والأفكار الإبداعية إذا كنت من محبي التمثيل فستجد مجموعة كبيرة من مقاطع

الفيديو الخاص بذلك أو إذا كنت من محبي الرقص أو حتى التحديات ستجد الكثير من

مقاطع الفيديو المتعلقة بكل ذلك بسهولة ومن أهم ما يمد Tik Tok عن التطبيقات الأخرى

هو ان عامة الناس هم من ينشئون معظم المحتوى وبعد مدونة، ويصبح منشئ المحتوى

¹ عزيز رشيد هندي، المرجع السابق، ص 10.

الهواة من المشاهير بمرور وقت قصير، فيمكن الهواة تحقيق النجاح من خلال جذب الناس العاديين إلى محتوهم المضحك البسيط، وهذا ما يفتح لهم باب الشهرة إلى ما هو أكبر من منصة تيك توك.

***تقديم المحتوى الناس لكل مستخدم:** يعرف تيك توك باستخدامه خوارزمية فريدة تعتمد على التعلم الآلي، ليعرض لك موجزا لاهتماماتك يختلف عن غيرك تحت عنوان (foryou) فهم يعتمد على تقنية استخراج البيانات الضخمة والخوارزمية الذكاء الاصطناعي الموصي بها التي تدفع المعلومات الدقيقة وتوفر خدمات مخصصة للمستخدم، من خلال التركيز على ما يعجب المستخدم وما لا يعجبه، وبالتالي يستظهر المقاطع المناسبة لاهتماماتك وفي الوقت المناسب، لأنهم سيعرفون المحتوى الذي ترغب برؤية بمجرد استخدامك للمنصة.

* تقديم محتوى ترفيهي للإشتراك جميعا نميل إلى الترفيه والكوميديا والضحك في هذه الظروف القاسية، ومن منا بدأت نسخة تيك توك وسهولة انتشاره بين الناس فهو مخصص للترفيه والتسلية وتقديم المحتوى المضحك على الانترنت حيث التنقل منه النقطة المبدعون لإنشاء محتوى فريدا يجعلك تضحك من قلبك وكأنها وسيلة مجانية لتجديد وتنشيط عقول المستخدمين والحصول على جرعتهم اليومية من الدعابة.

عموما استطاع Tik Tok وبجدارة الاستحواذ على عقولنا بفضل محتواه البسيط والمضحك، الذي يجعلنا نبحت عن المراد من محتواه لا إراديا ونمكن من إظهار أفكارنا

الإبداعية ومواهبنا، التي لم تستطيع يوماً إظهارها كما يجب، من خلال تقديم فرصة للوصول إلى جمهور غير في جميع أنحاء العالم بأدوات بسيطة.¹

2- سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي موقع Tik Tok:

- أ- إدمان الجلوس عليها مما يعطل الكثير من الأعمال.
- ب- نشر الأفكار الضالة مثل العنف والمشاركة فيه.
- ج- ظهور لغة جديدة بين الشباب كاستخدام حروف اللغة العربية على شكل رموز وارقام فغابت الحاء (7) والهمزة (2) والعين (3).
- د- غياب الرقابة وعدم شعور بعض المستخدمين بالمسؤولية.
- هـ - كثرة الإشاعات والمبالغة في نقل الأحداث .
- و- تصفح هذه المواقع يؤدي إلى عزل الشباب والمراهقين عن واقعهم الأسري وعن المشاركة في الفعاليات التي يقيمها المجتمع.²
- ي- انعدام الخصوصية وهذا بدوره يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية وهدر الوقت وغيرها من الآثار السلبية.

2- مخاطر تطبيق Tik Tok :

¹فرح قدور، بعيدا عن السلبن..... هذا هم الجانب الإيجابي من التيك توك مقال متاح على الخطط <https://www.vompnter-wd.com/2022/01/tik-tok-benefits-html> تاريخ الدخول 2024/05/18 الساعة 11:14

²وفاء العجمي، أثر التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، محلية عليه الرتبة العدد 129، الجزء الثالث، جامعة الأزهر 2016، حمل من الموقع يوم 2024/06/03، على الساعة 11:49. [https://jsrep.journals.elb.eg/article-407\(9-6e9uboa265248eob872afa1783872761.p1\)](https://jsrep.journals.elb.eg/article-407(9-6e9uboa265248eob872afa1783872761.p1))

* العزلة الاجتماعية: رغم أن يدور حول التواصل الإجتماعي مع الجمهور إلا أنه في الواقع يميل مستخدموه إلى العزلة الاجتماعية لدرجة أنهم لا يستطيعون الإهتمام بالعلاقات التي يحيطون بها ويفضلون الشاشة على ذلك العلاقات.

* مضيعة للوقت والطاقة: يقضي مستخدمون ساعات طويلة على هذا التطبيق ويستزفون الكثير من الوقت والمال بلا نتيجة ورغم أن البعض قد يجني من ورائه المال ولكن ليس الكل، فهناك مخاطرة بأن المتابعين قد يحبون أو لا يحبون، وعندما لا تقدم ما يريدون فإنك لا تحصل على أي شيء في المقابل.

* العري والدعارة: رغم ان التطبيق لم يكن يقصد استخدامه بهذه الطريقة إلا أننا نساعد بعض فتيات الصغيرات يظهرن أجسادهن أثناء الرقص لإرضاء الجمهور في بعض الأحيان ويقدمن هذا تحت ضغط متابعة المعجبين ولا يريدون أن يخسرن ويخيبن ظن معجبيهن ولزيادة نسب المشاهدة.

* مصدر التحرش: نظرا أن التطبيق يسمح لك بمشاركة لجميع أنحاء العالم، فان فرص التحرش اللفظي والجسدي موجودة، وبعد النقد على الشاشة مواطبقيا ولكن قد يصادف نفس الأشخاص في الحياة وقد يمثلون تهديدا لهم مرة أخرى ليس خطأ التطبيق ولكن في من يستخدمه.

* مصدر الابتزاز: في ثقافة مثل ثقافة باكستان والهند، حيث يشبع القتل للشرف يمكن استخدام المحتويات التي تمت مشاركتها عبر هذه الأنواع من التطبيقات لابتزاز الأفراد حتى لو لم يكونوا مشتركين فيها بشكل مباشرة.

* **الترجسية:** معظم مستخدمي التطبيقات مهووسون قد تعرف صديقا من مستخدم

Tik Tok وكل ما يطلبون هو تصوير مقطع فيديو لهم أثناء قيامكم بكل تلك الأعمال المجنونة التي يعتقدون أنها تجعلهم بيدون حدس.

* **الألم الذاتي وتعذيب النفس:** مستخدمو Tik Tok تجاوزوا الآن حد إيذاء النفس،

أصبحت مقاطع الفيديو الخطرة والرقص أمام القطارات أو السيارات والتعذيب لإظهار النفس وزيادة المتابعين وما إلا ذلك.

* **الاكتئاب:** مستخدمو التيك توك إذا فشلوا في تحقيق رغبتهم في القبول ينتج عند ذلك

التوتر والضغط والاكتئاب.

* **الانتحار:** في حالة انحسار الشهرة أو النهاية المأساوية لمستخدم هذا التطبيق فقد

يؤدي إلى أفكار أو ميول انتحارية.

* **النهايات المأساوية والسجن:** قد يصل محاولة جذب الانتباه المتبعين إلى المشاهدة

الفاضة والتي تؤدي إلى قضايا مخلة بالشرف أو الدعوة إلى الفسق والأمثلة أمام أعين كل

أسرة تخفي على أبنائها من تركهم بمفردهم بدون رقابة على هذا التطبيق.¹

¹الدكتور هشام ماجد، سلبيات ومخاطر التطبيق التيك توك والتي تهدد الحياة والاخلاق والمعايير أي شاشة بوابة الأهرام أو مقال متاح على الرابط <https://gate.abran.dg.eg/news/2410934.aspx> تاريخ الدخول: 2023/05/18 على الساعة 11:52.

خلاصة الفصل:

تعتبر شبكات التواصل الإجتماعي من أهم إنجازات العصر الذي أثبتت جدارتها في عدة مجالات، لذا فقد أصبحت بمثابة الظاهرة أو الواقع الحتمي لكثير من الشركات والمؤسسات المختلفة، وذلك بسبب الدور الهام الذي تلعبه في تحسين عملية الاتصال والتواصل بينها وبين الجمهور المستخدمين لهذه الشبكات، بمعنى تحسين تسير العلاقات مع مستخدميها، وذلك من اجل تحقيق ولائهم لها ورضاهم عنها.

الفصل الثاني: ماهية الرأي العام

تمهيد

* المبحث الأول: الرأي العام.

* المبحث الثاني: أهمية الرأي العام واهم خصائصه.

* المبحث الثالث: أساليب تكوين الرأي العام واهم وظائفه.

* المبحث الرابع: أنواع الرأي العام.

* المبحث الخامس: العوامل المؤثرة في الرأي العام.

خلاصة

تمهيد:

يعد الرأي أحد دعائم البناء الديمقراطي نظرا لأهميته وضرورته في توفير الفضاءات والمنابر المثرية للحوارات والمناقشات الموصلة للصواب، كما يلعب دورا هاما في جميع نواحي الحياة التي تهم المجتمع وماله من علاقة تأثير وتأثر بوسائل الإعلام المختلفة في تشكيل الرأي العام نحو القضايا والمشكلات المختلفة التي تواجه المجتمع، وهذا يتوقع على أهميتها وسنتناول من خلال هذا الفصل: نشأة الرأي العام، فأهمية وخصائصه، ثم أساليبه ووظائفه مرورا بأهم أنواعه والعوامل المؤثرة فيه.

المبحث الأول: نشأة الرأي العام:

إن ظهور الرأي العام كظاهرة مؤثرة في المجتمعات الحديثة ليست وليدة من العصر، وإنما يرجع تاريخ الرأي العام إلى المجتمعات القديمة كظاهرة موجودة فعلا، وفيما يلي سنتناول نشأة الرأي العام عبر مراحل التاريخ المختلفة:

1-الرأي العام في الحضارة الإغريقية: عرف الإغريق مفاهيم قريبة من الرأي العام مثل

الإتفاق العام والاتجاهات السائدة، حيث قسم (أريستو) المستمعين في عصره حسب السن إلى شباب ورجال وكبار السن، وإن هؤلاء في رأيه هم الذين كانوا يكونون الرأي العام في عصره ثم قسمهم حسب الحظ أي الأصل والثروة القوة، ولم يقتصر هذا على الحضارة اليونانية بل عرفت الحضارات في مختلف العصور، فقد كان ينصب جهود الدعاة في الحضارات القديمة على إشاعة العلاقة بين الناس، وهنا جاءت سياسة إضفاء العظمة على الحكم، كما نشاهد ذلك في آثارهم وفنونهم وآدابهم، وعلى واجهة معابدهم، كما هو في حضارة معبر القديمة من لوحات وكما تمثل فئة، ومن البحث لوحظ انه في جميع العصور كان الحاكم يحاول دعم المؤيدين له والذين يتفقون معه من الناس.

2-الرأي العام في العصر المسيحي: كان عبارة عن الإتفاق العام والإجماع العام،

والتي كان يستخدمها أنصار البابا وخصومهم أنصار الإمبراطورية للتعبير عن التقاليد السائدة في الاتجاهات العامة للرأي.¹

¹ زهير عبد اللطيف عابد بالرأي العام و طرق قياسية، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع بعمان، 2014، ص14.

3-الرأي العام في الحضارة الإسلامية: ظهر الرأي العام واضحا وجليا في العصر

الإسلامي خاصة في العصر المدني من حياة الرسول-صلى الله عليه و سلم-حيث نشأة الدولة الإسلامية في صورة متكاملة، حيث أرسى ورسخ الرسول - صلى اله عليه وسلم- الحرية في هذا المجتمع مما جعل الرأي العام يؤدي وظائف بفاعلية، فردد عدو الرسول-صلى الله عليه وسلم- أصحابه رضوان الله عليهم أجمعين على حرية التعبير والرأي العام الحرفي أدق المواقف مثل غزوة بدر وغزوة الأحزاب، وكثير من الأمور التي علمهم فيها على حرية الرأي.¹

وقد سمي الرأي العام بعد عصر الرسول-صلى الله عليه وسلم-بالإجماع وعرف الأمويين الرأي العام وأسموه السياسة.

4-الرأي العام في العصر الحديث: يعتبر "مكيافيللي " أول من وجه الأنظار إلى

ضرورة الاهتمام بعيون الشعب واتجاهاته، وقد عبر (شكسبير) بلسان (هنري الرابع) عن الرأي الذي يساعد في الوصول إلى الحكم، كذلك عملت النزاعات والحروب على ظهور الرأي السائد ولم يستخدم تغيير الرأي العام إلا إبان الثورة كثمرة كفاح طويل من اجل الحرية.²

¹ احمد شريف، الرأي العام وقياسه، دار الكتب العربية للطباعة و النشر، القاهرة، 1989، ص21.

² نفس المرجع، ص21.

المبحث الثاني: أهمية الرأي العام وأهم خصائصه

1-أهمية الرأي العام حسب الموقع: وينقسم إلى:

أ-محلي: حيث يشكل أهمية في أي قضية وطنية داخل الدولة تكون لها

الأغلبية في ذلك.

ب-إقليمي: يتكون من مجموعة من الدول على سبيل المثال يبرز أهمية الرأي العام في

الجزيرة العربية حول أي موضوع أو مشكلة تتعلق بالمنطقة.

ج-دولي عالمي: فهو يسود جميع الشعوب في العالم حول القضايا التي يحتل الجدل

فيها وتسمى مصالح الشعوب أو قيمها، ويلعب دوره في القضايا المعاصرة كالقضية

الفلسطينية التي ما زلت تورق الجميع لها فيها ظلم وقهر وسلب حرية الآخرين.¹

2-أهمية الرأي في جانب العادات والتقاليد والقيم المتوارثة:

تتقبل عادة الشعوب معتقداتها المتوارثة كديهييات وقيم له تقبل الجدل أو إبداء الرأي

فيها، وللقيم والعادات تأثيرا كبيرا في تكوين الرأي العام، لأن الجمهور في كثر من الحالات

يستلهم من هذه القيم والعادات في تكوين رأيه حول القضية المطروحة للنقاش حول جانب

من هذه الجوانب الموروثة، ومن هنا تبرز أهمية الرأي العام في هذا الإتجاه، وخاصة عند

الشعوب ذات التاريخ العريق والتي تنتمي إلى موروث ثقافي واجتماعي وتحترم عاداتها

¹محمد الحوتي، الرأي العام الدعاية النفسية، دار الكلمة، صنعاء، 1998، ص 49

وتقاليدها و قيمها المتعلقة بها، وغلبا ما تكون تلك العادات والتقاليد والقيم صعبة العبير، وفي تعجب الأحيان بتغير و بتعاون العادات و التقاليد من بيئة إلى بيئة أخرى.¹

3- أهمية الرأي العام في الجانب التربوي:

تؤثر الإتجاهات السائدة في التعليم على مستقبل الرأي العام داخل الدولة لأن الفرد لا يستطيع في المرحلة الأولى ان يستخدم عقله للتمييز بين الحق والباطل، فيكبر الفرد ومعه بعض الأنماط من السلوك ومن الأفكار التي يلعب في نفسه مبلغ العقيدة، وللرأي أهمية عظمى في جانب التربية والتعليم لأنه يبني الفكر والمعرفة لدى الأطفال وحب التعليم والعلم.²

5- أهمية الرأي العام في ظل المناخ السياسي للدولة:

دائما ما تؤثر الأوضاع السياسية القائمة داخل الدولة في أهمية الرأي العام، وهذا أينما يكون على حسب النظام الموجود، فالنظام القائم على الديكتاتورية والاستبداد بالرأي وحرمان الجماهير من مناقشة المشكلات والقضايا الأساسية في المجتمع، يؤدي مع مرور الوقت إلى إنعدام التعاطف والتضامن والثقة والفهم بين الحكومة والشعب، ويحل محل ذلك الخوف والسخط والإحباط، وكذلك إلى تكوين رأي عام كامن يؤدي إلى عدم الإستقرار السياسي

¹محمد الحوتي، المرجع السابق، ص49.

²أحمد شريف، مرجع سابق، ص 50-51.

والى بروز التوتر، وقد يجرها ذلك إلى نشوب خلافات واضطرابات لا يمكن السيطرة عليها.¹

6- أهمية الرأي العام في الأنظمة القائمة على الديمقراطية:

للرأي أهمية قصوى في الأنظمة الديمقراطية لأنها متفتحة وتؤمن بحرية الرأي والرأي الآخر والثوري، لهذا يكون له أهمية وفاعلية وإيجابية كبيرة إذا يستطيع المواطن عن طريق حرية الرأي وفي جو الديمقراطية المساهمة في مناقشة القضايا العامة، والتأثير على سياسة الدولة عن طريق الانتخابات الحرة والاستفتاء المباشر، أو عن طريق الدور الذي تقوم به الأحزاب، ولقد أدركت المجتمعات عبر التاريخ، أهمية الكلمة ودورها في التأثير على الرأي العام.

7- أهمية الرأي العام في الجانب الإعلامي:

للرأي العام دوره ومهامه في الإعلام، حيث يعد الإعلام الأصل، بينما الرأي العام الفرع، فالإعلام لا يستطيع الوصول إلى الجمهور إلا عن طريق الرأي العام، لأن الإعلام مرتكز على الرأي في القضايا التي تحتاج إلى إستطلاعات إستبيانات، ملاحظات ميدانية وذلك لقياس الرأي حول هذه القضية، ثم تسليم النتائج على الإعلام بعد الدراسة الميدانية لها.²

¹ أحمد شريف، مرجع سابق، ص 51.

² عاطف عدلي عبدلي، مدخل إلى الاتصال العام، دار بيروت للنشر والتوزيع، بيروت، 1997، ص 51.

* خصائص الرأي العام:

أجريت الكثير من الدراسات والأبحاث على الرأي العام لمعرفة خصائصه وما هي العوامل والمعروف التي تتحكم فيه وتفسره بالذات أو التوجيه وجهة معينة، ويمكن القول أن الرأي العام يتميز بعدة خصائص، وإن هذه الخصائص التي يتسم بها ناتجة عن الظاهرة الأساسية وهي الجماهيرية، حيث أن الرأي العام ظاهرة جماهيرية وليست فردية، كما أنها ظاهرة عامة حول المشكلة أو الموضوع بذاته، ومنه تتمثل أهم خصائص الرأي العام في:

- 1- يظل الرأي العام ساكنا كامنا ويتحرك بصورة بطيئة، ويبقى غير قابل للإثارة لمدة طويلة من الزمن حتى تبرز قضية بالنسبة للجماعة والقضية تظهر حينها يوجد صراع أو قلق أو إحباط أو تثير الإهتمامات والمصالح الذاتية التي تظهرها أو تبرزها الحوادث.
- 2- الرأي العام شديد الحساسية بالنسبة للأحداث الهامة أي أن الرأي العام سرعان ما يتحرك للأحداث الصحيحة التي تمس حياة الأمة كلها، أو تغطي قطاعا كبيرا من المشاعر، والتي قد تحرك نسبة كبيرة من وجدان الأمة، وهو غير ثابت بل يتغير من وقت لآخر، ويتحول من موضوع إلى موضوع ومن مشكلة إلى أخرى.

- 3- تستطيع الأحداث غير العادية بكل ثقلها وما تملك من قوة أن تحرك الرأي العام من موقف إلى آخر بدرجة كبيرة، وعلى ذلك فإن الرأي العام يستطيع أن يستقر على حالة واحدة ونمط معين بشكل واضح، ما لم نساعد بالمساهمة بالأحداث وبطريق متطورة في كل أبعاده وعمقه.

- 4- يحتاج الرأي العام إلى مطابقته لرأي الأغلبية ومسايرته لها.
- 5- يصبح الرأي العام الباطن ظاهرا أو خارجيا حينما تكون قوة العامل المؤثر عظيمة.
- 6- إذا أعطي الشعب في جو من الديمقراطية والحرية فرصة التعليم والإعلام الجيد، فإن الرأي تبدو صلبا كالعود، ولا يسهل خداعه عن طريق الدعاية.¹
- 7- حينما تحل أزمة أو في الظروف الحاسمة والمحرجة، يصبح الناس أكثر حساسية لنيل رضا القائد، فهذه الظروف تجعل من الرأي العام متجها اتجاهها موحدا نحو هدف واحد يتمثل في تشجيع القائد على المعنى إلى المعركة في سبيل إحراز التغيير، وتلعب القيادة دورا أكثر أهمية من أي عامل آخر في تكوين الرأي العام في الجماعة.
- 8- كلما كان الرأي العام عليما بمجريات الأمور كان أقدر على الفهم والحكم الصحيح على الأشياء.
- 9- تستطيع التغييرات البسيطة في التقاليد والعادات والعرف والأخلاق العامة أن تهدي من ثورة الرأي العام، وقد يتعارض الرأي العام مع القانون والعرف.
- 10- يضطرب الرأي العام بمقدار ما يعلنه الإحصائيين من نتائج الاستفتاءات والدراسات الإحصائية.

¹حديدان صبرية، محاضرات في قياس الاتجاه والرأي العام، مطبوعة موجهة فعلية سنة ثالثة علم الاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، فسر علم الاجتماع، 2016/2015، ص 83-84.

11- كلما قل الإهتمام الشخصي أو الجماعي بأحداث إحدى القضايا أو المشكلات

الاجتماعية، فان الفرصة لتكوين رأي عام قوي يصعد من هذه المشكلة أو القضية تكون ضعيفة.

12- تؤثر الكوارث التي تصيب الشعوب في فترة ما في الرأي العام بدرجة أكبر مما

يفعله أي عامل آخر.

13- ليس من السهل تكوين رأي عام عالمي إذا تقادت المعايير والأخلاق العامة

للسعوب المختلفة.¹

المبحث الثالث: أساليب تكوين الرأي العام واهم وظائفه:

تحدد أساليب الرأي العام المستخدمة في وسائل الرأي العام كوسائل الاتصال

الجماهيرية من خلال الرسائل الإعلامية، وذلك من خلال تأثيرها وفعاليتها من ناحية

القضية، والحدث أو المسألة التي تتعلق بها المتمثلة في الأساليب التالية:

1- أسلوب التكرار والملاحظة: هذا الأسلوب يعتمد على التكرار الجدل والمناقشة، وهو

من أنجح الأساليب لتغير الرأي العام وتكوينه، فتكرار الوسائل الإعلامية في القنوات

الفضائية العربية لا شك فيه يعمل على التأثير في الرأي العام العربي وحشده القضية

ال فلسطينية، وهذا ما شهدناه أثناء تكرار المشاهدة المؤثرة الناتجة عن القصف الإسرائيلي

للمنازل والمدارس مثل تكرار مشاهدة مقتل محمد الدرة.

¹ حديدان صبرية، المرجع السابق، ص84.

2- أسلوب الإثارة العاطفية: يعتمد على إثارة العاطفة لدى الجماهير، فقد استخدم

(هتكر) ذلك بتركيزه على جمهور النساء فهن ذات عاطفة قوية أكبر من الرجال، فالإستفادة

لدى النساء عاطفة أكثر منها عقلية، حيث استخدم في أسلوب الدعائي للإثارة العاطفة المرأة

للتأثير على الرأي العام خاصة عاطفة الحقد أو إثارة العواطف إتجاه العوامل القومية أو

السياسية أو الدينية، كما تفعل إسرائيل في دعايتها لكسب الرأي العام العالمي نحوها بأنها

شعب الله المختار، وإنما متتهدة من قبل العرب والمسلمين، وإنما متقدمة في وسط متخلف.¹

3- أسلوب عرض الحقائق: هذا الأسلوب يطلق عليه لفظ الإعلام، حيث أنه يعتمد

أساسا على وصول الحقائق إلى عدد كبير من الناس بحيث تكون ملموسة،

لأنها في هذه الحالة تكون أقوى تأثيرا وأبقي من الأكاذيب وللتهويل والشائعات²، وهذا

الأسلوب يحترم عقلية الجمهور وحقه الديمقراطي في حكر نفسه بنفسه، والذي يساعد هذا

الأسلوب ويحقق من نجاحه هو التربية السياسية والوعي للجماهير عن طريق الشرح

والمناقشة والإقناع.

4- أسلوب تحويل الجماهير: قد يصعب في نواحي كثيرة معارضة الرأي العام السائدين

الجماهير بالنسبة لموضوع معين أو مشكلة أو قضية مثل القضية الفلسطينية، ولذلك تتبع

أجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهير في مثل هذه

¹محمد عبد الله الحوتي، مرجع سابق، ص 78-79.

²عاطف عدلي عبدلي، مرجع سابق، ص 79-80.

الأحوال أسلوب تحويل إتجاه الجماهير إلى موضوع آخر مثل أهمية الموضوع المثار أو أكثر أهمية منه، وهذا ملاحظنا على وسائل الإعلام العربية والأمريكية والإسرائيلية خاصة في تحويل الرأي العام وانتباهه إلى العراق لنسيان ما يفعله في فلسطين.

5- أسلوب البرامج الإيجابية المحددة: يدرك كثير من السياسيين مزايا البرامج المحددة

في التأثير وتغيير الرأي العام، حيث يقوم الكثير منهم إلى تقديم أنفسهم إلى الناخبين ببرامج من هذا القبيل، وكلما كانت هذه البرامج والوعود الانتخابية متسميه بالتفاؤل والإيجابية بالمستقبل يضاعف تأثيرها على الرأي العام، نظرا لأن الجماهير بطبيعة الحال تكره الروح المتشائمة لما تحمله في طياتها من سلبية وهدم.¹

*وظائف الرأي العام:

للرأي العام وظائف متعددة في جوانب كثيرة، غلبا ما تحدد بالنظام السياسي القائم في أي بلد، ففي الديمقراطية مثلا يعتبر الرأي العام قوة لها تأثيرها، ومن أهم وظائف الرأي العام ما يلي:

1- المحافظة على القيم والمعايير الأخلاقية: يساهم الرأي العام في تفاعله وممارسته

على إيجاد الحلول للمشكل المعنية والبقاء للجماعة، ويساهم في دفع وتشجيع عمليا الإبتكار والإختراع والتميز، أما في سلوكياته وخصائصه فإنه يتمتع بقوة هائلة تتصدى² لكل من يحاول المساس بقيم المجتمع ومعاييره، أي أنه قوة كبيرة تصبر حكمها كرد فعل سريع لأي

¹عاطف عدلي عبدلي، مرجع سابق، ص80.

²سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1990، ص40

سلوك يحاول انتهاك المعايير الاجتماعية أو الأخلاق أو القوانين، فالقيم عبارة عن تنظيمات لأحكام عقلية انفعالية معمقة نحو الأشخاص والمعاني وأوجه النشاط، أو إنها تعبير عن واقع الإنسان وتمثيل الأشياء التي توجه رغباتنا أو اتجاهات نحوها، أما المعايير الاجتماعية تمثل السلوك الاجتماعي النموذجي (المثالي) الذي يتكرر بقبول إجتماعية دون رفض أو إعتراض أو نقد.¹

2- المساندة الشاملة للنظام السياسي مؤسسته: أن مساندة الرأي العام للنظام

السياسي ولجميع مؤسسات المجتمع ضرورية لمزاولة أنشطتها، وبدون هذه المساندة فإنها تفقد شرعية عملها، وبالتالي تواجه بردود أفعال لا يستهان بها، إذن أن قوة الرأي العام قد تصل حد الثورة، كما تقوم بدور إحباطها إذا لم تتمكن الدولة من إقناعهم الرأي العام وتوجيهاته، ولذلك تسعى الحكومات إلى توضيح خططها وبرامجها وتوضيح دورها في الخطة التي تعين خدمة المصلحة العامة، وتسعى الحكومات بأساليب مختلفة إلى دعوة الناس إلى المشاركة والمساهمة في صنع هذه الخطط و في تنفيذها.²

3- رعاية المثال الاجتماعية ودعم الخلفية العقلية: يعمل الرأي العام على رعاية المثل

الإنسانية والقيم الاجتماعية، ويقف ضد من يحاول الخروج عنها وعما يسيء إليها أو محاولة المساس بها، ويشاركة في هذا الصدد القوة التي تضع الحق وتحققه، والعادات والتقاليد التي

¹سامية محمد جابر، مرجع سابق، ص40.

²أحمد إبراهيم الحير، مبادئ العلوم السياسية، الجامعة المفتوحة، طرابلس، 1995، ص41.

سار عليها الشعب على مر الأجيال وورثها الخلق عن السلف، والعقل الذي يحكم الشعب في فضائل السلوك ونقائصه.¹

4- إذا كان الروح المعنوية للجماعة: يعمل الرأي العام على إذا كان الروح المعنوي

للأفراد والجماعة، وتشجيعهم نحو التمسك بالقضايا العامة على أساس من الاطمئنان والحرية والديمقراطية ودفعهم إلى الشعور بالثقة في النفس اتجاه القضايا المصيرية، مثلا تعرض الدولة أو الجماعة لكارثة من الكوارث أو غزو خارجي، فالرأي العام يمنعها من الانهيار الكامل أو الاستسلام للجريمة إذا كان الرأي العام قويا ومؤدبا من الجماهير وهناك أمثلة كثيرة على ذلك مثل مقاومة الاتحاد السوفياتي ضد الغزو النازي رغم ملايين الضحايا، واستمرار ثورة ومقاومة الشعب الفلسطيني ضد العصابات الصهيونية في عام 1948م، حتى يومنا هذا رغم ما يوجهه من اضطهاد وارتفاع في الضحايا.

5- يعمل الرأي العام من اخرج الواقف: يعمل الرأي العام في أضييق الأوقات والمواقف

الحرجة التي تحدث للمؤسسات، حيث يسعى لحل الكثير من المشاكل سواء للمؤسسات أو جماعة من الجماعات ذات الاتجاه الموحد، وإيجاد الحلول المناسبة لها عن طريق النقاش.²

6- يعمل الرأي العام على تشجيع واستمرار الأنظمة الحاكمة أو المؤسسات: يساعد

الرأي العام على استمرار الأنظمة الحاكمة في حالة ارضاه التاح عن هذه الأنظمة، أما في حالة عدم رضاه عنها، فانه يعمل على محاربتها وإسقاطها، لذلك تسعى الأنظمة الحاكمة

¹محمد عبد الملك التوكل، مدخل الإعلام والرأي العام، مكتبة الانجلو المعرفة، القاهرة، 1986، ص42-45.
²نفس المرجع، ص45.

والمؤسسات بالاهتمام بالرأي العام ودراسته للوقوف على اتجاهاته والعمل على إرضائه ومساندة ودعم الأنظمة والمؤسسات.

7- الرأي العام له دورا فعال في جوانب الحياة المختلفة: أن يلاحظ الرأي العام يلعب

دورا هاما في جميع نواحي الحياة، كالجوانب التعليمية والدينية والثقافية والعادات والتقاليد والقيم الأخلاقية المتوازنة، كما يلعب دورا في انه صاحب الرأي والموقف السائد والموحد للحلول لأنه مشكلة.¹

المبحث الرابع: أنواع الرأي العام

توجد عدة طرق لتصنيف أنواع الرأي العام والتي سوف نتطرق إليها بشيء من

التفصيل هو الأهمية، وإمكانية التعرف عليه من خلال أنواع الكثيرة، من أهم هذه الأنواع:

1- على أساس طبيعة الرأي العام: ينقسم إلى:

أ- الرأي العام المسيطر: وهو رأي القائد والزعماء والحكومات والصفوة في المجتمع من

المفكرين والعلماء، حيث تتمتع هذه الفئة بقدرات واستعدادات عقلية ممتازة وسمات شخصية وفكرية ونفسية فائقة، تجعلها على مستوى عال من

الإحساس الصادق السريع لظروف الجماهير، والاستماع لمشاكلهم ورغباتهم، والقدرة على

اتخاذ القرار ووضع الحلول المناسبة، ومن ثم تحويل الحشود البشرية بعد جمعها حول رأي

عام جماعي، وتوجيهها في خط سير موحد لرأي عام، دون أن تتأثر هذه الصفوة ذاتها

بمؤثرات ذاتية أو خارجية تحيدها عن الهدف، وهم يمثلون نسبة قليلة في المجتمع، وهم

¹ أحمد بدر الرأي العام وطبيعته وتكوينه وقياسه، وكالة المطبوعات، الكويت، 1998، ص42.

الذين يقودونه ويثقفونه ويعلمونه على ارشاده وتوجيهه في جميع النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ونلاحظها إن آرائهم تعرضوا تكذب في المجتمع عبر وسائل الإعلام المختلفة لتحقيق طموحاتهم وأهدافهم هذا في الدول غير الديمقراطية، أما الدول الديمقراطية فإنه يحصل تفاعل بين الصفوة والجماهير.

ب- **الرأي العام المقاد:** وهو رأي السواد الأعظم من الناس، والذين ليس لديهم القسط الكافي من التعليم وهم فئة غير قادرة على الاطلاع والبحث ومتابعة ما يحدث من المشاكل، والقضايا العامة وربطها بالظروف الدولية بصفة خاصة، حيث يقتصر تعبيرهم عن تناول الحقائق الفعالة والتعرف على أسبابها ونتائجها دون شرح أو إيضاح من الغير، ولاسيما من قادة الرأي المحلي، ولهذا فإن هذه الخاصية خطرا من جانب المحترفين في تحليلهم وإفساد الرأي العام وهؤلاء يتأثرون بما تقوله وسائل الإعلام، وكذلك هم عرضة إلى الشائعات والدعاية يتقبلوها بسهولة¹.

ج- **الرأي العام المستفز:** وهو الرأي الطبقة المثقفة، ويمثل رأي المتعلمين والمتقنين في المجتمع، والقادرين على مقارنة وموازنة الأمور وربط الأحداث الجارية بأمر الحياة اليومية للمجتمع، وهؤلاء تأثر خاص من ليظهم من المتعلمين ومن غير المثقفين وخاصة في المناطق الريفية، ويوصفوا بقادة الرأي المحلي ويكون إثرهم تبع الانتشار التعليم، وكذلك انتشار وسائل الاتصال الجمعي مثل الصنف والإذاعة والتلفزيون، ويختلف حجمه حسب

¹سلام خطاب اسعد، الإعلام وصناعة الرأي العام، مجلة آداب الفراهيدي، العدد17، جامعة تكريت، العراق، 2013، ص 484، 485

درجة التعليم، وهو يؤثر فيما هو أدنى منه درجة في الثقافة والتعليم، ويؤثر في وسائل

الإعلام بسبب متفاوتة، مثل هذا الرأي يوجد في الدول الغربية.¹

2- حسب المجال الذي ينشر فيه داخل المجتمع: ينقسم إلى:

أ- الرأي العام الشامل: وهو الرأي الذي يتعلق بمسألة تهم المجتمع ككل، مثل الرأي في

حرية الصحافة، الرأي في تنظيم الأمور، والرأي في إنتاج الثورة الطبيعية للدولة.

ب- الرأي العام الجزئي: وهو الرأي الخاص بفئة معينة من فئات المجتمع، أو إحدى

جماعات المصالح فيه، مثل رأي عمال النظافة في تحديد أجورهم.

3- حسب طبيعة تفكير الفرد: ينقسم إلى:

أ- الرأي العام الشخصي: هو الرأي الذي يتكون لدى الفرد نتيجة لتفكير بموضوع معين

ويختلف هذا الرأي من شخص لآخر، وذلك لاختلاف زاوية رؤيته للموضوع واختلاف

المستوى الثقافي والتعليمي والغيرة لكل منهم وفيه يمن للفرد التعبير عن وجهة نظره التي

كونها بدون خوف من أحد.²

ب- الرأي العام الخاص: وهو الرأي الذي يتكون لدى الفرد، ولا يبوح به خوفاً من تعرضه

للضرر، ولكن توجد استثناءات يسمح بها الفرد برأيه الخاص منها: يبوح برأيه إلى المقربين

وأهل الثقة، رأي الفرد أثناء التصويت السري للانتخابات.³

4- هو أساس حجم وسعة انتشار الرأي العام: ينقسم إلى:

¹سلام خطاب اسعد، مرجع سابق، ص 484، ص 485.

²مختار التهامي، عاطف عبيلي العبد، الرأي العام الأردن، (د.م.ن) 2005 ص19.

³نفس المرجع ص19.

أ- رأي الأقلية: وهو رأي مجموعة صغيرة من الأفراد، وعادة ما يحسب أقل من 50% من أصوات أعضاء الجماعة أو الطائفة أو الطبقة التي يعبرون عنها، ولكن لأهمية كبيرة في جوانب الحياة السياسية والاجتماعية، بحيث لا يمكن إكفاله أو إنكاره، وقد يتحول هذا الرأي الأغلبية ولهذا تعمل الأغلبية ولهذا تعمل للأقلية الحسابات وتضع لها الاعتبار بأي وجه من أوجه.

ب- رأي الأغلبية: وهو رأي أغلبية المجتمع وهو تجميع وتكرار الرأي الشخصي لأغلبية الأفراد (الجماعة)، وعادة ما يحسب 150 من أي الأصوات، وهو معرض للتحويل إلى رأي الأقلية نتيجة الخمول واعتماده على أشخاص غير أكفاء للتعبير عنه والقيام بدوره، وقد يصبح عاما إذا تحول رأي الأقلية إلى رأي الأغلبية، وذلك في حالة إقناع الأقلية برأي الأغلبية، وقد يتكون رأي الأغلبية أحيانا بالتضليل وحذف بعض الحقائق أو الدعاية التي يقوم بها القادة أو الزعماء.

ج- الرأي السالح أو الجامع: وهو الرأي الذي يتصل إقبالا قويا يثرا الأمة من عادات وتقاليد ومعتقدات وأفكار وهذه الأشياء تؤلف ما يسمى الطابع العام، وكلما تعرض هذا الطابع العام للجدل أو المنافسة تقوم معظم جماعات المنافسة بوظيفتها داخل إطار كبير يمكن أن تسميه رأي عام جامع أو غالب في الجماعة، وتفق الجماعة من خلق الرأي¹

¹صبحي عسلي، الرأي العام، (مجلة مفاهيم الأسس العلمية للمعرفة، العدد 23)، المركز الدولي للدراسات المستقلة والاستراتيجية، (د.م.ن)، 2006، ص 26-27.

الجامع وتسانده وانتشار الرأي الساحق في المجتمع يزيد عن، 90 % وسوف يعتبر حالة اتفاق بين الجماعة ويشكل الطابع العام ويعتبر الرأي المستقر الذي يقبل النقد.¹

5-أساس مدة استمرارية وجود الرأي العام: ينقسم إلى:

أ-الرأي العام اليومي: وهو الرأي الذي يتعلق بتطور وتعاقب الأحداث اليومية أي الرأي الذي يتعلق بالحياة اليومية ورد فعل لما يحدث يومياً والذي يتأثر بما يصدر عن وسائل الإعلام والشائعات والمناقشات، ولذلك يرتبط باليومية وعادة ما يعتبر من إرشادات اجتماعية داخلية وخارجية.

ب- الرأي العام المؤقت: وهو الرأي الذي يبقى في الجماعة لمدة محدودة أو مؤقتة مثل: رأي المواطن في الوجود الأمريكي في العراق أو منطقة الخليج العربي أو أفغانستان، وهو يرتبط بحادث عرض أو مصلحة مؤقتة، أي يرتبط بحالات طارئة وتنتمي بانتهاء الحدث.

ج-الرأي العام الدائم: وهو الرأي الذي يتوقع أن يستمر ويبقى مع أفراد المجتمع لمدة طويلة، ويرتكز على العادات والتقاليد والدين، ويمتاز يتناقله من جيل إلى جيل ولا تؤثر فيه المتغيرات التي تحدث من ظروف طارئة، حيث يعتبر نتائج خبرة أفراد المجتمع، ولهذه يعتبر قوي، والمناقشة في هذا الرأي ولد المخاطر، لأنها تعتبر هجوم على الجماعة وكيانها وذاتها،

¹صبيح عسلي، مرجع سابق، ص27.

ومثال على ذلك كراهية دول العالم الثالث للاستعمار وكراهية العرب لليهود، كراهية الأمريكيين للزنج.¹

6- على أساس المحيط الذي ينتشر فيه الرأي العام: ينقسم إلى:

أ- **الرأي العام المحلي:** ويتعلق بمسألة محلية داخل إطار الدولة الواحدة وهو يختلف عن الرأي العام القومي الذي يعبر عن المجتمع القومي بوجه عام، كما يختلف عن الرأي العام العالمي المتمثل في المنظمات الدولية، ويرى الباحثون ان للمجتمع المحلي خصائص تختلف عن خصائص المجتمع القومي أهمها:

- **الانتماء:** وهي ظاهرة الشعور بالانتماء الشديد للمجتمع المحلي.

- **المصلحة المشتركة:** وهي المصالح المشتركة للمجتمع مثل التعليم.

- **الارتباط التاريخي:** تقارب العادلة والتقاليد.

- **وحدة اللغة والثقافة:** تشابه الأوضاع الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وهي تعمل

على توحيد وجهة نظر الشعوب المجاورة جغرافيا.

ب- **الرأي العام الإقليمي:** وهو يخص إقليميا معيناً، أي مجموعة من الدول المجاورة

كمنظمة من الخليج العربي مثل رأي المطاف الخليجي بحرب الخليج، أو رأي المواطن

العربي في مواقف الجامعة العربية.

¹بقباق سهيلة، قياس الجمهور والرأي العام، مطبوعة كوزعة على ستة، أولى ما يسمى سمعي بصري، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، 2018/2019، ص 22-23.

ج-الرأي العام العالمي: ويقصد به الاتجاهات التي تسيطر على أكثر من مجتمع واحد، أو التي تعكس توافق في المواقف بين أكثر من وحدة سياسية واحدة، وهي سمة من سمات المجتمع الدولي المعاصر، أو ما يسمى بالرأي العام الدولي، ويرجع الفضل في وجوده إلى التقدم الهائل في وسائل الاتصال والإعلام المتنوعة وفي سهولة المواصلات، وللرأي العام العالمي أثره البالغ في توجيه الأمم المختلفة وفي حفظ التوازن بين البلدان المصارعة، بالرغم أننا نلاحظ فشل أمريكا في احتلال العراق، ومن الأمثلة على الرأي العالمي السلاح الذري¹ أو الرأي العالمي في مذابح الفلسطينيين في مخيمي صبرا و ستيل، و في الحرب على غزة عام 2008 م.

المبحث الخامس: العوامل المؤثرة في الرأي العام.

هناك عدة عوامل تؤثر في تشكيل الرأي العام نذكر منها:

1- التراث الثقافي والتعليم: بما أن الرأي العام يعتبر ظاهرة إجتماعية مرتبطة بوجود المجتمع وما يحتويه من نظم ومؤسسات مختلفة، فإنه يتأثر بالتراث الثقافي للجماعة، والذي يؤثر بدوره في تكوين رأي الأفراد واتجاهاتهم، وكلما كان النقل الثقافي والتنشئة الإجتماعية صالحين كلما أصبحا عاملين مؤثرين في تكوين إتجاهات السوية والرأي العام السليم، وفي

¹يقباق سهيلة، مرجع سابق، ص 23

هذا العدد نشير إلى ان المدونة تبرر كأحد الأدوات الرئيسية التي تعمل على تشكيل الأفراد وآرائهم واتجاهاتهم.¹

ومن المؤكد أن تأتي المؤسسة التعليمية بعد الأسرة في ترتيب أهمية المؤسسات المؤثرة على أفكار الفرد ويعتبر التعليم المدخل الطبيعي لنجاح أي تغيير في الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية، كما تتميز الشعوب وخاصة ذات التاريخ العريق التي تنتمي إلى موروث ثقافي وإجتماعي والمتمثل في العادات والتقاليد باحترامها لذلك العادات والتقاليد والقيم وتتعلق بها، فالتقاليد والقيم السائدة أحد العوامل المؤثرة في الناس، والدافعية إلى تكوين رأي العام حول أي موضوع عندما يحدث ما يمس أو يتناقض أو يهدد بعض هذا الموروث، حيث يستلهم الفرد في كثير من الحالات منها ما يكون رأيه حول أي قصة هامة مطروحة للنقاش وتكون ضمن واقعهم المعيشي، لكن مدى انحصار الموروث الثقافي والإجتماعي يتعاون من بيئة إلى بيئة أخرى، فالفرد الذي يعيش في بيئة اجتماعية محافظة أصعب استجابة للتغيير منه في المجتمعات الأكثر تقدماً، لذلك فإن هناك بعض الجماعات تستغل تلك القيم و العادات الموجودة في تلك البيئة للتأثر على الرأي العام وتوجيهه بما يتفق مع مصالحها أو أهدافها تحقيق الأهداف سياسية واقتصادية واجتماعية.²

¹جام محمد دايش، العوامل المؤثرة في الرأي العام، (الحوار المندن، العدد 5909، 2018)، 2024/05/02. على

الساعة 17:11 <http://www.ahawer.org/debat/show.art.asp?aid=60288685=0>

²عماد الدين خواني، مرجع سابق، ص 30، 29.

2- الأسرة: تمثل الأسرة أحد القنوات الأساسية في عملية التنشئة لدى الشعوب في

مختلف المجتمعات، وأهمية دور الأسرة وتأثيرها في عملية التنشئة لا يتغير مهما كانت الكذبة التي تتم بها دراسة هذه الظاهرة سواء كان ذلك من خلال تحديد أهم القنوات التي تقوم بنقل القيم والمعلومات والإرتباطات الاجتماعية الأساسية إلى الأجيال الجديدة، أو من خلال التساؤل عن الكيفية التي ينمي الأفراد خلالها مفاهيم الذاتية، ويبدأ تأثير الأسرة في الفرد منذ طفولته، و يمتد التأثير ليشمل بقية حياة الفرد، من خلال مجموعة القيم التي ينشأ عليها في طفولته، وتؤثر القيم التي يتربى عليها الأفراد في تشكيل اتجاهاتهم وآرائهم اتجاه الموضوعات والقضايا المختلفة، وفي الأسرة يتلقى الفرد تراثه ويواجه بيئته المبكرة، ويمارس خياراته الأولى من خلال تلك الجماعة الأولية، وفي المرحلة التعليمية المبكرة يبدأ النمو العاطفي والانفعالي، ويتكون أنماط العادات وتنمو الشخصية، كما تبدأ أكثر أهمية وفاعلية في التكوين، وتصبح بمثابة موجبات للفرد خلال حياته بأسرها.¹

3- الدين: تلعب الدين أدوارا هامة في الحياة، وهي بالتأكيد تؤثر تأثيرا مباشرا على آراء

الفرد وسلوكه، ولو نظرنا إلى مجتمعنا الإسلامي نجد ان الدين يلعب دورا هاما في تنشئة الفرد والمجتمع بالإضافة إلى التأثير بثورته الثقافية الكبيرة فالرجال الدين يعملون على توعية الناس من خلال المساجد، فهم يؤثرون في آراء الناس فالدين من أهم العوامل التي تؤثر في الناس وتجعلهم يتفاعلون ويتأثرون بقضية ما، نظرا لأن الدين مقدس عند كثير من الناس وأي فعل أو شيء يؤثر أو يهدد الدين يثير الاهتمام لدى الناس، ويؤدي إلى إحداث ردود

¹جام محمد دايش، مرجع سابق، ص 29-30.

فعل اتجاه المنتمين إلى هذا الدين في أي مكان يتواجد فيه من ينتمي إليه، مثل عندما عدى¹ حاول تشارون دخول ساحة المسجد الأقصى أثار ذلك غضب الجماهير الإسلامية في العالم كله، وقد لوحظ هذا من خلال ردود الأفعال إتجاه تلك القضية.

4-الأحداث الهامة: تعتبر الأحداث الهامة التي تمر في الحياة الشعوب من العوامل

التي تؤثر على الرأي العام، كالثورات والكوارث الطبيعية والفيضات والزلازل وغيرها مثال الإكتشافات العلمية، وتؤدي الأحداث والتجارب الهامة في حياة الشعوب على تفاعل الناس حول أي موضوع يتكون حوله الرأي العام، وخاصة عندما يكون لهذا الموضوع علاقة تشابه أو ارتباط بموضوع السابق حدث في الماضي، نظرا لأن النتائج التي تبحث عن الموضوع السابق تكون ما زالت حية في عقول الناس أو في تاريخهم و بالتالي فهم يسقطوها على الحاضر، ويذكرنا التاريخ حدث هاما في أثر ذاكرة الشعب العربي، إغراق و تدمير السفينة الحربية الإسرائيلية (ايلان) بواسطة البحرية العربية فقد اعتر حديثا أزال غشاوة الهزيمة، واعطى إعلانا بانفراج ازمة الفرع التي جثمن على صدر الإنسان العربي من اثر حرب جوان 1967 م، وأعد الأمة العربية لحدث اكبر أثر في الرأي العام ورفعها في حالة الخوف والتمزق إلى حالة الثقة والكرامة هو لنعر أكتوبر 1973 ويرأينا فان الأحداث الهامة تؤثر على الرأي العام، وتدفع الناس للتفاعل حول أي موضوع يتكون حوله، وخاصة عندما تتشابه

¹إبراهيم محمود المنأوي، العوامل المؤثرة في الرأي العام، مركز الدراسات والأبحاث العلمانية في العالم العربي

<http://www.sscaw.org/or/primt.art.asp?aid=5920218ac=1> يوم 2024/05/02 على الساعة

المواضيع والأحداث الجديدة مع الأحداث الماضية أو السابقة والتي مازالت لها وجود في عقول الناس أو تاريخهم والتي تؤثر على حاضرهم ومستقبلهم.

5- القيادة: لعب القيادة دورا هاما في التأثير على الرأي العام، وذلك في بروز القائد أو

الزعيم الذي يستطيع التأثير على الجماهير وكسب ودعم من خلال إبراز الأفعال التي تؤكد قيادته، وفي الوقت الذي يؤثر فيه القائد على اتجاهات الرأي العام، فانه في الوقت نفسه يتأثر بها، وتزداد درجة تأثير القائد على اتجاهات الرأي العام عندما يكون القائد في مرحلة¹ من الثقة والتقدير العالين من الجماهير، ومن مواصفات القائد الذي يؤثر على رأي الجماهير:

أ- أن يكون موضوع ثقة عند الكثير من الناس.

ب- أن يكون القائد قدوة حسنة لغيره.

ج- القدرة على المحاوره والنقاش.

6- المصالح المشتركة: تعتبر المصالح المشتركة الاقتصادية والثقافية التي تهم الناس،

من العوامل الأساسية المؤثرة فيهم خاصة إذا ما تعرضت إلى ما يسمى ما أو يهددها فهي تؤدي إلى تكوين رأي عام حولها، والمصالح المشتركة قد تكون لفئة من فئات المجتمع في الدولة أو منطقة جغرافية في إطار الدولة أو طائفة اجتماعية أو سياسة أو ثقافة أو دينية من طوائف المجتمع في الدولة، وقد يمثل التعاطف في بعض الموضوعات إلى المنتمين إلى

¹هني الرضا ورامز عمار، الرأي العام والإعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت 1998، ص 133-134،

نفس الطائفة في دولة إلى تكوين رأي عام نحو ما يهدد نفس الطائفة في دولة أخرى تجمعها مصالح مشتركة.

7- وسائل الإعلام: في العصر الحديث تلعب وسائل الإعلام والاتصال الشخصي والجماهيري، والدعاية والإعلان دورا هاما في تكوين الرأي العام والتأثير فيه وتعبير اتجاهاته لدى الجماهير مهما كانت متباعدة جغرافيا أو غير متجانسة ديموغرافيا، وخاصة من ناحيتين.

* الناحية الأولى: التوسع الذي نشاهده الآن من وسائل الإعلام وخاصة الفضائيات والتي تزود الناس بالمعلومات والآبار السريعة.

* الناحية الأخرى: إمكانيات وسائل الإعلام ومميزاتها.

8- الأوضاع الاقتصادية القائمة في الدولة: تؤثر الأوضاع الاقتصادية والمعيشية في أي مجتمع على حركة تفاعل واهتمامات الرأي العام، وتوجهه حول أي موضوع، فالمجتمع الذي يعاني من ضيق الحياة المعيشية، لا يتفاعل مع كثير من الموضوعات التي يتصل بمعاناته بشكل مباشر، والتي قد يتكون حولها رأي عام في ظل ظروف معيشية مستقرة، نظرا إلى هناك اهتمام ورأي عام حول قضية أساسية تقتل الاهتمام الأول بالنسبة للناس.

9- الأوضاع الدولية السائدة أو القائمة: تقصد بالأوضاع الدولية هنا الأحوال السياسية والاقتصادية والإعلامية والثقافية، السائدة في المجتمع وخاصة في الدول الكبرى التي تتحكم وتؤثر على بعض القضايا في العالم أو الدول الأخرى حول العالم الثالث أو النامية وما يدل

على ذلك ما تقوم به أمريكا بالضغط على الشعوب والدول لغرض تأييدها أو كسب تأييدها أو التعاون معها، وخاصة في الوضع الحالي الذي تسميه أمريكا بالحرب على الإرهاب بالتحديد بعد أحداث 11 سبتمبر 2001، وتدمير مركز التجارة.¹ العالمي في نيويورك، وهذا ناتج عن قوة أمريكا الاقتصادية والسياسية والثقافية والعسكرية وضعف الجانب الآخر في شؤون الدول النامية والضعيفة، فهي تتدخل في شؤون الدول الأخرى، مثل: القضية الفلسطينية والعراق، أفغانستان، فقد قامت بتغييرات هامة في الدول بالقوة بأهمية موالية التنقيد تعليماتها ومعالجها وكيف أنها استطاعت ذلك من خلال نصية الرأي العام العالمي في مدة قصيرة للحرب على أفغانستان، وقد سعت الهيئة نفس الرأي العالمي لضرب العراق وإحتلاله، من منطلق أن العراق يحتوي أو يملك أسلحة دمار شامل بل وصلتها القوة والهيمنة إلى طلب إستجواب العلماء العراقيين أثناء عملية التفتيش خارج العراق في أمريكا أو بريطانيا وان تتم عمليات التفتيش بطائرات التجسس الأمريكية، كما طالب بنفي الرئيس العراقي ونظامه، وفي النهاية احتلت العراقية من الأنظمة العربية الموالية لها ودول العالم الثالث الخاضعة لسياستها وضغوطها الاقتصادية والثقافية والسياسية.²

¹ هني الرضا ورامز عمار، مرجع سابق، ص 134-135.

² هني الرضا ورامز عمار، مرجع سابق، ص 135.

خلاصة الفصل:

يتبلور الرأي العام نتيجة لحراك التفاعل بين الأفراد أي لا يمكن القول أن هناك رأي عام إلا بوجود قضية معينة أو موقف معين لهذا أصبح للرأي العام أهمية بالغة في عالمنا المعاصر وركن أساسي الذي يقوم عليه المجتمعات ومنه فنشأة الرأي العام اختلفت من حقبة زمنية لأخرى بسبب اختلاف القضايا واهتمامات الأفراد وكذا الوسائل المستخدمة في كل فترة زمنية عاشها الأفراد.

وتتمثل أهمية الرأي العام في أنها متعددة حسب الموقع، الجانب الذاتي والجانب التربوي، كما تعددت خصائصها فمثلا يظل الرأي العام ساكنا فترة طويلة حتى تبرز ما يتحرك ويعتبر شديد الحساسية، أما أساليب تكوينية تمثلت في أسلوب التكرار والملاحظة والإثارة العاطفية وعرض الحقائق كما أن للرأي العام جملة من الوظائف كالمحافظة على القيم والمعايير الأخلاقية إنكاء الروح المعنوية، أما أنواعه فاختلفت تبعا لطبيعة فمن لا يوجد رأي عام مسيطر، رأي عام مقاد ورأي عام شخصي وخاص، ومن أهم العوامل المؤثرة في الرأي العام نذكر منها: الأسرة، المدرسة والدين.

الفصل الثالث: القضايا الاجتماعية وعلاقتها بوسائل الإعلام والاتصال

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم القضايا الاجتماعية.

المبحث الثاني: تصنيف القضايا الاجتماعية.

المبحث الثالث: الإعلام الجديد والقضايا الاجتماعية.

المبحث الرابع: دور وسائل الإعلام في معالجة القضايا الاجتماعية

خلاصة الفصل

تمهيد:

تعتبر القضايا الاجتماعية من المواضيع المهمة التي ازداد الاهتمام بها، خصوصا من قبل وسائل الإعلام، حيث أصبحت هناك قنوات تلفزيونية خصصت مساحة لا بأس بها لمعالجة العديد من القضايا سواء كانت قضايا اجتماعية، اقتصادية، سياسية، ثقافية، من خلال عرضها لبرامج تلفزيونية تنقل مشاكل ومعاناة المجتمع للخوض فيها ومحاولة معالجتها عن طريق الحوار والمناقشة.

وسنتناول من خلال هذا الفصل الاجتماعية في وسائل الإعلام والاتصال من خلال التطرق إلى مفهومها وخصائصها، وتصنيفاتها إضافة إلى التطرق لوسائل الإعلام والاتصال ومعالجة القضايا الاجتماعية.

المبحث الأول: مفهوم القضايا الاجتماعية

هي تلك القضايا الناتجة عن السلوك الفرد داخل المجتمع، كما أنها مجموعة الأحداث والحالات الجزئية المحتملة والمتعددة داخل المجتمع ويكون الفرد جزءا منها بمختلف فئاته.¹ وتقصد بها أيضا المشاكل المعقدة التي يواجهها المجتمع والتي قد يكون هناك توافق في الآراء حول أسبابها وحلولها وقد تكون مثيرة للجدل.

1-1- خصائص القضايا الاجتماعية:

تتميز القضية أو المشكلة الاجتماعية بجملة من الخصائص والسمات نذكر منها

ما يلي:

* تمتاز المشكلة الاجتماعية بانها مدركة ومحسوسة، وكلما زاد إدراك الناس للمشكلة كلما أدى إلى زيادة وضوح المشكلة.

* لا تتوقف المشكلة الاجتماعية عند حد الرفض الذهني، أينما نشكل نوعا من التحضير لتحريك السلوك المعتاد واتخاذ المواقف لمواجهتها وإزالة أثارها السلبية.

* تمتاز المشكلة الاجتماعية، بعدم الثبات على وتيرة واحدة من حيث قدرتها على التأثير مثال: متطور جيل الآباء يختلف عن الأبناء من حيث المعايير التي يراها بانها مشكلة في حين الأبناء يراها العكس.

¹سيف الدين مكدود، المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في الصحافة الجزائرية، مذكرة "ماستر" جامعة محمد بوضياف - المسيلة، 2015 ص6.

* تمتاز المشكلة الاجتماعية بخاصة النسبة، وترجع هذه الخاصية لاختلاف المجتمعات

الإنسانية وفرادها وجماعاتها في تحديد مفهوم المشكلة.

* تخضع المشكلة الاجتماعية في حجمها وتنوعها وتأثيرها للظروف التي يخضع لها

المجتمع، فكلما زاد حجم الكثافة السكانية في المجتمع زاد تعقيد بنائها، كلما أدى إلى زيادة

المشكلات الاجتماعية وتنوع في أسبابها ومصادرها وزيادة في أشكالها وأنواعها.

* تظهر المشكلة الاجتماعية في منشأ يعكس الاضطراب الاجتماعي والشخصي وتكون

نتيجة لتمزق تسمح العلاقات الاجتماعية أو تاج سلبية تصدعات تحصل داخل المجتمع.

* تمتاز المشكلة الاجتماعية بأنها تظهر بسبب التغيرات الحاصلة في الحياة الاجتماعية

أو في المؤسسات الاجتماعية.

المبحث الثاني: تصنيف القضايا الاجتماعية:

صنف "ازكر" المشكلات الاجتماعية المتكررة التي تواجه أي مجتمع إلى ثلاث

مجموعات أساسية، تتعلق كل منها بنمط مختلف من أنماط التكيف مع الحياة الاجتماعية،

وتتمثل هذه التصنيفات في التالي:

* **المجموعة الأولى:** من المشكلات المتكررة التي تواجه المجتمع هي مشكلات الناجمة

عن التكيف مع البيئة الخارجية الطبيعية والإنسانية في السواء.

* **المجموعة الثانية:** من المشكلات التي تتعلق بإشباع الاحتياجات الإنسانية الفردية

لأعضاء المجتمع.

* المجموعة الثالثة: من المشكلات التي يتحكم على كل مجتمع مواجهتها والعمل على

حلها، هي مشكلات الوحدات الأساسية للتنظيم الاجتماعي كما يصنف "العادلي" المشكلات الاجتماعية إلى أربع مجموعات:

(أ) مشكلات أساسية: ترتبط بعدم كفاية الخدمات المتوفرة في المجتمع لإشباع حاجات

الأفراد مثل: نقص المدارس، والمستشفيات عن الحاجة الفعلية للمجتمع.

(ب) مشكلات تمريضية: مثل السلوك الإجرامي كالسرقة والقتل والتوسل والتشرد.

(ج) مشكلات مجتمعية: وترتبط بسوء العلاقات بين الجماعات المختلفة في المجتمع

وعدم اهتمام المواطنين لمشكلتهم وتركها للظروف.

(د) مشكلات تنظيمية: بتركيز الخدمات على مناطق معينة دون أخرى، فتصبح المشكلة

بسبب عدم العدالة في التوزيع للخدمات.¹

المبحث الثالث: الإعلام الجديد والقضايا الاجتماعية.

1- القضايا الاجتماعية:

* قضايا سياسية:

* الفساد السياسي: يشكل الفساد السياسي قمة الهرم ما بين أنماط الفساد الأخرى وهو

الأخطر في موضوع الفساد دول يمكن الفعل التام بين أنماطها لعملها بشكل متداخل في

تأثيرها الغبار على الجميع والدولة وان الفساد السياسي هو المرادف للقوة التعسفية، أي

¹ غيث محمد عاصف وآخرون، مجالات علم الاجتماع المعاصر، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1997، ص 71-72.

بمعنى استعمال القوة لتحقيق غرض غير الغرض والصفة المميزة الذي على أساسه تم منح هذه القوة، والصفة المميزة لهذا ممارسة السلطة الوسيمة تحد ستار المشروعة القانونية أن النظام بالمشروعية والتطابق مع القانون، إلا أن العرض من هذه الممارسة ليس هو تحقيق ما تنص عليه القوانين وإنما لتحقيق المصلحة الخاصة للقائم بهذه الممارسة.

أ-فساد القمة: بعد ها الفساد الأجر بالدراسة بين صور الفساد السياسي على حد توصيف الأستاذ جلال عبد الله، فهي تشكل المركز الأساسي لفساد المستويات الأخرى الدنيا وتجعل أثارها خطر أنواع الفساد، ان الفساد يعبر عن علاقات وروابط شخصية في شبكة غير رسمية تدوم على العلاقات الراسمة، فإذا كانت السنة الأساسية قد حل بها الفساد فإنها لا محاولة قد تحولت من كتلة صلبة إلى كتلة هشة تنهار في أي لحظة وينهار البناء معها مخلفا ركاما.¹

ب-فساد الهيئات التشريعية والتنفيذية: يكشف لنا العنوان الصورة الثانية من صورة الفساد السياسي لتتويبه على ما يذكر فعلها وممارستها الفاسدة من بضمن على مجتمعاتها، باستقلال القيود ومميزاتها الحصانة البرلمانية لمباشرة أنشطة غير مشروعة، وإذا وصل الفساد إلى البرلمان يكون من السهل انه يوجد أيضا على مستوى الوزارة والأحزاب السياسية.

ج-شراء الأصوات تزوير الانتخابات وفساد الأحزاب السياسية: قد يكون حصيلة الدعم المالي لهذه القوى السياسية أن تتبدل المواقف نتيجة لفساد النميم، فالحرب المعارض في بلد

¹ عماد داود، الفساد والإصلاح، منشورات اتحاد الكتاب العرب، بسوريا، 2003، ص 88،96،101.

ما قد يتحول صراعه مع الحزب الحاكم إلى ونام تقتضيه المصالح الشخصية، وللإتباع المعارضة مقابل ثمن هم عبارة صفات ووساطات وتخليص الأعمال.

* قضايا اجتماعية:

- البطالة: البطالة ظاهرة عالمية لا يخلو منها أي مجتمع سواء ان كان مستفيد أو ناميا، وتظاهر بنسبة مقبولة لا تتعدى الذهاب في أي مجتمع، ولكنها تتحول إلى مشكلة عنه ما تتجاوز هذه النسبة إذا كانت هناك إلى أنواع كثيرة للبطالة يعرف بعضها بالبطالة الموسمية فان يعرف بالبطالة الإجبارية والمفتوحة هو ذلك النوع الذي يشمل معظم حالات التعطل والبطالة، وهو أيضا الذي يجذب الانتباه عندما يشار موضوع البطالة لما يثيره من مشكل المتضررة وتحدد البطالة الاختيارية في مجموعة الأفراد الذين رغم قدرتهم ورغبتهم في العمل و سعيهم عليه يظلون بدون عمل.

ورغم الصعوبات التي تواجه دراسة البطالة المفتوحة وتقدير حجمها على الأقل، فقد يصادفنا اختلاف في الأرقام تبعا لمصدر الذي نرجع إليه، أو حسب الغرض من هذا المصدر، ويمثل البعض إلى تعريف أو إسم البطالة يشكل كافة الموجودين خارج سوق العمل الرسمي، ولذلك يعتبرون كل من يعمل خارج العمل هذه الأسوار الرسمية في حالة بطالة كانوا كان يعمل بالقطاع غير رسمي.¹

* قضايا اقتصادية:

¹ كعباش رابحسيبولوجيا التنمية، مخبر علم الاجتماع الاتصال للبحث، جامعة قسنطينة، 2007، ص 29، 30، 34.

- التنمية: يمكن اعتبار التنمية على أنها عملية تحرر شاملة، سياسية، اقتصادية واجتماعية وان مراميها وأهدافها يسعى تحقيقها دون إدارة سياسية واعية وأنها عملية تحول اجتماعي سياسي واقتصادي وثقافي معا. تمثل نهوضا حضريا، وليس مجرد تقييم اقتصادي يتمثل في مجرد ارتفاع متوسط دخل الفرد دون النظر إلى النواحي الأخرى من عملية التنمية خصوصا ما يتعلق بها من توزيع الدخل والإيفاء بالحاجيات الضرورية للسكان، كما لا بد ان تكون كما يرى "رمزي زكي" مستقلة معتمدة على الذات منجمة للداخل، مشبعة للحاجات الأساسية منضمة لقدر من المشاركة الشعبية، تنمية لا تعتمد على آليات السوق التي عجزت عن توفر التوزيع العادل، تنمية اقتصادية واجتماعية وسياسية في وقت واحد، ويجب الابتعاد عن الجوانب التقليدية وطريقة المحاكاة، ويجب أن تنظر إلى التنمية على أنها نتاج تجربة داخلية لا يمكن تقليدها واستيرادها من الآخرين لأنها ببساطة عملية مجتمعية مركزية يتم تخطيطها عن وعي وتفتح بالجهد والإبداع الذاتي منها الفكري والتطبيقي والمادي قضية الانطلاق في عملية التنمية تبدأ بالرأس المال البشري.¹

* قضايا رياضية:

- العنف في الملاعب الرياضية: تتكرر حوادث العنف والشغب في الملاعب الرياضية وثقافتهم مظاهرها السلوكية المنظمة وشعب خطورة أثارهم على الحركة الرياضية في المجتمع إنما ترجع إلى عدة عوامل وقوى موضوعة وذاتية بعضها يمكن في الأجواء الرياضية والتربوية التي يعيشها الرياضيون وجماهيرهم وبعض الآخر يمكن في طبيعة البيئة

¹كعباش رابع سيبيولوجيا التنمية، مخبر علم الاجتماع الاتصال للبحث جامعة قسنطينة، 2007، ص 29، 30، 34.

الاجتماعية والوسط الحضاري والاجتماعي الذي ينتمي اليه الرياضيون وجماهيرهم ويتفاعلون معه ولظواهر العنف والشعب أسبابها واثارها وطرق علاجها على جهاز الوقاية منها، وقد حان الوقت لدراستها في تنفيذ المتعب والساحات الرياضية من تزوير الصف والعدوان والشعب وتنفذ المجتمع من القلق وهنا تصبح الرياضة أداة تفاهم ومحبة وانسجام وإذا ما أصبحت الرياضة تتمتع بهذه المواصفات الإيجابية ذات الأبعاد التربوية الإنسانية فإنها قد تكون مصدرا من مصادر التعاون و الوحدة في المجتمع.

إن العدوان الذي يفتح في الملاعب الرياضية والذي بأحد صورة أو عنف أو شغب أو كلامها لا يرجع فقط لخسارة أحد الفريقين في اللعبة على يرجع إلى عوامل عدائية معقدة دفيئة تؤثر في سلوك وتفاعلات الفريقين، وهذه العوامل أهمية تاريخية يضعها الجماهير في الحساب أثناء المباراة لاسيما إذا كانت بين فرق تختلف بعضها عن بعض في الانحدارات الاجتماعية والطبقية والقومية والطائفية.¹

2-وظائف الإعلام الجديد في المجتمع:

قد ولد تطور الحاجات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية للمجتمعات المختلفة وظائف للإعلام الجديد منها:

أ- تجاوز قيود العزلة: حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيدا عن الاتصال بالآخرين الواقع الحقيقي وتجاوز قيود العزلة هذه يتهم بالاتصال بالآخرين من

¹احسان الحسن، علم الاجتماع الرياضي، ط1 دار وائل للنمر الأردن، 2005، ص 249، 252.

خلال الحاسوب أو الشبكات في إطار واقع وهمي أو افتراضي يسرع أطراف الاتصال، حيث لا يتم الاتصال وجه لوجه ولكن من خلال المحادثات والحوارات والبريد الإلكتروني.

ب- سهولة الاتصال بالمواقع الإخبارية وفورية الإعلام: حيث تتوفر الأنظمة المواقع

الإعلامية التي تدعم الوظائف الإخبارية وتسهر المواقع والأحداث التي تتم في بقاع العالم.

ج- أسهم الإعلام الجديد في تحقيق وظيفة التسلية والتربية: مع انتشار برامج

المسابقات والألعاب مع مواقع شبكة الانترنت أو في البرامج الرقمية التي تعد لهذا الغرض وتمس فئات عمرية عديدة.

د- الوظيفة التعليمية: تعمل وسائل الاتصال الجماهيري وبدور كبير ومهم في تعليم

الأفراد

عن طريق نشر المعرفة على نحو يعزز النمو الثقافي وتكوين الشخصية والمتحدثات

المهارات والقدرات.

هـ - الوظيفة التسويقية: الإعلان والترويج وهي وظيفة مهمة للبائع والمنتج، بحيث

أصبح الإعلان من بين الوظائف الأساسية للاتصال في المجتمعات المعاصرة.¹

و- الوظيفة السياسية للإعلام: بعد تطور الإعلام جزا من تطور الحياة السياسية بشكل

عام، فلا يمكن للمجتمعات السياسية المعاصرة البقاء من دون انتشار واسع واتصالات

سريعة يوفرها الإعلام، فوال الاعم الجديدة بدأت تؤدي دورا مهما في بث التوجيهات والقيم

¹بورزاف امال، طافر امينة، واقع الاتصال الشخصي داخل الاسرة و ضوء استخدامات قنوات الإعلام الجديدة، مذكرة ماستر في الإعلام و الاتصال، جامعة جيجل، 2017/2018، ص50.

الفصل الثالث: القضايا الاجتماعية وعلاقتها بوسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية

السياسية الحديثة إلى الأمم بتقديمها معلومات دقيقة وفورية عن الأحداث السياسية في العالم، وهذا ما يجعل وسائل الإعلام الحديثة أداة فورية تسهم في تشكيل المعتقدات السياسية وتوحيد الرأي العام.

ز- الوظيفة الثقافية: تكمن أهمية هذه الوظيفة بتعريفها للمنتج الثقافي وتثبيت الذاكرة الجماعية والصورية والربط بين الموروث الثقافي والإبداعات الحديثة لبناء المستقبل وتطوير الطموحات لتحقيق النسخ الاجتماعي المتميز.

ي- الترابط: تعمل وسائل الاتصال الجماهير على تحقيق الترابط بين استجابات المجتمع إزاء قضية ما وموحياتي تكوين رأي عام ومن المهم أن يكون على قدر من الترابط اتجاه قضاياها الأساسية.

ن- وظيفة الخدمات: وتتمثل في النشرات الجوية بأحوال الطقس وفي نشر مواقيت وقت الأذان، وفي الاستثمارات الطبية والشرعية والقانونية والاجتماعية.¹

المبحث الرابع: دور وسائل الإعلام في معالجة القضايا الاجتماعية:

إن الإجابة التقليدية عن وظائف الإعلام في المجتمع هي الأخبار، التنقيف، الترويج والإعلان ولكن هذه الإجابة تقليدية وإن عبرت عن المظهر، إلا أن الجوهر أكثر عمقا وفاعلية، ولقد أولى أساتذة الاتصال أهمية كبرى للدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في

¹بورزاف امال، المرجع السابق، ص 50.

المجتمع، فاعتبر بعضهم الاتصال نسيجا للمجتمع الإنساني برمته، وكلما ندوق الإعلام بين شرايين هذا النسيج كلما زادت فاعلية المجتمع وقدرته على التنمية.¹

يعد الإعلام رسالة حضارية تحمل مضامين متنوعة هدفها مخاطبة الإنسان ودعوته لتعديل سلوكه والارتقاء به عبر وسائل الاتصال المختلفة، كما انه أداة خطيرة وأثرها لا يكاد يخفي ولا يذكر، ولذا هاته الوسائل لم تكن وليدة عصر من العصور بل استخدمت تقريبا منذ كان الإنسان باختلاف في الوسائل فقط لا في أصل الاستخدام، وإذ تساءلنا عن دور الإعلام في المجتمع وما يستطيع أن يسهر به بنا المجتمع وتطويره فان الإجابة اكبر من أن يحتويها عبارة محددة، ذلك لان كل مجتمع إنساني يقوم أساسا على الاتصال بين أفرادهِ وجماعته وكل اتصال بين البشر يحمل في ثناياه ضربا أو ضروريا من الإعلام.

إن ما يستطيع أن يحصل عليه المواطن في مجالات الإعلام المختلفة هو ما يستطيع أن يحصل عليه أو استطاع أن يتصل بغيره من البشر، فيعلم ما لديه من الأخبار والمعلومات ويطلع على ما قد اكتسبوا من التجارب والخبرات وما حققوا من الإنجازات، ومنه ينصح الدور الكبير والخطير الذي يستطيع أن يسهم به في تطوير المجتمع يشتمل فئاته وقطاعاته وحل مشكلاته، فوسائل الإعلام المختلفة تطلعنا بأحداث جديدة كل يوم، تحمل في طياتها صرخات وانين وشعور يعدم الارتياح والأحزان والقلق والحيرة والاحتلال في العلاقات والتفاعلات بين الأطراف لبعضهم البعض، وبين الأفراد والجماعات وبين الجماعات

¹ محمد سيد محمد، الإعلام والتنمية، ط 4 القاهرة: دار الفكر العربي، (1988)، ص323، 324.

والتنظيمات الاجتماعية لتعبر عن أوضاع اجتماعية ليس سليمة أو صحيحة، ومن ثم فإننا نستشعر بوجود قضايا ومشكلات اجتماعية تؤثر على حياتنا وحياة معظم فئات المجتمع.

يطرح مدخل الإعلام والمشكلات تقضية هامة تتمثل في أي تناول الإعلام للمشكلات يرتبط بمسألة التغيير، ذلك أن إظهار وسائل الإعلام لمشكلة معينة يمكن أن يجعل الناس تهتم و تتطلع إلى تعبير الأوضاع التي تسبب في المشكلة كما يحمل رسائل تستير إلى وجود بعض السلبيات والاحقاقات التي تتطلب وضع سياسة أو تعديلها أو اتخاذ إجراء معين لحل المشكلة و إزالة أسبابها، فالقضايا الاجتماعية ذات طبيعة حيليه وطالما وجد الاختلاف بين مصالح الناس ستظل أكثر إثارة للجدل وتعارض وجهات النظر اتجاهها، ولان الإعلام بوسائله يستطيع أن يثرى هذا الجدل والنقاش عن طريق عرض أكثر من وجهة نظر وأكثر من رأي اتجاه مشكلة ما، فانه يعد عنصرا هاما من عناصر معرفة الناس بالمشكلة وإدراك جوانبها المختلفة، من ثم الاختيار بين البدائل المطروحة في حل هذه المشكلة كما يتفق مع المصالحة العامة للجماعة.¹

لذلك فان ربط الناس بقضايا مجتمعهم ربطا حقيقيا وصادقا وخلف ما يسمى بالوعي في المجتمع أو الإحاطة الصادقة بما يدور فيه من الوظائف الأساسية للاتصال الجماهيري ومن ثم يتمثل العرض الصحيح والموضوعي للقضايا الاجتماعية في الإمداد بالآراء ووجهات النظر التي ترجع القضايا لأسبابها الحقيقية، والتي تزود الملتقى بالمعلومات والبيانات

¹ طارق سيد احمد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع (دب: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 2004)، ص 280-281.

والحقائق عن حجم القضية وتطويرها وأثارها مع عدم التكبير أو التصغير أو التهوين منها،
و يتصل بذلك الأمر إظهار بعض القضايا على أنها ذات طبيعة عامة لا بمجرد اعتبارها
فردية أو جزئية فنية، كما عن الإعلام يحتل مكانة لا تصارع في التأثير وبإتلاف جنبا إلى
جنب مع المؤسسة الأسرية، التعليمية، التربوية والاقتصادية، السياسية والترويجية وما إلى
ذلك من مؤسسات المجتمع المدني في تأثيره على الفرد والجماعة فحين، وإنما تجاوز ذلك
ليعد و اكبر منها هيمه على مقدرات المجتمع و تكويناته، فدور الإعلام في العصر الحديث
يعتبر ظاهرة اجتماعية تؤثر وتتأثر بالإطار الاجتماعي، الثقافي، والمعرفي، بمعنى الأعم
نظام متكامل يرتبط ارتباط وثيق بأهداف المجتمع ومشكلاته وقضاياها فيمكنه تحجم تلك
القضايا عن طريق إرشاد وتوجيه الرأي العام لأنسب الحلول لمواجهتها.

كما أن تلك القضايا والمشكلات يمكنها إذا أهملت أن تؤثر على فعالية الإعلام والثقافة
ووظائفها الاجتماعية المحتلة، ولعل أهم الأدوار الوظيفية للإعلام هي المشاركة والتفاعل
والتأثير الاجتماعي والتحقيق والترفيه الواعي، وإثارة الرأي العام للمشكلات المختلفة، هذا إلى
الجانبا أدوار التعويض الفكري الواعي، تأكيد القيم والمفاهيم الاجتماعي، وقد يقدم أهم
الحلول المقترحة فيما بعد لحلها أو لحصرها، فمهمة الإعلام الأساسية تنحصر أولا في طرح
المشكلات والقضايا الأساسية على أي العام لتوجيهه وإرشاده لخطورتها.¹

¹ نسمة احمد أبطريق، الإعلام والمجتمع في عصر العولمة. دراسة في المدخل، الاجتماعي لمعز: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2004، ص43.

الفصل الثالث: القضايا الإجتماعية وعلاقتها بوسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية

تعددت الوقائع والقضايا التي تناولتها وسائل الإعلام المختلفة عامة والتلفزيون خاصة وقدمت في هذا السياق العديد من الآراء والأفكار لمعالجة وتناول أبعاد الظواهر بصورة أكثر شمولية ومعالجة وتقديم وسائل الإعلام المختلفة، وغدا من الضروري رؤية هذه الظواهر بصورة أكثر شمولية وأكثر تحررا من القواعد والقوالب المنهجية التي تعد قادرة على احتواء الظواهر والمشكلات الحقيقية التي تجمد عن وسائل الإعلام المترادفة مع الانفجار الهائل في ثورة المعلومات التي يشهدها عصرنا الراهن، وغدا لزاما رؤية هذه المشكل بصورة شاملة ومكثفة ومحددة وتقديم الحلول المستبعدة بسرعة دون إبطاء.¹

خلاصة الفصل:

¹ سامي الحلواني، الإعلام وقضايا المجتمع، (سلسلة العلوم الاجتماعية، مكتبة الأسرة)، 2006، ص13.

الفصل الثالث: القضايا الاجتماعية وعلاقتها بوسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية

نستخلص من خلال ما تناولناه في هذا الفصل بان القضايا الاجتماعية من المواضيع الجد مهمة، والتي تحتاج للطرح والمناقشة وذلك من خلال تخصيص مساحات شاسعة لمناقشتها عبر وسائل الإعلام والاتصال والتي بدورها تعمل على نقل مشاكل ومعاناة المجتمع.

الإطار التطبيقي
للدراسة

الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد

1- مجالات لدراسة.

2- التحليلات المنهجية.

3- الاستنتاجات العامة.

خلاصة

تمهيد :

سنتناول في هذا الفصل الإطار الميداني للدراسة، حيث سنقوم فيه بتدوين بيانات استمارة الإستبيان التي جمعناها ميدانياً، بعد توزيع الإستمارة على عينة قوامها (100) مفردة، ثم نقوم بعرض النتائج التي توصلنا إليها في جداول إحصائية، وتحليلها وتفسيرها، وسنقوم بمناقشة النتائج في ضوء أهداف الدراسة .

1- مجالات الدراسة:

ويتمثل فيما يلي:

(أ) **الحدود المكانية:** لقد تم اختيار جامعة تامدة بتيزي وزو كمدال مكاني للدراسة، لان ذلك ينتج فرصة التواجد في مجتمع البحث والالتقاء بالمبعوثين طول فترة الدراسة، حيث وزعت استمارة استبيان على جمع مستويات طلبة إعلام واتصال .

(ب) **الحدود الزمنية:** كما تم إجراء الدراسة الميدانية من اختيارات الفصل الثاني في الفترة من الثلاثاء 21 ماي 2024 إلى الأحد 26 ماي 2024 من الساعة 00:12 إلى غاية 00:13 الساعة للعام الدراسي 2023/2024 .

(ج) **الحدود البشرية:** تم إجراء الدراسة على بعض طلبة الإعلام والاتصال بجامعة تامدة لولاية تيزي وزو، حيث كان عددهم 100 مفردة وزعت عليهم 100 استمارة استبيان .

2- التحليلات المنهجية:

-التحليل الكمي والكيفي للجداول

أ-التحليل الكمي والكيفي للجداول البسيطة:

الجدول رقم (1): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

| النسبة المئوية | عدد التكرارات | الإجابة الجنس |
|----------------|---------------|------------------|
| 35% | 35 | ذكر |
| 65% | 65 | أنثى |
| 100% | 100 | المجموع |

الشكل رقم (1): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

يتضح من خلال هذا الجدول أن توزيع أفراد العينة كان بنسبة 65% إناث، وكان عدد

الذكور بنسبة 35%، ومن هنا يتضح لنا أن عدد الإناث أكثر من عدد الذكور، وقد كان

توزيعنا لإستمارة الإستبيان عشوائيا على مستوى قسم علوم الإعلام والاتصال.

الجدول رقم(2): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

| النسبة المئوية | عدد التكرارات | الإجابة السن |
|----------------|---------------|----------------------|
| 18% | 18 | من 18 سنة إلى 24 سنة |
| 59% | 59 | من 21 سنة إلى 24 سنة |
| 23% | 23 | من 24 سنة فأكثر |
| 100% | 100 | المجموع |

الشكل رقم (2): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:

يتضح من خلال الجدول أن أفراد العينة الدراسة بين السن 21 سنة إلى أقل من 24 سنة يشكلون النسبة الغالبة، 59%، ثم يليه الذين أعمارهم من 24 سنة فأكثر بنسبة 23%، أما فئة السن من 18 سنة إلى 21 سنة قدرت بـ 18%، ونلاحظ هنا أن الذين يستعملون موقع Tik Tok تتراوح أعمارهم بين 21 سنة إلى أقل من 24 سنة وكذلك لإستدعى أن هذه الفئة العمرية توجت بكثرة، نظرا لتوزيعنا الإستبيان في قسم علوم الإعلام والإتصال على الطلبة الذين تتراوح أعمارهم في الغالب في تلك الفئة .

الجدول رقم (3): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص

| النسبة المئوية | عدد التكرارات | الإجابة | التخصص |
|----------------|---------------|---------|---------------|
| 19% | 19 | | إعلام |
| 22% | 22 | | إتصال |
| 27% | 27 | | إتصال جماهيري |
| 16% | 16 | | سمعي بصري |
| 16% | 16 | | إتصال تنظيمي |
| 100% | 100 | | المجموع |

الشكل رقم (3): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص:

يوضح الجدول أن أكبر نسبة تخصص في قسم علوم الإعلام والإتصال كانت في تخصص إتصال جماهيري بنسبة 27%، ثم يليها تخصص إتصال بنسبة 22%، بعدها تخصص إعلام بنسبة بـ 19%، ثم يليها تخصص السمعي البصري والإتصال التنظيمي بـ 16%، وقد كان تحصلنا على هذه النسب يتوزعنا للإستمارة بطريقة عشوائية

الجدول رقم (4): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى

| النسبة المئوية | عدد التكرارات | الفئات |
|----------------|---------------|-------------|
| 2% | 2 | سنة أولى |
| 16% | 16 | سنة ثانية |
| 20% | 20 | سنة ثالثة |
| 39% | 39 | أولى ماستر |
| 23% | 23 | ثانية ماستر |
| 100% | 100 | المجموع |

الشكل رقم (4): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى:

يوضح الجدول أن أكبر نسبة على مستوى قسم علوم الإعلام والاتصال، كانت في

السنة الأولى ماستر بنسبة 39%، ثم يليها في المرتبة الثانية السنة الثانية ماستر بنسبة

تمثل 23%، ثم يليها مستوى سنة ثالثة بنسبة 20%، بعدها تخصص إعلام بنسبة بـ 19%،

ثم يليها بعدها مستوى سنة ثانية بنسبة 16%، وفي الأخير، نجد السنة الأولى بنسبة

2%، وقد حصلنا على هذه النسب بتوزيعنا الإستماراة بطريقة عشوائية

عرض وتحليل بيانات المحور الثاني: السمات التي تميز الطلاب الجامعيين المتابعين للقضايا الاجتماعية عبر موقع Tik Tok

الجدول رقم (05): يمثل عادات استخدام موقع Tik Tok

| النسبة المئوية | عدد التكرارات | الإجابة |
|----------------|---------------|---------|
| 34% | 34 | دائما |
| 45% | 45 | أحيانا |
| 23% | 23 | نادرا |
| 100% | 100 | المجموع |

الشكل رقم (05): يبين عادات أفراد العينة في استخدام موقع Tik Tok

يتضح من خلال الجدول أن أفراد عينة الدراسة يتصفون موقع Tik Tok حيانا بنسبة تمثل 45%، ثم يليه الذين يتصفون دائما بنسبة 34%، أما الذين يتصفون نادرا فقد قدرت نسبتهم بـ 9%.

ونفسر هذا كون موقع Tik Tok يحظى برواج كبير من بين تطبيقات التواصل الاجتماعي بسبب إنتشاره في الأونة الأخيرة وعدد المشتركين عليه ويتوفر على ميزات مناسبة تجذب المشتركين في تصفحه وتجعله يحتل المركز الأول من ناحية عدد المستخدمين.

الجدول رقم (06): يمثل الفترات الزمنية التي يقضيها أفراد العينة يوميا في موقع Tik Tok

Tok

| النسبة المئوية | عدد التكرارات | الإجابة |
|----------------|---------------|--------------------|
| 38% | 38 | أقل من ساعتين |
| 36% | 36 | من ساعة إلى ساعتين |
| 26% | 26 | أكثر من ساعتين |
| 100% | 100 | المجموع |

الشكل رقم (06): يمثل الفترات الزمنية التي يقضيها أفراد العينة على موقع Tik Tok يتضح من خلال الجدول أن النسبة الأكبر في الإستعمال الزمني لموقع Tik Tok من طرف أفراد العينة يتمثل في نسبة 38%، لأفراد العينة الذين يستعملون Tik Tok بين أقل من ساعة ثم يليه الذين يستعملونه من ساعة إلى ساعتين بنسبة 36%، ثم نجد النسبة التي تليها هي 26% الذين يستعملونه أكثر من ساعتين، ونفسر هذا في كون أفراد عينة الدراسة متفرقة نسبيا في متابعتهم لموقع Tik Tok، كونه موقع جديد وكونه يحتوي على الأخبار بصفة دائمة وجديدة والعديد من المميزات التي تتيح للمستخدم أن يتابع الأخبار في الموقع.

الجدول رقم (07): يمثل كيف تفضل عينة الدراسة إستخدام موقع Tik Tok

| النسبة المئوية | عدد التكرارات | الإجابة |
|----------------|---------------|------------------|
| 74% | 74 | بمفردك |
| 24% | 24 | مع الأصدقاء |
| 2% | 2 | مع أفراد العائلة |
| 100% | 100 | المجموع |

الإطار التطبيقي للدراسة

يوضح الجدول أعلاه كيفية تفضيل عينة الدراسة استخدام التواصل الاجتماعي موقع

Tik Tok بمفردهم، بنسبة تمثل 74%، ثم تليها نسبة أفراد العينة الذين يستخدمون موقع

Tik Tok مع الأصدقاء بنسبة تمثل 24%، ثم يليها الذين يستخدمونه بمفردهم مع عائلهم

بنسبة 2%

حيث نفسر أن عينة الدراسة، التي تستخدم موقع Tik Tok بمفردهم مثلهم مثل باقي

فئات المجتمع حيث حصلت الذين يستخدمونها مدمنين عليها ومنعزلين عن أفراد العائلة

والمحيط.

الجدول رقم (08): يمثل الوسيلة التي تستخدمها عينة الدراسة للإبحار في مواقع التواصل

الاجتماعي موقع Tik Tok

| النسبة المئوية | عدد التكرارات | الإجابة |
|----------------|---------------|--------------------|
| 97% | 97 | الهاتف الذكي |
| 01% | 01 | الحاسوب |
| 02% | 02 | اللوحة الإلكترونية |
| 100% | 100 | المجموع |

يوضح الجدول أعلاه الوسيلة، التي تستخدمها عينة الدراسة للإبحار في موقع Tik

Tok حيث يوضح الجدول أن هناك فرد واحد يستخدم الحاسوب أي بنسبة 01%، ثم يليها

نسبة 02% لأفراد العينة الذين أجابوا على وسيلة اللوحة الإلكترونية، ثم يليها نسبة 97%

لأفراد العينة الذين أجابوا على وسيلة الهاتف الذكي بمجموع تكرار 97، وهي أعلى نسبة

الإطار التطبيقي للدراسة

تمثل 97% ويرجع السبب لكون أن غالبية الأفراد يملكون الهاتف الذكي، الذي ليس كما كان في السابق حيث أصبح بتكنولوجيا مختلفة وفي متناول الأغلبية وسهل الإستخدام.

وبالتالي عينة الدراسة تفضله خاصة الأنترنترنت على شريحة الهاتف في أن معنى متعاملي الهاتف يمنحون الدخول إلى موقع Tik Tok مجاناً، على عكس الحاسوب، هناك الكثير من الأفراد لا يملكون حاسوباً مثل: الهاتف الذكي.

الجدول رقم (09): يبين مدة أمثل حساب على موقع Tik Tok لأفراد العينة

| النسبة المئوية | عدد التكرارات | الإجابة |
|----------------|---------------|--------------------|
| 37% | 37 | أقل من سنة |
| 41% | 41 | من سنة إلى 3 سنوات |
| 16% | 16 | أكثر من 3 سنوات |
| 6% | 6 | ليس عندي حساب |
| 100% | 100 | المجموع |

يتضح من خلال الجدول أن النسبة الأكبر هي 41%، الذين يمتلكون حساباً في موقع Tik Tok، من سنة إلى 3 سنوات، ثم يليها الذين يمتلكون حساباً من أقل سنة بنسبة 37%، ثم يليه أكثر من 3 سنوات بنسبة 16%، ثم يليه الذين لا يمتلكون حساباً بنسبة 6%، ويعود هذا كون أن موقع Tik Tok، يحظى بشهرة واسعة بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي كونه ظهر في هذا المجال بسبب تأسيسه منذ عام 2013، وبسبب سهولة استخدامه ورواجه وسط الناس.

الجدول رقم (10): يبين عدد الحسابات التي يمتلكها أصحاب العينة في موقع Tik Tok

| النسبة المئوية | عدد التكرارات | الإجابة |
|----------------|---------------|-------------------|
| 87% | 87 | حساب واحد |
| 8% | 8 | من 2 إلى 3 حسابات |
| 4% | 5 | أكثر من 3 حسابات |
| 1% | 1 | ليس لدي حساب |
| 100% | 100 | المجموع |

يتضح من خلال الجدول أن النسبة الأكبر هي 87%، الذين لهم حساب واحد في موقع Tik Tok، ثم يليه أفراد العينة الذين لديهم من 2 إلى 3 حسابات بنسبة 8%، وفي الأخير الذين يمتلكون أكثر من 3 حسابات بنسبة تمثل 4%، واتضح أن هناك 1%، الذين ليس لديهم حسابات في موقع Tik Tok، ويعود ذلك لكونهم لديهم مواقع أخرى مثل: الفيسبوك، التويتر، الأنسغرام .

الجدول رقم (11): يمثل تفاعل أصحاب العينة في موقع Tik Tok

| النسبة المئوية | عدد التكرارات | الإجابة |
|----------------|---------------|---------|
| 61% | 61 | نعم |
| 39% | 39 | لا |
| 100% | 100 | المجموع |

الإطار التطبيقي للدراسة

يتضح من خلال الجدول، بأن أراد العينة، يتفاعلون في حساباتهم في موقع Tik Tok

Tok، بنسبة تقدر بـ 61%، أما الذين لا يتفاعلون فتقدر نسبتهم بـ 39%، ويعود سبب هذا

التفاعل إلى تأثير محتوى موقع Tik Tok على أفراد العينة.

ب- التحليل الكمي والكيفي للجدول المركبة:

المحور رقم (02): سؤال 5: يمثل عادات استخدام عينة الدراسة لموقع Tik Tok حسب

متغير الجنس

| المجموع | أنثى | ذكر | العينة |
|---------|--------|--------|-----------------|
| | | | عادات الاستخدام |
| النسبة | النسبة | النسبة | |
| %34 | %19 | %15 | دائما |
| %44 | %30 | %14 | أحيانا |
| %22 | %16 | %06 | نادرا |
| %100 | %65 | %35 | المجموع |

يوضح الجدول أعلاه استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وحسب متغير

الجنس حيث يوضح بأن نسبة الإناث نادرا ما تستخدم موقع Tik Tok تقدر بـ 16%، مقابل

06% أيضا من فئة الذكور التي نادرا ما تستخدم الموقع، تليها 30%، من الإناث التي

أحيانا ما يستخدمونها مقابل 14%، في حين تقدر نسبة الذكور الذين يستخدمونه بشكل دائم

بـ 15% يتضح من خلال الجدول أن كل من النوعين يستخدمون موقع Tik Tok بشكل

يومي ويبين الجدول أعلاه أن الذكور يستخدمونها بنسب متباينة من الإناث التي أحيانا

الإطار التطبيقي للدراسة

تستخدم الموقع حيث يمكن تفسير هذا بأن الإناث يهتمن أكثر بتكنولوجيا الإعلام والاتصال وناشطات في الموقع عكس الذكور بنسبة متفرقة .

الجدول رقم (02): سؤال 6 يمثل علاقة الحجم الساعي مع متغير التخصص

| التخصص الحجم الساعي | إعلام | إتصال | إتصال جماهيري | إتصال تنظيمي | سمعي بصري | المجموع |
|------------------------|--------|--------|------------------|-----------------|--------------|---------|
| | النسبة | النسبة | النسبة | النسبة | النسبة | النسبة |
| أقل من ساعة | %11 | %4 | %10 | %04 | %06 | %35 |
| من ساعة إلى ساعتين | %4 | %12 | %09 | %05 | %09 | %39 |
| أكثر من ساعتين | %3 | %04 | %08 | %06 | %05 | %26 |
| المجموع | %18 | %20 | %27 | %15 | %20 | %100 |

يوضح الجدول أعلاه علاقة الحجم الساعي لتصفح موقع Tik Tok مع متغير التخصص لعينة الدراسة، ويوضح الجدول أن الحجم الساعي للتصفح لتخصص الإعلام أقل من ساعة بنسبة %11، تليها من ساعة إلى ساعتين بنسبة %4، تليها أكثر من ساعتين بنسبة %3، أما تخصص إتصال أقل من ساعة بنسبة %4، تليها من ساعة إلى ساعتين بنسبة %12 وأخيرا أكثر من ساعتين بنسبة %4، ثم نجد تخصص إتصال جماهيري أقل من ساعة بنسبة %10 ثم يليها من ساعة إلى ساعتين بنسبة %09، ثم يليها أكثر من ساعتين بنسبة %08، أما تخصص إتصال تنظيمي أقل من ساعة بنسبة تمثل %04، ثم يليها من ساعة إلى ساعتين بنسبة %05، ثم أكثر من ساعتين بنسبة %06، وأخيرا نجد تخصص

الإطار التطبيقي للدراسة

السمعي البصري من ساعة إلى ساعتين، بنسبة 09%، ثم أقل من ساعة بنسبة تمثل 06%، وفي الأخير نجد أكثر من ساعتين بنسبة 05%، ونلاحظ من خلال هذه النسب أن الحجم الساعي متغير لكل التخصصات وتفسر ذلك بأن لكل فرد حجم ساعي خاص به حسب وقت فراغه .

الجدول رقم (02): سؤال 8 : يمثل الوسيلة التي تستخدمها عينة الدراسة للإبحار في موقع Tik Tok حسب متغير الجنس

| المجموع | الأنثى | | الذكر | | إسم الوسيلة | |
|---------|--------|---------|--------|---------|-------------|--------------------|
| | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | | |
| 97% | 97 | 63% | 63 | 34% | 34 | الهاتف الذكي |
| 1% | 1 | 1% | 1 | 0% | 0 | الحاسوب |
| 2% | 2 | 1% | 1 | 1% | 1 | اللوحة الإلكترونية |
| 100% | 100 | 65% | 65 | 35% | 35 | المجموع |

يوضح الجدول أعلاه الوسيلة التي تستخدمها عينة الدراسة للإبحار في موقع Tik Tok حسب متغير الجنس ويوضح الجدول أفراد عينة من الذكور، الذين يستخدمون اللوحة الإلكترونية مجموع تكرار 1 وبنسبة 1%، في حين نفس الشيء عند الإناث وهي أقل نسبة، أما نسبة استخدام الحاسوب وهي منعدمة لدى الذكور، أما الإناث بنسبة 1% فقط، وفي الأخير الذين يستخدمون الهاتف الذكي عند الذكور بمجموع تكرار 34 وبنسبة 34%، أما عند الإناث مجموع تكرار 63 وبنسبة 63%، وهي أعلى نسبة عند كل الجنسين، ونفس ذلك

الإطار التطبيقي للدراسة

لكون الهاتف الذكي أصبح منتشر بكثرة وبإمكان الأفراد التصفح به في أي مكان في الحافلة والمقهى في العمل ، خاصة مع العروض المغرية الحالية للأنترنت ، متعاملين الهاتف النقال

الجدول رقم (03): سؤال 9: يمثل عدد حسابات التي تمتلكها عينة الدراسة في موقع

Tik Tok حسب متغير الجنس

| المجموع | | أنثى | | ذكر | | الإجابة |
|---------|---------|--------|---------|--------|---------|--------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| % | | % | | % | | أقل من سنة |
| % | | % | | % | | من سنة إلى 3 سنوات |
| % | | % | | % | | أكثر من 3 سنوات |
| % | | % | | % | | المجموع |

الجدول رقم (4) سؤال 10: يمثل عدد حسابات التي يمتلكها أصحاب العينة والتفاعل في

هذه الحسابات

| لا | | نعم | | عدد الحسابات |
|--------|---------|--------|---------|------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %35 | 35 | %54 | 54 | حساب واحد |
| / | / | %8 | 8 | 2 إلى 3 حسابات |
| %1 | 1 | %2 | 2 | أكثر من 3 حسابات |
| %36 | 36 | %64 | 64 | المجموع |

يتضح لنا من خلال الجدول ان النسبة الاكبر كانت للذين لديهم حساب 1 بنسبة

54% ثم يليهم الذين لديهم من 2 إلى 3 حسابات بنسبة 8% ثم يليهم أكثر من 3 حسابات

بنسبة 2%.

المحور: يبين إعتاد أفراد العينة على موقع Tik Tok في تشكيل الرأي العام حول القضية الإجتماعية

| النسبة المئوية | عدد التكرارات | الفئات |
|----------------|---------------|--------|
| 69% | 69 | لا |
| 31% | 31 | نعم |

يتضح من خلال الجدول أن أفراد العينة يعتمدون على موقع Tik Tok في تشكيل الرأي العام حول القضية الإجتماعية بنسبة 69%، في حين نسبة الذين لا يعتمدون تمثل 31%.

ونفسر هذا أن فاعلية موقع Tik Tok في تشكيل الرأي العام حول القضايا الاجتماعية يعتبر أمرا غير موجود عن أفراد العينة حيث لا يعتمدون عليه الأغلبية في منافسة القضايا الاجتماعية وتحليلها.

المحور رقم (2): يبين وجهة نظر أفراد العينة حول أهمية موقع Tik Tok في تغيير آراء الأفراد تجاه القضايا الإجتماعية

| النسبة المئوية | عدد التكرارات | الفئات |
|----------------|---------------|--------|
| 59% | 59 | نعم |
| 72% | 72 | لا |

الإطار التطبيقي للدراسة

يتضح من خلال الجدول أنه لا يمكن لموقع Tik Tok تغيير آراء الأفراد حول قضية من القضايا الاجتماعية وقد بلغت نسبة الذين أجابوا بلا 72%، في حين قدرت باقي إجابات أفراد العينة بنسبة 59%، للذين أجابوا بنعم.

وتفسر هذا أنه ليس عنده القدرة الكافية في تأثيره على أفكار مستخدميه وتغييرها وإعادة تشكيلها، فيما يخص القضايا الاجتماعية، وذلك يعود على كثرة مصادر المعلومات والكم الهائل منها، الذي يتم تبادله بخصوص أي قضية من القضايا الاجتماعية، لهذا كل يؤثر في أفكار وقناعات الفرد نحو قضية من القضايا المعينة، هذا ما يجعلنا نتطرق إلى مجتمع المعلومات الذي يعرف على أنه المجتمع الذي يعتمد اعتماداً أساسياً كمورد استثماره وكسلعة معينة.

الجدول رقم (03): يبين وجهة نظر أفراد العينة حول إمكانية تشكيل موقع Tik Tok لمغالطة الرأي العام في قضية إجتماعية معينة

| النسبة المئوية | عدد التكرارات | الفئات |
|----------------|---------------|--------|
| 72% | 72 | لا |
| 28% | 28 | نعم |

يتضح من خلال معطيات الجدول أن النسبة الأكبر لأفراد العينة الذين لا يروون موقع Tik Tok يمكن أن يشكل مغالطات الرأي العام في القضايا الاجتماعية بنسبة 72%، في حين نسبة الذين أجابوا بنعم تقدر بـ 28% .

الجدول رقم (04): يبين وجهة نظر أفراد العينة حول إمكانية تشكيل موقع Tik Tok لمغالطة الرأي العام في قضية إجتماعية معينة

| النسبة المئوية | عدد التكرارات | الفئات |
|----------------|---------------|--------|
| 58% | 58 | نعم |
| 42% | 42 | لا |

يتضح من خلال الجدول أن النسبة الأكبر في أفراد العينة قدرت بـ 58%، الذين يروون أنه يمكن الإعتماد على موقع Tik Tok في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا الإجتماعية، في حين جاءت نسبة 42%، الذين أجابوا بلا.

وتفسير هذا الأمر في قدرة موقع Tik Tok على التأثير في الأفراد خاصة في مجال إكتساب المعلومات والقيام بالإعتماد عليه في التحصيل عليها، كونه منبع للأخبار ومكان لتداول المعلومات وتحليل القضايا وغيرها حتى عبر الحسابات الشخصية للأفراد.

الجدول رقم (05): يبين وجهة نظر أفراد العينة في قدرة موقع Tik Tok أن يكون أداة مناسبة لتفعيل حلول للقضايا الاجتماعية

| النسبة المئوية | عدد التكرارات | الفئات |
|----------------|---------------|-----------------|
| 58% | 49 | منصة مناسبة |
| 42% | 42 | منصة غير مناسبة |

| | | |
|--|--|---------|
| | | رأي آخر |
|--|--|---------|

الجدول رقم (06): يبين مساهمة موقع Tik Tok في تشكيل الرأي العام لترتيب القضايا الاجتماعية العالقة من حيث الأهمية لدى الهيئات المختصة

| النسبة المئوية | عدد التكرارات | الفئات |
|----------------|---------------|--------|
| 54% | 54 | لا |
| 46% | 46 | نعم |

يتضح من خلال معطيات الجدول أن النسب الأكبر قدرت بـ 54% لأفراد العينة الذين يروون أن موقع Tik Tok لا يمكنه المساهمة في تكوين الرأي العام من ناحية ترتيب الأولويات في القضايا الاجتماعية، ثم تليها نسبة 40%، الذين يروون أن موقع Tik Tok يؤدي هذا الدور.

الجدول رقم (07): يبين كيفية الاستفادة من موقع Tik Tok في تشكيل الرأي العام

| المجموع | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | الفئات |
|---------|--------|---------|--------|---------|--|
| 100% | 65% | 65 | 35% | 35 | توجيه أسس تشكيل الرأي العام وتوجيهه بشكل هادف |
| 100% | 49% | 49 | 51% | 51 | الالتزام بالتخصص وتشكيل الرأي الصحيح |
| 100% | 60% | 60 | 40% | 40 | محاوية الإشاعات والمعلومات مجهولة المصادر |
| 100% | 82% | 82 | 18% | 18 | توجيه الجميع بكيفية إتباع الرأي العام ومخالفته |

الإطار التطبيقي للدراسة

يتضح من خلال الجدول أن النسبة العالية لأفراد العينة كانت للذين أجابوا أن الاستفادة من موقع Tik Tok، تكمن في الإلتزام كل شخص بتخصصهم والإبداع فيه، وكانت النسبة معتبرة بـ51%، ثم يليها نسبة 40%، الذين أجابوا أن الاستفادة تكمن في محاربة الإشاعات والمعلومات مجهولة المصادر والمعلومات المغلوطة، ثم تأتي نسبة 35%، الذين يروون أن توجيه الرأي العام بشكل هادف عبر موقع Tik Tok، كحقوق الاستفادة منه، وفي الأخير نجد نسبة 18%، الذين يروون أن توعيه جميع الأفراد بكيفية تعامل مع الرأي العام من ناحية القبول والرفض، وتفسر هذه المعطيات في أفضل إستفادة تكمن من وجهة نظر العينة في الإلتزام كل شخص بمجاله وعدم خلط المجالات ببعضها فهذا ليس تضارب في الرأي العام أما تقييم الكفاءات والناشرين ومشكلين الرأي العام عبر موقع Tik Tok، والإلتزام كل فرد بمجاله سيحقق إستفادة في مجال القضايا الاجتماعية وفي جميع المجالات الأخرى .

المحور الرابع: الجدول رقم(1): يمثل أجوبة عينة الدراسة سواء بدائما وأحيانا أو نادرا هل

تثير إهتمامك القضايا الاجتماعية في موقع Tik Tok

| النسبة المئوية | عدد التكرارات | هل تثير إهتمامك القضايا الاجتماعية المتداولة في موقع Tik Tok |
|----------------|---------------|--|
| 08% | 08 | دائما |
| 73% | 73 | أحيانا |
| 19% | 19 | نادرا |
| 100% | 100 | المجموع |

الإطار التطبيقي للدراسة

يوضح الجدول أعلاه أجوبة عينة الدراسة سواء بدائماً وأحيانا أو نادرا هل تثير إهتمامك القضايا المجتمعية في موقع Tik Tok، حيث يوضح الجدول أن عينة الدراسة الذين دائما تثير إهتمامك القضايا الاجتماعية في موقع Tik Tok، بنسبة 08%، وهي أقل نسبة، تليها الذين نادرا ما يتابعون القضايا الاجتماعية بنسبة 19%، وأخيرا نجد أحيانا ما يتابعون القضايا الاجتماعية في موقع Tik Tok بنسبة 73%، بمجموع تكرار يقدر بـ 73%، وهي أعلى نسبة، ويفسر ذلك ربما لكون عينة الدراسة أحيانا تتابع القضايا الاجتماعية في وسائل الإعلام الأخرى وأحيانا لا يكون لديها وقت للإطلاع أو الاهتمام.

الجدول رقم(02): يمثل أجوبة عينة الدراسة سواء بدائماً وأحيانا أو نادرا على سؤال هل تثير إهتمامك القضايا الاجتماعية عبر موقع Tik Tok حسب متغير الجنس

| أنثى | | ذكر | | تثير إهتمامك القضايا الاجتماعية المتداولة في موقع Tik Tok |
|--------|---------|--------|---------|---|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 02% | 02 | 06% | 06 | دائما |
| 48% | 48 | 25% | 25 | أحيانا |
| 15% | 15 | 04% | 04 | نادرا |
| 100% | 65 | 35% | 35 | المجموع |

يوضح الجدول أعلاه أجوبة عينة الدراسة سواء بدائماً وأحيانا أو نادرا على سؤال هل تثير إهتمامك القضايا الاجتماعية في موقع Tik Tok حسب متغير الجنس، حيث يوضح الجدول أن أعلى نسبة الذم أجابوا بنادرا عند الذكور أن نسبة 04%، وهي أقل نسبة، في

الإطار التطبيقي للدراسة

حين نجد عند الإناث تقدر بنسبة 15%، تليها الذين أجابوا بدائماً عند الذكور بنسبة 6%، في حين نجد عند الإناث تقدر بنسبة 2%، وهي اقل نسبة عند الإناث، تليها الذين أجابوا بأحيانا عند الذكور بنسبة 6%، في حين نجد عند الإناث تقدر بنسبة 25%، في حين عند الإناث تقدر ب 48%، وهي أعلى نسبة عند الإناث ، ونلاحظ من خلال هذه الأرقام أن الذكور أكثر إهتماما ونفسر ذلك لكونهم يتابعون القضايا دون إستثناء على عكس الإناث اللواتي يتابعن أخبار والقضايا بنسب متفرقة .

الجدول رقم (3): يمثل القضايا الاجتماعية في موقع Tik Tok التي تثير إهتمام عينة الدراسة وتتفاعل معها

| المجموع | | لا | | نعم | | القضايا الاجتماعية التي تثير إهتمامك وتتفاعل معها |
|---------|---------|--------|---------|--------|---------|---|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 100% | 100 | 38% | 38 | 62% | 62 | إجتماعية |
| 100% | 100 | 80% | 80 | 20% | 20 | سياسية |
| 100% | 100 | 83% | 83 | 17% | 17 | إقتصادية |
| 100% | 100 | 67% | 67 | 33% | 33 | دينية |
| 100% | 100 | 78% | 48 | 52% | 52 | ثقافية |
| 100% | 100 | 79% | 79 | 21% | 21 | أخرى |
| 100% | 100 | 41% | 41 | 59% | 59 | أكثر من إجابة |

يوضح الجدول أعلاه القضايا الاجتماعية التي تثير إهتمام عينة الدراسة وتتفاعل

معها، حيث يوضح الجدول أن نسبة الذين يتابعون القضايا الاقتصادية هي 17%، وهي

الإطار التطبيقي للدراسة

أقل نسبة من الذين لا يتابعونها التي تقدر بـ 83%، تليها الذين يتابعون القضايا السياسية بنسبة تمثل 20%، في حين الذين لا يتابعونها تقدر بـ 80%، تليها نسبة الذين يتابعون القضايا الأخرى بنسبة 21%، في حين الذين لا يتابعون القضايا الأخرى بنسبة 79%، تليها الذين يتابعون القضايا الدينية هي 33%، في حين نسبة الذين لا يتابعونها تقدر بـ 67%، تليها نسبة الذين يتابعون القضايا الثقافية بنسبة تمثل 52%، في حين نسبة الذين لا يتابعونها 42%، وأخيرا نسبة الذين يتابعون القضايا الاجتماعية تقدر بـ 62%، في حين الذين لا يتابعونها هي 38% ونفس ارتفاع نسبة القضايا الاجتماعية لكثرتها في السنوات الأخيرة في المجتمع الجزائري هذا ما دفع بأفراد العينة للإطلاع أكثر عليها .

الجدول رقم (4): يمثل القضايا الاجتماعية التي تتفاعل معها عينة الدراسة حسب متغير الجنس

| المجموع | أنثى | | ذكر | | القضايا الاجتماعية التي وتتفاعل معها |
|---------|------|-----|-----|-----|--------------------------------------|
| | لا | نعم | لا | نعم | |
| %100 | %22 | %43 | %16 | %19 | اجتماعية |
| %100 | %56 | %9 | %24 | %11 | سياسية |
| %100 | %55 | %10 | %28 | %7 | اقتصادية |
| %100 | %40 | %25 | %27 | %8 | دينية |
| %100 | %30 | %35 | %18 | %17 | ثقافية |
| %100 | %56 | %9 | %23 | %12 | أخرى |
| %100 | %23 | %42 | %18 | %17 | أكثر من إجابة |

الإطار التطبيقي للدراسة

يوضح الجدول أعلاه القضايا الاجتماعية التي تثير عينة الدراسة وتتفاعل معها في موقع Tik Tok حسب متغير الجنس، حيث يوضح الجدول أن نسبة متابعة القضايا الاقتصادية عند الذكور يقدر بـ 7%، في حين عند الإناث التي تقدر بـ 10%، تليها نسبة الإناث بـ 28% تليها متابعة القضايا السياسية عند الذكور بنسبة 11%، في حين عند الإناث تقدر بـ 9% تليها نسبة متابعة القضايا الأخرى عند الذكور، التي تقدر بـ 19%، في حين عند الإناث تقدر بـ 9%، تليها نسبة متابعة القضايا الثقافية عند الذكور بنسبة 17%، في حين عند الإناث 38%، وأخيرا نسبة متابعة القضايا الاجتماعية عند الذكور 19%، وهي أعلى نسبة في حين عند الإناث التي تقدر بـ 43%، وهي تمثل أعلى نسبة وتفسير إرتفاع نسبة مشاهدة للقضايا الاجتماعية لأنها منتشرة في المجتمع الجزائري في الأونة الأخيرة .

الجدول رقم (4): يمثل القضايا الاجتماعية التي تثير عينة الدراسة وتتفاعل معها حسب

متغير التخصص

| المجموع | سمعي بصري | | إتصال تنظيمي | | إعلام | | إتصال | | إتصال جماهيري | | القضايا الاجتماعية التي تثير اهتمامك وتتفاعل معها |
|---------|-----------|-----|--------------|-----|-------|-----|-------|-----|---------------|-----|---|
| | لا | نعم | لا | نعم | لا | نعم | لا | نعم | لا | نعم | |
| %100 | %7 | %11 | %2 | %13 | %8 | %11 | %4 | %17 | %15 | %12 | اجتماعية |
| %100 | %14 | %4 | %12 | %3 | %4 | %19 | %19 | %2 | %20 | %7 | سياسية |
| %100 | %15 | %3 | %12 | %3 | %11 | %8 | %20 | %1 | %25 | %2 | اقتصادية |
| %100 | %12 | %6 | %12 | %3 | %9 | %2 | %11 | %1 | %19 | %8 | دينية |
| %100 | %10 | %8 | %10 | %5 | %9 | %10 | %7 | %14 | %13 | %15 | ثقافية |
| %100 | %5 | %14 | %12 | %3 | %15 | %4 | %19 | %2 | %20 | %7 | أخرى |
| %100 | %7 | %11 | %7 | %8 | %8 | %11 | %5 | %16 | %14 | %13 | أكثر من إجابة |

يوضح الجدول أعلاه أن القضايا الاجتماعية التي تثير إهتمام عينة الدراسة وتتفاعل

معها في موقع Tik Tok حسب متغير التخصص، حيث يوضح الجدول أن نسبة متابعة

القضايا الاقتصادية عند عينة الدراسة تخصص إتصال جماهيري هي 2%، في حين عند

تخصص الإتصال هي 1%، وهي أقل نسبة أما في تخصص إعلام تقدر بـ 8%، وفي

الإتصال التنظيمي 3%، في حين بالنسبة لتخصص السمي البصري تقدر بـ 3%، أما

نسبة متابعة القضايا السياسية لدى عينة تخصص الإتصال الجماهيري تقدر بـ 7%، في

الإطار التطبيقي للدراسة

حين نجد تخصص الإتصال 2%، وفي تخصص الإعلام تقدر بـ 4%، أما في الإتصال التنظيمي فتقدر بـ 3% وفي الأخير تخصص السمعى البصري تقدر بـ 4%، تليها نسبة متابعة القضايا الدينية لدى عينة تخصص الإتصال الجماهيري تقدر بـ 8%، أما في الإتصال تمثل 1%، أما تخصص إعلام تقدر بـ 2%، أما في تخصص إتصال تنظيمي في حين تخصص السمعى البصري تقدر بـ 6%، تليها نسبة متابعة القضايا الاجتماعية لدى تخصص إتصال الجماهيري بـ 12% أما بالنسبة لتخصص الإتصال تقدر بـ 17%، في حين في تخصص الإعلام تقدر بـ 11% أما نسبة تخصص الإتصال التنظيمي بـ 13%، وفي الأخير نجد تخصص السمعى البصري تقدر بـ 11%، تليها نسبة القضايا الثقافية لتخصص الإتصال الجماهيري بنسبة 15%، ثم تليها تخصص إتصال بـ 14%، في حين تخصص الإعلام بنسبة 10%، أما نسبة تخصص إتصال تنظيمي تقدر بـ 5%، أما تخصص السمعى البصري تقدر بـ 8%، وفي الأخير نسبة القضايا الأخرى التي يتابعونها عينة الدراسة بنسبة لتخصص الإتصال الجماهيري بـ 7%، أما تخصص الإتصال فيقدر بـ 2%، في حين تخصص الإعلام 4%، وتخصص الإتصال فيقدر بـ 2%، في حين تخصص الإعلام بـ 4%، وتخصص الإتصال التنظيمي 3%، وفي الأخير تخصص السمعى البصري بنسبة 12%،

الجدول رقم (5): يمثل القضايا الاجتماعية التي تثير إهتمام عينة الدراسة من جملة القضايا الاجتماعية عبر موقع Tik Tok

| المجموع | أنثى | | ذكر | | القضايا الاجتماعية |
|---------|--------|---------|--------|---------|--------------------|
| | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %100 | %56 | 56 | %44 | 44 | البطالة |
| %100 | %49 | 49 | %51 | 51 | الحرقة |
| %100 | %75 | 75 | %25 | 25 | المخدرات |
| %100 | %86 | 86 | %14 | 14 | أخرى تذكر |

يوضح الجدول أعلاه القضايا الاجتماعية التي تثير إهتمام عينة الدراسة من جملة القضايا الاجتماعية عبر موقع Tik Tok، حيث يوضح الجدول أن نسبة أفراد العينة يهتمون بقضية الحرقة بنسبة تقدر بـ 51%، في حين نسبة الذين لا يهتمون تقدر بـ 75%، تليها نسبة الذين لا يهتمون بقضية البطالة تقدر بـ 44%، من حين الذين لا يهتمون تقدر بـ 56%، تليها الذين يهتمون بقضية المخدرات تقدر بـ 25%، وهي أقل نسبة، في حين الذين لا يهتمون بها تقدر بـ 75%، ونفس ارتفاع نسبة الاهتمام بموضوع الحرقة لكون غالبية الشباب يعانون في الجزائر وخاصة الشباب الجامعي .

الجدول رقم (6): يمثل القضايا السياسية التي تثير إهتمام عينة الدراسة من جملة

القضايا الاجتماعية عبر موقع Tik Tok

| المجموع | | لا | | نعم | | القضايا السياسية |
|---------|---------|--------|---------|--------|---------|---------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %100 | 100 | %24 | 24 | %76 | 76 | الفساد |
| %100 | 100 | %76 | 76 | %24 | 24 | الحراك الشعبي |
| %100 | 100 | %91 | 91 | %9 | 9 | الانتخابات السياسية |
| %100 | 100 | %96 | 96 | %4 | 4 | أخرى تذكر |

يوضح الجدول أعلاه أن القضايا السياسية، التي تثير إهتمام عينة الدراسة من جملة قضايا المجتمع الجزائري في موقع Tik Tok، حيث يوضح الجدول أن أفراد العينة الذين يهتمون بقضية الانتخابات السياسية تقدر بـ 9%، وهي أقل نسبة، في حين الذين لا يهتمون تقدر بـ 91%، تليها نسبة الذين يهتمون بقضية بـ 24%، في حين الذين لا يهتمون تقدر بـ 24% ثم تليها نسبة الذين يهتمون بقضايا الفساد تقدر بـ 52%، وهي أعلى نسبة، من حيث الذين لا يهتمون به تقدر بـ 76%، وتفسر ذلك بنسبة الإهتمام بموضوع الفساد لإرتفاعه في السنوات الأخيرة بمختلف أنواعه ، وهذا ما جعل أفراد عينة الدراسة يهتمون أكثر لمعرفة أصحاب الفساد وأهم القطاعات التي ينتشر فيها.

الجدول رقم (7): يمثل القضايا الاقتصادية التي تثير إهتمام عينة الدراسة من جملة

القضايا الاجتماعية عبر موقع Tik Tok

| المجموع | | لا | | نعم | | القضايا الاقتصادية |
|---------|---------|--------|---------|--------|---------|----------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %100 | 100 | %16 | 16 | %84 | 84 | الأزمة الاقتصادية |
| %100 | 100 | %85 | 85 | %15 | 15 | إنخفاض أسعار البترول |
| %100 | 100 | %94 | 94 | %6 | 6 | أخرى تذكر |

يوضح الجدول أعلاه القضايا الاقتصادية التي تثير إهتمام عينة الدراسة من جملة

القضايا الاجتماعية الجزائرية عبر موقع Tik Tok، حيث يوضح الجدول أن نسب أفراد

عينة الدراسة الذين يهتمون بقضية إنخفاض أسعار البترول بنسبة 15%، في حين الذين لا

يهتمون به يقدر بـ 85%، ثم يليها نسبة الذين يهتمون بقضية الأزمة الاقتصادية، ويقدر بـ

84%، وهي أعلى نسبة في حين الذين لا يهتمون بها تقدر بـ 16%

وتفسر إرتفاع نسبة الاهتمام بموضوع الأزمة الاقتصادية نظرا لإنعكاسها على الحياة

العامة للمواطنين، وهذا ما دفع بأخرى بأفراد العينة للإطلاع لمعرفة الأسباب والإجراءات

الجدول رقم (8): يمثل القضايا الثقافية التي تثير إهتمام عينة الدراسة من جملة القضايا الثقافية عبر موقع Tik Tok

| المجموع | | لا | | نعم | | القضايا الثقافية |
|---------|---------|--------|---------|--------|---------|-------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %100 | 100 | %43 | 43 | %57 | 57 | معارض وصالونات |
| %100 | 100 | %81 | 81 | %19 | 19 | الأيام السينمائية |
| %100 | 100 | %58 | 58 | %42 | 42 | المهرجانات |
| %100 | 100 | %95 | 95 | %5 | 5 | أخرى تذكر |

يوضح الجدول أعلاه أن القضايا الثقافية التي تثير إهتمام عينة الدراسة من جملة القضايا الاجتماعية عبر موقع Tik Tok، حيث يوضح الجدول أن نسبة أفراد عينة الدراسة الذين يهتمون بقضية الأيام السينمائية يقدر بـ 19%، وهي أقل نسبة من حيث الذين لا يهتمون يقدر بـ 81%، تليها نسبة الذين بقضية المهرجانات تقدر بـ 42%، والذين لا يهتمون تقدر بـ 58%، تليها نسبة الذين يهتمون بقضية المعارض والصالونات تقدر بـ 57%، وهي أعلى نسبة، في حين الذين لا يهتمون بها تقدر بـ 43%.

وتفسر إرتفاع هذه نسبة الاهتمام بالمعارض والصالونات، ذلك لكونهم من الفئة المثقفة ويطلعون سواء لمعرفة مثل: عناوين الكتب وشرائها وغير ذلك من المنتوجات الثقافية.

الجدول رقم (09): يمثل تفاعل عينة الدراسة أثناء استخدام مع القضايا الاجتماعية المطروحة عبر موقع Tik Tok

| هل تتفاعل مع القضايا الاجتماعية المطروحة عبر موقع Tik Tok | التكرار | النسبة |
|---|---------|--------|
| نعم | 59 | %100 |
| لا | 41 | %100 |
| المجموع | 100 | %100 |

يوضح الجدول أعلاه أجوبة عينة الدراسة بنعم أو لا على سؤال هل تتفاعل مع القضايا الاجتماعية المطروحة عبر موقع Tik Tok / حيث يوضح الجدول أن أفراد عينة الدراسة الذين أجابوا بلا بمجموع تكرار 41، ونسبة 41%، وهي أقل نسبة في حين الذين أجابوا بنعم بمجموع تكرار 59، بنسبة 59%، وهي أعلى نسبة .

وتسر ارتفاع نسبة الذين يتفاعلون مع القضايا الاجتماعية لكون عينة الدراسة جزء من

هذا المجتمع وبالتالي تتفاعل مع قضايا

الجدول رقم (10): يمثل تفاعل عينة الدراسة أثناء الإستخدام مع القضايا الاجتماعية

المطروحة عبر موقع Tik Tok حسب متغير الجنس

| المجموع | أنثى | | ذكر | | التفاعل أثناء الإستخدام مع القضايا الاجتماعية المطروحة عبر موقع Tik Tok |
|---------|------|-----|-----|-----|---|
| | لا | نعم | لا | نعم | |
| %100 | لا | نعم | لا | نعم | |
| %100 | 33 | 32 | 8 | 27 | التكرار |
| %100 | %33 | %32 | %8 | %27 | النسبة |

يوضح الجدول أعلاه تفاعل عينة الدراسة أثناء الإستخدام مع القضايا الاجتماعية المطروحة عبر موقع Tik Tok، حسب متغير الجنس، حيث يوضح الجدول أن أفراد العينة من الذكور الذين يتفاعلون أثناء الإستخدام بنسبة تفاعل عينة الدراسة أثناء الإستخدام مع القضايا الاجتماعية المطروحة عبر موقع 27%، من أصل 35%، في حين نسبة ما عند الإناث تقدر بـ 32%، من أصل 65%.

الجدول رقم (11): يمثل تفاعل عينة الدراسة أثناء الإستخدام مع القضايا الاجتماعية المطروحة عبر موقع Tik Tok حسب متغير التخصص

| المجموع | التفاعل أثناء الإستخدام مع القضايا الاجتماعية المطروحة عبر موقع Tik Tok | | إتصال | | إعلام | | جماهيري | | تنظيمي | | البصري السمي | |
|---------|---|-----|-------|----|-------|----|---------|----|--------|----|--------------|----|
| | نعم | لا | نعم | لا | نعم | لا | نعم | لا | نعم | لا | نعم | لا |
| التكرار | 11 | 10 | 11 | 8 | 22 | 6 | 8 | 7 | 9 | 8 | 100% | 8 |
| النسبة | 11% | 10% | 11% | 8% | 22% | 6% | 8% | 7% | 9% | 8% | 100% | 8% |

يوضح الجدول أعلاه تفاعل عينة الدراسة أثناء الإستخدام مع القضايا الاجتماعية المطروحة عبر موقع Tik Tok حسب متغير التخصص، حيث يوضح الجدول أن أفراد عينة الدراسة الذين تفاعلوا تخصص إتصال جماهيري نسبتها تقدر ب تفاعل عينة الدراسة أثناء الإستخدام مع القضايا الاجتماعية المطروحة عبر موقع Tik Tok حسب متغير التخصص ب 22%، في حين تخصص السمي البصري بنسبة تقدر ب 9%، ثم تليها نسبة تخصص الإتصال التنظيمي ب 8%، وأقل نسبة .

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم (12): يمثل أجوبة عينة الدراسة الذين يتفاعلون مع القضايا الاجتماعية المطروحة عبر موقع Tik Tok وطرق تفاعلها إما بالإعجاب أو التعليق أو المشاركة

| المجموع | | لا | | نعم | | طرق التفاعل مع هذه القضايا |
|---------|---------|--------|---------|--------|---------|----------------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %100 | 100 | %59 | 59 | %41 | 41 | إعجاب |
| %100 | 100 | %73 | 73 | %27 | 27 | تعليق |
| %100 | 100 | %89 | 89 | %27 | 11 | مشاركة |

يوضح الجدول أعلاه أجوبة عينة الدراسة الذين يتفاعلون مع القضايا الاجتماعية المطروحة عبر موقع Tik Tok وطرق تفاعلها إما بالإعجاب أو التعليق أو المشاركة، حيث يوضح الجدول أن نسبة الذين يتفاعلون بالمشاركة تقدر بـ 11% من أصل 100%، ثم تليها نسبة الذين تفاعلوا بالتعليق وتقدر بـ 27%، من أصل 41%، وهي أعلى نسبة ونفس ارتفاع عينة الذين يتفاعلون بإعجاب لسهولة إبداء رأيهم في هذه القضايا.

الجدول رقم (13): يمثل طرق تفاعل عينة الدراسة مع هذه القضايا حسب متغير الجنس

| المجموع | أنثى | | ذكر | | طرق التفاعل مع هذه القضايا |
|---------|------|-----|-----|-----|----------------------------|
| | لا | نعم | لا | نعم | |
| %100 | %41 | 24 | %18 | 17 | إعجاب |
| %100 | %48 | 17 | %25 | 10 | تعليق |
| %100 | %59 | 6 | %30 | 5 | مشاركة |

الإطار التطبيقي للدراسة

يوضح الجدول أعلاه طرق تفاعل عينة الدراسة مع هذه القضايا حسب متغير الجنس،

حيث يوضح الجدول أن أفراد عينة الدراسة عند الذكور الذين تفاعلوا بمشاركة تقدر بـ 5%،

في حين تقدر لدى الإناث بـ 6%، وهي أقل نسبة، تليها نسبة الذين تفاعلوا بتعليق لدى

الذكور يقدر بـ 10%، وهي حين عند الإناث يقدر بـ 17%، وتليها نسبة الذين يتفاعلون

بإعجاب عند الذكور يقدر بـ 17%، في حين عند الإناث تقدر بـ 24 وهي أعلى نسبة

المحور الخامس: الجدول رقم(1): يمثل دوافع متابعة عينة الدراسة لقضايا المجتمع

الجزائري عبر موقع Tik Tok

| المجموع | | لا | | نعم | | دوافع متابعة قضايا المجتمع الجزائري عبر موقع Tik Tok |
|---------|---------|--------|---------|--------|---------|--|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %100 | 100 | %26 | 26 | %74 | 74 | إكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات |
| %100 | 100 | %78 | 78 | %22 | 22 | مراقبة البيئة وجمع المعلومات عن أشياء وأماكن |
| %100 | 100 | %65 | 65 | %35 | 35 | الحصول على النصيحة والرأي في مختلف القضايا |
| %100 | 100 | %70 | 70 | %30 | 30 | التعليم الذاتي في مجالات عديدة |
| %100 | 100 | %39 | 39 | %61 | 61 | تمضية الوقت |
| %100 | 100 | %82 | 82 | %18 | 18 | الصداقة والالفة |
| %100 | 100 | %20 | 20 | %80 | 80 | أكثر من إجابة |

الإطار التطبيقي للدراسة

يوضح الجدول أعلاه دوافع متابعة لقضايا المجتمع الجزائري عبر موقع Tik Tok، حيث يوضح الجدول أن أفراد عينة الدراسة الذين يتابعون من أجل الصداقة والألفة مع الوسيلة يقدر نسبتها بـ 18%، من أصل 100%، وهي أقل نسبة، تليها نسبة الذين يتابعون من أجل مراقبة البيئة وجمع المعلومات عن أشياء وأماكن تقدر بـ 20%، من أصل 100%، تليها نسبة الذين يتابعون من أجل تعليم الذاتي في مجالات عديدة، بنسبة تمثل 30%، من أصل 100%، تليها نسبة الذين يتابعون من أجل الحصول على النصيحة والرأي في مختلف القضايا، التي تقدر بـ 35%، من أصل 100%، تليها نسبة الذين يتابعون من أجل تمضية الوقت التي تقدر بـ 61%، من أصل 100%، تليها نسبة الذين يتابعون من أجل إكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات التي تقدر بـ 74%، من أصل 100%، وهي أعلى نسبة ونفسر ذلك لمحاولة بناء خلفية على ما يحدث حتى يكونوا على إطلاع ودراية بهذه القضايا

الجدول رقم (02): يمثل دوافع متابعة عينة الدراسة لقضايا المجتمع الجزائري عبر موقع Tik Tok حسب متغير الجنس

| المجموع | أنثى | | ذكر | | دوافع متابعة قضايا المجتمع الجزائري عبر موقع Tik Tok |
|---------|--------|---------|--------|---------|--|
| | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| النسبة | | | | | إكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات |
| %100 | %17 | 48 | %09 | 26 | |
| %100 | %53 | 12 | %26 | 09 | مراقبة البيئة وجمع المعلومات عن أشياء وأماكن |

الإطار التطبيقي للدراسة

| | | | | | |
|------|-----|----|-----|----|--|
| %100 | %47 | 18 | %18 | 17 | الحصول على النصيحة والرأي في مختلف القضايا |
| %100 | %46 | 19 | %25 | 10 | التعليم الذاتي في مجالات عديدة |
| %100 | %27 | 38 | %15 | 20 | تمضية الوقت |
| %100 | %53 | 12 | %29 | 06 | الصداقة والالفة |
| %100 | %11 | 54 | %10 | 25 | أكثر من إجابة |

الجدول رقم (03): يمثل أهداف متابعة عينة الدراسة لقضايا المجتمع الجزائري عبر موقع

Tik Tok حسب متغير الجنس

| المجموع | | أنثى | | ذكر | | أهداف متابعة قضايا المجتمع الجزائري عبر موقع Tik Tok |
|---------|---------|--------|---------|--------|---------|--|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %100 | 100 | %24 | 24 | %76 | 76 | لمعرفة الأخبار والأحداث الجارية في المجتمع الجزائري |
| %100 | 100 | %66 | 66 | %34 | 34 | للحصول على أكبر قدر من المعلومات حول القضايا المحلية |
| %100 | 100 | %56 | 56 | %44 | 44 | التصرف على أكثر من رأي في القضايا المطروحة |
| %100 | 100 | %64 | 64 | %36 | 36 | للتعرف على قضايا لا توجد في وسائل الإعلام |
| %100 | 100 | %36 | 36 | %64 | 64 | أكثر من إجابة |

الإطار التطبيقي للدراسة

يوضح الجدول أعلاه على أهداف متابعة عينة الدراسة لقضايا المجتمع الجزائري عبر موقع Tik Tok، حيث يوضح الجدول أعلاه أن أفراد عينة الدراسة، الذين يتابعون بهدف الحصول على أكبر قدر من المعلومات حول القضايا المحلية بنسبة 34% من أصل 100%، وبالنسبة للذين يتابعون بهدف التعرف على أكثر من رأي في القضايا المطروحة بنسبة 44%، تليها نسبة الذين يتعرضون بهدف التعرف على قضايا لا توجد في وسائل الإعلام، بنسبة 56% من أصل 100%، تليها نسبة الذين يتابعون بهدف معرفة الأخبار والأحداث الجارية في المجتمع الجزائري بنسبة تقدر بـ 76% من أصل 100%، وهي أعلى نسبة وتفسر ذلك لمعرفة الأخبار والأحداث الجارية في المجتمع الجزائري وأيضا راجع إلى للخصائص التي يتميز بها هذا الموقع .

الجدول رقم (04): يمثل نوع رغبات عينة الدراسة من وراء متابعة قضايا المجتمع الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي

| المجموع | | لا | | نعم | | نوع رغبات عينة الدراسة من وراء متابعة قضايا المجتمع الجزائري في موقع Tik Tok |
|---------|---------|--------|---------|--------|---------|--|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 100% | 100 | 46% | 46 | 54% | 54 | نسيان الهموم وتعب الحياة |
| 100% | 100 | 82% | 82 | 18% | 18 | التنفيس العاطفي |
| 100% | 100 | 46% | 46 | 54% | 54 | الهروب من أعباء المشاكل اليومية |

الإطار التطبيقي للدراسة

| | | | | | | |
|------|-----|-----|----|-----|----|--|
| %100 | 100 | %65 | 65 | %35 | 35 | المنفعة الاجتماعية والمرافقة والتعرض خلال فترة |
| %100 | 100 | %65 | 65 | %35 | 35 | تعزيز القيم والمواقف |
| %100 | 100 | %36 | 36 | %64 | 64 | أكثر من إجابة |

يوضح الجدول أعلاه رغبات عينة الدراسة من وراء متابعة قضايا المجتمع الجزائري

عبر مواقع **Tik Tok**، حيث يوضح الجدول أن أفراد عينة الدراسة، الذين يتابعون من أجل

التنفيس العاطفي التي تقدر بـ18% من أصل 100%، تليها نسبة الذين يتابعون من أجل

المنفعة الاجتماعية والمرافقة خلال فترة التعرض وتعزيز القيم والمواقف التي تقدر بـ35%

من أصل 100%، تليها نسبة الذين يتابعون من أجل الهروب من أعباء المشاكل والروتين

اليومي بنسبة تقدر بـ54% من أصل 100%، وهي متساوية مع الذين يتابعون من أجل

نسيان الهموم وتعب الحياة، وهي أعلى نسبة .

وتفسر ذلك بسبب المعلومات والأخبار التي يتحصلون عليها من خلال ما تنطرق إليه

هذه المواقع من قضايا والإستفادة منها.

الجدول رقم (05): يمثل نوع رغبات عينة الدراسة من وراء متابعة قضايا المجتمع

الجزائري عبر موقع **Tik Tok** حسب متغير الجنس

الإطار التطبيقي للدراسة

| المجموع | أنثى | | ذكر | | نوع رغبات عينة الدراسة من وراء متابعة قضايا المجتمع الجزائري في موقع Tik Tok |
|---------|------|-----|-----|-----|---|
| | لا | نعم | لا | نعم | |
| لا | لا | نعم | لا | نعم | نسيان الهموم وتعب الحياة |
| %100 | %31 | 34 | %15 | %20 | التنفيس العاطفي |
| %100 | %55 | 10 | %15 | %04 | الهروب من أعباء المشاكل اليومية |
| %100 | %30 | %35 | %15 | %20 | المنفعة الاجتماعية والمرافقة خلال فترة التعرض |
| %100 | %41 | %24 | %24 | %11 | تعزيز القيم والمواقف |
| %100 | %41 | %24 | %26 | %09 | أكثر من إجابة |

يوضح الجدول أعلاه رغبات عينة الدراسة من وراء متابعة قضايا المجتمع الجزائري عبر موقع Tik Tok، حسب متغير الجنس، حيث يوضح الجدول أن أفراد عينة الدراسة من الذكور الذين يتابعون من أجل التنفيس العاطفي تقدر نسبتها بـ4% من أصل 35%، وهي أقل نسبة وعند الإناث، التي تقدر بـ10% من أصل 65%، تليها نسبة الذين يتابعون من أجل المنفعة الاجتماعية والمرافقة خلال التعرض التي تقدر نسبتها بـ11% من أصل 35%، وعند الإناث بنسبة 24%، تليها نسبة الذين يتابعون من أجل تعزيز القيم والمواقف خلال

الإطار التطبيقي للدراسة

بنسبة 09% من أصل 35%، وبالنسبة للإناث بنسبة 26% من أصل 65% ونسبة الذكور الذين يتعرضون من أجل نسيان الهموم وتعب الحياة والهروب من أعباء المشاكل والروتين اليومي بنسبة متساوية تقدر بـ 20% من أصل 35%، حيث عند الإناث التي يتعرضون من أجل نسيان الهموم وتعب الحياة بنسبة 34% من أصل 65%، ومن أجل الهروب من أعباء المشاكل والروتين اليومي بـ 35% من أصل 65%.

3- النتائج العامة للدراسة:

الإطار التطبيقي للدراسة

- تتضح لنا نتائج الدراسة للإناث هم أعلى نسبة والتي قدرت بـ 65% مقارنة بالذكور

الذين كانت نسبتهم 35% .

- يتبين لنا أن الطلبة المبحوثين كانت النسبة الأعلى للذين تتراوح أعمارهم بين 21 سنة

إلى أقل 24 سنة بنسبة 59% وسليهم الذين أعمارهم بين 24 فأكثر بنسبة 23% ويليهم

الذين أعمارهم بين 18 إلى 21 سنة بنسبة 18%.

- اختصاص النسبة الأكبر من الطلبة المبحوثين كان اختصاص جماهيري بنسبة

27% ثم يليهم تخصص اتصال بنسبة 22% في حين تخصص إعلام تقدر نسبتهم بـ

19% ثم يليهم تخصص سمعي بصري وتنظيمي بنفس النسبة التي تقدر بـ 16%.

- يتبين أن المستوى الدراسي الأكبر هو أولى ماستر بنسبة 39% ثم يليهم نسبة ثاني

ماستر بنسبة 23% في حين نسبة الثالثة تقدر نسبتهم بـ 20% ثم سنة ثانية بنسبة 16%

وفي الأخير سنة أولى بنسبة 2%.

- يتصفح الطلبة المبحوثين موقع Tik Tok بصفة أحيانا بنسبة 45% ويعود ذلك

بنسبة تراوح الموقع وأحدثيته في مواقع التواصل الإجتماعي وكون جميع الأفراد الذين

يستخدمون الموقع.

- يمتلك أمكن الطلبة المبحوثين حسابات على موقع Tik Tok في مدة مقدرة بنسبة إلى

3 سنوات وبلغت نسبتهم بـ 41% ويعود هذا لأهمية الموقع في الآونة الأخيرة وشهرته بيتن

الأفراد.

الإطار التطبيقي للدراسة

- يتضح أن الطلبة المبحوثين يتصفحون Tik Tok بمدة تبلغ أكثر في المعدل أقل من ساعة بنسبة 38% الذي يعتبر أن الموقع يحتاج للإنترنت المتوفرة دائما في حين بعض الطلبة ليس عندهم الإنترنت الكافية للولوج.

- يجذب الطلبة المبحوثين للمواضيع الإجتماعية عبر موقع Tik Tok أو كانت نسبتهم 62% ممن يفضلون تناول المواضيع الإجتماعية عبر Tik Tok من ناحية المناقشة والتحليل والمشاركة من بين المواضيع المتوفرة الأخرى.

- يتابع الطلبة المبحوثين بصفة أحيانا الأحداث والنضالات الإجتماعية عبر مواقع Tik Tok بنسبة 73% لأنها موازية لأحداث الواقع وتشكل رأي عام حولها ويتيح Tik Tok معالجتها من جمع التوالي وتبادل الآراء حولها.

- يتضح أن الطلبة المبحوثين يتفاعلون دائما مع المنشورات التي تحض القضايا الاجتماعية وقد كانت نسبتهم 59% وهذا يعود كون Tik Tok منصة مناسبة لتشارك المعلومات والآراء والبحث عن حلول أو إيجاد مخرجات لهذه القضايا وكون هذه القضايا تمس جميع شرائح المجتمع وتتيح لهم المشاركة بأرائهم حولها.

- ترى أن الطلبة المبحوثين يهتمون للقضايا الاجتماعية بنسبة كبيرة مقارنة بالقضايا الأخرى عبر Tik Tok ونرى أن الذين يهتمون بها بلغت 62% وهذا لما لها من علاقة بالمجتمع وتأثيرها عليه وكونها دائما تشكل المواضيع الشائعة والمتداولة بين مستخدمي الفيسبوك.

الإطار التطبيقي للدراسة

- نجد أن الطلبة لمبحوثين حول قضية الحرقه عبر موقع Tik Tok وقد بلغت نسبة المهتمين بهذه القضية 51% وهذا يعود لكونها ما بين القضايا ذات تأثير المجتمع وانتشارها بشكل كبر في الآونة الاخيرة.

- تبين في النتائج أن أعلى نسبة لأفراد العينة التي تقدر ب 38 % هم الفئة التي تقضي أوقاتها على تطبيق التيك توك لمدة أقل من ساعتين، أما 36% من فئة المبحوثين هم أحد مستعملين تطبيق التيك توك لمدة اكثر من ساعتين فيما تبقى نسبة 26% هم الفئة الأكثر إستعمالا لهذا التطبيق لأكثر من ساعتين كون هذه الفئة من المتابعين لديها إهتمامات بالمحتوى المتنوع والشامل والحصري الذي يقدمه هذا التطبيق

- توضح النتائج أن أعلى نسبة لفئة المبحوثين والمقدرة ب 74 % هم الفئة التي تفضل تصفح تطبيق التيك توك بمفردها لكون هذه الفئة لا تحب مشاركة الأخرين المحتويات التي تقوم بمتابعتها، أما نسبة 24% تقوم بمشاركة متحويات التكتوك مع الأصدقاء لكون هذه الفئة محبة للمشاهدة الجماعية والترفيه الجماعي، لتبقى نسبة 2% التي تقوم بمشاهدة محتوى التكتوك مع العائلة ربما لكون هذه الفئة تخضع للرقابة من طرف الأولياء عن المحتويات التي تقوم بمتابعتها نظرا للمحتويات السلبية التي نصادفها على تطبيق التيك توك.

- كما نلاحظ ايضا أن الهاتف النقال هو الوسيلة الاكثر إستعمالا في تصفح تطبيق التيك توك، وأن أغلبية أفراد العينة التي تقدر ب 97% يفضلون إستعمال الهاتف النقال أثناء إستعمالهم للتطبيق نظرا لسهل حمله في كل مكان وزمان بينما 2% من أفراد

الإطار التطبيقي للدراسة

العينة تستعمل اللوحات الإلكترونية للولوج إلى هذا التطبيق، أما النسبة المتبقية 1% تستعمل جهاز الحاسوب لتصفح هذا التطبيق.

- توضح نتائج الدراسة ان محتوى آفة البطالة أثار إهتمام 58% من عينة الإناث مقارنة ب 44% من فئة الذكور وهذا ما يوضح قلق عينة الإناث اكثر من الذكور حول هذه الظاهرة، أما آفة الهجرة الغير الشرعية أثارت إهتمام الذكور بنسبة 51% مقارنة ب 49 من فئة الإناث ،كما نلاحظ ايضا أن قضية المخدرات أثارت اهتمام الإناث بنسبة كبيرة والتي تقدر ب 75% وهذا ما يعكس إهتمام الذكور بقضية المخدرات ب 25%.

- فيما نرى ان 86% من جنس الإناث قد انغمسوا في قضايا أخرى غير هذه بنسبة كبيرة مقارنة ب 14 من فئة الذكور، تشير نتائج الدراسة للجدول رقم 06 ان الانتخابات من إحدى المواضيع السياسية التي أثارت إهتمام 94% من أفراد العينة بشكل كبير عكس 6% من أفراد العينة المتبقية وأن محتويات قضايا الفساد أثارت إهتمام فئة المبحوثين بنسبة تقدر ب 76% مقارنة ب 24% للفئة المتبقية ، ، لتليها قضية الحراك التي أثارت إهتمام 24% من فئة المبحوثين عكس 76% من الآخرين وهذا ما يعكس إهتمام هذه الفئة بالقضايا السياسية تشير النتائج التالية أن الأزمة الإقتصادية التي تشهدها الدول من اكبر المواضيع التي تثير إهتمام المتبعين على تطبيق التيكنتوك حيث أقبل على مثل هذه المحتويات 84% من فئة المبحوثين ،عكس 16% من أفراد العينة المتبقية ،لتليها أزمة البترول التي شهدتها الدول والتي أثارت إهتمام 15% من أفراد العينة عكس الأغلبية التي

الإطار التطبيقي للدراسة

تعكس هذا الاهتمام بمثل هذه المواضيع والتي تقدر نسبتها 85% والتي تمثل الأغلبية لتبقى الازمات الأخرى والتي تثير إهتمام 6% فقط من أفراد العينة وهي فئة قليلة عكس 94% التي لا تبالي في القضايا الأخرى

- أوضحت الدراسة أن المعارض والوصلونات من إحدى القضايا الثقافية التي يلجأ إليها مستخدمي تطبيق التيك توك ويمكن تفسير هذا لإستعمال عنصر الإثارة والتشويق في مثل هذه المواضيع لجلب إهتمام فئة المبحوثين والمقدرة نسبتها 57% مقابل 43% من أفراد العينة المتبقية ،لتليها المهرجانات التي أثارت إهتمام 42% نستطيع تفسير هذا ربما لكون هذه الفئة محبة لعنصر الترفيه والتسلية عكس 81% التي لا تهتم لعنصر الترفيه والتسلية والتي تمثل الأغلبية الساحقة، فيما تتبقى الافلام السينمائية التي أثارت إهتمام 19% من فئة المبحوثين عكس الأغلبية الساحقة والمقدرة نسبتها ب81% لبقية أفراد العينة يمكن تفسير هذا ان الأغلبية لا تميل إلى طابع الترفيه

- توصلنا من خلال نتائج دراستنا ان 59% من أغلبية أفراد العينة يتفاعلون بشكل سريع مع القضايا الاجتماعية عكس 41% المتبقية.

- اباننت النتائج أن النسبة الأكبر من جنس الإناث المتمثلة في 32% تتفاعل مع القضايا الاجتماعية بشكل سريع مقابل 27% من فئة الذكور، يمكن تفسير هذا لكون الإناث فئة حساسة اكثر من الذكور، كما تبين النتائج أن 8% من فئة الذكور لا تتجذب لمثل هذه القضايا مقابل 33% من جنس الاناث.

خلاصة:

قمنا في هذا الفصل بتناول الإطار الميداني لدراسة، حيث تطرقنا فيه إلى عرض نتائج استمارة الإستبيان في جداول إحصائية وتحليلها وتفسيرها ومناقشتها في ضوء أهداف الدراسة .

الخاتمة:

لعبت شبكات التواصل الاجتماعي دورا كبيرا في توسيع حرية التعبير لدى المجتمع Tik Tok الجزائري خاصة لدى الطلبة الجامعيين، ومن أهم هذه الشبكات موقع دور كبير في تشكيل الرأي العام وتوجيهه من خلال ما Tik Tok ويمكننا القول إن موقع يطرح من قضايا على المنصة ويتم مشاركة الآراء حولها وينتج عملية التفاعل وبناء الأفكار وتوجيهها، بالإضافة إلى كون هذه القضايا تثير الآراء لدى جميع الفئات المجتمع وتتم تداولها بكثرة داخل الأوساط ومنه أصبح المنصة الماسة للبحث عن حلول لهذه القضايا، وأصبح بشكل أهمية بالغة في تشكيل الرأي العام بناء على كل ما يتم تداوله عليه، من هناك لابد لنظر لأولوية أقصى الحقائق في عملية التعرض لمحتواه و التدقيق في كل ما يتم تداوله من منشورات وأفكار وحتى تعليقا تحول أي قضية تطرح عليه وهذا الأمر يساعد المستخدمين على عملية استخدام صحيحة ومفيدة في آن واحد، ولابد من الاستفادة من الموقع في تشكيل أي عام صحيح خالي من المغالطات والاستفادة من مناقشة القضايا الاجتماعية لإيجاد حلول لها و طرحها بشكل صحيح يوفر للأفراد معلومة صحيحة ومجموعة أفكار تساعد في بناء الرأي العام وتوجيهه بما يخدم القضايا الاجتماعية العالقة وإيجاد حلول جذرية لها وكإجابة على إشكالية دراستنا توضح لنا أن موقع دور في تشكيل الرأي العام حول القضايا الاجتماعية و توجيهه .

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

باللغة العربية:

الكتب:

- 1- إبراهيم الحير، مبادئ العلوم السياسية، الجامعة المفتوحة، طرابلس، 1995.
- 2- احسان الحسن، علم الاجتماع الرياضي، ط1 دار وائل للنمر الأردن، 2005.
- 3- احمد السيد مصطفى عمر، البحث العلمي ومناهجه، مكتبة افلاح، القاهرة، 2002.
- 4- أحمد بدر الرأي العام وطبيعته وتكوينه وقياسه، وكالة المطبوعات، الكويت، 1998.
- 5- احمد بن مرسلني: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط 2 ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 6- احمد بن مرسلني، مناهج البحث العلمي في علوم والإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
- 7- احمد شريف، الرأي العام وقياسه دار الكتب العربية للطباعة والنشر، القاهرة، 1989.
- 8- جلال عمل البناء، البحث العلوم وكتابته، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015.

9- حوقان عبيدات، وآخرون، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، ط9، دار الفكر

للنشر والتوزيع بجامعة عمان العربية، 2005.

10- خالد عثمان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر

والتوزيع، الأردن، 2013.

11- خليل عبد الرحمان المعايطه، علم النفس الاجتماعي، ط3، عمان، دار الفكر

2010.

12- الدين عبد الحلم، الرأي العام مفهومه وأنواعه، عوامل تشكيلة وظائف وقوانينه

وطرف قياسه وأساليب تعبيره، مكتبة الانجلو معربة، ط1، القاهرة، 2009.

13- ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج البحث العلمي وأساليب البحث

العلمي، النظرية التطبيقية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2009.

14- زهير عبد اللطيف عابد بالرأي العام وطرق قياسية، دار البازوري العلمية للنشر

والتوزيع بعمان، 2014.

15- سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، دار المعرفة الجامعية،

الإسكندرية، 1990.

16- سعدي الصول سعدي، مناهج البحث دبلوم خاص بالتربية، جميع الأقسام العينات

وأنواعها.

17- سناء الخولي، أزمة السكن ومشاكل الشباب، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، اسكندرية، 2010.

18- سناء محمد الحيور، الإعلام والرأي العام العربي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2010.

19- سوفي الفريد " الرأي العام"، دار دمشق للنشر والتوزيع، دمشق، 1990.

20- طارق سيد احمد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع (دب: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 2004).

21- عاطف عدلي عبدلي، مدخل إلى الاتصال العام، دار بيروت للنشر والتوزيع، بيروت، 1997.

22- عامر إبراهيم فتديلي، منهجه البحث العلمي، ط1، دار البازوري العلمية، لنشر والتوزيع، عمان، 2012.

23- عفيف عواشة محمد، الرأي العام بين الرعاية والإعلام، العربي للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2007.

24- علي جواد الطاهر، منهج البحث الأدنى، ط3، مكتبة اللغة العربية، بغداد، شارع المبني، 1984.

- 25- علي سعيد آل محمد القحطاني، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية، بحيث مقدم استكمال لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص الإعلام، جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 2017.
- 26- عماد دأود، الفساد والإصلاح، منشورات اتحاد الكتاب العرب، بسوريا، 2003.
- 27- كعباش رابح سيسيولوجيا التنمية، مخبر علم الاجتماع الاتصال للبحث جامعة قسنطينة، 2007.
- 28- كمال ديتلي، منهجه البحث العلمي، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، منشورات الجامعة حماد، 2018.
- 29- محمد البدوي، في البحوث والدراسات الأدبية، دار المعارف للطباعة والنشر، سوسة تونس، 1998.
- 30- محمد الحوتي، الرأي العام الدعاية النفسية، دار الكلمة، صنعاء، 1998.
- 31- محمد الحوتي، الرأي العام بين الرعاية والإعلام، العربي للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2007.
- 32- محمد سيد محمد، الإعلام والتنمية، ط 4 'القاهرة: دار الفكر العربي، (1988).
- 33- محمد عبد الملك التوكل، مدخل الإعلام والرأي العام، مكتبة الانجلو المعرفة، القاهرة، 1986.

34- محمود حسن إسماعيل، منهاج البحث في إعلام والاتصال، ط1، دار النشر

للجامعات، القاهرة، 1996.

35- مختار التهامي، عاطف عبلي العبد، الرأي العام الأردن، (د.م.ن) 2005

36- مصطفى محمد الغاني، خبر ميلاد أوبك، منهاج البحث العلمي وتطبيقاته في

الإعلام، الإسكندرية.

37- معن خليل العمر، المشكلات الاجتماعية، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1،

2008.

38- منال هلال مزاهرة نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2019.

39- نادية سعيد عاشور وآخرون، منهجة البحث العلمي في العلوم الاجتماعية مؤسسة

حسن راس الجيل للنشر والتوزيع، قسنطينة(الجزائر)، 2017.

40- نسمة احمد لبطريق، الإعلام والمجتمع في عصر العولمة. دراسة في المدخل،

الاجتماعي لمعز: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2004.

41- هني الرضا ورامز عمار، الرأي العام والإعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية

للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت 1998.

42- وائل مبارك حفتر فضل الله، ابز الفيسبوك على المجتمع، دار لتمس النهضة

السودان، 2010.

43- وبحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: مناهج وأساليب البحث العلمي، دار

الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000.

المذكرات:

1- بقباق سهيلة، قياس الجمهور والرأي العام، مطبوعة كوزعة على ستة، أولى ما

يسمى سمعي بصري، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال،

جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، 2018/2019.

2- بورزاف امال، طافر امينة، واقع الاتصال الشخصي داخل الأسرة وضوء

استخدامات قنوات الإعلام الجديدة، مذكرة ماستر في الإعلام والاتصال، جامعة جيجل،

2017/2018.

3- سيف الدين مكود «المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في الصحافة الجزائرية

مذكرة ماستر" جامعة محمد بوضياف -المسيلة، 2015.

4- مرم ناريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات

الاجتماعية، مذكرة مقدمة استكمال المتطلبات الحصول على درجة الماجستير في علوم

الإعلام والاتصال، تخصيص إعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة بقسم العلوم الإنسانية،

جامعة الحاج لخضر 2012.

القواميس:

1- أبو الفضل جمال الدين محمد مكرم بن منصور، لسان العرب، (ت71م)، ط1، دار صادر، بيروت.

2- جميل صليبي، المعجم الفلسفي، الجزء الأول، دار الكتاب اللبناني، بيروت، الطبعة الأولى، 1973.

3- حيران مسعود، الرائد معجم القباني في اللغة والإعلام، ط2، دار العلم، بيروت، 2005.

4- عبد المنعم حذفي، المعجم الشامل لمصطلحات الفلسفة، ط3، الناشر مكتب مديولي، القاهرة، 2000.

5- علي بن هادية وآخرون، القاموس الجديد للغلاف، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط7، الجزائر، 1991.

المحاضرات:

1- حديدان صبرية، محاضرات في قياس الاتجاه والرأي العام، مطبوعة موجهة فعلية سنة الثالثة علم الاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، فسر علم الاجتماع، 2016/2015.

المجلات:

1- سلام خطاب اسعد، الإعلام وصناعة الرأي العام، مجلة آداب الفراهيدي، العدد17، جامعة تكريت، العراق، 2013.

2- صبحي عسلي، الرأي العام، (مجلة مفاهيم الأسس العلمية للمعرفة، العدد 23)،

المركز الدولي للدراسات المستقلة والاستراتيجية، (د.م.ن)، 2006.

3- عبد الكريم علي، زهير ياسين، دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي

العام لدي الطلبة في الجامعات الأردنية، (مجلة دراسات الدراسات العلوم الإنسانية

والاجتماعية، المجلة 40، عدد 1)، الأردن، 2013.

4- غيث محمد عاصف وآخرون، مجالات علم الاجتماع المعاصر الإسكندرية: دار

المعرفة الجامعية، 1997.

5- مرسي مستري، شبكات التواصل الاجتماعية الرقمية: ثغرة في الوظائف، (مجلة

المستقل العربي، المجلة 34، عدد 39)، لبنان، 2012.

مواقع الأنترنت:

1- وفاء العجمي، أثر التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور

التربية الإسلامية، محلية عليه الرتبة العدد 129، الجزء الثالث، جامعة الازهر 2016،

حمل من الموقع يوم 2024/06/03، على الساعة 11:49

[https://jsrep.journals.elb.eg/article-407\(9-6e9uboa265248eob872afa1783872761.p1\)](https://jsrep.journals.elb.eg/article-407(9-6e9uboa265248eob872afa1783872761.p1))

2- عزيز رشيد هندي، وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الفرد والمجتمع، بحث

تفسير في الخصومة بين القدماء والمجدتين، ص

<https://www.ocedemina.edu/296/61310>

3- فرح قدور، بعيدا عن السلطان..... هذا هم الجانب الإيجابي من التيك توك مقال

متاح على الخط <https://www.vompnter-wd.com/2022/01/tik-tok>

bemefits-html تاريخ الدخول 2024/05/18 على الساعة 11:14

4- الدكتور هشام ماجد، سلبيات ومخاطر التطبيق التيك توك والتي تهدد الحياة والأخلاق والمعايير أي شاشة بوابة الأهرام أو مقال متاح على الرابط <https://gate.abran.dg.egl/news/2410934.aspx> تاريخ الدخول:

2023/05/18 على الساعة 11:52

5- جام محمد دايش، العوامل المؤثرة في الرأي العام، (الحوار المندن، العدد 5909

2018)، 2024/05/02. على الساعة 17:11.

<http://www.ahawer.org/debat/show.art.asp?aid=60288685=0>

6- إبراهيم محمود المناوي، العوامل المؤثرة في الرأي العام، مركز الدراسات و الأبحاث

العلمانية في العالم العربي

يوم <http://www.sscaw.org/or/print.art.asp?aid=5920218ac=1>

2024/05/02 على الساعة 20:16.

باللغة الأجنبية:

1- Gaojie; T. Study on short video of music scromthe perspective of interactive mitral chain-takingthe”Tik Tok”appasan example, Wow media research, vol, 4)2018).

2- Ling,c,, stndy aithe communication dependence of the Tik Tok, The clines news spaper press, 18(02) (2020) .

3- Ma,C.M . Tik Tok and social valnes in glina: Haw Tik Tok App in financed re social valnes of youbli according to some indicators, journal of adnenced research in social sciences; b(2) (2020) .

4- Strange love; M. - Watching Tik Tok: Extraordinary videos by ordinary reapel. Toronto: University of Toronto press (2019) .

الملاحق

وزارة التعليم ١١٠١١٠١١٠١١٠١١٠١١٠١١٠١١٠١١٠١١٠١١٠١١٠١١٠١١٠١١٠
جامعة مز يزي وزو
كلية العلوم الإنسانية
تخصص الإتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

استمارة بعنوان:

"دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الرأي العام اتجاه القضايا الإجتماعية موقع (Tik Tok) كنموذج - دراسة وصفية لطلبة الإعلام والإتصال جامعة مولود معمرى - تيزى وزو".
دراسة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال.

- نرجو منكم ترحي الصدق والموضوعية.

- ضع العلامة (X) في الخانة المناسبة وأكمل الفراغ.

ملاحظة: البيانات المقدمة لا تستخدم إلا لأغراض علمية.

إعداد الطلبة:

- مسعودان علي

- منية سعدية

إشراف الأستاذة:

بلحاجي زهرة

المحور الأول: البيانات الشخصية السنة الجامعية: 2024/2023

1-الجنس:

انثى

ذكر

2-السن:

، من 21 إلى أقل من 24

من 18 إلى أقل من 21

24 وأكثر

3-التخصص والمستوى:

، 3 اتصال

* ثانية اعلام و اتصال

، أولى ماستر اتصال جماهري

* 3 اعلام

، 2 ماستر اتصال جماهري

* أولى سمعي بصري

* ثانية ماستر سمعي بصري

المحور الثاني:

4- ماهي عادات استخدامك لموقع تيك توك السمات التي تميز الطلاب الجامعين المتابع Tik Tok

لقضايا الاجتماعية عبر موقع Tik Tok؟

* دائما ، أحيانا ، نادرا

5- كم عدد الساعات التي تقضيها يوميا في مواقع التيك توك؟

* أقل من ساعة ، من ساعة إلى ساعتين ، أكثر من ساعتين

6- مع من تفضل استخدام التيك توك Tik Tok ؟

بمفردك ، مع الأصدقاء ، مع افراد العائلة

7- ماهي الوسيلة التي تستخدمها للإيجار في التيك توك؟

الهاتف الذكي ، الحاسوب ، اللوحة الالكترونية

8- منذ متى تملك حسابا في موقع Tik Tok ؟

اقل من سنة ، من سنة إلى 3 سنوات ، أكثر من 3 سنوات

كم عدد الحسابات التي تملك؟

المحور الثالث: القضايا الاجتماعية عبر موقع التيك توك Tik Tok ؟

9- هل تثير اهتمامك القضايا الاجتماعية المتداولة في موقع Tik Tok؟

دائما ، أحيانا ، نادرا

10- ماهي القضايا الاجتماعية التي تثير اهتمامك وتتفاعل معها؟

يمكنك ان تختار أكثر من إجابة

اجتماعية ، سياسية ، اقتصادية ، دينية ، ثقافية

11- ماهي أيا التي تثير اهتمامك من جملة هذه القضايا؟

قضايا اجتماعية: البطالة ، الحرق ، المخدرات

أخرى تذكر

- قضايا اجتماعية: الفساد ، الحراك ، الانتخابات السياسية

أخرى اذكرها.....

- قضايا اقتصادية: الازمة الاقتصادية ، انخفاض أسعار البترول

أخرى اذكرها

- قضايا ثقافية: معارض و صالونات ، الاخبار المسائية ، المهرجانات الموسيقية

أخرى اذكرها

12- هل تتفاعل مع قضايا الاجتماعية المطروحة في موقع Tik Tok ؟

نعم لا

13- إذا كانت اجابتك بنعم فما هي طرق تفاعلك مع هذه القضايا؟

اعجابك تعليق ، مشاركة

14- هل ترى ان القضايا الاجتماعية تخفى بالاهتمام المناسب عبر موقع تيك توك Tik Tok ؟

نعم لا

* كيف تبني لك متابعة الاحداث الاجتماعية المستجدة؟

عبر مشاركة اصدقائك للأحداث

عبر عضويتك في المجموعات ذات الاهتمام بالقضايا الاجتماعية

أخرى اذكرها

المحور الرابع: اعتماد الطلبة على موقع تيك توك في تشكيل آرائهم حول قضية اجتماعية

15- هل تعتمد كطالب على Tik Tok موقع في تشكيل رأيك حول القضية الاجتماعية؟

نعم لا

و اذا كانت اجابتك بنعم؟

كيف ذلك

16- هل ترى ان موقع Tik Tok اهم مصدر لتعبير اراء الأفراد حول القضايا الاجتماعية؟

نعم لا

و اذا كانت اجابتك بنعم

كيف ذلك

17- هل يمكن ان تشكل تيك توك أساسا لمعالجة الرأي العام حول قضية اجتماعية ما؟

نعم لا

ماهو الحل في حالة الإجابة بنعم:

18- هل تعتقد انه يمكن الاعتماد على موقع Tik Tok في تشكيل الرأي العام الفعال تجاه

القضايا الاجتماعية؟

نعم لا

في حالة الإجابة ب (لا) علل اجابتك:

.....

19- هل تقييم موقع تيك توك متعة مناسبة لتفعيل أداء المجتمع في اتجاه اقتراح حلول للقضايا

الاجتماعية؟

منصة مناسبة ، منصة غير مناسبة

رأي آخر

20- هل ساهم موقع Tik Tok في تفصيل أداء المجتمع في ترتيب أولوية القضايا الاجتماعية التي يتعين على الهيئات حلها؟

نعم لا

21- كيف يمكن الاستفادة من موقع تيك توك فيل الرأي العام تجاه القضايا الاجتماعية؟

- تقديم أسس تشكيل الرأي وتوجيهه بشكل صادق
 - التزام كل شخص بتخصصهم تشكيل الرأي الصحيح والخاص به
 - محاربة الاشاعات والمعلومات مجهولة المصدر
 - توعية جميع الأفراد بضرورة كيفية اتباع الرأي العام ومخالفته
- أخرى اذكرها

23- هل تشكل الترانندات مزيفة أو شكلتي صورة سليمة لاعتماد موقع Tik Tok في تشكيل الرأي العام حول القضايا الاجتماعية؟

نعم لا

المحور الخامس: دوافع متابعة الطلاب الجامعيين القضايا الاجتماعية عبر موقع تيك توك في تشكيل آرائهم؟

24- كيف تصنف دوافع متابعتك للقضايا الاجتماعية في موقع Tik Tok؟
يمكن اختيار أكثر من إجابة:

- اكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات
- مراقبة البيئة وجمع المعلومات عن أشياء وأماكن
- الحصول على النصيحة والرأي في مختلف القضايا
- التعلم الذاتي في مجالات عديدة
- تفضية الوقت

- الصداقة والالفة مع الوسيلة
25- ماهي اهداف متابعتك للقضايا الاجتماعية في موقع Tik Tok؟
يمكن اختيار أكثر من هدف:

- لمعرفة الاخبار والاحداث الجارية في المجتمع الجزائري
- للحصول على أكبر قدر من المعلومات حول القضايا المحلية
- للتعرف على أكثر من رأي في القضايا المطروحة
- للتعرف على قضايا لا توجد في وسائل الإعلام الأخرى

26- ما نوع الرغبات التي تريد اتباعها من خلال متابعتك لقضايا المجتمع الجزائري في موقع Tik Tok؟

- يمكن اختيار أكثر من بديل:
- نسيان الهموم وأعصاب الحياة
 - النفس العاطفي
 - الهروب من عبئ ومشاكل ومشتقات الروتين اليومي
 - المنصة الاجتماعية والمرافعة خلال فترة التعرض
 - تعزيز القيم والمواقف

شكرا على تعاونكم

فهرس المحتويات

كلمة الشكر

الإهداء

الخطة

01..... مقدمة

الإطار المنهجي للدراسة

06..... 1- الإشكالية

08..... 2- أسباب اختيار الموضوع

اختيار

3- أهمية

الموضوع.....08

اختيار

4- أهداف

الموضوع.....10

5- نوع الدراسة.....11

6- منهج الدراسة.....12

7- عينة الدراسة.....14

8- تحديد المفاهيم.....20

9- الدراسات

السابقة.....25

الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول: شبكة التواصل الاجتماعي تيك توك Tik Tok

تمهيد.....32

* المبحث الأول : نشأة وتطور موقع Tik «

» Tok.....33

* المبحث الثاني: مكونات موقع التواصل الاجتماعي « Tik

36.....Tok »

* المبحث الثالث: خصائص و مميزات موقع التواصل الاجتماعي « Tik Tok »...38

* المبحث الرابع: إيجابيات و سلبيات موقع التواصل الاجتماعي « Tik Tok »....43

49.....خلاصة

الفصل الثاني: ما أهمية الرأي العام.

51.....تمهيد

* المبحث الأول: الرأي العام.....52

* المبحث الثاني: أهمية الرأي العام واهم خصائصه.....54

* المبحث الثالث: أساليب تكوين الرأي العام واهم وظائفه.....59

* المبحث الرابع: أنواع الرأي العام.....64

* المبحث الخامس: العوامل المؤثرة في الرأي العام.....70

77.....خلاصة

الفصل الثالث: القضايا الاجتماعية وعلاقتها بوسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية.

79.....تمهيد

80.....المبحث الأول: مفهوم القضايا الاجتماعية.....

| | |
|---------|--|
| 81..... | المبحث الثاني: تصنيف القضايا الاجتماعية..... |
| 82..... | المبحث الثالث: الإعلام الجديد والقضايا الاجتماعية..... |
| 88..... | المبحث الرابع: دور وسائل الإعلام في معالجة القضايا الاجتماعية..... |
| 93..... | خلاصة..... |

الإطار التطبيقي للدراسة

| | |
|----------|------------------------------------|
| 96..... | تمهيد..... |
| 96..... | 1- مجالات لدراسة..... |
| 97..... | 2- التحليلات المنهجية..... |
| 135..... | 3- الاستنتاجات العامة للدراسة..... |
| 140..... | خلاصة..... |
| 141..... | الخاتمة..... |
| 143..... | قائمة المراجع..... |
| 153..... | الملاحق..... |
| 159..... | فهرس المحتويات..... |
| 162..... | قائمة الجداول..... |

قائمة الجداول

| الرقم | عنوان الجدول | الصفحة |
|-------|-------------------------------------|--------|
| 01 | توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس. | 97 |

| | | |
|-----|---|----|
| 97 | توزيع أفراد العينة حسب متغير السن. | 02 |
| 98 | توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص. | 03 |
| 100 | توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى. | 04 |
| 101 | عادات إستخدام موقع Tik Tok. | 05 |
| 101 | الفترات الزمنية التي يقضيها أفراد العينة يوميا في موقع Tik Tok. | 06 |
| 102 | كيف تفضيل عينة الدراسة إستخدام موقع Tik Tok. | 07 |
| 103 | الوسيلة التي تستخدمها عينة الدراسة للإبحار في مواقع التواصل الاجتماعي موقع Tik Tok. | 08 |
| 104 | مدة أمثل حساب على موقع Tik Tok لأفراد العينة. | 09 |
| 104 | عدد الحسابات التي يمتلكها أصحاب العينة في موقع Tik Tok . | 10 |
| 104 | تفاعل أصحاب العينة في موقع Tik Tok. | 11 |
| 105 | عادات إستخدام عينة الدراسة لموقع Tik Tok حسب متغير الجنس. | 12 |
| 106 | علاقة الحجم الساعي مع متغير التخصص. | 13 |
| 107 | الوسيلة التي تستخدمها عينة الدراسة للإبحار في موقع Tik Tok حسب متغير الجنس. | 14 |
| 108 | عدد حسابات التي تمتلكها عينة الدراسة في موقع Tik Tok حسب متغير الجنس. | 15 |
| 108 | عدد حسابات التي يمتلكها أصحاب العينة والتفاعل في هذه الحسابات. | 16 |
| 109 | إعتماد أفراد العينة على موقع Tik Tok في تشكيل الرأي العام حول القضية الإجتماعية. | 17 |

| | | |
|-----|--|----|
| 109 | وجهة نظر أفراد العينة حول أهمية موقع Tik Tok في تغيير آراء الأفراد تجاه القضايا الإجتماعية. | 18 |
| 110 | وجهة نظر أفراد العينة حول إمكانية تشكيل موقع Tik Tok لمغالطة الرأي العام في قضية إجتماعية معينة. | 19 |
| 111 | وجهة نظر أفراد العينة حول إمكانية تشكيل موقع Tik Tok لمغالطة الرأي العام في قضية إجتماعية معينة. | 20 |
| 111 | وجهة نظر أفراد العينة في قدرة موقع Tik Tok أن يكون أداة مناسبة لتفعيل حلول للقضايا الاجتماعية. | 21 |
| 112 | مساهمة موقع Tik Tok في تشكيل الرأي العام لترتيب القضايا الاجتماعية العالقة من حيث الأهمية لدى الهيئات المختصة. | 22 |
| 112 | كيفية الإستفادة من موقع Tik Tok في تشكيل الرأي العام. | 23 |
| 113 | أجوبة عينة الدراسة سواء بدائماً وأحياناً أو نادراً هل تثير إهتمامك القضايا الاجتماعية في موقع Tik Tok. | 24 |
| 114 | أجوبة عينة الدراسة سواء بدائماً وأحياناً أو نادراً على سؤال هل تثير إهتمامك القضايا الاجتماعية عبر موقع Tik Tok حسب متغير الجنس. | 25 |
| 115 | القضايا الاجتماعية في موقع Tik Tok التي تثير إهتمام عينة الدراسة وتتفاعل معها. | 26 |
| 116 | القضايا الاجتماعية التي تتفاعل معها عينة الدراسة حسب متغير الجنس. | 27 |
| 118 | القضايا الاجتماعية التي تثير عينة الدراسة وتتفاعل معها حسب متغير التخصص. | 28 |
| 120 | القضايا الاجتماعية التي تثير إهتمام عينة الدراسة من جملة القضايا الاجتماعية عبر موقع Tik Tok. | 29 |

| | | |
|-----|---|----|
| 121 | القضايا السياسية التي تثير إهتمام عينة الدراسة من جملة القضايا الاجتماعية عبر موقع Tik Tok. | 30 |
| 122 | القضايا الإقتصادية التي تثير إهتمام عينة الدراسة من جملة القضايا الاجتماعية عبر موقع Tik Tok. | 31 |
| 123 | القضايا الثقافية التي تثير إهتمام عينة الدراسة من جملة القضايا الثقافية عبر موقع Tik Tok. | 32 |
| 124 | تفاعل عينة الدراسة أثناء إستخدام مع القضايا الاجتماعية المطروحة عبر موقع Tik Tok. | 33 |
| 125 | تفاعل عينة الدراسة أثناء الإستخدام مع القضايا الاجتماعية المطروحة عبر موقع Tik Tok حسب متغير الجنس. | 34 |
| 126 | تفاعل عينة الدراسة أثناء الإستخدام مع القضايا الاجتماعية المطروحة عبر موقع Tik Tok حسب متغير التخصص. | 35 |
| 127 | أجوبة عينة الدراسة الذين يتفاعلون مع القضايا الاجتماعية المطروحة عبر موقع Tik Tok وطرق تفاعلها إما بالإعجاب أو التعليق أو المشاركة. | 36 |
| 127 | طرق تفاعل عينة الدراسة مع هذه القضايا حسب متغير الجنس. | 37 |
| 128 | دوافع متابعة عينة الدراسة لقضايا المجتمع الجزائري عبر موقع Tik Tok. | 38 |
| 129 | دوافع متابعة عينة الدراسة لقضايا المجتمع الجزائري عبر موقع Tik Tok حسب متغير الجنس. | 39 |
| 130 | أهداف متابعة عينة الدراسة لقضايا المجتمع الجزائري عبر موقع Tik Tok حسب متغير الجنس. | 40 |

| | | |
|-----|--|----|
| 131 | نوع رغبات عينة الدراسة من وراء متابعة قضايا المجتمع الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي. | 41 |
| 133 | نوع رغبات عينة الدراسة من وراء متابعة قضايا المجتمع الجزائري عبر موقع Tik Tok حسب متغير الجنس. | 42 |